

## ABSTRAK

Krajan Roastery merupakan *coffee roastery* yang terletak di kota Banjarnegara. Krajan Roastery menawarkan berbagai macam biji kopi *roastbean* dan *greenbean* dari pegunungan asli Banjarnegara dan pegunungan Wonosobo. Krajan Roastery memiliki potensi dalam mengembangkan bisnis *coffee roastery* semakin besar. Namun Krajan Roastery masih memiliki permasalahan dalam penggunaan identitas visual yaitu seperti pada label kemasan yang belum mencantumkan logo sebagai simbol merek dari Krajan Roastery. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis mengambil langkah penting dengan melakukan penelitian Perancangan Identitas Visual Krajan Roastery yang bertujuan untuk menerapkan identitas visual yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur serta kuesioner. Metode analisis menggunakan metode analisis SWOT, USP dan *Positioning* untuk menganalisis dan menemukan solusi dari permasalahan. Dari analisis tersebut ditemukan bahwa target market Krajan Roastery yaitu *coffee shop* dan kalangan pecinta minuman kopi, sehingga konsep perancangan yang digunakan adalah simple, dan modern. Logo yang dibuat kemudian diaplikasikan ke dalam media utama yaitu *brand guidelines* yang berisi aturan serta penggunaan identitas visual Krajan Roastery yang akan diterapkan pada media pendukung. Logo dari hasil Perancangan Identitas Visual Krajan Roastery kemudian diaplikasikan ke dalam media pendukung, yaitu *stationery*, *merchandise*, x *banner*, label kemasan, bendera, neon box, dan feeds instagram. Dengan penerapan identitas visual pada media utama dan media pendukung yang konsisten, akan meningkatkan kesadaran masyarakat sekaligus memberikan *image* yang khas bagi Krajan Roastery.

Kata Kunci : identitas visual, coffee roastery, *brand awareness*, krajan roastery