

Rebranding *Coffee Shop* “12bars” Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Melalui Sosial Media Instagram

Aditya Pratama
331710001

Abstrak

Semakin berkembangnya teknologi digital, industri makanan dan minuman juga semakin berkembang di Indonesia. Teknologi dapat dijadikan sebagai media penjualan dan promosi yang mempermudah usaha-usaha kecil yang ingin memperkenalkan usahanya kepada calon konsumen. Perkembangan ini juga berarti semakin meningkatnya persaingan antar produk yang satu dengan yang lain. 12Bars merupakan salah satu industri makanan minuman yang menjual produk kopi yang cukup unik, tetapi perusahaan ini masih kurang dikenali oleh masyarakat kota Banyuwangi karena kurangnya promosi yang dilakukan. Oleh karena itu, dibutuhkannya sesuatu yang dapat menarik minat konsumen. Tujuan dari perancangan ini adalah membuat logo, buku CIS yang berguna sebagai panduan dalam mengaplikasikan logo dan elemen visual lainnya untuk menjaga konsistensi *brand*. Selain itu juga dirancang media promosi digital berupa *feeds Instagram* dan *packaging* serta *merchandise* yang berguna untuk melindungi produk dan sebagai media promosi secara tidak langsung.

Kata Kunci: logo, *branding*, media promosi, digital, *coffee*

Rebranding Coffee Shop “12bars” To Increase Brand Awareness Through Social Media Instagram

Aditya Pratama
331710001

Abstract

With the development of digital technology, the food and beverage industry is also growing in Indonesia. Technology can be used as a sales and promotion medium that makes it easier for small businesses who want to introduce their business to potential consumers. This development also means increasing competition between one product and another. 12Bars is one of the food and beverage industries that sells coffee products that are quite unique, but this company is still poorly recognized by the people of Banyuwangi because of the lack of promotion. Therefore, we need something that can attract consumers. The purpose of this design is to create a logo, a CIS book that is useful as a guide in applying logos and other visual elements to maintain brand consistency. In addition, digital promotional media are designed in the form of Instagram feeds and packaging and merchandise that are useful for protecting products and as indirect promotional media. (kurang metode)

Keywords: logo, branding, promotional media, digital, coffee