

# PERANCANGAN VISUAL BRANDING UMKM KING RASA RESTO

Muhammad Helmy Riansyah  
42319010009

## ABSTRACT

A logo is a graphic element that consists of graphic letters, symbols, signs that have a certain meaning and meaning that will represent an entity or business owned. The visual identity and the visual logo make a logo look attractive that will describe something of the endeavour it has. There's more and more advanced technology and information, making the logo created by the small and medium-sized enterprises (UMKM) more attractive, so that the promotion will go smoothly. The visual logo that is displayed is also a characteristic of an enterprise that is formed. The purpose of this design is to form a visual identity and provide a solution to branding problems especially on the UMKM logo King Rasa resto. Many such initiatives make King Feel only known to a few people as well as King Sense who plans to market products more widely through online media then it requires a visual identity that can represent brand image, uniqueness and of course easy to remember. Therefore, before doing the design research and analysis of the design data. SWOT analysis is a framework used to evaluate strengths, weaknesses, opportunities, and threats of an organization, project, or business situation. This analysis helps in strategic planning by providing a comprehensive view of internal and external factors that can affect the performance of the organization. In addition, it uses design thinking principles (empathize, define, ideate, prototype, test) to make it easier to find branding solutions especially in the formation of logos according to needs. After that phase, a new identity was created for the King Rest Rest to be easily recognized, remembered, and have uniqueness and to create a media application for the king Rest Rest. This design produced a GSM (Graphic Standard Manual) book, media application forms, flayers, name cards, stampels, sweatshirt, product packaging, and media design promotion on the Instagram platform. It is expected that consumers will be able to know the brand and have an interest in purchasing products from King Rasa as well as can enhance the positive image by consumers.

**Kata Kunci:** *King Rasa, Branding, Visual Identity, Logo*

# PERANCANGAN VISUAL BRANDING UMKM KING RASA RESTO

Muhammad Helmy Riansyah  
42319010009

## ABSTRAK

Logo merupakan unsur grafis yang meliputi huruf bergambar, simbol, tanda yang memiliki arti dan makna tertentu yang akan mewakili sebuah instansi atau usaha yang dimiliki. Identitas visual dan visual logo membuat sebuah logo akan tampak menarik yang akan menggambarkan sesuatu usaha yang dimiliki. Adanya teknologi dan informasi yang semakin canggih, membuat logo yang tercipta oleh para Usaha mikro kecil menengah (UMKM) menjadi lebih menarik sehingga, promosi akan berjalan dengan lancar. Visual logo yang ditampilkan juga menjadi ciri khas dari sebuah usaha yang dibentuk. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk membentuk suatu identitas visual dan memberi solusi masalah branding terutama pada logo UMKM King Rasa resto. Banyaknya usaha sejenis membuat King Rasa hanya dikenal segelintir orang serta King Rasa yang berencana memasarkan produk lebih luas melalui media online maka dibutuhkan suatu identitas visual yang dapat mewakili citra brand, keunikan dan tentunya mudah diingat. Oleh karena itu, sebelum melakukan perancangan dilakukan riset dan analisis data perancangan. Metode analisis meliputi SWOT adalah kerangka kerja yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dari suatu organisasi, proyek, atau situasi bisnis. Analisis ini membantu dalam perencanaan strategis dengan memberikan pandangan yang komprehensif tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja organisasi. Selain itu menggunakan prinsip desain thinking (empathize, define, ideate, prototype, test) guna mempermudah dalam menemukan solusi branding terutama dalam pembentukan logo yang sesuai kebutuhan. Setelah tahapan tersebut terciptalah identitas baru bagi King Rasa resto agar mudah dikenali, diingat, dan memiliki keunikan dan membuat sebuah penerapan media bagi King Rasa resto. Perancangan ini menghasilkan sebuah buku GSM (Graphic Standart Manual), media-media penerapan berupa, flayer, kartu nama, stampel, celemek, kemasan produk, dan desain media promosi di platform Instagram. Perancangan ini diharapkan konsumen dapat mengenal brand dan memiliki minat untuk membeli produk dari King Rasa serta dapat meningkatkan citra positif oleh konsumen.

**Kata Kunci: King Rasa, Branding, Identitas Visual, Logo**