

ABSTRAK

Jasa Layanan atau Service Branding adalah proses membangun sebuah brand pada sebuah jasa/layanan. Service Branding memiliki tujuan untuk membuat orang menggunakan layanan yang disediakan dan membuat mereka sadar akan keunikannya. Hal ini juga membantu Service Brand tersebut membedakan layanan sendiri dari pesaing lainnya, menjadikannya elemen penting dalam pemasaran layanan. Berbeda dengan Product Brand karena produk dapat dipasarkan berdasarkan fitur-fiturnya, namun layanan adalah pengalaman tak berwujud yang diciptakan oleh perusahaan untuk pelanggan. Penting untuk memahami layanan yang brand tawarkan dan bagaimana layanan tersebut selaras dengan harapan pelanggan. Service Brand yang dirancang dengan baik dapat membantu perusahaan menjangkau audiens baru, menarik pelanggan, menghasilkan promosi penjualan, dan meningkatkan tingkat retensi pelanggan. Proses pengumpulan data ini meliputi dari 4 metode yakni Observasi, Kuesioner, Wawancara dan Studi Pustaka yang kemudian akan dianalisis menggunakan metode Matriks Perbandingan dengan 3 teori yaitu, Branding, Brand Identity dan Desain Komunikasi Visual. Kajian teori tersebut bertujuan untuk memahami bagaimana melakukan perancangan identitas visual terhadap sebuah startup brand sehingga dapat memahami sehingga dapat dapat memenuhi tujuan yang telah ditentukan.

Kata Kunci : Branding, Brand Identity, Jasa Layanan Masyarakat