

ABSTRAK

Vespa adalah merek skuter asal Italia yang memiliki sejarah panjang dan penggemar setia di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Vespa pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1950-an dan terus berkembang hingga saat ini. Meskipun Vespa adalah merek yang terkenal dengan bengkel resmi yang tersebar luas di Indonesia, Fenomena yang ada di masyarakat kita adalah Pengguna Vespa sering merasa bahwa harga perbaikan dan pemeliharaan di bengkel resmi terlalu tinggi, sehingga mereka mencari alternatif yang lebih ekonomis. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana perancangan ulang identitas visual bengkel Vespahaus agar lebih kuat dan membedakan dari pesaing di pasar Medan dan bagaimana hasil dari perancangan ulang identitas visual bengkel Vespa ‘Vespahaus’ dapat meningkatkan citra merek di Kecamatan Medan Baru Penelitian ini menggunakan metode penelitian campuran kualitatif. Sedangkan, pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, wawancara, dan kajian pustaka. Kuesioner dan wawancara dilakukan terhadap para penggemar atau pehobi Vespa, pemilik bengkel Vespa “Vespahaus”, ahli branding, ahli desain grafis, dan pengamat Vespa. Penelitian ini akan menghasilkan identitas visual yang baru yang akan diimplementasikan pada berbagai media pendukung untuk memenuhi kebutuhan Vespahaus.

Kata Kunci: medan, bengkel, vespa, vespahaus.