

ABSTRAK

PERANCANGAN *BRANDING* DAN PROMOSI PRODUK OLAHAN BUAH NAGA MERAH PT. TRISNA NAGA ASIH SUBANG

Oleh

Syaban Nugraha

NRP 1064068

PT. Trisna Naga Asih Subang telah memiliki merk dagang “Geulis” untuk produk buah naga merahnya. Produk “Geulis” ini telah masuk ke beberapa toko di Kota Jakarta dan Bandung, Namun harga yang ditekan oleh toko membuat perusahaan ini kesulitan untuk menutupi biaya produksi dan jumlah buah naga merah dari perkebunan yang banyak sehingga produk buah naga merah menumpuk di gudang penyimpanan.

Maka dari itu, tujuan perancangan branding dan promosi produk olahan buah naga merah ini adalah untuk membuat identitas dari produk ini memiliki tampilan yang menarik. Serta menginformasikan kepada konsumen tentang manfaat yang dimiliki oleh buah naga merah bagi kesehatan tubuh melalui media informasi yang tepat dan menarik. Selain itu manfaat yang didapat dari pengembangan produk dengan perancangan branding dan promosi bagi perusahaan adalah meningkatkan profit.

Metode yang digunakan adalah membuat branding dan promosi. Seperti pembuatan nama produk, logo dan packaging yang didukung oleh media promosi Instagram dan website sebagai media utama serta poster, iklan majalah, iklan koran dan *ambient* media sebagai media promosi pendukung. Melalui perancangan branding dan promosi produk olahan ini masyarakat bisa mengetahui tentang keberadaan dan manfaat produk.

Kata Kunci : branding, buah, produk, promosi, Subang

ABSTRACT

THE REBRANDING AND PROMOTION DESIGN OF THE RED DRAGON FRUIT PRODUCTS OF TRISNA NAGA ASIH Ltd. SUBANG

Syaban Nugraha/1064068

Trisna Naga Asih Ltd. Subang has the trading brand ‘Geulis’ for their red dragon fruit products. “Geulis” is available at stores in Jakarta and Bandung. However, as the stores put pressure on the price, the company is struggling to cover the production cost, worsen by the over-supply of the fruit which makes it being stuck in the storage.

For this reason, the aim of this branding and promotion design is to create an identity for this product as well as to have a better appearance. This design is also expected to provide their customers with information about the benefits of consuming the fruit for their health through an appropriate and interesting media. Another advantage for the company is to increase their profit.

The method used in this design is by creating the name of the product, logo, and packaging. This campaign is also supported by using instagram and website as the main medium for posters, advertisement in a magazine, newspaper and ambient media. Through the branding and promotion design, it is hoped that people will know about the existence and benefits of the products.

Keywords: branding, fruit, products, promotion, Subang

DAFTAR ISI

Cover	i
Lembar Pengesahan	ii
Pernyataan Orisinalitas Laporan Penelitian	iii
Pernyataan Publikasi Laporan Penelitian	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xiii
Daftar Diagram	xv
Daftar Tabel	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Perancangan	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Branding	6
2.1.1. Pengertian Branding	6
2.1.2. Pengertian Brand	6
2.1.3 <i>Brand Image</i>	7
2.2. Produk	8
2.2.1. Pengertian Produk	8

2.2.2. Klasifikasi Produk	9
2.2.3. Diversifikasi Produk	11
2.2.4. Pengembangan Produk (<i>Product Development</i>)	12
2.3. Desain Pengemasan	13
2.3.1. Pengertian Desain Kemasan	13
2.3.2. Peran <i>Packaging</i> untuk <i>Branding</i>	13
2.4. Promosi	14
2.4.1. Pengertian Promosi	14
2.4.2. Bauran Promosi	14
2.5. Psikologi Perkembangan Masa Dewasa Dini	16
2.5.1. Ciri-ciri Masa Dewasa Dini	16
2.5.2. Mobilitas Sosial Pada Masa Dewasa Dini	16

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1. Data dan Fakta	17
3.1.1. Tentang Buah Naga	17
3.1.2. Perusahaan atau Lembaga Terkait	18
3.1.3. Data Tentang Gejala atau Fenomena yang Terjadi	22
3.1.4. Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	33
3.2. Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	34
3.2.1. Analisis (SWOT) PT.Trisna Naga Asih	34
3.2.2. Analisis (SWOT) Perancangan	35
3.2.3. Analisis (STP) Perancangan	36
3.2.4. Analisis Pemecahan Masalah	37

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1. Konsep <i>Visual</i>	38
4.2. Konsep Kreatif	39

4.3.	Konsep Media	40
4.4.	Hasil Karya	42
4.4.1.	Identitas	42
	A. Logo	42
	B. Warna	43
	C. <i>Font</i>	44
4.4.2.	<i>Packaging</i>	45
	A. Botol dan Label	45
	B. Segel	46
4.4.3.	Media Cetak	47
	A. Poster	47
	B. Iklan Majalah	53
4.4.4.	A. Sticker Lantai	55
	B. Desain Kulkas	56
4.4.5.	Media Sosial	50
	A. Instagram	57
4.4.6.	Media Elektronik / <i>Online</i>	58
	A. <i>Website</i>	58
	B. Video	60
4.4.7.	<i>Gimmick</i>	61
	A. <i>Tote Bag</i>	61
	B. Magnet Kulkas	62
	C. <i>Cutting Sticker</i>	62
	D. <i>Iphone Case</i>	63
	E. Handuk Olahraga	64
4.4.8.	<i>Budgeting</i>	65

