

ABSTRAK

Audrey Alicia Silverstan (01023180066)

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL & KEMASAN PRODUK “KERIPIK SAMBAL SPECIAL” KHAS SIBOLGA

(xvii + 96 halaman: 69 gambar; 6 tabel; 6 lampiran)

“Keripik Sambal Special” merupakan produk oleh-oleh khas kota Sibolga yang didirikan oleh bapak Liongto sejak tahun 1987. Sejak berdiri produk tersebut tidak mengalami perubahan signifikan terhadap kemasan dan logo hal ini mengakibatkan munculnya beberapa permasalahan dalam produk “Keripik Sambal Special”. Permasalahan yang muncul diantaranya adalah lemahnya identitas visual yang dibangun dan citranya tidak tervisualisasikan melalui desain kemasan hal ini membuat produk tidak memiliki ciri khas sebagai produk oleh-oleh, tidak konsistennya pengaplikasian logo dalam media-media yang digunakan, informasi yang kurang dalam keterbacaan, dan hirarki yang masih belum diperhatikan pada kemasan. Oleh karena itu sangat diperlukan perancangan ulang identitas visual yang dapat memperkuat citra visual dari produk oleh-oleh khas Sibolga yang kemudian akan diaplikasikan dalam media kemasan dan media pendukung lainnya.

Perancangan ulang identitas visual and packaging tersebut melalui beberapa tahapan yaitu pemilihan entitas, identifikasi permasalahan visual, pengumpulan data dengan wawancara bersama ibu Suryani selaku pemilik dan observasi mengunjungi *offline store* “Keripik Sambal Special” kemudian hasil data dianalisis. Tahapan selanjutnya adalah perancangan visual mengenai desain kemasan dan identitas visual.

Referensi: 23 (2004-2021)

Kata Kunci: Keripik Sambal Special, Identitas Visual, Kemasan, Perancangan ulang, Oleh-Oleh Khas Sibolga.

ABSTRACT

Audrey Alicia Silverstan (01023180066)

REDESIGN VISUAL IDENTITY AND PACKAGING PRODUCT “KERIPIK SAMBAL SPECIAL” SOUVENIR PRODUCT FROM SIBOLGA

(xvii + 96 pages: 69 figures; 6 tables; 6 appendices)

“Keripik Sambal Special” is a typical souvenir product from Sibolga city that is founded by Mr.Liongto since 1987. Since it started the product never experience change of packaging and logo this cause several problem on the product “Keripik Sambal Special. The problem are the visual identity is too weak and the brand image doesn’t show well on the packaging this cause the product to miss the brand image as a souvenir product, the inconsistency application of the logo on the media that is used, information that is not informative because the readability is weak, and the hierarchy is not well structured from the packaging. Because of this the product need a redesign on the visual identity that can make the brand image stronger an become a typical stronger product for Sibolga that will be applied on the packaging and other implementation.

The redesign of visual identity and packaging went thru a couple of step that is choosing the topics, identifying the visual problem, data gathering from interview with Ms.Suryani as the owner and observation by visiting the office store “Keripik Sambal Special” and analysis the data result. The next step is visual design about packaging design and visual identity.

References: 23 (2004-2021)

Keywords: Keripik Sambal Special, Brand Identity, Packaging, Rebranding, Souvenir Product From Sibolga.