

## **ABSTRAK**

### ***BRANDING* RENDANG MAK HITAM SEBAGAI POTENSI KULINER KHAS INDONESIA**

Oleh  
**M. Irsyad**  
**NRP 0864236**

Negara Indonesia adalah negara kepulauan dengan sumber daya alam, budaya, suku, bahasa dan agama yang beragam. Keanekaragaman budaya Indonesia tersebut salah satunya terwujud dalam bentuk masakan khas atau tradisional. Salah satu masakan khas Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO sebagai salah satu makanan terlezat di dunia adalah rendang yang berasal dari Sumatera Barat. Rendang hitam Mak Hitam merupakan salah satu varian rendang dengan keunikan berbentuk dadu, berwarna hitam, dan memiliki tekstur seperti batu.

Tujuan dari perancangan ini adalah diharapkan rendang hitam Mak Hitam dapat dikenal oleh masyarakat luas, sehingga dapat menaikkan citra Rendang Mak Hitam. Perancangan produk kemasan untuk mempromosikan dan memasarkan rendang hitam Mak Hitam dilakukan dengan pendekatan visual yang menarik dan disesuaikan dengan *target user*.

Metode yang digunakan dalam *branding* rendang hitam Mak Hitam adalah logo *brand*, *packaging*, *stationery*, *website*, iklan di media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, serta advetorial majalah. Melalui *branding* rendang hitam Mak Hitam diharapkan dapat mengkomunikasikan asal-usul atau identitas dari keberadaan rendang hitam Mak Hitam sebagai salah satu makanan khas Sumatera Barat yang memiliki potensi untuk mengangkat citra daerah asal produksinya.

Kata kunci: Kuliner, Promosi, *branding*, Rendang Hitam, Sumatera Barat.

## **ABSTRACT**

### **BRANDING MAK HITAM RENDANG TO POTENTIALY BE ONE OF THE INDONESIAN UNIQUE CULINARY**

Oleh  
**M. Irsyad**  
**NRP 0864236**

Indonesia is an archipelago country with diverse natural resources, culture, ethnicity, language and religion. One of the cultural diversity is materialized in the form of a typical or traditional cuisine. One of Indonesian cuisine that has been recognized by UNESCO as one of the most delicious food in the world is rendang from West Sumatra. Mak Hitam rendang is one variant of rendang with unique dice shape, black, and has a texture like a stone.

The objective of this scheme is to raise the image of the Mak Hitam rendang so that it can be recognized by the public. The design of the packaging of Mak Hitam products is aimed to promote and market Mak Hitam rendang and it is done by applying an attractive visual approach and tailored to the target user.

The method used in branding Mak Hitam rendang is by using a brand logo, packaging, stationery, website, advertising in social media like Instagram, Facebook, Twitter, and advetorial magazine. Through this branding, Mak Hitam rendang is expected to communicate the origin or identity of the existence of black Mak Hitam rendang as one of the typical food from West Sumatera that has the potential to improve the image of the area of its origin.

**Keywords:** Culinary, Promotion, branding, Rendang Black, West Sumatera.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN .....	iii
PERYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup .....	3
1.2.1 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Perancangan .....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	4
1.4.1 Sumber Data Primer .....	4

1.4.2 Skema Perancangan .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
2.1 Pengertian Kebudayaan .....	6
2.2 Jenis Kebudayaan yang Ada di Indonesia .....	9
2.2.1 Budaya Nasional .....	9
2.2.2 Budaya Daerah .....	10
2.3 Wujud Kebudayaan Indonesia .....	10
2.3.1 Wujud kebudayaan Nasional .....	10
2.3.2 Wujud Kebudayaan Daerah.....	10
2.4 Cara Makan di Indonesia .....	11
2.5 Budaya Makan di Sumatera Barat .....	12
2.6 Masakan Sumatera Barat .....	13
2.6.1 Kuliner Rendang .....	13
2.7 <i>Brand</i> .....	15
2.7.1 Definisi <i>Brand</i> .....	15
2.7.2 <i>Branding</i> dan Strategi .....	16
2.7.2.1 <i>Brand Positioning</i> .....	16
2.7.2.2 <i>Brand Identity</i> .....	16
2.7.2.3 <i>Brand Personality</i> .....	17
2.7.2.4 <i>Brand Communication</i> .....	17

