

REDESIGN BRAND IDENTITY PRODUCT OSB KIDS

Laporan Tugas Akhir Karya *Client Centered*
Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Malang



Disusun Oleh :

Alfath Ramadhan

201810040311114

Dosen Pembimbing :

Arum Martikasari, M.Med.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
TAHUN 2024**

LEMBAR PENGESAHAN

REDESIGN BRAND IDENTITY PRODUCT OSB KIDS

Diajukan Oleh :

Alfath Ramadhan
201810040311114

Telah disetujui
Senin / 22 Januari 2024

Pembimbing I



Arum Martikasari, M.Med.Kom

Wakil Dekan I



Muhammad Khairul Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :


Alfath Ramadhan
201810040311114

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Kamis, 18 Januari 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Widiya Yutanti, S. Sos, M.A ()
2. Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si ()
3. Arum Martikasari, M.Med.Kom ()

Mengetahui

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin, Achmad Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Lembar Persetujuan Skripsi



Nama : Alfath Ramadhan

NIM : 201810040311114

Jurusan : Ilmu Komunikasi



Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)

Judul Skripsi : Redesign Brand Identity Product OSB Kids

Disetujui,
Pembimbing

(Arum Martikasari M.Med.Kom)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.

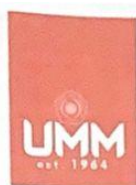


Kampus I
Jl. Ransong 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 118 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/ I/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:



NAMA : Alfath Ramadhan
NIM : 201810040311114
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester II tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 10 Januari 2024

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I

Jl. Burhanigala 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 251 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bundungan Suci No. 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III

Jl. Raya Tegalporo No. 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/I/2024



Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:



Nama	: Alfath Ramadhan
No. Induk Mahasiswa	: 201810040311114
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Redesign Brand Identity OSB Kids

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 10 Januari 2024

Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom



Kampus I

Jl. Brawijaya 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sigitani No 156 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 587 000

Kampus III

Jl. Raya Tugomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 218 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

DETEKSI PLAGIASI

TUGAS AKHIR KARYA DENGAN JUDUL : REDESIGN BRAND IDENTITY PRODUCT OSB
KIDS

Oleh:

Nama : Alfath Ramadhan

NIM : 201810040311114

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 10 Januari 2024

Pembimbing I/Promotor

Arum Martikasari, M.Med, Kom

NIP.

(* Coret yang tidak perlu



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 080

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Alfath Ramadhan

NIM : 201810040311114

Program Studi : Ilmu Komunikasi



Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Redesign Brand Identity Product OSB Kids

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 10 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Alfath Ramadhan



Kampus I
Jl. Bursung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Butani No 166 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 080











Kampus III
Jl. Raya Tugomas No 740 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR KARYA

Nama : Alfath Ramadhan
NIM : 201810040311114
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
Judul Tugas Akhir : Redesign Brand Identity Product OSB Kids
Dosen Pembimbing : Arum Martikasari, M.Med.Kom

Kronologi Bimbingan :

No	Waktu	Keterangan	Paraf Pembimbing
1	13 Oktober 2022	Pengajuan Judul , mengambil konsentrasi pada <i>brand identity</i>	
2	14 Oktober 2022	Revisi bab 1 pada bagian manfaat penelitian	
3	19 Mei 2023	Revisi bab 2 dan draft wawancara	
4	2 Juni 2023	ACC lanjut bab selanjutnya	
5	13 November 2023	Revisi bab 3-4, pemaparan kompetitor, dan KPI, analisis pencapaian program	
6	18 November 2023	Review Ulang bab 1-4	
7	22 November 2023	ACC Seminar HASil	
8	18 Desember 2023	Revisi Naskah	
9	8 Januari 2023	Revisi Abstrak	
10	8 Januari 2023	ACC Seluruh Naskah	

Malang, 10 Januari 2024

Disetujui,

Pembimbing



Arum Martikasari, M.Med.Kom

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari Senin, 18 Desember 2023

Pukul 08.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama	Alfath Ramadhan
NIM	201810040311114
Konsentrasi Studi	Ilmu komunikasi, Peminatan Public Relation
Judul Skripsi	Redesign Brand Identity Produk OSB Kids
Pembimbing	Arum Martikasari, M.Med.Kom
Dosen Penguji	Widiya Yutanti, S.Sos, M.A

