

ABSTRAK

RE-BRANDING ONE DAY NO RICE DI DEPOK

One Day No Rice adalah gerakan yang menghimbau masyarakat Indonesia untuk mengurangi mengonsumsi nasi dalam 1 hari saja dan memanfaatkan aneka ragam pangan bahan lokal, seperti umbi-umbian. Gerakan ini muncul berdasarkan Peraturan Presiden No. 22 Tahun 2009 tentang Kebijakan Percepatan Penganekaragaman Konsumsi Pangan (P2KP) berbasis sumber daya lokal.

Masyarakat Indonesia mempunyai ketergantungan terhadap nasi, sehingga belum lengkap rasanya jika belum mengonsumsi nasi, maka cara pandang inilah yang membuat pemerintah harus mencari alternatif lain untuk mengurangi konsumsi pangan beras demi menanggulangi krisis pangan dunia dan mengurangi pengeluaran kas negara. Di tahun 2014, Indonesia berencana untuk menghentikan impor beras, bayangkan jika masyarakat Indonesia masih terbiasa mengonsumsi nasi tanpa adanya persediaan beras yang cukup.

Depok adalah kota yang benar-benar bertekad melaksanakan gerakan ini dengan baik. Sayangnya, setelah 3 tahun gerakan ini dilaksanakan, namun, keberhasilannya masih seputar di daerah Pemerintah Depok. Hal ini terjadi karena sosialisasi *ODNR* hanya berupa sosialisasi saja dan belum mempunyai identitas & strategi visual yang tepat. Sehingga, *re-branding ODNR* adalah solusi yang terpilih.

Re-branding ODNR yang akan dibuat adalah dengan memberikan identitas yang baru yang sesuai dengan sasaran pasar. Di antaranya adalah logo, dengan media utama kemasan produk *ODNR*. Dengan dukungan media promosi seperti, *unconventional poster, mini booth, exhibition booth, x-banner, video memasak, brosur, merchandise; totebag, celemek, dan brosur tata cara memasak*. Diharapkan dengan memposisikan *ODNR* sebagai solusi makanan sehari-hari, masyarakat Depok akan tertarik dan melaksanakan gerakan tersebut dan menjadikan *ODNR* sebagai *lifestyle* yang baru.

Kata kunci : *One Day No Rice*, umbi-umbian, Indonesia.

ABSTRACT

RE-BRANDING ONE DAY NO RICE IN DEPOK

By:

Elwina Willianto

NRP 1064054

One Day No Rice is a movement that appealed Indonesian people to reduce their daily consumption of rice just and use any local foods, like tubers as the substitute. This movement emerges based on Peraturan Presiden No. 22 Tahun 2009 about Food Consumption Acceleration Policy (P2KP) based on local resources.

Indonesian people have a dependency on rice, so it feels incomplete if they didn't consume rice. From this perspective the government has to look for other alternatives to reduce the consumption of rice in order to overcome the world's food crisis and reduce state's spending cash. In 2014, Indonesia plans to stop importing rice, just imagine if the Indonesian people are still accustomed to consume rice without enough rice supplies.

Depok is the only city that does this movement properly. Unfortunately, even after 3 years implementing this movement, this movement only works around the area of Depok Government. This happened because the only form of ODNR socialization was only an appeal, without any proper visual identity and strategy. Therefore, Re - branding ODNR is the chosen solution.

Re - branding ODNR which will be created is to give a new identity that suits the target market. Among them is the Logo, with the main media which is ODNR product packaging. With the support of promotional media such as, unconventional posters, mini booth, exhibition booth, x - banner, cooking videos, brochures, merchandises; tote bag, aprons, and cooking procedures brochures. It is expected that by positioning ODNR as a daily food solution, Depok people will be interested to do the movement and make the ODNR as a new lifestyle.

Keywords : One Day No Rice , tubers , Indonesia

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	6
1.3 Tujuan Perancangan.....	7
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	7
1.5 Skema Perancangan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 <i>Branding</i>	10
2.1.1 <i>Brand Characteristic</i>	11
2.1.2 <i>The Strategic Role of Branding</i>	11
2.2 <i>Advertising</i>	13
2.3 <i>Advertising Campaign</i>	14

