



## ABSTRAK

Olahraga ekstrim semakin diminati di Indonesia oleh masyarakat khususnya anak muda dalam kurun waktu beberapa tahun ke belakang. *Longboard* adalah salah satu olahraga ekstrim yang mulai masuk di Indonesia sejak tahun 2000, begitu banyaknya peminat anak muda dalam bermain *Longboard* sehingga mulai terbentuknya komunitas-komunitas olahraga ini di Indonesia. *Damnation* sebagai salah satu komunitas yang bergerak dalam bidang olahraga ekstrim, mengajak masyarakat khususnya anak muda yang ingin bermain *Longboard* untuk bergabung menjadi bagian komunitas ini, agar olahraga *Longboard* di Indonesia khususnya bagian Bandung menjadi berkembang. Kendala yang dihadapi oleh komunitas *Damnations* dalam memperkokoh kiprahnya di dunia olahraga ekstrim adalah belum terkenalnya olahraga *Longboard* ini karena olahraga ekstrim ini terhitung baru masuk di Indonesia dan kurangnya tempat penjualan alat-alat *Longboard*. Buku panduan mengenai *Longboard* ini akan dibuat untuk mempermudah masyarakat luas mengenal bagian-bagian dan cara bermain *Longboard* di Indonesia.

Perancangan visual merek mengacu pada metode pembentukan merek, dengan menggunakan pendekatan bidang desain komunikasi visual (spesifik pada ilmu desain grafis). Tahapannya meliputi merancang identitas visual merek, menentukan warna, jenis huruf (*typeface*) sebagai pendukung pesan verbal, tata letak (*layout*), konsep dan strategi komunikasi, menetapkan media, gaya dan teknis pengerjaan, dan terakhir merinci aspek produksi (faktor pembiayaan atau *budgeting*), yang kesemuanya harus direncanakan seksama.

Pemilihan material, penentuan ukuran media aplikasi visual merek kota, penjabaran teknik, dan pembahasan biaya produksi, menjadi bagian cakupan teknis pekerjaan yang dilalui dalam pembuatan desain. Hasil akhir terpenting adalah terwujudnya visualisasi karya desain merek kota secara nyata dan bentuk-bentuk media berbasis komunikasi visual.





## ABSTRACT

extreme sports in indonesia is increasingly in demand by the public, especially young people. longboard is one of extreme sports who started since 2000's in indonesia, there are so many young people playing these sports, so they started to build a community. damnation is one of them, and they are inviting the public to join them to make these sports more preferred, especially in bandung. one of they trouble is Longboard are not famous in indonesia and the lack of sale of longboard tools. a guidebook about longboard will be made to facilitate the general public to more familiar with the parts and knows how to play longboard..

A typical brand identity includes a brand name, positioning statement, category descriptor, organizational values, brand archetype, and the brand's key purchase factors with their tangible and emotional benefits (brand associations).

A good brand name gives a good first impression, is easy to remember, and evokes positive associations with the brand. The positioning statement tells, in one sentence, what business the company is in, what benefits it provides and why it is better than the competition. Imagine you're in an elevator and you have 30 seconds to answer the question, "What business are you in?" The category descriptor lets your customers know what "hook" to put your branding on in their mind. Linking your internal organizational values with your brand builds trust with your customers. Brand archetype and personality adds emotion, culture and myth to the brand identity by the use of a famous spokesperson (Bill Cosby - Jello), a character (the Pink Panther), an animal (the Merrill Lynch bull) or an image (You're in good hands with Allstate).



TUV Rheinland  
**CERT**  
ISO 9001

