



## ABSTRAK

*Branding* adalah serangkaian langkah kegiatan komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam rangka proses membangun dan membesarkan *brand*. Tanpa dilakukannya kegiatan komunikasi kepada konsumen yang disusun dan direncanakan dengan baik, maka sebuah merek tidak akan dikenal oleh target konsumennya. Taman Budaya Jawa Barat sebagai pusat seni dan budaya Jawa Barat kurang memiliki media informasi dan promosi kegiatan yang sangat mendukung proses penggenerasian dan pelestarian kebudayaan yang saat ini mulai terlupakan oleh masyarakat dengan kategori dewasa muda di Kota Bandung.

Perancangan konsep visual *Branding* Taman Budaya Jawa Barat agar dikenal masyarakat Kota Bandung sebagai pusat seni dan budaya Jawa Barat, dengan menampilkan ikon seni dan budaya sekaligus ikon Taman Budaya Jawa Barat. Implementasi konsep menjadi desain sebagai pemecahan permasalahan, tahapannya meliputi menentukan strategi komunikasi, menentukan konsep bentuk, konsep tipografi dan konsep warna, sehingga menghasilkan filosofi logo yang dapat mewakili Taman Budaya Jawa Barat secara utuh.

Pemilihan material, penentuan ukuran media, penjabaran teknik, dan pembahasan biaya produksi, menjadi bagian cakupan teknis pekerjaan yang dilalui dalam pembuatan desain. Hasil akhir terpenting adalah terwujudnya visualisasi karya desain *branding* yang diaplikasikan pada media promosi kegiatan Taman Budaya Jawa Barat.



## ABSTRACT

Branding is a step of communication activities by the company in bulding and raising brand. Without some communication activities to consumers organized and well planned, then a brand will not be known by the target consumer. Taman Budaya Jawa Barat as a center art and culture of West Java lack of media information and promotion activities that strongly supports the generation and presvation of cultural are now starting to be forgotten by the people in Bandung City.

Visual concept branding of Taman Budaya Jawa Barat to be known by the people in Bandung City as a center art and culture of West Java, with showing icon of art and culture at once showing icon of Taman Budaya Jawa Barat. Implementation of the concept into the design as a problem solving, stage includes determining the communication staregy, define the concept of form, typhography concept, and color concept, resulting in philosophy logo to represent Taman Budaya Jawa Barat.

Material selection, determining the size of the media, elaboration and techniques of the production costs, be a part of thecnical scope of work which passed in design. The most important result was the realization branding final design work is applied to information media and promotion activities of Taman Budaya Jawa Barat.

