

## **ABSTRAK**

### **PERANCANGAN REBRANDING WARUNG KOPI PURNAMA**

**Oleh**

**Edrick Septianus**

**NRP 1264055**

Bandung merupakan salah satu kota kuliner yang masih menyimpan tempat-tempat kuliner tempo dulu, salah satunya adalah Warung Kopi Purnama yang berada di Jalan Alkateri. Berdiri dari tahun 1930 sampai sekarang dengan menu andalan yaitu kopi susu dan roti srikaya, begitu juga nuansa tempo dulu yang tetap terjaga. Namun belum terciptanya sistem brand yang konsisten, karena menggunakan image lama yang muncul dari masyarakat.

Tujuan perancangan ini adalah melakukan rebranding Warung Kopi Purnama, dengan membuat sistem brand yang tepat dan sesuai agar brand Warung Kopi Purnama dapat diingat masyarakat khususnya anak muda, dan juga adanya estafet regenerasi dari kalangan orang tua ke anak muda. Agar memperluas generasi baru yaitu anak muda dan diharapkan kalangan anak muda dapat melestarikan salah satu warisan kuliner yang ada di Bandung.

Metode yang digunakan ialah dengan membentuk image baru lewat rebranding, dengan membuat Warung Kopi Purnama sebagai tempat berkumpulnya anak muda, dilengkapi dengan gimmick yaitu tote bag, desain art deco sebagai ciri utama dari Warung Kopi Purnama, didukung dengan media promosi berupa media sosial yaitu Instagram, Facebook dan website, serta even-even yang menarik agar memunculkan minat anak muda datang ke Warung Kopi Purnama.

Kata kunci: Anak Muda, Kopi, Purnama, *Rebranding*, Warisan

## **ABSTRACT**

### **REBRANDING DESIGN OF WARUNG KOPI PURNAMA**

**Submitted by:**

**Edrick Septianus/1264055**

*Bandung is one of the cities with past culinary places, one of which is Warung Kopi Purnama, located in Alkateri Street. Starting in 1930 up to now, the special menu has been milk coffee and srikaya bread. It also maintains the past atmosphere. However, it does not have a consistent brand system as it uses the old image that exists in the society.*

*The rebranding of Warung Kopi Purnama is done by making the right and suitable brand system which can be remembered by people, particularly young people, and can also be passed down from the old to young generation who are expected to be able to maintain one of the the culinary heritages in Bandung.*

*The method used is creating a new image through rebranding, by making Warung Kopi Purnama a place where young people can hang out, complemented by such gimmicks as tote bags and art deco design as the main characteristic of Warung Kopi Purnama. There will also be promotional media, namely social media like Instagram, Facebook and website, as well as interesting events to increase young people's interest in visiting Warung Kopi Purnama.*

**Keywords:** *Young People, Coffee, Purnama, Rebranding, Heritage*

## DAFTAR ISI

|                                                     |        |
|-----------------------------------------------------|--------|
| PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WARUNG KOPI PURNAMA ..... | i      |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                             | ii     |
| PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN .....     | iii    |
| PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN .....                  | iv     |
| KATA PENGANTAR .....                                | v      |
| ABSTRAK .....                                       | vi     |
| ABSTRAC .....                                       | vii    |
| DAFTAR ISI .....                                    | viii   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                 | ix     |
| DAFTAR TABEL .....                                  | x      |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                               | xi     |
| <br>BAB I PENDAHULUAN .....                         | <br>1  |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                    | 1      |
| 1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup .....            | 2      |
| 1.3 Tujuan Perancangan .....                        | 2      |
| 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....        | 2      |
| 1.5 Skema Perancangan .....                         | 4      |
| <br>BAB II LANDASAN TEORI .....                     | <br>5  |
| 2.1 Teori Promosi .....                             | 5      |
| 2.1.1 Pengertian Promosi .....                      | 5      |
| 2.1.2 Unsur Bauran Promosi .....                    | 5      |
| 2.1.3 Media Promosi .....                           | 6      |
| 2.1.4 Tujuan Promosi .....                          | 7      |
| 2.2 Teori Logo .....                                | 8      |
| 2.1.1 Fungsi Logo .....                             | 8      |
| 2.3 Pengertian Mengenai Rumah Makan .....           | 8      |
| <br>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH .....         | <br>10 |
| 3.1 Data dan Fakta .....                            | 10     |
| 3.1.1 Warung Kopi Purnama .....                     | 10     |

