



UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

Kajian mengenai penjenamaan semula rekabentuk identiti korporat syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D di Sabah

By

Nurmusyakkar Bin Mohd Tahir

A report submitted in fulfillment of the requirements for the degree of
Bachelor of Creative Technology with Honours
(Visual Communication Design)

Fakulti Teknologi Kreatif Dan Warisan

Universiti Malaysia Kelantan

2021

ISI KANDUNGAN

	Muka Surat
Abstrak	
BAB 1	
1.1 Pengenalan	1-2
1.2 Latar Belakang Kajian	2-3
1.3 Kepentingan Kajian	3-4
1.4 Pernyataan Masalah	4
1.5 Objektif Kajian	5
1.6 Persoalan Kajian	
1.7 Teori Kajian / Kerangka Konsep	5
1.8 Skop Kajian	6
1.9 Batasan Kajian	6
2.0 Definisi Terma	6-7
2.1 Kesimpulan	7
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA / LITERATUR	
2.1 Pengenalan	8
2.2 Penjenamaan Semula	8-9
2.3 Logo	9
2.4 Identiti korporat	10
2.5 Kesimpulan	10

BAB 3 METODOLOGI KAJIAN

3. 1 Pengenalan	11
3.2 Kaedah kajian	
3.3 Instrumen Kajian	12
3.3.1 Soal selidik	
3.3.2 Rujukan	
3.3.3 Pemerhatian	
3.4 Sampel/Responden Kajian	13
3.5 Cara pengumpulan data	13
3.5.1 Dokumentasi	
3.5.2 Pemerhatian	
3.5.3 Soal selidk	
3.6 Cara analisis data	14
3.7 Lapangan Kajian	15
3.5.1 Lokasi Syarikat	
3.8 Kesimpulan	16
CARTA GANTT	17

BAB 4: ANALISIS DAN PENJENAMAAN SEMULA

4.1 Analisi data kuantitatif	18
4.1.1 Bahagian A: Maklumat reponden	19-20
4.1.2 Bahagian B: Kajian tentang penjenamaan semula	21-28
rekabentuk identiti korporat syarikat	

4.1.3 Bahagian B: Cadangan kajian	29-30
4.2 Rumusan analisi dapatan kajian	31
4.3 Penjenamaan semula	32
4.3.1 Penyelidikan penjenamaan semula	33-35
4.3.2 Analisis	36
4.3.3 Proses penjenamaan semula logo	37
4.3.3.1 Logo brainstorming	37
4.3.3.2 Idea dan konsep reka bentuk idea logo	38
4.3.3.3 Draf logo 1 Quantum Printing S.d.n B.h.d	39
4.3.3.4 Draf logo 2 Quantum Printing S.d.n B.h.d	39
4.3.3.5 Proses pemilihan logo dan pemilihan warna	40
4.3.3.6 Logo Quantum Printing S.d.n B.h.d akhir	41
4.3.3.7 Skala logo	41
4.3.4 Reka bentuk item-item korporat	42-45
4.4 Kesimpulan	46

BAB 5: CADANGAN DAN KESIMPULAN

5.1 Perbincangan	47
5.2 Cadangan	47-48
5.3 Kesimpulan	48

RUJUKAN

LAMPIRAN

Abstrak

Dalam kajian ini, penjenamaan semula syarikat telah menjadi sebuah perkara yang lazim untuk sesebuah syarikat itu lebih maju kehadapan untuk bersaing di pasaran antarabangsa. Dalam pada itu. Kajian ini dijalankan adalah bertujuan untuk membantu meningkatkan imej dan daya saing syarikat Quantum Printing S.D.N. B.H.D di Sabah di dalam pasaran antarabangsa. Selain itu, kajian ini dijalankan untuk mereka bentuk semula logo dan identiti koporat syarikat Quantum Printing S.D.N. B.H.D di Sabah yang dapat menarik perhatian dan mengubah persepsi pelanggan daripada tidak tertarik kepada perasaan tertarik serta ingin mencuba perkhidmatan syarikat ini. Seterusnya dalam kajian ini terdapat tiga persoalan yang akan dijalankan dalam pengkajian ini. Selanjutnya, dalam kajian ini juga pengkaji mengguna pendekatan kualitatif dan kuantitatif menerusi borang soal selidik, pemerhatian serta rujukan untuk digunakan dalam pengumpulan data daripada kawasan kajian di sekitar kawasan daerah bandar Tawau, Sabah.

Kata Kunci : Penjenamaan semula, Logo, Identiti, Pengiklanan, Kuantitatif, kualitatif

Bab 1: PENGENALAN

1.1 PENGENALAN

Pada bab 1 ini akan membincangkan kajian mengenai penjenamaan semula rekabentuk korporat identiti syarikat Quantum Printing S.D.N. B.H.D di Sabah. Jenama merupakan sebuah rekabentuk grafik yang digunakan dalam sesebuah syarikat untuk memasarkan barangan mereka dan bersaing untuk menonjolkan syarikat mereka di kalangan pelanggan mereka. Selain itu, jenama juga adalah jenis barang yg memakai nama khas yg dikeluarkan oleh pengeluar (pembuat, pengilang) tertentu (Kamus Dewan Edisi Empat, 2017). Penjenamaan semula adalah salah satu kaedah dan cara untuk sesebuah syarikat tersebut meningkatkan kualiti dan identiti syarikat mereka. Disamping itu, penjenamaan semula juga adalah sebuah strategi sesebuah syarikat tersebut untuk pergi lebih jauh dan terkenal di kalangan pelanggannya. Penjenamaan semula juga salah satu hal yang penting kerana ianya merupakan salah satu identiti yang orang lain tidak punya daripada kita. Hal ini dapat dibuktikan daripada Kata-kata Jeff Bezos dipetik di dalam sebuah artikel Arruda (2016) yang menyatakan bahawa “jenama anda adalah apa yang orang lain perkatikan tentang anda apabila anda tidak berada di sesuatu tempat itu”. Salah satu fungsi penjenamaan semula ialah untuk menghasilkan identiti baru dalam sesebuah syarikat tersebut.

Menurut Merrilees, B. and Miller, D. (2008), penjenamaan semula korporat sering digunakan secara sempit dalam praktik sebagai penjenamaan semula, maka ini dapat memperbaiki usaha terbatas untuk membangun teori dalam bidang pemasaran ini. Ia berusaha membina teori penjenamaan semula korporat yang lebih canggih dan besar.

Penjenamaan semula merupakan satu penjenamaan baharu bagi sesebuah syarikat tersebut. Oleh itu, penjenamaan semula hendaklah mempunyai elemen grafik yang lebih ringkas, mudah dan menarik. Sebagai contoh elemen grafik yang ada berunsur hitam dan putih serta satu lagi warna yang dimasukkan untuk mengajak pembaca lebih fokus kepada mesej yang hendak disampaikan, terhadap bahan pemasaran itu. Ha ini menunjukkan bahawa penjenamaan semula adalah salah satu proses mencipta logo yang

menmpunyai identiti yang unik dan menarik agar mewujudkan padangan yang baik serta menarik minat pelanggan.

1.2 LATAR BELAKANG KAJIAN

Kajian ini akan memfokuskan mengenai penjenamaan semula rekabentuk identiti korporat syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D di Sabah. Syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D merupakan sebuah syarikat pencetakan yang menawarkan khidmat pencetakan pelbagai jenis produk. Selain itu, syarikat ini juga menawarkan khidmat membeli – belah yang menjual pelbagai jenis item-item alat tulis. Disamping itu, syarikat ini juga menjual surat khabar untuk dibaca oleh para pembaca surat khabar di Kawasan itu. Syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D ini telah wujud sekian lama yang mana ia telah beroperasi dari tahun 1994 hinggalah pada hari ini. Syarikat ini terletak di alamat TB481, Ground Floor Block P, Jalan Habib Sheikh, Bandar Tawau, 91000 Tawau, Sabah, Malaysia (vymaps.com,2021). Dalam pada itu, pengkaji akan mengkaji penjenamaan semula identiti korporat syarikat ini dengan lebih cantik dan menarik.

Melalui pemerhatian yang dilakukan oleh pengkaji daripada halaman rasmi syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D yang dipaparkan di media sosial terdapat pelbagai kekurangan dari segi rekabentuk identiti koporat syarikat ini. Kekurangan yang telah dikenalpasti oleh pengkaji adalah syarikat ini tidak mempunyai item-item koporat yang mencukupi. Selain tu, syarikat ini juga mempunyai rekabentuk identity syarikat yang kurang menarik untuk dinilai oleh pelanggan. Hal ini akan menyebabkan pelanggan kurang tertarik dan tidak yakin akan perkhidmatan yang ditawarkan oleh syarikat ini.

Disamping itu, pengkaji akan mengambil langkah-langkah yang proaktif agar dapat melakukan penjenamaan semula ke atas identiti koporat syarikat ini. Penjenamaan semula syarikat ini dapat dilakukan dari megubahsuai kedudukan objek (reposisi), perubahan dalam simbolisme visual (warna, logo, reka bentuk dan bentuk pembungkusan) dan mesej baru, (slogan, sikap kreatif). Perubahan membentuk identiti baharu pada syarikat ini lebih kepada pengubahsuaian logo, item-item korporat, dan penggunaan visual pada iklan yang lebih menarik.

Oleh itu, kajian ini akan melakukan penjenamaan semula dengan menerima pandangan padangan orang lain mengenai syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D agar dapat menghasilkan sebuah penjenamaan semula yang dekat dengan hati pelanggan syarikat ini. Seterusnya, pengkaji juga akan mengenalpasti kaedah-kaedah yang sesuai untuk melakukan penjenamaan semula agar syarikat ini dapat bersaing di pasaran tempatan.

1.3 KEPENTINGAN KAJIAN

Kepentingan kajian ini adalah untuk meningkatkan imej syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D. Jenama yang sedia ada pada syarikat ini telah lama dan hampir tidak laku kerana jenama yang sedia ada suda tidak mampu untuk bersaing dengan jenama-jenama syarikat yang lain. Dalam pada itu, pandangan dan nilai oleh pelanggan juga semakin berkurangan kerana koporat identiti yang dipersembahkan oleh syarikat ini telah lama dan pelanggan kurang berminat. Oleh itu, pengkaji akan membuat perbezaan yang amat ketara pada koporat identiti syarikat ini agar koporat identiti ini kelihatan lebih modern dan menarik.

Selain itu, penjenamaan semula dari segi reka bentuk logo juga akan memainkan peranan yang sangat penting dalam sesebuah syarikat tersebut. Hal ini dikatakan demikian kerana reka bentuk logo yang kurang menarik dan menonjol akan mengakibatkan sesebuah syarikat ini kurang dikenali oleh pelanggan-pelanggan. Hal ini menyebabkan kuasa produk pasaran sesebuah syarikat ini akan jatuh dan akan membuat sesebuah s syarikat ini mengalami bankrupt. Penjemaan semula logo syarikat ini sangat penting kerana logo merupakan imej sebuah syarikat tersebut. Ianya juga digunapakai dalam hal rasmi seperti aktiviti surat menyurat, papan iklan serta item-item koprat seperti kad perniagaan, buku nota dan baju korporat.

Disamping itu, penjenamaan semula koporat indentiti ini juga akan membuat syarikat ini lebih dikenali oleh para pelanggan dan mampu bersaing dengan syarikat-syarikat percetakan yang lain. Dengan adanya penjenamaan semula reka bentuk logo dan item-item koporat yang lebih menarik dan modern akan menyebabkan syarikat ini akan lebih maju lagi pada masa hadapan. Hal ini juga akan memaparkan imej syarikat yang lebih baik dan membuat para

pelanggan lebih percaya dan tertarik dengan perkhidmatan yang disediakan oleh syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D.

