

## **ABSTRAK**

Stephanie Yapeter:

*Branding*

Perancangan *Branding* dan Media Promosi untuk Sate Babi Karang Asem

Setelah lamanya hari raya terasa sepi karena pandemi, akhirnya pemerintah Indonesia memperbolehkan masyarakat berkumpul bersama keluarga untuk merayakan hari raya sejak tahun 2022. Saat berkumpul diperlukan kegiatan bersama agar suasana tidak canggung, contohnya yaitu makan bersama. Usaha Sate Babi Karang Asem dibentuk tahun 1992 oleh Oma Lani karena hobi memasak untuk konsumsi keluarga. Memiliki banyak pelanggan loyal karena cita rasa sate babinya yang langsung cocok di lidah. Tetapi banyak orang belum mengetahui usaha tersebut, karena belum memiliki identitas dan kemasannya kurang berkelas untuk diberikan sebagai hantaran, juga belum memiliki media promosi untuk menjangkau target audience. Pemilik usaha ingin usahanya memiliki identitas untuk mengenalkan usaha makanan nikmat yang cocok untuk konsumsi acara kumpul keluarga agar waktu berkumpul makin hangat dan asik. Maka dibuat perancangan branding untuk membentuk identitas usaha dari menentukan analisis kompetitor, SWOT, brand essence, positioning, personality, tone and manner, dan AISAS. Selain itu memilih jenis kemasan baru yang cocok untuk diberikan pada orang dan media promosi untuk memudahkan menjangkau target audience lebih luas.

Kata kunci: sate babi, karang asem, *branding*, media promosi

## **ABSTRACT**

Stephanie Yapeter:

Branding

Branding and Promotional Media Design for Sate Babi Karang Asem

After a long period of quiet holidays due to the pandemic, the Indonesian government has finally allowed people to gather with family to celebrate the holiday since 2022. When gathering, joint activities, such as eating together, are needed to break the ice. Sate Babi Karang Asem was established in 1992 by Oma Lani due to her hobby of cooking for her family. It has many loyal customers because the pork satay immediately suits their taste. However, many people do not know about its existence because it does not have an identity, the packaging is not elegant enough to be given as gifts, and it does not have any promotional media to reach its target audience. The owner wants her business to have an identity to introduce the business of delicacies that is suitable for family gatherings, adding warmth and fun. Therefore, a branding design is created to form a business identity, which is done by determining competitor analysis, SWOT, brand essence, positioning, personality, tone and manner, and AISAS. In addition, new types of packaging are chosen to make the product a proper gift, and a promotional media is used to reach a wider target audience more easily.

Keywords: pork satay, karang asem, branding, promotional media

## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
<b>1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Perancangan.....	4
1.4 Batasan Lingkup Perancangan.....	4
1.5 Manfaat Perancangan .....	4
1.5.1 Bagi Mahasiswa.....	4
1.5.2 Bagi Institusi .....	5
1.5.3 Bagi Usaha .....	5
1.6 Definisi Operasional .....	5
1.7 Metode Penelitian.....	5
1.7.1 Metode Mengumpulkan Data.....	6
1.7.2 Metode Analisis Data .....	6
1.7.3 Alat Pengumpulan Data .....	7
1.8 Skematika Prosedur Perancangan.....	8
<b>2. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Studi Literatur.....	9
2.1.1 Marketing Mix .....	9
2.1.2 Segmentasi Pasar .....	10
2.1.3 Kompetitor .....	10
2.1.4 Consumer Insight .....	11

