

PERANCANGAN ULANG BRAND IDENTITY DAN KEMASAN NOIRSOAP

Oleh

Sarati Nadala Megantara

NPM. 0918101035

Desain Grafis – Fakultas Desain Komunikasi Visual – Universitas Widyatama

Jl. Cikutra No. 204A, Sukapada, Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat.

Email: msaratinadala@gmail.com

Abstrak

Perancangan ulang *Brand Identity* dan kemasan ini bertujuan untuk me- *rebranding* desain atau merek yang sudah ada menjadi suatu perubahan yang menghasilkan desain yang tepat sesuai teori yang didapat, yang diharapkan dapat menjadi acuan dan pembelajaran mengenai *Branding* serta *Packaging* untuk suatu produk agar diminati banyak konsumen. Perancangan ini tertuju pada acuan teori desain grafis, komunikasi visual, komunikasi pada media sosial, brand identity, dan teori-teori mengenai pembahasan desain atau logo. Berdasarkan survey dan observasi pada *client* maka dapat disimpulkan bahwa perlu adanya perubahan dari segi warna, logo, *packaging* yang dapat disesuaikan oleh pilihan *client* itu sendiri. Dan atas persetujuan *client* pada perubahan pada brand nya maka perancangan akan dirancang sesuai dengan ketentuan. Pada perancangan ini dibuat menggunakan *software* salah satu nya Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Selain perancangan pada desain logo serta *packaging* maka ada perancangan pada media promosi yang menggunakan feeds di media sosial yaitu Instagram menyesuaikan dengan keefektifitas pada zaman sekarang.

Kata Kunci: *Packaging*, Brand identity, Media promosi

The Redesigning Brand Identity and Packaging of Noirsoap

By Sarati Nadala Megantara

Abstract

This redesigning of brand identity and packaging is aimed at rebranding an existing design or brand with aim of creating a design that would be based on the known theory, and hopefully, it could be a reference and lesson regarding the branding and packaging of a product that would attract many consumers. This design is based on a graphic design theory, visual communication, communication on social media, brand identity, and theories on the design or logo. According to a survey and observation of the client, it could be concluded that there should be a change in the color, logo, and packaging that would suit the client him/herself. Upon the agreement made by the client on the change of the brand, the redesigning would then be made according to the clauses made. The redesign was made by using software named Adobe Illustrator and Adobe Photoshop. Apart from the logo design and packaging, there would be planning on the media promotion that utilized feeds in social media, namely Instagram, adjusting to the effectiveness of today's trend.

