

ABSTRAK

Identitas visual suatu perusahaan penting dalam mendukung keberhasilan dalam pengenalan merek usaha, misalnya membantu untuk membedakan suatu perusahaan dari pesaingnya. identitas visual terdiri dari elemen-elemen yang digunakan untuk mengkomunikasikan identitas mereka kepada para konsumen. Identitas yang digunakan oleh Kerajinan Kayu Putri Kejora adalah logo. Pada penelitian ini bertujuan untuk mendesain ulang logo Kerajinan Kayu Putri Kejora sehingga dapat mendukung dalam pengenalan merek pada usaha yang sama. Metode pengembangan design thinking digunakan pada penelitian ini dengan subjek penelitian sebanyak 50 orang. Wawancara, dokumentasi, dan observasi digunakan untuk mengumpulkan data. Dengan teknik analisis data kuantitatif. Proses redesign identitas visual untuk mendukung pengenalan merek dilakukan dengan lima tahapan yaitu Empathize, Define, Ideate, Prototype dan Test. Hasil dari uji user testing menunjukkan hasil rata rata persentase pada aspek desain grafis sebesar 83,5% (sangat baik) dan 80% (sangat baik) pada aspek brand awareness. Didasarkan pada hasil analisis data yang ada, dapat disimpulkan bahwa redesign identitas visual dapat mendukung pengenalan merek Kerajinan Kayu Putri Kejora

Kata kunci—*Identitas Visual, Redesign, Logo, Kerajinan Kayu Putri Kejora, Design Thinking*

ABSTRACT

A company's visual identity is important in supporting success in business brand recognition, for example helping to differentiate a company from its competitors. Visual identity consists of elements that are used to communicate their identity to consumers. The identity used by Putri Kejora Wood Crafts is the logo. In this study, the aim is to redesign the logo of Putri Kejora Wood Crafts so that it can support brand recognition in the same business. The design thinking development method was used in this study with 50 research subjects. Interviews, documentation, and observations were used to collect data. With quantitative data analysis techniques. The visual identity redesign process to support brand recognition is carried out in five stages, namely Empathize, Define, Ideate, Prototype and Test. The results of the user testing test showed an average percentage result in the visual aspect of 83.5% (very good) and 80% (very good) in the brand awareness aspect. Based on the results of the analysis of existing data, it can be concluded that the redesign of visual identity can support the brand recognition of Putri Kejora Wood Crafts

Keywords—*Visual Identity, Redesign, Logo, Putri Kejora Wood Crafts, Design Thinking*