

ABSTRAK

Salah satu perusahaan bernama Lasanco ingin melakukan perubahan besar terhadap perusahaannya. Usaha ini dimiliki oleh Krisna Wulan, perusahaan yang bergerak dibidang las stainless dengan target market rumah pribadi, developer, kontraktor, instansi, gedung-gedung hotel, dll. Perusahaan ini akan menjadi *marketplace* berbasis online untuk semua usaha yang bergerak dibidang las stainless dan penjualan produk stainless. Namun, beberapa perusahaan yang sudah memiliki identitas visual dan positioning yang baik akan menjadi pesaing LASANCO dalam proses perjalanan bisnisnya. Sedangkan perusahaan LASANCO ini belum memiliki identitas secara visual (*image*) dan positioning yang tepat dalam proses memperkenalkan perusahaan baru ini ke masyarakat. Karena identitas visual dan positioning merupakan strategi yang sangat baik untuk perusahaan yang ingin meningkatkan image yang tepat, baik itu perusahaan lama maupun perusahaan yang baru bergerak dengan tujuan dapat bersaing dengan kompetitornya. Dalam proses perancangannya akan didasari oleh beberapa teori seperti teori desain komunikasi visual, perancangan, *brand identity*, *positioning*, *company profile*, *logo*, fotografi, dan layout.

Metode yang digunakan dalam proses perancangan adalah metode pengumpulan data secara kualitatif. Metode tersebut berisi teknik pengumpulan data melalui wawancara terhadap pemilik perusahaan dan studi kepustakaan yang akan menunjang proses menentukan perancangan yang tepat untuk dirancang. Perancangan tersebut dapat membangun perusahaan LASANCO. Juga menambahkan analisa data terhadap kompetitor sejenis, agar mendapatkan poin-poin penting yang dapat dimasukkan ke dalam proses perancangan.

Perancangan yang akan dibuat adalah langkah awal dalam membangun LASANCO. Maka dibuat perancangan identitas visual dan positioning sebagai cara untuk membangun perusahaan LASANCO. Karena secara teori hal tersebut menjadi penting ketika ada perusahaan baru di era sekarang. Identitas visual dan positioning tersebut akan diaplikasikan ke dalam media berupa *company profile*.

Kata Kunci : Lasanco, Image, Positioning, Visual, Marketplace, Company Profile