

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk Merancang ulang Corporate Identity Bukittinggi Vintage yang dianggap dapat mewaikili Identitas perusahaan, ciri khas, dan citra positif dari Bukittinggi Vintage. Perancangan ini dimulai dengan melakukan riset kualitatif untuk mendalami informasi terkait dengan latar belakang, visi isi, harapan owner, dan pandangan masyarakat tentang Bukittinggi Vintage. Subjek dalam penelitian ini dipilih berdasarkan pertimbangan pengetahuan subjek terkait informasi yang dibutuhkan. Maka subjek yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah : Owner Bukittinggi Vintage, konsumen Bukittinggi vintage, dan masyarakat kota Bukittinggi. Pengumpulan data dilakukan dengan Teknik observasi lapangan, wawancara, dokumentasi, dan interview. Proses perancangan dilakukan dengan dua tahap besar : (1) Perancangan, pada tahap ini dilakukan analisis SWOT, Brainstorming, dan investasi Data Ikonik. (2) Proses kreatif, pada tahap ini dilakukan sketsa logo, tipografi, layout, standarisasi logo, standarisasi warna, scaling, perlakuan logo, membuat ilustrasi, dan mengaplikasikan logo pada media. Hasil penelitian dan perancangan ini diharapkan dapat membangun citra positif dan juga menunjang eksistensi Bukittinggi Vintage ke arah yang lebih baik.

Keywords: Corporate Identity, Promosi, Identitas Visual.

Abstract

This study aims to redesign the Bukittinggi Vintage Corporate Identity which is considered to represent the corporate identity, characteristics, and positive image of Bukittinggi Vintage. This design begins with conducting qualitative research to explore information related to the background, vision, content, owner's expectations, and community views about Bukittinggi Vintage. The subjects in this study were selected based on consideration of the subject's knowledge of the information needed. So the subjects assigned in this study are: Owners of Bukittinggi Vintage, consumers of Bukittinggi vintage, and people of the city of Bukittinggi. Data was collected by using field observation techniques, interviews, documentation, and interviews. The design process is carried out in two major stages: (1) Design, at this stage SWOT analysis, Brainstorming, and Iconic Data investment are carried out. (2) The creative process, at this stage the logo sketch, typography, layout, logo standardization, color standardization, scaling, logo treatment, making illustrations, and applying the logo to the media are carried out. The results of this research and design are expected to build a positive image and also support the existence of Bukittinggi Vintage in a better direction.

Keywords: Corporate Identity, Promotion, Visual Identity.

DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMA KASIH	i
KATA PENGANTAR.....	iv
Abstrak.....	v
Abstact.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	vii

