

ABSTRAK

Bisnis merupakan salah satu dari banyak cara untuk mendapatkan dan menghasilkan uang dengan baik dan benar. Salah satu dari sekian banyak bisnis adalah bisnis laundry atau bisa disebut dengan bisnis cuci kiloan, dimana konsumen membeli jasa dengan mengirim pakaian mereka yang kotor untuk dicuci dikarenakan tidak mempunyai waktu maupun alat yang dibutuhkan untuk mencuci. Salah satu dari bisnis laundry ini adalah UMKM Djak Clean. Tetapi, sudah banyak bisnis laundry yang bermunculan sehingga saingan dalam pasar ini amat ketat. Djak Clean sendiri mempunyai identitas visual yang lemah dan kurang sehingga mempromosikan bisnis ini menjadi lebih susah dengan minimnya keunikan yang dapat dikenal dari promosi itu sendiri. Untuk menangani masalah ini, perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan studi pustaka. Analisis yang digunakan adalah matriks dan data kualitatif. Dengan itu, untuk menarik konsumen diperlukan metode agar lebih menonjol dan mudah untuk dikenal dalam kalangan masyarakat, Djak Clean membutuhkan identitas yang kuat melalui visual. Perancangan identitas visual adalah salah satu metode untuk memiliki identitas sendiri yang unik agar dapat dibedakan dengan saingan lainnya. Dengan media promosi yang menarik dan unik, suatu bisnis mampu meningkatkan daya tarik dan nilai. Identitas visual melalui media promosi seperti logo, poster, *flyer*, *sticker* dan *banner*. Dengan identitas visual yang kuat, maka diharapkan daya tarik dan nilai Djak Clean sendiri akan lebih meningkat dan menarik perhatian calon konsumen dikedepannya.

Kata Kunci: Laundry, Identitas Visual, Media Promosi