

ABSTRAK

Sylvia

Rancangan Karya Desain

Branding Cafe Icipan

Pada saat ini, jajanan pasar sudah kurang populer dimata masyarakat terutama di kalangan anak muda, hal itu dikarenakan jajanan pasar dianggap sebagai makanan yang kuno yang biasanya dimakan oleh orang tua saja. Padahal dibalik jajanan pasar itu banyak terkandung nilai budaya bangsa yang penting untuk dilestarikan.

Untuk kembali melestarikan budaya bangsa itulah maka jajanan pasar itu ditampilkan kembali dengan wajah baru dengan cara membuat *branding* cafe jajanan pasar, sehingga dapat mengubah persepsi dikalangan anak muda dan dapat menambah *value* dari jajanan pasar itu sendiri. Yang kemudian dilanjutkan dengan membuat promosi baik dari dalam maupun dari luar untuk mendukung pembuatan *brand* baru ini.

Kata kunci :

Branding, Jajanan Pasar, Trendy

ABSTRACT

Sylvia

Design Work Plan

Branding Icipan Cafe

In the present day, traditional snack are less popular in common society especially adolescence, thats because traditional snack was believed as some old fashioned snack which is usually consume by adults only. Whereas agains the traditional snack there is more culture value that important for us to protect.

In order to return the nation culture, branding “café jajan pasar” is used as a method to make traditional snack appear by some newcommer, with the result that change the perception in adolescence realm and can make more value for traditional snack itself. And also continued with making the promotion inside out as a support in making this new brand.

Keywords :

Branding, Indonesian Traditional Snack, Trendy

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Lembar Pernyataan Hasil Karya Akhir	ii
Kata Pengantar	iii
Abstrak	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah Perancangan	5
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Perancangan	6
1.6 Ruang Lingkup Perancangan	7
1.7 Metode Perancangan	7
1.7.1 Riset	7
1.7.2 Ide Awal	8
1.7.3 Memilih Nama <i>Brand</i>	8
1.7.4 Sketsa Logo	8
1.7.5 Penerapan atau aplikasi logo	8
1.7.6 Konsep Visual	8
1.8 Sistematika Penulisan	9

4.1 Objek Perancangan	45
4.2 Konsep Visual	45
4.2.1 Tujuan Media	46
4.2.2 Kelemahan dan Keunggulan Media	47
4.2.3 Program Media	52
4.3 Perencanaan Kreatif	54
4.3.1 Konsep Kreatif	55
BAB V VISUALISASI KARYA	
5.1 Konsep Visual	56
5.1.1 Konsep Logo	56
5.1.2 Spesifikasi Logo	58
5.2 Elemen Grafis	60
5.2 Karakter	60
5.3 Visualisasi Karya	61
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	77
6.2 Saran	77
6.2.1 Untuk Diri Sendiri	77
6.2.2 Untuk Civitas Akademik	78
6.2.3 Untuk Masyarakat secara Umum	78
6.2.4 Untuk masukan pada penelitian selanjutnya	78
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xv
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 01

11

DAFTAR GAMBAR

Gambar 01. Logo	56
Gambar 02. Logo Scale	58
Gambar 03. Color Application	59
Gambar 04. Ornamen	60
Gambar 05. Karakter	60
Gambar 06. Stationery	61
Gambar 07. Menu meja	62
Gambar 08. Menu minuman	63
Gambar 09. Iklan Bandung Infomedia	63
Gambar 10. <i>X-banner</i>	64
Gambar 11. Mobil Promosi	65
Gambar 12. Poster	65
Gambar 13. <i>Leaflet</i>	66
Gambar 14. <i>Voucher</i>	67
Gambar 15. <i>Labelling</i>	67
Gambar 16. <i>Packaging</i>	70
Gambar 17. Kalender	71
Gambar 18. Bon Pembelian	72
Gambar 19. Seragam	73
Gambar 20. <i>Web Banner</i>	74
Gambar 21. Lampu Lilin Café	75
Gambar 22. <i>Wall Design</i> Cafe Icipan	76