

ABSTRAK

Kopi Majana adalah coffee roastery yang berlokasi di Desa Mayana, Kecamatan Bantarkawung, Kabupaten Brebes, yang menyediakan biji kopi *roastbean* dan *greenbean* dari petani lokal pegunungan Brebes. Meskipun memiliki potensi besar untuk berkembang, Kopi Majana masih menghadapi permasalahan pada identitas visual, sehingga tingkat *brand awareness* di masyarakat tergolong rendah. Saat ini, Kopi Majana telah memiliki logo, namun belum didukung dengan filosofi, konsistensi *tipografi*, serta pengaplikasian warna dan ornamen visual yang sesuai. Selain itu, pemilik usaha juga menginginkan pembaruan identitas visual yang lebih representatif. Berdasarkan hal tersebut, perancangan ini bertujuan untuk merancang ulang identitas visual Kopi Majana agar mampu meningkatkan citra dan daya saing merek. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, studi literatur, dan analisis SWOT. Hasil perancangan berupa identitas visual baru mencakup logo, warna, dan tipografi dengan konsep simpel, modern, minimalis, dan berbasis nilai lokal. Identitas visual tersebut diaplikasikan pada media utama berupa *brand guidelines* dan media pendukung seperti kartu nama, buku nota, stempel, kemasan, stiker, kaos, apron, media sosial Instagram, banner, *neon box*, kartu ucapan, dan poster. Penerapan identitas visual secara konsisten pada berbagai media berpotensi meningkatkan *brand awareness* sekaligus memperkuat citra khas Kopi Majana.

Kata Kunci : identitas visual, *coffee roastery*, *brand awareness*, kopi majana.