

ABSTRAK

The Quadrant Hotel membutuhkan identitas visual yang konsisten untuk memperkuat citra profesional pada berbagai media komunikasi. Permasalahan yang ditemukan meliputi logo yang kurang efisien secara visual, penggunaan warna yang belum konsisten, tipografi yang belum memiliki pedoman tetap, serta belum tersedianya *brand guideline* sebagai acuan penerapan identitas visual. Penelitian ini bertujuan merancang ulang logo dan menyusun *Brand Guideline* The Quadrant Hotel agar identitas visual lebih sederhana, modern, elegan mudah dikenali dan dapat diterapkan secara konsisten. Metode yang digunakan adalah *design thinking* melalui tahapan observasi, survei, analisis visual, perumusan konsep, perancangan desain, implementasi, dan evaluasi. Hasil perancangan menghasilkan logo baru dengan konsep *clover* yang mempersentasikan kesatuan, keseimbangan dan karakter hotel. Identitas visual didukung oleh warna utama bernuansa *gold*, tipografi Baskerville dan Poppins, serta elemen visual berbasis bentuk logo. Seluruh elemen disusun dalam buku *Brand Guideline* dan diterapkan pada *company profile*, *amenities*, media administrasi, serta media promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa redesain logo dan perancangan *Brand Guideline* mampu membentuk identitas visual The Quadrant Hotel yang lebih konsisten, profesional, dan sesuai dengan karakter industri perhotelan.

Kata Kunci: redesain logo, *Brand Guideline*, identitas visual, The Quadrant Hotel