

RINGKASAN

Meeting on The Bus Gatotkaca adalah sebuah Bus yang dibuat dengan konsep untuk meeting/rapat. Untuk mengikuti kesuksesan Bus Tingkat Wisata Werkudara dan Kereta Uap Wisata Jaladara menjadi ikon kota Solo yaitu, dari awal diluncurkan sampai sekarang daya tariknya ke masyarakat masih sangat rendah. Berlokasi di wilayah Solo yang terus membranding kotanya menjadi Kota Solo Kreatif Solo Sejahtera membuat Bus Gatotkaca perlu menonjolkan keistimewaannya untuk itu perlu dilakukan perancangan Visual Branding. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk mengumpulkan dan mengelola data secara sistematis, serta didukung dengan analisis SWOT yang bertujuan mengetahui strategi yang tepat untuk digunakan dalam perancangan *visual branding* Bus Gatotkaca. Strategi tersebut diharapkan dapat membantu Bus Gatotkaca dalam meningkatkan loyalitas konsumen, mendapatkan lebih banyak konsumen, dapat lebih dikenal oleh masyarakat secara luas, serta diharapkan akan berdampak pada peningkatan Pendapatan Anggaran Daerah yang tinggi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kota Solo dengan visi misi dan citra perusahaan yang ingin ditampilkan sehingga dihasilkan *Visual Branding* yang modern namun tetap tidak meninggalkan ciri khasnya.

Kata Kunci: Bus Rapat, Bus Gatotkaca, *Visual Branding*, Media Promosi

ABSTRACT

Meeting on The Bus Gatokaca is a bus made with a concept for meetings. It was done to follow the success of the Werkudara Tour Double-decker Bus and the Jaladara Tourist Steam Train, which have become icons of Solo. Meeting on the Bus Gatokaca still has shallow appeal to the public. The Solo branding of a Kota Solo Kreatif Solo Sejahtera makes the Gatokaca bus need to highlight its features. Therefore, it is necessary to design visual branding. This study used a qualitative method to collect and manage data systematically. This research is supported by a SWOT analysis which aims to determine the proper strategy for designing the Gatokaca bus visual branding. This strategy is expected to increase customer loyalty, get more customers, and be better known by the public. In addition, it will impact increasing high Regional Budget Revenues to improve the welfare of the people in Solo. The company's vision, mission, and image must produce modern visual branding with its characteristics.

Keywords: *Meeting Bus, Gatokaca Bus, Visual Branding, Media Promotion*

