

ABSTRAK

“PERANCANGAN BRAND IDENTITY DAN MEDIA PROMOSI PRECIOUS DECORATION DI SEMARANG”

Perancangan ini dilakukan dalam rangka memperkenalkan *brand* Precious Decoration untuk masyarakat generasi Y di kota Semarang. Precious Decoration adalah sebuah perusahaan yang bergerak di jasa dekorasi acara pesta.

Penyusunan *brand identity* dan media promosi ini muncul berdasarkan masalah yang dihadapi oleh Precious Decoration yaitu dimana jasa ini masih baru berdiri dan belum memiliki identitas yang kuat terutama dalam hal promosi. Sebagai brand yang masih baru, dibutuhkan adanya sebuah identitas dan promosi yang kuat, agar value dari perusahaan dapat tersampaikan dan diingat oleh target market. Agar dapat memperkenalkan *brand* Precious Decoration diperlukan strategi komunikasi visual dan penyusunan konsep identitas visual sebagai solusi dari permasalahan serta dapat memunculkan *awareness* di benak target market.

Identitas visual merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk dan pemilihan media promosi sangat berpengaruh untuk mempromosikan produk terutama yang menggunakan media sosial. Selain tidak membutuhkan biaya, media sosial juga sangat digemari oleh anak muda jaman sekarang. Cara untuk memperkenalkan *brand* dengan membuat identitas visual yang sesuai dengan target market agar lebih mudah memunculkan *brand awareness*. Hal ini bertujuan agar Precious Decoration dapat dikenal dan berbeda dengan bisnis lain yang menawarkan jasa sejenis.

Menyesuaikan karakter *brand* dengan target market bertujuan untuk menciptakan image dari Precious Decoration agar dapat tertanam di benak masyarakat dan menjadi lebih mudah dikenal. Dalam melakukan promosi bertujuan agar nilai *value* dapat ditawarkan dan diketahui oleh target market. Elemen dan gaya desain yang ada dalam pembuatan *brand* ini juga berperan dalam menentukan penilaian masyarakat terhadap jasa dari Precious Decoration.

Kata kunci: Dekorasi, Pesta, Identitas visual, Media promosi dan *Awareness*.

ABSTRACT

“BRAND IDENTITY AND PROMOTION MEDIA PRECIOUS DECORATION IN SEMARANG”

This design is made in order to introduce brand Precious Decoration for people that in Y Generation range based in Semarang. Precious Decoration is a service that made decorations for party or events.

The preparation of brand identity and promotion media is based on the problems faced by Precious Decoration which is where the service is still new and does not have a strong personal identity, especially in terms of promotion. As a new brand, it requires a strong identity and promotion so that the value and functional value can be conveyed and remembered by the target market. In order to introduce the brand of Precious Decoration it required a visual communication strategy and the preparation of the concept of visual identity as a solution of the problems and can bring awareness in the minds of the community.

Visual identity is one way to introduce products and the selection of highly influential promotional media to promote products primarily through social media. In addition not to many cost, social media is also very popular with the young people today. How to introduce the brand by creating a visual identity in accordance with the target market to make it easier to bring brand awareness. This is so Precious Decoration can be known and different from the other competitors.

Adjust the character of the brand with the target market, with the hope that the image from Precious Decoration is able to form in consumer's mind to more easily known. In doing the promotion aims for value and selling points can be known by the target market. The elements and design style that exist in the making of this brand also have a role to determining the community's asesment of the service of Precious Decoration.

Keywords: *Decoration, Party, Visual Identity, Promotion Media and Awareness.*





