

ABSTRAK

PERANCANGAN VISUAL REBRANDING DAN PROMOSI KEMASAN DENDENG JANTUNG PISANG SEBAGAI MAKANAN KHAS CIMAHI.

Oleh

Ardelia Hastari

NRP 1764904

Hidup sehat adalah motto dari semua pola hidup yang sudah ditanamkan sejak kecil. Sehat bukan selalu soal makan sayuran dan buah-buahan setiap saat. Harus dimulai dari membiasakan pola makan sehat. Pemilihan bahan makanan dan cara pengolahannya harus diperhatikan dengan seksama agar kandungan gizi serta vitamin protein dalam makanan tersebut tidak terbuang secara percuma.

Tujuan dari penulisan ini adalah mengenalkan dan mempromosikan kembali sebuah makanan sehat dari bagian pohon buah yang diolah menjadi makanan enak untuk dikonsumsi. Dendeng Jantung pisang merupakan produk olahan makanan yang sudah dari dulu ada tapi belum banyak diketahui orang, melalui *rebranding* dan promosi kemasan yang dipromosikan melalui jejaring sosial, terutama instagram yang sekarang ini yang menjadi salah satu jejaring sosial yang banyak mempromosikan makanan setidaknya masyarakat menjadi tahu bahwa ada makanan sehat dengan rasa yang tidak kalah enaknya untuk mengganti lauk pauk lainnya.

Melalui metode wawancara, observasi serta penyebaran kuisioner diambil suatu kesimpulan bahwa banyak masyarakat yang belum mengetahui produk dendeng olahan jantung pisang ini. Dengan demikian, *rebranding* ini menjadi salah satu metode yang digunakan adalah melalui desain ulang kemasan, mengganti logo dan *brand identity* Denjapi agar lebih menarik dan dikenal orang, kemudian mempromosikannya melalui flyer serta social media lainnya.

Kata kunci : kemasan produk, logo, makanan sehat, promosi, rebranding

ABSTRAK

VISUAL PLANNING REBRANDING AND PACKAGING PROMOTION OF "DENDENG JANTUNG PISANG" AS CIMAHI'S SPECIAL CUISINE

By

Ardelia Hastari

NRP 1764904

Healthy living is the prime motto of all the lifestyle that people have learned since their young age. Healthy is not only about eating fresh vegetables and fruits every day. Must be started from the habit of healthy eating. The selection process of ingredients and the cooking process should be considered carefully so that the nutritional contents, including proteins and vitamins in the food, are not wasted.

The purpose of this paper is to introduce and promote one kind of healthy food whose main ingredient comes from a part of a tree that is processed into tasty food. Dendeng Jantung Pisang is a processed food product that has been around for quite some time, but has not been recognized by many people. Through rebranding and repackaging that are marketed through social networking, especially Instagram which recently has been the main platform of product promotion, people will know that there is actually another kind of healthy food that can be added to their daily menu.

Through the interview, observation as well as the deployment of questionnaires, it can be concluded that there are not many people who know about this product. Therefore, rebranding, including changing the brand logo and brand identity, is one of the innovative methods that is used to build people's recognition towards this product. The promotion through the flyer and other social media platforms are designed to draw people's attention to this product.

Keywords: packaging, logo, healthy food, promotion, rebranding

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 TABLE.....	xiii	
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii	
BAB I : PENDAHULUAN		
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1	
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2	
1.3 Tujuan Perancangan	3	
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3	
1.4.1 Sumber	3	
1.4.1 Teknik Pengumpulan Data.....	3	
1.5 Skema Perancangan.....	5	
BAB II : LANDASAN TEORI		6
2.1 Teori Brand dan Branding.....	6	
2.1.1 Definisi Merek atau Brand.....	6	
2.1.2 Brand Equity.....	8	
2.1.3 Brand Image.....	9	
2.1.4 Brand Identity.....	10	
2.2 Definisi Promosi	12	
2.2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Promosi.....	13	
2.2.2 Kegiatan Promosi.....	14	

