

ABSTRAK

PROMOSI DAN PERANCANGAN KEMASAN MAKANAN TRADISIONAL BORONDONG UNTUK WARGA LOKAL DAN WISATAWAN DI KOTA BANDUNG

Oleh
Veronica Cindy Chyntia Yusica
NRP 1264021

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia, yang memiliki beragam suku, budaya, serta makanan tradisional. Sebagai contoh kota Bandung di pulau Jawa memiliki berbagai makanan tradisional dengan cita rasa menarik. Sayangnya pembuat makanan tradisional kurang memperhatikan kemasannya sehingga sebagian biasanya kurang menarik dan tidak dapat bersaing dengan produk luar. Banyak makanan dari luar yang kemasannya lebih menarik daripada kemasan makanan tradisional Bandung, dan ada sebuah penelitian yang menunjukkan bahwa dalam membeli produk, konsumen memperhatikan daya tarik visual kemasan.

Makanan tradisional Bandung sekarang ini sudah jarang dikonsumsi oleh warga Bandung sendiri, salah satunya Borondong. Oleh sebab itu, Borondong perlu dipromosikan dan kemasannya dibuat menjadi lebih menarik. Penulis mengangkat permasalahan ini, agar Borondong kembali diingat dan diminati oleh warga Bandung serta dikenal wisatawan. Manfaatnya, agar dapat melestarikan Borondong serta bahan baku lokalnya dan menjaga kekhasan produk daerah Majalaya.

Metode yang digunakan ialah merancang logo, maskot, dan kemasan sebagai media utamanya. Sedangkan media promosi pendukungnya ialah iklan *Instagram*, *x-banner*, *ambient media*, *leaflet*, dan *gimmick*. Melalui promosi dan perancangan kemasan Borondong ini, warga lokal dan wisatawan Bandung menjadi tertarik mengonsumsi Borondong sebagai kudapan dan Borondong bisa menjadi terkenal.

Kata kunci: Bandung, Borondong, kemasan, promosi, tradisional.

ABSTRACT

PROMOTION AND PACKAGING DESIGN OF THE TRADITIONAL FOOD BORONDONG FOR LOCAL PEOPLE AND VISITORS OF BANDUNG

Submitted by
Veronica Cindy Chyntia Yusica
NRP 1264021

Indonesia is the biggest archipelago in the world which has many tribes, cultures, and traditional food. For example, Bandung in Java has many kinds of traditional food with interesting tastes. Unfortunately, the traditional food sellers do not really pay attention to the packaging so that usually they are not attractive and they cannot compete with imported products. There are many products whose packaging is more attractive than that of Bandung traditional food. In a research it is found that consumers pay attention to the visual attraction of the package.

Nowadays Bandung people rarely eat Bandung traditional food, one of which is Borondong. Therefore, Borondong needs to be promoted by making the packaging more attractive. The topic is chosen so that Borondong can be popular for Bandung people and visitors. The benefit is that Borondong can be promoted and preserved so that the typical local food of Majalaya can also be preserved.

The method used is designing a logo, mascot, and packaging as the main media. Besides, the supporting media are Instagram advertisement, x-banner, ambient media, leaflet, and gimmick. Through this promotion and packaging design of Borondong, Bandung people and visitors are expected to be more attracted to have Borondong as a snack and Borondong can be widely known.

Keywords: Bandung, Borondong, packaging, promotion, traditional

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	5
BAB II: LANDASAN TEORI	8
2.1 Promosi	8
2.1.1 Tujuan Promosi.....	9
2.1.2 Bauran Promosi	10
2.2 Kemasan dan Label Kemasan	10
2.2.1 Fungsi Kemasan Dalam Promosi	11
2.2.2 Kemasan Makanan Tradisional dan Kemasan Makanan Modern ...	12
2.2.3 Kemasan Makanan Tradisional Bandung	13
2.2.4 Tren Kemasan Terkini	13

