ABSTRAK

PERANCANGAN ULANG LOGO PECI M. IMING

(Studi Kasus: Persamaan Logo M. Iming dan H. Iming)

Oleh:

Muhammad Ridwan Janov

51906234

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Peci adalah penutup kepala terbuat dari kain, berbentuk meruncing kedua ujungnya. Di zaman saat ini banyak sekali penjual yang menawarkan peci dengan berbagai merek dan jenis sesuai dengan perkembangan saat ini. Namun sebenarnya ada satu merek peci yang dari dahulu sudah ada dan masih ada sampai saat ini, karena kemajuan zaman peminat peci itu berkurang. Yaitu peci M.Iming, merupakan industri yang dikelola oleh keluarga yang berdiri hampir 1 abad. Melihat hal tersebut, penulis mencoba mengkaji salah satu hal yang bisa membuat peci M.Iming kembali diminati oleh masyarakat.

Penulis melakukan *re-design* dengan tahapan-tahapan seperti menganalisis logo yang ada sebelumnya dari segi warna, *Logotype* dan *Logogram*. Kemudian, mencari referensi dari perusahaan peci yang tersebar di Bandung. Setelah mengumpulkan beberapa data, lalu membuat logo baru untuk peci M.Iming. Logo baru yang sudah dibuat oleh penulis dituangkan dalam beberapa media, seperti alat tulis kantor, *x banner*, *ID Card*, kartu nama, dll. Hal ini dilakukan untuk memperkuat pemasarannya. Penulis berharap dengan *re-design* logo peci M.Iming, penjualan peci ini meningkat dan kembali terkenal seperti sebelumnya.

Kata Kunci : Peci, *re-design, Logotype, Logogram.*

ABSTRACT

DESIN THE CAP M. IMING

***(Case Study*: *equation* Logo M. iming end H. iming)**

Written By:

Muhammad Ridwan Janov

51906234

Study Programme Visual Communication Design

Cap is a head covering made of cloth, shaped tapered at both ends. In this age when a lot of sellers that offer caps with different brands and types of line with current developments. But actually, there is a brand of cap that had previously existed and still exists today, because the progress of time is reduced interest cap, That M.Iming cap, an industry run by families who stood nearly a century. Seeing this, the authors tried to examine one of the things that could make the M.Iming Cap to demand by the public.

The author re-design the stages like analyzing the existing logo in terms of colors, logotype and Logograms. Then, looking for references from the cap companys spread across Bandung. After collecting some data, then create a new logo for M.Iming cap.The new logo was created by the author stated in some media, such as stationery, envelopes, banners, ID cards, business cards, etc. This is done to strengthen its marketing. The author hopes to re-design logo M.Iming cap, this cap increase sales and return renowned as before.

Keywords: Cap, *Re-design, Logotype, Logogram.*