

# REDESAIN IDENTITAS *BRANDING VICTORY HOUSEWARE*

JOSE FERNANDEZ

42319210034

## ABSTRAK

Menurut artikel yang ditulis oleh Ahmad Zaenuri pada website *stekom.ac.id*, bahwa perlengkapan rumah tangga merupakan suatu produk yang menjadi kebutuhan di setiap rumah. Tidak heran apabila *online store* maupun *offline store* yang menjual segala perlengkapan rumah tangga biasanya dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Agar suatu *brand* mempunyai karakteristik tersendiri, maka diperlukannya identitas *branding* yang mampu diingat oleh para konsumen. Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui identitas branding *Victory Houseware* yang menggunakan metode penelitian kualitatif. Pada penelitian ini, data yang dikumpulkan yaitu melalui dokumentasi. Semua data yang didapatkan oleh penulis akan dianalisis dengan mereduksi data, penyajian data, dan membuat kesimpulan.

**Kata Kunci:** *Identitas Branding, Victory, Houseware.*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

# **REDESIGN BRANDING IDENTITY OF VICTORY HOUSEWARE**

**JOSE FERNANDEZ**

**42319210034**

## **ABSTRACT**

*According to an article written by Ahmad Zaenuri on the website [stekom.ac.id](http://stekom.ac.id), household equipment is a product that is a necessity in every home. It is not surprising that online stores and offline stores that sell all household equipment can usually survive for a long time. In order for a brand to have its own characteristics, it needs a branding identity that consumers can remember. This research was carried out to determine Victory Houseware's branding identity using qualitative research methods. In this research, the data collected is through documentation. All data obtained by the author will be analyzed by reducing the data, presenting the data, and making conclusions.*

**Keywords: Branding Identity, Victory, Houseware.**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA