

**REDESAIN KEMASAN DAN IDENTITAS VISUAL PRODUK MINUMAN  
AIR NIRA MEREK “LEGEND MILLENIAL” GRESIK SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN *BRAND IMAGE***

Nama Mahasiswa : Muhammad Alifuddin Yaqin  
NIM : 3031610022  
Dosen Pembimbing : Tyas Ajeng Nastiti, S.T., M.Ds.

**ABSTRAK**

Komoditas tanaman Palem di Indonesia merupakan sumber daya alam yang tersedia dalam volume cukup besar. Salah satu jenis Palem yang dikenal di Indonesia adalah Siwalan/Lontar. Hampir semua bagian tumbuhan lontar dapat dimanfaatkan, salah satu manfaat yang dihasilkan oleh pohon lontar yaitu air nira, air nira di olah menjadi produk minuman tradisional yang disebut dengan “Legen”. Air nira/Legen ini memiliki potensi untuk menjadi minuman beralkohol, yang biasa di sebut oleh masyarakat sebagai “Tuak”. Image pada produk yang negative ini menjadi masalah bagi para pengolah air nira untuk menjual produk. Di Jawa Timur salah satu pengolah air nira adalah UD. Legend Tren yang memiliki brand produk Legend Millennial, mereka memiliki permasalahan yang sama yakni image buruk dari produk, sedangkan legen/air nira yang mereka jual berbeda dari produk yang beredar dipasaran.

Dengan permasalahan tersebut penulis mencoba melakukan redesain pada kemasan dan identitas visual dari brand Legend Millennial dengan tujuan menentukan brand image yang sesuai serta mengaplikasikannya pada identitas visual dan kemasan mereka. Pemilihan redesain kemasan dan identitas visual dikarenakan kemasan dan identitas visual adalah output utama untuk mempengaruhi konsumen ketika mengenal produk. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang didapatkan dari hasil wawancara, study eksisting, serta dokumentasi konsumen Legend Millennial.

Dari data yang di dapat akan menghasilkan luaran berupa kemasan dan identitas visual baru serta GSM dengan penambahan beberapa media pendukung sehingga dari redesain ini diharapkan mampu meningkatkan image dari brand legend millennial.

**Kata Kunci:** Visual Identity, Kemasan, Legend Millennial.

**PACKAGING REDESIGN AND VISUAL IDENTIFICATION OF THE  
"LEGEND MILLENNIAL" BRAND OF WATER DRINKING PRODUCTS  
"LEGEND MILLENNIAL" GRESIK AS AN EFFORT TO INCREASE BRAND  
IMAGE**

*Student Name* : Muhammad Alifuddin Yaqin  
*Student Identity Number* : 3031610022  
*Advisor* : Tyas Ajeng Nastiti, S.T., M.Ds.

**ABSTRACT**

*Palm plant commodities in Indonesia are natural resources that are available in large enough volumes. One type of palm that is known in Indonesia is Siwalan / Lontar. almost all parts of the lontar plant can be used, one of the benefits produced by the palm tree is sap water, sap water is processed into a traditional beverage product called "Legen". This sap/Legen water has the potential to become an alcoholic beverage, which is commonly referred to by the public as "Tuak". This negative image of the product is a problem for the nira water processors to sell the product. In East Java, one of the sap water processors is UD. Legend Trends which have the Legend Millennial product brand, they have the same problem, namely a bad image of the product, while the legen/water sap they sell is different from the products on the market.*

*With these problems the author tries to redesign the packaging and visual identity of the Legend Millennial brand with the aim of determining the appropriate brand image and applying it to their visual identity and packaging. product. By using qualitative research methods obtained from interviews, existing studies, and documentation of Legend Millennial consumers.*

*From the data obtained, it will produce outputs in the form of packaging and a new visual identity and GSM with the addition of several supporting media so that from this redesign it is expected to be able to improve the image of the brand. Legend millennial.*

**Keywords:** *Visual Identity, Packaging, Legend Millennial.*