

Perancangan Corporate Identity untuk Pencitraan Lumpia Depok Semarang

MUHAMMAD HUSEIN BAHESTI

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

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

Email : 114200800437@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Lumpia Depok adalah salah satu merek dagang dari perusahaan rumahan yang berdiri sejak tahun 1943, awal mula berdiri Lumpia Depok dimulai dengan membuka gerai tepat di pinggir jalan Depok. Sejarah dari berdirinya Lumpia Depok adalah diawali oleh pasangan suami istri Kuswanto dan Elizabeth sebagai generasi pertama, lumpia depok ini tidak kalah kualitas rasa dari lumpia yang sudah memiliki nama terkenal. Lumpia Depok belum memiliki Identitas seperti logo produk sebagai merek dagang yang dapat dikenalkan pada masyarakat. Karena merek ini berfungsi sebagai pengingat atau pengikat sehingga akan menciptakan image bagi setiap pembelinya, kendala dari pemasaran lumpia depok ini adalah salah satunya, karena masyarakat sudah terlanjur fanatik dengan nama-nama lumpia yang sudah lama dikenal, sehingga pemasaran lumpia depok ini akan kesulitan untuk meraih pasar yang maksimal. Dengan adanya permasalahan pada faktor identitas, maka dalam Perancangan Identitas perusahaan ini akan menggunakan analisis SWOT sebagai alat strategi terbaik menganalisa pencitraan produk. Sehingga audience dapat mengetahui adanya produk Lumpia Depok dari Kota Semarang.

Kata Kunci : desain , media, identitas perusahaan, lumpia depok

Designing Corporate Identity To Build Image Of Lumpia Depok Semarang

MUHAMMAD HUSEIN BAHESTI

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

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

Email : 114200800437@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Lumpia Depok is one of the trademarks of the home-based company that was established in 1943 , beginning to stand Lumpia Depok starts with the right to open stores in roadside Depok . History of establishment Lumpia Depok is preceded by married couples Kuswanto and Elizabeth as the first generation , this depok lumpia no less quality sense of lumpia who already have a famous name . Lumpia Depok Identities do not yet have such a product logo as a trademark which can be introduced to the public . Because this brand serves as a reminder or binder so that it will create an image for each buyer , the constraints of marketing depok lumpia this is one of them , because the public already fanatics with names lumpia which has long been recognized , so marketing depok lumpia this will be difficult to achieve maximum market .With the problems of the identity factor , then the Identity Design company will use SWOT analysis as a tool to analyze the best strategies of imaging products . So that the audience can know their product Depok Lumpia of Semarang.

Keyword : design , media , corporate identity , lumpia depok