2.3.1 Advertising Campaign Concept.....	14
2.3.2 Characteristic of an Advertising Campaign.....	15
2.3.3 Campaign Outline.....	18
2.3.4 Communication Concept.....	19
2.3.5 Media Strategy.....	19
2.4 AIDCA.....	20
2.5 Food Packaging.....	20
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	10
3.1 Data dan Fakta.....	10
3.1.1 Dinas Komunikasi dan Informasi.....	11
3.1.2 Sosialisasi <i>One Day No Rice</i>	27
3.1.3 Kesehatan dan <i>ODNR</i>	38
3.2 Kuisisioner terhadap gerakan <i>ODNR</i>	43
3.2.1 Kuisisioner <i>ODNR</i>	43
3.2.2 Kuisisioner Sosialisasi <i>ODNR</i>	51
3.2.3 Kuisisioner Umbi-Umbian.....	56
3.2.4 Klasifikasi Tingkat Pendapatan.....	57
3.3 Pro dan Kontra <i>ODNR</i>	60
3.4 Pratinjau Terhadap Proyek Sejenis.....	62
3.5 Analisis Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	67
3.5.1 <i>Branding</i>	67
3.5.1.1 <i>Brand Characteristic</i>	67
3.5.1.2 <i>The Strategic Role of Branding</i>	68
3.5.2 <i>Advertising</i>	70
3.5.3 <i>Advertising Campaign</i>	71
3.5.3.1 <i>Advertising Campaign Concept</i>	71
3.5.3.2 <i>Characteristic of an Advertising Campaign</i>	72
3.5.3.3 <i>Campaign Outline</i>	73
3.5.4 <i>Communication Concept</i>	74
3.5.5 <i>Media Strategy</i>	75
3.5.6 <i>AIDCA</i>	76

3.5.7 <i>Food Packaging</i>	77
3.6 <i>SWOT One Day No Rice</i>	78
3.6 Segmentasi, <i>Targeting, Positioning</i>	79
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	83
4.1 Konsep Komunikasi.....	83
4.1.1 <i>Awareness</i>	85
4.1.2 <i>Informing</i>	85
4.1.3 <i>Informing (Conviction)</i>	85
4.1.4 <i>Action</i>	86
4.1.5 <i>Reminding</i>	86
4.2 Konsep Kreatif.....	86
4.3 Konsep Media.....	88
4.4 <i>Timeline</i>	87
4.5 Hasil Karya.....	94
4.5.1 Konsep Desain <i>ODNR</i>	94
4.5.2 Identitas Desain <i>ODNR</i>	96
4.5.3 <i>Packaging</i>	98
4.5.4 Desain Kampanye Iklan.....	101
4.6 <i>Budgeting</i>	115
BAB V PENUTUP	116
4.1 Simpulan.....	116
4.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Dinas Depok.....	22
Gambar 3.2 Strata Kepemimpinan Diskominfo.....	26
Gambar 3.3 Poster <i>One Day No Rice</i>	27
Gambar 3.4 SK Himbauan Walikota.....	28
Gambar 3.5 Kantin Sehat Balai Kota.....	29
Gambar 3.6 Menu Kantin Sehat.....	30
Gambar 3.7 Apa Kabar Indonesia.....	31
Gambar 3.8 Walikota dan Batik <i>ODNR</i>	31
Gambar 3.9 Buku <i>ODNR</i>	32
Gambar 3.10 Buku <i>ODNR</i> seri 2.....	33
Gambar 3.11 Pin <i>ODNR</i>	33
Gambar 3.12 Dokumentasi Sosialisasi.....	34
Gambar 3.13 Brosur <i>One Day No Rice</i>	35
Gambar 3.14 Komik <i>One Day No Rice</i>	35
Gambar 3.15 Kalender <i>One Day No Rice</i>	35
Gambar 3.16 Buku Revolusi <i>ODNR</i>	36
Gambar 3.17 Dokumentasi Pemecahan Rekor Muri.....	36
Gambar 3.18 Pekan Sarapan Pagi Nasional.....	37
Gambar 3.19 Menu <i>ODNR</i>	37
Gambar 3.20 Pin Pekan Sarapan Pagi Nasional.....	38
Gambar 3.21 Kemasan Beras Jagung <i>ODNR</i>	41
Gambar 3.22 Beras Jagung <i>ODNR</i>	41
Gambar 3.23 Beras Jagung & Mie Mocaf.....	42
Gambar 3.24 <i>Top 10 Consumers of Corn, Wheat, Rice</i>	42
Gambar 3.25 Poster P2KP.....	62
Gambar 3.26 P2KP di <i>Grand Panghegar Bandung</i>	63
Gambar 3.27 Siswa-Siswi SD Kristen Manahan Solo.....	64
Gambar 3.28 Iklan Layanan Masyarakat.....	65
Gambar 4.1 Logo <i>ODNR</i>	94

