

RINGKASAN

Perancangan Visual Identity Pada Clothing Line “Wizz of Denim”

Fahdlir Rahman Kustiawan.¹⁾, Desi Dwi Kristanto²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Teknik Sipil, Universitas Pembangunan Jaya

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

Visual Identity merupakan identitas brand yang merupakan kesatuan yang kolektif dari nama, simbol, warna, kepribadian sebuah brand. Saat ini identitas visual menjadi hal yang sangat penting dalam kebutuhan branding sebuah brand, sehingga identitas visual harus dapat menginterpretasikan brand tersebut agar dapat dengan mudah di ingat oleh konsumen. Dalam merancang identitas visual maka diperlukan sebuah perancangan yang mencakup dengan image, visi dan misi perusahaan serta sesuai dengan segmentasi pasar. Visual identity clothing line Wizz of Denim belum belumlah seutuhnya mencerminkan dan mampu menyampaikan citra clothing line tersebut sehingga perlunya melakukan sebuah perancangan baru dalam melakukan *re-branding* logo pada Wizz of Denim. Perancangan ulang dimaksudkan untuk menciptakan sebuah visual brand identity yang baru, yang dapat mewakili dengan tepat. Harapannya penerapan visual brand identity menjadi lebih konsisten sehingga tidak menimbulkan brand image yang berbeda-beda dan dapat membangun sebuah brand image yang kuat di benak masyarakat.

Kata kunci: Visual, Identity, Clothing line, Wizz of Denim

Pustaka : 45
Tahun Publikasi: 2009 - 2019