

## ABSTRAK

Jonathan Christie (625150057)

### PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL VARIETA COFFEE UNTUK 17-30 TAHUN

Saat ini minum kopi sudah menjadi gaya hidup ( *lifestyle* ) di Indonesia, bagi kebanyakan masyarakat Indonesia, minum kopi adalah suatu ritual yang unik. Akhirnya minum kopi pun sudah mulai menjadi gaya hidup, baik kalangan elit, menengah, maupun masyarakat kecil. Bahkan seperti layaknya suatu ritual khusus, ritual minum kopi ini membutuhkan tempat yang juga istimewa untuk menikmati kelezatan kopi.

Dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, bisnis usaha kopi memang sedang mengalami perkembangan. Tak hanya skala warung, tapi juga usaha kopi dengan konsep *coffee shop* yang menyuguhkan beragam fasilitas. Secara kuantitas, memang jumlahnya sudah banyak yang meracik kopi dengan karakteristiknya masing-masing. Tingkat kompetisi dunia kafe dan kedai atau warung kopi menjadi sangat ketat, *branding* dalam dunia bisnis mutlak dilakukan karena dengan *branding* dapat membantu pemilik usaha membuat konsumen atau calon konsumen familiar dan percaya dengan produk yang ditawarkan. Branding yang kuat akan semakin memudahkan konsumen membedakan produk Anda dengan produk pesaing, baik dari logo produk, logo perusahaan bahkan hingga kepercayaan konsumen lainnya dalam menggunakan produk yang sama.

Varieta merupakan sebuah *coffee shop* yang terdapat di daerah Cengkareng, tepatnya di daerah perumahan Citra 6. Varieta telah berdiri dari tahun 2016, dan saat ini usaha tersebut belum berkembang. Terdapat dua pesaing yang lebih unggul dibandingkan Varieta. Menurut hasil survey, Varieta tidak memiliki konsep yang jelas untuk *coffee shopnya*. Pentingnya *branding* dalam sebuah bisnis adalah sebagai platform atau sebuah landasan dari sebuah bisnis, branding itu mencakup semua sehingga konsep dasar branding harus kuat dan memiliki sesuatu yang menarik.

**Kata Kunci :** branding, logo, coffee shop, coffee.