

ABSTRAK

Maulvy Ilmullah (20191002020), Re-design logo dan corporate identity Ksatriakopi. srengseng untuk branding image.

Logo merupakan suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Lembaga, atau apapun itu yang membutuhkan sebuah ikon agar lebih dekat dan lebih dikenal dengan ikon atau identitas tersebutnya tentang perusahaannya. Logo juga memiliki peran penting sebagai identitas suatu perusahaan. Logo yang kuat bukan berarti hanya tulisan dan gambarnya saja namun memiliki arti yang mencerminkan suatu perusahaan. Ksatriakopi. sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa coffe dan kitchen. Dengan adanya redesign logo diharapkan mampu membangun Branding Image kepada masyarakat bahwa Ksatriakopi. merupakan perusahaan yang dalam bidang jasa coffe dan kitchen yang berkualitas dan dapat diandalkan. Serta dapat memiliki Corporate Identity yang tepat, benar dan ideal yang mampu mencerminkan karakter perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menerapkan metode pengumpulan data berupa study literatur, wawancara, dan observasi sehingga mendapatkan beberapa pokok permasalahan yaitu Bagaimana proses re-design logo KsatriaKopi yang menarik dan informative, bagaimana proses launching re-design logo KsatriaKopi yang menarik dan informative, dan bagaimana proses mengaplikasikan hasil re-design logo KsatriaKopi sebagai promosi yang menarik dan informative.

Kata Kunci: Redesign, Logo, Ksatriakopi., branding image.

ABSTRACT

Maulvy Ilmullah (20191002020), Re-design logo dan corporate identity Ksatriakopi. srengseng untuk branding image

Logo is an image or just a sketch with a certain meaning, and represents a meaning from a company, region, organization, product, country, institution, and other things that require something short and easy to remember as a substitute for the real name. Institutions, or whatever it is that needs an icon to be closer and better known by the icon or identity about the company. The logo also has an important role as the identity of a company. A strong logo does not mean only the writing and pictures, but has a meaning that reflects a company. knightcopy. as a company engaged in the field of coffee and kitchen services. With the redesign of the logo, it is hoped that it will be able to build a Branding Image to the public that is Ksatriakopi. is a company that specializes in quality and reliable coffee and kitchen services. As well as being able to have the right, correct and ideal Corporate Identity that is able to reflect the character of the company. This study uses qualitative research methods by applying data collection methods in the form of literature studies, interviews, and observations so as to obtain several main issues, namely how the process of re-designing the KsatriaKopi logo is interesting and informative, what is the process for launching the re-design of the KsatriaKopi logo which is attractive and informative, and how is the process of applying the results of the re-design of the KsatriaKopi logo as an attractive and informative promotion.

Keyword: Redesign, Logo, Ksatriakopi., branding image.