

## ABSTRAK

Kota Cirebon adalah salah satu kota kecil yang ada di Jawa Barat yang memiliki banyak daya tarik bagi wisatawan baik wisata religi, kuliner, dan sejarah. Think Wonderful Coffee Space sendiri merupakan salah satu kedai kopi yang menawarkan konsep arsitektur bangunan minimalis dengan sedikit sentuhan tropis yang dapat dilihat dari banyaknya tanaman yang digunakan sebagai aksen di setiap sudut bangunan. Tujuan awal terciptanya Think Wonderful Coffee Space selain untuk berbisnis adalah dapat menciptakan ruang kreatif bagi siapapun yang ingin berkreasi dan tertarik untuk mempelajari dunia kreatif dari ahlinya. Kota Cirebon sendiri memiliki banyak kedai kopi dengan berbagai konsep yang berbeda beda. Pada penelitian ini penulis berencana untuk merancang identitas visual agar dapat menciptakan citra sehingga mudah dikenal dan dapat bersaing dengan kedai kopi lainnya di Kota Cirebon dan untuk dapat menyampaikan informasi secara tepat seputar *brand*, identitas visual yang sudah dirancang akan diimplementasikan pada media promosi yang tepat. Penulis telah mengumpulkan data dengan menggunakan metode analisis dengan melakukan wawancara dengan pemilik Think Wonderful Coffee Space dan kuesioner kepada calon konsumen sesuai dengan segmentasi yaitu generasi milenial yang gemar menghabiskan waktu di kedai kopi. Berdasarkan data yang sudah didapatkan, penulis akan membuat identitas visual dan implementasinya pada media promosi yang bertujuan untuk menciptakan karakteristik brand yang dapat memperkuat perbedaan antara brand dan memudahkan dalam menyampaikan informasi

Kata Kunci : Identitas Visual, Media Promosi, *Think Wonderful*