

ABSTRAK

Saat ini, keberadaan ubi ungu yang sebenarnya memiliki khasiat kesehatan yang luar biasa kurang mendapat perhatian lebih dari masyarakat, terutama oleh para remaja yang berperan penting sebagai penerus bangsa. Para remajapun cenderung tidak peduli akan ubi ungu dan kesehatannya. Padahal ubi ungu merupakan makanan yang memiliki kandungan gizi yang sangat luar biasa.

Dengan begitu, dibutuhkan cara untuk mengangkat ubi ungu menjadi sebuah makanan kesehatan yang sesuai dengan gaya hidup dan aktifitas para remaja pada zaman sekarang. Media *Branding* dan Promosi dipilih untuk menyampaikan pesan kesehatan secara menarik dan menyenangkan. Pesan kesehatan akan disisipkan kedalam produk ubi ungu agar dapat menyampaikan pesan kesehatan secara efektif kepada para remaja.

Dengan dibuatnya produk ubi ungu secara menarik, diharapkan agar para remaja mengetahui zat-zat yang terkandung di dalam ubi ungu dan mau mengkonsumsi ubi ungu sebagai makanan kesehatan yang bisa masuk dengan gaya hidup zaman sekarang.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| Cover Dalam | i |
| Lembar Pengesahan | ii |
| Surat Pernyataan Orisinalitas Laporan Penelitian | iii |
| Pernyataan Publikasi Laporan Penelitian | iv |
| Kata Pengantar | v |
| Daftar Isi | vii |
| Daftar Gambar | xi |
| Daftar Diagram | xiii |
| Daftar Tabel | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup | 3 |
| 1.2.1 Rumusan Masalah | 3 |
| 1.2.2 Ruang Linkup | 4 |
| 1.3 Tujuan Perancangan | 4 |
| 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan data | 4 |
| 1.5 Skema perancangan | 6 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| 2.1 Branding | 7 |
| 2.1.1 <i>Brand Campaign</i> | 8 |

| | | |
|-------|--|----|
| 2.1.2 | <i>Brand Communication</i> | 9 |
| 2.1.3 | Analisis <i>Brand Strategy</i> | 9 |
| 2.1.4 | <i>Brand Positioning</i> | 10 |
| 2.1.5 | Logo | 11 |
| 2.1.6 | Jenis Logo | 11 |
| 2.2 | <i>Packaging</i> atau Kemasan | 12 |
| 2.2.1 | Faktor-faktor Merancang Sebuah Kemasan | 13 |
| 2.3 | Promosi | 14 |
| 2.3.1 | Tujuan Promosi | 15 |
| 2.4 | Pengertian Pemasaran | 17 |
| 2.5 | Daerah Asal dan Penyebaran Ubi Jalar | 18 |
| 2.5.1 | Potensi dan Prospek Ubi Jalar | 18 |
| 2.5.2 | Olahan dan Khasiat Ubi Ungu | 19 |

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

| | | |
|---------|---|----|
| 3.1 | Data dan Fakta | 21 |
| 3.1.1 | PT. Kaldu Sari Nabati | 21 |
| 3.1.1.1 | Hasil Observasi | 23 |
| 3.1.1.2 | Hasil Kuesioner Terhadap Remaja | 23 |
| 3.1.2 | Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis | 28 |
| a. | <i>LAGEO Sweet Potato Crispy Biscuits</i> | 29 |
| b. | <i>Pringles Original</i> | 31 |
| c. | <i>Original Love Juice Pomegranate</i> | 33 |
| 3.2 | Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta | 35 |
| 3.2.1 | Analisis Berdasarkan Teori <i>Branding</i> | 35 |
| 3.2.2 | Analisis <i>Brand Campaign</i> | 35 |
| 3.2.3 | Analisis Brand Communication | 36 |
| 3.2.4 | Analisis <i>Brand Strategy</i> | 36 |
| 3.2.5 | Analisis <i>Brand Positioning</i> | 36 |

| | | |
|--------|---|----|
| 3.2.6 | Analisis Logo | 36 |
| 3.2.7 | Analisis <i>Packaging</i> | 37 |
| 3.2.8 | Analisis Faktor Merancang Kemasan | 37 |
| 3.2.9 | Analisis Promosi | 37 |
| 3.2.10 | Analisis Tujuan Promosi | 38 |
| 3.2.11 | Analisis SWOT | 38 |

