

B Saluran komunikasi pengeluar kepada pengguna

Komunikasi ialah proses untuk menyampaikan maklumat dan perihal mengenai produk dan perkhidmatan. Komunikasi berlaku antara dua pihak, iaitu pengeluar dan pengguna. Reka bentuk sesuatu produk memainkan peranan yang penting sebagai saluran komunikasi kepada pengguna untuk membeli sesuatu produk.

Setiap produk mempunyai pengenalan diri sebagai identiti. Pengenalan diri sesuatu produk adalah penting untuk menarik minat pengguna baharu dan mengekalkan pelanggan yang sedia ada. Pengenalan diri yang dikenali sebagai *platform* DNA boleh ditonjolkan pada reka bentuk produk melalui penjenamaan, kesetiaan, boleh diingat, dikenali, dan kebolehpercayaan kepada jenama.



Rajah 3.9 Jenis-jenis pengenalan diri produk

Penjenamaan

Penjenamaan (*branding*) menurut Kamus Dewan Edisi Keempat bermaksud pemberian jenama kepada sesuatu barang yang dihasilkan. Penjenamaan menyampaikan maklumat berkenaan kualiti keluaran dengan menggunakan simbol yang tertentu. Simbol terdiri daripada nama, lambang, reka bentuk atau kombinasi kesemuanya bagi menjadikan simbol tersebut berbeza daripada yang lain. Terdapat beberapa jenis penjenamaan produk, iaitu melalui bentuk nama (*brand name*), bentuk cap (*brand mark*), bentuk cap dagangan (*trademark*) dan bentuk persendirian (*trade character*).



Gambar foto 3.2 Contoh produk melalui penjenamaan



Rajah 3.10 Jenis penjenamaan produk

Kesetiaan

Kesetiaan pengguna ialah pilihan pengguna untuk terus kekal dengan produk dan jenama tertentu. Untuk terus kekal terhadap sesuatu jenama, pengguna akan memilih kredibiliti, kualiti, reka bentuk terkini, selamat dan harga yang kompetitif.

**Boleh ingat**

Reka bentuk dapat menguasai pasaran kerana produk yang mempunyai identiti boleh diingat oleh pengguna. Identiti tersebut merangkumi fungsi, warna atau bentuk fizikal.

**Nilai Murni**

Beli dan sokonglah barangan buatan Malaysia.

Dikenali

Reka bentuk produk dapat menguasai pasaran kerana telah dikenali oleh pengguna. Lazimnya, produk telah lama berada di pasaran dan boleh dikenali walaupun hanya melalui bentuk fizikalnya sahaja.

**Kebolehpercayaan kepada jenama**

Pengguna akan memilih produk yang mempunyai jenama yang boleh dipercayai dan mempunyai ciri-ciri yang terbaik dari segi kualiti, fungsi, jaminan keselamatan dan reka bentuk. Ciri-ciri tersebut yang ada pada sesuatu produk menyebabkan pengguna mempercayai dan seterusnya memilih produk tersebut bagi memenuhi keperluan dan kehendak mereka.