

ABSTRAK

Nama : **Diky Febriansyah**
NIM : 42318010036
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Skripsi : Perancangan Ulang Identitas Visual Rujak Siva
Pembimbing : Irfandi Musnur, S.Pd, M, Pd.

Dalam bisnis brand merupakan sebuah nyawa, secara definisi brand merupakan sebuah identitas untuk membedakan mereka dari produk yang lain, dalam branding perlu adanya cirikhas untuk menjadi pembeda dengan produk ataupun brand competitor pada umumnya dengan cara memvisualisasikan identitas, visual brand bisa berupa logo, warna, nama, yang mewakili filosofi sebuah perusahaan bisnis tersebut, salah satu bentuk brand bisnis bisa berkembang dipasar kuliner yaitu UMKM, namun seiring perkembangan zaman banyak UMKM belum memiliki brand, para pelaku usaha ini masih menggunakan metode tradisional yang jauh dari kata teknologi digital sebagai alat bantu bisnis mereka, perlunya branding bisa memperkuat identitas mereka sebagai pembisnis di bidang mereka, perlunya branding bisa memperkuat identitas mereka sebagai pembisnis dibidang kuliner, sebelum branding dilakukan perlunya riset dan Analisa terhadap para competitor yang sudah atau belum memiliki brand agar proses branding bisa terkonsep secara matang dan meminimalisir kegagalan dalam proses branding.

Kata kunci: Branding, Visual Branding, Identitas Visual

ABSTRACT

Name : **Diky Febriansyah**
NIM : 42318010036
Study Program : Desain Komunikasi Visual
Dissertation : Perancangan Ulang Identitas Visual Rujak Siva
Counsellor : Irfandi Musnur, S.Pd, M, Pd.

In business a brand is a soul, by definition a brand is an identity to differentiate them from other products, in branding there needs to be a characteristic to differentiate it from competing products or brands in general by visualizing identity, visual brands can be in the form of logos, colors, names, which represents the philosophy of a business company, one form of business branding can develop in the culinary market, namely UMKM, but over time many UMKM do not have brands, these business actors still use traditional methods which are far from digital technology as a tool for their business, the need for branding to strengthen their identity as a businessman in their field, the need for branding to strengthen their identity as a businessman in the culinary field, before branding is carried out, it is necessary to research and analyze competitors who already or do not have a brand so that the branding process can be conceptualized in a comprehensive manner and minimize failures in the branding process.

Keywords: Branding, Visual Branding, Visual Identity