

Brand Guidelines

Keri*Pick*Me

Farrel Zulviano

01

Apa itu **KeriPickMe** ?

Untuk gambaran kasarnya, bisa di lihat pada
gambar di samping ->



Farrel Zulviano

ELEMEN

Pertama Keri = Keripik

Alasan saya memilih kata “*Keri*” ialah, karena kata tersebut saya ambil dari kata KERIPIK.

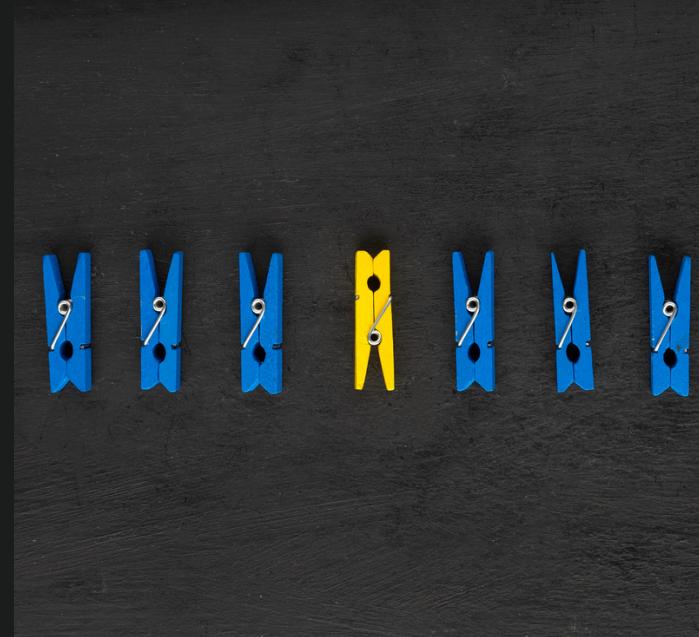
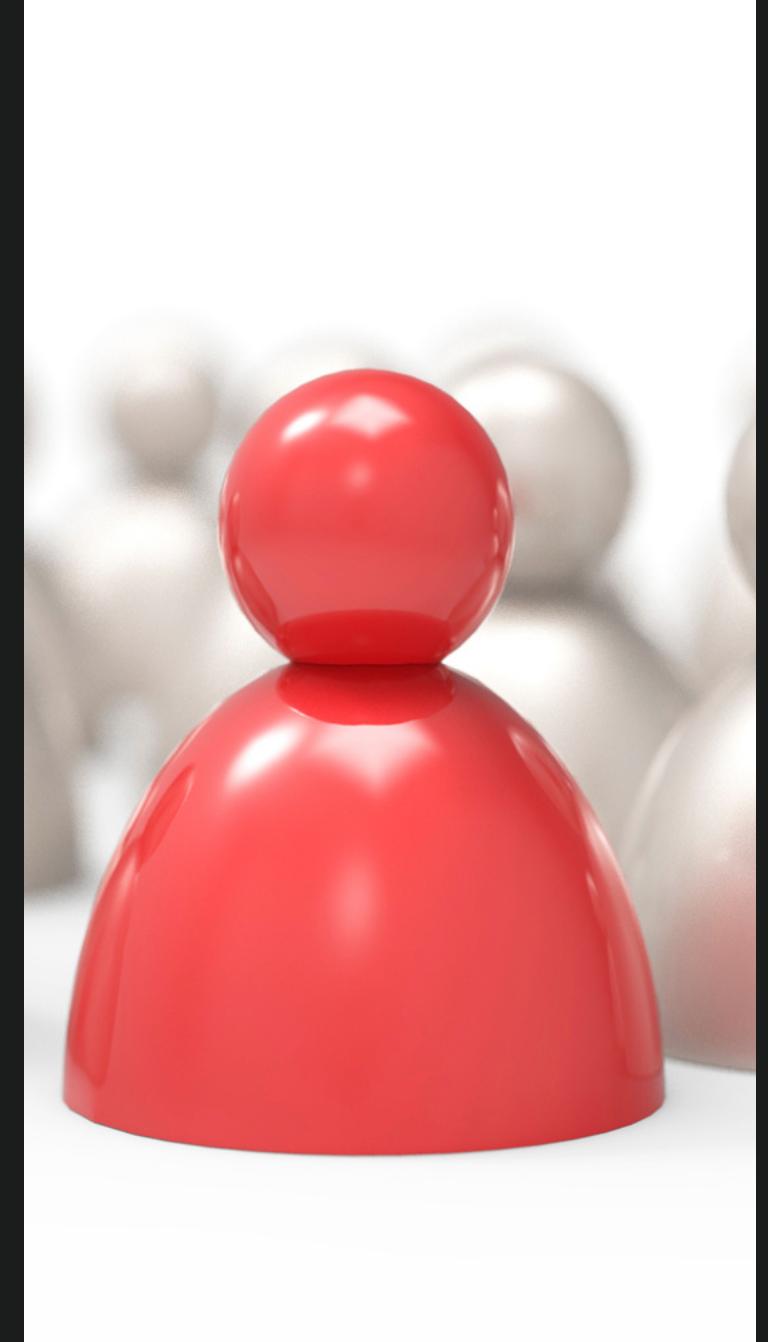
“Mengapa harus keripik? kan produk kita belum tentu keripik semua!” Iya sih, tetapi, produk yang pertama kali akan kita jual ialah keripik, dan mungkin kedepannya akan lebih fokus terhadap keripik dan kata *keri* tersebut menyampaikan bahwa keripik ini umum, kita menyediakan semua jenis keripik untuk semua kalangan



