

ABSTRAK

Perancangan Ulang Identitas Visual

Produk Sepatu Merek POLOS

Rakha Putra Yudiansyah¹⁾, Ratno Suprpto, 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

Identitas visual memiliki peran strategis dalam membangun dan memperkuat citra merek, khususnya dalam industri sepatu yang kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang identitas visual POLOS agar mencerminkan nilai inti merek, seperti profesionalisme, kreativitas, dan kualitas, melalui elemen desain yang relevan dan modern. Fokus penelitian terletak pada perancangan logo baru dan panduan identitas merek (*brand guideline*) yang konsisten untuk meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dan pengenalan merek (*brand recognition*). Dengan menerapkan teori *rebranding* dan desain grafis, penelitian ini diharapkan dapat menciptakan koneksi emosional yang lebih mendalam dengan konsumen serta memperkuat posisi POLOS sebagai merek sepatu lokal yang inovatif dan terpercaya. Hasil penelitian ini berkontribusi pada pengembangan strategi visual yang efektif bagi industri desain grafis dan *branding*, serta memberikan panduan praktis bagi pelaku industri kreatif.

Kata Kunci: Identitas visual, *rebranding*, desain logo, *brand awareness*, *brand recognition*, POLOS, industri sepatu lokal.

Pustaka :

Tahun publikasi : 2025