

Abstrak

“Perancangan Identitas Visual Dan Implementasi Pada Media Promosi Garland Galore”

Oleh : Fauzi Rachman

NIM: 1401100213

Saat ini *florist* merupakan salah satu jenis usaha yang masih berkembang di Indonesia. Bisnis ini sendiri tidak lepas dari acara-acara sosial, seperti ulang tahun, perkawinan, upacara kenegaraan, dan upacara keagamaan. Adapun salah satu *florist online shop* yang ada saat ini adalah Garland Galore. Produk-produk yang dijual oleh Garland Galore berupa bunga dalam bentuk macam-macam seperti *hand bouquet*, serta bunga potong, produk bunga yang sering ditawarkan dan banyak diminati konsumen adalah ide serta desain dirancang oleh Garland Galore sendiri. Sebagai *florist online shop*, nama Garland Galore belum terlalu banyak dikenal masyarakat yang menggunakan jasa florist online shop untuk merayakan moment-moment terpenting dalam hidupnya. Identitas visual yang dimiliki oleh Garland Galore masih lemah. Logo Garland Galore terlalu rumit, karena itu sangat susah diingat. Selain itu, Garland Galore juga kurang memperhatikan promosi, sehingga kurang dikenal. Tugas akhir ini bertujuan untuk mendesain ulang identitas visual Garland Galore dan merancang media promosi yang sesuai untuk khalayak sasaran Garland Galore untuk menarik minat konsumen atau calon konsumen. Pengumpulan data yang diperlukan melalui wawancara, observasi, kuesioner, maupun studi pustaka. Dipilih dua belas jenis media promosi yang dibutuhkan oleh Garland Galore, yaitu *gift card*, *sticker*, *packaging*, *flyer*, *website*, *instagram*, *paperbag*, *totebag* dan *banner*. Melalui perubahan logo dan penggunaan media promosi yang sesuai dapat membantu Garland Galore dalam menguatkan citranya sebagai *florist online shop*.

Kata Kunci: Identitas Visual, Media Promosi, Logo, Garland Galore.