

REBRANDING TOKO ALAT LISTRIK

Nama Andri Yansah

IF-P.K. Multimedia

Pembimbing:

Marcellinus Ferdinand Suciadi, S.T., M.Comp.

Ng Melissa Angga, S.T., M.M.Comp.

ABSTRAK

Toko Baru sebagai penyedia alat listrik telah berdiri 25 tahun dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Berdiri begitu lama, begitu banyak perubahan yang terjadi baik lingkungan, target market maupun persaingan. Saat ini Toko Baru kesulitan dalam menarik konsumen baru dari brand identity yang dimiliki. Oleh sebab itu, sebagai langkah dalam meningkatkan daya saing Toko Baru serta untuk mengenalkan kembali kepada target marketnya dilakukan Rebranding Toko Baru berupa pembuatan brand identity baru sesuai dengan positioningnya. Proses rebranding dilakukan dengan mengumpulkan serta mempelajari teori-teori seperti Rebranding, *Brand Identity Guideline* dan Logo. Selanjutnya dilakukan analisis guna mengetahui kondisi saat ini, masalah yang dialami dan kebutuhan untuk mengatasi masalah tersebut. Analisis yang telah dibuat menjadi dasar dari desain seperti media pendukung, graphics standard manual dan website yang akan diimplementasikan baik berbentuk digital maupun cetak. Desain yang sudah jadi akan diuji cobakan untuk mendapatkan validasi dan verifikasi. Proses verifikasi dilakukan dengan melakukan pengecekan dari media-media yang dibuat, sedangkan validasi dilakukan melalui proses wawancara pemilik dan survey target market. Rebranding Toko Baru telah dilakukan dan telah berhasil dalam menyampaikan brand identity kepada target market dari brand yang baru yaitu melalui brand "ON".

Kata kunci : *branding*, *rebranding*, toko alat listrik.

REBRANDING ELECTRICAL APPLIANCE SHOP

Name Andri Yansah

IF-P.K. Multimedia

Contributor:

Marcellinus Ferdinand Suciadi, S.T., M.Comp.

Ng Melissa Angga, S.T., M.M.Comp.

ABSTRACT

Toko Baru as a provider of electrical equipment has been established for 25 years and provides the best service to its customers. Standing for so long, so many changes have occurred, both in the environment, target market and competition. Currently, Toko Baru has difficulty in attracting new consumers from its brand identity. Therefore, as a step in increasing the competitiveness of the Toko Baru and to reintroduce it to its target market, Rebranding of the Toko Baru is carried out in the form of creating a new brand identity in accordance with its positioning. The Rebranding process is carried out by collecting and studying theories such as Rebranding, Brand Identity Guidelines and Logos. Furthermore, an analysis is carried out to determine the current condition, the problems experienced and the need to overcome these problems. The analysis that has been made becomes the basis for designs such as supporting media, graphics standart manuals and websites that will be implemented in both digital and print forms. The finished design will be tested for validation and verification. The verification process is carried out by checking the media created, while the validation is carried out through the owner interview process and target market survey. The Rebranding of the Toko Baru has been carried out and has succeeded in conveying Brand Identity to the target market of the new Brand, namely through the " ON " Brand.

Keywords : Branding, Rebranding, Electrical Appliance Shop.