

# **REDESIGNING IDENTITAS VISUAL TOKO CAT WARNA KINCLONG IDENTITY**

**Dicky Ega Firmansyah**

**NIM 42315010026**

## **ABSTRACT**

Very high brand growth, with a tight competitive situation encourages a brand to have the right strategy in attracting and convincing consumers. The Warna Kinclong Paint Shop actually has a visual identity, but its application has not been maximal and inconsistent. The redesign of the Bright Color Paint Shop identity was done so that the Bright Color Paint Shop had a clear and easily recognizable logo image and identity by the public. In the redesign of Warna Kinclong Paint Shop identity is not as easy as imagined, there are many processes that must be gone through such as research and analysis, brainstorming, logo sketching, logo sketching with company companies, digital processes, production, and post-production. After carrying out a long process, it was found a conclusion that the visual identity that was created was enough to give the impression of brand awareness to the audience. In addition, this visual identity also represents what is the goal of the Bright Color Paint Shop. This work illustrates that the character of the Warna Kinclong Paint Shop is formed because it has a strong branding concept. A brand is formed from a combination of an appropriate strategy and associations formed in it.

Keywords: Corporate Image, Identity, Logo

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL TOKO CAT WARNA  
KINCLONG**

**Dicky Ega Firmansyah**

**NIM 42315010026**

**ABSTRAK**

Pertumbuhan merek yang sangat tinggi, dengan situasi persaingan yang ketat mendorong sebuah merek untuk memiliki strategi yang tepat dalam menarik serta meyakinkan konsumen. Toko Cat Warna Kinclong sebenarnya sudah memiliki identitas visual, tetapi dalam penerappannya belum maksimal dan tidak konsisten. Perancangan ulang identitas Toko Cat Warna Kinclong dilakukan agar Toko Cat Warna Kinclong mempunyai citra dan identitas logo yang jelas dan mudah dikenali oleh masyarakat. Dalam perancangan ulang identitas Toko Cat Warna Kinclong tidak semudah yang dibayangkan, banyak proses yang harus dilalui seperti riset dan analisa, brainstorming, sketsa logo, pemilihan sketsa logo dengan pihak perusahaan, proses digital, produksi, dan pasca produksi. Setelah melakukan proses yang panjang ditemukan sebuah kesimpulan bahwa identitas visual yang dibuat sudah cukup memberikan kesan brand awerness kepada khalayak. Selain itu identitas visual ini pun sudah mewakilkan apa yang menjadi tujuan dari Toko Cat Warna Kinclong. Hasil karya ini menggambarkan bahwa karakter Toko Cat Warna Kinclong terbentuk karena memiliki konsep branding yang kuat. Sebuah brand terbentuk dari perpaduan antara suatu strategi yang tepat dan asosiasi yang terbentuk di dalamnya.

Kata kunci : *Citra Perusahaan, Identitas, Logo*