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1.2 Data Wawancara dan Observasi.....                             | 14 |
| 3.1.3 Tinjauan Terhadap Proyek / Persoalan Sejenis .....            | 22 |
| 3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta ..... | 27 |
| 3.2.1 Analisis STP .....                                            | 28 |
| 3.2.2 SWOT.....                                                     | 29 |
| <b>BAB IV PEMECAHAN MASALAH</b>                                     |    |
| 4.1 Konsep Komunikasi.....                                          | 30 |
| 4.2 Konsep Kreatif.....                                             | 30 |
| 4.2.1 Gaya Gambar.....                                              | 31 |
| 4.2.2 Fotografi.....                                                | 31 |
| 4.2.3 Layout.....                                                   | 31 |
| 4.2.4 Tipografi.....                                                | 31 |
| 4.2.5 Warna.....                                                    | 32 |
| 4.3 Konsep Media.....                                               | 33 |
| 4.4 Hasil Karya.....                                                | 35 |
| 4.4.1 Logo.....                                                     | 35 |
| 4.4.2 <i>Business Card</i> .....                                    | 36 |
| 4.4.3 Amplop.....                                                   | 37 |
| 4.4.4 <i>Letter Head</i> .....                                      | 38 |
| 4.4.5 Facebook.....                                                 | 39 |
| 4.4.6 Instagram.....                                                | 40 |
| 4.4.7 Website.....                                                  | 41 |
| 4.4.8 <i>Web Banner</i> .....                                       | 42 |
| 4.4.9 Buku Menu.....                                                | 43 |
| 4.4.10 Nomor Meja.....                                              | 44 |
| 4.4.11 Alas Makan.....                                              | 45 |
| 4.4.12 <i>Coaster</i> .....                                         | 46 |
| 4.4.13 <i>Sign Sistem</i> .....                                     | 47 |
| 4.4.14 <i>Selfie Background</i> .....                               | 48 |
| 4.4.15 <i>Packaging Kopi</i> .....                                  | 49 |
| 4.4.16 Seragam Pegawai.....                                         | 50 |
| 4.4.17 <i>Tote bag</i> .....                                        | 50 |
| 4.4.18 <i>Sticker</i> .....                                         | 51 |
| 4.4.19 Neon Box.....                                                | 51 |

