

"PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI USAHA PUSAT HELM SINGARAJA"

Oleh:

Arya Farhan Hakim, NIM: 2202071018

Program Studi D-III Desain Komunikasi Visual

ABSTRAK

Usaha *Pusat Helm Singaraja* merupakan bisnis yang bergerak di bidang penjualan helm sepeda motor, menawarkan berbagai jenis helm dengan varian yang lengkap. Lokasi usaha yang strategis menjadikan *Pusat Helm Singaraja* sebagai daya tarik bagi pengendara motor di Singaraja, karena keanekaragaman produk yang ditawarkan. Namun, berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, ditemukan bahwa pemasaran usaha ini kurang maksimal, terutama dalam hal visual branding. Selama ini, usaha ini hanya mengandalkan pengunjung yang datang untuk membeli helm, tanpa adanya strategi yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan perancangan visual branding, khususnya pada identitas diri seperti logo. Perancangan ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran dan branding yang tidak hanya mencerminkan keunggulan layanan dan produk yang tersedia, tetapi juga menciptakan ciri khas yang mudah dikenali oleh masyarakat sekitar. Dengan logo yang menarik dan visual branding yang konsisten, diharapkan *Pusat Helm Singaraja* dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan mendorong minat beli dari konsumen.

Kata Kunci: perancangan, visual branding, identitas, logo, pemasaran.

DESIGN OF VISUAL IDENTITY AS A PROMOTIONAL MEDIA FOR SINGARAJA HELMET CENTER BUSINESS

By:

Arya Farhan Hakim, NIM: 2202071018

D-III Visual Communication Design Study Program

ABSTRACT

Pusat Helm Singaraja is a business engaged in the sale of motorcycle helmets, offering a wide variety of helmet types. Its strategic location makes Pusat Helm Singaraja an attractive destination for motorcyclists in Singaraja, due to the diverse range of products available. However, based on observations, interviews, and documentation, it was found that the marketing efforts, particularly in terms of visual branding, have not been maximized. Until now, the business has relied on customers who come in to buy helmets, without an effective strategy to attract new customers. Therefore, an appropriate solution to address this issue is the design of visual branding, specifically focusing on brand identity such as a logo. This design aims to develop marketing and branding strategies that not only reflect the excellence of the service and product availability but also create a distinct identity that is easily recognizable by the local community. With an attractive logo and consistent visual branding, it is hoped that Pusat Helm Singaraja will be better known by the local community and encourage greater consumer interest.

Keywords: design, visual branding, identity, logo, marketing.