

Analisis pengaruh perubahan logo merek terhadap performa kriteria brand element (perspektif buyer dan user dari produk AXE) = Analysis the effect of changes in brand logo toward performance of brand element's criteria (perspectives from buyer and user of AXE product)

Made Bayu Wedagama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20333443&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Suatu perubahan yang dilakukan meskipun hanya sedikit ataupun terlihat kecil (atau dapat dikatakan tidak terlalu mencolok), tetapi tetap saja akan sangat berpengaruh kepada banyak hal; untuk saat ini dan nantinya. Penelitian ini mengambil studi kasus mengenai perubahan logo yang telah dilakukan oleh Unilever terhadap merek / produk AXE. Perubahannya hanya sebatas pada karakteristik huruf AXE itu sendiri dimana dari observasi respondensi yang dilakukan sebelum mengarah pada sampel populasi yang lebih representatif, ternyata kebanyakan orang yang mengetahui (setidaknya pernah melihat ataupun mendengar) tentang merek AXE; baik buyer maupun user, menunjukkan kecenderungan tidak menyadari akan perubahan logo tersebut. Berdasarkan fenomena ini dilakukanlah konstruk penelitian dengan acuan Brand Element (yang memiliki kriteria pembentukan: Memorability, Meaningfulness, Likeable, Transferable, Adaptability, dan Protectability) terhadap keseluruhan performa dari logo baru AXE dibandingkan dengan logonya yang lama.

*A change taken even just a little (less significant), but still it would be devastating to many things; now or other time. This research takes a case study on the logo's change which has been carried out by Unilever on AXE's brand / product. The change is limited to the characteristics of the AXE letter itself where correspondence from the observations made before leads to a more representative population samples, most people who know (or at least had seen or heard) about the AXE's brand; both buyers and users, showed a tendency not aware of the change in the logo. Based on this phenomenon conducted this study to construct a reference Brand Element (its formation criterias: Memorability, Meaningfulness, Likeable, Transferable, Adaptability, and Protectability) to the overall performance of the new logo of AXE compared with its old logo.*