

Abstrak

TUJUAN PENELITIAN, ialah untuk menemukan masalah-masalah pada identitas visual Pop n Go yang ada, menemukan *Brand Essence* atau *Big Idea* dari Pop n Go untuk membantu dalam pembuatan identitas visual Pop n Go yang baru. **METODE PENELITIAN**, adalah dengan literature baik melalui buku maupun *website*, wawancara dengan *owner* dari Pop n Go, *questioner* melalui media sosial, wawancara dengan konsumen Pop n Go melalui telepon, **ANALISIS**, setelah dilakukan penelitian, masih sangat banyak orang yang belum mengetahui tentang *cake pops*, konsumen Pop n Go sangat puas dengan pesanan mereka baik dari segi bentuk yang sangat rapih dan detail maupun rasa. **HASIL YANG DICAPAI** Untuk dapat memperkenalkan *cake pops* kepada orang-orang yang belum mengetahui *cake pops* diperlukan *cake pops store* di pusat perbelanjaan serta identitas visual yang mampu mewakili karakter dan identitas *cake pops*. **SIMPULAN** Untuk dapat mengkomunikasikan karakter produk atau perusahaan identitas visual Pop n Go harus dapat mewakili karakter dan identitas *cake pops* yang merupakan produk baru dengan memiliki ciri khas yang berbeda dengan identitas visual *cake* lainnya.

Kata Kunci

Cake pops, identitas visual, Pop n Go, karakter