

## ABSTRAK

### REBRANDING REAL AND RAW OVERNIGHT OATS SEBAGAI SOLUSI MAKANAN SEHAT YANG PRAKTIS UNTUK PEKERJA KANTORAN DI KOTA BANDUNG

Oleh  
**Esther Rahayu Andarti**  
NRP 1264141

Real and Raw Overnight Oats merupakan makanan sehat pertama yang menggunakan metode *overnight oats*. Makanan ini sangat sesuai dengan gaya hidup saat ini yang menuntut orang-orang untuk bekerja lebih cepat dan efisien. Karena makanan ini selain memenuhi asupan gizi harian juga praktis untuk dikonsumsi. Namun sayangnya, brand ini belum memiliki identitas visual yang diolah dengan baik sehingga belum mendapatkan perhatian dari masyarakat khususnya targetnya yaitu wanita pekerja kantoran.

Tujuan dan manfaat perancangan ini adalah untuk meningkatkan *awareness* terhadap merk Real and Raw sebagai solusi makan sehat yang praktis serta meningkatkan minat masyarakat khususnya wanita pekerja kantoran terhadap makanan sehat.

Strategi komunikasi visual yang digunakan ialah dengan membuat logo dan kemasan baru untuk Real and Raw. Didukung dengan media promosi yang termasuk dari bagian *rebranding* yaitu *x-banner*, *website*, *instagram wall post*, *booth* dan seragam. Melalui perancangan ini masyarakat terutama pekerja kantoran dapat mengenali produk Real and Raw sebagai solusi makanan sehat yang praktis.

Kata Kunci : Gizi, Makanan Sehat, Pola Makan, Rebranding

## **ABSTRACT**

### **REBRANDING REAL AND RAW OVERNIGHT OATS AS A SOLUTION TO PRACTICAL HEALTHY FOOD FOR OFFICE WORKERS IN BANDUNG**

By  
**Esther Rahayu Andarti**  
**NRP 1264141**

Real and raw overnight oats is the first healthy food which makes use of the overnight oats method. This type of food fits the modern lifestyle which demands people to work faster and more efficiently as overnight oats is practical to eat in addition to their being high in daily nutrition. The sad thing is this brand has not got a visual identity. As a consequence, not many people, including career women who are the target of this product, are aware of their existence.

The purpose and benefit of this design is to increase awareness of the brand Real and Raw as a solution of practical healthy food and increase the interest of people, especially career women in healthy food.

The visual communication strategy which is used is making a logo and new packaging for Real and Raw supported by promotional media including x-banner, website, instagram wallposts, booth and uniforms. By this design people, especially office workers will be able to recognise Real and Raw product as a solution of practical and healthy food.

Keywords: rebranding, healthy food, eating habit, nutrition

## 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.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.2.1 Permasalahan.....	2
1.2.2 Ruang Lingkup .....	3
1.3 Tujuan Perancangan .....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan .....	5
BAB II : LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Teori Penunjang .....	6
2.1.1 Pola Makan Sehat .....	6
2.1.2 Karbohidrat.....	7
2.1.2.1 Serat.....	8

2.1.3 Serealialia .....	8
2.1.3.1 Oat .....	9
a. Granola .....	9
2.1.4 Biji Chia.....	9
2.1.5 Susu .....	10
2.1.5.1 Yoghurt.....	10
2.1.6 <i>Smoothie</i> .....	10
2.2 Teori <i>Branding</i> .....	11
2.2.1 Elemen <i>Brand</i> .....	11
2.3 Teori Pemasaran.....	15
2.3.1 Lima Alat Promosi.....	15
 BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	 17
3.1 Data dan Fakta.....	17
3.1.1 Perusahaan dan Lembaga Terkait.....	17
3.1.1.1 Real and Raw Overnight Oats.....	17
3.1.2 Tinjauan Terhadap Produk Sejenis.....	20
3.1.3 Wawancara .....	23
3.1.3.1 Wawancara dengan Dokter Ahli Gizi .....	23
3.1.3.2 Wawancara dengan Perwakilan Kalangan Pekerja Kantoran .....	24
3.1.4 Kuesioner.....	25
3.1.5 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	40
3.1.5.1 Segmentasi, Targeting, dan Positioning .....	40
3.1.5.2 Analisis SWOT produk Real and Raw Overnight Oats .....	42
3.1.5.3 Analisis SWOT perancangan identitas visual produk.....	43
 BAB IV : PEMECAHAN MASALAH .....	 45
4.1 Konsep Komunikasi .....	45
4.2 Konsep Kreatif .....	46
4.2.1 Visual .....	46
4.2.2 Warna .....	47
4.2.3 Tipografi.....	49