Gambar 4.2 Logo Selasa Tanpa Nasi.....	95
Gambar 4.3 Ilustrasi Jagung & Singkong.....	97
Gambar 4.4 <i>Packaging</i> Jagung.....	99
Gambar 4.5 <i>Packaging</i> Mie Mocaf.....	100
Gambar 4.6 <i>Unconventional Poster</i> ; Ini Ada Bedanya.....	101
Gambar 4.7 <i>Unconventional Poster</i> ; Ini Ada Bedanya (2).....	102
Gambar 4.8 <i>Unconventional Poster</i> ; Temukan Sehatnya.....	103
Gambar 4.9 <i>Unconventional Poster</i> ; Temukan Sehatnya (2).....	104
Gambar 4.10 <i>Mini Booth</i>	105
Gambar 4.11 Brosur.....	106
Gambar 4.12 <i>X-Banner</i>	107
Gambar 4.13 <i>Exhibition Booth</i>	108
Gambar 4.14 Celemek.....	109
Gambar 4.15 <i>Totebag</i>	109
Gambar 4.16 Tata Cara Memasak.....	110
Gambar 4.17 Iklan Gondola.....	111
Gambar 4.18 Website.....	112
Gambar 4.19 <i>Facebook</i>	113
Gambar 4.20 <i>Youtube</i>	113
Gambar 4.21 Video Tata Cara Masak.....	114

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Skema Perancangan.....	9
Diagram 3.1 Pengetahuan Siswa Terhadap <i>ODNR</i>	43
Diagram 3.2 Mahasiswa/Siswa yang Melaksanakan <i>ODNR</i>	44
Diagram 3.3 Pengetahuan Akibat Mengonsumsi Nasi	44
Diagram 3.4 Pandangan Mahasiswa/Siswa Terhadap <i>ODNR</i>	45
Diagram 3.5 Kesetujuan Mahasiswa/Siswa Terhadap Istilah.....	46
Diagram 3.6 Ketertarikan Terhadap Olahan Pangan Lokal	46
Diagram 3.7 Pengetahuan Pekerja Terhadap <i>ODNR</i>	47
Diagram 3.8 Pekerja yang Melaksanakan <i>ODNR</i>	48
Diagram 3.9 Pengetahuan Akibat Mengonsumsi Nasi	48
Diagram 3.10 Pandangan Pekerja Terhadap <i>ODNR</i>	49
Diagram 3.11 Kesetujuan Pekerja Terhadap Istilah.....	50
Diagram 3.12 Ketertarikan Terhadap Olahan Pangan Lokal	50
Diagram 3.13 Pandangan Mahasiswa/Siswa Terhadap Media Sosialisasi <i>ODNR</i>	51
Diagram 3.14 Mahasiswa/Siswa yang Pernah/Tidak Melihat Media.....	52
Diagram 3.15 Mahasiswa/Siswa yang Pernah Melihat Produk <i>ODNR</i>	53
Diagram 3.16 Pandangan Pekerja Terhadap Media Sosialisasi <i>ODNR</i>	54
Diagram 3.17 Pekerja yang Pernah Melihat Produk <i>ODNR</i>	53
Diagram 3.18 Pandangan Mahasiswa/Siswa Terhadap Ubi-Umbian.....	56
Diagram 3.19 Pandangan Pekerja Terhadap Ubi-Umbian.....	57
Diagram 3.20 Ketertarikan Pembelian Pendapatan (1).....	58
Diagram 3.21 Ketertarikan Pembelian Pendapatan (2).....	58
Diagram 3.22 Ketertarikan Pembelian Pendapatan (3).....	59
Diagram 3.23 Ketertarikan Pembelian Pendapatan (4).....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema Perancangan.....	9
Tabel 4.1 <i>Timeline</i>	93
Tabel 4.2 Rencana Anggaran Awal.....	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Rangkuman Wawancara.....	120
A.1	Wawancara dengan Kepala Sub-Bagian, Analisa Kebijakan Publik Diskominfo, Rita.....	120
A.2	Wawancara dengan Koordinator Humas dan Sekertariat Depok, Fathir Fajar.....	121
A.3	Wawancara dengan Kepala Bidang Tanaman Hortikultura, Dinas Pertanian, Hermin Kusmiati.....	123
A.4	Wawancara dengan BKPD Jawa Barat.....	125
Lampiran B	Kuisisioner.....	128
Lampiran C	Ucapan Terima Kasih.....	131
Lampiran D	Data Penulis.....	133
Lampiran E	Sketsa.....	134