2.3 Makanan Tradisional	15
2.4 Lingkungan Bandung	16
2.5 Pariwisata Kota Bandung	18
2.6 Gaya Hidup Masyarakat Kalangan Menengah di Bandung	21
2.7 Psikologi Usia 21-30 Tahun	23
2.8 Kebiasaan Mengudap	24
2.9 Kemajuan Jejaring Sosial dan <i>E-Commerce</i>	25
2.9.1 Kemajuan Jejaring Sosial	25
2.9.2 <i>E-Commerce</i>	27
2.9.3 Promosi Melalui Instagram	29
 BAB III: DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1 Data dan Fakta	32
3.1.1 Profil Institusi Terkait	32
3.1.2 Observasi	38
3.1.3 Hasil Wawancara Dengan Narasumber	45
3.1.4 Hasil Kuesioner	52
3.1.5 Tinjauan Terhadap Proyek / Persoalan Sejenis	83
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	84
3.2.1 Hubungan Teori Dengan Data dan Fakta	84
3.2.2 Analisis SWOT	86
3.2.3 STP	87
 BAB IV: PEMECAHAN MASALAH	
4.1 Konsep Komunikasi	89
4.2 Konsep Kreatif	90
4.3 Konsep Media	96
4.4 Hasil Karya	98

BAB V: PENUTUP	119
5.1 Simpulan	119
5.2 Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	124



DAFTAR GAMBAR

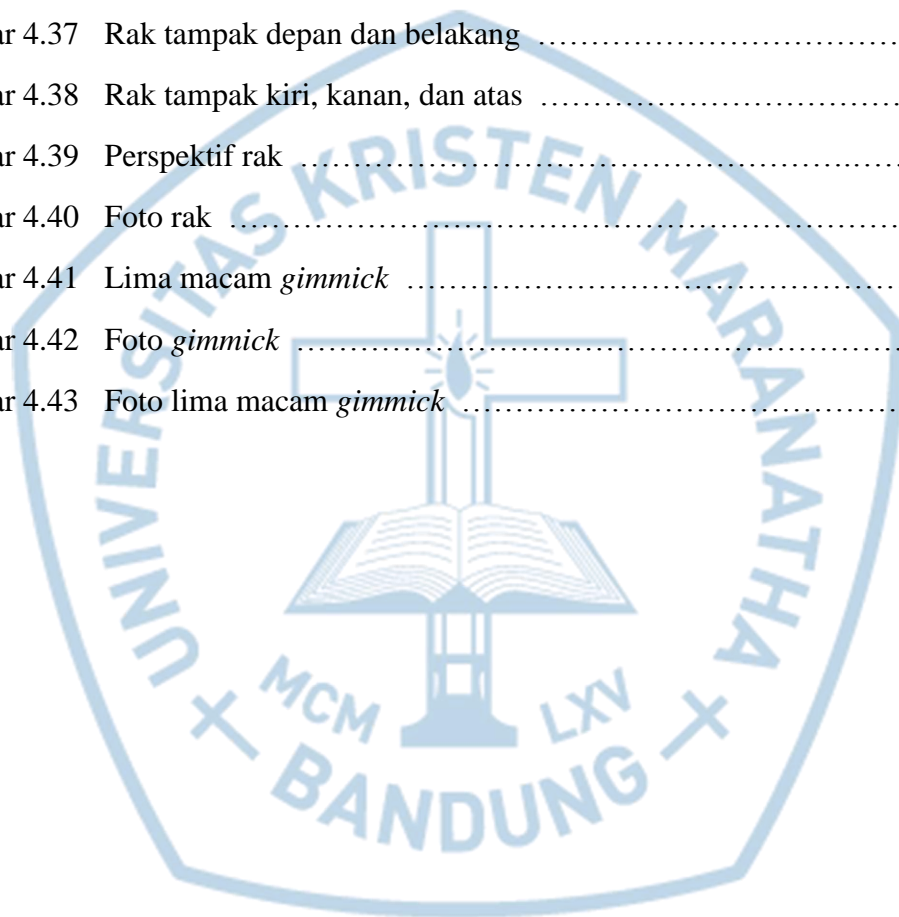
Gambar 3.1	Logo Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung	32
Gambar 3.2	Struktur Organisasi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung	34
Gambar 3.3	Logo <i>Bandung Tourism</i>	35
Gambar 3.4	Bagan Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata ...	37
Gambar 3.5	Salah satu pembuat Borondong di Majalaya	38
Gambar 3.6	Pembuatan isi Borondong Enten	39
Gambar 3.7	Pembuatan Borondong Enten	39
Gambar 3.8	Borondong Enten dikemas	39
Gambar 3.9	Borondong Enten dalam kemasan	40
Gambar 3.10	Pembuatan Borondong Cente	40
Gambar 3.11	Borondong Cente dicetak dengan mangkuk	40
Gambar 3.12	Borondong Cente dalam kemasan	41
Gambar 3.13	Borondong Cente Bulat dalam kemasan	41
Gambar 3.14	Gabah ketan yang tidak digunakan	42
Gambar 3.15	Kompur tradisional yang dinyalakan menggunakan kayu	42
Gambar 3.16	Toko oleh-oleh Berkah	42
Gambar 3.17	Toko oleh-oleh Selera	43
Gambar 3.18	Toko oleh-oleh Indo <i>Snack</i>	43
Gambar 3.19	Toko oleh-oleh Kabita	43
Gambar 3.20	Toko oleh-oleh Sari Rasa	44
Gambar 3.21	Toko oleh-oleh Kabita	44
Gambar 3.22	Toko oleh-oleh Berkah Sari	44
Gambar 3.23	Borondong Cente	45
Gambar 3.24	Rumah Kemasan Bandung	46
Gambar 3.25	Kemasan Tomini	47
Gambar 3.26	Kemasan Pin's	48