2.7.2.5 <i>Brand Equity</i> .....	17
2.7.3 Teori Tentang Logo .....	19
2.8 Teori Tentang Fotografi .....	20
2.8.1 Definisi Fotografi .....	20
2.8.2 Jenis Fotografi .....	21
2.7 <i>Packaging</i> .....	23
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....</b>	<b>24</b>
3.1 Data dan Fakta.....	24
3.1.1 Mandatori: Rendang Mak Hitam .....	24
3.1.2 Data, Wawancara, dan Kuesioner .....	26
3.1.3 Tinjauan Proyek Sejenis .....	36
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan fakta .....	37
3.2.1 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> .....	38
3.2.2 SWOT .....	39
<b>BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....</b>	<b>42</b>
4.1 Konsep Komunikasi .....	42
4.2 Konsep Kreatif .....	43
4.2.1 Konsep Visual .....	44
4.2.2.1 Warna .....	45
4.2.2.2 Tipografi .....	46

4.2.2.3 Desain .....	47
4.3 Konsep Media .....	47
4.4 Hasil Karya .....	48
4.4.1 Logo <i>Rebranding</i> Rendang Mak Hitam .....	49
4.4.2 <i>Packaging</i> Rendang Mak Hitam .....	50
4.4.2.1 <i>Packaging</i> Primer.....	50
4.4.2.2 <i>Packaging Secondary</i> .....	51
4.4.3 <i>Stationery</i> Rendang Mak Hitam .....	52
4.4.3.1 Kartu Nama .....	52
4.4.3.2 Kop Surat .....	52
4.4.3.3 Amplop Surat .....	54
4.4.4 <i>Website</i> Rendang Mak Hitam .....	55
4.4.5 Advertorial Majalah .....	56
4.4.6 Sosial Media .....	57
4.4.6.1 Facebook .....	57
4.4.6.2 Instagram .....	57
4.4.6.3 Aplikasi Media Poster.....	58
4.4.6.4 Aplikasi Media <i>Banner</i> .....	59
4.4.6.5 Food Display.....	59
4.4.7 Rancangan Anggaran .....	60

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan .....	5
Gambar 3.1 Logo Rendang Mak Hitam .....	24
Gambar 3.2 Foto Wawancara Dengan <i>Owner</i> .....	26
Gambar 3.1 Diagram responden pecinta kuliner .....	30
Gambar 3.2 Diagram jenis makanan yang disukai .....	31
Gambar 3.3 Jenis masakan Indonesia yang disukai .....	31
Gambar 3.4 Diagram penikmat masakan padang .....	32
Gambar 3.5 Diagram jenis masakan Padang yang disukai .....	32
Gambar 3.6 Diagram pengetahuan tentang Rendang Hitam .....	33
Gambar 3.7 Diagram ketertarikan responden untuk mencoba Rendang Hitam .....	33
Gambar 3.8 Diagram pengetahuan responden pada merk Rendang Hitam Mak Hitam .....	34
Gambar 3.9 Diagram kelayakan Rendang Hitam untuk dipromosikan .....	35
Gambar 3.10 Diagram pendapat responden untuk Rendang Hitam Mak Hitam .....	35
Gambar 4.1 <i>Colour Value</i> Rendang Mak Hitam .....	46
Gambar 4.2 Logo Rendang Mak Hitam .....	49
Gambar 4.3 <i>Packaging</i> kaleng sebagai <i>packaging</i> primer Rendang Mak Hitam .....	50
Gambar 4.4 <i>Packaging box</i> sebagai <i>packaging secondary</i> Rendang Mak Hitam .....	51
Gambar 4.5 Kartu Nama Rendang Mak Hitam .....	52
Gambar 4.6 Kop Surat Rendang Mak Hitam .....	53



Gambar 4.7 Amplop Rendang Mak Hitam .....	54
Gambar 4.8 <i>Website</i> Rendang Mak Hitam .....	55
Gambar 4.9 <i>Advertorial</i> Koran Rendang Mak Hitam .....	56
Gambar 4.10 Facebook Rendang Mak Hitam .....	57
Gambar 4.11 Instagram Rendang Mak Hitam .....	58
Gambar 4.12 Aplikasi Media Poster Rendang Mak Hitam .....	58
Gambar 4.13 <i>Banner</i> Rendang Mak Hitam .....	59
Gambar 4.14 <i>Food Display</i> Rendang Mak Hitam .....	59
Gambar 4.15 Rancangan Anggaran .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tinjauan Produk Rendang .....	36
Tabel 4.1 Rancangan Anggaran .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Daftar Kuesioner.....	63
	Draft Logo Thumbnails.....	76
	Sketsa Logo.....	76
	Sketsa Packaging Primer.....	77
	Sketsa Packaging Secondary.....	78
	Sketsa Food Display.....	79