

## ABSTRAK

### Perancangan Brand Identity dan Media Promosi

“GUNA GRAPHY” adalah bisnis yang bergerak di bidang fotografi dan manajemen sosial media sebagai *value* yang diciptakan untuk membantu para *startup* bisnis *fashion*. Masalah yang dihadapi oleh “GUNA GRAPHY” pada saat ini yaitu belum memiliki *brand identity* dan media promosi yang tepat untuk memperkenalkan brand ini kepada *target audience*. Perancangan ini dibuat untuk merancang *brand identity* dan media promosi yang tepat untuk jasa fotografi “GUNA GRAPHY” agar dapat mengkomunikasikan *value* dan identitas perusahaan serta meningkatkan *awareness* dari target pasar terhadap *brand* “GUNA GRAPHY”.

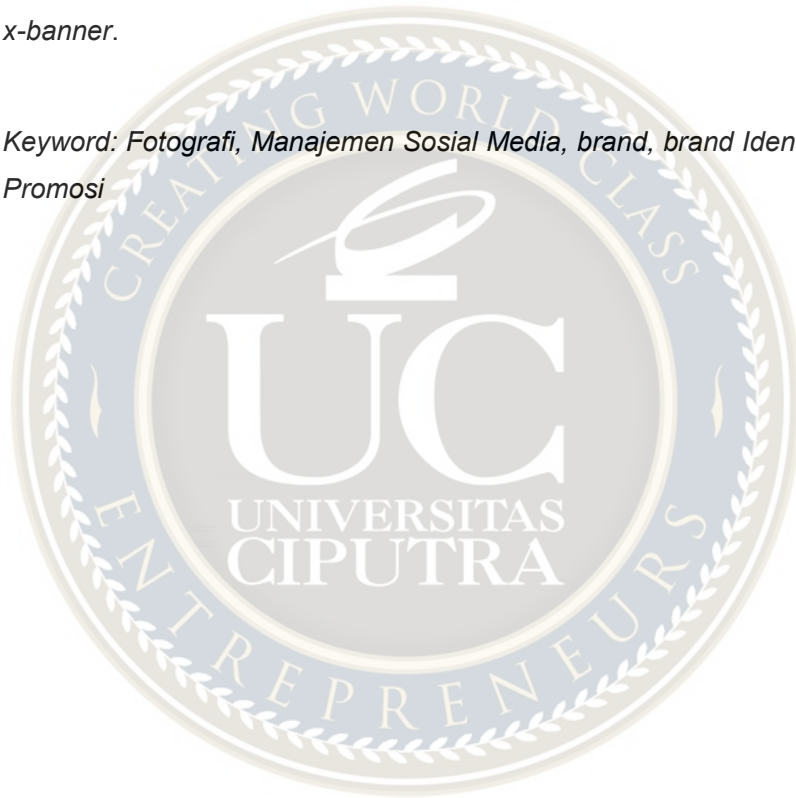
Metode penelitian dalam perancangan ini menggunakan studi literatur, penelitian kualitatif, dan kuantitatif. Studi literatur digunakan untuk mencari landasan teori mengenai brand, brand identity, gaya desain, strategi promosi, strategi komunikasi visual, dan media promosi untuk perancangan ini.

Penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner. Metode kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini digunakan untuk mencari data mengenai kebiasaan para audience dan calon customer dalam mencari informasi melalui sosial media maupun media offline lainnya.

Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dengan *expert* dan *extreme user* dan ditambah dengan melakukan FGD ( *Focus Group Discussion* ). Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mencari informasi, untuk *expert user* digunakan untuk mencari informasi mengenai pendapat *expert user* tentang desain baru dari brand identity maupun pendapat mereka mengenai media promosi dari Guna Graphy, sedangkan untuk penelitian fgd dan *extreme user* untuk mencari data mengenai kebiasaan calon customer untuk memastikan apa media yang paling tepat untuk menjangkau target audience

Hasil dari penelitian ini kemudian dirumuskan menjadi sebuah perancangan untuk membangun *brand* “GUNA GRAPHY”. Hasil penelitian ini didapatkan *tagline* yang sesuai untuk brand GunaGraphy adalah, *creativity and innovation*. Untuk gaya desain yang sesuai untuk brand ini menggunakan konsep *Flat Design* yang terkesan *Simple, Modern and Playfull*. Media promosi yang sesuai untuk mempromosikan brand Guna Graphy adalah media instagram dan website untuk media online, sedangkan untuk media offline menggunakan media pameran (*booth*), mini katalog, brosur, poster dan *x-banner*.

*Keyword: Fotografi, Manajemen Sosial Media, brand, brand Identitas, Media Promosi*



## ABSTRACT

*"GUNA GRAPHY" is a business engaged in photography and social media management as a value created to help fashion business partners. The problem faced by "GUNA GRAPHY" at this time is that it does not yet have the right brand identity and promotion media to introduce this brand to the target audience. This design was created to design the right brand identity and promotion media for "GUNA GRAPHY" photography services to communicate the company's values and identity and increase awareness of the target market for the "GUNA GRAPHY" brand.*

*The research method in this design uses literature studies, qualitative research, and quantitative research. Literature studies are used to find the theoretical basis for the brand, brand identity, design style, promotion strategies, visual communication strategies, and promotional media for this design.*

*Research using quantitative methods in this study using questionnaire techniques. Quantitative methods used in this study are used to find data about the habits of the audience and prospective customers in finding information through social media and other offline media.*

*The qualitative method used in this study uses interview techniques with experts and extreme users and is coupled with conducting FGD (Focus Group Discussion). The qualitative method used in this study aims to find information, for expert users used to find information about the opinions of expert users about the new design of brand identity and their opinions about promotional media from Guna Graphy, while for FGD and extreme user research to find data recognize prospective habits customers to ascertain what is the most appropriate media to reach the target audience*

*The results of this study were then formulated into a design to build the "GUNA GRAPHY" brand. The results of this study found that the*

*appropriate tagline for the GunaGraphy brand is, creativity and innovation. For a design style that is suitable for this brand, using a flat design concept that seems simple, modern, and playful. Promotional media that are suitable for promoting the Guna Graphy brand are Instagram media and websites for online media, while for offline media using exhibition media (booths), mini catalogs, brochures, posters, and x-banners.*

*Keyword: Photography, Social Media Management, brand, brand identity, media promotion*

