

REBRANDING LOGO PADA USAHA UMKM COFFEE SHOP BEBAS COFFEE BANDUNG

1st Nurul Jannah Farhatin
Mahasiswa D3 Perhotelan
Telkom University
Bandung, Indonesia
nurulfarhatin2@gmail.com

2rd Siti Zakiah
Dosen D3 Perhotelan
Telkom University
Bandung, Indonesia
sitizakiah@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Rebranding logo merupakan strategi penting dalam memperkuat identitas visual suatu bisnis. Coffee Shop Bebas Bandung melakukan perubahan logo untuk menciptakan tampilan yang lebih modern dan relevan dengan tren desain saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana melakukan perubahan pada logo sebagai identitas visual dan citra bisnis Coffee Shop Bebas Coffee Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengamatan langsung terhadap elemen visual dalam logo sebelum dan sesudah rebranding. Observasi dilakukan dengan menganalisis perubahan dalam desain, warna, tipografi, serta kesan yang dihasilkan. Selain itu, penelitian ini juga mengamati respons pelanggan setelah perubahan logo untuk menilai tingkat daya tarik visual serta pengenalan merek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan logo pada Coffee Shop Bebas Coffee Bandung berhasil

menciptakan kesan yang lebih elegan dan profesional. Elemen desain baru, seperti penggunaan font modern retro typeface dan bentuk simbol yang lebih minimalis, meningkatkan daya tarik visual dan memperkuat diferensiasi merek. Observasi terhadap pelanggan mengindikasikan adanya peningkatan dalam pengenalan merek serta persepsi positif terhadap citra Coffee Shop Bebas Coffee Bandung. Analisis data sekunder juga mendukung temuan ini dengan menegaskan bahwa rebranding logo dapat meningkatkan daya saing bisnis.

Kata Kunci: Branding, Coffee Shop, Identitas Visual, Logo, Rebranding