

ABSTRAK

Trilogi *Cafe* adalah sebuah cafe yang berada di Kota Banyuwangi, produk yang dijual oleh Trilogi Cafe adalah macam-macam kopi, blended, cake dan pasta. Target market dari Trilogi Cafe adalah wanita dan laki-laki berumur 18-30 tahun yang umumnya menyukai kopi dan juga menyukai suasana di cafe. Saat ini Trilogi Cafe sedang dalam proses pembangunan. Trilogi Cafe mempunyai permasalahan yaitu identitas yang belum ada, konsumen juga belum mengenal identitas. Dengan adanya permasalahan tersebut Trilogi Cafe membutuhkan brand identity yang dapat mendukung cafe agar menjadi dikenal dan kuat di mata target marketnya. Dalam proses perancangan ini teori-teori didapatkan dari buku dan website yang berisi tentang definisi maupun penjelasan dari ilmu-ilmu yang akan digunakan sebagai dasar perancangan brand identity. Proses pembuatan brand identity ini melalui tahap-tahap proses yaitu menganalisis data cafe dan kompetitor. Hasil dari analisis tersebut diolah menjadi sebuah strategi desain yang konsisten dan menjadi sebuah konsep yang berbeda dari kompetitor. Kemudian menghasilkan thumbnail, tigh tissue dan final design. Brand identity berupa nama, logo, bentuk, warna, tipografi. Setelah proses desain selesai kemudian diimplementasikan ke beberapa komponen yaitu Brand Manual Book, Menu dan Website. Kemudian dilakukannya uji coba dan evaluasi ke beberapa target market dan designer bahwa proses pembuatan brand identity ini telah sesuai dengan konsep dan keadaan cafe. Dari data uji coba kemudian dapat disimpulkan bahwa brand identity mudah diingat, menu dapat menarik konsumen, panduan brand manual book dapat dipahami dengan jelas dan informasi pada website juga tersampaikan. Setelah permasalahan brand identity teratasi maka akan terbangun brand awarness yang kuat di pemikiran target market.

Kata kunci : Brand identity, cafe, brand manual book, website.