

## ABSTRAK

Identitas visual merupakan instrumen bisnis strategis yang sangat penting dalam memperkuat *brand awareness* dan membangun koneksi dengan konsumen. UD Tunas Perdana merupakan pabrik manufaktur yang memproduksi material biji plastik berkualitas tinggi dari hasil daur ulang limbah plastik. Meskipun memiliki standarisasi kualitas produk yang ketat, perusahaan ini menghadapi kendala utama dalam aspek pemasaran, di mana produk yang dihasilkan belum memiliki identitas visual yang terstandarisasi sehingga sulit dibedakan di tengah kompetisi pasar yang serupa. Sebagai solusi strategis dari hambatan tersebut, dilakukan inisiasi perancangan identitas visual berupa logo untuk merek dagang produk barang jadi mereka yang bernama Tobas. Penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas visual resmi sebagai sarana meningkatkan *brand awareness* dan dapat terstandarisasi melalui *Graphic Standard Manual (GSM)* guna memastikan konsistensi penggunaan logo Tobas di berbagai platform media cetak maupun digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan design thinking yang meliputi lima tahapan: Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Untuk mendapatkan data yang akurat, pengumpulan data dilakukan secara langsung melalui observasi di lapangan, wawancara mendalam dengan pemilik usaha, pembuatan moodboard, serta diperkuat oleh studi literatur yang relevan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode design thinking sangat efektif untuk menyelaraskan keinginan pemilik usaha ke dalam sebuah konsep visual yang matang. Logo Tobas yang terpilih merupakan penggabungan bentuk siluet Rumah Bolon sebagai simbol kebanggaan lokal khas Sumatera Utara, dengan struktur atap yang membentuk 2 buah huruf "T" simetris (gabungan dari kata "Tunas" dan "Toba"). Kombinasi warna ungu dan hitam sengaja dipilih untuk memberikan kesan modern dan inovatif, lalu dipadukan dengan jenis huruf (typeface) "Berlin Sans FB" yang berkarakter kuat namun tetap sederhana. Sistem visual ini kemudian diterapkan ke dalam buku panduan GSM serta berbagai sarana media promosi seperti banner, kartu nama, konten media sosial, stiker label jenis plastik, stationary, kartu nama, kemasan goni biji dan juga visual dari truk container pengantar produk. Kesimpulannya, perancangan identitas visual Tobas ini berhasil menciptakan ciri khas yang kuat dan siap digunakan untuk meningkatkan brand awareness merek di pasar industri plastik.

Kata Kunci: Identitas Visual, Logo, *Brand Awareness*, Tobas, *Design Thinking*, *Graphic Standard Manual*