

ABSTRAK

PERANCANGAN REBRANDING BEDAK DINGIN SARIPOHATJI

Oleh
Devi Haerani
NRP 1064030

Saripohatji merupakan sebuah produk kosmetik tradisional yang dikenal sebagai bedak dingin dan obat jerawat yang digunakan sebagai masker untuk wajah. Bedak ini diracik oleh S. Marijah yang berbahan dasar tepung beras dan dicampur dengan bahan-bahan alami seperti daun suji, daun pandan, daun jambu, ekstrak temulawak, kunyit, tomat dan jeruk nipis.

Sejak tahun 1927, Saripohatji ini tidak pernah berpromosi dan hanya memperkenalkan produknya secara turun temurun sehingga tidak mampu bersaing dan mulai dilupakan bahkan tidak dikenal oleh masyarakat. Berdasarkan hasil survey terhadap 100 orang wanita di Kota Bandung dengan rentang usia 12-45 tahun, terbukti bahwa sebagian besar tidak mengenali produk Saripohatji ini.

Produk Saripohatji ini terkenal di tahun 1927, sehingga bedak ini di cap sebagai bedak kuno dan produk untuk orang tua. Untuk menghapuskan *image* kuno pada bedak ini, maka dilakukan *rebranding* atau perubahan *image* terhadap produk ini dengan penambahan warna dan ilustrasi yang cocok untuk remaja wanita.

Rebranding dan promosi Saripohatji dapat mengangkat kembali citra produk lokal yang saat ini sudah kalah bersaing dengan kosmetik impor lainnya yang lebih menarik dan lebih banyak berpromosi.

Kata kunci : Bandung, Ilustrasi, Produk Lokal, Rebranding, Saripohatji.

ABSTRACT

THE REBRANDING OF BEDAK DINGIN SARIPOHATJI

By
Devi Haerani
NRP 1064030

Saripohatji is a traditional cosmetics better known as “cool mask” to fight acnes. S. Marijah made this rice-flour-base mask, mixing it with natural ingredients such as daun suji, pandanus leaf, jambosa leaf, curcuma extract, saffron, tomato and lime.

Since 1927, Saripohatji has never been promoted; it is only used from one generation to another. As a result. it cannot compete with the other products and has been forgotten. A survey done to 100 women aged between 12 and 45 years old in Bandung says that most of them do not know Saripohatji.

Saripohatji was famous in 1927. Consequently, it is known as an ancient mask used only by the elderly. To eradicate the image of “ancientness” of this product, rebranding is done to this product by adding colours and illustration which interest teenage girls.

The rebranding and promotion of Saripohatji can bring back the image of local product which now has been overshadowed by imptoted products which are considered more interesting and more widely promoted.

Keyword : Bandung, Illustration, Local Product, Rebranding, Saripohatji.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I :PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II : LANDASAN TEORI	5
2.1 Brand	5
2.1.1 Jenis-jenis Brand	5
2.1.2 Brand Equity	6
2.2 Rebranding	7
2.2.1 Proses Rebranding	7
2.3 Promosi	8
2.4 Packaging	8
2.4.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemasan	9
2.5 Teori Komunikasi	10