1.4 PERNYATAAN MASALAH

Penjenamaan semula merupakan proses yang amat penting untuk sesebuah syarikat yang mengalami kemerosotan dalam persaingan dalam pasaran perniagaan. Hal ini dikatakan demikian kerana, identiti korporat yang kurang menarik akan menyebabkan pelanggan kurang yakin dengan perkhidmatan yang ditawarkan oleh sesebuah syarikat tersebut. Dalam pada itu, dengan adanya penjenamaan semula yang lebih kukuh melalui identiti korporat dalam sesebuah syarikat akan memberi banyak keuntungan dan kelebihan pada masa akan datang. Masalah yang diperolehi oleh pengkaji dalam syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D ini adalah syarikat ini mempunyai reka bentuk logo yang kurang menarik dan tidak mempunyai identity korporat yang tersendiri. Hal ini akan menyebabkan akan timbul padangan yang buruk oleh pelanggan terhadap imej syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D. Pendapat ini disokong oleh (Goi, C. L., & Goi, M. T. (2011, February) dalam artikel yang bertajuk Review on models and reasons of rebranding. In International conference on social science and humanity (Vol. 5, No. 2, pp. 445-449).

“When organisations have failed to establish a brand, or have been through any kind of scandal, total rebranding may also be in order”

Selain itu, penjenamaan semula untuk syarikat ini dapat membesarkan lagi kuasa pasaran di peringkat yang lebih tinggi dan mampu menarik lebih ramai pelanggan. Dalam pada itu, syarikat ini kurang menggunakan pengiklanan yang betul untuk bersaing dengan syarikat pencetakan yang lain. Oleh itu, dengan adanya cara pengiklanan yang betul dan baik, sesebuah syarikat itu dapat menarik perhatian pelanggan. Pengiklanan adalah salah satu persembahan dan komunikasi yang berbayar yang ditunjukkan kepada para pelanggan agar dapat menarik perhatian pelanggan. Menurut Kotler (1984), pengiklanan adalah satu bentuk persembahan atau promosi idea, produk atau perkhidmatan bukan peribadi melalui media massa seperti majalah, surat khabar, televisyen dan radio.

1.5 OBJEKTIF KAJIAN

1. Untuk menghasilkan logo baru bagi syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D Sdn. Bhd.
2. Untuk menghasilkan item-item korporat serta pengiklanan yang sesuai untuk syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D

1.6 SOALAN KAJIAN

1. Bagaimana untuk rupa bentuk logo untuk syarikaQuantum Printing S.D.N B.H.D
2. Apakah item-item korporat yang sesuai untuk syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D

1.7 TEORI KAJIAN (PASCASISWAZAH) KERANGKA KONSEP (PASCASISWAZAH)

Menurut Surianto Rustan, S.Sn (2009) melalui bukunya yang bertajuk *Mendesain Logo* pada masa kini, logo umpama sebuah bendera, tanda tangan dan sebuah lambang yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identiti, informasi, persesuaian yang pada akhirnya dijadikan sebagai alat pemasaran. Oleh itu, pernyataan diatas sebagai jawapan pertanyaan “mengapa logo diperlukan?”. Pertanyaan kedua “mengapa harus mereka bentuk semula logo?” dan beliau menyatakan terdapat beberapa pertimbangan iaitu mereka bentuk logo yang sedia ada kerana untuk melancarkan sebuah organisasi yang baharu, penjenamaan semula, mengadakan perubahan budaya koporat dan untuk perkembanagan internasional.

Selain itu, Menurut Robin Landa yang berkata; “A logo is the single graphic design application that will be a part of every other brand design application. It is thesignifier. It is the identifier. It is the twosecond “label” or alarm screaming out which brand or company or person or entity you are dealing with” Bermaksud “Logo adalah aplikasi rekabentuk grafik tunggal yang akan menjadi bagian dari setiap jenama lain aplikasi rekabentuk. Ia adalah penanda.

1.8 SKOP KAJIAN

Skop kajian ini hanya dilakukan di daerah Tawau, Sabah sahaja. Kajian ini tertumpu kepada masyarakat Tawau. Selain itu, logo yang telah dipenjenamaan semula akan difokuskan untuk projek penyelidikan ini. Oleh itu, ianya mudah difahami dan sesuai dengan objektif kajian. Kajian ini juga dibuat dengan mengambil kira pendapat responden untuk mengetahui lebih banyak maklumat. Kepentingan dalam mengkaji kajian untuk penjenamaan semula syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D. Soal selidik juga akan dijalankan yang hanya melibatkan seramai 50 orang sahaja.

1.9 BATASAN KAJIAN

Kajian ini akan mengambil masa lebih kurang 2 minggu untuk membuat tinjauan. Tinjauan ini akan dilakukan dengan cara soal selidik di dalam talian untuk memudahkan responden menjawab soalan yang diberi kepada responden. Hasil kajian ini tertumpu di negeri Sabah sahaja untuk tujuan memperkenalkan penjenamaan semula yang akan dibuat. Disamping itu, ketepatan kajian ini bergantung kepada ketepatan responden dalam memberikan jawapan, cadangan dan pendapat terhadap soal selidik yang akan dilakukan.

2.0 DEFINISI TERMA

Menurut Jeff Bezos,(2018) Ketua Pegawai Eksekutif & Pengasas Amazon melalui laman web smeinfo.com.my yang bertajuk *Penjenamaan, apa itu penjenmaan?* Jenama adalah sebuah nama, istilah reka bentuk, symbol, atau ciri lain yang menbezakan organisasi atau produk daripada saingannya di mata pelanggan. Jenama digunakan dalam perniagaan, pemasaran dan pengiklanan. Selain itu, menurut beliau juga “Jenama anda adalah apa yang orang lain perkatakan tentang anda apabila anda tidak berada di sesuatu tempat itu”

Selain itu, menurut Punjaisri, Wilson & Evanschitzky, (2008), penjenamaan dalaman bertujuan untuk berkomunikasi dengan jelas mengenai budaya dan nilai-nilai organisasi kepada staf supaya mereka boleh mewujudkan keseirangan dengan budaya organisasi

Disamping itu. Menurut Cornelissen, Haslam dan Balmer (2007) melalui pendefinisian identity korporat sebagai satu usaha pembangunan organisasi dalam reka bentuk, pemasaran dan komunikasi korporat dengan menggunakan ketrampilan organisasi kepada khalayak luaran.

2.1 KESIMPULAN

Kesimpulannya, Bab ini telah memperincikan kepentingan kajian, soalan kajian, objektif kajian, soalan kajian, skop kajian, batasan kajian dan definisi terma. Secara kesimpulannya, pengkaji telah menjelaskan kajian yang ingin dilakukan oleh pengkaji, iaitu untuk menghasilkan penjenamaan semula bagi syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D. Hal ini demikian kerana untuk memperkenalkan imej syarikat dengan lebih berkesan serta dapat menjelaskan mesej yang ingin disampaikan kepada pengguna. Seterusnya contoh kajian kes bagi penjenamaan semula akan dinyatakan di bab 2

BAB 2 : KAJIAN LITERATUR

2.1 PENGENALAN

Pada bab ini mengandungi sorotan kajian lepas yang berkenaan dengan tajuk kajian yang dijalankan oleh pengkaji. Hal ini dikatakan demikian kerana, sorotan kajian yang lepas ini akan dapat membantu pengkaji untuk menelusuri lebih luas lagi mengenai tajuk yang dibincangkan dalam kajian ini. Selain itu, hal ini juga akan dapat membantu pengkaji agar dapat mengukuhkan lagi hasil dapatan kajian nanti.

2.2 PENJENAMAAN SEMULA

Menurut Brymer, C (2004) dalam kajiannya mengatakan bahawa penjenamaan semula amat penting dalam memastikan kejayaan pasaran sesuatu jenama dengan melalui beberapa langkah yang harus dipatuhi. Antaranya adalah mencipta persepsi yang membantu dalam perniagaan, membina reputasi yang berkualiti, meningkatkan jualan, menyampaikan janji secara konsisten, meningkatkan kualiti produk dan proses organisasi, mengambil kira pengalaman dan jurang latar belakang pengguna dimana ianya amat perlu dilaksanakan bagi memastikan sesebuah organisasi dapat mengekalkan kedudukannya dalam pasaran.

Selain itu, Tevi dan Otubanjo (2013) Collange (2015) telah berpendapat penjenamaan semula sangat diperlukan untuk membuat suatu perubahan yang proaktif melalui pasaran. Hal ini dikatakan kerana, penjenamaan semula dapat meningkatkan sambutan sesebuah syarikat itu terhadap pelanggan. Hal ini juga akan dapat meningkatkan lagi mutu pemasaran sesebuah syarikat tersebut serta imej syarikat akan melonjak naik di dalam pasaran.

Disamping itu, Menurut Muzellec dan Lambkin (2006), apabila sesebuah organisasi atau syarikat cuba untuk mengubah persepsi yang telah sedia ada mengenai sesuatu jenama dalam minda pihak-pihak yang berkepentingan maka, proses tersebut mempunyai ciri-ciri yang boleh diterjemahkan sebagai satu proses penjenamaan semula. Hal ini demikian, penjenamaan semula berlaku

apabila sesebuah syarikat itu hendak mengubah pandangan yang telah sedia ada untuk meningkatkan lagi pasaran dan imej syarikat tersebut.

2.3 LOGO

Menurut Sean Adams (2008) dalam buku beliau iaitu *Masters of Design Logos & Identity* menyatakan bahawa logo merupakan satu simbol khas yang mewakili syarikat, objek, penerbitan, orang, perkhidmatan atau idea. Dalam hal ini logo ialah singkatan kepada perkataan logogram yang membawa maksud ringkasan kepada sesuatu objek. Ciri- ciri sebuah logo adalah penting untuk mengekalkan sebuah identity logo yang segar dan moden. Selain itu, Menurut beliau lagi sesebuah logo itu haruslah memenuhi tiga persoalan yang utama iaitu, siapakah tuan syarikat ini? Syarikat dan produk syarikat bagaimana? Dan terakhir siapakah yang menghasilkannya.

Selain itu, menurut Monica; Laura Christina Luzar (2013) dalam artikelnya yang bertajuk *PERANCANGAN LOGO DALAM DUNIA DESAIN* berkata Sebuah logo erat kaitannya dengan yang dikenal sebagai nama. Melalui nama biasanya akan diketahui gambaran tentang orang tersebut misalnya dari segi jenis kelaminnya, kewarganegaraan, karakter, dan lain-lain. Demikian pula sebuah logo yang akan menjadi identitas bagi perusahaan tersebut yang akan dilihat oleh masyarakat sebagai perusahaan yang seperti apa. Sehingga bukanlah pekerjaan yang mudah untuk memilih nama perusahaan.

Disamping itu, menurut Monica; Laura Christina Luzar (2013) lagi dalam artikelnya yang bertajuk *PERANCANGAN LOGO DALAM DUNIA DESAIN* berpendapat Sebuah logo yang baik hendaklah dirancang dengan proses yang bagus. Perancangan sebuah logo tidak dapat dilakukan dalam waktu singkat, tetapi haruslah melalui proses yang bertahap dari mulai riset sampai persetujuan dari klien. Logo merupakan wajah bagi sebuah perusahaan yang harus dapat dilihat oleh audience sebagai cerminan dari harapan mereka. Logo harus dapat mencakup visi dan misi perusahaan sehingga dapat membangun kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut

2.4 IDENTITI KORPORAT

Kamus Dewan Edisi Keempat (2005), menyatakan bahawa identiti ialah ciri-ciri tertentu yang terdapat pada seseorang atau sesuatu perkara, manakala korporat adalah berkaitan dengan syarikat atau perbadanan melalui imej sesebuah organisasi sebagai badan korporat yang sah di sisi undang-undang. Identiti korporat mempunyai potensi dalam menonjolkan imej dan tema sesebuah syarikat atau organisasi itu sendiri.

