

## ABSTRAK

Industri kopi di Indonesia sendiri cukup berjaya dari beberapa tahun kebelakang ini, kopi yang awalnya lebih di dominasi oleh perusahaan kopi instan dan kemasan, kini mulai menjamurnya gerai kopi (*coffee shop*) yang cukup menarik minat masyarakat, dengan istilah *coffee shop* sendiri telah menjadi tren tersendiri bagi kalangan tertentu, khususnya anak muda yang sangat meminati *coffee shop* sebagai tempat nongkrong atau *hang out* yang ideal. Seperti Gerobak Kopi Kota Payakumbuh yang telah menjadi tempat nongkrong yang ideal bagi anak muda dan masyarakat Kota Payakumbuh, yang belum memiliki identitas visual dan media promosi yang tepat sebagai sebuah *coffee shop*, dengan semakin ketatnya persaingan di industri kopi, Gerobak Kopi membutuhkan identitas visual serta media promosi untuk memikat konsumen karena visual sendiri dapat menciptakan kesan yang baik dan konsumen dapat lebih mudah mengenali sebuah *coffee shop*. Dengan latar belakang tersebut, penulis berupaya untuk merancang identitas visual dan media promosi untuk menciptakan identitas yang baik sebagai sebuah *coffee shop* dan sesuai dengan profil dari Gerobak Kopi. Dengan menggunakan metode kualitatif seperti pengumpulan data, observasi, wawancara, studi pustaka dan kuesioner yang sesuai dengan perancangan serta menganalisis datanya menggunakan metode perbandingan matriks dan SWOT untuk mendapatkan hasil konsep perancangan. Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat membuat identitas visual dan media promosi Gerobak Kopi Kota Payakumbuh, yang bertujuan untuk menciptakan identitas yang baik sebagai sebuah *coffee shop*. Selain itu perancangan ini juga bertujuan untuk memikat konsumen dan calon konsumen Gerobak Kopi dan memunculkan kesan lokalitas bagi Gerobak Kopi.

Kata Kunci: *Branding*, Identitas Visual, Media Promosi.