

## **PERANCANGAN VISUAL BRANDING APOTEK KARANGANYAR SEMARANG**

**LIEM MARLINA SISKAWATI**

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu  
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 114200900493@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Apotek Karanganyar merupakan tempat usaha pendistribusian obat kepada masyarakat yang berlokasi di Jalan Karanganyar No.4 A, Semarang. Apotek Karanganyar telah berdiri sejak tahun 2001 dan pernah mengalami masa jaya pada masanya juga adanya peningkatan omzet perusahaan namun dengan berjalannya waktu makin banyak kompetitor-kompetitor yang lebih siap dan matang dalam dunia pemasaran Global seperti sekarang ini. Sedangkan Apotek Karanganyar sendiri sampai sekarang bahkan belum memiliki Visual Branding yang mampu membedakannya dari kompetitor maupun agar mendapatkan Awareness masyarakat agar lebih dilihat, didengar dan diingat. Sehingga diperlukan adanya perancangan Visual Branding bagi Apotek Karanganyar untuk mendapatkan sebuah identitas visual yang unik selain sebagai pembeda juga untuk menambah Awareness masyarakat Kota Semarang tentang keberadaan Apotek Karanganyar, sehingga secara tidak langsung meningkatkan omzet perusahaan.

Kata Kunci : PERANCANGAN, VISUAL BRANDING, APOTEK, KARANGANYAR

## **VISUAL BRANDING DESIGN OF KARANGANYAR PHARMACY SEMARANG**

**LIEM MARLINA SISKAWATI**

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu  
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 114200900493@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Karanganyar pharmacy is the place of business of medicine distribution to the public , located at Jalan Karanganyar 4 A Semarang. Karanganyar pharmacy has been established since 2001 and have experienced the heyday of his time was also an increase in the turnover of the company, but as time passes more and more competitors are better prepared and cooked in a Global marketing world as it is today. While Karanganyar own pharmacy until now have not even had a capable Visual Branding and distinguish it from competitors in order to gain public awareness in order to be seen, heard and remembered. So it is necessary to design for Visual Branding Karanganyar pharmacy to get a unique visual identity than as a differentiator is also to increase public awareness about the existence of Semarang Pharmacy Karanganyar, thus indirectly increasing the turnover of the company.

Keyword : DESIGN, VISUAL BRANDING, PHARMACY, KARANGANYAR