

## ABSTRAK

### PERANCANGAN *BRAND* IDENTITY DAN IMPLEMENTASI PADA MEDIA PROMOSI TERHADAP UMBRA COFFEE LAB

Oleh: Andry Ferdinand Rustan

Banyaknya bisnis dibidang biji kopi yang ada di kota Makassar menimbulkan persaingan yang ketat. Semakin banyak juga masyarakat yang ingin belajar dibidang kopi, tetapi kota Makassar yang masih berkembang belum banyak memiliki wadah pendidikan tentang biji kopi. Umbra Coffee ID merupakan salah satu *coffee shop* atau kedai kopi yang terletak di kota Makassar yang sangat ingin membantu masyarakat dalam mewujudkan keinginannya untuk mempelajari dunia tentang kopi lebih dalam, hal itu diharapkan membuat dunia kopi semakin berkembang khususnya di Indonesia. Namun Umbra Coffee Lab sendiri masih dalam tahap perencanaan sehingga belum memiliki identitas visual. Memiliki suatu bisnis mestinya memiliki suatu identitas merek dan media promosi yang dimana hal tersebut dapat menggambarkan ciri khusus dari suatu perusahaan yang dimiliki, identitas perusahaan sangat penting dalam membantu suatu proses perusahaan untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat dalam mengenali perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data melalui metode observasi, studi Pustaka, serta wawancara kepada pemilik dari usaha Umbra Coffee Lab yang kemudian di analisis menggunakan metode-metode yang terdapat pada kerangka perancangan strategi desain, mulai dari analisis SWOT, STP, dan Matriks Perbandingan. Setelah menganalisis penulis melakukan perancangan strategi desain mulai dari identitas visual atau logo, media promosi dan inovasi desain. Dengan adanya Tugas Akhir ini diharapkan dapat membantu Umbra Coffee Lab dalam mengembangkan potensi dan peluang menjadi salah satu sekolah kopi terbaik di kota Makassar sehingga dapat bersaing di ketatnya perkembangan dunia kopi.

Kata Kunci: Identitas Merek, Media Promosi, Sekolah Kopi, Umbra Coffee Lab.