

ABSTRAKSI

RE-BRANDING CEMILAN PEDAS MOMMY

Oleh :
Cyndie Glennisa
NRP 1164025

Mommy adalah *brand* perusahaan industri rumah tangga yang berdiri sejak Desember 2012. Mommy adalah pelopor inovasi cemilan pedas tradisional yang dikemas dalam *packaging* siap saji, yaitu seblak basah *instant*. Produknya kemudian dikembangkan dengan jenis produk basreng basah *instant*, dan *macaroni* basah *instant* dalam *packaging* yang *compact*, higienis, dan praktis.

Namun menurut hasil survey dan analisa penulis, Penjualan Mommy sebagai produk inovator cemilan pedas tradisional belum mencapai hasil yang diharapkan. Hal ini dikarenakan konsep brand secara visual masih belum maksimal, pangsa pasar masih belum jelas, dan persepsi visual yang ambigu.

Melalui bidang ilmu DKV, *re-branding* adalah salah satu pemecahan masalah untuk mengubah konsep *brand* dan visual yang dibutuhkan produk Mommy. Tujuannya, agar produknya memiliki identitas yang jelas sebagai produk cemilan pedas inovasi pertama dalam kemasan instant dengan gaya *fun* dan *modern*. Aktivasi *brand* dilakukan dengan perancangan media *packaging*, media *stand* dan *display*, media *website* dan sosial media, dilengkapi dengan beberapa media promosi seperti brosur, *flyer* dan *merchandise*.

Kata kunci : *re-branding*, cemilan pedas, Mommy

ABSTRACT

REBRANDING OF "MOMMY", A SPICY SNACK

Cyndie Glennisa/1164025

"Mommy" is a home industry brand which was established in December 2012. "Mommy" is the pioneer of traditional spicy snacks packaged in a ready to serve pack namely instant *seblak basah*. The products then be developed into instant *seblak basah* and instant *macaroni basah* in a compact, hygienic and practical packaging.

However, based on the result of the survey and the writer's analysis, the sales of "Mommy" as a pioneer in the spicy traditional snacks has not been successful. This is because the visual brand concept is not maximal, the market has not got a clear picture about the products and the visual perceptions are ambiguous.

Through DKV science, re-branding is one of the solutions to change the visual and branding concept needed by "Mommy" products. The goal is to give a clear identity as the first innovation spicy snack in instant packing product with fun and modern style. Brand activation is done by designing the packaging medium, stand media and display, website and social media, complemented by some promotional media such as brochures, flyers, and merchandise.

Key words: re-branding, spicy snacks, "Mommy"

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA dan LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI BAHASA INDONESIA	vii
ABSTRAKSI BAHASA INGGRIS	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Penulisan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4

BAB II : LANDASAN TEORI

2.1 <i>Branding</i>	6
2.2 <i>Re-Branding</i>	7
2.3 <i>Packaging</i>	8
2.4 <i>Corporate Identity</i>	9
2.5 Pemasaran	10
2.6 Warna	11

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta	13
3.1.1 Profil Perusahaan Mommyindo	13

3.1.2 Produk Cemilan Pedas	16
3.1.3 Data Hasil Observasi	20
3.1.4 Data Hasil Wawancara dan Kuesioner	21
3.1.5 Tinjauan terhadap Proyek Sejenis	27
3.2 Analisis Berdasarkan Data dan Fakta	31
3.3 Analisis Berdasarkan Teori	33
3.4 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan SWOT	
Cemilan Pedas Mommyindo	33
3.5 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan SWOT	
<i>Product dan Packaging</i> Mommyindo	35
3.6 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan STP	36

BAB IV : PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi.....	37
4.2 Konsep Visual.....	37
4.3 Konsep Media	40
4.4 Hasil Karya	
4.4.1 Logo	41
4.4.2 <i>Packaging</i>	46
4.4.3 Poster	49
4.4.4 <i>Stand</i>	49
4.4.5 <i>Website</i>	50
4.4.6 <i>Social Media display</i>	51
4.4.7 <i>Flyer</i>	52
4.4.8 <i>Merchandise</i>	53
4.4.8 <i>Box Packaging</i>	54
4.5 <i>Budgeting</i>	55

