

ABSTRAK



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Marketing Communication And Advertising

Syamsul Ma'arif

44314010030

Perancangan Brand Identity Dalam Proses Rebranding UKM Keripik Pisang Kane

Jumlah Halaman : xiii + 67 Halaman + 8 Gambar + 5 Lampiran

Bibliografi : 27 Acuan, Tahun 2003 – 2014

Keripik Pisang Kane sebagai pendatang baru dalam industry keripik pisang haruslah memiliki identitas yang kuat. Maka dibutuhkan suatu brand identity baru untuk menggantikan identitas lama yang terlalu biasa dan kurang menarik perhatian. Identitas baru tersebut terdiri dari Logo, Tagline, Warna, Typography, Gaya promosi media social Instagram, serta Kemasan baru.

Brand identity sebagai identitas dari merek sangatlah penting untuk diperhatikan oleh setiap pemilik merek. Karena brand identity merupakan perangkat visual yang mewakili merek dalam benak pelanggan. Maka identitas merek harus mampu merepresentasikan karakter dari merek tersebut.

Identitas baru ini dirancang berdasarkan segmentasi yang dituju oleh Keripik Pisang Kane yaitu para pelajar, mahasiswa dan eksekutif muda, tinggal di jabodetabek dan pastinya senang mengkonsumsi cemilan keripik pisang. Perancangan brand identity ini mengusung big idea “Keripiknya Kawula Muda”, maka semua konsep akan memiliki unsur-unsur yang sesuai dengan kalangan muda.

Dengan dirancangnya brand identity baru ini diharapkan proses promosi dari Keripik Pisang Kane akan berjalan lebih efektif dan mampu menarik minat target konsumen. Serta diharapkan identitas baru ini dapat meningkatkan awareness dan juga pastinya penjualan dari brand Keripik Pisang Kane.

Kata Kunci : *Brand Identity, Rebranding, Brand*