

ABSTRAK

“PERANCANGAN ULANG DESAIN KEMASAN “TEH BANDULAN” SEBAGAI PENUNJANG BRAND IDENTITY DENGAN UNSUR HERITAGE”

Fajar Ryawan.¹⁾, Retno Purwanti Murdaningsih, S.Sn., M.Ds.²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

Persaingan ketat antara produk sejenis dan kehadiran berbagai produk baru mendorong produsen untuk menciptakan strategi komunikasi guna mempertahankan daya saing di pasar. Elemen visual, seperti kemasan, memainkan peran penting sebagai alat komunikasi dan promosi produk, di mana semakin menarik kemasan, semakin tinggi potensi minat beli konsumen. Salah satu produk legendaris, “Teh Cap Bandulan” dari CV. Budi Djaya Pekalongan, yang telah eksis sejak tahun 1933, kini menghadapi tantangan untuk mempertahankan relevansi di tengah persaingan industri teh yang semakin ketat. Meskipun memiliki nilai historis dan cita rasa khas, desain kemasan produk ini dinilai kurang menonjol dibandingkan kompetitor. Agar mampu bertahan dan meningkatkan loyalitas konsumen, perbaikan desain kemasan yang lebih modern dan inovatif diperlukan, tanpa mengorbankan identitas merek yang telah terbentuk. Hal ini penting dilakukan guna memenangkan persaingan di pasar teh yang semakin kompetitif.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis serta mengevaluasi packaging dari Kemasan Teh Bandulan supaya pelanggan dapat memahami informasi dan brand identity dari teh bandulan. dengan Metode yang di gunakan adalah Deskriptif Kualitatif. Yang dimana melakukan pengumpulan data primer dan sekunder melalui buku atau journal yang berkaitan dengan tema yang di kaji

Kata kunci: Teh Cap Bandulan, Elemen Visual, Kemasan.

Pustaka :

Tahun publikasi :