

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
1. PENDAHULUAN	1
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
2. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	9
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 Palette</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 <i>Post Story Instagram</i> Hasil Kunjungan ke Stan	100
Gambar 4.41 <i>Repost Story</i> 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</i> Stiker Whatsapp	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 (<i>Menanyakan Consumer Insight</i>).....	122
Bukti Pendaftaran Merek	123
Daftar Bimbingan	124