

ABSTRAK

Tia Melynda (625170035)

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL FAIR CHEEK BEAUTY CREAM

Fair Cheek Beauty Cream adalah sebuah merek kosmetik berupa krim wajah yang diproduksi oleh PT. Poly Usaha Sejati sejak tahun 1980-an. Krim wajah ini sering disebut sebagai bedak kerang, karena wadahnya yang unik menyerupai kerang. Fair Cheek Beauty Cream sempat sangat digandrungi oleh masyarakat Indonesia karena tidak hanya harganya yang murah, tapi juga banyak manfaat yang didapat dari krim wajah tersebut.

Seiring dengan perubahan zaman, peminat Fair Cheek Beauty Cream kini menurun, lantaran banyaknya pesaing dan keraguan masyarakat untuk menggunakan Fair Cheek Beauty Cream karena dalam segi desain yang kurang meyakinkan mereka. Desain kemasan yang dinilai terlalu minim untuk memikat hati pembeli serta penulisan logo Fair Cheek Beauty Cream yang tidak konsisten, karena terdapat logo yang berbeda pada kemasan.

Perancangan ini dibuat dari proses kreatif dari pengumpulan data, analisis data, menentukan konsep dan sketsa hingga pada keputusan visual yang dipilih dan dinilai cocok untuk menjadikan Fair Cheek Beauty Cream terlihat lebih ramah dikalangan remaja hingga dewasa untuk kalangan menengah kebawah zaman ini dan dapat mencerminkan citra merek.

Hasil dari perancangan ini lebih memusatkan kepada desain yang feminim yang menggambarkan seorang wanita dari segi warna dan logo. Selain itu ada juga pengaplikasian logo pada media-media agar dapat membantu kegiatan promosi yang dapat ditargetkan.

Kata kunci : logo, visual, wanita, feminin

ABSTRACT

Tia Melynda (625170035)

RE-DESIGN OF FAIR CHEEK BEAUTY CREAM VISUAL IDENTITY

Fair Cheek Beauty Cream is a cosmetic brand in the form of face cream produced by PT. Poly Usaha Sejati since the 1980s. This face cream is often referred to as bedak kerang, because its unique container resembles a shell. Fair Cheek Beauty Cream was once loved by the people of Indonesia because it was not only cheap, but also a lot of benefits from the face cream.

Along with the changing times, Fair Cheek Beauty Cream enthusiasts are now decreasing, due to the many competitors and public doubts about using Fair Cheek Beauty Cream because in terms of design they are less convincing. The packaging design is considered too minimal to captivate the buyers and the inconsistent writing of the Fair Cheek Beauty Cream logo, because there are different logos on the packaging.

This design is made from a creative process from data collection, data analysis, determining concepts and sketches to the selected visual decisions and is considered suitable to make Fair Cheek Beauty Cream look more friendly among teenagers to adults in the middle to lower class and can reflect the brand image. .

The results of this design are more focused on a feminine design that depicts a woman in terms of colors and logo. In addition, there is also the applications of logo to the media in order to assist in targeted promotional activities

Keywords : *logo, visual, women, feminin*