Menurut Wally Ollins (1989) sesebuah organisasi itu hendaklah mengemukakan dengan jelas kerana ianya menjadi pengukur bagi sesuatu produk dan tindakan yang dilakukan. Identiti korporat memainkan peranan yang amat penting bagi mewakili sesebuah organisasi kepada pelanggan. Antara aspek penting dalam identiti korporat adalah nama korporat, logo, palet warna, jenis font, dan slogan korporat. Elemen-elemen ini boleh diadaptasikan kepada bahan-bahan cetakan seperti kad perniagaan dan poster serta pakaian korporat. Identiti korporat merupakan sebuah imej untuk semua syarikat mahupun ianya sebuah syarikat kecil dan ataupun syarikat besar.

Menurut Van Riel (1997), definisi identiti korporat memang sukar didapati. Dalam pada itu para sarjana dalam bidang ini tidak konsisten dalam memberikan pendapat yang betul mengenai identiti korporat. Selain itu, menurut Bernstein (1984) mendefinisikan identiti korporat sebagai jumlah keseluruhan tindakan yang dipilih oleh syarikat untuk dikenali oleh semua orang awan ataupun pelanggan. Dalam pada itu, secara jelas ia harus direka bentuk oleh sesebuah organisasi untuk mengajak semua 'stakeholder' terhadapnya (Baker dan Balmer, 1997). Disamping itu, Ollins (1989) pula berpendapat identiti korporat adalah melibatkan sebuah disiplin yang luas meliputi pengurusan, komunikasi dan perlakuan. Oleh itu, identity korporat adalah sebuah perkara yang sering berubah-ubah definisinya mengikut pengaliran zaman.

2.5 KESIMPULAN

Secara keseluruhannya, dalam bab 2 ini telah memperincikan mengenai kajian literatur yang berkaitan dengan kajian ini. Seterusnya, kajian penyelidikan, instrumen-instrumen kajian dan lain-lain akan dinyatakan di bab 3

BAB 3: METODOLOGI KAJIAN

3.1 PENGENALAN

Metodologi merupakan hal yang sangat penting untuk pengkaji dalam mendapatkan data yang tepat dan teratur. Menurut Sabitah Marican (2009) metodologi merupakan salah satu kaedah yang digunakan untuk melaksanakan kajian ke atas subjek kajian yang tertentu mengikut disiplin yang teratur. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan sebuah kajian yang lebih baik dan lebih teratur. Dalam pada itu, bab ini akan membincangkan tentang kaedah kajian yang akan digunakan oleh pengkaji untuk mendapatkan hasil kajian mengenai penjenamaan semula rekabentuk identiti korporat syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D di Sabah.

3.2 KAEDAH KAJIAN

Menurut Ahmad Mahdzan Ayob (1993:44) menetapkan kaedah kajian sebagai segala langkah atau prosedur untuk mencapai segala objektif yang mana aktiviti kajiannya sudah tentu dijalankan mengikut kaedah sains. Dalam pada itu, pengkaji akan menetapkan beberapa kaedah kajian untuk mencapai matalmat dan objektif dalam kajian yang akan dijalankan oleh pengkaji. Di dalam kajian ini pengkaji akan menggunakan kaedah kajian campuran yang dekenali sebagai *mixed method* terdiri daripada dua kaedah iaitu kaedah kuantitatif dan kaedah kualitatif. Hal ini kerana, untuk mendapatkan data yang lebih tepat dan kukuh dalam menganalisis dapatan kajian yang dijalankan oleh pengkaji. Menurut Zainudin, M. Z., Omar, R., & Kamarudin, M. F. (2016) kaedah gabungan, memperkenalkan sistem catatan ringkasan (memoing) yang lebih sistematik bagi menerangkan reka bentuk yang dipilih untuk menggalakkan komunikasi antara bidang, menggunakan rajah, mencatat persoalan kajian yang dapat memberi kelebihan dalam kaedah gabungan dan memberikan alasan kukuh bagi melaksanakan sesuatu kajian.

3.3 INSTRUMEN KAJIAN

Dalam kajian ini pengkaji menggunakan beberapa jenis instrumen yang akan digunapakai oleh pengkaji untuk mendapatkan dapatan kajian yang lebih baik dan sempurna. terdapat tiga jenis instrumen yang akan diguna pakai dalam kajian ini iaitu soal selidik, rujukan dan pemerhatian.

3.3.1 Soal Selidik

Instrumen soal selidik adalah alat pengukur dalam kajian tinjauan. Borang soal selidik ini dibina untuk mengemukakan soalan yang mudah difahami dan ringkas. Borang soal selidik ini mengandungi 3 bahagian iaitu bahagian A, bahagian B dan bahagian C. Pada bahagian A berkenaan maklumat responden, Bahagian B pula mengenai persoalan kajian dan bahagian C pula adalah cadangan kajian.

3.3.2 Rujukan

Instrument rujukan utama yang pengkaji perolehi daripada bahan ilmiah seperti buku-buku,kamus dan sumber internet yang berkaitan dengan penjenamaan semula terutamanya tentang penjenamaan semula rekabentuk identiti korporat sesebuah syarikat. Sumber rujukan adalah penting untuk melihat hasil dapatan terdahulu. Rujukan yang pengkaji buat melalui sumber daripada Kamus Dewan Edisi ke- 4.

3.3.3 Pemerhatian

Instrument pemerhatian adalah kaedah yang dijalankan secara langsung. Pemerhatian ini dijalankan secara dalam talian sahaja. Pengkaji telah mencatatkan item-item yang diperhatikan dan menyediakan gambar-gambar yang berkaitan. Pemerhatian dilakukan pada waktu pagi dan petang.

3.4 SAMPEL / RESPONDEN KAJIAN

Sampel kajian adalah kumpulan manusia, institusi, tempat, atau fenomena yang menjadi sumber maklumat yang diperlukan oleh pengkaji. Pemilihan sampel dalam kajian tinjauan adalah secara rawak daripada sesuatu golongan yang di kenal pasti. Responden kajian ini terdiri daripada 50 orang pelanggan di kawasan Tawau, Sabah yang dibuat secara dalam talian (online). Hal ini, akan memudahkan pengkaji membuat kajian terhadap penjenamaan semula rekabentuk identiti korporat syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D di Sabah. Teknik pensampelan yang digunakan dalam kajian ini adalah menggunakan teknik pensampelan rawak mudah. Menggunakan prosedur ini, akan memberi peluang kepada pelanggan di sekitar Sabah yang sama untuk dipilih sebagai responden.

3.5 CARA PENGUMPULAN DATA

Data dan maklumat dengan kajian ini dikumpul menggunakan cara seperti dokumentasi, borang soal selidik, dan pemerhatian.

3.5.1 Dokumentasi

Kajian ini dimulakan dengan kajian terhadap bahan-bahan tertulis yang telah diterbitkan seperti E-buku dan internet bagi mendapatkan maklumat berkenaan kajian terhadap penjenamaan semula rekabentuk identiti korporat syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D di Sabah

3.5.2 Pemerhatian

Kaedah pemerhatian kajian ini telah dijalankan melalui dalam talian. Melalui pemerhatian yang dijalankan, pengkaji melihat logo yang dihasilkan oleh syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D di Sabah kurang menarik perhatian pelanggan. Oleh itu, penjenamaan semula perlu dilakukan untuk meningkatkan imej Quantum Printing S.D.N B.H.D di Sabah

3.5.3 Soal Selidik

Borang soal selidik yang sesuai telah pengkaji buat untuk mendapatkan dan mengumpul maklumat yang tepat dan betul berdasarkan objektif kajian. Soal selidik ini telah diedarkan melalui Google Form kepada responden. Soal selidik ini juga, terdiri daripada 3 bahagian iaitu bahagian A, bahagian B dan bahagian C. Pada bahagian A berkenaan maklumat responden, Bahagian B pula mengenai persoalan kajian dan bahagian C pula adalah cadangan kajian. Kajian ini menggunakan skala likert 3 aras, iaitu 1=kurang setuju, 2=tidak pasti 3=setuju dan jawapan yang diberikan mengikut pernyataan yang diberi.

3.6 CARA ANALISIS DATA

Pada akhir kajian ini, pengkaji akan menganalisis secara deskriptif untuk menganalisis data daripada soal selidik untuk menghasilkan laporan kajian. Data yang telah diperoleh daripada analisis ini menggunakan kekerapan, peratusan, jadual, graf dan carta. Selain itu, pengkaji juga menganalisis data bagi pernyataan yang menggunakan skala likert 3 aras seperti yang berikut:-

SKALA	POINT
Kurang setuju	1
Tidak Pasti	2
Setuju	3

3.7 LAPANGAN KAJIAN

3.7.1 Lokasi syarikat

Tawau merupakan salah satu daerah yang dipenuhi dengan masyarakat dan etnik-etnik yang pelbagai dan hidup secara aman dan sejahtera. Menurut (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2010), daerah Tawau, Sabah yang mempunyai populasi penduduk seramai 412,375 orang. Tawau juga adalah sebuah daerah yang terletak di bahagian Tenggara negeri di bawah bayu tersebut. Lokasi kajian yang dijalankan adalah beralamat TB481, Ground Floor Block P, Jalan Habib Sheikh, Bandar Tawau, 91000 Tawau, Sabah, Malaysia. Lokasi kajian ini juga terletak di tengah-tengah pusat bandar Tawau yang memudahkan pelanggan-pelanggan untuk datang ke lokasi kajian tersebut. Selain itu, lokasi kajian ini juga terletak berhampiran kemudahan awam seperti, bank, stesen bas dan pusat beli belah.



Gambar 1 : Lokasi Syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D di Sabah

Sumber: <http://maps.google.com>

3.8 KESIMPULAN

Pada kesimpulannya, dalam bab ini pengkaji telah membincangkan mengenai kaedah yang akan digunakan bagi menjalankan kajian. Selain itu, pengkaji juga ada menyatakan instrumen kajian dan sampel atau responden kepada kajian. Kajian ini akan menggunakan hasil maklumat soal selidik daripada pihak responden dan menganalisis data tersebut bagi mendapatkan hasil yang tepat dan jelas. Oleh itu, dapatan hasil bagi kajian ini akan dibincangkan dalam bab 4.

