

**REBRANDING UMKM KAFE “KOPIRIGHT” MALANG
BERBASIS ANALISIS SWOT, UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Adrian Surono
331710002

Abstrak

Seiring berjalannya waktu banyak sekali industri makanan dan minuman yang dibuka oleh banyak pengusaha. Salah satu peluang usaha yang digemari adalah kafe. Banyak sekali kafe-kafe yang dibuka di Indonesia dan juga di kota Malang. Setiap kafe memiliki keunikan dan ciri khas nya masing-masing. Oleh karena itu persaingan antara masing-masing kafe sangatlah ketat. Salah satu kafe yang memiliki potensi untuk bertahan dalam persaingan ini adalah Kopiright. Kopiright adalah sebuah kafe yang menjual minuman berbahan dasar kopi dan juga non kopi. Kopi yang digunakan oleh Kopiright adalah kopi yang sangat segar, karena pemiliknya membeli biji kopi segar langsung dari petani kopi. Namun, Kopiright masih kurang dikenali oleh masyarakat kota Malang karena kurangnya identitas visual yang kuat dan promosi yang dilakukan. Oleh karena itu, dibutuhkan *brand identity* yang dapat menarik perhatian konsumen dan calon konsumen Kopiright. Tujuan dari perancangan ini adalah membuat *brand identity* baru dan buku GSM yang berguna sebagai panduan dalam mengaplikasikan logo dan elemen visual lainnya untuk menjaga konsistensi *brand*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan. Kemudian data tersebut akan diolah menggunakan metode analisis SWOT, dan *creative brief*. Selain itu juga akan dirancang media promosi sosial media berupa *feeds Instagram* dan *packaging* yang akan berguna sebagai media promosi.

Kata Kunci: *logo, brand, branding, brand identity, kemasan*

**REBRANDING FOR MSME KOPIRIGHT CAFÉ IN THE
CITY OF MALANG BASED ON SWOT ANALYSIS, TO
IMPROVE *BRAND AWARENESS***

Adrian Surono
331710002

Abstract

Over time, there are many food and beverage industries were opened by many entrepreneurs. One of the most popular business opportunity is to opening a café. There are so many cafes opened in Indonesia and also in the city of Malang. Each café has its own uniqueness and characteristics. Therefore, the competition between each café is very tight. One of the cafes that has the potential to survive in this competition is Kopiright. Kopiright is a café that sells coffee and non-coffee-based drinks. Kopiright always provide fresh coffee, because the owner buys fresh coffee beans directly from coffee farmers. However, Kopiright is still less recognized by the people of Malang due to the lack of strong visual identity and marketing. Therefore, Kopiright need a brand identity that can attract the attention of consumers and potential consumers of Kopiright. The purpose of this design is to create a new brand identity and a GSM which is useful as a guide in applying logos and other visual elements to maintain brand consistency. This study uses qualitative methods to obtain the required data. Then the data will be processed using the SWOT analysis method, and creative brief. In addition, social media promotion will also be designed in the form of Instagram feeds and packaging that will be useful as promotional media.

Keyword: *logo, brand, branding, brand identity, packaging*