

**PERANCANGAN REDESAIN IDENTITAS VISUAL
PADA *HOME INDUSTRY* “TOSHIN BAKERY”**

Nadia Oktaviyani

42315010016

ABSTRACT

Nowadays many home industry is growing, for example in the field of bakery. Toshin Bakery is a home industry, they make homemade breads and cakes. Toshin Bakery made a variety homemade breads and pastries. Their breads and pastries are still fresh from the oven and have a delicious taste. Toshin Bakery sell their products online and sell directly to consumers. Consumers of Toshin Bakery come from various circles, because the price of breads and pastries are equally average in the pockets. The weakness from this bakery is Toshin Bakery Visual Identity still ambiguous and temporary, because the owner of the Toshin Bakery always changes their logo. Before the owner use visual identity “Toshin Bakery” logo, the owner created a logo with the brand name “Dapur Oshin” logo. Visual identity change can make consumers confused and not familiar with the brand. The owner need a good and eye-catching visual identity to help consumer remember Toshin Bakery visual identity, so that it can enhance the image to the consumer by redesign the new visual identity for Toshin Bakery. Redesign Toshin Bakery visual identity with appropriate and good design will explain brand meaning, goals and self-image to consumer. Visual Identity image is the result and interpretation of the brand. Therefore, redesign Toshin Bakery visual identity with appropriate and good design that can support Toshin Bakery. So that people can get to know the brand of Toshin Bakery and improve the image of consumers.

Key Words: *Toshin Bakery, Visual Identity, and logo*

**PERANCANGAN REDESAIN IDENTITAS VISUAL
PADA *HOME INDUSTRY* “TOSHIN BAKERY”**

Nadia Oktaviyani

42315010016

ABSTRAK

Saat ini banyak berdiri home industry yang sedang berkembang, contohnya dalam bidang *bakery*. Toshin Bakery merupakan wirausaha yang membuat roti dan kue – kue dari buatan rumahan (*Home Made*). Toshin Bakery membuat berbagai macam roti dan kue – kue kering yang masih *fresh* dari oven dan memiliki rasa yang lezat. Toshin Bakery memasarkan produknya melalui *online* dan di jual langsung kepada konsumennya. Konsumen dari Toshin Bakery disukai dari berbagai kalangan, karena harga produknya yang cukup di kantong. Kelemahan pada *bakery* ini adalah Identitas Visual pada Toshin Bakery masih tergolong rancu dan sementara karena pemilik dari Toshin Bakery masih merubah - rubah logonya. Sebelum logo Toshin Bakery, pemilik membuat logo dengan nama *brand* Dapur Oshin. Perubahan Identitas Visual dapat membuat konsumen bingung dan tidak mengenal *brand*nya. Pemilik membutuhkan Identitas Visual yang baik dan mudah diingat sehingga dapat meningkatkan citra pada konsumen yaitu dengan melakukan perancangan ulang desain logo yang baru untuk Toshin Bakery dan sesuai untuk *brand* Toshin Bakery. Perancangan ulang desain identitas visual yang tepat dan sesuai akan menentukan makna *brand*, tujuan dan citra diri. Citra adalah hasil dan interpretasi dari *brand*. Oleh karena itu perancangan Identitas Visual yang dapat menunjang Toshin Bakery adalah dengan merancang ulang logo dari Toshin Bakery yang tepat dan sesuai, sehingga masyarakat dapat mengenal *brand* dari Toshin Bakery dan meningkatkan citra pada konsumen.

Kata Kunci: *Toshin Bakery, Identitas Visual, dan logo*