

ABSTRAK
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN IMPLEMENTASI
PADA MEDIA PROMOSI UNTUK NAWASENA NUSANTARA GROUP

Oleh:

Adinda Hasna Nadhirah Putri Waluya

1601204135

Nawasena Nusantara Group adalah PT Perorangan yang berdiri pada Mei 2024. Nawasena merupakan UMKM yang melakukan kegiatan perdagangan internasional ekspor. Nawasena bukan pabrik, melainkan trader ekspor. Dalam perkembangannya, Nawasena Nusantara Group belum mampu bersaing dengan UMKM yang sejenis karena belum memiliki identitas atau brand yang kuat serta strategi marketing yang tepat. Promosi perusahaan ini belum efektif sehingga banyak klien belum mengetahui dan menjalin kerja sama. Untuk itu, diperlukan suatu identitas dan strategi media promosi untuk meningkatkan *brand awareness*. Metode yang dilakukan meliputi wawancara, observasi, dan studi pustaka, sedangkan untuk analisis visual menggunakan matriks perbandingan, kemudian analisis data menggunakan SWOT untuk mendapatkan perancangan identitas dan promosi yang efektif untuk pemasaran B2B. Berdasarkan data yang diperoleh, Nawasena memerlukan media promosi seperti logo perusahaan, dan pengelolaan merek serta penerapannya di berbagai media promosi. Diharapkan perancangan promosi dan desain ini dapat menjadi acuan dalam memperluas jangkauan pasar melalui strategi pemasaran B2B, serta meningkatkan *brand awareness* Nawasena Nusantara Group.

Kata kunci: ekspor, Nawasena Nusantara Group, identitas visual, media promosi