ELEMEN

Kedua PickMe

Alasan saya menggunakan kata ini, karena kata-kata ini memiliki arti bahwa “Gue beda dari yang lain” agar orang-orang tertarik dengannya, lalu kata ini sering digunakan oleh para generasi Gen Z untuk mencari validasi jika mereka memiliki nilai tersebut. hal ini langsung saya jadikan kesempatan untuk



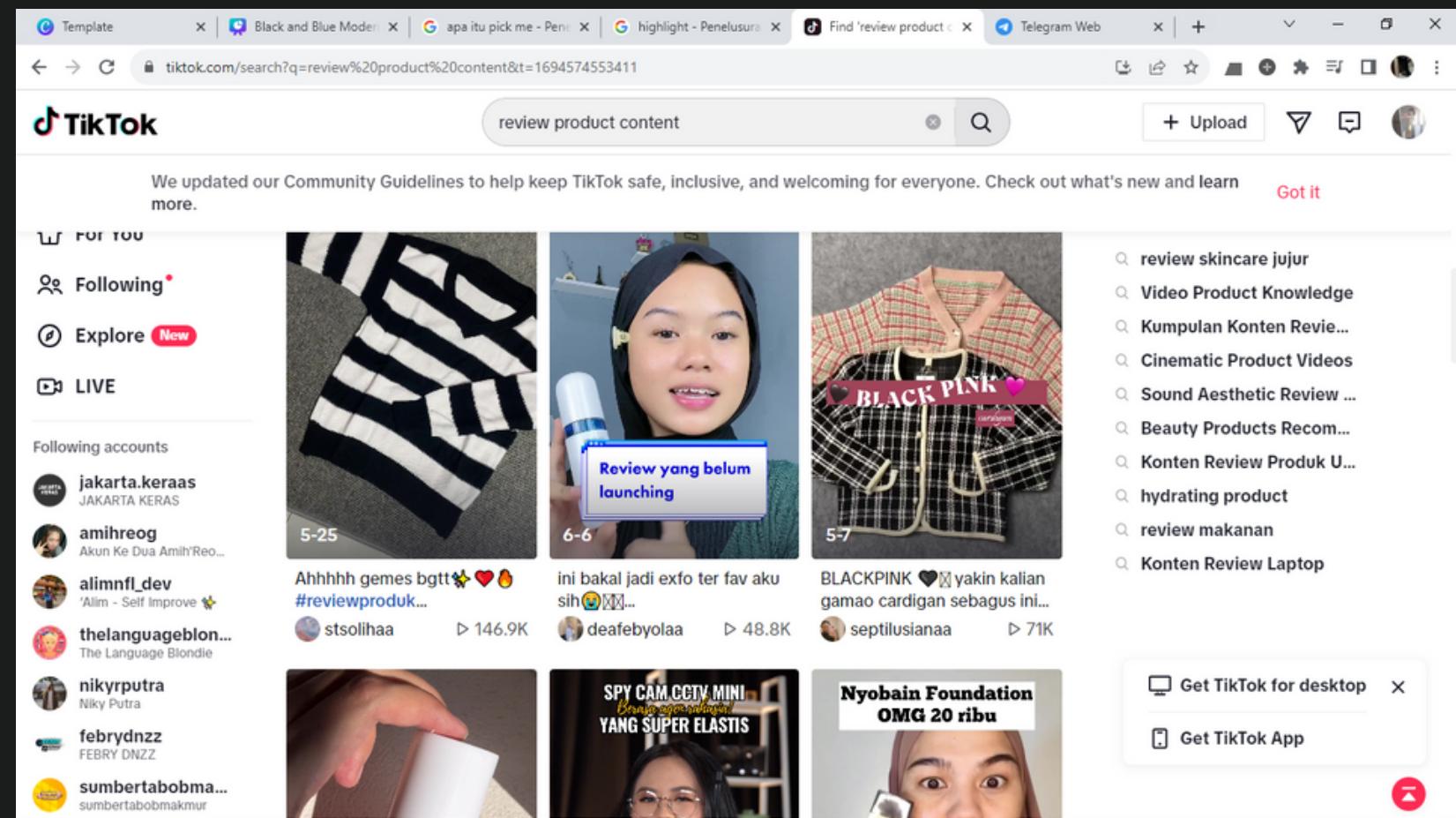
Lalu?

