

ABSTRAK

Karya Utama merupakan usaha kerajinan payung geulis yang didirikan oleh A. Sahrod pada tahun 1971. Meskipun Karya Utama adalah usaha kerajinan yang sudah ada sejak lama, namun banyak masyarakat yang kurang mengetahuinya. Ketidaktahuan masyarakat tersebut bisa dibantu dengan adanya identitas visual. Karya Utama sebenarnya sudah memiliki sebuah logo sebagai bentuk identitas visual. Namun, logo tersebut masih memiliki beberapa masalah diantaranya yaitu belum memiliki filosofi khusus, penggunaan tipografi dalam penerapan logo tidak konsisten, warna yang digunakan sebagai identitas hanya diterapkan pada logo saja dan tidak digunakan sebagai turunan desain. Selain itu, Kang Sandi selaku pemilik dari Payung Geulis Karya Utama juga menginginkan agar identitas visual usaha kerajinan Payung Geulis Karya Utama bisa didesain ulang. Oleh karena itu, tujuan dari perancangan ini yaitu merancang ulang identitas visual usaha kerajinan Payung Geulis Karya Utama. Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data diantaranya metode observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi literatur serta menggunakan metode analisis SWOT. Hasil perancangan ini berupa identitas visual yang mencakup logo, warna dan tipografi yang menggunakan konsep legendaris untuk menggambarkan Payung Geulis Karya Utama sebagai usaha kerajinan payung geulis paling tua yang berdiri sejak tahun 1971 dengan media utama berupa identitas visual yang disertai dengan *brand guidelines* dan media pendukung meliputi, kartu nama, buku nota, stempel, amplop, kop surat, kemasan, stiker, kaos, media sosial Instagram, *banner* dan poster.

Kata kunci: identitas visual, payung geulis, kerajinan khas