

ABSTRAK

Paramitha Putri Karuna (625170011)

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BAKED GOODS BY TIR

Mengikuti perkembangan zaman, banyak bermunculan *Usaha Mikro Kecil Menengah* (UMKM) yang menjual beragam jenis makanan penutup (dessert). Banyaknya UMKM tersebut membuat para pelanggan tidak dapat membedakan UMKM yang satu dengan yang lainnya. Identitas Visual yang tepat dapat menjadi penanda dari suatu produk. Melalui perancangan ulang identitas visual Baked Goods By Tir Ini, diharapkan dapat menghasilkan identitas visual yang tepat dan mencerminkan produk dari Baked Goods By Tir yang menarik *target audience* usia 20-30 tahun.

Perancangan ini menggunakan model 5 tahap oleh Robin Landa yang terdiri atas Orientasi, Analisis dan Strategi, Konsep Perancangan, Pengembangan dan Implementasi Desain. Pengambilan data primer didapatkan dari wawancara dengan pemilik Baked Goods By Tir, serta kuesioner yang dibagikan kepada 125 target audiens. Sementara data sekunder didapat dari studi pustaka yang berkaitan tentang identitas visual. Hasil dari perancangan ulang ini adalah identitas visual baru untuk Baked Goods by Tir dan juga GSM. Perancangan logo dilakukan secara ikonik, menggunakan nama “Baked Goods” sebagai logotype utama dan “With Love by Tir” sebagai *tag line*. Font utama menggunakan typeface Pattaya-reguler, sementara untuk tag line-nya menggunakan Master Black Personal Use. Warna yang dipakai, yaitu warna-warna nude dan monochromatic. Warna utama yang dipakai adalah warna coklat.

Tujuan perancangan ulang identitas visual Baked Goods by Tir adalah untuk membuat identitas visual yang tepat dan mencerminkan produk Baked Goods by Tir agar dikenal dan dapat dibedakan khalayak masyarakat.

Kata Kunci : Dessert, Identitas Visual, Perancangan Ulang.

ABSTRACT

Paramitha Putri Karuna (625170011)

REDESIGN THE VISUAL IDENTITY OF BAKED GOODS BY TIR

Following the times, many Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have emerged that sell various types of desserts. The large number of MSMEs makes customers unable to distinguish one MSMEs from another. The right Visual Identity can be a marker of a product. Through this redesign of the visual identity of Baked Goods By Tir, it is hoped that it can produce a visual identity that is precise and reflects the products of Baked Goods By Tir that attract a target audience of 20-30 years old.

This design uses a 5-stage model by Robin Landa which consists of Orientation, Analysis and Strategy, Design Concept, Design Development and Implementation. Primary data collection was obtained from interviews with the owners of Baked Goods By Tir, as well as questionnaires distributed to 125 target audiences. Meanwhile, secondary data were obtained from literature studies related to visual identity. The result of this redesign is a new visual identity for Baked Goods by Tir as well as GSM. The logo design was done in an iconic manner, using the name "Baked Goods" as the main logotype and "With Love by Tir" as the tag line. The main font uses the Pattaya-regular typeface, while the tag line uses Master Black Personal Use. The colors used are nude and monochromatic colors. The main color used is brown.

The purpose of redesigning the visual identity of Baked Goods by Tir is to create a visual identity that is precise and reflects the Baked Goods by Tir products so that the public can recognize and differentiate them.

Keywords: *Dessert, Visual Identity, Redesign.*