

ABSTRAK

DESAIN *CORPORATE IDENTITY* IKATAN PURNA AMBALAN SUKANDA-LAKSMA SEBAGAI MEDIA *BRAND AWARENESS*

Oleh:

ADJI IBRAMSYAH

2011070059

adjiibram@gmail.com

Ikatan Purna Ambalan Sukanda-Laksma merupakan organisasi nirlaba yang bertujuan untuk mengembangkan potensi generasi muda. Namun, organisasi ini masih memiliki beberapa kendala dalam memperkuat *brand awareness*, salah satunya adalah *corporate identity* yang tidak konsisten. Perancangan ini bertujuan untuk merancang *corporate identity* yang dapat secara efektif mencerminkan nilai-nilai, tujuan, dan identitas organisasi secara konsisten dan optimal. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi yang dilengkapi dengan analisa SWOT. Dari metode tersebut menunjukkan bahwa organisasi Ikatan Purna Ambalan Sukanda-Laksma memiliki potensi besar untuk meningkatkan *brand awareness* melalui perancangan *corporate identity*. Hasil dari perancangan ini berupa *Graphic Standard Manual* (GSM) yang berisi pedoman untuk mengatur penggunaan *corporate identity* dengan baik dan benar. Di dalam pedoman tersebut juga disertakan implementasi desain ke dalam berbagai bentuk media komunikasi seperti *template* media sosial, situs web, *stationery set*, dan lain sebagainya. Dengan demikian, diharapkan organisasi Ikatan Purna Ambalan Sukanda-Laksma dapat memperkuat citra dan pengaruhnya di masyarakat dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Kata Kunci: *Corporate Identity, Brand Awareness, Organisasi Nirlaba.*

ABSTRACT

THE DESIGN OF CORPORATE IDENTITY FOR IKATAN PURNA AMBALAN SUKANDA-LAKSMA AS A BRAND AWARENESS MEDIUM

By:

ADJI IBRAMSYAH

2011070059

adjibram@gmail.com

The Ikatan Purna Ambalan Sukanda-Laksma is a non-profit organization aimed at developing the potential of the younger generation. However, this organization faces several challenges in strengthening its brand awareness, one of which is inconsistent corporate identity. This design aims to develop a corporate identity that effectively reflects the organization's values, goals, and identity consistently and optimally. The research employs a qualitative approach with data collection techniques including interviews and observations, complemented by SWOT analysis. The results show that the Ikatan Purna Ambalan Sukanda-Laksma organization has significant potential to enhance brand awareness through the development of corporate identity. The outcome of this design is a Graphic Standard Manual (GSM) that provides guidelines for proper and effective use of corporate identity. The manual also includes design implementations for various forms of communication media, such as social media templates, websites, stationery sets, and more. Thus, it is hoped that the Ikatan Purna Ambalan Sukanda-Laksma organization can strengthen its image and influence in the community to achieve its organizational goals.

Keywords: *Corporate Identity, Brand Awareness, Non-Profit Organization*