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

| | | |
|---------|--|----|
| 4.1 | Konsep Komunikasi | 40 |
| 4.2 | Konsep Kreatif | 41 |
| 4.3 | Konsep Media | 42 |
| 4.4 | Hasil Karya | 44 |
| 4.4.1 | Logo | 44 |
| 4.4.1.1 | Logo RETATAS | 44 |
| 4.4.1.2 | Logo RETATOZ | 48 |
| 4.4.2 | <i>Packaging</i> | 51 |
| 4.4.3 | Poster | 54 |
| 4.4.3.1 | Poster Awal | 55 |
| 4.4.3.2 | Poster Promo | 56 |
| 4.4.4 | <i>Flyer</i> | 57 |
| 4.4.4.1 | <i>Flyer</i> Awal | 58 |
| 4.4.4.2 | <i>Flyer</i> Promo | 59 |
| 4.4.5 | <i>Booth/Stand Exhibition Design</i> | 60 |
| 4.4.6 | <i>Roll Banner</i> | 62 |
| 4.4.7 | Tiket Cinema 21 Promo | 63 |
| 4.4.8 | Plastik Event Promo untuk <i>packaging</i> | 64 |
| 4.4.9 | Swalayan <i>Promotion</i> | 65 |
| 4.4.9.1 | Sensor Panel | 65 |
| 4.4.9.2 | <i>Trolley</i> dan Keranjang Belanja | 66 |

| | | |
|---------------------------|------------------------------------|----|
| 4.4.9.3 | <i>Gondola Design</i> | 67 |
| 4.4.9.4 | <i>Foot Print</i> | 68 |
| 4.4.9.5 | <i>Stopper</i> | 69 |
| 4.4.9.6 | <i>Mini Display</i> | 69 |
| 4.4.10 | Pin | 70 |
| 4.5 | Rencana Anggaran Biaya (RAB) | 71 |
| BAB V PENUTUP | | 73 |
| 5.1 | Kesimpulan | 73 |
| 5.2 | Saran Penulis | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 74 |
| DAFTAR ISTILAH | | 76 |
| DAFTAR LAMPIRAN | | 77 |
| DATA PENULIS | | 78 |
| UCAPAN TERIMA KASIH | | 79 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 3.1.1.1 Logo PT Kaldu Sari Nabati (Mandatori) | 21 |
| Gambar 3.1.2.1 Produk LAGEO <i>Sweet Potato Crispy Biscuits</i> | 29 |
| Gambar 3.1.2.2 Bagian kemasan khusus dan kemasan dalam berbahan <i>foil</i> | 29 |
| Gambar 3.1.2.3 Kemasan <i>Pringles original</i> | 31 |
| Gambar 3.1.2.4 Bagian khusus di atas kemasan | 31 |
| Gambar 3.1.2.5 Kemasan <i>Love Juice Pomegranate</i> | 33 |
| Gambar 3.1.2.6 Bagian khusus di atas kemasan botol | 33 |
| Gambar 4.4.4.1.1 Warna dan ukuran Retatas | 44 |
| Gambar 4.4.1.1.2 Perbandingan Logo Retatas | 44 |
| Gambar 4.4.1.1.3 Logo Retatas | 45 |
| Gambar 4.4.1.1.4 Logo Do Retatas | 47 |
| Gambar 4.4.1.1.5 Logo Don't Retatas | 47 |
| Gambar 4.4.1.2.1 Warna dan Ukuran Retatoz | 48 |
| Gambar 4.4.1.2.2 Perbandingan Logo Retatoz | 49 |
| Gambar 4.4.1.2.3 Logo Do and Don't Retatoz | 50 |
| Gambar 4.4.2.1 <i>Background</i> Ikon Grafis | 52 |
| Gambar 4.4.2.2 Sisi Depan <i>Packaging 3</i> | 52 |
| Gambar 4.4.2.3 Tiga Bentuk Visual | 54 |
| Gambar 4.4.2.4 Sisi Belakang <i>Packaging 3</i> Rasa | 54 |
| Gambar 4.4.3.1.1 Poster 3 Seri | 55 |
| Gambar 4.4.3.2.1 Poster Promo <i>Series</i> | 57 |
| Gambar 4.4.4.1.1 <i>flyer</i> awal | 58 |
| Gambar 4.4.4.2.1 Seri <i>Flyer</i> Promo | 60 |
| Gambar 4.4.5.1 <i>Booth Design</i> | 61 |
| Gambar 4.4.5.2 <i>Exhibition Design</i> | 61 |
| Gambar 4.4.6.1 <i>Roll Banner</i> | 62 |
| Gambar 4.4.7.1 Desain Tiket Promo | 63 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4.4.8.1 Plastik Promo dan Aplikasi | 64 |
| Gambar 4.4.9.1.1 Panel Sensor | 65 |
| Gambar 4.4.9.2.1 <i>Trolley</i> dan Keranjang Belanja | 66 |
| Gambar 4.4.9.3.1 <i>Gondola</i> | 67 |
| Gambar 4.4.9.4.1 <i>Foot Print</i> | 68 |
| Gambar 4.4.9.5.1 <i>Stopper</i> | 69 |
| Gambar 4.4.9.6.1 <i>Mini Display</i> | 69 |
| Gambar 4.4.10.1 Pin | 70 |