CARTA GANTT

CADANGAN PENYELIDIKAN	MINGGU													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
BAB 1: PENGENALAN (Draft)	1/12/2020													
LATAR BELAKANG KAJIAN														
KEPENTINGAN KAJIAN		10/12/2020												
PERNYATAAN MASALAH														
OBJEKTIF KAJIAN														
SOALAN KAJIAN														
TEORI KAJIAN			15/12/2020											
SKOP KAJIAN														
BATASAN KAJIAN														
DEFINISI TERMA														
KESIMPULAN														
BAB 2: KAJIAN LITERATUR				27/12/2020	04/01/2021									
KESIMPULAN														
BAB 3: METODOLOGI KAJIAN						06/01/2021								
PENGENALAN														
KAEDAH KAJIAN														
INSTRUMEN KAJIAN							18/01/2021							
SAMPEL KAJIAN/ RESPONDEN														
PENGUMPULAN DATA							21/01/2021	25/01/2021	26/01/2021	27/01/2021				
ANALISIS DATA											29/01/2021	02/02/2021		
LAPANGAN KAJIAN														
KESIMPULAN														
GANTT CHART														
XAD														5/02/2021

Gambar 2: Carta Gantt Kajian Terhadap Penjenamaan Semula Identiti Korporat syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D

BAB 4 : ANALISIS DAN PENJENAMAAN SEMULA

Dalam bab ini pengkaji telah membincangkan tentang analisis dapatan hasil kajian yang didapati daripada kaedah campuran iaitu kaedah kualitatif dan kaedah kuantitatif. Melalui kaedah kajian ini pengkaji telah menjalankan analisis dengan menggunakan rujukan dan pemerhatian dari borang soal selidik.

Rujukan dan pemerhatian daripada borang soal selidik ini dijalankan secara virtual (atas talian) agar dapat mengumpul dapatan kajian tentang penjenamaan semula identity korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d.

Pada bab ini juga perbincangan tentang penjenamaan semula identiti korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d telah melalui dalam lima tahap proses iaitu penyelidikan penjenamaan semula, analisis, proses penjenamaan semula logo, reka bentuk item-item korporat dan pelaksanaan.

4.1 Analisis data kuantitatif

Pengumpulan data kuantitatif adalah melalui borang soal selidik yang telah diagihkan secara atas talian menerusi *Google form*. Dalam pada itu, terdapat 50 orang responden yang berumur daripada 15 hingga 30 tahun keatas telah terlibat dalam sesi menjawab borang soal selidik tersebut. Agihan borang soal selidik ini dijalankan untuk mendapatkan persepsi masyarakat umum sekaligus sebagai pelanggan terhadap penjenamaan semula identity korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d yang dihasilkan.

4.1.1 Bahagian A : Maklumat responden

Terdapat 50 orang responden yang telah mengikuti sesi soal jawab borang soal selidik yang telah diagihkan.

Maklumat responden (n=50)	Kekerapan	Peratusan (%)
Jantina		
• Lelaki	24	48
• Perempuan	26	53
Umur		
• 15-20	5	10
• 21-25	28	56
• 26-30	13	26
• 30 ke atas	4	8
Bangsa		
• Melayu	44	88
• Cina	5	10
• India	1	2
Status		
• Pelajar	32	64
• Bekerja	11	22
• Lain-lain	7	14

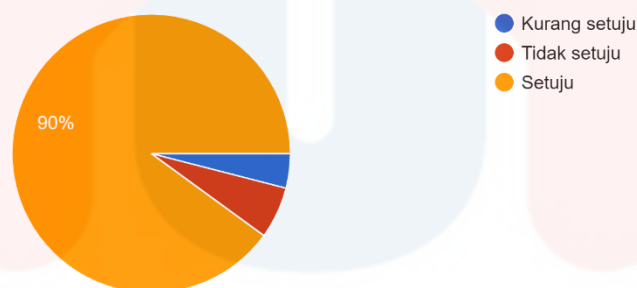
Jadual 4.1 menerangkan lebih terperinci tentang demografi responden.

Kesimpulan daripada maklumat responden yang ditunjukkan pada jadual 4.1 adalah terdapat 50 responden yang telah menjawab borang soal selidik tersebut. Dapatan hasil daripada borang soal selidik seramai 24 orang responden terdiri daripada lelaki bersamaan 48% manakala seramai 26 bersamaan 53% terdiri daripada responden perempuan. Selain itu, menerusi peringkat umur pula seramai 5 bersamaan 10% terdiri umur 15 hingga 20 tahun sedangkan peringkat umur 21 hingga 25 tahun lebih tinggi dengan jumlah 28 responden bersamaan 56%. Disamping itu, pada peringkat umur 26 hingga 30 tahun terdapat 13 responden bersamaan 26% manakala peringkat umur 30 tahun keatas hanya sedikit jumlahnya iaitu seramai 4 responden bersamaan 8%. Seterusnya, pada peringkat bangsa terdapat populasi responden melayu yang paling tinggi jumlahnya dengan berjumlah 44 responden bersamaan 88%, bangsa Cina pula hanya seramai 5 responden bersamaan 10% manakala bangsa India yang paling sedikit iaitu seramai 1 responden bersamaan 2%. Pada peringkat pekerjaan pula, populasi responden pelajar lebih menguasai dengan nilai responden seramai 32 bersamaan 64%, sedangkan responden yang bekerja berjumlah 11 bersamaan 22%, manakal jumlah paling sikit iaitu lai-lain dengan jumlah responden seramai 7 bersamaan 14%.

4.1.2 Bahagian B: Kajian tentang penjenamaan semula rekabentuk identiti korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d.

Pada bahagian B ini pengkaji memberikan beberapa pernyataan mengenai penjenamaan semula identiti korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d. Hal ini bertujuan untuk melihat seberapa ramai yang menyetujui penjenamaan semula rekabentuk identiti korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d. dalam pada itu, seramai 50 responden yang telah mengikuti soal jawab dalam kajian ini.

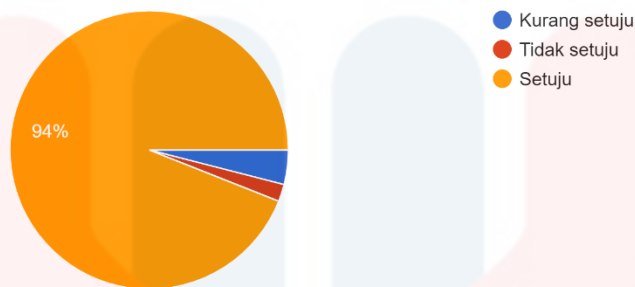
Penjenamaan semula identiti syarikat yang kreatif dan unik dapat meningkatkan imej syarikat.
50 responses



Rajah 4.1 (B): Penjenamaan semula identiti syarikat yang kreatif dan unik dapat meningkatkan imej syarikat.

Melalui rajah diatas menunjukkan bahawa pernyataan kajian soal selidik penjenamaan semula identiti syarikat yang kreatif dan unik dapat meningkatkan imej syarikat mempunyai bilangan setuju dengan jumlah responden 45 bersamaan 90 %, tidak setuju 3 responden bersamaan 6%, kurang setuju 2 reponden bersamaan 4 %. Oleh itu, dalam analisis data kajian soal selidik tersebut memberi bukti bahawa ramai responden yang bersetuju terhadap pernyataan yang diberikan.

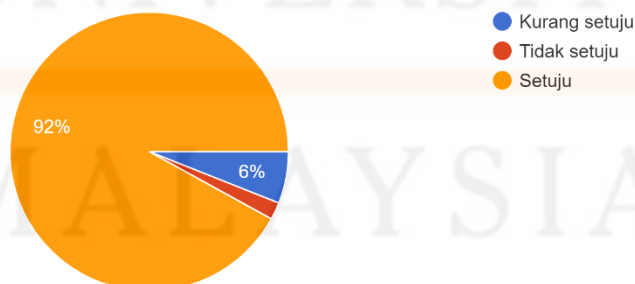
Dalam sebuah syarikat kualiti perkhidmatan pelanggan merupakan hal yang penting.
50 responses



Rajah 4.2 (B): Dalam sebuah syarikat kualiti perkhidmatan pelanggan merupakan hal yang penting.

Pada rajah diatas menunjukkan kajian soal selidik pada pernyataan dalam sebuah syarikat kualiti perkhidmatan pelanggan merupakan hal yang penting menunjukkan hasil dapatan kajian seramai 47 responden bersamaan 94% yang setuju, sedangkan yang tidak setuju hanya 1 responden bersamaan 2%. Manakala yang kurang bersetuju pula seramai 2 responden bersamaan 4%. Oleh itu, hasil analisis data menunjukkan peringkat setuju adalah yang paling banyak.

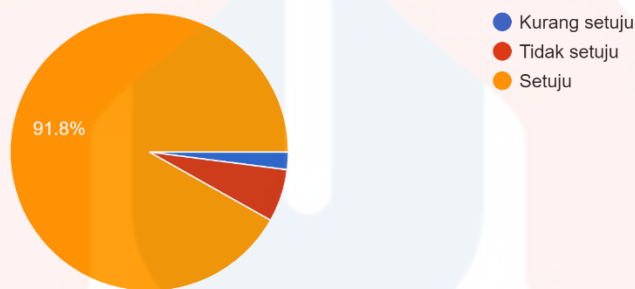
Sebuah penjenamaan semula logo haruslah mempunyai keunikan dan segar pada pandangan pelanggan.
50 responses



Rajah 4.3 (B): Sebuah penjenamaan semula logo haruslah mempunyai keunikan dan segar pada pandangan pelanggan.

Melalui rajah diatas menunjukkan bahawa kajian soal selidik untuk pernyataan sebuah penjenamaan semula logo haruslah mempunyai keunikan dan segar pada pandangan pelanggan. Daripada pernyataan ini terdapat 46 responden bersamaan 92% yang memilih skala setuju, seramai 3 responden bersamaan 6% memilih skala kurang setuju dan seramai 1 responden bersamaan 2% memilih skala tidak setuju. Oleh hal demikian, hasil analisis data mendapati skala setuju lebih ramai dengan pernyataan yang diberikan.

Penjenamaan semula bagi syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D hendaklah perlu diperbaharui.
49 responses

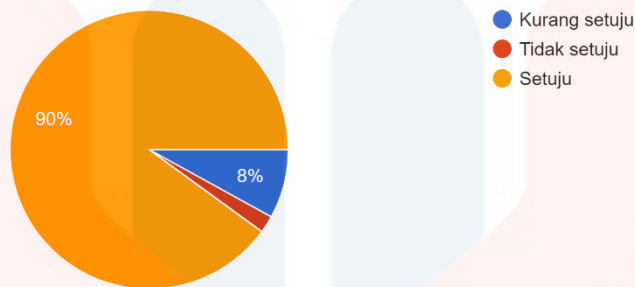


Rajah 4.4 (B) Penjenamaan semula bagi syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d hendaklah perlu diperbaharui.

Gambar rajah diatas menunjukkan kajian soal selidik bagi pernyataan penjenamaan semula bagi syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d hendaklah perlu diperbaharui. Melalui pernyataan yang diberikan seramai 45 responden bersamaan 91.8% memilih skala setuju, pada sekala tidak setuju seramai 3 reponden bersamaan 6%, dan skala kurang setuju pula seramai 2 responden bersamaan 4%. Oleh itu, hasil dapatan kajian ini adalah lebih ramai responden bersetuju dengan pernyataan yang diberikan.

Identiti korporat seperti Logo merupakan lambang sebuah imej yang harus dipertingkatkan dari masa ke semasa.

50 responses

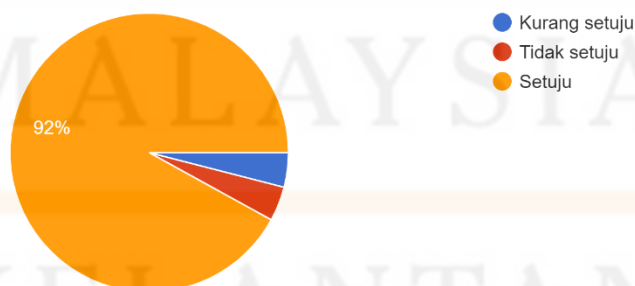


Rajah 4.5 (B): Identiti Korporat seperti logo merupakan lambing sebuah imej yang harus dipertingkatkan dari masa ke semasa.