2.1.5 Branding .....	12
2.1.6 Kemasan .....	23
2.1.7. Promosi .....	25
2.1.8 Daging Babi.....	27
2.1.9 Sate Babi.....	29
2.2 Data Usaha .....	29
2.2.1 Nama Usaha .....	29
2.2.2 Pengelola Usaha .....	29
2.2.3 Produk yang Dipasarkan.....	29
2.2.4 Potensi Pemasaran.....	30
2.2.5 Lokasi Perusahaan.....	30
2.2.6 Data Visual.....	31
2.3 Data Produk.....	31
2.3.1 Nama Brand/Merek.....	31
2.3.2 Spesifikasi Produk.....	31
2.3.3 Harga Produk.....	32
2.3.4 Brand Analysis .....	32
2.3.5 Konsumen (Target Market) .....	32
2.3.6 Data Visual Produk .....	33
2.3.7 Kegiatan dan Media Promosi .....	33
2.4 Analisis Pemasaran.....	33
2.4.1 Market Positioning .....	33
2.4.2 Analisis Potensi Pasar .....	34
2.4.3 Analisis Produk Kompetitor.....	35
2.5 Analisis Data .....	56
2.5.1 Analisis SWOT.....	56
3. KONSEP PERANCANGAN .....	61
3.1 Strategi Branding.....	61
3.1.1 Brand Objective.....	61
3.1.2 Strategi Branding.....	61
3.2 Strategi Komunikasi Brand .....	61
3.2.1 Brand Attribute .....	64
3.2.2 Brand Tone dan Brand Style.....	64
3.2.3 Target Audience .....	65

3.2.4 Brand Preposition.....	65
3.2.5 Paduan Media .....	65
3.2.6 Program Media.....	66
3.3 Konsep Kreatif .....	69
3.3.1 Konsep Visual Branding.....	69
3.3.2 Program Kreatif .....	69
3.3.3 Biaya Kreatif .....	76
3.4. Konsep Promosi.....	78
3.4.1 Strategi Promosi .....	78
3.4.2 AISAS .....	78
4. PROSES DESAIN ATAU VISUALISASI.....	80
4.1. Konsep Brand dan Ide Desain .....	80
4.2 Pengembangan Bentuk Visual.....	82
4.2.1 Thumbnail.....	82
4.2.2 Tight Tissue.....	83
4.2.3 Eksekusi Final Desain.....	84
4.3. GSM (Graphic Standart Manual) .....	95
4.4 Aktivasi dan Evaluasi .....	99
4.4.1 Respon target audiens dan bukti .....	99
4.4.2 Evaluasi dan perbaikan.....	109
5. PENUTUP .....	112
5.1. Kesimpulan .....	112
5.2. Saran.....	112
DAFTAR REFERENSI .....	114
LAMPIRAN .....	117

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Sate Beserta Kemasan 10 tusuk.....	3
Gambar 1.2 Kemasan Isi Pesanan 25 Tusuk <i>Family Pack</i> .....	3
Gambar 1.3 Tren Kumpul Keluarga di Surabaya .....	3
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran .....	9
Gambar 2.2 Quick Insight Ladder .....	12
Gambar 2.3 <i>Perceptual Map</i> .....	15
Gambar 2.4 <i>Brand Attributes</i> .....	16
Gambar 2.5 <i>Brand Archetypes</i> .....	18
Gambar 2.6 Jenis Kemasan .....	23
Gambar 2.7 Proses Pembuatan Sate Babi Karang Asem.....	29
Gambar 2.8 Peta Lokasi Sate Babi Karang Asem.....	30
Gambar 2.9 Foto Produk Sate Babi Karang Asem.....	31
Gambar 2.10 Diagram <i>Google Form</i> “Usia” .....	32
Gambar 2.11 Data Visual Produk Sate Babi Karang Asem .....	33
Gambar 2.12 Foto Kemasan Sate Babi Karang Asem.....	35
Gambar 2.13 Foto Produk Sate Babi Titi .....	36
Gambar 2.14 Akun Instagram Sate Babi Titi .....	37
Gambar 2.15 Cerita Keluarga Babi “Sate Babi Mamaku”.....	38
Gambar 2.16 Logo Sate Babi Mamaku .....	39
Gambar 2.17 Akun Instagram Sate Babi Mamaku .....	40
Gambar 2.18 Macam Hampers Sate Babi Mamaku .....	40
Gambar 2.19 Isi Hampers Sate Babi Mamaku.....	41
Gambar 2.20 Kemasan Frozen Sate Babi Mamaku .....	41
Gambar 2.21 <i>Label</i> Sate Babi Mamaku Frozen .....	42
Gambar 2.22 Label Kotak Mika Sate Babi Mamaku .....	42
Gambar 2.23 Kemasan kotak Sate Babi Mamaku .....	42
Gambar 2.24 Whatsapp Sate Babi Mamaku .....	43
Gambar 2.25 Caption Instagram Sate Babi Ny. Ita.....	45
Gambar 2.26 Akun Instagram Sate Babi Ny. Ita .....	46
Gambar 2.27 Logo Sate Babi Ny. Ita.....	46

