



Sejarah Merek

Pertemuan ke 12

Sejarah Singkat Merek

Sejumlah bukti histories mengungkap bahwa merek dalam bentuk tanda identitas (*identity marks*) telah digunakan sejak ribuan tahun lalu.

Sebagai contoh, tulisan dan gambar di dinding-dinding kuburan Mesir Kuno menunjukkan bahwa ternak pada zaman itu telah diberi merek/tanda sejak tahun 2000 SM.

Di zaman Romawi kuno, Toko-Toko memakai gambar-gambar (seperti sepatu, sapi atau daging) untuk mengidentifikasi produknya. Contoh-contoh lainnya meliputi tanda identitas pada porselin Tiongkok kuno dan guci Yunani dan Romawi kuno.₂

- Sejarah merek dapat ditelusuri bahkan mungkin berabad-abad sebelum masehi. Sejak zaman kuno, misalnya Periode Minoan, Orang sudah memberikan tanda untuk barang-barang miliknya, hewan bahkan manusia.



Manajemen Merek

- Fungsi pemasaran yang menggunakan strategi dan teknik untuk menganalisis dan merencanakan bagaimana merek dipersepsikan di pasar.
- Tujuan untuk meningkatkan nilai merek yang dirasakan secara keseluruhan dalam jangka panjang dan membangun basis pelanggan setia melalui asosiasi merek yang positif.

Tujuan Manajemen Merek

Untuk membangun, mengukur, dan mengontrol ekuitas merek – menjadikan merek memiliki nilainya sendiri yang, bila dikaitkan dengan produk, meningkatkan nilai keseluruhannya baik secara moneter maupun non-moneter.

Elemen tidak berwujud dari Manajemen Merek

- Ekuitas Merek: Ini adalah nilai merek sebagai aset terpisah.
- Citra Merek: Ini adalah kumpulan keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki pelanggan tentang merek.
- Brand Positioning: Positioning adalah ruang unik yang ditempati merek di otak pelanggan.
- Asosiasi Merek: Gambar dan simbol yang terkait dengan merek atau manfaat merek.
- Elemen Merek Lain: Elemen seperti kepribadian merek, elemen komunikasi, dll.

Fungsi Manajemen Merek

- Mengidentifikasi target pasar yang ideal, memahami apa yang memotivasi mereka untuk memilih satu produk di atas yang lain, dan memposisikan merek di domain yang sama.
- Mengembangkan pesan merek yang ideal yang selaras dengan kebutuhan pasar sasaran dan dengan proposisi nilai penawaran.
- Mengkomunikasikan janji merek kepada pelanggan dengan memanfaatkan hampir setiap titik kontak yang memungkinkan.
- Melakukan upaya untuk membangun ekuitas merek dan mengukurnya dari waktu ke waktu.
- Mengelola arsitektur merek dan memastikan struktur sub-merek dan komunikasi selaras dengan struktur merek utama dan kebijakan komunikasi.
- Membangun identitas merek dan memastikannya selaras dengan citra merek di pasar.
- Menangani komunikasi merek di pasar

Fase evolusi logo Apple

- **Logo awal Apple, 'Newton Crest' (1976)**
- **'Rainbow Logo' (1976-1998)**
- **'The Monochrome Logo' (2007-sekarang)**

Jobs pun memutuskan untuk melakukan perubahan pada logo warna-warni Apple karena dianggap sudah tak sesuai dengan perkembangan zaman yang sedang menuju era milenium (2000-an).

Logo Apple dari Masa ke Masa



The original Apple logo featuring Isaac Newton under the fabled apple tree.



The rainbow Apple logo, used from late 1976 to early 1998



The monochrome Apple logo, used from 1998 to late 2000, predominantly on hardware. Still appears on various products in various colors, such as iLife packaging.



Stylized Apple logo, used from 2001 to around 2007 on Apple software.



Logo used from 2007 to present.

Apple Logo Evolution and History Timeline (1976-2012)



TERIMA KASIH

