ABSTRAK

PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY PT. GLOBALINDO 21 EXPRESS SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Ake Arif Radhian Primanta[1]

(Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom., Thomas Hanandry Dewanto, S.T., M.T.)

[1]S1 Desain Komunikasi Visual, STIKOM Surabaya

Seiring dengan berkembangnya teknologi di era global ini memicu terjadinya pertumbuhan disegala sektor usaha, termasuk di sektor jasa pengiriman logistik. Mengingat banyaknya transaksi jual beli via online melalui internet dan alat komunikasi yang semakin mudah untuk diakses memberikan trend baru dimasyarakat. Pola hidup menjadi lebih praktis, cepat dan efisien. Disamping memiliki peluang pasar yang cukup tinggi, pergerakan bisnis dibidang jasa pengiriman cenderung dinamis sehingga memacu pertumbuhan usaha dengan jasa pengiriman di Indonesia kian pesat.

PT.Globalindo 21 Express merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman paket dan dokumen. Namun perusahaan ini bukanlah satu satunya perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman logistik. Sudah banyak perusahaan-perusahaan yang lebih dahulu berdiri dibidang ini dan sudah memiliki tingkat popularitas yang cukup tinggi. Untuk dapat berkompetisi dengan perusahaan lain ini, PT. Globalindo 21 Express memerlukan adanya identitas perusahaan yang jelas agar masyarakat bisa lebih percaya sehingga tumbuh nilai *'Trust'* dari konsumen.

Belum memiliki identitas yang tetap membuat citra dari PT. Globalindo 21 Express ini sulit dikenal oleh masyarakat luas. Akibatnya menurunkan citra perusahaan yang bisa berdampak buruk bagi masa depan perusahaan nantinya. Berangkat dari permasalahan itulah perancangan corporate identity ini dibuat untuk dapat lebih meningkatkan *awareness* dari masyarakat luas. Sehingga dengan adanya identitas yang baru akan membuat citra PT. Globalindo 21 Express menjadi lebih baik di benak konsumen sehingga berdampak baik bagi perusahaan.

Kata Kunci : Perancangan, Corporate Identity, Brand Awareness