# ABSTRAK

REBRANDING PRODUK UMKM KEDAI KOPI KHEREN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK. Laporan Tugas Akhir, Jurusan Desain Komunikasi Visual, Strata Satu. (Anggi Nadia Ulhaq, I – 37, 2024)

Pada saat ini bisnis industri kopi semakin pesat karena kedai kopi merupakan salah satu tempat yang sering di kunjungi oleh remaja milenial, generasi z hingga orang tua. Namun, mereka pergi ke kedai kopi tidak hanya ingin menikmati sebuah kopi saja namun juga ingin memenuhi kebutuhan media sosial. Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing pembisnis kedai kopi harus mampu menarik perhatian pelanggan hal utama yang harus di perhatikan yaitu visual nya sebagai daya tarik kepada pelanggan agar tertarik untuk berkunjung dan mencoba karena visual yang ditampilkan merupakan citra atau identitas dari perushaan. Pengkaryaan ini diambil berawal dari ketertarikan terhadap suatu kedai kopi yaitu “ Kopi Kheren “ dikarenakan visual nya yang masi belum memiliki identitas visual yang konsisten terutama dari logo dan kemasannya yang merupakan identitas dari perusahaan tersebut. Metode yang digunakan yaitu pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Dimulai dari pengamatan ke lokasi kopi kheren yang terletak di Jl. Raya curug Plp, Legok, Kabupaten Tangerang, lalu melakukan wawancara kepada barista kopi kheren untuk mengetahui lebih dalam tentang kedai tersebut sehingga mampu menciptakan visual yang berkaitan dengan identitas perusahaan untuk meningkatkan daya saing kedepannya.

**Kata kunci** : kopi kheren, identitas visual, *Rebranding* desain, daya saing, semua kalangan