

INTISARI

Dalam penelitian ini bertujuan untuk menerapkan visual identity kepada media digital yaitu social media sebuah perusahaan untuk meningkatkan brand awareness sebuah merek atau perusahaan kepada masyarakat luas. Visual identity merupakan wajah pertama yang akan dikenali oleh masyarakat ketika sebuah brand muncul ke permukaan, sehingga ini adalah visualisasi dari visi dan misi sebuah brand atau perusahaan. Penelitian dilakukan pada social media milik perusahaan PT. Literasi Sayang Keluarga, implementasi ini disusun menggunakan metode R&D dan model pengembangan 4-D. Dalam proses implementasinya penulis menerapkan prinsip-prinsip desain grafis untuk membantu menghasilkan tampilan atau desain yang baik dan menarik agar perusahaan dengan mudah menggabungkan berbagai elemen serta menyatukan komposisi dalam sebuah tata letak agar pesan dapat tersampaikan dengan baik. Ada 4 prinsip yang digunakan yaitu Unity (kesatuan), Porportion (Proporsi), Balance (Keseimbangan) dan Contrast (Kontras). Hasil dari penelitian ini yaitu dokumen visual identity yang telah di verifikasi oleh ahli serta mitra dan hasil implementasinya ke media digital.

Kata kunci: visual identity, brand awareness, social media, desain grafis, prinsip desain

ABSTRACT

In this study the aim is to apply visual identity to digital media, namely social media of a company to increase brand awareness of a brand or company to the wider community. Visual identity is the first face that will be recognized by the public when a brand appears on the surface, so this is a visualization of the vision and mission of a brand or company. The research was conducted on social media owned by PT. Family Love Literacy, this implementation was prepared using the R&D method and the 4-D development model. In the implementation process, the author applies graphic design principles to help produce a good and attractive appearance or design so that companies can easily combine various elements and unify the composition in a layout so that the message can be conveyed properly. There are 4 principles used, namely Unity, Portion, Balance and Contrast. The results of this study are visual identity documents that have been verified by experts and partners and the results of their implementation in digital media.

Keyword: visual identity, brand awareness, social media, graphic design, design principles

