

## **Perancangan Identitas Visual Merek Sepatu Kulit BRAVO Semarang untuk Memperkuat Posisi di Pasaran**

**AMANDA AYU PRATIWI**

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

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

*Email : 114201101236@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Identitas visual adalah refleksi produk yang membedakan produk tersebut dengan produk pesaingnya. Perancangan suatu identitas visual bertujuan untuk mengubah atau meningkatkan citra merek dan ini dapat menjadi media promosi tunggal. BRAVO adalah sebuah merek produk sepatu kulit di Semarang, merek sepatu kulit ini telah ada selama 40 tahun. Namun, sejak perusahaan ini berjalan terjadi penurunan penjualan pada generasi kedua. Salah satu penyebabnya adalah belum ada konsistensi identitas visual dari merek ini, terlebih lagi Identitas visual yang saat ini dimiliki belum dapat merepresentasikan karakter dari merek BRAVO, hal ini dikarenakan pemilik perusahaan hanya mengutamakan produksi sepatu yang berkualitas tanpa mengetahui bahwa identitas visual juga berperan meningkatkan minat beli konsumen dan menimbulkan loyalitas bagi pelanggannya. Ini dapat menjadi kendala untuk mengembangkan Perusahaan. Dengan permasalahan yang ada, maka di perlukan perancangan identitas visual merek sepatu kulit BRAVO. Metode yang akan di gunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif (Wawancara, Observasi, Dokumentasi, literature). Hasil dari metode tersebut adalah variabel-variabel data berupa permasalahan internal tentang identitas visual merek sepatu kulit BRAVO. Data-data dari metode ini akan membantu dalam perancangan identitas visual merek sepatu kulit BRAVO untuk memperkuat posisi di pasaran. Hasil dari perancangan identitas visual adalah perancangan ulang logo, kemasan sepatu, Label sepatu, Papan Toko, Perlengkapan kantor, Kartu garansi, instruksi perawatan sepatu.

Kata Kunci : BRAVO, identitas visual, merek, sepatu kulit, buatan tangan

## **Designing Visual Identity for BRAVO Leather Shoes Brand Semarang to strengthen the position in the market**

**AMANDA AYU PRATIWI**

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

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

*Email : 114201101236@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Visual Identity is a reflection of a product which differs the product with competitors products. Designing a visual identity aims to modify or improve the brand image and visual identity and it can a single media promotion. BRAVO is a brand of leather shoes product in Semarang, this brand of leather shoes has existed for 40 years . However, since the company was established, the sales decreased during second generation. One of the reason is the inconsistency of this brand visual identity. Moreover, the visual identity which is owned cannot represent the character of this brand. The reason is that the owner of the company put the priority only in producing quality shoes without the understanding that visual identity has a role to increase consumer buying interest and to set customer loyalty. It can be an obstacle to develop the company. With the existing problem, there is a need to design the visual identity of BRAVO leather shoes. The method used to design is a qualitative method (interview, observation, documentation, and literature). The result of the method is variable data such as internal problems of the visual identity for BRAVO leather shoes. Data from this method will help in designing the visual identity of BRAVO leather shoes to strengthen the brand position on the market. The result of design visual identity is redesign Logo, Shoes Packaging, Shoes label, Store board, Stationary, guarantee card, Shoes care instruction card.

**Keyword** : BRAVO,visual identity, brand, leather shoes, handmade