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform Zoom Meeting*

<https://us06web.zoom.us/j/81538645636?pwd=WJOyywrZu4sukFOOUBJa8Ya2yxif0u.1>

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji dan sejumlah 10 mahasiwa (daftar kehadiran terlampir). Penyajian dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~

Malang, 10 Januari 2024

Dosen Penguji



Widiya Yutanti, S.Sos, M.A

Dosen Pembimbing



Arum Martikasari, M.Med.Kom

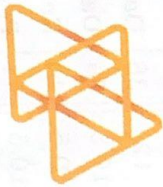
Mengetahui

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M. Si

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Alfath Ramadhan

NIM : 201810040311114

Hasil Plagiasi : 9/1

BAB I	8			
BAB II	6			
BAB III	10			

9/1

BAB IV	7			
BAB V	2			
BAB VI	3			



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 9 Januari 2023

Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki



ABSTRAK

ABSTRAK

Alfath Ramadhan, 201810040311114, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. "REDESIGN BRAND IDENTITY PRODUCT OSB KIDS".

Pembimbing: Arum Martikasari, M.Med.Kom

Di Indonesia, perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan berupaya mempertahankan daya saing dalam pasar yang sengit. Menurut laporan Kementerian Perindustrian 2022, industri kesehatan tumbuh sebesar 11,96%, hal ini tercermin dari peningkatan jumlah merek terdaftar. Pemilik usaha perlu mencari strategi untuk bertahan, bersaing di pasar yang dinamis, menarik calon pembeli, dan mengatasi dinamika industri yang berkembang. Dalam dunia bisnis dan perdagangan, identitas merek tetap menjadi pondasi utama yang mempengaruhi pandangan konsumen dan merepresentasikan citra perusahaan.


Agar dapat bersaing di dalam industri kesehatan PT. Optimis Sejahtera bersama (OSB Corp) memahami pentingnya penguatan identitas merek pada produknya, terutama dalam upaya menciptakan keselarasan karakteristik, nilai produk dalam visual, dan pesan produk OSB kids. Sebagai respon terhadap kesadaran tersebut, perusahaan ini berkolaborasi dengan peneliti untuk proyek perancangan ulang identitas merek dan memfokuskan untuk merancang ulang dari logo, desain kemasan, slogan, *brand story*. Tujuan proyek ini adalah untuk memastikan bahwa identitas produk sesuai dengan nilai dan karakteristik produk yang diusung. Dalam perolehan data klien, digunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan purposive sampling untuk mendapatkan informasi mendalam. Metode design thinking diadopsi dalam produksi program kreatif dan dikolaborasi dengan pendekatan komunikasi visual dalam proses produksi karya.

Dalam proses produksi, perancang mengalami beberapa kendala, namun hal tersebut dapat diatasi bersama dengan *stakeholder*. Untuk memastikan berjalannya proses sesuai timeline dan target, perancang menggunakan instrumen *Key Performance Indicator* (KPI). Hasil dari rancangan, mulai dari logo hingga *brand story* mencapai target yang ditetapkan. *Feedback* dari klien yang diambil dengan skala Likert 1- 4, menunjukkan kepuasan maksimal dengan nilai 4. Hal ini menandakan program kreatif dapat menyelesaikan dan memuaskan terhadap permasalahan dan kebutuhan klien.


Kata Kunci : Identitas Merek, Perancangan Ulang, *Desain Thinking*

Malang, 10 Januari 2024

Mengetahui
Dosen Pembimbing


Arum Martikasari, M.Med.Kom

Peneliti


Alfath Ramadhan

KATA PENGANTAR

Tiada kata paling mulia selain rasa puji syukur atas karunia dan rahmat Allah SWT tuhan semesta alam, yang telah memberikan keputusan terbaik bagi hambanya, sehingga tidak ada setetes air pun dan segelintir jiwa yang terlepas dari ketetapan dan ketentuan-Nya. Syukur alhamdulillah atas hidayah dan inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan judul : **“Redesign Brand Identity Product OSB kids”**, yang mana merupakan syarat dalam menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari pada penulisan Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna, hal itu disadari karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Besar harapan penulis semoga dalam penulisan Tugas akhir ini terdapat manfaat khususnya untuk penulis dan bagi pihak lain pada umumnya. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak pelajaran, inovasi, serta dukungan motivasi, bantuan berupa bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak mulai dari pelaksanaan hingga penyusunan laporan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang menulis hormati dan cintai yang membantu secara langsung maupun tidak langsung selama pembuatan Tugas Akhir ini. Maka dari itu, penulis menyampaikan banyak ucapan terimakasih pada :