BAB V : PENUTUP

4.1 Kesimpulan	57
4.2 Saran	58

DAFTAR PUSTAKA	59
----------------------	----

LAMPIRAN	61
DATA PENULIS	xvi
UCAPAN TERIMAKASIH	xvii

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Diagram Pembagian berdasarkan Jenis Kelamin	23
Tabel 3.2	Diagram Pembagian berdasarkan Umur	23
Tabel 3.3	Diagram responden yang menyukai cemilan (kiri) Responden yang menyukai pedas (kanan)	23
Tabel 3.4	Diagram pembagian berdasarkan rasa yang diminati responden	24
Tabel 3.5	Diagram cemilan pedas yang diminati responden	24
Tabel 3.6	Diagram responden yang menyukai seblak basah, basreng dan macaraoni (kiri) Responden yang setuju jika cemilan pedas djadikan produk <i>instant</i> (kanan)	25
Tabel 3.7	Diagram Respondem yang mengetahui produk Mommy ...	25
Tabel 3.8	Diagram Harga yang Responden Setujui (kiri) Pendapat Responden pada Produk (kanan)	26
Tabel 3.9	Diagram Pendapat Responden Pada Produk jika Dijadikan sebagai Buah Tangan	26
Tabel 3.10	Diagram Pendapat Responden terhadap Sebuah Produk Baru yang Perlu Ditonjolkan	27
Tabel 4.1	Tabel Budgeting	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan	5
Gambar 3.1	Logo Mommy	13
Gambar 3.2	Produk Seblak Basah Mommy	14
Gambar 3.3	Logo Mommy	15
Gambar 3.4	Karakter Mommy	16
Gambar 3.5	Seblak Basah PKL	17
Gambar 3.6	Basreng Kering	19
Gambar 3.7	Bentuk <i>Macaroni</i>	19
Gambar 3.8	Foto Seblak Basah PKL	20
Gambar 3.9	Foto Produk Seblak Basah <i>Instant</i> Mommy	21
Gambar 3.10	Logo Maicih (kiri) Layout Packaging Maicih (kanan)	29
Gambar 3.11	<i>Packaging</i> Molen Durian Primarasa	30
Gambar 3.12	<i>Packaging Mie Instant</i>	30
Gambar 4.1	Logo Mommy Lama	41
Gambar 4.2	Logo Mommy Baru	41
Gambar 4.3	Logo <i>Grid</i> Mommy	43
Gambar 4.4	Logo Colour Mommy	43
Gambar 4.5	Logo Minimum Print	44
Gambar 4.6	Karakter Mommy Lama	44
Gambar 4.7	Karakter Mommy Baru	45
Gambar 4.8	<i>Packaging Cup</i> Seblak Basah Mommy	46
Gambar 4.9	<i>Packaging Cup</i> Basreng Basah Mommy	47
Gambar 4.10	<i>Packaging Cup Macaroni</i> Basah Mommy	47
Gambar 4.11	<i>Packaging Special Edition</i> Mommy	48
Gambar 4.12	Poster Mommy	49
Gambar 4.13	<i>Stand</i> Mommy	50
Gambar 4.14	<i>Website</i> Mommy	51
Gambar 4.15	<i>Social Media</i>	52
Gambar 4.16	<i>Flyer</i> Mommy	52
Gambar 4.17	<i>Merchandise Notes</i> Mommy	53

Gambar 4.18	<i>Merchandise Celemek Mommy</i>	54
Gambar 4.19	<i>Box Packaging Mommy</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Proses Visual karya Tugas Akhir	61
Lampiran B	Wawancara dengan Bapak Lofty	74
Lampiran C	Tabel Kuisisioner	75
Lampiran D	Lembar Asistensi	78