

ABSTRAK

PERANCANGAN *BRANDING* SENTRA KERIPIK POJOK SEBAGAI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH UNGGULAN KOTA CIMAHI

Oleh

Okke Muhammad Ichsan

NRP 0964075

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (selanjutnya disebut UMKM) merupakan salah satu roda penggerak ekonomi negara. Salah satu potensi UMKM yang bergerak di bidang manufaktur makanan ringan berupa keripik yang potensial terdapat di kota Cimahi yang dikenal sebagai Sentra Keripik Pojok Cimahi. Namun sentra keripik tersebut belum dikenal secara luas oleh masyarakat.

Maka dari itu, tujuan perancangan tugas akhir ini adalah untuk memperkenalkan Sentra Keripik Pojok melalui produknya kepada masyarakat dengan merancang identitas dan media informasi yang sesuai dan efektif.

Metode yang digunakan ialah dengan membuat perancangan identitas bagi Sentra Keripik Pojok dan salah satu *brand* produknya dan menggunakan *website* sebagai media utamanya serta didukung dengan perancangan desain kemasan produk, serta media promosi berupa poster digital, *x-banner*, *web banner*, serta penerapan desain pada mobil penjualan, serta *mini-booth*. Melalui perancangan *branding* ini, masyarakat dapat mengenal dan membeli produk Sentra Keripik Pojok sebagai salah satu UMKM penggerak perekonomian bangsa.

Kata kunci: UMKM, identitas, keripik, Indonesia.

ABSTRACT

THE BRANDING DESIGN OF *SENTRA KERIPIK POJOK* AS A SUPERIOR SMALL-MEDIUM-SCALED MICRO BUSINESS IN CIMAHI

by

Okke Muhammad Ichsan

NRP 0964075

Micro, Small, and Medium Businesses (MSMB) is the country's economic drive. One of the MSMB potentials is those in snack manufactures, specifically chips in Cimahi which is named as *Sentra Keripik Pojok Cimahi*. Unfortunately, this center of chips is not widely known yet.

The purpose of this design is to introduce *Sentra Keripik Pojok Cimahi* to the society through the design of identity and appropriate information media. The benefit of this design is that people can know and buy the product of *Sentra Keripik Pojok Cimahi* as a potential product of MSMB.

The method used is by designing the identity of *Sentra Keripik Pojok Cimahi* and the brand of one of its products through a website as the main media and supported by the design of the packaging, as well as the promotion design such as a digital poster, X-banner, web banner, and the application of the design in the car used to sell the products, and also a mini-booth. Through this branding design, people are expected to be able to know and buy the products of *Sentra Keripik Pojok Cimahi* as one MSMB which drives the country's economy.

Keywords: MSMB, identity, chips, Indonesia

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.2.1 Rumusan Masalah	3
1.2.2 Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pengertian Nasionalisme	6
2.2 Tinjauan Kota Cimahi	6

2.3	Tinjauan UMKM	7
2.3.1	Pengertian UMKM	7
2.3.2	Kriteria UMKM	8
2.4	Pengertian Sentra	8
2.5	Tinjauan Makanan Ringan	9
2.6	Teori <i>Brand</i>	10
2.6.1	<i>Branding</i>	10
2.6.2	<i>Destination Branding</i>	11
2.7	Teori Promosi	12
BAB III DATA DAN ANALISIS		14
3.1	Data dan Fakta	14
3.1.1	Profil Lembaga Terkait	14
3.1.2	Hasil Wawancara dengan Bapak Kanda Kurniawan	15
3.1.3	Survey ke Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Cimahi	16
3.1.4	Kuesioner	17
3.1.5	Tinjauan Karya Sejenis	23
3.1.5.1	Delipop	23
3.1.5.2	Maicih	24
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	25
3.2.1	Analisis SWOT	26
3.2.2	Analisis STP Sentra Keripik Pojok	27
3.2.3	Analisis STP Produk Cobian	28

BAB IV PEMECAHAN MASALAH	29
4.1 Konsep Komunikasi	29
4.2 Konsep Kreatif	29
4.3 Konsep Media	35
4.4 Hasil Karya	37
4.4.1 Logo POJOK-CIMAHI <i>Food Manufacture</i>	37
4.4.2 Logo Cobian	37
4.4.3 <i>Corporate Website</i>	38
4.4.4 <i>Website Cobian</i>	39
4.4.5 <i>Packaging Cobian</i>	40
4.4.6 <i>E-Poster dan Pop Up Blocker</i>	41
4.4.7 Konten Promosi Media Sosial	42
4.4.8 Booth Pameran	43
4.5 Rancangan Anggaran	43
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
DAFTAR LAMPIRAN	46
DATA PENULIS	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Skema Perancangan	5
Gambar 3.1 : Logo Pemerintah Kota Cimahi	14
Gambar 3.2 : Usia Responden	17
Gambar 3.3 : Domisili Responden	18
Gambar 3.4 : Penghasilan Perbulan Responden	18
Gambar 3.5 : Tingkat Kesukaan Responden Terhadap Camilan Keripik	19
Gambar 3.6 : Merek Keripik yang Biasa Dibeli Responden	19
Gambar 3.7 : Tempat Responden Membeli Keripik	20
Gambar 3.8 : Tingkat Keinginan Responden akan Keripik yang Lebih Murah	20
Gambar 3.9 : Tingkat Pengetahuan Responden Terhadap Sentra Keripik Pojok	21
Gambar 3.10 : Tingkat Keinginan Responden untuk Berkunjung ke Sentra Keripik Pojok	21
Gambar 3.11 : Tingkat Pengetahuan Responden Tentang UMKM	22
Gambar 3.12 : Tingkat Pemahaman Responden Tentang Pentingnya UMKM	22
Gambar 3.13 : Logo Delipop	23
Gambar 3.14 : <i>Packaging</i> Delipop	24
Gambar 3.15 : Logo Maicih	24
Gambar 3.16 : <i>Packaging</i> Maicih	25

Gambar 4.1 : Logo POJOK-CIMAHI <i>Food Manufacture</i>	30
Gambar 4.2 : Logo Cobian	31
Gambar 4.3 : Logo POJOK-CIMAHI <i>Food Manufacture</i>	37
Gambar 4.4 : Logo Cobian	37
Gambar 4.5 : <i>Corporate Website</i>	38
Gambar 4.6 : <i>Corporate Website Mobile</i>	38
Gambar 4.7 : <i>Website Cobian</i>	39
Gambar 4.8 : <i>Website Cobian Mobile</i>	39
Gambar 4.9 : <i>Packaging 35gram</i>	40
Gambar 4.10 : <i>Packaging Family Pack 250gram</i>	40
Gambar 4.11 : <i>E-Poster dan Pop Up Blocker</i>	41
Gambar 4.12 : <i>Booth Pameran</i>	42
Gambar 4.13 : <i>Mobile Store</i>	43

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 : Kriteria UMKM	8
Tabel 4.1 : Rancangan Anggaran	43

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : Daftar Pertanyaan Kuesioner

LAMPIRAN B : Lembar Asistensi Sketsa Tugas Akhir