VISUAL IDENTITY PISANG SALE TEH HENI

Ivdol Kaslim[1], Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn[2]. 2022
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Departemen Seni Rupa,Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
Email : ivdolkaslim103099@gmail.com

ABSTRAK

Pisang Sale Teh Heni merupakan usaha industri rumahan yang didirikan oleh Ibu Heni Ruhanih yaitu pisang sale dan nama produknya yaitu Pisang Sale Teh Heni, yang beralamat di Kelurahan IV Koto Pulau Punjung, Kecamatan Pulau Punjung, Kabupaten Dharmasraya, Sumatra Barat. Namun permasalahan mendasar Pisang Sale Teh Heni adalah belum memiliki identitas visual yang kuat sebagai pencitraan usaha untuk mewujudkan konsistensi dan pembanding dengan kompetitor yang lain.

Target pembuatan *Visual Identity* adalah membuat logo dengan menerapkan gaya desain yang baik untuk menghasilkan suatu logo yang unik, simple, dan mudah diingat guna membentuk nama yang baik, memajukan nilai usaha, sekaligus menjadi pembeda dengan kompetitor lain sehingga lebih mudah dikenal dan diingat oleh konsumen

Metode perancangan yang penulis gunakan dalam membuat *visual identity* ini adalah metode *Glass box*, diawali dari mengumpulkan data, tanya jawab untuk penelitian sehingga permasalahan yang terjadi bisa diketahui, dan nantinya dianalisis menggunakan konsep SWOT, dapat menghasilkan *Manual Book* untuk media utama yang berisikan data-data pembuatan logo dari awal sampai akhir dan juga Media pendukung seperti *kemasan primer,kemasan sekunder,kemasan tersier,price tag,x-banner,dan hanging mobile*.

Kata kunci : Visual identity, logo, Teh Heni