

Rancangan Pemilihan Nama Merek Korporat bagi Perubahan Konsultan X = Corporate Brand Naming Design For Consultant X

Ilhaminingsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20343753&lokasi=lokal>

Abstrak

Nama : Ilhaminingsih

Program studi : Profesi Psikologi

Referensi : 12 jurnal, 16 buku, 2 tugas akhir, 1 skripsi

Merek dapat dikatakan sebagai sebuah nama, logo, simbol, design atau kombinasi dari kesemuanya yang dapat membedakan sebuah produk atau jasa dari kompetitornya. Kunci untuk menciptakan merek adalah pemilihan nama, logo, simbol, design atau atribut-atribut yang dapat mengidentifikasi produk atau jasa lainnya.

Demikian halnya bagi perusahaan Konsultan X. Memilih nama lembaga yang tepat adalah faktor yang penting. Perusahaan X ini dibangun atas dasar mimpi dan do'a. Mereka ingin nama lembaga ini mencerminkan mimpi dan doa tersebut. Suatu nama yang dapat memberikan pesan dan semangat yang positif, baik bagi mereka maupun orang lain. Nama itu haruslah sesuatu yang menunjukkan suatu visi, mimpi ke depan, harapan, keinginan yang tinggi, angan-angan. Sesuatu yang merupakan cita-cita, bayangan tentang sesuatu yang ingin dicapai di masa depan.

Menurut Kohli dan LaBahn (1997) pemilihan sebuah nama merupakan hal yang penting, hal tersebut berkaitan dengan sebuah nama haruslah dapat menarik bagi pengguna jasa dan hasil akhirnya tentu saja keuntungan bagi perusahaan. Bagi organisasi, seperti yang sudah disebutkan oleh Kohli dan LaBahn (1997) bahwa struktur nama merek bisa memberikan keuntungan yang besar, termasuk didalamnya keuntungan yang meningkatkan sisi kompetitif dari perusahaan. Lebih lanjut lagi, mereka menyusun tahap-tahap proses penamaan merek. Melalui langkah tersebut, penulis menyusun proses pemilihan nama merek korporat bagi perusahaan Konsultan X.

Kata kunci: strategi pemasaran, branding, brand name & corporate brand name.

.....Name: Ilhaminingsih

Study Program: Psychology

References: 12 journals, 16 books, 2 graduate final paper, 1 undergraduate thesis

Brand can be phrased as a name, logo, symbol, design or a combination of all which differentiates a product or service from its competitors. The key of creating a brand is the selection of a name, logo, symbol, designs or attributes that can identify the product or service that differentiates it from others of its kind.

This also applies to X Consultans. Selecting the right name is an important factor. This X Company was

built based on dreams and prayers. They want the name of this organization to reflect these dreams and prayers, a name that can give a positive message and spirit, for themselves and other people. A name that should show a vision, a dream of the future, high hopes, thought, aspiration and notion for a future goal.

According to Kohli and LaBahn (1997), name selection is an important matter, because it is associated with a name that should be attractive for service users and the company's benefit as the end result. For an organization, as mentioned by Kohli and LaBahn (1997), the structure of a brand-name can bring great benefits, including benefits that increase the company's competitive side. Kohli and LaBahn also constructed steps for the process of naming a brand. Using those steps, I construct the process of a corporate brand name selection for X Consultans Company.

Key words: marketing strategy, branding, brand name & corporate brand name