

ABSTRAK

Evan Taufik Hidayah (62170122)

PERANCANGAN ULANG *CORPORATE IDENTITY* PADA PT AERO ASIA INTERIOR

PT Aero Asia Interior (AAI) adalah perusahaan yang bergerak dibidang perbaikan pesawat (Aircraft Maintenance) yang mengkhususkan perbaikan interior kabin pesawat dan kokpit. PT Aero Asia Interior (AAI) adalah perusahaan perbaikan pesawat di Indonesia yang berlisensi Aircraft Maintenance Organization (AMO) dari Directorate General of Civil Aviation (DGCA). PT Aero Asia Interior belum melakukan pembaruan identitas visual sejak 2006. Permasalahan yang dihadapi adalah PT AAI memiliki identitas visual yang tertinggal oleh jaman dan memiliki keterbatasan dalam bidang desain. Perancangan ulang identitas bertujuan agar dapat menjadikan identitas perusahaan lebih kuat, moderen, sehingga perusahaan dapat lebih menyetarakan identitas dengan keprofesionalitasan, dan agar dapat mendapat perhatian lebih dari target audiens/ target pasaran. Penelitian Kualitatif dilakukan pada proses perancangan ulang PT AAI, Kesimpulan setelah melakukan perancangan ulang PT Aero Asia Interior adalah PT Aero Asia Interior memiliki identitas visual yang reliable, established, dan solid.

Kata kunci : identitas visual, perancangan ulang, korporat

ABSTRACT

Evan Taufik Hidayah (62170122)

CORPORATE IDENTITY REDESIGN OF PT AERO ASIA INTERIOR

PT Aero Asia Interior (AAI) is a company engaged in aircraft repair (Aircraft Maintenance) which specializes in repairing aircraft cabin and cockpit interiors. PT Aero Asia Interior (AAI) is an aircraft repair company in Indonesia licensed by the Aircraft Maintenance Organization (AMO) from the Directorate General of Civil Aviation (DGCA). PT Aero Asia Interior has not updated its visual identity since 2006. The problem it is facing is PT AAI has a visual identity that is outdated and has limitations in the field of design. The identity redesign aims to make the company's identity stronger, more modern, so that the company can more equate identity with professionalism, and in order to get more attention from the target audience / target market. Qualitative research was carried out on the redesign process of PT AAI, the conclusion after re-designing PT Aero Asia Interior is that PT Aero Asia Interior has a visual identity that is reliable, established, and solid.

Keywords : *visual identity, redesign, corporate*