Gambar 3.27	Kemasan Titu Oke	48
Gambar 3.28	Kemasan dengan cetakan <i>offset</i>	50
Gambar 3.29	Kemasan dengan cetakan <i>rotogravure</i>	50
Gambar 3.30	<i>Paper metal</i>	51
Gambar 3.31	Kemasan dengan bahan <i>paper metal</i> , cetak <i>offset</i> , lamisai <i>doff</i> ..	51
Gambar 3.32	Diagram hasil kuesioner 1a	52
Gambar 3.33	Diagram hasil kuesioner 2a	53
Gambar 3.34	Diagram hasil kuesioner 3a	53
Gambar 3.35	Diagram hasil kuesioner 4a	54
Gambar 3.36	Diagram hasil kuesioner 5a	54
Gambar 3.37	Diagram hasil kuesioner 6a	55
Gambar 3.38	Diagram hasil kuesioner 7a	55
Gambar 3.39	Pertanyaan 8a bagian 1	56
Gambar 3.40	Diagram hasil kuesioner 8a bagian 1	56
Gambar 3.41	Pertanyaan 8a bagian 2	57
Gambar 3.42	Diagram hasil kuesioner 8a bagian 2	57
Gambar 3.43	Pertanyaan 8a bagian 3	58
Gambar 3.44	Diagram hasil kuesioner 8a bagian 3	58
Gambar 3.45	Diagram hasil kuesioner 9a	59
Gambar 3.46	Diagram hasil kuesioner 10a	59
Gambar 3.47	Diagram hasil kuesioner 11a	60
Gambar 3.48	Diagram hasil kuesioner 12a	60
Gambar 3.49	Diagram hasil kuesioner 13a	61
Gambar 3.50	Diagram hasil kuesioner 14a	62
Gambar 3.51	Diagram hasil kuesioner 15a	62
Gambar 3.52	Diagram hasil kuesioner 16a	63
Gambar 3.53	Diagram hasil kuesioner 17a	63
Gambar 3.54	Diagram hasil kuesioner 18a	64
Gambar 3.55	Diagram hasil kuesioner 1b	65

Gambar 3.56	Diagram hasil kuesioner 2b	65
Gambar 3.57	Diagram hasil kuesioner 3b	66
Gambar 3.58	Diagram hasil kuesioner 4b	67
Gambar 3.59	Diagram hasil kuesioner 5b	67
Gambar 3.60	Diagram hasil kuesioner 6b	68
Gambar 3.61	Pertanyaan 7b bagian 1	68
Gambar 3.62	Diagram hasil kuesioner 7b bagian 1	69
Gambar 3.63	Pertanyaan 7b bagian 2	69
Gambar 3.64	Diagram hasil kuesioner 7b bagian 2	70
Gambar 3.65	Pertanyaan 7b bagian 3	70
Gambar 3.66	Diagram hasil kuesioner 7b bagian 3	71
Gambar 3.67	Diagram hasil kuesioner 8b	71
Gambar 3.68	Diagram hasil kuesioner 9b	72
Gambar 3.69	Pertanyaan 10b bagian 1	72
Gambar 3.70	Diagram hasil kuesioner 10b bagian 1	73
Gambar 3.71	Pertanyaan 10b bagian 2	73
Gambar 3.72	Diagram hasil kuesioner 10b bagian 2	74
Gambar 3.73	Pertanyaan 10b bagian 3	74
Gambar 3.74	Diagram hasil kuesioner 10b bagian 3	75
Gambar 3.75	Diagram hasil kuesioner 11b	75
Gambar 3.76	Diagram hasil kuesioner 12b	76
Gambar 3.77	Diagram hasil kuesioner 13b	77
Gambar 3.78	Diagram hasil kuesioner 14b	77
Gambar 3.79	Diagram hasil kuesioner 15b	78
Gambar 3.80	Diagram hasil kuesioner 16b	79
Gambar 3.81	Diagram hasil kuesioner 17b	79
Gambar 3.82	Kemasan Chocodot	83
Gambar 3.83	Karya 1	84
Gambar 3.84	Karya 2	84