2.2.3 Tujuan Promoi	15
2.2.4 Pengertian Media Promosi.....	16
2.2.5 Pengertian Media Sosial.....	17
2.3 Desain Kemasan	17
2.3.1 Pengertian Desain Kemasan.....	17
2.3.2 Peranan Kemasan untuk Branding.....	17
 BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	 19
3.1 Data dan Fakta	19
3.1.1 Definisi Dendeng Jantung Pisang.....	19
3.1.2 Sejarah Dendeng Jantung Pisang.....	22
3.1.3 Visi dan Misi.....	23
3.1.4 Susunan Kepengurusan DENJAPI.....	24
3.1.5 Hasil Data Kuesioner.....	26
3.1.6 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis.....	32
3.1.7 Data Hasil Wawancara	34
3.2 Analisis Permasalahan.....	37
3.2.1 Analisa STP.....	36
3.2.2 Analisa SWOT.....	38
 BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....	 40
4.4 Konsep Komunikasi	40
4.1.1 Creative Brief.....	40
4.2 Konsep Kreatif	41
4.2.1 Konsep Verbal	41
4.2.2 Konsep Visual	42
4.3 Strategi Media	45
4.4 Konsep Media	45
4.4.1 Timeline.....	47
4.5 Hasil Karya.....	47

BAB V : PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSAKA.....	61
LAMPIRAN DAN LAMPIRAN.....	62
DATA PENULIS	70
UCAPAN TERIMA KASIH.....	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Pohon Pisang.....	20
Gambar 3.3	Logo DENJAPI.....	22
Gambar 3.5	Kemasan RENJAPI Rasa Rendang Jantung Pisang	24
Gambar 3.6	Kemasan DENJAPI Rasa Dendeng Jantung Pisang	25
Gambar 3.7	Kemasan SAMBEL Rasa Sambel Goreng Jantung Pisang.....	25
Gambar 3.8	Kemasan BONJAPI Rasa Abon Jantung Pisang	26
Gambar 3.19	Logo D’Jap Cauna Satria.....	32
Gambar 3.20	Kemasan Produk Dendeng Jantung Pisang D’Jap.....	33
Gambar 3.21	Kemasan Produk Errista.....	33
Gambar 4.1	Logo DENJAPI.....	42
Gambar 4.2	Warna	43
Gambar 4.3	Font Amarillo.....	44
Gambar 4.4	Font Tw Cen Mt.....	44
Gambar 4.5	Font Roboto.....	45
Gambar 4.6	Timeline	47
Gambar 4.7	Instagram Snapgram.....	47
Gambar 4.8	Instagram Home.....	48
Gambar 4.9	Facebook.....	48
Gambar 4.10	Facebook Home.....	49
Gambar 4.11	Majalah Femina.....	49
Gambar 4.12	Majalah Sedap.....	50
Gambar 4.13	Tabloid Wanita Indonesia.....	50
Gambar 4.14	Tabloid Nova.....	51
Gambar 4.15	Kemasan DENJAPI.....	51
Gambar 4.16	X-banner.....	52
Gambar 4.17	Promotion Stand.....	53
Gambar 4.18	Paper Bag.....	54
Gambar 4.19	Line.....	54

Gambar 4.20 Arpon.....	55
Gambar 4.21 Brosur.....	55
Gambar 4.22 Display Rack.....	56
Gambar 4.23 Tatakan Gelas.....	56



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Skema Perancangan	6
TABLE 3.4 Struktur Organisasi.....	25
TABEL 3.8 Diagram hasil pembagian kuesioner tentang perihal produk DENJAPI	26
TABEL 3.9 Diagram hasil pembagian kuesioner tentang perihal dari mana mengetahui produk DENJAPI.....	27
TABEL 3.10 Diagram hasil pembagian kuesioner tentang perihal apakah pernah mencicipi produk DENJAPI.....	27
TABEL 3.11 Diagram hasil pembagian kuesioner tentang perihal dimana mendapatkan Produk DENJAPI.....	28
TABEL 3.12 Diagram hasil pembagian kuesioner tentang perihal selera produk DENJAPI.....	28
TABEL 3.13 Diagram hasil pembagian kuesioner tentang perihal rasa dari Produk DENJAPI	28
TABEL 3.14 Diagram hasil pembagian kuesioner tentang perihal Rasa DENJAPI dengan daging	28
TABEL 3.15 Diagram hasil pembagian kuesioner tentang perihal kemasan DENJAPI	30
TABEL 3.16 Diagram hasil pembagian kuesioner tentang perihal daya tarik dari kemasan DENJAPI	30
TABEL 3.17 Diagram hasil pembagian kuesioner tentang perihal harga produk DENJAPI	31
TABEL 3.18 Diagram hasil pembagian kuesioner tentang perihal promosi yang tepat untuk prodak DENJAPI	31
TABEL 4.6 Timeline Promosi.....	47
TABEL 4.2 Anggaran Biaya.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Wawancara dengan Bambang Eko Putro.....	62
Lampiran B	Sketsa Logo.....	65

