

## ABSTRAK

### PERANCANGAN STRATEGI *REBRANDING* C59 MELALUI LINI PRODUK C59 (STUDI KASUS *AUTOLINE*)

Oleh  
Rio Adriel Ginting  
NRP 0964167

C59 sebagai salah satu produsen kaos lokal mengalami masa kejayaan pada tahun 1980-1990an. Permasalahannya adalah dari segi retail, C59 belum memiliki sebuah gaya desain spesifik yang dapat merepresentasikan *brand*-nya, sehingga perlu dilakukan perancangan *rebranding* melalui teori *brand architecture*.

Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah untuk memunculkan karakteristik C59 dengan membuat *endorsed brand*, dalam hal ini *Autoline*, yang bertema otomotif sebagai sebuah studi kasus. Manfaat dari perancangan ini adalah agar divisi retail dari C59 dapat dikenal dengan mudah.

Metode yang digunakan adalah dengan membuat branding, meliputi serta strategi pemasaran dan promosi akan *brand Autoline* berupa media sosial, web, dan berupa media cetak.

Kata kunci: C59, *endorsed brand*, kaos, *rebranding*.

## **ABSTRACT**

### **THE DESIGN OF REBRANDING STRATEGY FOR C59 THROUGH ITS OWN PRODUCTS RANGE (CASE STUDY: AUTOLINE)**

Rio Adriel Ginting/0964167

C59 as one of T-Shirt local producer had its peak in the 1980-1990s. They could not maintain the success because of the problem in the retail sector. C59 does not have a specific design style which can represents its brand, so it is necessary to do rebranding using brand architecture theory.

The aim of this design is to display the characteristics of C59 by making an endorsed brand, in this case Autoline, a product with automotive theme. The benefit of this design is that the brand C-59 will be easily known.

The method used in this design is by branding, through marketing and promotion strategies for brand Autoline through social media, websites, and printed media.

Keywords: C59, endorsed brand, t-shirt, rebranding

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN .....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.2.1 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Perancangan .....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	3
1.4.1 Data Primer .....	3
1.4.2 Data Sekunder.....	4
1.5 Skema Perancangan .....	5
BAB II : LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Teori Merek/ <i>Brand</i> .....	6
2.1.1 Jenis Merek/ <i>Brand</i> .....	7
2.1.2 Fungsi Merek/ <i>Brand</i> .....	8
2.1.3 <i>Branding</i> .....	8
2.1.4 Tahap-tahap Kampanye <i>Branding</i> .....	9
2.1.5 Beberapa Istilah <i>Brand</i> yang Dipergunakan.....	10
2.1.5.1 <i>Brand Identity</i> .....	10

2.1.5.2 <i>Brand</i> Arsitektur .....	11
2.1.5.1 <i>Brand Anatomy</i> .....	12
2.2 Promosi .....	13
2.4.1 Fungsi Promosi .....	13
2.4.2 Tujuan Promosi .....	15
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	17
3.1 Data dan Fakta .....	17
3.1.1 C59 .....	17
3.2 Hasil Wawancara.....	18
3.2.1 Hasil Wawancara dengan Pak Agus dari C59.....	18
3.2.2 Hasil Wawancara dengan Pak Wiwied dari C59 .....	19
3.3 Tinjauan Terhadap Proyek/Persoalan Sejenis.....	19
3.4 Analisis Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta .....	23
3.4.1 Analisis SWOT .....	24
3.4.1.1 Analisis SWOT C59 .....	24
3.4.2 Analisis STP .....	24
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....	26
4.1 Konsep Komunikasi .....	26
4.2 Konsep Kreatif .....	27
4.2.1 Konsep Visual.....	28
4.2.2 Warna.....	29
4.2.1 Tipografi .....	29
4.2.1 Konsep Verbal .....	29
4.3 Konsep Media .....	30
4.3.1 GSM ( <i>Graphic Standard Manual</i> ) .....	30
4.3.2 <i>Lookbook</i> .....	28
4.3.3 <i>Shopping Bag</i> .....	28
4.3.4 <i>Hang Tag</i> dan <i>Price Tag</i> .....	31

