

Perancangan Logo dan Media Promosi Kaos Bijak

Pertanggungjawaban Tertulis
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Mercubuana Jakarta, 2017

Oleh: **Rizqi Mauludin Akbar**

ABSTRAK

Pada hakikatnya membangun sebuah perusahaan (usaha) tidak terletak pada bagaimana menjual (barang atau jasa), menciptakan pasar saja akan tetapi lebih dari itu. Membangun sebuah perusahaan (usaha) berarti bagaimana membangun sebuah usaha yang dapat dikenali oleh konsumen hingga menciptakan *brand awareness* ke target dari pasar tersebut. Maka diperlulah sebuah identitas agar dapat dikenali konsumen. Logo merupakan identitas visual yang pertama kali dilihat oleh konsumen yang dapat membangun sebuah persepsi dan citraan perusahaan, sehingga berhubungan langsung oleh produk atau jasa apa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Seperti yang terjadi kepada usaha kecil menengah yang bergerak di industry pakaian yaitu Kaos Bijak. Kaos Bijak merupakan merek usaha kecil menengah (UKM) yang dirintis pada tahun 2014 usaha ini bergerak pada bidang *fashion* yang berfokus pada kaos yang menjangkau semua umur hingga kelas ekonomi manapun. Konsep dari usaha Kaos Bijak ini ialah setiap desain menggunakan kata-kata yang membangun (Bijak) sesuai dengan citra merek tersebut. dalam kasus ini Kaos Bijak ingin membuat sebuah merek pakaian dengan harga yang terjangkau semua kalangan usia dan ekonomi namun dapat bersaing dengan distro-distro yang sudah lebih dahulu ada.

Oleh karena itu pada perancangan Logo Kaos Bijak ini yang tepat adalah logo berjenis *logotype* karena sifatnya yang universal dan dapat mudah dipahami oleh masyarakat karena unsur utama dalam logo ini adalah teks. Dan hasil dari percangan tersebut dicetak dalam bentuk buku GSM, *stationery*, serta media promosi pendukung dari Kaos Bijak.

Kata Kunci : *logo, media promosi, fashion UKM, Branding*

Designing Kaos Bijak's Logo and Promotional Media
Written Project Report
Study Programs of Design and Visual Communication
University of Mercu Buana, 2017

By: Rizqi Mauludin Akbar

ABSTRACT

In essence, building a company (business) does not sell products, create a market only but more than that. Building a company (business) means how to build a business that can be recognized by consumers to create brand awareness to the target of the market. Then an identity is needed to be recognized by the consumer. Logo is a visual identity that is first seen by consumers who can build a corporate perception and image, so that directly related to what products or services offered by the company.

As happened to the small and medium enterprises that move in the clothing industry that is Kaos Bijak. Kaos Bijak is a UKM pioneered in 2014 this business is engaged in a fashion that focuses on t-shirts that reach all ages to any economy class. The concept of this Wisdom T-shirt business is that each design uses constructive words (Wisdom) according to the brand image. In this case Wisdom Tshirt wants to make a brand of clothing at an affordable price all age and economy but can compete with existing distros.

Therefore, in designing this Kaos Bijak logo is the logotype type logo because it is universal and can be easily understood by society because the main element in this logo is text. And the result of the explosion is printed in the form of GSM books, stationery, and supporting promotional media of Kaos Bijak.

Keywords : logo, media promotion, fashion, UKM, Branding