1. Rektor Bapak Dr. Fauzan, M. Pd Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Prof. Dr. Muslimin, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Nasrullah, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Ibu Arum Martikasari, M.Med.Kom selaku pembimbing peneliti yang tulus ikhlas meluangkan waktunya untuk membimbing dan membantu peneliti sampai tahap akhir.
5. Orang tua peneliti Alm. Ayah Engkus Tira Rafii dan Ibu Yuyun Heryani yang selalu mendoakan, mendidik, dan memberi dukungan penuh baik secara moril maupun materiil selama perkuliahan, serta memberikan dan menuruti segala kemauan dan kebutuhan penelitian
6. Istri Rachel Fitriasya Widodo yang selalu memberikan dukungan berupa motivasi dan kasih sayang yang tulus, menghibur, serta menjadi pendengar dari keluh kesah selama menulis tugas akhir ini.

7. Kelompok Praktikum PR Nirvana Creative yang telah memberikan saran dan masukan serta dukungan dalam menulis tugas akhir ini dari awal hingga selesai
 8. Jajaran Struktural PT. Optimis Sejahtera Bersama terlebih kepala divisi dan tim digital produk OSB kids bapak Nizar Muhammad Abdullah yang telah memberikan kesempatan bekerja sama dan dukungan penuh dalam mensukseskan proyek branding pada produk OSB KIDS.
 9. Teman terdekat selama perkuliahan yang sudah melewati suka dan duka perkuliahan dengan peneliti, membantu peneliti dalam mengerjakan Tugas akhir dan memberikan motivasi dalam mengerjakan hingga selesai yaitu, Nalendra, Amru Junior, Muhammad Imam, Dimas Kartiko, dan sahabat IKOM B seluruhnya.
 10. Jajaran struktural Organisasi Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat ISIP UMM periode 2019 hingga 2023 yang telah memberikan pengalaman, pengetahuan, dan jaringan bersosial yang tak ternilai harganya.
 11. Jajaran struktural Lembaga Pers Mahasiswa Islam yang telah memberikan penulis semangat untuk terus berkarya, berinovasi, dan bersosialisasi secara luas dari awal hingga lulus perkuliahan.
- Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat peneliti satu persatu.

Malang, 18 Desember 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	iv
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	v
SURAT PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vi
SURAT PERNYATAAN	vii
BERITA ACARA BIMBINGAN	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	ix
TANDA TERIMA PLAGIASI	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pengertian Perancangan Ulang.....	6
2.2 Pengertian Komunikasi Visual.....	7
2.3 Pengertian Merek	8
2.4 Branding	11
2.5 Brand Identity.....	12
2.6 Desain Grafis.....	16
2.7 Logo	19

2.8 Semiotika Visual	21
2.9 Penelitian terdahulu.....	22
BAB III.....	24
METODE PERANCANGAN TUGAS AKHIR	24
3.1 Metode Dalam Pengumpulan Data Klien.....	24
3.2 Design Thinking sebagai metode karya Tugas Akhir	28
BAB IV	32
PROFIL KLIEN.....	32
4.1 Deskripsi Klien.....	32
BAB V	39
IMPLEMENTASI PROGRAM REDESIGN BRAND IDENTITY PRODUCT OSB	39
5.1 Deskripsi program	39
5.2 Penentuan Target Audience dan Peta Empati	40
5.3 KPI (Key Performance Indicator)	42
5.4 Timeline	43
5.5 Pelaksanaan Produksi.....	44
5.5.1 Logo.....	46
5.5.2 Desain Kemasan	50
5.5.3 Slogan.....	52
5.5.4 Brand Story.....	53
5.6 Kendala dan penyelesaian masalah produksi	54
5.7 Evaluasi Program	56
5.8 Analisis Pencapaian Program.....	57
BAB VI.....	60
PENUTUP.....	60
6.1 Kesimpulan.....	60
6.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Design Thinking.....	29
Gambar 4. 1 Kantor OSB Corporation	32
Gambar 4. 2 Mock up Produk OSB Kids	33
Gambar 4. 3 Logo OSB Kids.....	34
Gambar 4. 4 Produk Generos.....	35
Gambar 4. 5 Produk Nutribrain	36
Gambar 4. 6 Maskot OSB Kids	37
Gambar 4. 7 Slogan pada box OSB Kids.....	38
Gambar 5. 1 Colour Palette OSB Kids	46
Gambar 5. 2 Ilustrasi Otak Manusia	47
Gambar 5. 3 Buah jeruk.....	47
Gambar 5. 4 Sketsa Awal logo.....	48
Gambar 5. 5 Sketsa logo terpilih.....	49
Gambar 5. 6 Logo Awal OSB Kids Sebelum Perancangan.....	49
Gambar 5. 7 Hasil Perancangan Logo baru OSB kids.....	50
Gambar 5. 8 Sketsa Desain Kemasan OSB Kids.....	51
Gambar 5. 9 Desain Kemasan Lama OSB Kids Sebelum Perancangan.....	51
Gambar 5. 10 Hasil Perancangan Desain Kemasan Baru dan <i>Mockup</i> Kemasan baru OSB Kids.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 5. 1 Alur Perancangan Karya.....	40
Tabel 5. 2 Peta Empati.....	42
Tabel 5. 3 <i>Key Performance Indicator</i>	43
Tabel 5. 4 <i>Timeline</i>	44
Tabel 5. 5 SWOT dan Matriks SWOT Analisis	45