A screenshot of a Google search results page. The search query is "apa yang dimaksud dengan pickme". Below the search bar are several filter buttons: Gambar, Berita, Video, Shopping, Buku, Maps, Penerbangan, and Keuangan. A text snippet from a search result reads: "Mungkin maksud Anda adalah: apa yang dimaksud dengan *pikmi*. Seperti disebutkan, asal usul kata **pick me**, berawal dari tren di media sosial TikTok tahun 2021. Istilah pick me artinya sebutan untuk seseorang yang berusaha keras agar dilihat dan dipilih oleh lawan jenis. Setelah viral, istilah ini semakin sering digunakan dalam percakapan sehari-hari, terutama bagi anak-anak muda." A timestamp at the bottom right of the snippet says "23 Agu 2023".

Hal itu langsung saya anggap menjadi peluang untuk kita ngebrand dengan me-highlight kata-kata tersebut untuk memberi tahu bahwa keripik kita itu beda dari yang lain, lalu secara emosional, gen-z selalu gampang mengigat kata-kata yang sedang maupun sudah trend di tiktok, oleh karena brand kita akan cepat masuk ke dalam fikiran kita.

Farrel Zulviano

Mengapa **FOKUS** Sekali terhadap Gen-z?



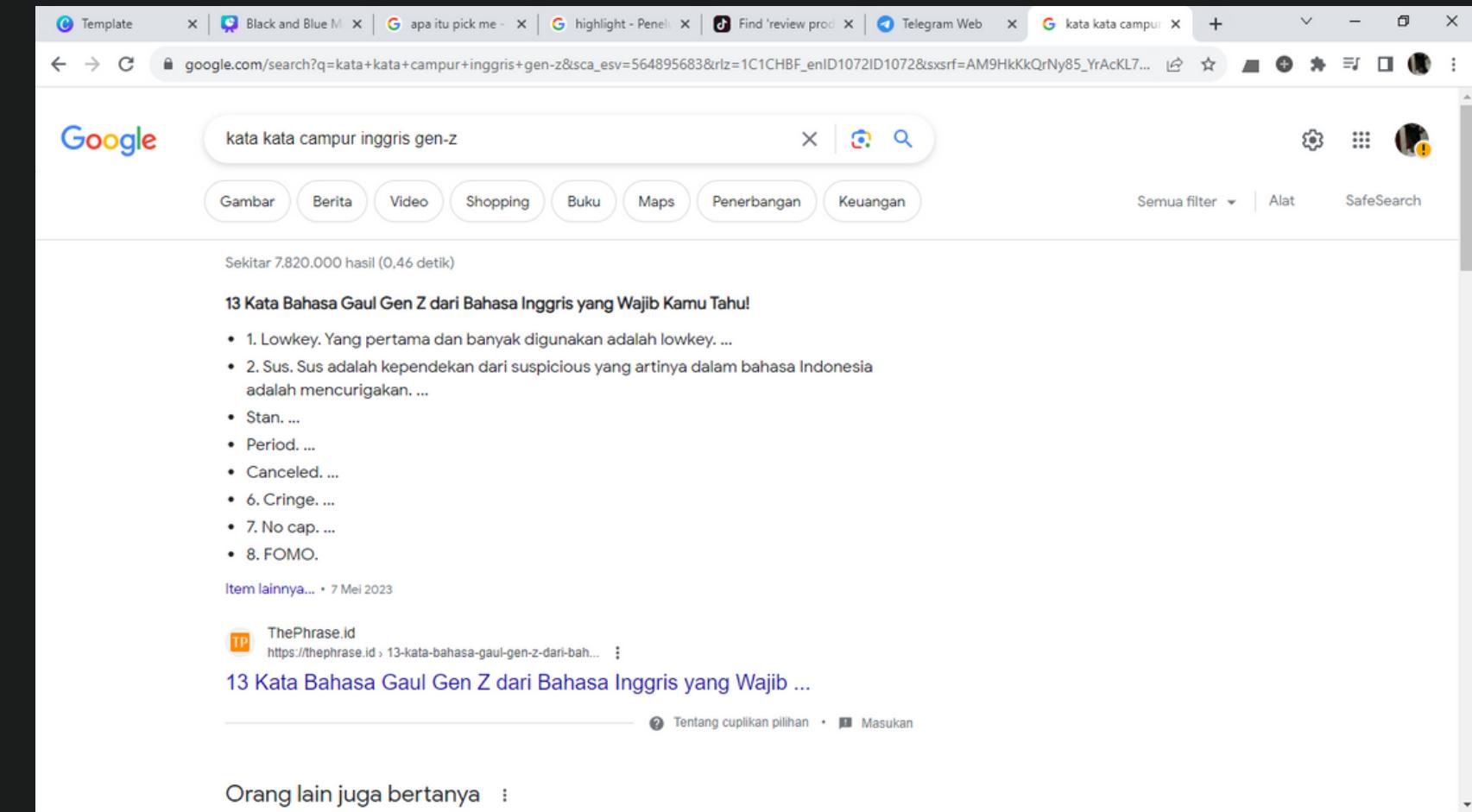
Gen-Z itu terkenal heboh di sosial media, kita sudah tahu sendiri, bagaimana power marketing melalui sosial media, dengan mengambil hati Gen-Z dengan sesuatu yang relate dengan kehidupan mereka sehari hari, mereka bisa saja mempromosikan atau menyuarakan isi hati mereka terhadap produk kita di Sosial media mereka (Review tanpa kita endorse). ini bisa menjadi keuntungan bagi kita, lalu Gen-Z juga sudah beberapa kali menciptakan inovasi dan trend-trend terbaru, oleh karena kita perlu masuk kedalam hati mereka untuk mendapatkan apa yang sudah saya sebut di atas.

