

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI ‘DIAN SALON
MUSLIMAH’ BANGKA BELITUNG SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *BRAND
AWARENESS* TERHADAP REMAJA**

Rifdah Atikah Sari - 1601174062

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung, 40257

Abstrak

Tampil cantik menjadi keunggulan setiap perempuan, segala cara dilakukan agar bisa tampil cantik. Remaja adalah salah satunya. Sekarang ini, banyak salon kecantikan yang menargetkan remaja sebagai target konsumennya dibuktikan dengan banyaknya kegiatan promosi secara online oleh pebisnis salon kecantikan karena ingin memasuki pasar remaja yang merupakan konsumen implusif dan konsumtif serta melek internet. Salon muslimah merupakan salah satu salon kecantikan yang sedang marak diperbincangkan dan dicari oleh remaja putri, karena Indonesia merupakan salah satu Negara dengan penduduk beragama islam terbesar sehingga banyak yang menggunakan hijab. Oleh karena itu, mereka harus mencari salon khusus perempuan yang tertutup. Dian Salon Muslimah merupakan salah satunya, rata-rata konsumen dari Dian Salon Muslimah adalah berusia 25-35 tahun, mereka ingin memperluas konsumennya menargetkan remaja. Cara yang dilakukan Dian Salon Muslimah adalah memperbaharui tampilan salon, tetapi pada identitas visual tidak ada pembaharuan dan tidak dilakukannya promosi untuk mencapai target remaja tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas visual dan media promosi yang diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* terhadap remaja. Proses pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi metode serta melakukan analisis terhadap 2 proyek sejenis. Dengan metode tersebut, diharapkan membantu memahami perancangan identitas visual dan media promosi yang tepat dalam mewujudkan tujuan yang telah ditentukan sehingga dapat terpecahkan masalahnya.

Kata kunci : salon muslimah, identitas visual, media promosi, *brand awareness*, remaja