ABSTRAK

Alfath Ramadhan, 201810040311114, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. **“REDESIGN BRAND IDENTITY PRODUCT OSB KIDS”**.

Pembimbing: Arum Martikasari, M.Med.Kom

Di Indonesia, perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan berupaya mempertahankan daya saing dalam pasar yang sengit. Menurut laporan Kementerian Perindustrian 2022, industri kesehatan tumbuh sebesar 11,96%, hal ini tercermin dari peningkatan jumlah merek terdaftar. Pemilik usaha perlu mencari strategi untuk bertahan, bersaing di pasar yang dinamis, menarik calon pembeli, dan mengatasi dinamika industri yang berkembang. Dalam dunia bisnis dan perdagangan, identitas merek tetap menjadi pondasi utama yang mempengaruhi pandangan konsumen dan merepresentasikan citra perusahaan.

Agar dapat bersaing di dalam industri kesehatan PT. Optimis Sejahtera bersama (OSB Corp) memahami pentingnya penguatan identitas merek pada produknya, terutama dalam upaya menciptakan keselarasan karakteristik, nilai produk dalam visual, dan pesan produk OSB kids. Sebagai respon terhadap kesadaran tersebut, perusahaan ini berkolaborasi dengan peneliti untuk proyek perancangan ulang identitas merek dan memfokuskan untuk merancang ulang dari logo, desain kemasan, slogan, *brand story*. Tujuan proyek ini adalah untuk memastikan bahwa identitas produk sesuai dengan nilai dan karakteristik produk yang diusung. Dalam perolehan data klien, digunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan purposive sampling untuk mendapatkan informasi mendalam. Metode design thinking diadopsi dalam produksi program kreatif dan dikolaborasikan dengan pendekatan komunikasi visual dalam proses produksi karyawan.

Dalam proses produksi, perancang mengalami beberapa kendala, namun hal tersebut dapat diatasi bersama dengan *stakeholder*. Untuk memastikan berjalannya proses sesuai timeline dan target, perancang menggunakan instrumen *Key Performance Indicator* (KPI). Hasil dari rancangan, mulai dari logo hingga *brand story* mencapai target yang ditetapkan. *Feedback* dari klien yang diambil dengan skala Likert 1- 4 , menunjukkan kepuasan maksimal dengan nilai 4. Hal Ini menandakan program kreatif dapat menyelesaikan dan memuaskan terhadap permasalahan dan kebutuhan klien.

