



ABSTRACT

Branding is a step of communication activities by the company in building and raising brand. Without some communication activities to consumers organized and well planned, then a brand will not be known by the target consumer. Anang gallery Suradha as a furniture gallery in Bali, Gallery has not had media information and promotion of products which strongly supports the sales process and the introduction of its products to public in Bali.

Visual concept branding of Galeri Anang Suradha Bali to be known by the people in Denpasar as a gallery antique furniture style that typical of Indonesia, which displayed by carvings of Java, Bali and other Indonesian typical. Implementation of the concept into the design as a problem solving, stage includes determining the communication strategy, define the concept of form, typography concept, and color concept, resulting in philosophy logo to represent Galeri Anang Suradha.

Material selection, determining the size of the media, elaboration and techniques of the production costs, be a part of the technical 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 of Galeri Anang Suradha.





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. Galeri Anang Suradha sebagai galeri furniture di Bali, belum memiliki media informasi dan promosi produk yang sangat mendukung proses penjualan dan pengenalan produk-produk galeri terhadap masyarakat di Bali.

Perancangan konsep visual *Branding* Galeri Anang Suradha agar dikenal masyarakat Kota Denpasar sebagai galeri *furniture* bergaya antik khas Indonesia, dengan menampilkan ukiran-ukiran Jawa, Bali, dan khas Indonesia lainnya. 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 Galeri Anang Suradha 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 Branding Galeri Anang Suradha.