Rajah diatas menunjukkan kajian soal selidik bagi pernyataan identiti Korporat seperti logo merupakan lambing sebuah imej yang harus dipertingkatkan dari masa ke semasa. Malalui kajian soal selidik bagi pernyataan tersebut terdapat seramai 90% bersamaan 45 responden memilih skala setuju, seramai 8% bersmaan 4 responden memilih skala kurang setuju, manakala 2% bersamaan 1 responden memilih skala tidak setuju. Hal ini menunjukkan skala setuju lebih ramai berbanding skala kurang setuju dan tidak setuju.

Perubahan setiap identiti korporat haruslah berkait rapat dengan aktiviti perniagaan yang dijalankan oleh syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D

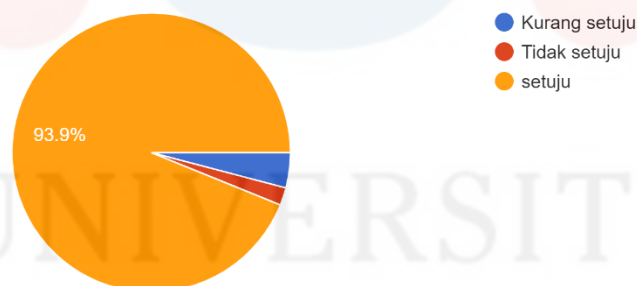
50 responses



Rajah 4.6 (B): Perubahan setiap identiti korporat haruslah berkait rapat dengan aktiviti perniagaan yang dijalankan oleh syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d

Gambar rajah carta pie diatas menunjukkan kajian soal selidik bagi pernyataan perubahan setiap identiti korporat haruslah berkait rapat dengan aktiviti perniagaan yang dijalankan oleh syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d. Melalui pernyataan yang diberikan seramai 92% bersamaan 46 responden memilih skala setuju, manakala skala kurang setuju dan tidak setuju memiliki jumlah responden yang sama iaitu 4% bersamaan 2 responden sahaja. Hal ini menunjukkan jumlah responden yang setuju dengan pernyataan yang diberikan adalah lebih ramai.

Sebuah Logo haruslah bersifat unik, segar dan menarik perhatian para pelanggan
49 responses

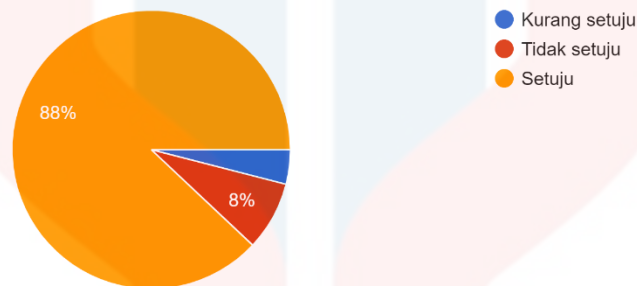


Rajah 4.7 (B): Sebuah logo haruslah bersifat unik, segar, dan menarik perhatian pelanggan

Gambar rajah diatas menunjukkan kajian soal selidik bagi pernyataan sebuah logo haruslah bersifat unik, segar, dan menarik perhatian pelanggan. Pada pernyataan ini majoriti responden memilih skala setuju dengan jumlah responden seramai 46 responden bersamaan 93.9%, tidak setuju pula seramai

1 responden bersamaan 2 % manakala kurang setuju sermai 2 responden bersamaan 4%.

Rekabentuk penjenamaan semula logo Quantum Printing S.D.N B.H.D yang telah diubah dengan menggunakan tipografi & simbol. Biru kelautan me...uah ketenangan dan elegen untuk sebuah syarkat.
50 responses

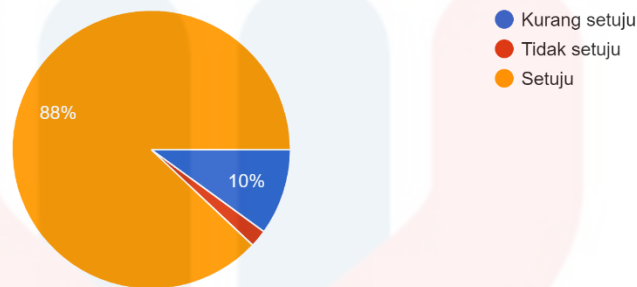


Rajah 4.8 (B): Rekabentuk penjenamaan semula logo Quantum Printing S.d.n B.h.d yang telah diubah dengan menggunakan tipografi dan simbol. Biru kelautan merupakan sebuah warna yang lembut di mata serta menarik dilihat . Biru juga melambangkan sebuah ketenangan dan elegen untuk sebuah syarkat.

Melalui pernyataan kajian soal selidik yang diberikan diatas seramai 88% bersamaan 44 responden memilih skala setuju, skala tidak setuju pula seramai 8% bersamaan 4 responden, sedangkan untuk skala kurang setuju hanya 4% bersamaan 2 responden. Hal ini menunjukkan skla setuju lebih tinggi dengan pernyataan yang diberikan.

Item-item korporat seperti uniform korporat, kenderaan, barangan cenderahati dan lain-lain item perlu ada agar dapat meningkatkan imej syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D

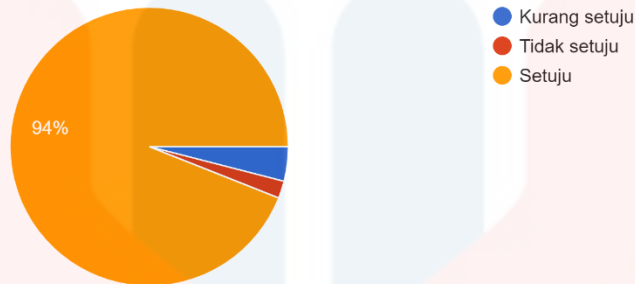
50 responses



Rajah 4.9 (B): Item-item korporat seperti uniform korporat, kenderaan, barangan cenderahati dan lain-lain item perlu ada agar dapat meningkatkan imej syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d

Gambar rajah carta pie diatas menunjukkan kajian soal selidik bagi pernyataan Item-item korporat seperti uniform korporat, kenderaan, barangan cenderahati dan lain-lain item perlu ada agar dapat meningkatkan imej syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d. Pada pernyataan ini skala setuju mempunyai lebih ramai responden dengan jumlah 44 responden bersamaan 88%, skala kurang setuju pula mempunyai jumlah 5 responden bersamaan 10%, sedangkan skala tidak setuju mempunyai jumlah 1 responden bersamaan 2%. Oleh itu, hasil analisis ini menunjukkan responden setuju dengan pernyataan yang diberikan.

Baju korporat menarik dan cantik merupakan sebuah lambang syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D
50 responses



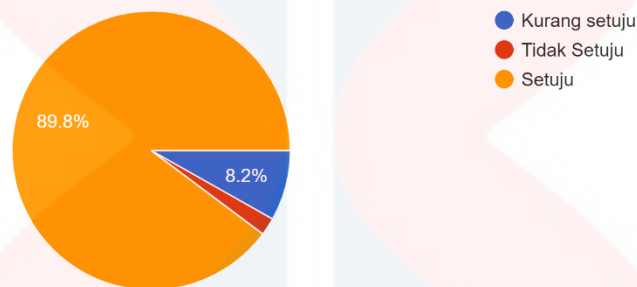
Rajah 4.10 (B): Baju korporat menarik dan cantik merupakan sebuah lambang syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d

Gambar rajah carta pie diatas menunjukkan kajian soal selidik bagi pernyataan Baju korporat menarik dan cantik merupakan sebuah lambang syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d. Melalui pernyataan yang diberikan terdapat lebih ramai responden memilih skala setuju deng jumlah 47 responden bersamaan 94%, skala kurang setuju pula seramai 2 responden bersamaan 4%, dan skala tidak setuju pula adalah berjumlah 1 responden bersamaan 2%.

4.1.3 Cadangan kajian

Pada bahagian C pula pengkaji telah meletakkan beberapa pernyataan cadangan kajian mengenai penjenamaan semula identiti syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d. Dalam pada itu, terdapat seramai 50 responden secara rawak yang terlibat dalam kajian soal selidik ini.

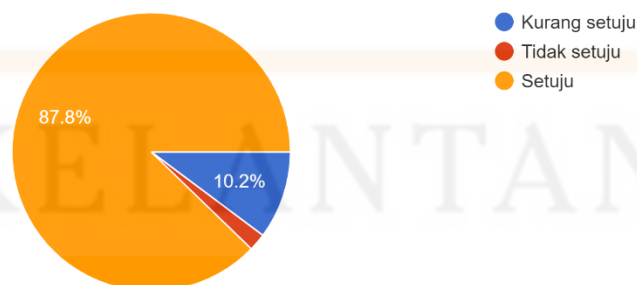
Haruskah penambah baikan item-item korporat di ditingkatkan lagi?
49 responses



Rajah 4.11 (C): Haruskah penambah baikan item-item korporat ditingkatkan.

Rajah 4.11 (C) menunjukkan carta pie untuk kajian soal selidik bagi pernyataan haruskah penambah baikan item-item korporat ditingkatkan. Dalam pernyataan yang diberikan seramai 89% bersamaan 44 responden memilih skala setuju, skala kurang setuju pula seramai 8.2% bersamaan 4 responden, manakala skala tidak setuju hanya 2% bersamaan 1 responden sahaja. Oleh itu, hasil kajian soal selidik bagi pernyataan tersebut lebih ramai yang memilih skala setuju.

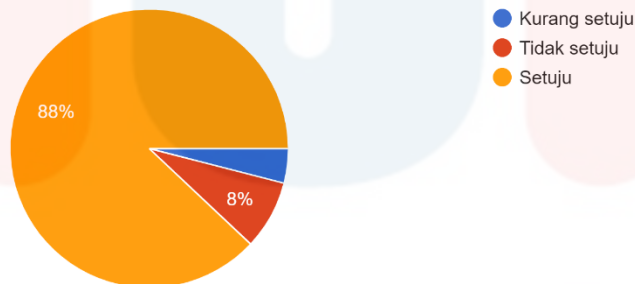
Penjenamaan semula Logo syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D hendak dilakukan.
49 responses



Rajah 4.12 (C): Penjenamaan semula logo syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d hendaklah dilakukan.

Gambar rajah diatas menunjukkan kajian soal selidik bagi pernyataan penjenamaan semula logo syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d hendaklah dilakukan. Melalui pernyataan yang diberikan skala setuju lebih mendominasi daripada skala kurang setuju dan tidak setuju. Hal ini boleh dilihat melauli data carta pie yang ditunjukkan di atas iaitu skala setuju berjumlah 43 responden bersamaan 87%, sedangkan skala kurang setuju pula berjumlah 5 responden bersamaan 10.2%, manakal skala tidak setuju berjumlah 2 responden bersamaan 4%.

Haruskah ditambah jenis-jenis periklanan dalam item korporat Quantum Printing S.D.N B.H.D
50 responses



Rajah 4.13 (B): Haruskan ditambah jenis jenis periklanan dalam item korporat Quantum Printing S.d.n B.h.d.

Gambar rajah carta pie diatas menunjukkan kajian soal selidik bagi pernyataan haruskan ditambah jenis jenis periklanan dalam item korporat Quantum Printing S.d.n B.h.d. Data diatas menunjukkan bahawa skala setuju mempunyai jumlah 88 % bersamaan 44 responden, bagi skala kurang setuju pula berjumlah 4% bersamaan 2 responden, manakala bagi skala tidak setuju 8% bersamaan 4 responden. Oleh itu, majoriti responden bersetuju dengan cadangan kajian yang diberikan.

