

ABSTRAK

Perancangan *Visual Branding International Gym* di Kota Padang

Oleh: Satrio Hariyadi

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan penulis ke *International Gym* ditemukannya beberapa masalah seperti kurang dikenalnya *International Gym* ini oleh masyarakat, kurang nya promosi dan belum adanya identitas dari *International Gym*.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah metode kualitatif dengan mengadakan wawancara dan perekaman. Penulis mengadakan kunjungan dan melakukan pengamatan langsung ke perusahaan *International Gym* untuk mendapatkan data-data yang diperlukan yang terkait dengan perancangan. Sedangkan metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah analisis SWOT dengan mengkaji keunggulan, kelemahan, ancaman dan peluang dari perancangan *Visual Branding* ini.

Tujuan perancangan *Visual Branding* ini adalah sebagai *Brand International Gym* yang Berfungsi menciptakan *Brand Awareness* kepada masyarakat terhadap perusahaan *International Gym* karena *Visual Branding* dapat menjangkau seluruh dunia sehingga pemanfaatannya berpengaruh dalam usaha dan dapat bersaing dengan competitor dalam jangka waktu yang panjang.