

## **PERANCANGAN ULANG VISUAL IDENTITY REZA WISATA SEMARANG UNTUK MEMPERKUAT POSISI DI PASARAN**

**YANUWAR RISMOYO**

(Pembimbing : Ir. Siti Hadiati Nugraini, M.Kom, Ph.D., ADJI NUGROHO, M.Sn)

*Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian*

*Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201000920@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Visual identity seperti logo dan semua yang mengidentitaskan perusahaan secara visual berfungsi sebagai identitas pembeda antara perusahaan satu dengan lainnya. Visual identity juga berfungsi sebagai penanam citra atau image yang menjadi daya tarik perusahaan dalam mempengaruhi minat konsumen guna menggunakan jasa atau produk, sehingga memberi dampak positif bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar. Reza Wisata adalah perusahaan penyedia jasa tour and travel asal kota Semarang yang sudah berdiri sejak tahun 2010, namun visual identity yang ada saat ini belum mewakili identitas perusahaan dan penerapannya tidak konsisten sehingga menjadi kendala perusahaan untuk berkembang. Dari permasalahan yang ada maka diperlukan perancangan ulang visual identity Reza Wisata. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah kualitatif semiotika dan kuantitatif dengan menggunakan kuisioner kepada 50 responden guna memperoleh data seputar permasalahan. Data yang diperoleh digunakan untuk membantu proses perancangan visual identity yang sesuai dengan identitas perusahaan. Hasil dari perancangan visual identity adalah perancangan ulang logo, stationery, seragam, topi, neon box, souvenir, sticker, notebook, pouch. Dengan visual identity yang baru dan menerapkannya secara konsisten diharapkan dapat memvisualisasikan citra perusahaan secara baik dalam satu kesatuan yang utuh sehingga memperkuat posisi Reza Wisata dipasaran.

Kata Kunci : Reza Wisata, Tour and Travel, Visual Identity, Citra, Indonesia.

## **RE-DESIGN OF VISUAL IDENTITY FOR REZA WISATA SEMARANG TO STRENGTHEN POSITION IN THE MARKET**

**YANUWAR RISMOYO**

(Lecturer : Ir. Siti Hadiati Nugraini, M.Kom, Ph.D., ADJI NUGROHO, M.Sn)

*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of*

*Computer Science, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201000920@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Visual identity like a logo and everything that identified a company with visual ways had a function as a differentiator between a company with the other. Moreover, visual identity also had a function as an image which can be something attractiveness in a company to affect the interest of the consumer to use the services or products, of course, it will give a positive impact to the company in the face of market competition. Reza Wisata services companies, tour and travel from the city of Semarang, which had stood since 2010, but the existing visual identity represents the company's identity has not been and is not applied consistently. This occurs because the owner of the company is less aware of the importance of visual identity, it would be constraints enterprises to flourish. Of the existing problems will require redesigning the visual identity Reza Wisata. The method used in this design is qualitative and quantitative semiotics by using questionnaires to 50 respondents in order to obtain data for issues. The data obtained was used to aid the design process visual identity in accordance with the company's identity. The result of visual identity design is redesign logo, stationery, uniform, cap, neon, souvenirs, stickers, notebooks, pouch. With the new visual identity and implement it consistently expected to visualise the image of the company both in one unified whole so as to strengthen the market position of Reza Wisata.

**Keyword** : Reza Wisata, Tour and Travel, Visual Identity, Image, Indonesia.