

## **REDESIGN VISUAL BRAND IDENTITY BENGKEL KLASIK OTOMOTIF MITRA KARYA DI KOTA SEMARANG**

**AGUSTA PRESETYO**

(Pembimbing : Umi Rosyidah, S.Kom, M.T, PURI SULISTYAWATI, S.Sn, M.Kom)

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

*Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201101284@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Bengkel Mitra Karya merupakan salah satu perusahaan klasik otomotif yang terletak di kota Semarang. Bengkel klasik otomotif Mitra Karya sudah lama berdiri sejak 2005 namun belum mempunyai identitas visual yang baik dan konsisten untuk di kenal masyarakat. Identitas visual pada bengkel Mitra Karya selalu berubah-ubah seperti yang di aplikasikan seperti pada media nota perusahaan. Hal ini dikarenakan pemilik perusahaan hanya mengutamakan profit dan kualitas bengkel tanpa mengetahui bahwa identitas visual juga dapat meningkatkan minat beli pelanggan dan menimbulkan loyalitas. Ini dapat menjadi kendala perusahaan mengembangkan usahanya. Dengan permasalahan yang ada, maka dibutuhkan Redesign Visual Brand Identity yang baik dan benar. Metode yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif (Wawancara, Observasi, Dokumentasi, Literatur). Dari hasil metode tersebut maka didapatkan variabel-variabel data berupa permasalahan internal tentang identitas visual. Data-data dari metode ini akan membantu Redesign Visual Brand Identity bengkel Mitra Karya untuk memperkuat karakter dan dapat membedakan dengan kompetitor lain sehingga membantu perusahaan untuk lebih mengembangkan usahanya.

Kata Kunci : Brand, Bengkel Klasik, Logo, Mitra Karya, Otomotif, Visual Identity

## **REDESIGN OF VISUAL BRAND IDENTITY FOR MITRA KARYA CLASSIC AUTOMOTIVE GARAGE IN SEMARANG**

**AGUSTA PRESETYO**

(Lecturer : Umi Rosyidah, S.Kom, M.T, PURI SULISTIYAWATI, S.Sn, M.Kom)

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

*Computer Science, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201101284@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Mitra Karya garage one of the classic automotive company which is located in Semarang city. Classic automotive garage work is a long-standing partner since 2005 but has not had a good visual identity and consistent to known people. Visual identity at the workshop Mitra Karya always changing as it is applied as the media company memorandum. This is because the owner of the company just put profit and quality of the workshop without knowing that the visual identity can also enhance the customer buying interest and loyalty raises. This can be an obstacle the company to expand its business. With the existing problems, it is necessary to Redesign Visual Brand Identity is good and right. The method will be used in the design are qualitative methods (interviews, observation, documentation, literature). From the results of these methods aka obtained variable data such as internal problems of the visual identity. The data from this method will help Redesign Visual Brand Identity workshop Partners work to strengthen the character and differentiate with competitors that help the company to further expand its business.

Keyword : Automotive, Brand, Classic Garage, Logo, Mitra Karya, Visual Identity