

## ABSTRAK

Kampung Inggris adalah salah satu tempat wisata pendidikan (eduwisata) yang terkenal, yang berada di Pare-Jawa Timur. Keberadaan eduwisata Kampung Inggris tersebut sangat memengaruhi mata pencaharian masyarakat di sekitarnya. Seiring berjalannya waktu, bisnis-bisnis kuliner seperti rumah makan maupun kafe semakin banyak ditemui disana sehingga membuat persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Seperti kafe bernama “Grin Cafe” milik Adrian Bagus yang telah berjalan sejak tahun 2014. Lokasinya jauh dari keramaian dan tenang, sehingga seringkali menjadi pilihan utama pelanggan yang berkunjung disana. Harga makanan dan minuman yang ditawarkan pun lebih terjangkau. Akan tetapi ada beberapa kekurangan pada Grin Cafe, yaitu identitas visual seperti logo yang belum mampu mewakili *value* Grin Café. Dalam wawancara bersama Adrian sang pemilik kafe, beliau membuat logo kafe sendiri dengan logo inisial huruf ‘G’ untuk Grin Cafe dan dibuat menggunakan *handphone* . Selain itu, menurut pemilik kafe masih banyak masyarakat lokal maupun wisatawan belum mengetahui keberadaan Grin Cafe. Oleh karena itu Grin Cafe memerlukan pembaruan identitas visual yang lebih sesuai. Dalam proses perancangan, dilakukan penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan studi pustaka. Data yang telah didapat dianalisis menggunakan analisis matriks dan analisis SWOT untuk memperoleh strategi perancangan. Perancangan dalam Tugas Akhir ini diharapkan mampu menciptakan identitas visual Grin Cafe yang lebih sesuai, menarik dan mudah dikenal sehingga diharapkan lebih banyak pengunjung datang ke kafe ini.

Kata Kunci: *Branding*, Identitas Visual, Kesadaran Merek, Kampung Inggris