Gambar 4.1	Logo Utama Mairah	98
Gambar 4.2	Logo Borondong Bulat Gula Merah Mairah	98
Gambar 4.3	Logo Borondong Mangkuk Gula Putih Mairah	99
Gambar 4.4	Logo Borondong Mangkuk Gula Merah Mairah	99
Gambar 4.5	Logo Borondong Enten Mairah	99
Gambar 4.6	Maskot Borondong besar	100
Gambar 4.7	Maskot Borondong Enten	100
Gambar 4.8	Maskot Borondong kecil	101
Gambar 4.9	Maskot Borondong Mangkuk gula putih	101
Gambar 4.10	Maskot Borondong Mangkuk gula merah	102
Gambar 4.11	Jaring kemasan Borondong Besar	103
Gambar 4.12	Foto kemasan Borondong Besar tertutup	103
Gambar 4.13	Foto kemasan Borondong Besar terbuka	104
Gambar 4.14	Jaring kemasan Borondong Enten	104
Gambar 4.15	Foto kemasan Borondong Enten tertutup	105
Gambar 4.16	Foto kemasan Borondong Enten terbuka	105
Gambar 4.17	Jaring kemasan Borondong Cente	106
Gambar 4.18	Foto kemasan Borondong Cente tertutup	106
Gambar 4.19	Foto kemasan Borondong Cente terbuka	106
Gambar 4.20	Jaring kemasan Borondong Cente Mangkuk Gula Putih	107
Gambar 4.21	Foto kemasan Borondong Cente Mangkuk Gula Putih tertutup .	107
Gambar 4.22	Foto kemasan Borondong Cente Mangkuk Gula Putih terbuka .	107
Gambar 4.23	Jaring kemasan Borondong Cente Mangkuk Gula Merah	108
Gambar 4.24	Foto kemasan Borondong Cente Mangkuk Gula Merah tertutup.	108
Gambar 4.25	Foto kemasan Borondong Cente Mangkuk Gula Merah terbuka .	108
Gambar 4.26	Jaring <i>paper bag</i> untuk kemasan kotak	109
Gambar 4.27	Foto <i>paper bag</i> untuk kemasan kotak	109
Gambar 4.28	Jaring <i>paper bag</i> untuk kemasan segi delapan	110
Gambar 4.29	Foto <i>paper bag</i> untuk kemasan segi delapan	110

Gambar 4.30	Dua buah iklan <i>Instagram awareness</i> dan <i>informing</i>	111
Gambar 4.31	Dua buah iklan <i>Instagram reminding</i>	111
Gambar 4.32	<i>Mock-up</i> iklan <i>Instagram</i>	112
Gambar 4.33	<i>X-banner awareness</i> dan <i>informing</i>	112
Gambar 4.34	<i>X-banner reminding</i>	113
Gambar 4.35	Jaring <i>leaflet</i>	114
Gambar 4.36	Foto cara membuka <i>leaflet</i>	114
Gambar 4.37	Rak tampak depan dan belakang	115
Gambar 4.38	Rak tampak kiri, kanan, dan atas	115
Gambar 4.39	Perspektif rak	115
Gambar 4.40	Foto rak	116
Gambar 4.41	Lima macam <i>gimmick</i>	116
Gambar 4.42	Foto <i>gimmick</i>	116
Gambar 4.43	Foto lima macam <i>gimmick</i>	117



DAFTAR TABEL

Gambar 4.1	<i>Timeline</i>	117
Gambar 4.2	<i>Budgeting</i>	118



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Sketsa	124
------------	--------------	-----