4.2 RUMUSAN ANALISIS DAPATAN KAJIAN

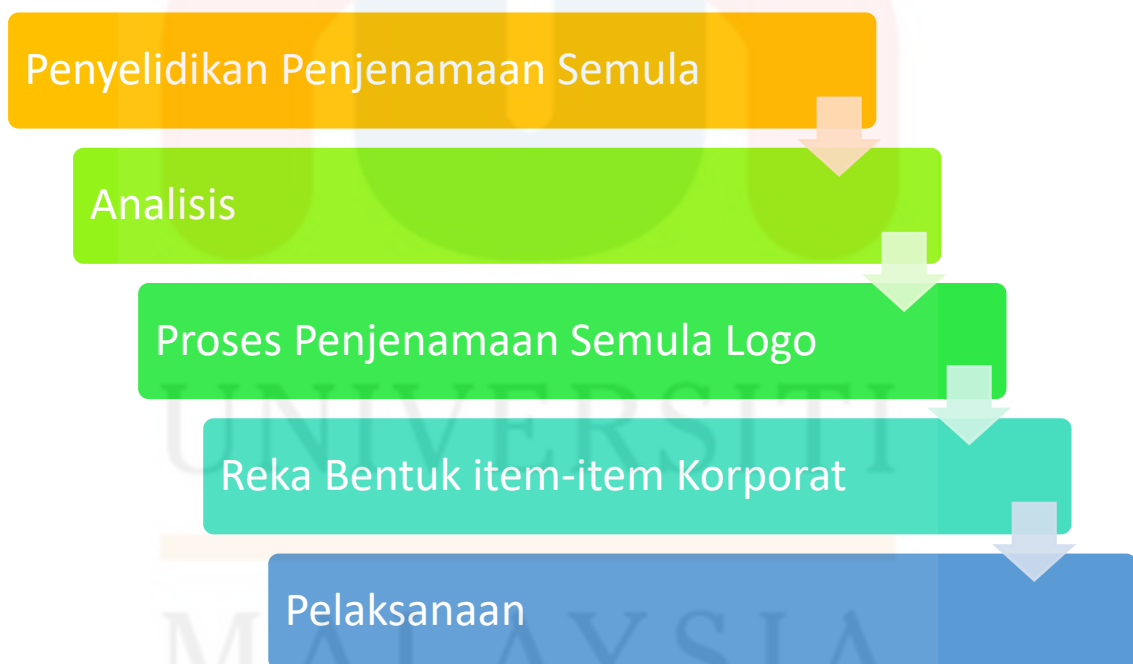
Daripada analisis dapatan kajian yang telah dijalankan melalui borang soal selidik dengan jumlah 50 responden secara rawak, pengkaji mendapati bahawa penjenamaan semula identiti korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d harus dijalankan. Dalam pada itu, responden juga bersetuju untuk melakukan penjenamaan semula agar dapat meningkatkan imej syarikat dan keboleh pasaran syarikat. Selain itu, responden juga bersetuju agar logo yang lama hendaklah diganti dengan logo yang lebih unik, segar dan menarik perhatian pelanggan. Disamping itu, responden juga bersetuju item-item korporat syarikat ini dapat diperbaharui dengan lebih cantik agar dapat melambangkan imej syarikat yang lebih tinggi. Seterusnya, responden juga bersetuju agar system periklanan dan promosi ditambah baik supaya syarikat dapat bersaing di peringkat lebih tinggi. Oleh itu, melalui borang soal selidik ini dengan jumlah 50 responden secara rawak, pengkaji mendapati bahawa penjenamaan semula identiti korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d hendaklah dilaksanakan.

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

4.3 PENJENAMAAN SEMULA

Dalam bab ini pengkaji akan melakukan penjenamaan semula identiti korporat syarikat Quantum Pinting S.d.n B.h.d di Sabah dengan mengikuti konsep yang bersesuaian berdasarkan idea yang telah dibina agar rekaan yang dihasilkan tidak lari daripada objektif kajian yang dijalankan. Selain itu, dalam bab ini juga pengkaji telah melakukan rekabentuk semula item-item korporat, logo, dan pengiklanan syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d.

Dalam pada itu, pengkaji akan menerangkan secara terperinci beberapa proses penjenamaan semula sebelum produk akhir dihasilkan. Berdasarkan carta alir di bawah terdapat beberapa tahap yang telah digunakan oleh pengkaji semasa menjalankan proses penjenamaan semula. Hal ini adalah untuk memastikan setiap aspek diambil kira agar proses penjenamaan semula ini berjalan dengan baik.



Rajah 4.15 Aliran proses penjenamaan semula

Berdasarkan rajah diatas, kajian ini akan dibahagikan kepada beberapa tahap sebagai proses dalam penjenamaan semula agar penjenamaan semula identity korporat bagi syarikat ini berjalan dengan baik.

4.3.1 Penyelidikan penjenamaan semula

Penyelidikan penjenamaan semula hendaklah dilakukan agar dapat mencari sumber-sumber inspirasi ataupun idea-idea yang menarik dan unik dalam menghasilkan produk yang menarik dan cantik. Selain itu, penjenamaan semula juga harus mempunyai rekabentuk grafik yang tetap tidak mengira apapun jenis pemasarannya. Disamping itu, dalam penjenamaan semula juga haruslah mempunyai elemen grafik yang lebih ringkas, mudah diingat dan menarik perhatian orang ramai. Oleh itu, penjenamaan semula identiti korporat syarikat ini bertujuan untuk mengukuhkan lagi keboleh pasaran produk syarikat dikalangan pelanggan dan menarik pelanggan baru.

Dalam pada itu, sebelum proses penjenamaan semula berlaku pengkaji mencari idea-idea yang menarik dan berkaitan dengan tajuk kajian bagi menganalisis konsep yang boleh diambil dalam penghasilan kajian.

Berikut adalah beberapa contoh yang menjadi sumber penjanaaan idea yang diserap bagi menjalankan kajian penjenamaan semula identity korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN



Sebelum

Selepas

Rajah 4.16: Memaparkan penjenamaan semula bagi logo “International Business Machines”

Gambar rajah diatas menunjukkan penjenamaan semula logo “International Business Machines” yang telah diubah dari segi warna dan rekaan bentuk logo daripada bentuk asal rekaan pada tahun 1972. Pengubahan rekaan logo yang sangat ketara adalah pada rekaan bentuk jalur yang ada pada huruf telah dibuang dan digantikan pada bentuk huruf yang lebih jelas dan kukuh.

Selain itu, logo “International Business Machines” juga telah mengalami pengubahan warna palette daripada warna biru biru gelap kepada berwarna putih, dan segi empat tepat berwarna kelabu gelap. Pengubahan logo yang baharu digunakan oleh syarikat “International Business Machines” kerana mempunyai tulisan yang kuat dengan watak dan semangat individu. Garis-garis lurus dari huruf dan potongan persegi yang jelas membangkitkan rasa kekuatan, pengaruh dan reputasi yang sempurna.



Sebelum

Selepas

Rajah 4.17: Menunjukkan penjenamaan semula logo “Home Box Office”

Gambar rajah diatas menunjukkan penjenamaan semula logo “Home Box Office” daripada tahun 1975 hingga ke tahun 1980. Pada tahun 1980 logo “Home Box Office”

telah mengalami penjenamaan semula dari segi bentuk rekaan huruf “B” dan Huruf “O” dimana logo pada tahun 1975 huruf tersebut saling melekat namun pada tahun 1980 ianya berubah menjadi bentuk huruf penuh, walaupun masih saling melekat.

Selain itu, logo “Home Box Office” mempunyai jenis huruf tebal huruf sans serif yang menjadikan logo tersebut mudah dilihat, menarik, dan senang untuk diingat oleh manusia.

4.3.2 Analisis

Hasil daripada analisis yang telah dilakukan oleh pengkaji , telah membuktikan bahawa penjenamaan semula reka bentuk identiti korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d merupakan hal yang penting untuk mewujudkan sebuah identity korporat yang baharu. Hal ini adalah untuk meningkatkan keboleh pasaran syarikat diperingkat yang lebih tinggi dan menarik perhatian pelanggan yang lebih banyak lagi. Dalam pada itu, penjenamaan semula identiti korporat ini hendaklah kelihatan unik, menarik, mudah di ingat dan jelas. Hal ini dikatakan demikian kerana, agar pelanggan mudah menghafal logo syarikat yang lebih ringkas dan jelas.

Selain itu, hasil daripada analisis yang dilakukan juga telah menyadarkan pengkaji bahawa konsep rekaan logo haruslah menggunakan elemen yang ringkas seperti rekaan bentuk simbol dan penggunaan tipografi yang digunakan dalam penghasilan logo tersebut.

Disamping itu, dalam penilaian yang dijalankan oleh pengkaji dalam menganalisis penjenamaan semula identiti korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d mendapati bahawa pengubahan keseluruhan logo hendaklah dilaksanakan. Hal ini adalah dari segi konsep yang lebih ringkas dan mudah diingati. Oleh itu, pengkaji akan meneruskan proses reka bentuk logo dan item-item korporat yang lebih ringkas dan menggunakan warna yang lebih menarik.

4.3.3 Proses Penjenamaan Semula Logo

Proses penjenamaan semula logo ini merupakan proses keseluruhan penjenamaan semula identiti korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d. hal ini adalah penting untuk menghasilkan reka bentuk logo yang bertepatan dengan objektif kajian yang dijalankan.

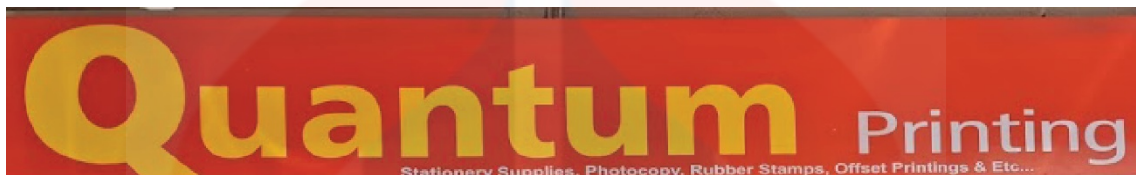
4..3.3.1 Logo Brainstorming



Rajah 4.18: Logo brainstorming bagi penjenmaan semula reka bentuk logo syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d

4.3.3.2 Idea dan Konsep Reka Bentuk Idea Logo

Dalam idea dan konsep reka bentuk logo ini pengkaji telah mengesan aspek yang penting untuk dimasukkan dalam penjenamaan semula logo. Dalam pada itu, draf penciptaan logo terus dikembangkan dengan melakukan beberapa draf awal logo. Logo merupakan sebuah lambang kepada sebuah syarikat dalam bentuk visual grafik yang menjadi identiti utama syarikat. Oleh itu, penghasilan logo ini akan melambangkan identiti dan reka bentuk berdasarkan tujuan penubuhan syarikat serta fungsi perniagaan syarikat tersebut.