Farrel Zulviano

Keripik + PickMe

KeriPiCKMe

“Indo Campur Inggris”



Istilah ini sangat buming di kalangan Gen-Z, berbicara dengan bahasa indonesia lalu di padukan dengan bahasa inggris, atau yang sering di sebut dengan bahasa “Jaksel”, jika dibaca dan di suarakan, nama brand ini sudah memasuki atau termasuk kedalam bahasa jaksel dan hal ini lah yang membuat saya yakin untuk mengambil nama ini, karena jika kita masuk kedalam teori yang saya sebut diatas, otomatis mereka akan gampang mengingat nama brand kita, karena nama brand kita di ambil dari bahasa indonesia dan inggris.

Farrel Zulviano

Tagline

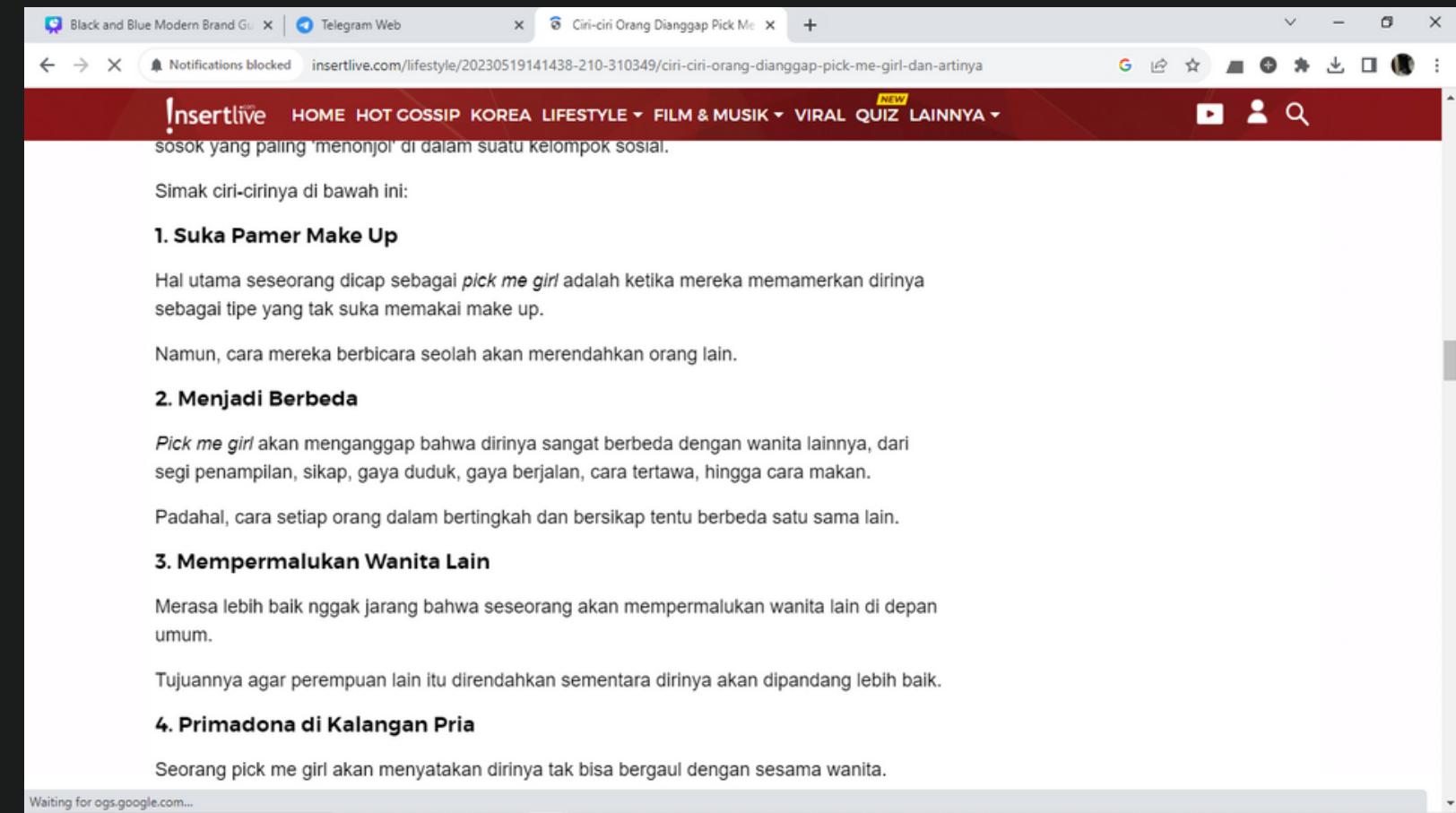
Keri*Pick*Me

Cemilan aku tuh beda

Farrel Zuviano

Mengapa harus Cemilan Aku Tuh Beda??

Kita bahas dari ciri ciri “PickMe”



Jika kita lihat pada gambar di samping, itu merupakan poin-poin dari ciri-ciri sikap pickme, yang pada intinya sekali lagi saya katakan bahwa pickme ialah “Ingin terlihat beda dari yang lain, dan menjelek-jelekan yang lain” oleh karena itu saya memilih untuk menggunakan tagline “Cemilan Aku Tuh Beda”

Farrel Zulviano

Berikut adalah detail dan makna yang ada pada tagline yang saya gunakan pada brand KeriPickMe

Keri = Keripik

Camilan

Menilai hanya kita yang beda

Aku tuh beda

= CEMILAN AKU TUH BEDA

Logo

Keri*Pick*Me

Cemilan aku tuh beda

Farrel Zuviano

