

## ABSTRAK

Proxsis *Consulting Group* (PCG) merupakan perusahaan besar yang bergerak dibidang *training* dan konsultasi dengan beberapa *Sub Business Unit* (SBU) di dalamnya. Banyaknya SBU, dan minimnya tenaga desain yang mengerti hal-hal yang harus diperhatikan dalam membuat sebuah desain menghasilkan desain yang tidak konsisten dalam satu SBU dan tidak terdapat kesamaan antara logo dan media pendukungnya baik dari warna dan elemen grafis lainnya. Hal ini menyebabkan perusahaan belum memiliki identitas visual yang jelas, seperti warna yang memang menjadi ciri khas perusahaan tersebut, dimana bila warna itu telah melekat dengan perusahaan akan mudah dikenali meski tanpa menuliskan nama perusahaan tersebut. Melalui observasi ke perusahaan dan melakukan wawancara serta mengumpulkan desain yang telah dibuat tahun 2015 kebelakang kemudian menganalisis masalah menggunakan teori dan keilmuan terkait elemen visual *corporate identity*, Penulis menyimpulkan bahwa untuk membuat perusahaan tampak lebih menonjol diantara kompetitornya dan lebih mudah dikenali oleh klien adalah dengan memiliki identitas visual yang jelas. Identitas visual yang dibuat berdasarkan keilmuan desain grafis, sehingga sesuai dengan *image* apa yang ingin disampaikan oleh PCG dan setiap SBU.

**Kata Kunci:** *Signature, Brandmark, Elemen Visual, Identitas Visual Perusahaan, Proxsis Consulting Group*