4.3.5 Katalog <i>Web</i> .....	31
4.3.6 Media Promosi.....	31
4.3.6.1 Iklan Majalah/Koran .....	31
4.3.6.2 <i>Website</i> (Media Elektronik) .....	32
4.3.6.3 <i>Instagram</i> .....	32
4.3.6.4 <i>Billboard</i> .....	33
4.3.6.5 <i>Web Banner</i> .....	33
4.4 Rincian Rencana Anggaran Biaya (RAB).....	34
4.5 Hasil Karya.....	36
4.5.1 Logo <i>Autoline</i> .....	36
4.5.2 <i>Graphic Standard Manual Logo Autoline</i> .....	37
4.5.3 Iklan Tabloid .....	38
4.4.4 <i>Web Banner</i> .....	40
4.4.5 <i>Billboard</i> .....	43
4.4.6 <i>Website</i> .....	44
4.4.7 <i>Lookbook (Print)</i> .....	47
4.4.8 <i>Shopping Bag</i> .....	49
4.4.9 <i>Hang Tag dan Price Tag</i> .....	50
 BAB V : PENUTUP	
5.1 Kesimpulan .....	51
5.2 Saran .....	51
 DAFTAR PUSTAKA .....	 53
LAMPIRAN .....	55
DATA PENULIS .....	61
UCAPAN TERIMAKASIH .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo PT. Caladi 59 .....	17
Gambar 3.2 LOGO Jeans Logo.....	19
Gambar 3.3 Produk LOGO .....	20
Gambar 3.4 Logo Bombboogie.....	21
Gambar 3.5 Produk Bombboogie .....	22
Gambar 3.6 Logo Ninty Degrees .....	22
Gambar 3.7 Produk Ninty Degrees .....	22
Gambar 3.8 Logo Body Talk .....	23
Gambar 3.9 Produk Body Talk .....	23
Gambar 4.1 Font Bebas Neue .....	29
Gambar 4.2 Logo Autoline .....	37
Gambar 4.3 Ukuran Minimum Logo <i>Autoline</i> .....	37
Gambar 4.4 Jarak Minimal di Sekitar Logo <i>Autoline</i> .....	37
Gambar 4.5 Logo Dasar <i>Autoline</i> dan Aturan <i>Pantone</i> .....	38
Gambar 4.6 Alternatif Logo dan Aturan <i>Pantone</i> .....	38
Gambar 4.7 Iklan Tabloid <i>Awareness</i> .....	39
Gambar 4.8 Iklan Tabloid <i>Informing</i> .....	40
Gambar 4.9 <i>Web Banner</i> Pada Detik.com .....	41
Gambar 4.10 <i>Web Banner</i> Pada Kaskus.com .....	42
Gambar 4.11 <i>Web Banner</i> Pada Facebook.com .....	42
Gambar 4.12 <i>Billboard</i> .....	43
Gambar 4.13 <i>Billboard</i> .....	44
Gambar 4.14 <i>Home Website Page</i> .....	45
Gambar 4.15 <i>Catalogue Website Page</i> .....	46
Gambar 4.16 <i>Journal Website Page</i> .....	46
Gambar 4.17 <i>Contact Website Page</i> .....	47
Gambar 4.18 <i>Cover Lookbook</i> .....	48
Gambar 4.19 <i>Inside Lookbook</i> .....	48
Gambar 4.20 <i>Back Cover Lookbook</i> .....	48

Gambar 4.21 <i>Shopping Bag</i> Besar .....	49
Gambar 4.22 <i>Shopping Bag</i> Medium .....	49
Gambar 4.23 <i>Hang Tag</i> dan <i>Price Tag</i> .....	50

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Rincian Rencana Anggaran Biaya (RAB) .....	35
--	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Sketsa Perancangan .....	55
--------------------------	----