Gambar 2.28 Hampers Sate Babi Ny. Ita .....	47
Gambar 2.29 Kemasan <i>Frozen</i> Sate Babi Ny. Ita .....	47
Gambar 2.30 Desain Instagram <i>Feeds</i> Sate Babi Ny. Ita .....	48
Gambar 2.31 Hari Raya Sate Babi Ny. Ita .....	48
Gambar 2.32 Menu Sate Babi Ny. Ita .....	49
Gambar 2.33 Foto Kemasan Siap Saji Sate Babi Ny. Ita .....	49
Gambar 2.34 Kata Motivasi Glory Sate Babi .....	51
Gambar 2.35 Logo Glory Sate Babi .....	51
Gambar 2.36 Banner Glory Sate Babi .....	51
Gambar 2.37 Kartu Nama Glory Sate Babi .....	52
Gambar 2.38 Kemasan dan <i>Label</i> Glory Sate Babi .....	52
Gambar 2.39 <i>Hampers</i> Glory Sate Babi .....	53
Gambar 2.40 Whatsapp Glory Sate Babi .....	53
Gambar 2.41 Akun Instagram Glory Sate Babi .....	54
Gambar 2.42 Generasi Penerus Glory Sate Babi .....	55
Gambar 3.1 <i>Perceptual Map</i> Sate Babi .....	63
Gambar 3.2 Referensi Desain Logo .....	70
Gambar 3.3 Referensi Tipografi .....	70
Gambar 3.4 Referensi Supergrafis .....	71
Gambar 3.5 Referensi Warna .....	71
Gambar 3.6 Referensi <i>Style</i> Maskot .....	71
Gambar 3.7 Referensi <i>Hampers</i> .....	72
Gambar 3.8 Referensi <i>Frozen Food</i> .....	72
Gambar 3.9 Referensi Fotografi Momen Keluarga .....	72
Gambar 3.10 Referensi Fotografi Sate .....	73
Gambar 4.1 Referensi Gambar Babi .....	80
Gambar 4.2 <i>Color Pallette</i> .....	82
Gambar 4.3 <i>Thumbnail</i> Sketsa Logo .....	82
Gambar 4.4 <i>Thumbnail</i> Maskot .....	83
Gambar 4.5 <i>Thumbnail</i> Sketsa Stiker Whatsapp .....	83
Gambar 4.6 <i>Tight Tissue</i> Logo .....	83
Gambar 4.7 <i>Tight Tissue</i> Maskot .....	84
Gambar 4.8 <i>Tight Tissue</i> Stiker Whatsapp .....	84

