

ABSTRAK

Jessica Evelline (625160038)

Perancangan Identitas Visual brand Omeat dari PT. Samudera Indah

Abstrak – Kebutuhan belanja online di era covid-19 yang menuntut makanan bersih dan sehat membuat peluang produk *frozen food* menjadi semakin banyak. Perancangan identitas visual Omeat ini adalah untuk membuat identitas visual yang melambangkan karakteristik Omeat dan mendapat kepercayaan masyarakat dengan cara menerapkannya pada media-media desain seperti logo, *graphic standard manual* (GSM), dan yang terpenting dalam suatu usaha adalah *stationery* berupa nota, kwitansi, surat jalan dll dan media desain lainnya sebagai wujud identifikasi terhadap merek-merek *frozen food* yang semakin banyak. Oleh karena itu dibutuhkan perancangan identitas visual untuk brand Omeat agar dapat mencerminkan jati diri/karakteristik brand Omeat. Perancangan ini dimulai dengan pengumpulan data kuantitatif (riset), serta melalui observasi. Data yang diperoleh kemudian diolah dalam proses penyusunan konsep melalui mindmapping dan moodboard hingga mendapatkan *tone & manner* yang *simple* dan *playful* dengan penggunaan warna abu-abu sebagai dasar yang netral.

Kata Kunci : Simple; playful; Identitas Visual; bersih; belanja online

ABSTRACT

Jessica Evelline (625160038)

Omeat Brand Visual Identity Design from PT. Samudera Indah

Abstract - The need for online shopping in the Covid-19 era, which demands clean and healthy food, makes the opportunities for frozen food products more and more. The design of the Omeat visual identity is to create a visual identity that symbolizes the characteristics of Omeat and earns the public's trust by applying it to design media such as logos, graphic standard manuals (GSM), and most importantly in a business is stationery in the form of notes, receipts, letters roads etc. and other design media as a form of identification of the increasing number of frozen food brands. Therefore, it is necessary to design a visual identity for the OMEAT brand in order to reflect the identity / characteristics of the OMEAT brand. This design begins with quantitative data collection (research), and through observation. The data obtained are then processed in the process of drafting the concept through mindmapping and moodboard to get a simple and playful tone & manner with the use of gray as a neutral basis.

Keywords: Simple; playful; Visual Identity; clean; online shopping