

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penguatan identitas merek. Kopi Benawa merupakan usaha kopi lokal yang berasal dari Kota Pagar Alam yang memerlukan media digital untuk meningkatkan visibilitas merek dan memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun website sebagai media digital branding Kopi Benawa yang mampu menyajikan informasi perusahaan, produk, serta nilai-nilai merek secara efektif. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Adapun metode pengembangan website menggunakan model ADDIE yang terdiri dari lima tahapan, yaitu Analysis (analisis kebutuhan), Design (perancangan sistem dan antarmuka), Development (pengembangan website), Implementation (penerapan sistem), dan Evaluation (evaluasi sistem). Hasil penelitian menunjukkan bahwa website yang dirancang mampu menampilkan informasi profil perusahaan, produk kopi, galeri, testimoni pelanggan, serta kontak yang dapat diakses dengan mudah oleh pengguna. Dengan adanya website ini, Kopi Benawa memiliki media digital yang lebih profesional dalam membangun citra merek, meningkatkan kepercayaan pelanggan, serta mendukung kegiatan promosi secara lebih luas dan efektif.

Kata Kunci: *Digital Branding; Website; Kopi Benawa; ADDIE; Media Promosi*

ABSTRACT

The rapid development of information technology has encouraged businesses to utilize digital media as a tool for promotion and brand enhancement. Kopi Benawa is a local coffee business originating from Pagar Alam, South Sumatra, that requires digital media to increase brand visibility and expand the dissemination of information to the public. This study aims to design and develop a website as a digital branding medium for Kopi Benawa that can effectively present company information, products, and brand values. The research methods used include observation, interviews, documentation, and literature review to collect the necessary data. The website development process applies the ADDIE model, which consists of five stages: Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation. The results of this study indicate that the developed website is capable of providing information regarding the company profile, coffee products, gallery, customer testimonials, and contact information that can be easily accessed by users. The website serves as a professional digital platform for Kopi Benawa to strengthen its brand image, increase customer trust, and support promotional activities more effectively and efficiently. Therefore, the website is expected to contribute to the improvement of Kopi Benawa's digital branding strategy and business development.

Keywords: Digital Branding; Website; Kopi Benawa; ADDIE; Promotional Media