

Abstrak

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BAKSO KOBOI DAMAI SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN

Daffa Nathandio ¹⁾ Retno Purwanti Murdaningsih, S.Sn., M.Ds. ²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

Industri kuliner yang semakin kompetitif mendorong para pelaku usaha untuk mengembangkan strategi Branding yang efektif mampu bertahan dalam persaingan dan terus berkembang di masa depan. Salah satu elemen penting dalam mendukung upaya ini adalah identitas visual, karena mampu mencerminkan nilai dan karakter unik sebuah bisnis kepada konsumen. Sebagai usaha kuliner lokal, Bakso Koboi Damai memiliki peluang besar untuk dikenal lebih luas. Namun, kurangnya identitas visual yang menggambarkan citra khas koboi pada media promosi dan tidak konsisten merupakan hambatan utama dalam membangun citra merek yang kuat di pasar. Bakso Koboi Damai menghadapi berbagai kendala terkait identitas visual yang memengaruhi pengenalan merek, terutama dalam aspek logo, banner, dan keseluruhan merek yang kurang terorganisir dengan baik. Situasi ini membuat konsumen tidak dapat mengenali dan mengingat Bakso Koboi Damai, yang berdampak pada rendahnya loyalitas merek dan terbatasnya kemampuan untuk memperluas jangkauan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan identitas visual pada media promosi yang sesuai dengan nama brand yaitu Bakso Koboi Damai. Metode yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan metode kualitatif. Proses perancangan mencakup pengembangan berbagai elemen desain, seperti logo, warna, tipografi, dan elemen grafis lainnya yang sesuai dengan tema koboi. Identitas visual ini diharapkan dapat meningkatkan karakter dan nilai merek, serta mendukung strategi pemasaran Bakso Koboi Damai secara keseluruhan.

Kata Kunci : Branding, Identitas Visual, Kuliner Bakso