

ABSTRAK

Regine Fauziek (625170074)

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAPUR SUNDARI

Dapur Sundari merupakan usaha kuliner yang telah berdiri sejak tahun 2008. Selama 12 tahun berdiri, usaha kuliner ini belum memiliki identitas visual yang sesuai dengan citranya dan tidak adanya konsistensi dalam penerapan identitas ke berbagai media. Hal ini dapat mengurangi *brand awareness* yang telah dibangun selama bertahun-tahun. Oleh karena itu, perancangan identitas visual Dapur Sundari ini bertujuan untuk membangun citra yang dimiliki oleh usaha kuliner ini, dan meningkatkan *brand awareness* terhadap publik.

Pengambilan data dilakukan dengan dua metode. Metode pertama adalah metode kualitatif yaitu melakukan penelitian melalui observasi lapangan, wawancara yang dilakukan secara langsung dan tidak langsung, serta studi pustaka yang dilakukan melalui media internet. Metode kedua yaitu metode kuantitatif yaitu dengan membagikan kuesioner kepada 144 target audiens.

Hasil dari perancangan ini berupa buku pedoman identitas (*Graphic Standard Manual*) yang terdiri dari logo dan penerapannya ke berbagai media-media pendukung. Melalui perancangan ini, dapat disimpulkan bahwa perlu adanya keunikan pada identitas visual sebuah usaha kuliner yang dapat merepresentasikan citra/*image* agar dapat menunjukkan profesionalitas di mata publik.

Kata Kunci : *Brand Awareness*, Identitas Visual, Usaha Kuliner.

ABSTRACT

Regine Fauziek (625170074)

VISUAL IDENTITY DESIGN OF DAPUR SUNDARI

Dapur Sundari is a restaurant that has been established since 2008. For 12 years of existence, this culinary business does not yet have a visual identity that matches its image and there is no consistency in the application of identity to various media. It can reduce its brand awareness that has been built for over the years. Therefore, the purpose of designing the visual identity of Dapur Sundari is to build the image of this restaurant and increase the brand awareness to the public.

All data were collected by two methods. The first method is a qualitative method, namely conducting research through field observations, interviews conducted directly and indirectly, and literature studies conducted via the internet media. The second method is the quantitative method, namely by distributing questionnaires to 144 target audiences.

The result is a Graphic Standard Manual which consists of a brand new logo and its application to various media. Through this design, it can be concluded that there is a need for a unique visual identity of a restaurant that can represent an image in order to show professionalism in the eyes of the public.

Keywords : *Brand Awareness, Visual Identity, Restaurant.*