

ABSTRAK

PERANCANGAN *BRANDING* PRODUK FURNITUR LOKAL RAKATTAN LIVING

Ardhyto Widagdo

NRP: 0964081

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alamnya, hal ini dapat dilihat dari keanekaragaman sumber daya alam hayati yang dimiliki Indonesia dengan kekayaan sumber daya alam inilah yang akan menjadi tulang punggung perkembangan ekonomi yang berkelanjutan. Di zaman modern ini masyarakat Indonesia umumnya lebih bangga menggunakan produk furnitur luar. dibandingkan dengan produk furnitur local. Masyarakat Indonesia beranggapan bahwa kualitas produk furnitur lokal kalah bersaing dengan produk furniture luar. Sedangkan produk furnitur lokal saat ini tidak kalah baik kualitasnya dibandingkan dengan produk furnitur luar. Masyarakat tidak mengetahui bahwa produk furnitur lokal ada juga yang memiliki kualitas yang sangat baik.

Dalam menghadapi Pasar Bebas yang akan diberlakukan pada akhir 2015, para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus merapatkan barisan sejak dini. Mereka perlu mempersiapkan diri menghadapi gempuran produk-produk asing saat MEA benar-benar diterapkan pemerintah. Jangan sampai produk UMKM akan kalah bersaing dengan produk dari negara lainnya. Maka dari itu tujuan perancangan ini adalah untuk meningkatkan rasa cinta dan bangga masyarakat Indonesia dengan menggunakan produk furnitur lokal yang sekaligus juga dapat meningkatkan rasa nasionalisme. Selain itu juga tentu hal ini dapat membantu meningkatkan devisa Negara Indonesia serta ekonomi Indonesia lebih berkembang.

Hal yang dilakukan adalah Dengan membuat perancangan *visual branding* terhadap produk furnitur lokal Rakattan Living yang sesuai dengan sifat dan karakteristik produk tersebut yang memiliki kualitas sangat baik. Metode yang saya lakukan diantaranya dengan melakukan teknik

pengumpulan data, berupa menyebarkan kuesioner terhadap 155 responden, serta melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait. Adapun teori yang saya gunakan adalah teori *branding*, teori fotografi *Still Life*, sebagai salah satu media utama dalam pengaplikasian media promosi seperti, website, brochure, catalog, dll. Selain itu melalui perancangan *visual branding* ini diharapkan agar *brand awareness* Rakattan living dapat meningkat.

Kata kunci: Branding, Furnitur, Indonesia, Nasionalisme.

ABSTRACT

REBRANDING OF ASSEMBLED LOCAL FURNITURE DESIGN RAKATTAN LIVING

Ardhyto Widagdo

NRP: 0964081

Indonesia is a country rich in its natural resources. This is seen in the vast variety of the natural resources this country has. This will become the spine of the sustainable economic growth.

In this modern age, many Indonesian take more pride in using imported furniture compared to local furniture. The Indonesian people believe that the quality of the local furniture is not as good as that of imported furniture. The fact is that the quality of the local product is as good as that of imported furniture. They just are not aware that there are local product of exceptional quality.

In facing the free trade era which will commence at the end of 2015, those running small and medium-scale businesses (UMKM) must stick together. They need to prepare themselves for the shower of products from other countries when the government really implements MEA. We cannot let our local product lose to imported goods. This is the goal of this design. Indonesian people must take pride in themselves by using Indonesian furniture. This will increase their sense of nationalism. In addition, it will help increase our national income. Consequently, the Indonesian economy will improve.

What is done is designing a visual branding of Rakattan Living local furniture in accordance with the product's high-quality characteristics. The method is data sampling by distributing questionnaires to 155 respondents. Interviews are also done. The theories used are the theory of branding, still life photography as one of the main promotional media among website, brochures, and catalogue. In addition to the visual branding design, the Rakattan Living brand awareness is hoped to improve.

Keywords: *branding, furniture, Indonesia, nationalism*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.2.1 Permasalahan	3
1.2.2 Ruang Lingkup	4
1.3 Tujuan Perancangan	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	5
1.5 Skema Perancangan	6
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1 <i>Brand</i>	7
2.1.1 Branding dan Brand Strategy	11
2.2.1 Corporate Identity	15
2.2.2 <i>Corporate Design</i>	17
2.2.3 <i>Corporate Communication</i>	19
2.2.4 Ergonomi.....	19
2.2.5 <i>Pengertian Furniture</i>	20

2.2.6 Pengertian <i>Research and Development</i>	20
2.2.7 Teori Fotografi	20
2.2.8 Nilai Estetik Still Life Fotografi	23
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1 Data dan Fakta	24
3.1.1 Profil Dinas Kehutanan Jawa Barat	24
3.1.2 Visi dan Misi Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Barat	24
3.1.3 Program Kerja Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Barat.....	26
3.1.4 Data dari Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Barat	27
3.2 Rakattan Living	28
3.3 Data Wawancara	32
3.3.1 Data Wawancara dengan Pemilik Rakattan Living.....	32
3.3.2 Data Wawancara dengan Pangsa Pasar Tujuan Rakattan Living.....	33
3.4 Tinjauan Terhadap Produk Sejenis	39
3.5 Analisis STP Rakattan Living	46
3.5.1 Segmenting	46
3.5.2 Targeting	47
3.5.3 Positioning	47
3.6 Analisis SWOT Rakattan Living	47
3.6.1 <i>Strength</i>	47
3.6.2 <i>Weakness</i>	48
3.6.3 Opportunity	48
3.6.4 <i>Threat</i>	48
3.7 Analisis Pemecahan Masalah Rakattan Living	49
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH	
4.1 Konsep Komunikasi	51
4.2 Konsep Kreatif	52
4.3 Konsep Media	56
4.4 Budgeting	58

