

ABSTRAK

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI KOPI TAHURA DJUANDA BANDUNG

Oleh:

Ira Permatasari

1601184058

Kajian ini dilatarbelakangi oleh maraknya *coffee shop* yang berdiri di Kota dan Kabupaten Bandung. Salah satunya yaitu Kopi Tahura Djuanda yang berlokasi di dekat Taman Hutan Raya Djuanda Bandung. Kopi Tahura Djuanda sudah memiliki logo yang mempresentasikan kafe atau *coffee shop*-nya, namun identitas visual dan media promosi Kopi Tahura Djuanda masih kurang diperhatikan untuk melengkapi kegiatan promosi dan pemasaran. Tujuan dari penelitian ini yaitu merancang identitas visual dan media promosi Kopi Tahura Djuanda. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif menggunakan pengumpulan data observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis data visual, analisis data kuesioner, analisis SWOT, dan analisis matriks perbandingan. Hasil perancangan diharapkan akan membuat Kopi Tahura Djuanda lebih dikenal oleh masyarakat Bandung dan omset penjualannya meningkat.

Kata kunci : Identitas Visual, *Coffee Shop*, Media Promosi, Branding, Pemasaran, Kopi Tahura Djuanda.