

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Advertising*

Eko Cahyo Subekti

20090530066

Perubahan Logo sebagai bentuk strategi *branding* Indomaret dalam membangun identitas merek

Tahun Skripsi : 2013, 153 halaman + lampiran

Daftar Pustaka : 20 buku (1993-2009) +2 situs + 1 Majalah (2013)

Perubahan logo merupakan salah satu bentuk dari sebuah strategi *branding* yang dilakukan indomaret dalam kapasitasnya membangun identitas merek. Sehingga logo ditempatkan dalam sebuah bentuk komunikasi pemasaran yang diaplikasikan dalam berbagai bentuk media seperti media cetak, maupun elektronik sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan oleh Indomaret terhadap konsumennya yang bertujuan untuk memberikan pengertian serta pemahaman mengenai keberadaan Indomaret di kancah bisnis ritel di Indonesia.

Dalam kapasitasnya membangun identitas merek bagi Indomaret logo difungsikan sebagai identitas diri, tanda jaminan kualitas, pembeda dengan merek lain serta menambah nilai merek dimata konsumen. Oleh karena itu untuk memenuhi tujuan dari perubahan logo sebagai strategi *branding* tersebut , Indomaret melakukan beberapa langkah yang diantaranya adalah *brand recognition*, *brand recall* serta *top of mind* atau *brand name dominant*. Melihat betapa pentingnya sebuah logo bagi Indomaret maka dalam merancang sebuah logo pun diperlukan beberapa langkah yang harus diperhatikan bagi DM-Idholland selaku *branding Agency* yang menangani Indomaret dalam proses perubahan logo sebagai bentuk strategi *branding*, adapun langkah-langkah tersebut diantaranya adalah definisi masalah, memahami pesan yang akan dikomunikasikan melalui logo tersebut, sesuaikan warna dengan citra perusahaan dan citra *audiens*, berorientasi terhadap *future branding*

Keyword : *Branding*, logo, komunikasi pemasaran, bisnis ritel