4.2.4	Kemasan.....	50
4.3	Konsep Media .....	51
4.3.1	Logo Real and Raw .....	51
4.3.2	Label Kemasan Real and Raw Overnight Oats.....	51
4.3.3	<i>Goodie Bag</i> .....	51
4.3.4	Iklan Instagram .....	52
4.3.4.1	<i>Paid Promote dan Endorsement</i> .....	52
4.3.4.2	<i>Event Instagram 15 Days Oatmeal Challenge dan Giveaway</i> .....	53
4.3.5	<i>Booth / Stand</i> .....	53
4.3.6	<i>Website</i> .....	53
4.3.7	Kartu Nama .....	54
4.3.8	<i>X-banner</i> .....	54
4.3.9	Seragam.....	54
4.4	Hasil Karya.....	55
4.4.1	Logo Real and Raw.....	55
4.4.2	Label Kemasan Real and Raw Overnight Oats.....	57
4.4.3	Goodie Bag .....	59
4.4.4	Iklan Instagram .....	59
4.4.4.1	<i>Paid Promote dan Endorsement</i> .....	60
4.4.4.2	<i>Event 15 Days Oatmeal Challenge dan Giveaway</i> .....	61
4.4.5	<i>Booth/Stand</i> .....	62
a)	<i>X-banner</i> .....	62
4.4.6	Website Real and Raw .....	63
4.4.7	Kartu Nama .....	64
4.4.8	Seragam.....	65
4.5	Budgeting .....	66
BAB V : PENUTUP .....		68
5.1	Simpulan .....	68
5.2	Saran .....	68
DAFTAR PUSTAKA .....		70

LAMPIRAN.....	72
DATA PENULIS .....	95
UCAPAN TERIMAKASIH.....	96



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Real and Raw Overnight Oats .....	17
Gambar 3.2	Produk-Produk Real and Raw Overnight Oats .....	18
Gambar 3.3	Logo Chia-Yo Healthy Parfait .....	20
Gambar 3.4	Produk Chia-Yo Healthy Parfait .....	20
Gambar 3.5	Logo Mini Me Dessert .....	21
Gambar 3.6	Mini Me <i>Dessert</i> .....	22
Gambar 3.7	Produk Yogurt Parfait dari Mini Me .....	22
Gambar 3.8	Produk Mini Me .....	23
Gambar 3.9	Diagram Hasil Kuesioner Biaya Makan Responden.....	25
Gambar 3.10	Diagram Hasil Kuesioner Jam Aktivitas Responden .....	26
Gambar 3.11	Diagram Hasil Kuesioner Frekuensi Sarapan Pagi Responden .....	26
Gambar 3.12	Diagram Hasil Kuesioner Menu Sarapan Responden .....	27
Gambar 3.13	Diagram Hasil Kuesioner Tentang Alasan Tidak Sarapan.....	28
Gambar 3.14	Diagram Hasil Kuesioner Menu Makan Siang Responden.....	28
Gambar 3.15	Diagram Hasil Kuesioner Pengetahuan Terhadap Makanan Olahan Gandum dan Oat .....	29
Gambar 3.16	Diagram Hasil Kuesioner Tentang Makanan Olahan Gandum dan Oat yang Pernah Dikonsumsi.....	30
Gambar 3.17	Diagram Hasil Kuesioner Pengetahuan Jenis Makanan Overnight Oat.....	30
Gambar 3.18	Diagram Hasil Kuisisioner Sumber Informasi Mengenai Jenis Makanan Overnight Oats .....	31
Gambar 3.19	Diagram Hasil Kuesioner Pengetahuan Produk Real and Raw.....	32
Gambar 3.20	Diagram Hasil Kuesioner Sumber Informasi Mengenai Produk Real And Raw Overnight Oats.....	33
Gambar 3.21	Diagram Hasil Kuesioner Minat Mencoba Produk Real and Raw Overnight Oats .....	33
Gambar 3.22	Diagram Hasil Kuesioner Alasan Tidak Ingin Mencoba Produk Real and Raw Overnight Oats.....	34