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 4.4.20 Papan Menu.....  | 52 |
| 4.5 Biaya Produksi..... | 53 |
| BAB V PENUTUP.....      | 54 |
| 5.1 Simpulan.....       | 54 |
| 5.2 Saran.....          | 54 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.1.1.1 Tampak Depan Warung Kopi Purnama.....     | 11 |
| Gambar 3.1.1.2 Logo Warung Kopi Purnama.....             | 11 |
| Gambar 3.1.1.3 Roti Srikaya dan Kopi Susu Panas.....     | 12 |
| Gambar 3.1.1.4 Meja dan Kursi Warung Kopi Purnama.....   | 12 |
| Gambar 3.1.1.5 Daftar Menu Warung Kopi Purnama.....      | 13 |
| Gambar 3.1.1.6 Ruangan Belakang Warung Kopi Purnama..... | 13 |
| Gambar 3.1.1.7 Suasana Pagi Warung Kopi Purnama.....     | 16 |
| Gambar 3.1.1.8 Suasana Siang Warung Kopi Purnama.....    | 16 |
| Gambar 3.1.1.9 Suasana Malam Warung Kopi Purnama.....    | 16 |
| Gambar 3.1.3.1 Logo Kopi Oey.....                        | 23 |
| Gambar 3.1.3.2 Promosi Tempat Kopitiam Oey 1.....        | 23 |
| Gambar 3.1.3.3 Promosi Tempat Kopitiam Oey 2.....        | 24 |
| Gambar 3.1.3.4 Bangunan Dalam Kopi Oey.....              | 25 |
| Gambar 3.1.3.5 Ornamen Dalam Ruangan Kopi Oey.....       | 25 |
| Gambar 3.1.3.6 Daftar Menu Kopi Oey.....                 | 26 |
| Gambar 3.1.3.7 Ornamen Dalam Ruangan Kopi Oey.....       | 26 |
| Gambar 3.1.3.8 Sego Ireng .....                          | 27 |
| Gambar 3.1.3.9 Kopi Susu Indocina.....                   | 27 |
| Gambar 4.1 Warna Elemen Desain.....                      | 32 |
| Gambar 4.2 Logo Warung Kopi Purnama.....                 | 35 |
| Gambar 4.3 Bussiness Card.....                           | 36 |
| Gambar 4.4 Amplop.....                                   | 37 |
| Gambar 4.5 Letter Head.....                              | 38 |
| Gambar 4.4.5 Facebook.....                               | 39 |
| Gambar 4.6 Instagram.....                                | 41 |
| Gambar 4.7 Website Purnama.....                          | 42 |
| Gambar 4.8 <i>Web Banner</i> .....                       | 43 |
| Gambar 4.9 Buku Menu.....                                | 44 |

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.10 Nomor Meja.....                                | 44 |
| Gambar 4.11 Alas Makan.....                                | 45 |
| Gambar 4.12 <i>Coaster</i> .....                           | 46 |
| Gambar 4.13 Sign Sistem.....                               | 47 |
| Gambar 4.14 Sign Sistem Beserta Penerapannya.....          | 48 |
| Gambar 4.15 Selfie <i>Background</i> .....                 | 48 |
| Gambar 4.16 <i>Packaging</i> Kopi Warung Kopi Purnama..... | 49 |
| Gambar 4.17 Seragam Pegawai.....                           | 50 |
| Gambar 4.18 <i>Tote bag</i> .....                          | 51 |
| Gambar 4.19 Sticker.....                                   | 51 |
| Gambar 4.20 Neon Box Warung Kopi Purnama.....              | 51 |
| Gambar 4.21 Papan menu pada teras Warung Kopi Purnama..... | 52 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.5.1 Skema Perancangan.....                                                             | 4  |
| Gambar 3.3 Diagram Jenis Kelamin.....                                                           | 17 |
| Gambar 3.4 Diagram Umur.....                                                                    | 17 |
| Gambar 3.5 Diagram Pendapatan.....                                                              | 18 |
| Gambar 3.6 Diagram Kota Asal.....                                                               | 18 |
| Gambar 3.7 Diagram Apakah anada penggemar minuman kopi?.....                                    | 19 |
| Gambar 3.8 Diagram Jika Ya, dimana tempat ngopi yang sering anda kunjungi?                      | 19 |
| Gambar 3.9 Diagram Kegiatan apa yang anda lakukan saat menikmati kopi<br>ditempattersebut?..... | 20 |
| Gambar 3.10 Diagram Apa yang anda cari dari tempat ngopi tersebut?.....                         | 20 |
| Gambar 3.11 Digram Apakah anda mengetahui Warung Kopi Purnama?.....                             | 21 |
| Gambar 3.12 Diagram Jika Ya, dari mana anda mengetahui Warung Kopi Purnama?<br>.....            | 21 |
| Gambar 3.13 Diagram Jika Ya, apa yang anda cari dari warung kopi tersebut?.                     | 22 |
| Gambar 3.14 Diagram Media sosial yang sering anda gunakan?.....                                 | 22 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                    |    |
|--------------------|----|
| DATA PENULIS ..... | 60 |
| LAMPIRAN A .....   | 61 |
| LAMPIRAN B.....    | 62 |
| LAMPIRAN C.....    | 63 |

