

## ABSTRAK

### PERANCANGAN VISUAL BRAND IDENTITY UNTUK PRODUK BIGDADDY PEMANCINGAN DAN KULINER DI CIPUTAT

Usaha UMKM Big Daddy (Usaha Pemancingan dan Kuliner) merupakan tempat tongkrongan baru di wilayah Ciputat, yang menyediakan tempat rekreasi pemancingan dan kuliner. Sebagai tempat usaha UMKM pemancingan dan kuliner Big Daddy agar lebih dikenal oleh banyak konsumen dan selalu diingat haruslah mempunyai sebuah logo. Pada prinsipnya Logo adalah suatu lambang khusus (simbol) mewakili identitas citra, sosok, wajah eksistensi suatu perusahaan atau brand produk. Logo yang baik adalah logo yang memiliki daya tarik dan mudah dikenali dan diingat oleh semua orang. Persaingan bisnis yang ketat apalagi usaha di bangun awal pandemi COVID-19 tentunya sebagai empat pemancingan dan kuliner Big Daddy, untuk menjangkau konsumen perlu meningkatkan pelayanan dan meningkatkan citra tempat usaha. Salah satu pencitraan yang dilakukan adalah memiliki logo yang mampu memberikan daya tarik secara visual dan mudah dikenali atau diingat konsumen.

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk membangun kembali identitas merek dengan memulai dari memahami aspek logo dalam prinsip desain, makna logo yang terkandung dalam sebuah logo dan menerapkan logo pada media untuk meningkatkan citra identitas tempat usaha. Pada penyusunan Tugas Akhir ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan teori logo dan prinsip desain dalam Perancangan Visual Brand Identity logo Big Daddy Pemancingan dan Kuliner, yang berada di daerah Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten. Hasil pembahasan menciptakan Visualisasi logo yang memiliki keterkaitan dengan konsep usaha (visi, misi, nilai dan budaya tempat usaha), aspek yang diamati dari logo, makna logo dan penerapan logo pada media.

Kata Kunci : *Brand Identity, Visualisasi Desain, Logo Big Daddy, Prinsip Desain, Identitas Citra*

## **ABSTRACT**

### **VISUAL DESIGN OF BRAND IDENTITY FOR PRODUCTS BIGDADDY FISHING AND CULINARY IN CIPUTAT**

*The Big Daddy Fishing and Culinary is the SME's (Small Medium Enterprise), it's a new hangout place in the Ciputat area, which provides fishing and culinary recreation areas. As a fishing and culinary place, to be better known by general public, may also easily remembered therfor need a great logo. In theory, the logo is a special symbol that representing an identity of the image, figure or face of the existence of a company or product brand. A good logo is one that has appeal and is easily recognized and remembered by everyone. Business competition is intense, especially since businesses were built at the start of the COVID-19 pandemic, of course, as the fishing and culinary place, to reach consumers, it is necessary to improve service and improve the brand image. To increase the brand image, one of some aspects is the necessary provide a logo that has visual appeal and easily recognized or remembered by consumers.*

*The purpose of this final project is to rebuild brand identity by starting from understand the aspects of the logo in design principles, the meaning of the logo contained in a logo and applying logo on media to increase brand image from a product brand. In this final project, author uses a qualitative descriptive method using a logo theory approach and design principles in the Visual Brand Identity Design of the Big Daddy Fishing and Culinary's logo. That business are located in the Ciputat area, South Tangerang City, Banten. The results of the discussion create a visualization of a logo that has a connection with the business concept (vision, mission, values and culture of the place of business), aspects that are observed from the logo, the meaning of the logo, and also how it applied to some of printing media.*

*Keywords: Brand Identity, Design Visualization, Big Daddy's Logo, Design Principles, Brand Image*