

ABSTRAK

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS MEREK “NEVER ENDING COFFEE”

MERILLA ANGIE
625110036

Kopi merupakan salah satu komoditi yang dikagumi Indonesia. Sebagai negara penghasil kopi terbesar ke-3 di dunia setelah Brazil dan Vietnam, Indonesia hampir tidak memiliki satupun merek global maupun regional. Dewasa ini, kopi merupakan industri yang sangat berkembang saat ini. Namun masih banyak masyarakat di Indonesia yang belum menyadari betapa pentingnya menghargai kopi Indonesia melalui merek, cara pengolahan dan konsumsi yang tepat.

Perancangan tugas akhir ini bertujuan untuk mempelajari, menganalisa, dan menciptakan kembali visual merek yang dimiliki oleh perusahaan pengolahan dan distribusi kopi bernama “*Never Ending Coffee*”. Dengan kegiatan pemasaran yang berbasis *online* saat ini, *Never Ending Coffee* memiliki target kalangan menengah ke atas sebagai segmen pasar yang ditargetkan.

Penulis menemukan bahwa identitas visual yang dimiliki *Never Ending Coffee* saat itu tidak memiliki konsep yang kuat untuk mendukung merek dan bersaing dengan kompetitor lainnya dengan menarik perhatian konsumen

Melalui proses identifikasi permasalahan, analisis, konseptualisasi, perancangan, dan eksekusi, penulis menemukan solusi terbaik untuk identitas visual yang baru. Identitas visual baru yang menarik bagi target khalayak kaum muda yang mencintai tren kontemporer mereka sebagai generasi millennial. Kopi sedang menjadi tren yang sedang berkembang pada gaya hidup masa kini. Identitas ini didasari oleh sebuah konsep baru untuk mengajak khalayak agar tidak ragu mencoba menikmati kopi asli asal Indonesia di rumah.

Kata Kunci:

Kopi Indonesia; Pengolahan Kopi; Panduan Pembuatan; Produk Indonesia; Gaya Hidup