2.5.1 Komunikasi Massa	10
2.6 Teori Remaja Wanita.....	10
2.7 Pengertian Bedak.....	11
 BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	12
3.1 Data dan Fakta.....	12
3.1.1 Sejarah Saripohatji	12
3.1.2 Legenda Dewi Sri Pohaci	14
3.1.3 Pembuatan Bedak Saripohatji	14
3.1.4 Kemasan Bedak Saripohatji	16
3.1.5 Penjualan dan Distribusi Saripohatji	17
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	17
3.2.1 Hasil Kuesioner	17
3.2.2 SWOT Saripohatji	24
3.3.3 STP Saripohatji.....	25
3.3 Tinjauan Karya Sejenis.....	26
3.3.1 Produk Majjah	27
 BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....	29
4.1 Konsep Komunikasi	29
4.2 Konsep Kreatif.....	29
4.2.1 Konsep Visual	30
4.3 Konsep Media.....	31
4.4 Hasil Karya	33
4.4.1 Corporate Identity.....	33
4.4.2 Media Promosi	36
4.5 Budgeting	41
 BAB V : PENUTUP.....	42
5.1 Kesimpulan.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	4
Gambar 3.1 Bedak Saripohatji.....	12
Gambar 3.2 Foto Ibu S. Marijah dan Para Penerusnya	13
Gambar 3.3 Home Industry Bedak Saripohatji	14
Gambar 3.4 Bak Pembuatan Adonan Bedak Saripohatji.....	15
Gambar 3.5 Pembuatan Bedak Saripohatji.....	16
Gambar 3.6 Penjemuran Bedak Saripohatji	16
Gambar 3.7 Kemasan Bedak Saripohatji.....	16
Gambar 3.8 Diagram Hasil Pembagian Angket Pada Wanita Remaja Sampai Dewasa Usia 12-45 tahun Mengenai Perawatan Wajah.....	17
Gambar 3.9 Diagram Hasil Pembagian Angket Pada Wanita Remaja Sampai Dewasa Usia 12-45 tahun Mengenai Perawatan Wajah.....	18
Gambar 3.10 Diagram Hasil Pembagian Angket Pada Wanita Remaja Sampai Dewasa Usia 12-45 tahun Mengenai Perawatan Wajah.....	18
Gambar 3.11 Diagram Hasil Pembagian Angket Pada Wanita Remaja Sampai Dewasa Usia 12-45 tahun Mengenai Produk Perawatan Wajah	19
Gambar 3.12 Diagram Hasil Pembagian Angket Pada Wanita Remaja Sampai Dewasa Usia 12-45 tahun Mengenai Produk Perawatan Wajah	19
Gambar 3.13 Diagram Hasil Pembagian Angket Pada Wanita Remaja Sampai Dewasa Usia 12-45 tahun Mengenai Produk Perawatan Wajah	20
Gambar 3.14 Diagram Hasil Pembagian Angket Pada Wanita Remaja Sampai Dewasa Usia 12-45 tahun Mengenai Bedak Saripohatji.....	20
Gambar 3.15 Diagram Hasil Pembagian Angket Pada Wanita Remaja Sampai Dewasa Usia 12-45 tahun Mengenai Kemasan Bedak Saripohatji	21
Gambar 3.16 Diagram Hasil Pembagian Angket Pada Wanita Remaja Sampai Dewasa Usia 12-45 tahun Mengenai Khasiat Bedak Saripohatji.....	21
Gambar 3.17 Diagram Hasil Pembagian Angket Pada Wanita Remaja Sampai Dewasa Usia 12-45 tahun Mengenai Bedak Saripohatji.....	21
Gambar 3.18 Diagram Hasil Pembagian Angket Pada Wanita Remaja Sampai Dewasa Usia 12-45 tahun Mengenai Faktor yang mendukung suatu Kemasan	22

Gambar 3.19 Diagram Hasil Pembagian Angket Pada Wanita Remaja Sampai Dewasa Usia 12-45 tahun Mengenai Media yang Sering Digunakan	22
Gambar 3.20 Diagram Hasil Pembagian Angket Pada Wanita Remaja Sampai Dewasa Usia 12-45 tahun Mengenai Media Sosial yang Sering Digunakan	23
Gambar 3.21 Diagram Hasil Pembagian Angket Pada Wanita Remaja Sampai Dewasa Usia 12-45 tahun Mengenai Majalah yang sering dibaca.....	23
Gambar 3.22 Masker Maijah	26
Gambar 3.23 Produk Masker Maijah	27
Gambar4.1 Palet Warna.....	31
Gambar4.2 Logo Saripohatji	33
Gambar4.3 Logo Scale	33
Gambar4.4 Do and Dont pada Logo.....	34
Gambar4.5 Kemasan Bedak Saripohatji.....	35
Gambar 4.6 Timeline promosi.....	35
Gambar 4.7 Awareness Majalah.....	36
Gambar 4.8 Poster Awareness.....	36
Gambar 4.9 Poster Informing	37
Gambar 4.10 Poster Event	38
Gambar 4.11 Keperluan Event	39
Gambar 4.12 Gimmick	39