

# DAFTAR ISI

|                                                 |     |
|-------------------------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL .....                             | i   |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                         | ii  |
| KATA PENGANTAR .....                            | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN ..... | v   |
| PERNYATAAN PUBLIKASI.....                       | vi  |
| DAFTAR ISI .....                                | vii |

## BAB I PENDAHULUAN

|                                              |   |
|----------------------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang .....                     | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                    | 3 |
| 1.3 Tujuan Perancangan .....                 | 3 |
| 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data ..... | 4 |
| 1.5 Skema Perancangan .....                  | 5 |
| 1.6 Sistematika Penulisan .....              | 6 |

## BAB II LANDASAN TEORI

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| 2.1 <i>Brand</i> .....                    | 7  |
| 2.1.1 Pengertian <i>Brand</i> .....       | 7  |
| 2.1.2 Fungsi <i>Brand</i> .....           | 7  |
| 2.1.3 Manfaat <i>Brand</i> .....          | 8  |
| 2.2 Promosi .....                         | 9  |
| 2.2.1 Pengertian Promosi .....            | 9  |
| 2.2.2 Tujuan Promosi .....                | 9  |
| 2.3 Kemasan ( <i>Packaging</i> ).....     | 9  |
| 2.3.1 Pengertian dan Fungsi Kemasan ..... | 9  |
| 2.3.2 Struktur Sistem Kemasan .....       | 10 |
| 2.3.3 Peran Kemasan dalam Pemasaran ..... | 11 |
| 2.3.4 Faktor-Faktor Desain Kemasan .....  | 11 |

|       |                                 |    |
|-------|---------------------------------|----|
| 2.3.5 | Daya Tarik Desain Kemasan ..... | 13 |
| 2.3.6 | Kriteria Desain Kemasan .....   | 14 |
| 2.3.7 | Elemen Desain Kemasan .....     | 15 |
| 2.4   | Segmentasi Pasar .....          | 17 |
| 2.4.1 | <i>Targeting</i> .....          | 18 |
| 2.4.2 | <i>Positioning</i> .....        | 19 |

### **BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH MINUMAN TRADISIONAL KHAS PRIANGAN “HANJUANG”**

|         |                                                                                       |    |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1     | Data dan Fakta .....                                                                  | 21 |
| 3.1.1   | Profil Perusahaan CV Cihanjuang Inti Teknik .....                                     | 21 |
| 3.1.1.1 | Sejarah Perusahaan .....                                                              | 21 |
| 3.1.1.2 | Divisi Perusahaan .....                                                               | 23 |
| 3.1.1.3 | Visi dan Misi Perusahaan .....                                                        | 25 |
| 3.1.1.4 | Filosofi Perusahaan .....                                                             | 25 |
| 3.1.2   | Profil Produk Hanjuang .....                                                          | 25 |
| 3.1.2.1 | Jenis-Jenis Produk Minuman Tradisional .....                                          | 25 |
| 3.1.2.2 | Jenis-Jenis Produk Minuman Tradisional Khusus Dewasa .....                            | 27 |
| 3.1.2.3 | Jenis-Jenis Produk Makanan Ringan .....                                               | 27 |
| 3.1.2.4 | Manfaat Rempah-Rempah dalam Produk Minuman Tradisional Khas Priangan “Hanjuang” ..... | 28 |
| 3.1.2.5 | Distribusi Produk .....                                                               | 30 |
| 3.1.2.6 | Jenis-Jenis Kemasan Produk Hanjuang .....                                             | 30 |
| 3.1.3   | Fenomena Minuman Tradisional .....                                                    | 32 |
| 3.1.4   | Data Wawancara dengan Pihak CV Cihanjuang Inti Teknik .....                           | 35 |
| 3.1.5   | Data Kuesioner .....                                                                  | 37 |
| 3.1.6   | Testimonial Konsumen Minuman Tradisional Khas Priangan “Hanjuang” .....               | 43 |
| 3.1.7   | Studi Banding ( <i>Benchmarking</i> ) .....                                           | 44 |
| 3.1.7.1 | Tinjauan Terhadap Produk Sejenis di Pasaran .....                                     | 44 |
| 3.1.7.2 | Tinjauan Terhadap Kasus Pendukung Pemecahan Masalah .....                             | 47 |

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta .....                    | 51 |
| 3.2.1 Analisis STP Minuman Tradisional Khas Priangan “Hanjuang” ...                    | 51 |
| 3.2.2 Analisis SWOT Minuman Tradisional Khas Priangan “Hanjuang”                       | 52 |
| 3.2.3 Analisis Pemecahan Masalah Minuman Tradisional Khas Priangan<br>“Hanjuang” ..... | 53 |

## **BAB IV PEMECAHAN MASALAH**

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 4.1 Konsep Komunikasi .....                    | 56 |
| 4.2 Konsep Kreatif .....                       | 57 |
| 4.2.1 Gaya Gambar .....                        | 57 |
| 4.2.2 Gaya <i>Layout</i> dan Gaya Desain ..... | 58 |
| 4.2.3 Gaya Tipografi .....                     | 58 |
| 4.2.4 Warna .....                              | 59 |
| 4.2.5 Struktur dan Elemen Grafis .....         | 60 |
| 4.3 Konsep Media .....                         | 60 |
| 4.4 Hasil Karya .....                          | 62 |
| 4.4.1 Logo .....                               | 62 |
| 4.4.2 Kemasan .....                            | 64 |
| 4.4.2.1 Desain Kemasan Makanan .....           | 67 |
| 4.4.2.2 Desain Kemasan Minuman .....           | 68 |
| 4.4.2.3 Desain Kemasan Permen .....            | 70 |
| 4.4.2.4 Desain Kemasan Ekonomis .....          | 72 |
| 4.4.3 <i>Corporate Identity</i> .....          | 73 |
| 4.4.4 <i>Branding</i> .....                    | 74 |
| 4.4.4.1 Kantong Plastik .....                  | 74 |
| 4.4.4.2 <i>Paper Bag</i> .....                 | 75 |
| 4.4.4.3 Kendaraan Distribusi .....             | 75 |
| 4.4.4.4 <i>Store Display Stand</i> .....       | 76 |
| 4.4.4.5 Seragam Karyawan & <i>SPG</i> .....    | 76 |
| 4.4.5 Promosi .....                            | 77 |
| 4.4.5.1 <i>X-Banner</i> .....                  | 77 |
| 4.4.5.2 Poster .....                           | 78 |

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 4.4.5.3 Website ..... | 79 |
| 4.5 Budgeting .....   | 80 |

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan .....    | 85 |
| 5.2 Saran Penulis ..... | 85 |

|                      |    |
|----------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA ..... | 87 |
| DAFTAR ISTILAH ..... | 88 |
| LAMPIRAN .....       | 91 |

DATA PENULIS

UCAPAN TERIMA KASIH