

**ABSTRAK**  
**PERANCANGAN STRATEGI KOMUNIKASI MEREK**  
**UNTUK USAHA *COFFEESHOP* MALABAR *MOUNTAIN COFFEE* DI**  
**DAERAH PANGALENGAN JAWA BARAT**

**Oleh : Gregorius Dwiki Febrian Makalew**

**NIM : 1601160335**

Pertumbuhan atau perkembangan dari kopi sangat meningkat di Indonesia. Indonesia menduduki peringkat keempat negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan tingkat produksi mencapai 669.000ton dan dapat dibilang Indonesia adalah surganya kopi, terlebih untuk usaha *coffeeshop* yang begitu meningkat dari tahun – tahun terus berkembang. Jawa Barat adalah salah satu pemasok biji kopi dan usaha – usaha kopi di Indonesia dan sering disebut *Java Preanger*, yang memiliki ciri khas rasa lebih manis dari biji kopi yang lain dan juga menjadi asal mula perkebunan kebun kopi pertama di Indonesia. Malabar *Mountain Coffee* adalah salah satu *coffeeshop* di daerah Pangalengan yang masih belum banyak diketahui oleh orang – orang karena kurangnya branding dan promosi.

Penelitian menggunakan metode penelitian DKV, dari aspek pembuatan dilakukan dengan wawancara, aspek visual dilakukan dengan pendataan dan pengamatan, aspek permisa dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, dan dilakukan studi pustaka untuk memperkuat konsep. Data yang telah dianalisis menggunakan analisis matriks perbandingan yang akan digunakan pada perancangan strategi. Hasil dari perancangan akan dipublikasikan melalui identitas visual untuk mempromosikan dan meningkatkan usaha *coffeeshop* Malabar *Mountain Coffee*.

**Kata kunci: Coffeeshop, Kopi Jawa Barat, Java Preanger, Strategi Komunikasi Merek**