4.5 Hasil Karya.....	60
4.4.1 Logo Rakattan Living	60
4.5.2 <i>Business Card</i>	62
4.5.3 <i>Letterhead</i>	63
4.5.4 Website.....	64
4.5.5 <i>Katalog</i>	65
4.5.7 Company Profile	68
4.5.8 <i>Transporter Truck</i>	70
4.5.9 <i>Plate Label</i>	70
4.5.10 <i>Price Tag</i>	71
4.5.11 <i>Video Teaser</i>	72
4.5.12 <i>Social Media</i>	73
4.5.13 <i>Web Banner</i>	74
4.5.16 <i>Magazine</i>	75
4.5.17 <i>Poster</i>	75
4.5.18 <i>Merchandise Sampling</i>	71
4.5.19 <i>Key Chain</i>	77
4.5.20 <i>Display Feature Sign Age</i>	78
BAB V : KESIMPULAN & SARAN	
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
DAFTAR LAMPIRAN	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan.....	6
Gambar 3.1 Logo Rakattan Living.....	29
Gambar 3.2 Workshop Rakattan	30
Gambar 3.3 Produk Rakattan Living.....	31
Gambar 3.4 Produk Rakattan Living.....	31
Gambar 3.5 Hasil data kuesioner pendapatan rata-rata	34
Gambar 3.6 Hasil data kuesioner jenis kelamin	34
Gambar 3.7 Hasil data kuesioner hal terpenting dalam memilih produk furnitur	35
Gambar 3.8 Hasil data kuesioner pernahkah anda mendengar merek Rakattan Living.....	35
Gambar 3.9 Hasil data kuesioner Merek furniture yang anda harapkan	36
Gambar 3.10 Hasil data kuesioner produk Rakattan Living	36
Gambar 3.11 Hasil data kuesioner tempat yang tepat membeli produk furnitur.....	37
Gambar 3.12 Hasil data kuesioner merek furniture apa saya yang diketahui	37
Gambar 3.13 Hasil data kuesioner media yang tepat untuk mencari informasi.....	38
Gambar 3.14 Logo IKEA	39
Gambar 3.15 Gerai IKEA di Belanda.....	40
Gambar 3.16 Logo Informa.....	40
Gambar 3.17 Gerai Informa di Indonesia.....	41
Gambar 3.18 Merek produk lokal yang menggunakan bahan dasar kayu.....	42
Gambar 3.19 Produk Matoa.....	42
Gambar 3.20 Produk Matoa.....	43
Gambar 3.21 Desain Packaging Matoa	43
Gambar 3.22 Desain Produk Magno	44
Gambar 3.23 Packaging Magno	45
Gambar 3.24 Produk-produk Magno.....	45
Gambar 3.16 Logo Informa.....	79

Gambar 4.1 <i>Vector Pattern</i>	55
Gambar 4.2 <i>Pattern 2</i>	55
Gambar 4.3 <i>Logo Rakattan Living</i>	61
Gambar 4.4 <i>Kartu Nama</i>	62
Gambar 4.5 <i>Kop Surat</i>	63
Gambar 4.6 <i>Website</i>	64
Gambar 4.7 <i>Cover Catalogue</i>	65
Gambar 4.8 <i>Isi katalog</i>	69
Gambar 4.9 <i>Isi katalog</i>	67
Gambar 4.10 <i>Cover Company Profile</i>	68
Gambar 4.11 <i>Isi Company Profile</i>	69
Gambar 4.12 <i>Transporter Truck</i>	70
Gambar 4.13 <i>Plate Label</i>	70
Gambar 4.14 <i>Price Tag</i>	71
Gambar 4.15 <i>Video Teaser</i>	72
Gambar 4.16 <i>Social Media Instagram</i>	73
Gambar 4.17 <i>Web Banner</i>	74
Gambar 4.18 <i>Poster pada majalah</i>	75
Gambar 4.19 <i>Poster Awareness</i>	75
Gambar 4.20 <i>Poster Informing</i>	76
Gambar 4.21 <i>Sampling Mercandise</i>	77
Gambar 4.22 <i>Key Chain</i>	77
Gambar 4.23 <i>Display Feature Sign Age</i>	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Piramida <i>brand Awareness</i>	13
Tabel 4.1 <i>Budgeting</i>	58-59

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN A : Daftar Pertanyaan Kuesioner
- LAMPIRAN B : Lembar Asistensi Sketsa Tugas Akhir
- LAMPIRAN C : Data Penulis