Gambar 3.23 Diagram Hasil Kuesioner Pendapat Mengenai Kekurangan Pada Kemasan Produk Real and Raw Overnight Oats.....	35
Gambar 3.24 Diagram Hasil Kuesioner Pendapat Mengenai Tambahan Pada Kemasan Produk Real and Raw Overnight Oats .....	36
Gambar 3.25 Diagram Hasil Kuesioner Pengetahuan Mengenai Produk Sejenis Real and Raw Overnight Oats.....	37
Gambar 3.26 Blend Smoothies “A” .....	37
Gambar 3.27 Muse Chocolate “B”.....	38
Gambar 3.28 Greek Yogurt “C” .....	38
Gambar 3.29 Snail Spray “D” .....	38
Gambar 3.31 Diagram Hasil Kuesioner Gaya Visual yang Menarik.....	39
Gambar 4.1 Ilustrasi untuk merk Real and Raw .....	46
Gambar 4.2 Pengaplikasian Ilustrasi sebagai motif dan layout .....	47
Gambar 4.3 Warna Brand .....	47
Gambar 4.4 Warna Logo.....	48
Gambar 4.5 Warna Varian Rasa.....	48
Gambar 4.6 Tipografi.....	49
Gambar 4.7 Kemasan Gelas Plastik Real and Raw Overnight Oats.....	50
Gambar 4.8 Logo Real and Raw setelah <i>rebranding</i> .....	55
Gambar 4.9 Logo Real and Raw versi warna, black and whiten dan invert.....	56
Gambar 4.10 Pengaplikasian lain dari logo Real and Raw .....	56
Gambar 4.11 Variasi Warna logo Real and Raw sesuai dengan varian rasa produk .....	56
Gambar 4.12 Kemasan Real and Raw dengan label samping.....	57
Gambar 4.13 Kemasan Real and Raw dengan label atas .....	58
Gambar 4.14 Kemasan Real and Raw akordeon dengan product knowledge .....	58
Gambar 4.15 Kemasan Real and Raw setelah di <i>rebranding</i> .....	58
Gambar 4.16 Goodie Bag Transparan Real and Raw .....	59
Gambar 4.17 Tampilan Wallpost Instagram Real and Raw.....	60
Gambar 4.18 Akun Instagram untuk Paid Promote dan .....	61
Gambar 4.19 Endorsement Iklan Event 15 Oatmeal Challenge di Instagram Real and Raw .....	61
Gambar 4.20 Booth Stand Real and Raw.....	62



Gambar 4.21 X-Banner Real and Raw.....	63
Gambar 4.22 Layout Website Real and Raw .....	63
Gambar 4.23 Layout Homepage Website Real and Raw.....	64
Gambar 4.24 Kartu Nama .....	65



## DAFTAR TABEL

Gambar 4.26 Tabel Budgeting ..... 65



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Pertanyaan Kuesioner Makanan Sehat dan Praktis .....	72
Lampiran B : Hasil wawancara dengan Dr. Grace Puspitasari M.Gizi.....	76
Lampiran C : Hasil wawancara dengan owner Real and Raw .....	80
Lampiran D : Hasil wawancara dengan perwakilan kalangan pekerja kantoran .....	86
Lampiran E : Lembar asistensi sketsa.....	91

