

ABSTRAK

Jessica Rosvita Mulyadi (625150064)

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL “CLAYPOT POPO”

Tujuan perancangan identitas visual Claypot Popo adalah untuk memperkuat dan menanamkan rasa kepercayaan terhadap *brand* Claypot Popo di mata masyarakat melalui identitas visual yang dilatarbelakangi dengan konsep yang kuat berlandaskan dari prinsip – prinsip dasar logo yang baik, mencerminkan jati dirinya, dan sesuai dengan target sasaran agar dapat bersaing dengan kompetitor – kompetitor lainnya. Metode penelitian yang diterapkan adalah dengan melakukan observasi langsung ke lokasi dimana restoran Claypot Popo berada dan wawancara langsung dengan Florencia Calista Tavares selaku pemilik Claypot Popo sekaligus cucu dari sang nenek, selain itu penelitian juga didukung dengan metode studi literatur buku maupun internet. Hasil yang ingin dicapai adalah identitas visual Claypot Popo yang dapat diterima semua kalangan, berkomunikasi, mencerminkan jati diri, dapat diidentifikasi oleh konsumen, yang dapat diraih dengan melakukan perancangan ulang identitas visual.

Kata Kunci: Claypot Popo, Cucu, Nenek, Identitas Visual.