

ABSTRAK

Prima Group Toserba adalah sebuah toserba yang berada di daerah Rajagaluh, Kab. Majalengka, Jawa Barat. Berdiri sejak tahun 2003 atas ekspansi yang dilakukan oleh bapak Ir. Ahmad Satari dari toko *poultry shop* yang berada di pasar Terminal Rajagaluh. Pertama kali dibangun adalah Prima Toserba Rajagaluh, lokasinya persis di pinggir terminal Rajagaluh pada tahun 2003. Pada tahun 2005 kembali membuka toserba di desa Cipinang, Rajagaluh, lalu pada tahun 2007 membuka toko di Leuwimunding, dekat pasar Leuwimunding, lalu pindah ke area tugu Leuwimunding pada 2012. Dan terakhir, membuka Kembali cabang toko pada 2009 di daerah Bongas, Sumberjaya, Majalengka. Namun setelah 17 tahun, terlihat banyak kekurangan yang terlihat, terutama segi kualitas visualnya, yaitu *branding* Prima serta mulai berkurangnya konsumen dikarenakan persaingan yang semakin ketat dengan toserba yang mulai tersebar dan mendekati ke masyarakat. Sangat disayangkan jika Prima Toserba tidak bisa membuka Kembali tokonya, maka banyak kerugian yang akan terjadi. Dalam penelitian ini, dilakukan pengumpulan data dengan melakukan metode observasi lapangan dan wawancara. Berdasar pada metode yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa Prima Toserba membutuhkan perancangan identitas visual dan media promosi. Media utama yang akan dibuat adalah *Graphic Standard Manual* dan media promosi. Dengan perancangan ini, diharapkan akan bermanfaat bagi khalayak umum, namun khususnya untuk Prima Toserba agar dapat bersaing dengan toserba lainnya.

Kata kunci : Identitas Visual, Branding, Toserba, Prima Toserba, Media Promosi