

PERANCANGAN VISUAL BRANDING KLEIN KHAMER DI SEMARANG UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING

AJI ROCHMANTO

(Pembimbing : Khamadi, M. Ds, PURI SULISTIYAWATI, S.Sn, M.Kom)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201000843@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Klein Khamer adalah produk yang dihasilkan dari usaha rumahan yang didirikan oleh Yudha (owner) pada tahun 2000. Namun nama Klein Khamer belum menjadi brand yang kuat bagi produk-produk khususnya gitar. Selain itu, permintaan custom gitar dari pemesan dengan identitas atau brand yang terkenal seperti Fender, Gibson, Ibanez semakin membuat nama Klein Khamer kurang dikenal oleh masyarakat. Melihat permasalahan di Klein Khamer, sudah saatnya Klein Khamer memiliki identitas merek atau brand untuk kemajuan dari produk ini kedepannya. Serta sebagai bukti eksistensi Klein Khamer untuk melindungi produknya terhadap persaingan produk gitar antar produsen khususnya di wilayah Semarang. Metode pengumpulan data untuk perancangan ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dengan cara observasi dan wawancara kepada pemilik Klein Khamer, sedangkan kuantitatif menggunakan penyebaran angket yang ditujukan kepada masyarakat umum, desainer, dan para pelaku musik. Untuk metode analisis data dari kualitatif menggunakan SWOT sedangkan kuantitatifnya menggunakan brainstorming. Dengan adanya identitas visual, Klein Khamer dapat mempresentasikan produknya untuk menciptakan image baru kepada masyarakat dan dapat bersaing dengan produk-produk lain yang sudah terkenal, dan dapat mencapai visi dan misi Klein Khamer yaitu mengedepankan produk untuk memuaskan pelanggan dengan tujuan menampilkan produk gitar asli Semarang dengan citarasa Internasional. Untuk rencana aplikasi dari perancangan visual branding Klein Khamer dibutuhkan stationery dan media pendukung lainnya yang berupa, kartu nama, buku nota, kop dan amplop surat, palng nama, pick gitar, tas gitar, label gitar akustik, stiker, topi, t-shirt, strap gitar, dan logo book.

Kata Kunci : Produk, Gitar, Brand, Custom, Identitas Visual

VISUAL BRANDING DESIGN FOR KLEIN KHAMER SEMARANG TO IMPROVE COMPETITIVENESS

AJI ROCHMANTO

(Lecturer : Khamadi, M. Ds, PURI SULISTYAWATI, S.Sn, M.Kom)

Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of

Computer Science, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 114201000843@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Klein khamer is a homemade product that build by Yudha in 2000. Klein khamer hasnâ€™t become the strongest brand from the other product specially guitar. This brand of Klein khamer is unknown by the people because of the customer usually order custom brand guitar like a popular brand such a Fender, Gibson and Ibanez. With the existing problem, Klein khamer must have a brand identity for the best product soon and to be an existence brand to protect the product from the other owner specially in Semarang. The design method uses qualitative method and quantitative method. The qualitative method by observation and interview with Klein khamer owner, however the quantitative method by spread the questionnaire to general society, designer and musician. It uses SWOT method to analyze the qualitative data, and also for the quantitative data uses brainstorming. With the existing visual brand, Klein khamer can be introduce their product to create the new image for compete with other famous product to public. And the other side, to reach the Klein khamer goal that is to be the best product for customer and to make the original guitar Semarang like an International guitar. The result of design visual identity for Klein khamer is stationery and proponent media like name cards, note books, letter head and evelope, name labels, guitar pick, guitar bag, guitar label acoustic, stickers, caps, t-shirts, guitar strap, and logo books.

Keyword : Product, Guitar, Brand, Custom, Visual Identity