Kata Kunci : Identitas Merek, Perancangan Ulang, *Design Thinking*

Malang, 10 Januari 2024

Mengetahui
Dosen Pembimbing

Peneliti

Arum Martikasari, M.Med.Kom

Alfath Ramadhan

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). *Brand leadership*. New York :The free press.
- Andhita, P. R. (2021). *Komunikasi Visual* (Vol. 1). Banyumas: Zahira Media Publisher.
- Ardhanari, M. (2012). Customer satisfaction pengaruhnya terhadap brand preference dan repurchase intention private brand. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 58-69.
- Bhargawa, I. N. B., Udayana, A. A. G. B., & Artawan, C. A. (2022). Perancangan Ulang Identitas Visual untuk Brand Tetuek Sangmong di Denpasar. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 3(02), 192-204.
- Darmalaksana, W. (2020) Design Thinking Bisnis “Kaos Islami” Inspirasi Hadis Nabi Saw. *etheses*, pp. 1-7.
- Delfitriani, D. (2019). Perancangan model bisnis usaha produk dadih susu sapi ke dalam kanvas model bisnis dan peta empati. *Jurnal Agroindustri Halal*, 5(2), 204-211.
- Efendy, A. (2020). Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Honda Motor/Adelia Efendy/23160302/Pembimbing: Dergibson Siagian.
- Enterprise, J. (2018). *Desain grafis komplet*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Fatimah, F. N. A. D. (2016). *Teknik analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Ghodeswar, B. M. (2008). Building brand identity in competitive markets: a conceptual model. *Journal of product & brand management*, 17(1), 4-12.
- Ginting, R. (2010). *Perancangan Produk*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Halim, B. C. (2014). Pengaruh brand identity terhadap timbulnya brand preference dan repurchase intention pada merek Toyota. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-11.
- Januariyansah, S. (2018). *Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022). Laporan Informasi Industri Tahun 2022. Diakses 1 Febuari 2023 dari <https://www.kemenperin.go.id/download/28816/Laporan-Informasi-Industri-2022>.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022). Laporan Informasi Industri Tahun 2022. Diakses dari [tautan]: Pada 1 Februari 2023.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Manajemen pemasaran edisi ke 12 jilid ke 1*. New Jersey : indeks
- Kurniasih, Wida. 2022. Desain grafis: pengertian, jenis, dan tugasnya. Dikutip dari <https://www.gramedia.com/best-seller/desain-grafis/> Pada 28 Oktober 2022.
- Machmud, M. (2018). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang: Penerbit selaras
- Marimin, A., Romdhoni, A. H., & Fitria, T. N. (2016). Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2(02).

- Merek. 2021. Pada KBBI Daring. Diambil 24 Oktober 2022, dari <https://kbbi.web.id/merek>
- Murphy, J. (1988). Branding. London. Marketing Intelligence & Planning, Vol 6 issue 4
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. Solo: Cakra Books, 1(1), 3-4.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Priyono, A. (2017). Pengaruh Green Marketing dan Identitas Merek pada Citra Merek terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Ultra Milk di Area Pemasaran Jakarta. *Industrial Engineering Journal*, 6(1).
- Purnomo, D. (2013). Konsep design thinking bagi pengembangan rencana program dan pembelajaran kreatif dalam kurikulum berbasis kompetensi. In Konferensi Nasional “Inovasi dan Technopreneurship”. IPB International Convention Center (pp. 1-6).
- Rangkuti, F. (2004). The power of brands. Jakarta: Gramedia pustaka utama.
- Rangkuti, F. (2006). Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2013). Mendesain logo. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sarosa, S. (2021). Analisis Data Penelitian Kualitatif Yogyakarta: PT Kanisius
- Setyorini, H., & Santoso, I. (2017). Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT dan QSPM (studi kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46-53.
- Shimp, T. A. (2003). Periklanan promosi & aspek tambahan komunikasi. Pemasaran. Terpadu, Jilid I (Edisi 5), Jakarta: Erlangga.
- Sudarso, Andriasan, et al. 2020. Manajemen Merek. Medan, Yayasan Kita Menulis.
- Sukmana, A. (2020). Penilaian Kinerja Organisasi Menggunakan Metode Key Performance Indicators (Kpi)(Studi Kasus: Himpunan Mahasiswa Teknik Industri Universitas Widyatama). *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan*, 6(2), 163-166.
- Sulistio, A. B. (2021). Branding Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis. *Jurnal profilm*, vol 1 no 1.
- Susanto, A. B., & Wijarnako, H. (2004). Power branding: Membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya. Mizan Pustaka.
- Suyanto, M. (2004). Aplikasi desain grafis untuk periklanan. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Thang, C. (2022). Peran dan Pentingnya Brand Identity untuk Small-medium Business dan Startups. *IMATYPE: Journal of Graphic Design Studies*, 1(2), 58-64.
- Tinarbuko, Sumbo, 2009. Semiotika Komunikasi Visual. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wahjuwibowo, I. S. (2018). *Semiotika Komunikasi Edisi III: aplikasi praktis untuk penelitian dan skripsi komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Wiraghani, S. R., & Prasnowo, M. A. (2017). Perancangan dan pengembangan produk alat potong sol sandal. *Teknika: Engineering and Science Journal*, 1(1), 73-76.