Gambar 4.9 Final Logo.....	84
Gambar 4.10 Final Maskot .....	85
Gambar 4.11 Macam Ekspresi Maskot.....	86
Gambar 4.12 Anatomi Tubuh Maskot.....	87
Gambar 4.13 Supergrafis.....	87
Gambar 4.14 <i>Icon</i> .....	88
Gambar 4.15 Kartu Nama.....	88
Gambar 4.16 Nota .....	89
Gambar 4.17 <i>Sleeve</i> Kemasan .....	89
Gambar 4.18 Kemasan Mika .....	90
Gambar 4.19 <i>Topper</i> .....	90
Gambar 4.20 Kartu Ucapan.....	91
Gambar 4.21 Kemasan <i>Frozen</i> .....	91
Gambar 4.22 <i>Leaflet</i> .....	92
Gambar 4.23 Stiker Whatsapp .....	93
Gambar 4.24 Tas <i>Spunbond</i> .....	93
Gambar 4.25 Hasil Fotografi .....	94
Gambar 4.26 Akun Instagram .....	94
Gambar 4.27 Whatsapp .....	95
Gambar 4.28 Buku GSM .....	95
Gambar 4.29 Grid Logo .....	96
Gambar 4.30 Logo <i>Grayscale</i> .....	96
Gambar 4.31 Logo Hitam Putih .....	97
Gambar 4.32 Logo <i>Inverse</i> .....	97
Gambar 4.33 Aplikasi Logo dalam <i>Background</i> Warna Cerah .....	97
Gambar 4.34 Aplikasi Logo dalam <i>Background</i> Warna Gelap.....	98
Gambar 4.35 Standarisasi Warna Supergrafis pada <i>Background</i> Berwarna.....	98
Gambar 4.36 Aturan Letak Supergrafis .....	98
Gambar 4.37 Aturan Aplikasi <i>Icon</i> .....	99
Gambar 4.38 Publikasi Pameran .....	99
Gambar 4.39 Suasana Stan Pameran .....	100
Gambar 4.40 Post Story <i>Instagram</i> Hasil Kunjungan ke Stan .....	100
Gambar 4.41 Repost Story Pengunjung .....	101

Gambar 4.42 Daftar Pembeli dan Metode Pembayaran Pameran.....	103
Gambar 4.43 Hasil <i>Feedback</i> Pengunjung Pameran .....	103
Gambar 4.44 <i>Feedback</i> Positif <i>Teaser</i> .....	103
Gambar 4.45 Interaksi <i>Instagram Story</i> .....	104
Gambar 4.46 Poster Pemesanan.....	104
Gambar 4.47 <i>Repost</i> Testimoni Pembeli.....	106
Gambar 4.48 <i>Feedback</i> Hasil Pemesanan .....	107
Gambar 4.49 <i>Reach</i> Akun Instagram.....	108
Gambar 4.50 Hasil <i>Sharing Stiker Whatsapp</i> .....	108
Gambar 4.51 Saran Kegiatan Pameran .....	109
Gambar 4.52 Permintaan Maaf pada Pembeli.....	110

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skematika Prosedur Perancangan.....	8
Tabel 2.1 Analisis 4P Sate Babi Karang Asem.....	36
Tabel 2.2 Analisis 4P Sate Babi Titi.....	38
Tabel 2.3 Analisis 4P Sate Babi Mamaku.....	44
Tabel 2.4 Analisis 4P Sate Babi Ny. Ita .....	50
Tabel 2.5 Analisis 4P Glory Sate Babi .....	56
Tabel 2.6 Analisis SWOT Babi Karang Asem.....	56
Tabel 2.7 Analisis SWOT Babi Titi .....	57
Tabel 2.8 Analisis SWOT Babi Mamaku.....	57
Tabel 2.9 Analisis SWOT Babi Ny. Ita.....	58
Tabel 2.10 Analisis SWOT Glory Sate Babi .....	58
Tabel 2.11 Kesimpulan Analisis Data.....	59
Tabel 3.1 <i>Brand Essence</i> .....	63
Tabel 3.2 Biaya Kreatif.....	77
Tabel 4.1 Hasil Pembelian Sate Babi Karsem .....	105

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Rekap Wawancara.....	117
Hasil Survei Pelanggan ( <i>Google Form</i> ) .....	119
Kontak Whatsapp (Menanyakan <i>Consumer Insight</i> ).....	122
Bukti Pendaftaran Merek .....	123
Daftar Bimbingan .....	124