

ABSTRAK

Usaha di sektor makanan dan minuman atau yang biasa di sebut *F&B* berkembang sangat pesat di Indonesia, semakin banyak pihak-pihak yang membuka usaha di bidang ini mulai dari UMKM hingga para perusahaan besar, tidak luput dari persaingan *F&B* di kota besar, Galaxy adalah termasuk daerah di Bekasi Selatan yang sangat banyak ditemukannya resto, coffeshop, dan segala macam tempat nongkrong bagi berbagai kalangan dari pelajar, mahasiswa hingga para pekerja. Salah satu Resto and lounge yang terdapat di daerah Galaxy adalah Holyglass Resto and Lounge yang berdiri sejak akhir tahun 2019 hingga saat ini. Resto and lounge sangat di gandungi anak muda yang ingin menghabiskan waktu bersama kawan sejawat maupun kolega untuk bercengkrama hingga hanya sekedar kongkow bersama teman-teman. Dari observasi yang penulis lakukan, ternyata Holyglass resto and lounge masih kuran mendapat perhatian lebih dari para calon pelanggan khususnya anak muda yang ada di daerah Galaxy, Bekasi. Berkaca pada fenomena ini, perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan identitas visual dari Holyglass Resto and Lounge terutama untuk media promosi di media sosial. Perancangan kali ini menggunakan metode penelitian yang dilakukan secara kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi dan data yang telah terkumpul diolah dan dianalisis dengan metode SWOT. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan pada perancangan identitas visual dan media promosi untuk meningkatkan penjualan produk dari Holyglass dan menarik konsumen untuk meramaikan acara yang di selenggarakan outlet.

Kata Kunci : Identitas Visual, Resto and Lounge, Galaxy, Bekasi