

ABSTRAK

IDENTITAS VISUAL SEBAGAI MEDIA REPRESENTASI VISUAL DALAM MEMBRANDING BAKSO ATOK

Oleh:

GRANDY INDRAJAYA

grandyidj22.2011070003@mail.darmajaya.ac.id

Perancangan identitas visual menjadi sangat penting karena salah satu upaya dalam merepresentasikan dan mewakili dari *brand* atau merk tertentu. Selain untuk mewakili *brand* nya, identitas visual juga dapat meningkatkan rasa *awareness* bagi konsumen dalam memilih *brand* tersebut. Penelitian ini tertuju untuk mengangkat permasalahan pedagang kaki lima yaitu” bakso atok “yang belum memiliki identitas visual yaitu logo. Banyaknya konsumen yang ragu dengan makanan yang dijual karena merasa tidak yakin dengan kualitas dan citra rasanya ditambah belum memiliki identitas visual dari dagangannya yaitu logo. Bakso atok membutuhkan ide dan inovasi untuk meningkatkan *awareness* dan kepercayaan bagi konsumen. Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut perancangan identitas visual menjadi sangat penting dan utama karena yang dilihat konsumen pertama kali yaitu logo dari *brand* tersebut. Tujuan dari perancangan ini adalah meningkatkan rasa kepercayaan konsumen terhadap bakso atok dan mudah dikenali oleh masyarakat dalam cangkupan yang lebih luas, oleh karena itu perancangan logo dibuat melalui berbagai proses dari observasi, sketsa, penentuan layout dan pemilihan warna hingga digitalisasi sesuai konsep yang dibutuhkan dan diinginkan. Dan dengan adanya logo dari bakso atok dapat meningkatkan kualitas citra yang di branding dan kuantitas dari hasil penjualannya sehingga banyaknya masyarakat yang percaya dan *awareness* dengan bakso atok serta dalam pengembangan usahanya dapat dijadikan contoh oleh pedagang atau UMKM lain yang juga sedang dalam tahap pengembangan usahanya.

Kata Kunci: Identitas visual, Logo, *Brand*, Bakso