



ABSTRAK

Haritsa Sakha. 2015. Fitnes center merupakan pusat kebugaran yang melakukan kegiatan dalam ruangan dengan menawarkan kegiatan olahraga dari yang tidak menggunakan alat sampai yang menggunakan alat-alat mahal dan canggil diantaranya bertujuan berprestasi. Pengantar karya Proyek Akhir Grafis ini berjudul “Brand Identity Ksatria GYM”. . Adapun permasalahan yang dikaji adalah bagaimana membuat rancang *Brand identity* yang tepat secara konsep, desain, dan ide kreatif sehingga informasi pesan tersampaikan secara komunikatif. *Brand identity* merupakan suatu identitas yang merupakan representasi dari visi-misi perusahaan tersebut dan Ksatria gym sendiri tidak mempunyai *Brand Identity* yang dapat di sampaikan kepada masyarakat, karena peran *Brand identity* merupakan penunjang utama untuk mengenalkan tempat tersebut kepada lingkungan masyarakat luas. Ksatria gym menyadari dibutuhkan media visual untuk proses pengenalan, program untuk mendukung visi, misi. Kesimpulannya dengan *Branding* ini pada akhirnya dapat terus memupuk pandangan positif, khususnya pada para konsumen agar mereka mendapat pelayanan yang lebih baik dengan membangun kepercayaan dan kesetiaan mereka. *Branding* ini akan terus menerus dibentuk selama Ksatria gym berdiri karena potensi yang dimiliki gym ini untuk dijadikan perusahaan besar dan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis. Media *Branding* yang dibuat antara lain : disain logo, seragam pegawai, kartu nama, sign system, handuk, tas, singlet, posters, id card pegawai, kartu member, dan juga berupa media informasi seperti *banner*, papan nama atau *neon sign*.

Kata Kunci: *Branding*, GYM, Media





ABSTRACT

Haritsa Sakha. 2015 Fitness center is an indoor activities which offering sports activities that didn't use tools until use expensive tools and aimed to achievement. Introduction to Graphic Final Project work is titled "Brand Identity Knight GYM". The issues examined are how to make the right design Brand identity is the concept, design, and creative ideas so that information conveyed messages communicatively. Brand identity is an identity that is a representation of the vision and mission of the company and the Knights gym itself does not have a Brand Identity that can be conveyed to the public, because the role of brand identity is the primary support for introducing such facilities to the wider community environment. Knight gym realize visual media needed to process the introduction of this program to support the vision, mission. In conclusion with this Branding can ultimately continue to foster a positive view, especially on the consumer, so they get a better service by building their trust and loyalty. Branding will continuously formed during the Knights gym stands out because of its potential to be used as a gym is a great company and able bersain with similar companies. Media Branding created include: logo design, employee uniforms, business cards, sign systems, towels, bags, singlet, posters, employee id card, membership card, and also in the form of information media such as banner, sign or neon sign.

Kata Kunci: *Branding, GYM, Media*