Rajah 4.18: Logo asal syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d

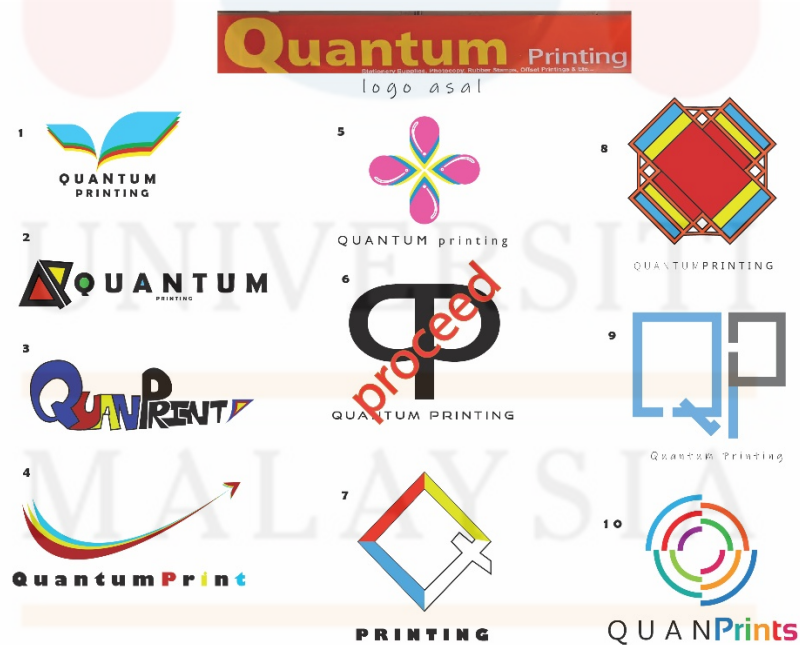
Gambar rajah diatas menunjukkan logo asal syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d yang mempunyai makna sebuah kekuatan kuantum yang tiada batasnya. Makna logo ini menyatakan bahawa syarikat ini dapat pergi jauh dengan kekuatan kuantum yang tidak mempunyai batas dalam bersaing dengan syarikat-syarikat percetakan yang lain. Warna yang digunakan dalam logo ini adalah warna kuning pada bahagian nama syarikat, warna putih pada bahagian “printing” dan mempunyai latar belakang yang berwarna merah melambangkan keberanian. Logo ini dicipta pada tahun 2010.

4.3.3.3 Draf 1 Logo Quantum Printing S.d.n B.h.d



Rajah 4.19: Logo Quantum Printing S.d.n B.h.d yang diubah reka bentuk

4.3.3.4 Draf 2 Logo Quantum Printing S.d.n B.h.d



Rajah 4.20: Logo Quantum Printing S.d.n B.h.d yang diubah reka bentuk

4.3.3.5 Proses Pemilihan Logo Dan Pemilihan Warna Logo



Rajah 4.21: Logo Quantum Printing S.d.n B.h.d untuk proses pemilihan warna



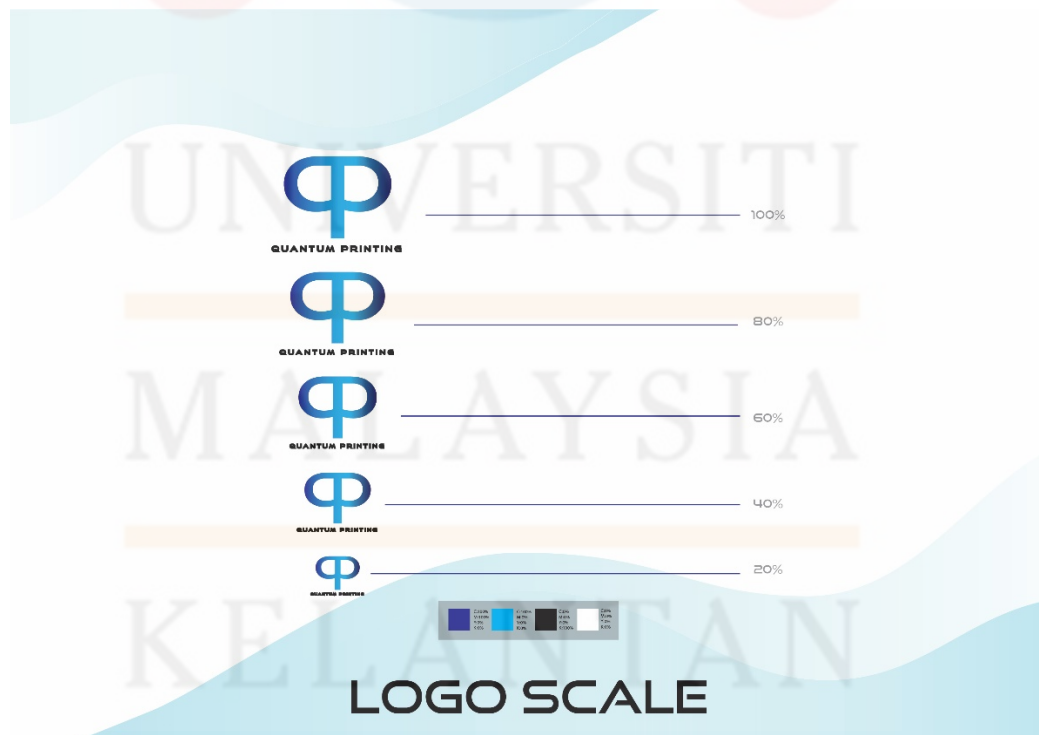
Rajah 4.22: Logo Quantum Printing S.d.n B.h.d untuk proses pemilihan warna

4.3.3.6 Logo Quantum Printing S.d.n B.h.d akhir.



Rajah 4. 23 : Pemilihan Logo Quantum Printing S.d.n B.h.d akhir.

4.3.3.7 Skala Logo



Rajah 4. 24: Skala Logo Quantum Printing S.d.n B.h.d.

4.3.4 Reka Bentuk Item-item Korporat

Reka bentuk item korporat adalah meliputi beberapa aspek iaitu nama, latar belakang, dan pengeluaran. Dalam pada hal itu, iainya juga mempunyai elemen-elemen dengan penciptaan imej unik dan sentiasa konsisten kepada konsep syarikat. Oleh hal itu, item-item korporat ini akan dapat meningkatkan lagi pencapaian dan status jenama syarikat.

a) Alatan tulis



Rajah 4.25: Reka bentuk item korporat untuk alatan tulis seperti kad perniagaan, sampul surat, invois, pen, pembaris, cawan, pemadam, pengasah pensil, pembaris dan buku log.

b) Baju seragam



Rajah 4.26: Reka bentuk item korporat untuk baju seragam

c) Cenderahati



Rajah 4.27: Reka bentuk item korporat untuk cenderahati seperti *T-Shirt* dan Topi.

d) Pengiklanan luaran dan dalaman syarikat



Rajah 4.28: Reka bentuk item korporat untuk pengiklanan luaran (Signage) dan dalaman (Roll Up) syarikat.

e) Pengangkutan



Rajah 4.29: Reka bentuk item korporat untuk pengangkutan van syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d.

f) Pembungkusan



Rajah 4.30: Reka bentuk item korporat untuk pembungkusan seperti beg kertas.

4.3.3.5 Pelaksanaan

Pelaksanaan untuk kajian yang dijalankan iaitu penjenamaan semula identiti reka bentuk korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d ini telah Berjaya dihasilkan dengan cemerlang. Dalam pada itu, kajian yang telah dijalankan ini adalah untuk mencipta sebuah pembentukan identity korporat yang lebih menarik, unik, segar dan mudah diingati. Oleh itu, persembahan identiti korporat ini akan menggunakan mockup yang realistik agar dapat dipersembahkan.

4.4 KESIMPULAN

Pada kesimpulannya, produk yang telah dihasilkan adalah berdasarkan objektif kajian yang telah dibina dalam kajian ini. Antara objektif tersebut adalah, untuk menghasilkan logo baru bagi syarikat Quantum Printing Sdn. Bhd dan untuk menghasilkan item-item korporat serta pengiklanan yang sesuai untuk syarikat Quantum Printing Sdn. Bhd. Mengikut objektif kajian yang dijalankan, penjenamaan semula identiti korporat telah dihasilkan dengan baik.

Disamping itu, kajian ini juga dapat membuktikan bahawa terdapat beberapa tahap yang perlu diikuti untuk menghasilkan sebuah produk yang berkualiti. Oleh itu, melalui tahap yang telah dilalui tersebut, proses penjenamaan akhir akan lebih mudah dan teratur.

BAB 5: CADANGAN DAN KESIMPULAN

5.1 PERBINCANGAN

Hasil dapatan kajian yang telah dijalankan oleh pengkaji terbahagi kepada dua iaitu penjenamaan semula logo syarikat Quantum Printing dan mencipta item-item korporat serta pengiklanan. Dalam pada itu, pengkaji menggunakan kaedah kajian pemerhatian dan literatur untuk menjawab dan mendapatkan maklumat mengenai penjenamaan semula sebuah syarikat pencetakan seperti syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d. Selain itu, pengkaji menggunakan kaedah soal selidik melalui atas talian dengan menggunakan *platform Google form* kepada 50 responden yang dipilih secara rawak di dalam kawasan bandar Tawau, Sabah. Oleh hal yang demikian, borang soal selidik yang diberikan telah mendapat respon yang positif kerana kebanyakan responden bersetuju dengan pernyataan yang diberikan dalam soal selidik tersebut.

5.2 CADANGAN

Cadangan yang hendak diusulkan pada kajian yang dijalankan ini adalah pengkaji berharap dengan idea-idea baharu penjenamaan semula identiti korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.hd dapat digunakan sebagai identiti korporat syarikat tersebut. Hal ini adalah untuk membuat penambahbaikan terhadap hasil kajian agar menjadi lebih menarik dan dapat meningkatkan imej syarikat.

Selain itu, pengkaji juga berharap kajian penjenamaan semula identiti korporat ini dapat memberikan sambutan yang baik dalam kalangan masyarakat dan kakitangan syarikat. Dalam pada itu, pengkaji juga mencadangkan beberapa

item korporat seperti papan tanda dan promosi di media sosial akan dijalankan oleh pengkaji yang seterusnya agar dapat menambah baik lagi kajian penjenamaan semula identiti korporat syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d di Sabah.

5.3 KESIMPULAN

Kesimpulannya, pengkaji berasa bersyukur setelah berhempas pulas untuk menyelesaikan kajian ini dengan mengikuti objektif yang telah dicapai untuk menjalankan kajian ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan jelas apabila objektif kajian iaitu untuk menghasilkan logo baru bagi syarikat Quantum Printing Sdn. Bhd. Hal ini dikatakan kerana, logo asal syarikat ini menghadapi kesulitan untuk bersaing dipasaran akibat logo yang telah usang dan mempunyai rekaan bentuk yang kurang menarik. Oleh hal yang demikian, pengkaji telah membuat penjenamaan semula logo syarikat tersebut dengan lebih menarik, unik dan mudah diigati oleh para pelanggan.

Selain itu, hal ini juga dapat dibuktikan dengan objektif kajian yang kedua iaitu untuk menghasilkan item-item korporat serta pengiklanan yang sesuai untuk syarikat Quantum Printing Sdn. Bhd. Dalam pada itu, pengkaji telah berjaya mewujudkan item-item korporat seperti alatan tulis, cenderahati, pengangkutan, pengiklanan, pembungkusan, dan baju seragam syarikat Quantum Printing S.d.n B.h.d. Oleh hal itu, pengkaji dapat menyimpulkan bahawa objektif yang dibina dala kajian ini telah dicapai dengan jayanya.

