

ABSTRAK

CV. Kopi Geulis Sumedang merupakan UMKM lokal yang bergerak di bidang produksi dan penyajian kopi berkualitas, namun masih menghadapi tantangan dalam menjangkau konsumen umum, khususnya kalangan menengah ke bawah. Meskipun telah dikenal di kalangan pecinta kopi, identitas visual merek yang digunakan dinilai belum mampu merepresentasikan nilai produk secara luas dan inklusif. Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang identitas visual produk turunan Kopi Geulis sebagai strategi branding yang dapat memperluas jangkauan pasar tanpa menghilangkan citra premium yang telah terbentuk. Metodologi yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara dengan pemilik usaha, survei konsumen, serta studi literatur. Analisis data dilakukan dengan pendekatan SWOT, analisis deskriptif kualitatif, dan perbandingan visual kompetitor. Hasil perancangan difokuskan pada penyusunan sistem identitas visual terpadu dalam bentuk *Graphic Standard Manual (GSM)*, yang mencakup elemen logo, warna, tipografi, kemasan, dan media promosi. Hasil akhir dari perancangan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik visual produk, memperkuat citra merek, serta meningkatkan daya saing Kopi Geulis di pasar lokal. Penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan strategi branding berbasis desain komunikasi visual di sektor UMKM kopi Indonesia.

Kata Kunci: *Identitas Visual, Branding, UMKM Kopi, Desain Komunikasi Visual, Graphic Standard Manual.*