Berikut ialah Logo nya



Silahkan dilihat dengan seksama

Farrel Zulviano

Makna dari setiap elemen yang ada



→ Penegasan Font

Penegasan font berwarna merah ini memiliki makna bahwa kami konsisten dan sangat yakin atas perbedaan yang kami ciptakan di setiap gigitan.

→ Font Berwana Putih

Pada makna warna putih yang ada pada font ini memiliki arti yang berbeda dari latar belakang putih yang ada pada vector di atasnya. Putih di sini memiliki makna kepercayaan, yang berarti kami mampu memberikan kepercayaan kepada customer kami untuk selalu memberikan mereka yang terbaik dan yang pasti bisa membuat mereka berbeda dari yang lain setiap menggenggam produk kami dimana pun dan kapan pun.

→ Font Berwana Kuning

Seperti yang sudah di ketahui oleh beberapa pengembang brand, warna kuning sangat penting karna mampu meningkatkan nafsu makan

→ Peletakan Vector

Vector yang berisi beberapa orang dengan kelompok umur yang berbeda dan berlatar belakang putih, memiliki makna bahwa produk kami ialah produk produksi yang disediakan untuk semua kalangan, dan tugas customer hanya perlu menyesuaikan saja, mana produk yang cocok untuk mereka. Untuk latar belakang putih, memiliki makna bahwa produk kita di jamin bersih dan higienis, seperti halnya makna warna putih yang berarti kebersihan

Sekian
TeriMakasih

Bedah brand bareng Farrel

Farrel Zulviano