

ABSTRAK
PERANCANGAN BRAND IMAGE DAN BRAND COMMUNICATION
PRODUK VEGETABLE 21 JUNIOR

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah Vegetable 21 Junior dalam masalah membangun *brand image* dan *brand communication*. Adapun yang menjadi latar belakang penulisan ini adalah citra yang kurang baik, kurang menarik serta tidak ada pengaruh emosional *branding* dan komunikasinya kurang tepat. Sebelumnya, Vegetable 21 Junior telah melakukan iklan dan promosi dari berbagai media, tetapi konsep dan visual tidak mempengaruhi konsumen untuk bertindak, sehingga belum mampu menanamkan persepsi yang baik dan mempengaruhi emosional terhadap produk Vegetable 21 Junior.

Vegetable merupakan suplemen sayuran pertama terlengkap dengan kandungan 21 sayuran. Untuk meningkatkan nafsu makan anak, dan memenuhi nutrisi sayuran bagi anak yang pilih-pilih makanan. Vegetable merupakan produk yang alami, tanpa pengawet, peptisida, perasa, bebas pewarna. Vegetable nutrisi dalam satu kapsul yang bisa dicampurkan pada makanan kesukaan anak tanpa mengubah cita rasa.

Kata kunci : Vegetable 21 Junior, *brand image* dan *brand communication*, *Emotional branding*

