

ABSTRAK

Redesain logo pada PT Singgalangpro Komunika Indonesia yang terletak di Jl. Veteran No. 17, Kota Padang bertujuan untuk meningkatkan identitas dan citra perusahaan tersebut. Metode penelitian dalam redesign logo yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode analisis data SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*) dan metode perancangan desain *thinking* (*Empathize, Define, Ideated, Prototype, dan Test*). Penelitian ini memiliki konsep media yang akan menerangkan tentang redesign logo dan *brand guideline* atau *graphic standard manual* yang akan dibuat sesuai dengan komposisi warna, tipografi, dan layout. Dan konsep kreatif yang akan menjelaskan tentang tujuan dan strategi kreatif. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah redesign logo PT Singgalangpro Komunika Indonesia dan penerapan keberbagai media dan *stationery*. Penerapan ini bertujuan agar identitas PT Singgalangpro Komunika Indonesia bisa meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat luas. Diharapkan dengan redesign logo ini, PT Singgalangpro Komunika Indonesia bisa meningkatkan identitas perusahaan menjadi lebih luas. Hasil dari redesign PT Sipro Komunika Indonesia pastinya akan meningkatkan *brand awareness* bagi perusahaan. Rdesain logo yang dilakukan dengan mengkombinasikan inisial dari perusahaan yaitu S, I, dan P, dan juga penggabungan dari elemen gunung, diamond, dan Gedung sehingga menghasilkan logo yang memiliki makna stabilitas, kekuatan, dan kemajuan.

Kata kunci: *Brand Identity, brand awareness, Logo, PT Sipro Komunika, Redesain.*

ABSTRACT

The logo redesign at PT Singgalangpro Komunika Indonesia located at Jl. Veteran No. 17, Padang City aims to improve the identity and image of the company. The research method in the logo redesign carried out is by using the SWOT data analysis method (Strength, Weakness, Opportunities, and Threats) and the design thinking method (Empathize, Define, Ideated, Prototype, and Test). This research has a media concept that will explain the logo redesign and brand guideline or graphic standard manual that will be made according to the composition of color, typography, and layout. And a creative concept that will explain the goals and creative strategies. The results obtained from this research are the redesign of the PT Singgalangpro Komunika Indonesia logo and its application to various media and stationery. This application aims to make the identity of PT Singgalangpro Komunika Indonesia able to improve the company's image in the eyes of the wider community. It is hoped that with this logo redesign, PT Singgalangpro Komunika Indonesia can improve the company's identity more widely. The redesign of PT Sipro Komunika Indonesia will undoubtedly increase brand awareness. The logo design combines the company's initials, S, I, and P, along with elements of a mountain, a diamond, and a building, resulting in a logo that signifies stability, strength, and progress.

Keywords: *Brand Identity, brand awareness, Logo, PT Sipro Komunika, Redesign.*