

ABSTRAK
REBRANDING DAN PROMOSI CAMILAN
TRADISIONAL KOLONTONG

Oleh

Cindy

NRP 1264044

Indonesia memiliki beranekaragam camilan tradisional ditatar sundapun memiliki beragam camilan tradisional salah satunya adalah kolontong. Camilan kolontong ini mirip dengan camilan *modern* yang banyak beredar di Indonesia, memiliki rasa yang khas dan berasal dari bahan baku yang alami. Namun karena tidak adanya promosi dan juga *brand*/merek dari camilan kolontong itu sendiri sehingga masyarakat kurang mengetahui tentang camilan kolontong tersebut. Bahkan masyarakat di kota Bandung dengan tingkat ekonomi menengah dan menengah keatas pun masih asing dengan camilan tradisional kolontong tersebut.

Tujuan perancangan ini adalah untuk mempromosikan dan memperkenalkan kembali camilan tradisional kolontong. Sebagian besar kaum muda sudah tidak mengenal camilan ini. Kolontong perlu diperkenalkan kepada kaum muda, karena makanan ini memiliki nilai budaya yang harus dilestarikan.

Maka itu, *rebranding* dan promosi perlu dilakukan agar produk ini dikenal dan diingat oleh masyarakat khususnya kaum muda di kota Bandung. Hal yang akan dilakukan dalam proses *rebranding* dan promosi ini adalah dengan pembuatan identitas diri dari camilan kolontong, kemasan dan juga untuk proses promosi adalah dengan mempromosikan produk di media sosial dan pembuatan *foodtruck*.

Kata kunci : *Fun, Modern, Makanan, Simple*

ABSTRACT

REBRANDING AND PROMOTION OF THE TRADITIONAL LIGHT MEAL KOLONTONG

Submitted by:

Cindy

NRP 1264044

Indonesia has a diversity of traditional light meal, one of which is Kolontong. This light meal resembles the light meal of the modern light meal that exists in Indonesia with distinctive taste and comes from the nature. However, there is no promotion or rebranding of the light meal that makes the society not know the existence of this light meal. Even people that come from the middle and high middle class are not familiar with the existence of Kolontong.

Therefore, the purpose of this design is to promote and reintroduce the traditional light meal called Kolontong. Most of the youngsters do not know a bit of the existence of this local meal. It is to be introduced to the youngsters because the light meal has a cultural value that must be preserved.

Therefore, rebranding and promotion needs to be done on Kolontong so that this product will be known and remembered by the society particularly the youngsters in Bandung. These things are materialized using the remaking of the identity of the light meal as well as the packaging and the promotion process of the product through social media and food truck.

Keywords fun, food, modern, simplicity

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS LAPORAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR DIAGRAM	xiv
 BAB I: PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.2.1 Rumusan Masalah	2
1.2.2 Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tinjauan Penciptaan Karya	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	4
 BAB II: LANDASAN TEORI.....	 5
2.1 Kajian Pustaka	5
2.1.1 Branding.....	5
2.1.2 Promosi dan Periklanan	5
a. Promosi	5
b. Periklanan/ <i>Advertising</i>	6
2.1.3 Strategi Pemasaran dan Media	7
2.1.4 AISAS	8
	viii

2.1.5 Kemasan Makanan	8
2.1.6 Logo	9
2.2 Tinjauan Faktual.....	9
2.2.1 Camilan atau Kudapan	9
2.2.2 Camilan Kolontong	10
2.2.3 Bahan Dasar	10
a. Beras Ketan	10
b. Gula Aren.....	10
c. Gula Pasir	10
2.2.4 Pengawet Alami	11
BAB III: DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	12
3.1 Data dan Fakta.....	12
3.1.1 Camilan Kolontong	12
3.1.2 Lembaga Terkait	12
a. BPOM-RI	12
b. Halal MUI	14
c. Pendaftaran Merek/ Haki	16
d. UKM	16
e. Bank BNI	17
f. Nestle	17
3.2 Hasil Kuisisioner.....	17
3.3 Tinjauan terhadap Kasus Sejenis.....	24
3.4 Analisis Terhadap Permasalahan berdasarkan Data dan Fakta	26
3.4.1 Branding	26
3.4.2 Promosi dan Periklanan.....	27
a. Promosi	27
b. Periklanan/ Advertising	28
3.4.3 Strategi Pemasaran dan Media	28
3.4.4 AISAS	29
3.4.5 Kemasan Makanan	29

