

**REDESAIN *BRAND IDENTITY* PADA KOMUNITAS KEROHANIAN TRINITY
COMMUNITY MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING* DI GKT 1
MALANG UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

Galih Mahardhika

331710010

Abstrak

Minimnya pengetahuan pembina mengenai kegiatan Branding sebuah Komunitas Kerohanian. Dengan adanya kegiatan *Re-Branding Identity*, masyarakat ataupun jemaat diluar gereja akan lebih mengenal serta mengingat *Trinity Community* sebagai Komunitas Kerohanian yang membawa hal positif bagi sekitarnya. *Brand identity Trinity Community* tidak memiliki konsep yang sesuai dengan semangat dan ciri khas dengan ideologi Gereja Kristus Tuhan Jemaat 1 Metode perancangan yang digunalam dalam perancangan *redesain* Komunitas Kerohanian *Trinity Community* menggunakan metode perancangan *design thinking* untuk mengumpulkan dan mencari informasi dan data yang dibutuhkan hal ini berguna untuk menunjang keberhasilan perancangan. Hasil dari perancangan ini berupa logo, buku graphic standard manual, yang berisikan panduan penggunaan logo, media promosi, *quotes card*, *gift card*, IG feeds, IG story, *signage*. Promosi merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk dilakukan, guna meningkatkan awareness produk atau brand *Trinity Community* kepada masyarakat, oleh karena itu diharapkan tetap konsisten dan aktif dalam melakukan promosi atau aktif dalam sosial media Instagram dengan melakukan pembaruan secara berkala.

Kata Kunci: *logo, brand, branding, brand identity, promosi*

**BRAND IDENTITY REDESIGN OF THE TRINITY COMMUNITY
SPIRITUAL COMMUNITY USING DESIGN THINKING METHOD IN
GKT 1 MALANG TO BUILD BRAND AWARENESS**

Galih Mahardhika

331710010

Abstract

The lack of knowledge of coaches regarding the branding activities of a spiritual community. With the Re-Branding Identity activity, the community or congregation outside the church will recognize and remember Trinity Community as a Spiritual Community that brings positive things to the surrounding. The Trinity Community brand identity does not have a concept that is in accordance with the spirit and characteristics with the ideology of the Church of Christ of God Congregation 1 The design method used in designing the redesign of the Trinity Community Spirituality Community uses the design thinking design method to collect and search for information and data needed, this is useful to support the success of the design. The results of this design are in the form of a logo, graphic standard manual book, which contains logo usage guidelines, promotional media, quotes cards, gift cards, IG feeds, IG stories, signage. Promotion is one of the most important things to do, in order to increase awareness of Trinity Community products or brands to the public, therefore it is expected to remain consistent and active in conducting promotions or active in Instagram social media by making regular updates.

Keyword: *logo, brand, branding, brand identity, promotion.*