

• N g o p i •

---

# 4<sup>TH</sup> COFFEE

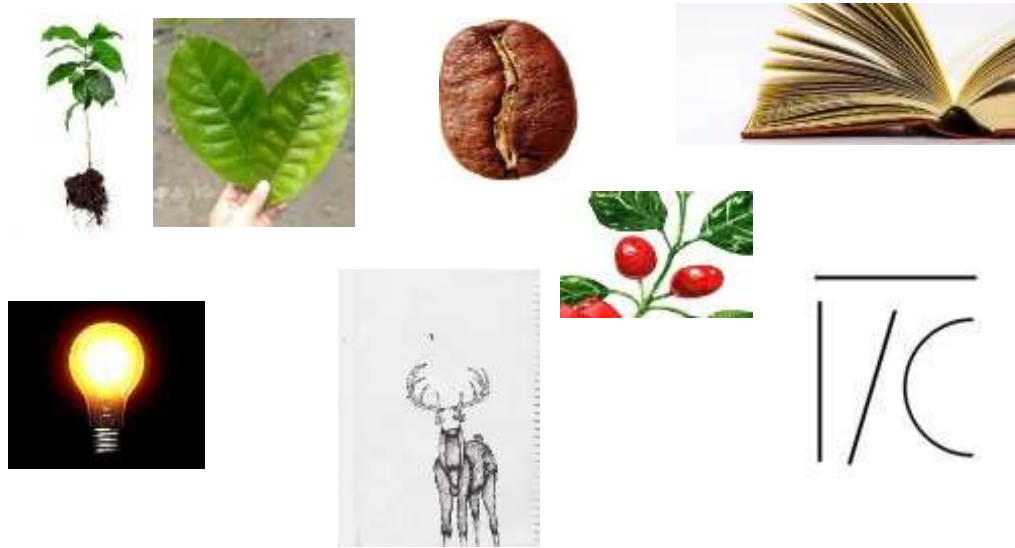
---



## LATAR BELAKANG

*Brand activation* adalah sebuah langkah perusahaan untuk dapat mengaktifkan merek tertentu pada konsumen, *Brand activation* ini berbeda dengan proses promosi lain dimana lebih menekankan pada keterlibatan konsumen terhadap proses promosi tersebut, Proses *brand activation* untuk sebuah *brand* diperlukan ide konsep dan tema yang tengah berkembang di masyarakat, tujuan utama dari *brand activation* adalah untuk membangun kesadaran konsumen, Ismaja Kopi merupakan *home industry* kopi yang berada di Bandung, Ismaja kopi didirikan oleh Ade yusup yang dikenal dengan nama panggilan kang Sutuk, Ismaja kopi berdiri dilatar belakangnya oleh pergeseran gaya hidup.

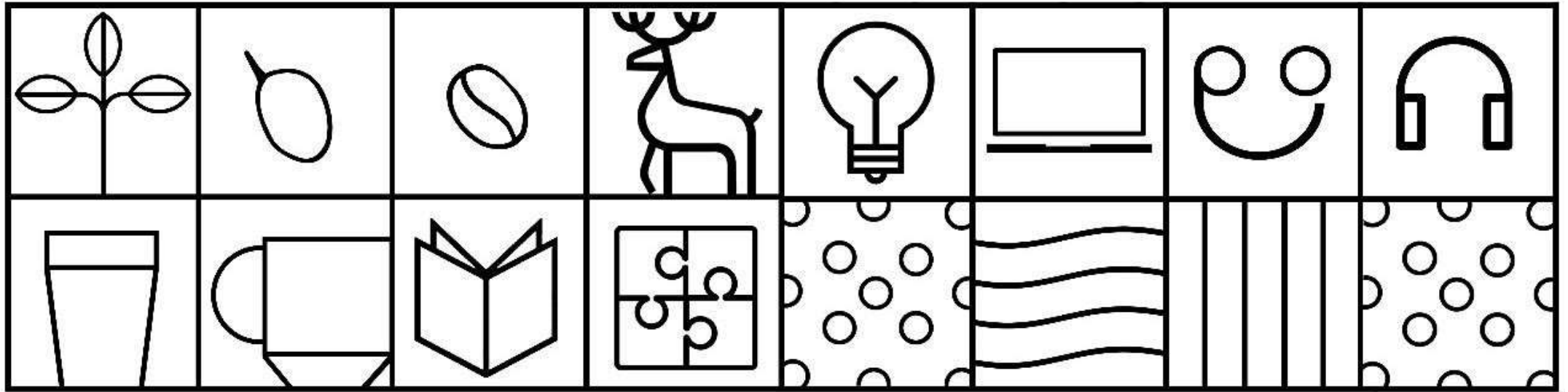




## Konsep Visual

- Konsep Visual dari perancangan ilustrasi Ismaja kopi akan menggabungkan elemen kopi dan tangan yang menyampaikan bahwasanya Ismaja kopi dengan citarasa yang baik. *layout* dikombinasi dengan unsur-unsur visual seperti *icon* penyerderhanaan dari pohon kopi, daun, biji kopi arabika dan tangan. Agar identitas dan informasi Ismaja kopi dapat di sampaikan secara efektif dan efisien

# ILUSTRASI ISMAJI KOPI





## Key Visual

. Penggayaan visual yang digunakan pada ilustrasi *booth mobile* Ismaja kopi ini mengadopsi dan menyederhanakan elemen kopi dan garis, ilustrasi ini agar menjadi *brand image* dan sebagai informasi citarasa Ismaja kopi tersampaikan.





## Tipografi

- Tipografi yang digunakan yaitu *sanserif*
- Jenis huruf “Lato”
- Lato
- ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
- abcdefghijklmnopqrstuvwxyz





## PERANCANGAN

1. *Sketsa Event Mobile Booth*



SKETSA MOBILE BOOTH 3D





## Visualisasi Media Pendukung

1. *Sketsa Event Mobile Booth*



CLEMEK





## TOPI

- a. Alasan pemilihan topi sebagai pelindung kepala dari terik matahari mengingat *event* Ismaja kopi dilaksanakn di *outdoor*
- a. Bentuk media  
Topi pada umumnya, yang berwarna putih dan menggunakan logo Ismaja Kopi di sablon dengan warna hitam
- a. Penerapan media  
Akan dijual pada masyarakat yang berkunjung ke *event* Ismaja Kopi



## TUMBLER





## CANGKIR

Alasan memilih cangkir sebagai media mengenalkan dan promosi Ismaja Kopi yang bisa dikenakan masyarakat dimanapun yang bertujuan sebagai reminder.  
Bentuk media

Cangkir warna putih dengan sablon berwarna hitam

Digunakan oleh target. sebagai merchandise setelah berkunjung ke *event* Ismaja Kopi



## GOODYBAG



## PACKAGING



---

# 4<sup>TH</sup> COFFEE

---