3.4.6 Logo	30
3.5 SWOT	30
3.5.1 SWOT Kolontong	30
3.5.2 SWOT <i>Rebranding</i> dan Promosi.....	31
3.6 STP Camilan Kolontong	31
 BAB IV: PEMECAHAN MASALAH	 33
4.1 Konsep Komunikasi	33
4.2 Konsep Kreatif	33
4.3 Konsep Media	34
4.4 Hasil Karya	34
4.4.1 Logo I'm Krez.....	34
4.4.2 Kemasan.....	35
4.4.3 Iklan Media sosial	36
a. Iklan Media Sosial I'm Krez.....	37
b. Iklan Media Sosial <i>Food Truck</i>	37
4.4.4 Iklan Youtube (Video).....	38
4.4.5 <i>Food Truck</i>	38
a. Menu	39
b. Seragam Pegawai.....	40
c. Kemasan Khusus.....	40
d. <i>Merchandise</i>	41
e. <i>Stamp Card</i>	42
4.4.6 <i>Photo Challenge</i>	42
4.4.7 <i>Timeline</i>	44
4.4.8 <i>Budgeting</i>	44
a. Perhitungan Pembuatan Kemasan.....	44
b. Perhitungan Pembuatan Mobil <i>Foodtruck</i>	45
c. Perhitungan <i>Foodtruck</i>	45
 BAB V: PENUTUP	 46

5.1	Simpulan.....	46
5.2	Saran	46

DAFTAR PUSTAKA	xlvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xlvi
DATA PENULIS	lxiv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	lxv



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	<i>Timeline Promosi I'm Krez</i>	44
Tabel 4.2	<i>Budgeting Kemasan</i>	44
Tabel 4.3	<i>Budgeting Pembuatan Foodtruck</i>	45
Tabel 4.4	<i>Budgeting Foodtruck</i>	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan	4
Gambar 3.1	Pelang toko ibu Eulis	12
Gambar 3.2	Logo Sarikaya	24
Gambar 3.3	Kemasan Makanan	24
Gambar 3.4	<i>Event</i> Makanan dan <i>Booth</i>	25
Gambar 3.5	Produk Sarikaya dalam swalayan.....	25
Gambar 3.6	Promosi di Media Sosial	26
Gambar 4.1	Logo I'm Krez.....	34
Gambar 4.2	Kemasan I'm Krez	35
Gambar 4.3	Iklan Media Sosial (<i>Mockup</i>)	37
Gambar 4.4	Iklan Media Sosial I'm Krez.....	37
Gambar 4.5	Iklan Media Sosial <i>Foodtruck</i>	37
Gambar 4.6	Iklan Youtube.....	38
Gambar 4.7	<i>Foodtruck</i> I'm Krez.....	38
Gambar 4.8	Menu I'm Krez.....	39
Gambar 4.9	Seragam Pegawai I'm Krez.....	40
Gambar 4.10	Kemasan Khusus.....	40
Gambar 4.11	<i>Totebag</i>	41
Gambar 4.12	Gelas dan Botol Minum	41
Gambar 4.13	Stamp Card.....	42
Gambar 4.14	Poster Event	43

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1	Diagram Alir Proses Sertifikat Halal	15
Diagram 3.2	Frekuensi mengkonsumsi camilan tradisional pada dewasa muda.....	18
Diagram 3.3	Frekuensi mengkonsumsi camilan tradisional pada remaja akhir.....	18
Diagram 3.4	Frekuensi mengkonsumsi camilan tradisional pada orang tua .	19
Diagram 3.5	Pengetahuan camilan responden dewasa muda dari foto kolontong.....	20
Diagram 3.6	Pengetahuan camilan responden remaja dari foto kolontong.....	20
Diagram 3.7	Pengetahuan camilan responden orang tua dari foto kolontong.....	21
Diagram 3.8	Pengetahuan responden dewasa muda mengenai kolontong.....	22
Diagram 3.9	Pengetahuan responden remaja mengenai kolontong.....	22
Diagram 3.10	Pengetahuan responden orang tua mengenai kolontong.....	23