

## **ABSTRAK**

# **PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI J-PROJECT**

**Oleh : Riztama Prawita  
NPM : 1401110353**

Belakangan ini mulai banyak bermunculan berbagai macam komunitas di Indonesia hadir dengan berbagai macam latar belakang dan aktifitas. Seiring dengan banyaknya komunitas di kota Bandung, munculah beberapa usaha yang menyediakan perlengkapan sepeda, salah satunya adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) J-Project. J-Project bergerak di bidang pakaian olah raga sejak tahun 2005 yang didirikan oleh Bapak Johan selaku pemilik. Namun sayangnya, J-Project belum memiliki identitas visual dan media promosi yang tepat sehingga banyak masyarakat yang belum mengenal J-Project. Oleh karena itu solusi yang tepat adalah membuat perancangan identitas visual dan media promosi yang tepat agar J-Project dapat dikenal di masyarakat dan dapat bersaing di pasaran.

Dalam perancangan laporan tugas akhir yang berjudul *Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi J-Project*, penulis menggunakan beberapa metode untuk pengumpulan data. Adapun metode-metode yang digunakan adalah studi pustaka, observasi, kuesioner, dan wawancara. Landasan Teori yang digunakan dalam *Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi J-Project* adalah teori pemasaran, teori merk, Teori Media, Teori Analisis, dan Teori Visual.

Bentuk perancangannya meliputi identitas visual yang visual berbentuk logo yang dibuat dengan bentuk dasar bingkai sepeda lalu dipadukan dengan bentuk dinamis dan lincah yang menggambarkan olah raga sepeda dan beberapa media yang dapat dijadikan sarana promosi untuk menunjang daya saing J-Project seperti poster, brosur, *x-banner*, *website*, dan berbagai promosi melalui sosial media.

*Kata kunci : Sepeda, Jersey, Identitas visual, Logo, Media Promosi*