RUJUKAN

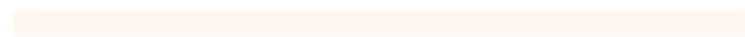
- Cornelissen, J. O., Haslam, S.A & Balmer, J.M.T. (2007). Social identity, organizational identity and corporate identity [online]
- Dewan Bahasa dan Pustaka. 2017. *Kamus Bahasa Melayu. Edisi Keempat*. Kuala Lumpur Malaysia: Dewan Bahasa dan Pustaka. Diakses pada 1 Februari 2021 <https://prpm.dbp.gov.my/cari1?keyword=jenama>
- Esa, A. (2000). Teacher features as leader of student's viewpoint: a case study in secondary school national Pasir Gudang (1), Johor Bahru, Johore.
- Merrilees, B. and Miller, D. (2008), "Principles of corporate rebranding", European Journal of Marketing, Vol. 42 No. 5/6, pp. 537-552.[online]
- Goi, C. L., & Goi, M. T. (2011, February). Review on models and reasons of rebranding. In International conference on social science and humanity (Vol. 5, No. 2, pp. 445-449).[online]
- Jeff Bezos (2018) PENJENAMAAN, Apa Itu? Dicapai pada 2 Februari 2021. Artikel. <https://smeinfo.com.my/my/penjenamaan/apa-itu-penjenamaan>
- Kahar, Wahi Irwan Abd, Isa, Muhamad Qamar Rahman Md(2017) Pemahaman dan Keberkesanan Strategi Penjenamaan Dalam Misi, Visi dan Nilai Korporat UDA Holdings Berhad. Diakses pada 31 Januari 2021. <http://malrep.uum.edu.my/rep/Record/my.usm.eprints.41165>
- Punjaisri, K., Wilson, A. & Evanschitzky, H. (2008). Exploring the influences of internal branding on employees' brand promise delivery: Implications for strengthening customer-brand relationships. Journal of Relationship Marketing.[online]
- Rustan, S. (2013). Mendesain logo. Gramedia Pustaka Utama.[online]
- Utusan Malaysia, A. A. R. (2018). Cara terbaik penjenamaan semula. [online]
- Van Riel (1997). Bab 6 – Imej dan Identiti Koporat. Dicapai pada 2 Februari 2021 <https://www.coursehero.com/file/42032347/BAB-6-5pdf/>
- Vymaps.com (2016) Maklumat Quantum Printing Sdn Bhd. Diakses pada 2 Februari 2021. <https://vymaps.com/MY/Quantum-Printing-Sdn-Bhd-83224/>
- Zainudin, M. Z., Omar, R., & Kamarudin, M. F. (2016). KAEDAH GABUNGAN (MIXED METHODS) DALAM KAJIAN PEMBASMIAN KEMISKINAN DI MALAYSIA DAN INDONESIA: PENGALAMAN PENYELIDIKAN (MIXED METHODS IN POVERTY ERADICATION PROGRAMME IN MALAYSIA AND INDONESIA: A RESEARCH EXPERIENCE). Journal of Human Capital Development (JHCD), 9(2), 47-58.[online]
- 1000Logos.net (2021) Maklumat logo "International Business Machines". Diakses pada 10 Julai 2021. <https://1000logos.net/hbo-logo/>

1000Logos.net (2021) Maklumat logo “Home Box Office”. Diakses pada 10 Julai 2021.

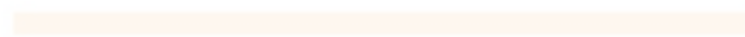
<https://1000logos.net/ibm-logo/>



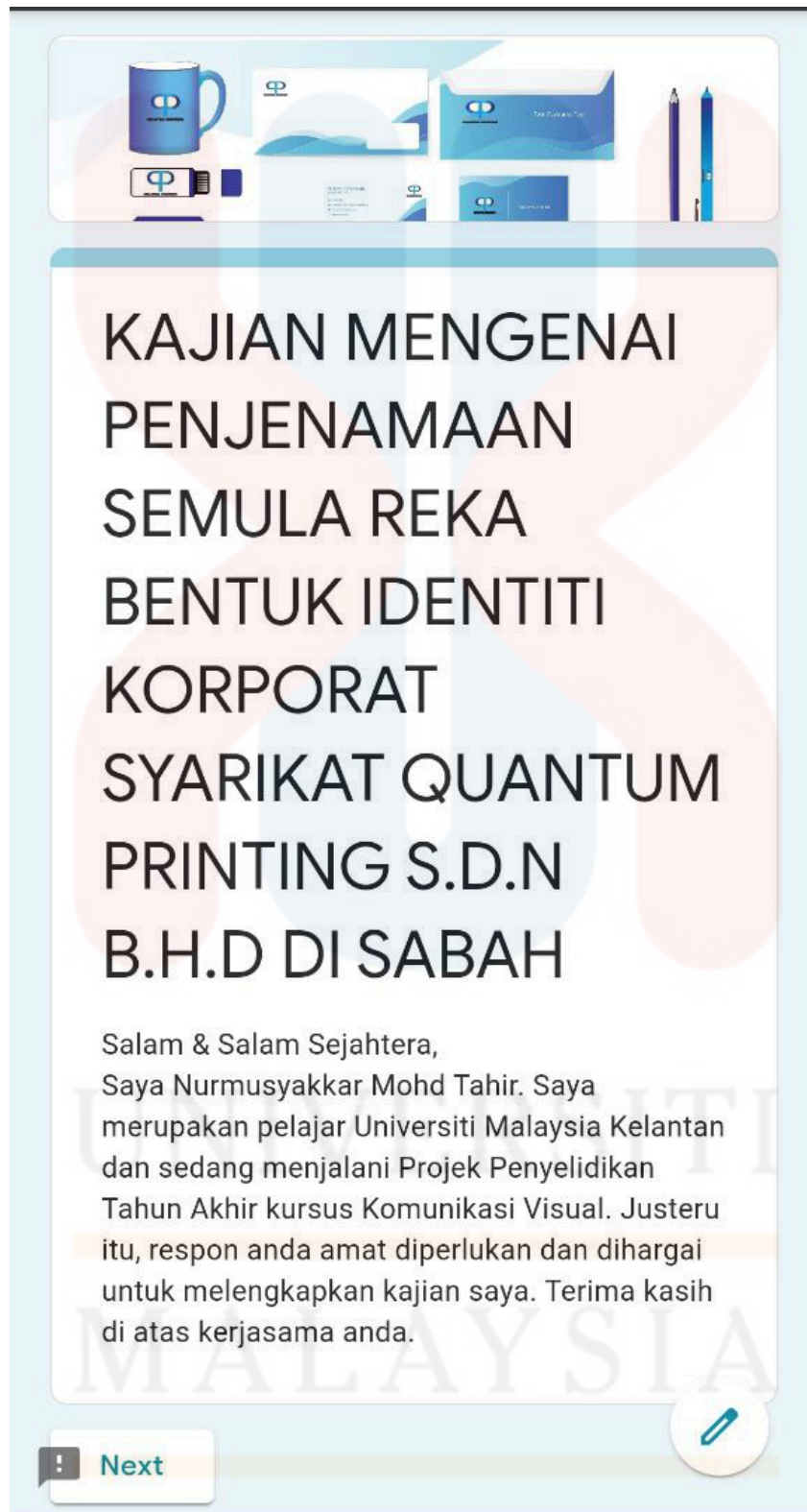
UNIVERSITI



MALAYSIA



KELANTAN



16:13

85

☐ Melayu

☐ Cina

☐ India

Umur

☐ 15-20

☐ 21-25

☐ 26-30

☐ 30 ke atas

Status

☐ Pelajar

☐ Bekerja

☐ Lain-lain

Back

Next

This content is neither created nor endorsed by Google.

[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms



16:13

85

☐ Melayu

☐ Cina

☐ India

Umur

☐ 15-20

☐ 21-25

☐ 26-30

☐ 30 ke atas

Status

☐ Pelajar

☐ Bekerja

☐ Lain-lain

Back

Next

This content is neither created nor endorsed by Google.

[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms



Bahagian B

Kajian mengenai penjenamaan semula rekabentuk identiti korporat di Syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D

Penjenamaan semula identiti syarikat yang kreatif dan unik dapat meningkatkan imej syarikat. *

- ☐ Kurang setuju
- ☐ Tidak setuju
- ☐ Setuju

Dalam sebuah syarikat kualiti perkhidmatan pelanggan merupakan hal yang penting.

- ☐ Kurang setuju
- ☐ Tidak setuju
- ☐ Setuju

Sebuah penjenamaan semula logo haruslah mempunyai keunikan dan segar pada pandangan pelanggan. *

Sebuah penjenamaan semula logo haruslah mempunyai keunikan dan segar pada pandangan pelanggan. *

- ☐ Kurang setuju
- ☐ Tidak setuju
- ☐ Setuju

Penjenamaan semula bagi syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D hendaklah perlu diperbaharui.



- ☐ Kurang setuju
- ☐ Tidak setuju
- ☐ Setuju

Identiti korporat seperti Logo merupakan lambang sebuah imej yang harus dipertingkatkan dari masa ke semasa.

- ☐ Kurang setuju
- ☐ Tidak setuju



Identiti korporat seperti Logo merupakan lambang sebuah imej yang harus dipertingkatkan dari masa ke semasa.

- ☐ Kurang setuju
- ☐ Tidak setuju
- ☐ Setuju

Perubahan setiap identiti korporat haruslah berkait rapat dengan aktiviti perniagaan yang dijalankan oleh syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D

- ☐ Kurang setuju
- ☐ Tidak setuju
- ☐ Setuju

Sebuah Logo haruslah bersifat unik, segar dan menarik perhatian para pelanggan

- ☐ Kurang setuju
- ☐ Tidak setuju
- ☐ setuju



Sebuah Logo haruslah bersifat unik, segar dan menarik perhatian para pelanggan

- ☐ Kurang setuju
- ☐ Tidak setuju
- ☐ setuju

Rekabentuk penjenamaan semula logo Quantum Printing S.D.N B.H.D yang telah diubah dengan menggunakan tipografi & simbol. Biru kelautan merupakan sebuah warna yang lembut di mata serta menarik dilihat . Biru juga melambangkan sebuah ketenangan dan elegan untuk sebuah syarikat.



QUANTUM PRINTING
"Good for Everyone"

- ☐ Kurang setuju
- ☐ Tidak setuju



Item-item korporat seperti uniform korporat, kendaraan, barangan cenderahati dan lain-lain item perlu ada agar dapat meningkatkan imej syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D



STATIONARY ITEM

- ☐ Kurang setuju
- ☐ Tidak setuju
- ☐ Setuju

Baju korporat menarik dan cantik merupakan sebuah lambang syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D



☐ Tidak setuju☐ Setuju

Baju korporat menarik dan cantik
merupakan sebuah lambang syarikat
Quantum Printing S.D.N B.H.D

☐ Kurang setuju☐ Tidak setuju☐ Setuju[Back](#)[Next](#)

This content is neither created nor endorsed by Google.

[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms





Bahagian C

Cadangan kajian

Haruskah penambah baikan item-item korporat di ditingkatkan lagi?

- ☐ Kurang setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Setuju

Penjenamaan semula Logo syarikat Quantum Printing S.D.N B.H.D hendak dilakukan.

- ☐ Kurang setuju
- ☐ Tidak setuju
- ☐ Setuju

Haruskah ditambah jenis-jenis periklar dalam item korporat Quantum Printing S.D.N B.H.D



16:14



85

☐ Setuju

Penjenamaan semula Logo syarikat
Quantum Printing S.D.N B.H.D hendak
dilakukan.

☐ Kurang setuju

☐ Tidak setuju

☐ Setuju

Haruskah ditambah jenis-jenis periklanan
dalam item korporat Quantum Printing
S.D.N B.H.D

☐ Kurang setuju

☐ Tidak setuju

☐ Setuju

Back

Submit

This content is neither created nor endorsed by Google.
[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)



Google Forms

