



RE-BRANDING STARBUCKS; PENGUATAN MEREK “LOGO TANPA NAMA”

Kheyene Molekandella Boer

Universitas Diponegoro Semarang, Jln Erlangga Barat VII No. 33 Semarang,
delux_boer@yahoo.com

Abstract

Starbucks coffee as the leader of the world's coffee drinks showed their strength of the company. The branding is a way that used to change the image of the exclusive coffee shop. Eliminate the identity of the words “Starbucks Coffee” on the Starbucks logo makes a play on the company's trademark Nikes that equally uses the logo without the name. Rebranding of the Logo was actually focus on the expansion that they served some products such as tea, breads and other products. The controversial issue that Starbucks changed the logo got a lot of guff from their loyal consumers, but they believe that is the right decision to provide the best services to the consumers. Presents the new innovations are step to expand their market segmentation. In this paper, the author reviewed on the effectiveness of the chronological change of the Starbucks logo as the logo without a name.

Keywords

Logo Without A Name, Rebranding, Starbucks Coffee.

Abstrak

Starbucks coffee sebagai leader minuman kopi dunia menunjukkan keseriusannya untuk mengembangkan sayap perusahaannya. Melakukan rebranding adalah cara yang digunakan starbucks untuk merubah image dulu yang terkenal dengan kopi ‘eksklusifnya’ kini menjadi perusahaan yang tidak hanya menjual kopi belaka. Menghilangkan identitas tulisan “Starbucks Coffee” pada logo membuat Starbucks bermain layaknya merek dagang pada perusahaan sepatu Nike yang sama-sama menggunakan logo tanpa nama. Di balik rebranding logo tanpa nama tersebut sebenarnya fokus Starbucks adalah untuk melakukan ekspansi dengan produk dagangannya seperti menjual teh aneka roti dan produk lainnya. Kontroversi perubahan logo Starbucks sempat mendapatkan banyak protes dari konsumen setia mereka, namun di balik itu semua pihak Starbucks yakin ini adalah keputusan tepat yang bertujuan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen mereka. Menghadirkan inovasi-inovasi terbaru bagi Starbucks adalah langkah baru untuk semakin memperluas segmentasi pasar mereka. Dalam paper ini, penulis akan mengulas tentang efektivitas kronologis perubahan logo Starbucks sebagai Logo Tanpa Nama.

Kata kunci: Logo Tanpa Nama, Rebranding, Starbucks Coffee.