

REDESAIN IDENTITAS BRANDING KALONEA SKINCARE

Amelia Nurul Kurnia

42319210028

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan industri kecantikan tentunya juga dipengaruhi oleh permintaan produknya yang terus meningkat. Selain teknologi, perkembangan dan inovasi industri kecantikan juga dipengaruhi oleh target konsumen yang beberapa di antaranya merupakan generasi milenial (Deasy Mayasari, 2019). Agar suatu merek dapat memiliki ciri khas pada brandnya, maka diperlukannya identitas branding yang kuat dan keberadaanya mampu diingat oleh benak konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui identitas *Branding Skincare* Kalonea yang menggunakan metode kualitatif. Dalam perancangan ini mengumpulkan data melalui dokumentasi. Seluruh data yang diperoleh oleh peneliti akan dianalisis menggunakan teknik mereduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Kata Kunci: Identitas *Branding*, *Skincare*, Kalonea.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

REDESIGN BRANDING IDENTITY OF KALONEA SKINCARE

Amelia Nurul Kurnia

42319210028

ABSTRACT

The rapid development of the beauty industry is of course also influenced by the ever-increasing demand for its products. Apart from technology, development and innovation in the beauty industry are also influenced by target consumers, some of whom are the millennial generation (Deasy Mayasari, 2019). In order for a brand to have distinctive characteristics on its brand, it needs a strong branding identity and its existence can be remembered by the minds of consumers. This research was conducted to determine the identity of Kalonea Skincare Branding using qualitative methods. In this design collect data through documentation. All data obtained by researchers will be analyzed using data reduction techniques, data presentation, and drawing conclusions.

Keywords: *Branding Identity, Skincare, Kalonea.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA