

TUGAS AKHIR
**PERANCANGAN *BRANDING* “LA PRIMARASA” SEBAGAI UPAYA
MEMPERKENALKAN PRODUK RUMAHAN OLAHAN BANDENG PADA
MASYARAKAT LAMONGAN**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S-1)



Oleh :

Wafiyana Rosyidah

19052010055

Pembimbing 1 :

Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian, S.T., M.Ds

Pembimbing 2 :

Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
2022/2023

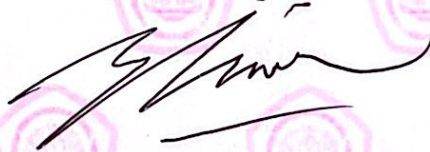
HALAMAN PENGESAHAN

**PERANCANGAN *BRANDING* "LA PRIMARASA" SEBAGAI UPAYA
MEMPERKENALKAN PRODUK RUMAHAN OLAHAN BANDENG PADA
MASYARAKAT LAMONGAN**

**Disusun Oleh:
WAFIYANA ROSYIDAH
19052010055**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal: 24 Mei 2023**

Pembimbing I



**Aileena S. C. R. E. C., S.T., M.Ds
NPT. 182 19870119 076**

Pembimbing II



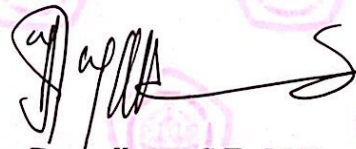
**Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom
NIP3K. 19810929 2021 211002**

Penguji I



**Masnuna, S.T., M.Sn
NIP3K. 19840512 2021 212004**

Penguji II



**Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds
NIP. 19880428 201803 2001**

**Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana Desain (S-1)**

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain



**Ibnu Sholichin, S.T., M.T
NIPPPK. 19710916 202121 1004**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERANCANGAN *BRANDING* “LA PRIMARASA” SEBAGAI UPAYA
MEMPERKENALKAN PRODUK RUMAHAN OLAHAN BANDENG PADA
MASYARAKAT LAMONGAN**

**Disusun Oleh:
WAFIYANA ROSYIDAH
19052010055**


**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal: 24 Mei 2023**

Pembimbing I



**Aileen S. C. R. E. C., S.T., M.Ds
NPT. 182 19870119 076**

Pembimbing II



**Aditya Rahman Yani S.T., M.Med.Kom
NIP3K. 19810929 2021 211002**

**Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana Desain (S-1)**

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



**Masnuna S.T., M.Sn
NIP3K. 19840512 2021 212004**

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, naskah dalam laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk mendapatkan gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak ada pendapat atau karya milik orang lain, kecuali secara resmi dikutip dan disebutkan dalam naskah laporan ini dan telah dicantumkan sumber data dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah ini terdapat unsur plagiarasi, saya bersedia laporan Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2023, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Suarabaya, 5 Juni 2023



Wafiyana Rosyidah

ABSTRAK

Lamongan merupakan daerah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki beberapa potensi ekonomi, salah satunya adalah sektor perikanan. La Primarasa merupakan salah satu UMKM yang memanfaatkan potensi perikanan untuk mengolah produk olahan ikan bandeng berupa otak-otak bandeng, bandeng asap, bandeng presto, abon bandeng, dan sambal bandeng poyah asap. La Primarasa menghadapi beberapa faktor problematis yaitu 85% dari 100 masyarakat Lamongan tidak mengetahui brand La Primarasa di daerah tersebut. Font yang digunakan pada logo adalah font Mistral Regular yang merupakan font non-komersial memiliki lisensi penggunaan pribadi dan jika menggunakannya dalam aktivitas komersial bertentangan dengan undang-undang hak cipta. Menurut hasil wawancara, minimnya media periklanan dikarenakan selama ini hanya menggunakan dua media yaitu Instagram dan Shopee. Dari hasil observasi, media sosial Instagram yang digunakan untuk beriklan tidak terkonsep.

Dalam mengumpulkan data perancangan, metode kualitatif dan kuantitatif digunakan untuk pengumpulan data primer, yaitu dengan teknik wawancara, observasi lapangan dan kuesioner. Data sekunder meliputi literatur berupa buku, jurnal, artikel ilmiah dan situs internet. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif menghasilkan konsep desain dengan kata kunci “Oleh-Oleh Autentik Lamongan yang Praktis” sebagai acuan dalam perancangan.

Hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa logo yang dirancang dapat merepresentasikan citra brand dan keaslian Kabupaten Lamongan dengan mengimplementasikan visual patung bandeng lele sebagai ikon khas Lamongan. Merancang atribut yang dibutuhkan merupakan alat yang dapat membantu dalam membentuk brand La Primarasa untuk menciptakan brand image yang lebih baik dan lebih dikenal oleh warga Lamongan. La Primarasa juga membutuhkan media promosi cetak dan digital untuk memperkenalkan La Primarasa kepada masyarakat Lamongan secara lebih luas. Penggunaan warna didasarkan pada referensi logo city branding Kota Lamongan yang mewakili identitas Kabupaten Lamongan.

Diharapkan perancangan branding La Primarasa dapat diterapkan secara terus menerus untuk membangun brand image yang kuat yang dapat terbentuk dibenak masyarakat Lamongan untuk meningkatkan brand awareness.

Kata Kunci : Branding; Brand Awareness; Olahan Ikan Bandeng; Lamongan

ABSTRACT

Lamongan is an area in East Java Province which has several economic potentials, one of which is the fisheries sector. La Primarasa is one of the SMEs that utilizes fisheries potential to process processed milkfish products in the form of milkfish brains, smoked milkfish, presto milkfish, shredded milkfish, and smoked milkfish poyah sauce. La Primarasa faces several problematic factors, namely 85% of 100 Lamongan people do not know the La Primarasa brand in the area. The font used in the logo is the Mistral Regular font which is a non-commercial font that has a personal use license and using it in a commercial activity is against copyright law. According to the interview results, the lack of advertising media is due to the fact that so far they have only used two media, namely Instagram and Shopee. From the results of observations, the Instagram social media used for advertising is not conceptualized.

In collecting design data, qualitative and quantitative methods were used for primary data collection, namely by interview techniques, field observations and questionnaires. Secondary data includes literature in the form of books, journals, scientific articles and internet sites. The analysis technique used is descriptive analysis to produce a design concept with the keyword "Practical Authentic Lamongan Souvenirs" as a reference in the design.

The results of the data analysis can be concluded that the designed logo can represent the brand image and authenticity of Lamongan Regency by implementing the visual of the catfish statue as a typical icon of Lamongan. Designing the required attributes is a tool that can help shape the La Primarasa brand to create a better brand image and be better known by Lamongan residents. La Primarasa also needs print and digital promotional media to introduce La Primarasa to the Lamongan community more broadly. The use of color is based on the city branding logo reference of Lamongan City which represents the identity of Lamongan Regency.

It is hoped that the La Primarasa branding design can be applied continuously to build a strong brand image that can be formed in the minds of the Lamongan people to increase brand awareness.

Keywords: *Branding; Brand Awareness; Milkfish Processed; Lamongan*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan rangkaian proses Tugas Akhir ini dengan judul **“Perancangan Branding La Primarasa Sebagai Upaya Memperkenalkan Produk Rumahan Olahan Bandeng Pada Masyarakat Lamongan”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Kepada Allah SWT
2. Kedua orang tua dan keluarga, atas dukungan doa, moral, dan materil
3. Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian, S.T., M. Ds, selaku dosen pembimbing pertama atas segala bimbingan, arahan, serta saran yang diberikan kepada penulis
4. Aditya Rahman Yani, S.T., M. Med. Kom, selaku dosen pembimbing kedua atas segala bimbingan, arahan, serta saran yang diberikan kepada penulis
5. Siti Hidayatin, selaku pemilik UMKM La Primarasa yang membantu dalam memberikan data kepada penulis
6. Septa Estafa, selaku ahli branding yang telah membantu dalam perancangan ini
7. Seluruh dosen DKV Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendidik selama masa perkuliahan
8. Tasya Takhayaza, Kholisotul Fikriyah, Rindy Fadillah, Devita Freselia, Yoehana Rizky Amelia, Salsabilla Cantika, Nabila Rosyita, Adinda Dwi, dan teman-teman KKN yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis dalam merancang Tugas Akhir ini.

Surabaya, 13 Mei 2023



Wafiyana Rosyidah

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Batasan Masalah	6
1.5 Tujuan Perancangan	6
1.1 Manfaat Perancangan	6
BAB II Tinjauan Pustaka dan Studi Eksisting	7
2.1 Profil Perusahaan	7
2.2 Tinjauan Branding	8
2.3 Tinjauan Desain Komunikasi Visual	11
2.4 Logo	15
2.5 Layout	18
2.6 Warna	20
2.7 Tinjauan Tipografi	22
2.8 Studi Eksisting	23
BAB III Metodologi Desain	38
3.1 Definisi Operasional	38
3.2 Teknik Pengumpulan Data	38
3.3 Teknik Sampling	40
3.4 Tahap Perancangan	43
3.5 Teknik Analisa Data	45
3.6 Alur Berpikir	47
BAB IV Analisis Data	48

4.1 Wawancara	48
4.2 Analisis Data Kuesioner.....	50
4.3 Analisis Data Observasi.....	64
4.4 Analisis Data TOWS Matrix.....	64
4.5 Analisis Consumer Insight.....	67
4.6 Sintesa Data	67
4.7 Unique Selling Proposition (USP).....	68
BAB V Konsep Desain	69
5.1 Perumusan Konsep	69
5.2 Definisi Keyword.....	69
5.3 Konsep Verbal.....	70
5.4 Konsep Visual.....	70
5.5 Konsep Media.....	74
BAB VI Implementasi Desain	79
6.1 Alternatif Desain	79
6.2 Implementasi Desain.....	85
6.3 Rancangan Anggaran Proyek	96
BAB VII Penutup	98
7.1 Kesimpulan	98
7.2 Saran.....	98
Daftar Pustaka	99
Lampiran	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lisensi Font Mistral Regular	3
Gambar 1.2 Logo La Primarasa.....	3
Gambar 1.3 Instagram La Primarasa	4
Gambar 2.1 Logo La Primarasa.....	7
Gambar 2.2 Produk La Primarasa.....	7
Gambar 2.3 Piramida Brand Awareness.....	10
Gambar 2.4 Logo Netflix.....	16
Gambar 2.5 Logo McDonald's.....	16
Gambar 2.6 Logo Starbucks	17
Gambar 2.7 Logo Pertamina.....	17
Gambar 2.8 Logo Ikea	17
Gambar 2.9 Prinsip Sequence.....	18
Gambar 2.10 Prinsip Emphasis.....	19
Gambar 2.11 Prinsip Balance	19
Gambar 2.12 Prinsip Unity	20
Gambar 2.13 Warna Primer	21
Gambar 2.14 Warna Sekunder.....	21
Gambar 2.15 Warna Tersier	21
Gambar 2.16 Warna Panas dan Dingin.....	22
Gambar 2.17 Logo La Primarasa.....	24
Gambar 2.18 Kemasan La Primarasa	25
Gambar 2.19 Instagram La Primarasa	27
Gambar 2.20 Logo Otak-Otak Bandeng Bu Reza	29
Gambar 2.21 Logo Otak-Otak Bandeng Bu Reza	29
Gambar 2.22 Kemasan Otak-Otak Bandeng Bu Reza.....	30
Gambar 2.23 Instagram Otak-Otak Bandeng Bu Reza.....	31
Gambar 2.24 Logo Djangkep	33
Gambar 2.25 Logo Djangkep	33
Gambar 2.26 Kemasan Djangkep.....	34
Gambar 2.27 Instagram Djangkep.....	35
Gambar 3.1 Alur Berpikir Perancangan	47
Gambar 4.1 Penulis dan Pemilik La Primarasa	48
Gambar 4.2 Hasil Kuesioner Brand Awareness No. 1	50
Gambar 4.3 Hasil Kuesioner Brand Awareness No. 2	51
Gambar 4.4 Hasil Kuesioner Brand Awareness No. 3	52
Gambar 4.5 Hasil Kuesioner Brand Awareness No. 4	52
Gambar 4.6 Hasil Kuesioner Brand Awareness No. 5	53
Gambar 4.7 Hasil Kuesioner Brand Awareness No. 6	54
Gambar 4.8 Hasil Kuesioner Brand Awareness No.7	54
Gambar 4.9 Hasil Kuesioner Brand Awareness No. 8	55
Gambar 4.10 Hasil Kuesioner Brand Awareness No.9	56
Gambar 4.11 Logo Bandeng Bram.....	56
Gambar 4.12 Hasil Kuesioner Perancangan Branding No. 1.....	57
Gambar 4.13 Jenis Font	57

