

# **VISUAL IDENTITY DESIGN ISOKA CROCHET PRODUCT**

**DIAS NOVIASARI**

NIM 423 1621 0017

## **ABSTRACT**

*Isoka is a fashion brand that sells handmade accessories products with the crochet and macrame methods. Its products have a sale value which is made by process by the hand of the craftsman and with selected materials so as to produce fashionable and quality products. Isoka products are sold online and offline and are promoted through Instagram.*

*This Isoka brand has a problem that is the absence of visual branding to be able to compete in the market. Because of that, a visual identity design was made for the Isoka brand. Regarding this design, the writer's designed the logo, stationary media, supporting media for promotion and sales, and the Graphic Standard Manual Book.*

*In accordance with the design used at Isoka, this visual identity design uses fashion photography in making its visual design that looks warm, fashionable, and vintage. Logos and other visual media identities refer to Isoka's visual strategy.*

*With the design work used on the Isoka brand, it is expected to be able to compete in the market, by bringing brand values that are in accordance with the visuals displayed by Isoka, as well as making it easier for brands to fix the image displayed on marketing target and the mass.*

**Keywords:** *Brand, Branding, Vintage, Crochet*

# PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PRODUK RAJUT ISOKA

DIAS NOVIASARI

NIM 423 1621 0017

## ABSTRAK

Isoka merupakan sebuah *brand fashion* yang menjual produk aksesoris *handmade* dengan metode rajut dan *macrame*. Produk-produknya memiliki nilai jual dimana dibuat dengan proses oleh tangan pengrajin dan dengan material-material yang pilihan sehingga menghasilkan produk-produk yang *fashionable* dan berkualitas. Produk Isoka dijual secara *online* dan *offline* dan promosi melalui Instagram.

*Brand* Isoka ini memiliki sebuah kendala yaitu tidak adanya *visual branding* untuk dapat bersaing di pasaran. Oleh karena itu dibuatlah perancangan identitas visual untuk *brand* Isoka. Mengenai perancangan ini, penulis merancang logo, media *stationary*, media pendukung untuk promosi dan penjualan, serta *Graphic Standard Manual Book*.

Sesuai dengan desain yang digunakan pada Isoka, perancangan identitas visual ini menggunakan *fashion Photography* dalam pembuatan desain visualnya yang terkesan *warm*, *Fashionable*, dan *vintage*. Logo dan identitas visual media lainnya mengacu pada strategi visual Isoka.

Dengan karya perancangan yang digunakan pada brand Isoka diharapkan dapat mampu bersaing dipasaran, dengan membawa nilai brand yang sesuai dengan visual yang di tampilkan oleh Isoka, serta memudahkan brand untuk menetaokan citra yang ditampilkan pada tager pasar dan juga masyarakat luas.

**Kata Kunci:** *Brand, Branding, Vintage, Rajut*