

ABSTRAK

Perancangan ini dibuat untuk mengenalkan produk melalui *redesign* dengan media utama logo yang akan menjadi wajah, dari usaha Sarmalinda Cake yang berada di kabupaten siak desa perawang provinsi riau. Yang di di latar belakang oleh kurang menariknya logo, kurangnya menonjol citra dari Sarmalinda Cake dan kurangnya media pendukung untuk mengenalkan Sarmalinda Cake kepada audiens. Dengan tujuan agar masyarakat mengenal, mengetahui, lebih dekat dan menaikkan keuntungan dalam produksi dari Sarmalinda Cake.

Perancangan membutuhkan data-data yang dapat membantu dalam proses desain, dimana akan dilakukan sebuah observasi, wawancara, dan studi pustakan dari data, dimana akan dilakukan analisa dengan menggunakan analisis S.W.O.T membahas mengenai kekuatan brand identity dan melihat kelemahan untuk menjadikan sebuah motivasi untuk meningkatkan sebuah pesan dalam bentuk logo, dan melihat reaksi dari masyarakat tentang Sarmalinda Cake. Masalah yang terjadi pada Sarmalinda Cake ialah kurangnya branding diri dari perusahaan yang mencerminkan identitas perusahaan, oleh sebab itu dibutuhkan adanya perancangan redesign logo Sarmalinda Cake. Agar lebih mudah untuk dikenal masyarakat.

Kata Kunci: *Redesign*, Logo, Sarmalinda Cake

ABSTRACT

This design was made to introduce products through redesign with the main media being the logo that will be the face, of the Sarmalinda Cake business located in Siak Regency, Perawang Village, Riau Province. Which is motivated by the lack of attractiveness of the logo, the lack of prominent image from Sarmalinda Cake and the lack of supporting media to introduce Sarmalinda Cake to the audience. With the aim that people know, know, get closer and increase profits in the production of Sarmalinda Cake.

Design requires data that can assist in the design process, where an observation, interview, and literature study will be carried out from the data, which will be analyzed using S.W.O.T analysis discussing the strengths of brand identity and seeing weaknesses to make a motivation to improve a message in the form of a logo, and see the reaction from the public about Sarmalinda Cake. The problem that occurs with Sarmalinda Cake is the lack of self-branding from the company that reflects the company's identity, therefore a redesign of the Sarmalinda Cake logo is needed. In order to be younger to be known by society.

Keywords: Redesign, Logo, Sarmalinda Cake