

ABSTRAK

Fansisca Zagita Chandra :

“PERANCANGAN VISUAL BRAND PRODUK SOUVENIR MEREK COOKIE MONSTER”

Perancangan ini dilakukan dalam rangka pengenalan bisnis baru dalam bidang souvenir “Cookie Monster” untuk masyarakat Surabaya.

Dalam usaha mengenalkan perusahaan atau produk baru dan menciptakan persepsi masyarakat terhadap produk souvenir “Cookie Monster” maka perlu diciptakan suatu visual brand. Penciptaan visual brand ini merupakan salah satu tahap awal dalam memulai suatu bisnis atau usaha, dan mengkomunikasikan identitas dan citra dari perusahaan atau produk kepada target market. Media promosi juga ikut berperan dalam pengenalan dan penjualan produk “Cookie Monster” ini dalam masyarakat atau pasar, dan juga turut mengambil andil dalam menciptakan persepsi masyarakat mengenai produk tersebut. Logo dan merek adalah hal yang pertama kali menentukan reaksi dan tanggapan konsumen terhadap suatu produk, setelah itu barulah bagaimana logo tersebut diaplikasikan ke dalam media-media tertentu.

Kali ini visual brand produk souvenir merek “Cookie Monster” ini bertujuan untuk menginformasikan, mengenalkan, dan membentuk persepsi (brand awareness) produk tersebut kepada / terhadap masyarakat. Untuk itu diperlukan berbagai macam data yang berguna untuk tercapainya tujuan tersebut yakni berupa data primer, data sekunder, dan juga data literatur. Data-data tersebut diperoleh dari sejumlah wawancara, kuisioner, buku-buku serta beberapa jurnal yang berkaitan. Hasil dari data tersebut selanjutnya akan diolah dengan analisa data secara kuantitatif.

Sebelumnya, Cookie Monster adalah perusahaan souvenir yang menggabungkan antara seni kreativitas dengan kuliner. Yakni menawarkan souvenir berupa toples ataupun kotak dengan hiasan 3 dimensi dari bahan clay dan isi dari toples atau kotak tersebut adalah kukis yang enak dan renyah. Dan ini

merupakan inovasi dari produk yang sudah ada dan diperbaiki dengan konsep yang baru dan menarik.

Untuk visualisasinya, akan berdasarkan dari hasil analisa data tersebut dan ditarik kesimpulan secara visual dan diimplementasikan kedalam bentuk visualnya. Baru setelah itu disesuaikan dengan konsep dari brand Cookie Monster yang memang lebih diarahkan ke konsep lux dan expensive. Setelah itu barulah hasil dari proses branding awal yang berupa logo selesai dan akan diaplikasikan ke dalam berbagai media yang dibutuhkan dan digunakan oleh perusahaan Cookie Monster.

Aplikasi logo atau brand tersebut terutama pada media stationary yang merupakan kebutuhan dasar dari sebuah perusahaan pada awal mulainya, kendaraan, seragam, dan bahkan pada beberapa macam media promosi yang mendukung kelangsungan dari perusahaan Cookie Monster ini. Namun dari semua media itu akan diseragamkan dengan identitas yang relevan dengan bidang perusahaan Cookie Monster pada setiap medianya.

Kata kunci : Branding, Brand, Visual Brand, Souvenir, Kukis, Cookies, 3D, Clay

ABSTRACT

Fansisca Zagita Chandra :

“VISUAL BRAND DESIGN OF COOKIE MONSTER SOUVENIR PRODUCT”

The design is done in order to introduce a new souvenir business named “Cookie Monster” to people in Surabaya.

In an attempt to introduce a new company or new product and also creating people perception about souvenir product “Cookie Monster”, so creating a visual brand is needed. Creating a visual brand is the first step in starting a new business and it can communicate to the target market about the company identity and image. Promotion media are participate into the introduction and sales of “Cookie Monster” products in market, and also take the role in order to create people perception about that product or company. Logo and brand are the first things that establish about consumers reactions and responses toward a product, after that how the logo is implemented into several media.

The Cookie Monster visual brand is aimed to inform, introduce and create perception (brand awareness) about product related to peoples. In order to achieve the goal are required several useful information data related such as primary data, secondary data, as well as data from the literature. All of the data are obtained from some interviews, questionnaires, books and related journals. Furthermore the result of collected data is processed by quantitative data analysis.

Previously, Cookie Monster is a souvenir company that combine art creativity touch with culinary. Cookie Monster offers souvenir product in form of jar or box decorated with 3 dimension clay decoration and it filled with delicious and crunchy cookies. This is a new innovation from existing products, Cookie Monster fixed all of the weakness and gives a new also interesting concepts.

The visualization is based on the result of data analysis and it conclusion in visual way then it implemented into visual form. Next step is just adjust with the Cookie Monster brand concept which are lux and expensive. Then the result

from the first progress of branding or called by logo will be implemented into some needed and used media of Cookie Monster.

Application of the Cookie Monster logo or brand to the stationary media is the basic and primary needs from a company at beginning to start their business. Logo or brand also applied on vehicles, uniforms, and even several promotion medias encourage the Cookie Monster performance or execution. However all of the media created, each will have same element with relevant identity of the company related



Key words : Branding, Brand, Visual Brand, Souvenir, Cookies, 3D, Clay