DAFTAR DIAGRAM

| | |
|---|----|
| Diagram 1.5.1 Skema Perancangan | 6 |
| Diagram 3.1.1.2.1 Pengetahuan remaja tentang banyaknya jenis tumbuhan yang mengandung zat yang menyehatkan | 24 |
| Diagram 3.1.1.2.2 Pengetahuan remaja tentang adanya jenis ubi berwarna ungu | 24 |
| Diagram 3.1.1.2.3 Pendapat remaja mengenai ubi ungu | 25 |
| Diagram 3.1.1.2.4 Pengetahuan remaja mengenai ubi ungu yang berkhasiat bagi tubuh | 25 |
| Diagram 3.1.1.2.5 Pengalaman remaja mengkonsumsi ubi ungu | 26 |
| Diagram 3.1.1.2.6 Jumlah remaja yang memikirkan kesehatan pribadi | 26 |
| Diagram 3.1.1.2.7 Aktifitas remaja di luar rumah (<i>hangout</i>) | 27 |
| Diagram 3.1.1.2.8 Ketertarikan remaja dalam mengkonsumsi suatu makanan | 28 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 3.1.2.1 Analisa produk LAGEO | 30 |
| Tabel 3.1.2.2 Analisa produk Pringles | 32 |
| Tabel 3.1.2.3 Analisa produk <i>Love Juice Pomegranate</i> | 34 |
| Tabel 4.5.1 Rencana Anggaran Biaya (RAB) | 68 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|-------------------|---|----|
| <i>Lampiran A</i> | : Wawancara dengan <i>Drs.Meliana, M.Kes</i> | 80 |
| <i>Lampiran B</i> | : Wawancara dengan <i>DR. Dr. Iwan Budiman.</i> | 82 |
| <i>Lampiran C</i> | : <i>Kuesioner 1</i> | 84 |
| <i>Lampiran D</i> | : <i>Kuesioner 2</i> | 86 |
| <i>Lampiran E</i> | : <i>Budgeting</i> | 87 |
| <i>Lampiran F</i> | : <i>Sketsa</i> | 89 |