

REBRANDING TOKO PERLENGKAPAN ALAT JAHIT DAN AKSESORIS SATRIA

DESIWINDA RIZKY ALY R.

Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : kiki_aly@ymail.com

ABSTRAK

Ada banyak cara berkomunikasi dengan masyarakat. Salah satunya adalah cara berkomunikasi sebuah perusahaan atau brand dengan target audiencenya. Branding menjadi salah satu cara berkomunikasi untuk menciptakan image sebuah brand. Rebranding yang mengandung repositioning dapat sekaligus dilakukan apabila brand yang bersangkutan memang benar-benar membutuhkannya. Logo sebagai wajah sebuah brand menjadi hal yang sangat penting untuk menunjukkan identitas dan image brand tersebut. Tujuan dari rebranding toko perlengkapan jahit dan aksesoris Satria adalah untuk mendapatkan sebuah citra visual menurut pandangan baru yang diciptakan sesuai dengan kebutuhan. Media perancangan utama yang digunakan adalah logo beserta tagline, media pendukungnya yaitu stationary, kemasan, dan POP material. Pemilihan media tersebut disesuaikan dengan target audiece Satria. Rebranding ini dikatakan berhasil apabila masyarakat awam mulai mengenali Satria dan konsumen lama semakin bangga menggunakan brand mereka. Salah satu tolak ukurnya adalah semakin banyaknya konsumen baru. Selain itu yang mampu menjadi indikasi adalah peningkatan omzet, tawaran bekerja sama untuk membuat sebuah event, dan ramainya kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh Satria.

Kata Kunci : Rebranding, repositioning, perlengkapan menjahit, aksesoris

REBRANDING OF SATRIA SEW AND ACCESSORIES SHOP

DESIWINDA RIZKY ALY R.

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : kiki_aly@ymail.com

ABSTRACT

There are a lot of ways to communicate with people. The way of a company or a brand to communicate with their target market is one of it. Branding became one of communicating way to create brand image. Rebranding that contain repositioning can be performance at once if a brand really need it. Logo as a face of a brand, is really needed to signify their identity and image. This rebranding of Satria sew and accessories shop is aim to get a new visual image that fit to their need. The main media is logo that contain tagline. Stationary, packaging and POP material are supporting media. Those media are chosen based on Satria's target audience. This rebranding will considered succed if people are strated to aware with Satria and old costumers proud to use their brand. Costumer number increase is one of the benchmark. Income increased, partnership offer to create an event or sponsorship, and festiveness in Satria's events.

Keyword : Rebranding, repositioning, sew supplies, accessories