

ABSTRAK

2R Handy Craft adalah UMKM yang bergerak dalam bidang *fashion* dan suvenir ciri khas Lampung yaitu tapis. UMKM ini memiliki berbagai ragam suvenir dan *fashion* yang di jual seperti gantungan kunci, peci, bross, outer, tas, selendang, dll. 2R Handy Craft belum memiliki *brand image* yang dapat mempresentasikan 2R Handy Craft dengan baik serta tidak memiliki desain yang konsisten. Sebagai UMKM yang sedang berkembang. 2R Handy Craft memiliki logo yang mengandung plagiarisme yang dapat merugikan serta menghambat perkembangan 2R Handy Craft itu sendiri, serta media promosi yang kurang layak dalam memperkenalkan dan juga menawarkan produk dari 2R Handy Craft. Perancangan ulang ini menggunakan metode morfologi sebagai metode kreatif untuk merumuskan konsep visual dari sebuah rancangan. Metode morfologi digunakan dalam merancang ulang *brand image* yang dimiliki 2R Handy Craft sehingga dapat membuat visualisasi logo yang kuat dalam merepresentasikan *brand image* dari 2R Handy Craft. Perancangan logo diawali dengan pengumpulan data visual, data verbal, analisis, konsep visual, finalisasi desain lalu didukung dengan promosi melalui media utama dan media pendukung. Hasil dari perancangan ulang ini berupa logo beserta filosofi yang diaplikasikan kedalam media utama yaitu graphic standard manual lalu dibantu dengan media pendukung yaitu instagram, *stationary set*, *vehicle design*, dll. Hasil yang didapat dari perancangan ini yaitu logo yang terhindar dari plagiarisme serta mempresentasikan UMKM 2R Handy Craft sekaligus ciri khas pembeda terhadap kompetitor lainnya yang dapat meningkatkan *brand image* dan juga promosi.

Kata Kunci : 2R Handy Craft, Visual Identity, UMKM, Promosi, Brand image.

ABSTRACT

2R Handy Craft is a small and medium-sized enterprise that specializes in fashion and souvenirs typical of Lampung, which is known as tapis. They sell a variety of souvenirs and fashion items like keychains, caps, brooches, outerwear, bags, scarves, etc. However, 2R Handy Craft currently lacks a well-defined brand image and consistent design. This can be a hindrance to the growth of the MSME. Additionally, their current logo contains plagiarism which can be damaging to the development of 2R Handy Craft and inappropriate for promotional purposes. To address these issues, the morphological method was used to redesign the brand image of 2R Handy Craft. This method is a creative way to formulate a visual concept of design. The redesign process involved collecting visual and verbal data, analyzing the data, creating visual concepts, finalizing the design, and then promoting it through main and supporting media. The result of this redesign is a logo and philosophy which is applied to the main media, graphic standard manual, then assisted by supporting media, such as stationary sets, instagram, and vehicle designs. The new logo avoids plagiarism and presents MSME 2R Handy Craft as a distinctive brand that sets it apart from competitors. This can improve their brand image and promotion, which is essential for the growth of their business.

Kata Kunci : 2R Handy Craft, Visual Identity, UMKM, Promotion, Brand image.