

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK BRANDING PROMOSI IKAN KOI DEDE FISH FARM KARANGASEM BALI

Oleh:

I Made Arya Sudi Adnyana Sucita, NIM: 2102071012

Program Studi D-III Desain Komunikasi Visual

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas visual yang kuat dan menarik untuk memperkuat brand promosi Ikan Koi dari Dede Fish Farm di Karangasem. *Identitas visual* yang efektif dapat menjadi kunci untuk membangun *citra merek* yang kuat dan meningkatkan daya tarik pasar. Metode penelitian melibatkan analisis mendalam terhadap karakteristik unik Ikan Koi yang diproduksi oleh Dede Fish Farm, serta eksplorasi nilai-nilai dan pesan yang ingin disampaikan melalui *identitas visual*. Melalui pendekatan desain grafis yang inovatif, penelitian ini akan menciptakan elemen-elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan elemen identitas lainnya untuk menciptakan sebuah identitas visual yang kohesif dan memikat. Dengan merancang *identitas visual* yang kuat, diharapkan Dede Fish Farm dapat meningkatkan daya saingnya di pasar, menarik perhatian konsumen potensial, dan memperkuat hubungan merek dengan pelanggan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan yang jelas untuk implementasi *identitas visual* baru dalam *strategi branding* dan promosi Ikan Koi dari Dede Fish Farm di Karangasem.

Kata Kunci: Identitas Visual, Brand Promosi, Desain Grafis, Citra Merek, Strategi Branding.



ABSTRACT

This research aims to design a strong and attractive visual identity to enhance the promotional brand of Koi Fish from Dede Fish Farm in Karangasem. An effective visual identity can be the key to building a strong brand image and increasing market appeal. The research method involves an in-depth analysis of the unique characteristics of Koi Fish produced by Dede Fish Farm, as well as an exploration of the values and messages to be conveyed through the visual identity. Through an innovative graphic design approach, this research will create visual elements such as logos, colors, typography, and other identity elements to create a cohesive and captivating visual identity. By designing a strong visual identity, it is expected that Dede Fish Farm can increase its competitiveness in the market, attract potential consumers' attention, and strengthen the brand's relationship with customers. The results of this research are expected to provide clear guidance for the implementation of the new visual identity in the branding and promotional strategy of Koi Fish from Dede Fish Farm in Karangasem.

Keywords: Visual Identity, Promotional Brand, Graphic Design, Brand Image, Branding Strategy.

