

ABSTRAKSI

PT. Teja Sekawan Cocoa Industries merupakan sebuah perusahaan pengolah dan ekspor biji kakao yang berdiri pada tahun 1987. Dengan berdirinya perusahaan tersebut pemilik memutuskan untuk membuat sebuah identitas visual yang mencerminkan cita-cita pemilik perusahaan. Namun, karena pada saat itu kurangnya hukum tentang perlindungan *brand*, muncul perusahaan dengan identitas visual yang serupa. Identitas visual tersebut tidak lagi menjadi karakteristik bagi perusahaan. Selain itu, identitas visual tersebut tidak mencerminkan gambaran usaha dan citra dari PT. Teja Sekawan Cocoa Industries. Hal tersebut membuat target market memberikan persepsi yang salah. Untuk mengatasi masalah tersebut, maka dilakukan proses redesain, dan penerapannya secara konsisten dalam media promosi untuk membantu perusahaan dalam berkomunikasi dengan target market. Proses ini diawali dengan penelitian dan pencarian teori yang relevan dan mampu mendukung analisa yang akan dilakukan. Sebelum memasuki proses redesain, juga dilakukan analisis mengenai permasalahan yang ada, analisis terhadap kebutuhan target market, analisis kompetitor, dan juga analisis tren logo. Hasil analisis tersebut berupa kesimpulan akan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan, serta kebutuhan untuk mengatasi permasalahan yang ada. Setelah ditemukan strategi untuk mengatasi permasalahan yang ada, maka dibuatlah *design brief* sebagai konsep desain. Konsep desain tersebut kemudian diterapkan dalam identitas visual perusahaan yang kemudian diaplikasikan dalam beberapa media promosi sebagai media komunikasi seperti *stationary*, media cetak, dan *website*. Setelah itu, maka dilakukan uji coba terhadap identitas visual dan terhadap media promosi, baik media cetak ataupun media digital yang telah dibuat. Proses uji coba tersebut melalui dua tahap yaitu tahap verifikasi dan validasi. Hasil dari uji coba tersebut menunjukkan bahwa identitas visual yang dibuat berdasarkan citra dari suatu perusahaan membantu *brand* tersebut lebih dikenali oleh target market dan menanamkan dalam benak market.

Kata kunci: *brand*, redesain, identitas visual, target market, media promosi, konsisten.