

## ABSTRAK

---

### “PERANCANGAN BRAND IDENTITY UNTUK TEH BUNGA BEAUTEA DAN MEDIA PROMOSINYA”

Beautea merupakan *business start up* yang dimulai sejak Mei 2019 yang menawarkan teh bunga untuk kecantikan wanita. Sama halnya dengan *brand* baru, masalah yang dialami Beautea adalah identitas *brand* yang belum kuat.

*Brand identity* yang kuat dapat menonjol di pasar yang ramai. Orang akan memperhatikan *brand*, mempercayainya, dan menganggapnya unggul. Persepsi sebuah *brand* mempengaruhi kesuksesan, entah *brand* itu adalah *start up*, *non profit* atau merupakan produk. (Alina Wheeler, 2013)

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk meneliti dan mengembangkan *brand identity* yang sesuai dengan kesan dan pesan untuk target audiens yang ingin dicapai oleh *brand* Beautea, yaitu wanita.

Untuk mengetahui tanggapan pasar terhadap Beautea, maka dilakukan promosi melalui akun sosial media, wawancara *expert*, *extreme user*, dan fokus grup diskusi, dan penyebaran kuesioner online, serta penjualan lewat *market place*. *Expert user* yang digunakan berkisar dari *media content creator*, *social media influencer*, *online business owner*, dan *branding consultant*, *extreme user* berupa wanita dengan 3 *background* yang berbeda, dan fokus grup diskusi dari beberapa subjek acak. *Kuesioner* disebarakan secara acak khusus untuk responden wanita untuk mengetahui kebiasaan dan minat masing-masing individu dan tanggapan terhadap *brand*.

*Marketplace* yang digunakan ialah Tokopedia yang merupakan urutan ke 9 situs jual beli online paling banyak digunakan menurut situs alexa.com (3/9/2016) dengan transaksi melalui rekening bersama sehingga aman bagi *seller* maupun *buyer* dan Shopee yang dengan lebih dari 60 % pengguna wanita (Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan Keamanan terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia.com oleh Fransiska V. Sudjatkika)

Metode ini merupakan cara mengkomunikasikan *brand* melalui produk sehingga pesan dan kesan yang ditimbulkan serupa dengan apa yang diinginkan.

Elemen *design* yang terkandung dalam perancangan ini berperan penting untuk mengetahui tanggapan masyarakat mengenai produk yang ada.

**Kata kunci:** Perancangan, *brand identity*, elemen design, wanita, teh bunga



## ABSTRACT

---

### **“DESIGNING BRAND IDENTITY AND MEDIA PROMOTION FOR BEAUTEA FLOWER TEA ”**

*Beautea is a start up business founded in May of 2019 which offers flower tea for woman's beauty. As a new brand, the most notable problem is that Beautea doesn't not have a strong brand identity yet.*

*A strong brand identity will stands out in the crowded market. People will most likely to pay attention to a brand, trust and believe in the superiority. The perception on a brand dictates its success, whether it's a start up, non profit, or a product. (Alina Wheeler, 2013)*

*The purpose of this design is to research and develop a suitable brand identity to convey the right image and message of Beautea brand for the desired target audiences, which is women.*

*To understand market's opinion of Beautea, the product is promoted via social media account, reviewed by expert user, extreme user and focused group discussion, online questionnaire, and tested by selling online in a marketplace. The experts varied from content media creator, social media influencer, online business owner, and branding consultant, the extremes are women with three different backgrounds, and random subjects for focused group discussion. Online questionnaire shared randomly with women as the subject to discover the habits and interest of each individuals, and their perception of brand.*

*The marketplace used are Tokopedia and Shopee. Tokopedia is the ninth most used online marketplace in Indonesia based on alexa.com (3/9/2016) which used shared account which is secure for the seller as well as the buyer. Shopee has more than 60 % female users. (Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan Keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.com oleh Fransiska V. Sudjarmika)*

*This method is a way to communicate the brand using product so that the message and impression appeared is identical with what is desired. The design elements play an important role to understand market's opinion of ecisting product.*

**Keywords:** *Design, brand identity, design element, female, beauty, flower tea*

