

ABSTRAK

Bandung adalah kota yang terkenal dengan keanekaragaman kulinernya, dan kopi termasuk kuliner yang ada dan sudah terkenal di Bandung sejak lama. Banyak sekali umkm di kota Bandung yang membuka bisnis kedai kopi, dengan segmentasi pasar yaitu anak muda atau biasa dikenal dengan kalangan milenial yang gemar menghabiskan waktu di kedai kopi untuk bertemu dengan teman dan beberapa kalangan pekerja muda yang membutuhkan tempat dengan suasana tenang untuk menyelesaikan tugas kantor. Dengan fenomena tersebut untuk mendapatkan perhatian dari calon konsumen dibutuhkan identitas visual yang baik namun hal tersebut belum tercermin pada Bennih Coffee. Dalam perancangan kali ini penulis membuat sebuah identitas visual dengan metode analisis pesaing sejenis dan kebutuhan dari kebiasaan konsumen, metode yang digunakan untuk merancang identitas visual tersebut melalui wawancara pemilik kedai dan kuesioner kepada konsumen. Hasil dari data tersebut lalu dijadikan sebuah rancangan identitas visual yang mewakili Bennih Coffee itu sendiri.

Kata Kunci : Identitas Visual, Media Promosi, Kopi, Kedai Kopi