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	66
5.2	Saran	67
5.2.1.	Saran bagi PT. Trisna Naga Asih	67
5.2.2.	Saran bagi sesama Peneliti	67
5.2.3.	Saran bagi sesama Designer	68
Daftar Pustaka		xviii
Daftar Lampiran		xix
Lampiran		xx
Data Penulis		xxi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Pohon Yang Sudah Berbuah	19
Gambar 3.2	Perkebunan Buah Naga	20
Gambar 3.3	Logo Dinas Pertanian Tanaman Pangan Kabupaten Subang	21
Gambar 4.2	Logo Fitgo	42
Gambar 4.3	<i>Coding</i> Rasa	42
Gambar 4.4	Kode Warna	43
Gambar 4.5	Contoh Font Bebas	44
Gambar 4.6	Contoh Font Helvetica Neue	44
Gambar 4.7	Contoh Font Globber SemiBold	44
Gambar 4.8	<i>Packaging</i> Tampak Depan	45
Gambar 4.9	<i>Packaging</i> Tampak Belakang	45
Gambar 4.10	Segel <i>Packaging</i>	46
Gambar 4.11	Media Promosi Print Ad Awareness 1	47
Gambar 4.12	Media Promosi Print Ad Awareness 2	48
Gambar 4.13	Media promosi Print Ad Informing 1	49
Gambar 4.14	Media promosi Print Ad Informing 2	50
Gambar 4.15	Media Promosi Print ad reminding 1	50
Gambar 4.16	Media Promosi Print ad reminding 2	50
Gambar 4.17	Iklan Majalah (Spread Page)	53
Gambar 4.18	Iklan Majalah (Advertorial)	53
Gambar 4.19	Aplikasi Iklan Majalah (Spread Page)	54

Gambar 4.20	Aplikasi Iklan Majalah (Advertorial)	54
Gambar 4.21	Stiker Lantai	55
Gambar 4.22	Aplikasi desain kulkas	56
Gambar 4.23	Pengaplikasian Pada Media Sosial Instagram	57
Gambar 4.24	Layout Website	58
Gambar 4.25	Pengaplikasian Website	59
Gambar 4.26	<i>Story Board</i> Video	60
Gambar 4.27	Tote Bag	61
Gambar 4.28	Magnet Kulkas	62
Gambar 4.29	<i>Cutting Sticker</i>	62
Gambar 4.30	<i>Iphone Case</i>	63
Gambar 4.31	Handuk Olahraga	64

DAFTAR DIAGRAM

Gambar 3.4	Diagram Hasil Kuisisioner Mengenai Usia	22
Gambar 3.5	Diagram Hasil Kuisisioner Mengenai Jenis Kelamin	23
Gambar 3.6	Diagram hasil kuisisioner mengenai seberapa sering mengkonsumsi buah-buahan	23
Gambar 3.7	Diagram hasil mengenai mengkonsumsi produk olahan dari buah-buahan	24
Gambar 3.8	Diagram hasil kuisisioner mengenai produk olahan buah yang suka dikonsumsi	24
Gambar 3.9	Diagram hasil kuisisioner mengenai apa yang diketahui tentang buah naga	25
Gambar 3.10	Diagram hasil kuisisioner mengenai pengetahuan terhadap buah naga merah	25
Gambar 3.11	Diagram hasil kuisisioner mengenai apakah pernah mengkonsumsi buah naga merah	26
Gambar 3.12	Diagram hasil kuisisioner mengenai apakah anda mengetahui produk buah naga merah merek “Geulis” asal Subang	26
Gambar 3.13	Diagram hasil kuisisioner mengenai apakah anda mengetahui adanya merek yang menjual produk olahan buah naga merah	27
Gambar 3.14	Diagram hasil kuisisioner mengenai produk olahan lebih praktis dikonsumsi	27
Gambar 3.15	Diagram hasil kuisisioner mengenai apakah yang membuat anda tertarik untuk membeli produk olahan buah	28
Gambar 3.16	Diagram hasil kuisisioner mengenai ketertarikan jika ada produk olahan buah naga merah dengan merek “Geulis”	28
Gambar 3.17	Diagram hasil kuisisioner mengenai dimana anda suka membeli produk olahan buah	29

Gambar 3.18 Diagram hasil kuisioner mengenai apakah desain dan warna kemasan mempengaruhi untuk membeli sebuah produk	29
Gambar 3.19 Diagram hasil kuisioner mengenai berapa pengeluaran untuk jajan perbulan	30
Gambar 3.20 Diagram hasil kuisioner tentang produk olahan buah naga merah mengenai media cetak yang sering di baca	30
Gambar 3.21 Diagram hasil kuisioner tentang produk olahan buah naga merah mengenai media sosial yang sering diakses	31

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	<i>Timeline</i> Media Promosi	41
Tabel 4.2	<i>Budgeting</i>	65

DAFTAR LAMPIRAN

Pertanyaan Wawancara	69
Pertanyaan Kuisisioner	70
Sketsa logo	73
Sketsa logo alternatif digital	76
Alternatif <i>packaging</i>	79