Gambar 4.14 Hasil Kuesioner Perancangan Branding No. 2.....	58
Gambar 4.15 Hasil Kuesioner Perancangan Branding No. 3.....	58
Gambar 4.16 Poster	59
Gambar 4.17 Hasil Kuesioner Perancangan Branding No. 4.....	59
Gambar 4.18 Hasil Kuesioner Perancangan Branding No. 5.....	60
Gambar 4.19 Hasil Kuesioner Perancangan Branding No. 6.....	61
Gambar 4.20 Hasil Kuesioner Perancangan Branding No. 7.....	62
Gambar 4.21 Hasil Kuesioner Perancangan Branding No. 8.....	62
Gambar 4.22 Ikon Lamongan.....	63
Gambar 4.23 Hasil Kuesioner Perancangan Branding No. 9.....	63
Gambar 5.1 Perumusan Konsep	69
Gambar 5.2 Referensi Logo.....	71
Gambar 5.3 Diagram Kuesioner Logo.....	72
Gambar 5.4 Referensi Warna	72
Gambar 5.5 Logo La Primarasa.....	72
Gambar 5.6 Logo City Branding Lamongan	72
Gambar 5.7 Referensi Tipografi.....	73
Gambar 5.8 Diagram Kuisioner Jenis Tipografi.....	74
Gambar 5.9 Contoh Implementasi Supergrafis Pada Media Branding.....	74
Gambar 6.1 Eksplorasi Visual Konsep Logo.....	79
Gambar 6.2 Studi Warna Logo.....	80
Gambar 6.3 Logo La Primarasa.....	80
Gambar 6.4 Logo City Branding Lamongan	80
Gambar 6.5 Alternatif Elemen Logogram	81
Gambar 6.6 Alternatif Bentuk Logogram.....	81
Gambar 6.7 Alternatif Bentuk Logotype	81
Gambar 6.8 Alternatif Logo	82
Gambar 6.9 Alternatif Sketsa Logo Terpilih 1	82
Gambar 6.10 Alternatif Digital Warna Logo Terpilih 1	82
Gambar 6.11 Alternatif Sketsa Logo Terpilih 2	83
Gambar 6.12 Alternatif Digital Warna Logo Terpilih 2	83
Gambar 6.13 Alternatif Sketsa Logo Terpilig 3	83
Gambar 6.14 Alternatif Digital Warna Logo Terpilih 3	84
Gambar 6.15 Alternatif Digital Logo Final	84
Gambar 6.16 Validasi Logo.....	85
Gambar 6.17 Final Logo Terpilih.....	85
Gambar 6.18 Buku GSM	87
Gambar 6.19 Kemasan Primer.....	87
Gambar 6.20 Kemasan Sekunder	87
Gambar 6.21 Kemasan Abon Bandeng	87
Gambar 6.22 Kemasan Sambal Bandeng Poyah Asap	87
Gambar 6.23 Kemasan Tersier Kardus.....	88
Gambar 6.24 Kemasan PaperBag	88
Gambar 6.25 Seragam Kaos	88
Gambar 6.26 Apron	89
Gambar 6.27 Feeds Instagram	89
Gambar 6.28 Story Instagram.....	90

Gambar 6.29 Thumbnail Video Reels Instagram	90
Gambar 6.30 Sampul Halaman Facebook	90
Gambar 6.31 Postingan Facebook	91
Gambar 6.32 GrabFood	91
Gambar 6.33 Point Of Purchase	91
Gambar 6.34 X-Banner.....	92
Gambar 6.35 Daftar Menu.....	92
Gambar 6.36 Brosur	93
Gambar 6.37 Pin	93
Gambar 6.38 Tester	94
Gambar 6.39 Gelas	94
Gambar 6.40 Gantungan Kunci	95
Gambar 6.41 Nota.....	95
Gambar 6.42 Business Card	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisa Logo La Primarasa	24
Tabel 2.2 Analisa Kemasan La Primarasa.....	25
Tabel 2.3 Analisa Sosial Media.....	27
Tabel 2.4 Analisa Logo Otak-Otak Bandeng Bu Reza.....	29
Tabel 2.5 Analisa Kemasan Otak-Otak Bandeng Bu Reza	30
Tabel 2.6 Analisa Sosial Media Otak-Otak Banseng Bu Reza.....	32
Tabel 2.7 Analisa Logo Djangkep.....	34
Tabel 2.8 Analisa Kemasan Djangkep	34
Tabel 2.9 Analisa Sosial Media Djangkep	36
Tabel 3.1 Analisa Populasi/Target Segmen.....	41
Tabel 3.2 Analisa Sampel.....	42
Tabel 4.1 Analisa TOWS Matrix.....	64
Tabel 5.1 Program Branding	75
Tabel 6.1 Pengeluaran Selama 6 Bulan	96
Tabel 6.2 Biaya Produksi.....	96