

PERANCANGAN BRANDING PADA PRODUK SAYURAN HIDROPONIK DAN ORGANIK MEREK AVA FARM

Pertanggungjawaban Tertulis

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Universitas Mercu Buana Jakarta, 2017

Oleh : **Yulita Sari**

ABSTRAK

Identitas perusahaan diakui sebagai faktor penting bagi sebuah perusahaan. Identitas perusahaan meliputi semua aspek fisik dari perusahaan yang dapat memperlihatkan citra perusahaan.

AVA FARM merupakan usaha baru yang menanam sayuran hidroponik dan organik yang sehat bebas dari pestisida. Hidroponik dapat diartikan sebagai proses menumbuhkan tanaman dengan menggunakan media air, tanpa media tanah, sedangkan organik adalah proses menumbuhkan tanaman dengan media tanah tanpa menggunakan pestisida. Produk sayuran AVA FARM ini dipasarkan tanpa menggunakan label ataupun identitas visual.

Dalam pembuatan perancangan *branding* pada produk sayuran hidroponik dan organik merek AVA FARM, pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan studi literatur. Beberapa teori yang digunakan adalah teori logo, teori *branding*, teori warna, dan teori tipografi. Media yang akan dibuat yaitu logo, kartu nama, *id-card*, amplop, *packaging*, poster, sticker, X-banner, dan kaos.

Kata Kunci : Branding, AVA FARM, Hidroponik, dan Organik.

**BRANDING DESIGN ON HYDROPONIC AND ORGANIC VEGETABLES OF AVA
FARM**

Written Accountability

Visual Communication Design Studies Program

Mercu Buana University Jakarta, 2017

By: **Yulita Sari**

ABSTRACT

Corporate identity is an important factor for a company. Corporate identity encompasses all the physical aspects of a company that can image corporate image.

AVA FARM is a new venture that grows healthy hydroponic and organic vegetables free of pesticides. Hydroponics can be interpreted as the process of growing the plants by using air media, without soil media, while organic is the process of growing plants with soil media without using pesticides. AVA FARM vegetable products are marketed without the use of labels or visual identity.

In making the design of branding on hydroponic and organic vegetables brand AVA FARM, the data is done through observation and literature study. Some theories used are logo theory, branding theory, color theory, and typography theory. Media to be made are logo, business card, id-card, envelope, packaging, poster, sticker, X-banner, and T-shirt.

Keywords: Branding, AVA FARM, Hydroponics, and Organic.