

PERANCANGAN BRANDING  
BRAND IDENTITY MOLLEX

Nanda Dwi Ramadhan  
42317010005

**ABSTRACT**

Brand is an identity of the company that distinguishes between products and places. Brand is also defined as a name, term, sign, symbol or design. While Branding is a communication activity and also maintains the brand. Branding is also the process of designing, designing, and communicating a name and identity. Branding is also influential in order to give perspective to others who see it. With branding, companies can receive responses from consumers and can also. In this era, the brand in a company is very influential on the image that is conveyed to the public to increase brand awareness.

The purpose of this design is to produce a brand identity that is in accordance with Mollex, to build a better company image, to be able to adapt to the times, and also to make it look more professional and support media that is able to be accepted by the community and in accordance with the target market.

**Key Word:** Brand Identity, Branding, Mollex



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

PERANCANGAN BRANDING  
BRAND IDENTITY MOLLEX

Nanda Dwi Ramadhan  
423170100005

**ABSTRAK**

Brand merupakan sebuah identitas dari perusahaan yang membedakan antar produk, maupun tempat. Brand juga didefinisikan sebagai nama, istilah, tanda, symbol atau rancangan. Sedangkan Branding adalah sebuah kegiatan komunikasi dan juga mempertahankan brand. Branding juga merupakan proses mendesain, merancang, dan mengkomunikasikan nama serta identitas. Branding juga berpengaruh dalam rangka memberikan perspektif kepada orang lain yang melihatnya. Dengan adanya branding perusahaan dapat menerima respon dari konsumen dan juga bisa. Pada zaman ini, brand dalam sebuah perusahaan sangat berpengaruh terhadap citra yang di sampaikan kepada masyarakat untuk menambah brand awareness.

Tujuan perancangan ini ialah untuk menghasilkan brand identity yang sesuai dengan Mollex , membangun image brand agar lebih baik, agar bisa menyesuaikan zaman, dan juga agar terlihat lebih professional dan media pendukung yang mampu untuk di terima di kalangan masyarakat dna sesuai dengan target pasar.

**Kata Kunci:** Brand Identity, Branding, Mollex

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA