

ABSTRAK

“PERANCANGAN BRAND IDENTITY UNTUK KLAYMATE CRAFT BESERTA MEDIA PROMOSINYA”

Keterampilan dengan menggunakan clay merupakan suatu hal yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia, namun di Indonesia keterampilan menggunakan clay belum terlalu berkembang karena faktor dari sulitnya mencari bahan baku dan alat untuk berkreasi menggunakan clay. Perancangan ini dilakukan dalam rangka membangun identitas merek produk clay kit dari Klaymate Craft agar dikenal sebagai merek clay kit bertema yang memiliki kualitas bahan yang baik dengan harga terjangkau. Karena jaman sekarang banyak orang yang menggunakan media online sebagai tempat berbelanja dan media sosial sebagai media untuk berinteraksi, maka media promosi yang sesuai adalah media promosi online, media promosi offline juga digunakan untuk meningkatkan kesadaran merek. Dalam mengumpulkan data hasil penelitian digunakan metode penggalan data primer dan sekunder, dimana data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi baik terhadap expert user maupun extreme user, sedangkan data sekunder diperoleh melalui sumber literatur buku dan jurnal. Perancangan desain identitas merek beserta media promosi Klaymate Craft merupakan hal yang penting untuk memperoleh brand image yang sesuai, khususnya bagi anak-anak usia 6 tahun keatas, hingga dewasa muda yang senang kerajinan tangan.

Kata kunci: Identitas merek, media promosi, media online dan kerajinan tangan.

ABSTRACT

“DESIGNING BRAND IDENTITY FOR KLAYMATE CRAFT WITH ITS PROMOTION MEDIA”

The art of using clay is something that is already familiar to the people of Indonesia, but in Indonesia clay crafting hasn't been developed yet due to the difficulty of finding the materials and tools to use for clay crafting. This project was carried out in order to build the identity of the clay kit brand from Klaymate Craft to be known as a brand of themed clay kits that has good quality materials at affordable prices. Because today many people is using online media as a place to shop and social media as a medium to interact, then the appropriate promotional media is online promotion media, offline promotional media is also used to increase brand awareness. In collecting research data, primary and secondary data extraction methods are used, where primary data is obtained through interviews and observations of both expert users and extreme users, while secondary data is obtained through literature sources of books and journals. Designing a brand identity design and promotional media Klaymate Craft is important to obtain an appropriate brand image, especially for children aged 6 years and above, to young adults who love crafts.

Keywords: *Brand identity, promotional media, online media and crafts.*