

LAMPIRAN

Perubahan logo sebagai strategi branding

Ditujukan kepada brand consultant

1. Bagaimanakah alur dalam merancang sebuah logo dalam DM-idholland ?

Sebelum masuk ke dalam desain logo, kita melakukan interview terhadap pihak internal dari sebuah brand untuk mendapatkan persepsi, strength, dan challenge mengenai brand tersebut. Setelah mendapatkan insight dari pihak internal, jika diperlukan kami melakukan research untuk mengetahui persepsi public terhadap brand tersebut. Setelah itu baru masuk tahap rekomendasi baru nanti masuk ke creative untuk proses visual identity yang mampu merepresentasikan essence maupun personalities yang baru dari merek tersebut.

2. Apa tujuan dari perubahan logo sebagai strategy branding yang dilakukan oleh Dm-idholland ?

Logo merupakan salah satu unsur yang harus dimiliki oleh setiap merek, oleh sebab itu dengan adanya logo diharapkan mampu menjadi perwakilan wajah dari perusahaan untuk dikomunikasikan kepada konsumen sehingga mampu menumbuhkan kesadaran merek dibenak konsumen.

3. Kendala apa saja yang dihadapi ketika merancang sebuah logo di Dm-idholland ?

Biasanya sering tidak flexible untuk di aplikasikan dalam berbagai media seperti media cetak dsb.

- 4. Bagaimana cara menghadapi hambatan atau kendala yang dijumpai saat menentukan logo tersebut ?**

Dilakukan brainstorming dengan team consultant dan creative

- 5. Siapa saja yang terlibat dalam penentuan *strategy branding* dalam merancang sebuah logo tersebut ?**

team consultant yang kemudian direview oleh bapak Daniel Surya

- 6. Bagaimana structure pembagian kerja dalam penentuan *strategy branding* dalam merancang sebuah logo di Dm-idholland ?**

*Biasanya 1 project akan dikerjakan oleh 2 orang consultant. Setelah *strategy* selesai, akan dilempar ke pihak kreatif untuk dikerjakan visualnya. Dari pihak kreatif biasanya dikerjakan 3-4 orang.*

- 7. Bagaimana cara menentukan logo sebagai strategi branding dalam Dm-idholland tersebut ?**

*Logo yang mampu merepresentasikan *essene*, *personality* serta *brand story*.*

- 8. Pertimbangan apa saja yang digunakan untuk menentukan logo tersebut tersebut ?**

*Relevansi antara *essene*, *personality* serta *brand story*.*

- 9. Bagaimana anda menentukan pantas atau tidaknya strategi**

tersebut dalam kaitannya melakukan perubahan logo untuk

diterapkan dalam menangani permasalahan yang dihadapi oleh klien ?

Kita adakan final share terhadap pihak klien mengenai rekomendasi logo yang diberikan, apakah mereka menyetujui atau tidak

Logo sebagai bentuk komunikasi pemasaran dalam membangun identitas merek & Unsur – unsur Dalam logo

Ditujukan kepada brand desainer

1. Apa pengertian logo dalam DM-idholland ?

Kita biasanya ngomongnya 'brandmark', brandmark itu sebuah identitas visual yang ngebedain antara 1 produk/jasa dengan produk/jasa lainnya

2. Bagaimanakah peran sebuah logo dalam membangun identitas merek ?

Kita ambil contohnya Starbucks dengan sebuah produk kopi bubuk. Kopi bubuk biasa yang dijual di pasar/toko harganya biasa saja, tapi begitu kopi tersebut diberi label Starbucks, kopi tersebut langsung memiliki value dan nilai jual. Brandmark Starbucks yang kuat memiliki identitas tersendiri di benak consumer.

3. Apa fungsi dari sebuah logo dalam kaitannya membangun sebuah

Kita ambil contohnya Starbucks dengan sebuah produk kopi bubuk. Kopi bubuk biasa yang dijual di pasar/toko harganya biasa saja, tapi begitu kopi tersebut diberi label Starbucks, kopi tersebut langsung memiliki value dan nilai jual. Brandmark Starbucks yang kuat memiliki identitas tersendiri di benak consumer.

4. Apa saja yang menjadi unsur dasar dari sebuah identitas merek menurut DM-idholland ?

Brand essence, personality, Icon Dan wordmark (yang mampu merepresentasikan esensi dan personality dari brandnya)

5. Apa saja unsur-unsur yang harus diperhatikan dalam merancang sebuah logo ?

Relevansi dengan brand essence, harus memiliki brand story Dan konsep yang kuat, serta visual yang mendukung.

6. Apa sajakah yang diperhatikan dalam merancang sebuah logo di DM-idholland?

Relevansi dengan brand essence, harus memiliki brand story Dan konsep yang kuat, serta visual yang mendukung.

8. Bagaimanakah peran pemberian warna dalam sebuah logo tersebut ?

Warna merupakan hal yang dapat menjadi daya tarik konsumen

mengani logo tersebut, sehingga pemilihan warna dilakikan

berdasarkan citra perusahaan perusahaan (mandatories) maupun citra perusahaan dimata konsumen.

7. Bagaimanakah kriteria logo yang baik dalam Dm-idholland ?

Brandmark yang dapat mewakili brand essence dari sebuah brand dan well executed secara visual

8. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dalam merancang sebuah logo ?

Tidak ada pengukuran waktu yang pasti tentang lamanya waktu dalam pembuatan brandmark

11. Bagaimana proses komunikasi yang dilakukan untuk mengkomunikasikan identitas merek tersebut kepada konsumen.?

Beragam-macam, contohnya bisa lewat berbagai media komunikasi, baik itu cetak maupun digital (team consultant lebih ahli dalam hal ini)

12. Apa saja kendala yang dihadapi dalam mengkomunikasikan identitas merek tersebut kepada konsumen?

Kalau dari segi creative, contohnya Implementasi visual yang tidak tepat, biasanya brand awareness terhadap brandmark yang baru di