

ABSTRACT

REBRANDING AND PROMOTION OF CASSAVA PRODUCTS MADE BY *CIRENDEU* TRADITIONAL VILLAGE

Sandra Suwarni Setiyadi

0964222

Cirende Traditional Village is one of the villages which believes in Sundanese *Wiwitan* and still preserves the tradition of consuming cassava. This village produces various food made from cassava as their additional income. There are many variant of products made by *Cirende* Traditional Village, such as eggroll, cassava *dendeng*, cassava *cireng*, cheesestick, rangginang, opak, and others. However, their products are still lack of identity and only a few people know about these products. Therefore, it is deemed important to do a rebranding and promotion to increase people's interest in buying local products such as *Cirende* cassava products. The concepts of this branding are traditional and low budget. Traditional because the village still holds on their tradition, and the production process of their cassava by *Cirende* Village still traditional. The low budget is applied to the simple packaging as its main media. The packaging will use inexpensive material that is affordable and practical such as samson paper which is printed with only one color for the target market of middle economy-class people. Most of the media of promotion are social media, such as Facebook, Twitter, and Instagram. Other means of promotion are by using merchandise for instance mug and totebag. By rebranding and promoting the products, people will know more about *Cirende* Traditional Village and can help preserving Indonesian culture as well as helping to increase public interest to buy local products like *Cirende* cassava products.

Keywords: *Cirende*, Cassava, Food, Promotion, Re-branding

ABSTRAK

RE-BRANDING DAN PROMOSI PRODUKSI HASIL OLAHAN SINGKONG KAMPUNG ADAT CIRENDEU

Oleh
Sandra Suwarni Setiyadi
NRP 0964222

Kampung Adat Cirendeui adalah salah satu kampung yang menganut Sunda Wiwitan dan masih mempertahankan budaya mengkonsumsi singkong secara turun temurun. Kampung Adat Cirendeui menghasilkan produk olahan singkong sebagai mata pencaharian tambahan. Ada berbagai macam varian produk olahan yang dihasilkan, antara lain adalah *eggroll*, *dendeng singkong*, *cireng singkong*, *cheesestick*, *rangginang*, *opak*, dan masih banyak produk lainnya.. Tetapi mereka masih belum mempunyai identitas sehingga belum banyak dikenal oleh masyarakat lokal. Karena itu, diperlukan *re-branding* dan promosi untuk meningkatkan minat masyarakat untuk membeli produk lokal seperti produk singkong Cirendeui. Konsep dari Re-branding ini adalah tradisional dan *low budget*. Tradisional karena produk yang diolah berbahan dasar singkong yang pengolahannya hanya secara tradisional dengan peralatan yang masih sederhana. *Low budget* diterapkan pada kemasan dengan desain yang sederhana sebagai media utamanya, dengan media yang cukup murah, terjangkau, dan praktis untuk target menengah, seperti kertas samson yang di print hanya dengan satu warna saja. Sebagian besar media promosi yang digunakan adalah media sosial, seperti *facebook*, *twitter*, dan *instagram*. Promosi lainnya menggunakan *merchandise*, seperti mug dan *totebag*. Adanya *re-branding* dan promosi produk hasil olahan singkong Kampung Adat Cirendeui diharapkan masyarakat bisa lebih mengenal Kampung Adat Cirendeui dan ikut membantu melestarikan budaya di Indonesia dan membantu meningkatkan minat masyarakat untuk membeli produk lokal seperti produk singkong Cirendeui.

Kata kunci : Cirendeui, Makanan, Promosi, *Re-branding*, Singkong

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN PENELITIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	73
DAFTAR LAMPIRAN	

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teori <i>Re-Branding</i>	5
2.2 Teori <i>Promosi</i>	5
2.3 Teori Logo	7
2.4 Teori Kemasan	10
2.5 Teori Warna	13
2.6 Teori Tipografi	14
2.7 Teori Segmentasi	15

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 DATA DAN FAKTA	
3.1.1 Mandatori	19
3.1.2 Kampung Adat Cirendeudeu Dengan Budayanya yang Unik	22
3.1.3 Sejarah Kampung Adat Cirendeudeu	23
3.1.4 Proses Pengolahan Singkong dan Produksinya	25

3.1.5 Kampung Adat Cirendeu Sebagai Tempat Pengolahan Singkong	25
3.1.6 Balai Desa	27
3.1.7 Kesimpulan Hasil Survey	29
3.1.8 Tinjauan Terhadap Proyek atau Persoalan Sejenis	36
3.1.9 Analisis Terhadap Permasalahan Terhadap Data dan Fakta	37

BAB IV HASIL KARYA

4.1 KONSEP KOMUNIKASI.....	40
4.2 KONSEP KREATIF	41
4.3 KONSEP MEDIA	44
4.3.1 BUDGETING	44
4.4 HASIL KARYA	48
a. Logo	47
b. Tipografi	49
c. Kemasan	55

BAB V PENUTUP

5.1 KESIMPULAN	72
5.2 SARAN.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Display Ruang Dalam.....	28
Gambar 3.2 Display Bagian Luar Balai Desa.....	28
Gambar 3.3 Chocodot.....	29
Gambar 3.4 Stilasi Pohon Singkong.....	39
Gambar 3.5 Stilasi Jenis Produk.....	40
Gambar 3.6 Stilasi Petani	40
Gambar 3.7 Logo asli Ketelos	43
Gambar 3.8 Konsep Logo	40
Gambar 3.9 Grid Logo	44
Gambar 3.10 Ukuran Logo	44
Gambar 3.11 Logo B&W	45
Gambar 3.12 Logo Grey	46
Gambar 3.13 Logo Putih	46
Gambar 3.14 Do & Don't.....	47
Gambar 3.15 Packaging Lama 1	48
Gambar 3.16 Packaging Lama 2	49
Gambar 3.17 Packaging Lama 3	50
Gambar 3.18 Label Eggroll Sebelum Dicetak.....	52
Gambar 3.19 Label Eggroll Sesudah Dicetak	52
Gambar 3.20 Label Eggroll Besar Sebelum Dicetak.....	53
Gambar 3.21 Label Eggroll Besar Setelah Dicetak.....	54
Gambar 3.22 Kemasan Cheesestick sebelum Dicetak.....	55
Gambar 3.23 Kemasan Cheesestick Sesudah Dicetak.....	56
Gambar 3.24 Kemasan Cireng Sebelum Dicetak	57
Gambar 3.25 Kemasan Cireng Setelah Dicetak	57
Gambar 3.26 Kemasan Dendeng Sebelum Dicetak.....	58
Gambar 3.27 Kemasan Dendeng Setelah Dicetak.....	58
Gambar 3.28 Poster Promosi	59
Gambar 3.29 Brosur	60
Gambar 3.30 Banner.....	61

Gambar 3.31 Voucher.....	62
Gambar 3.32 Seragam Staff 1.....	63
Gambar 3.33 Apron	64
Gambar 3.34 T-shirt	64
Gambar 3.35 Stiker.....	65
Gambar 3.36 Mug.....	65
Gambar 3.37 About Us	66
Gambar 3.38 Contact Us	66
Gambar 3.39 Galery	67
Gambar 3.40 Menu	67
Gambar 3.41 News	68
Gambar 3.42 Home.....	68



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Budgeting	41
---------------------------------	----

