

## **ABSTRAK**

Andreas Wijaya (01023180025)

### **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAN KEMASAN PRODUK BOLU MERANTI**

(x + 62 halaman; 38 gambar; 3 tabel; 17 lampiran)

Bolu Meranti merupakan perusahaan asal medan yang bergerak dalam bidang kuliner oleh-oleh. Selama 20 tahun Bolu Meranti tidak pernah mengubah identitas visual dan juga kemasannya. Maka dari itu seiring berkembangnya zaman identitas visual dan kemasan Bolu Meranti memiliki beberapa masalah seperti tidak memiliki konsistensi dan ciri khas sebagai produk yang telah berdiri selama 20 tahun. Lalu juga terdapat permasalahan pada media-media lainnya yang membuat Bolu Meranti sebagai suatu perusahaan kurang mengikuti perkembangan zaman yang dimana sudah bermunculan banyak kompetitor dalam bidang yang sama.

Perancangan ulang identitas visual dan kemasan ini bertujuan untuk membangun entitas dan visual yang sesuai dengan citra perusahaan. Perancangan ini lakukan bertahap mulai dari pengumpulan data dengan cara wawancara Ibu Ai Ling (pemilik Bolu Meranti) kemudian membuat konsep dan perancangan visual lalu diakhiri dengan memproduksi kemasan menjadi bentuk fisik.

**Kata Kunci:** Perancangan ulang, Bolu Meranti, Kemasan, Identitas Visual.

## **ABSTRACT**

Andreas Wijaya (01023180025)

### **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAN KEMASAN PRODUK BOLU MERANTI**

(x + 62 pages; 38 photos; 3 tables; 17 attachments)

Bolu Meranti is a company from Medan which is engaged in culinary souvenirs. For 20 years Bolu Meranti has never changed its visual identity and packaging. Therefore, along with the development of the era of visual identity and packaging, Bolu Meranti has several problems, such as not having consistency and characteristics as a product that has been around for 20 years. Then there are also problems with other media that make Bolu Meranti as a company less abreast of the times where many emerged in the same field. The redesign of visual identity and packaging aims to build entities and visuals that match the company's image. This design was carried out in stages, starting with data collection by interviewing Mrs. Ai Ling (the owner of Bolu Meranti) then making a visual concept and design and ending with producing packaging into a physical form.

Keyword: Rebranding, Bolu Meranti, Packaging, Visual Identity.

