

**ABSTRAK**  
**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL ARGO PARAHYANGAN**

Oleh:  
Rafiqoh Isnaeni  
1401110387

Beroperasinya Tol Cipularang (Cikampek-Purwakarta-Padalarang) pada tahun 2005 membuat persaingan bisnis transportasi darat menjadi meningkat. Hadirnya jasa angkutan travel dan bus membuat Argo Parahyangan menjadi kewalahan menghadapi persaingan sehingga mengalami penurunan penumpang dan permasalahan okupansi.

Metode pengumpulan data yang digunakan dengan wawancara langsung kepada Head Visor Promotion PT.KAI, penumpang kereta dan travel. Selain itu metode yang dilakukan dengan cara observasi di stasiun kereta dan tempat pemberhentian travel. Metode selanjutnya adalah kuesioner yang dilakukan pada penumpang kereta dan travel sebagai pembandingan pelayanan yang telah dirasakan penumpang. Analisis SWOT dilakukan dengan menganalisis faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari Argo Parahyangan. Analisis matriks digunakan untuk perbandingan produk dengan pesaing. Analisis STP untuk mengetahui STP dari produk

Setelah data diperoleh, selanjutnya penulis melakukan perancangan identitas visual Argo Parahyangan seperti pembuatan logo, penetapan tipografi, warna dan elemen. Untuk mendapatkan hasil rancangan dengan unsur-unsur Jawa Barat didapat dari hasil mindmapping. Selanjutnya identitas visual akan diaplikasikan ke dalam media lini atas seperti merchandise, poster dan media lini bawah seperti *signage*, gerbong, sarung kursi.

Dengan adanya perancangan ini diharap akan mampu membantu PT. Kereta Api Indonesia dengan *brand* Argo Parahyangan dalam menaikkan jumlah penumpang Argo Parahyangan. Selain itu dapat meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap Argo Parahyangan sehingga Argo Para-hyangan memiliki citra positif dan selalu ada di benak masyarakat.

Kata Kunci: *Identitas Visual, Logo, Kereta Api, Argo Parahyangan*