

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN RE-BRANDING PRODUK OLAHAN SIRUP BUAH “SOMANO” SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS WISATA MANGROVE WONOREJO SURABAYA

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



oleh :

**Salsabilla Cantika Sujarwoputri Zahwa
19052010070**

Pembimbing 1 :

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

Pembimbing 2 :

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

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2022/2023**

HALAMAN PENGESAHAN

**PERANCANGAN RE-BRANDING PRODUK OLAHAN SIRUP BUAH "SOMANO"
SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS WISATA MANGROVE WONOREJO SURABAYA**

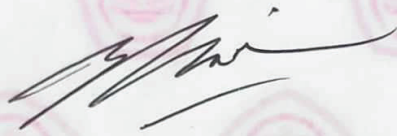
Disusun Oleh:

SALSABILLA CANTIKA SUJARWOPUTRI ZAHWA
19052010070

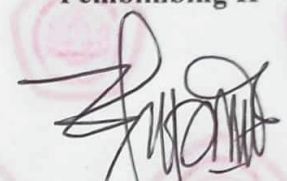
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal: 24 Mei 2023

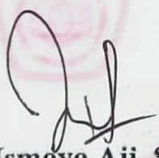
Pembimbing I


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

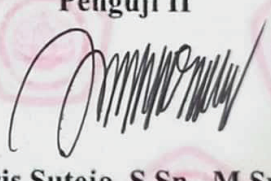
Pembimbing II


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

Penguji I

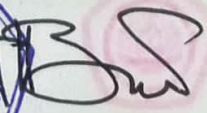

Restu Ismoyo Aji, S.Sn., M.A
NPT. 20119850106174

Penguji II


Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn
NIP. 19851106 201903 1002

**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

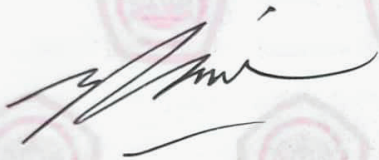
HALAMAN PERSETUJUAN
PERANCANGAN BRANDING RUMAH BATIK SEKAR ARUM
DI MOJOKERTO UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Disusun Oleh:

SALSABILLA CANTIKA SUJARWOPUTRI ZAHWA
19052010070

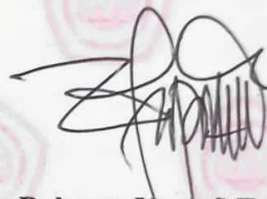
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal: 24 Mei 2023

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

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

ABSTRAK

Surabaya memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan dan menghasilkan produk yang bermanfaat dari ekosistem mangrove. Salah satunya adalah buah bogem yang dapat diolah menjadi produk lain dan menjadi sebuah brand bernama Somano. Brand awareness sendiri berfungsi sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dengan cara yang kreatif dan informatif, dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk meningkatkan pengenalan merek hingga memiliki ciri khas yang membuatnya layak sebagai oleh-oleh khas wisata mangrove Wonorejo Surabaya.

Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif dengan 3 tahapan yang dilakukan yaitu tahap wawancara secara mendalam, observasi lapangan dan menyebarkan kuesioner kepada seluruh masyarakat umum.

Pendekatan dengan menggunakan 3 tahapan tersebut dapat menghasilkan konsep desain dengan kata kunci "Sirup Khas dengan Kesegaran Alami" yang memiliki keistimewaan tersendiri untuk produk atau kualitas rasa dengan bahan alami. Brand awareness ini dirancang sebagai media komunikasi untuk mengembangkan brand dari produk Somano untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas hingga dapat menjangkau wisatawan mangrove.

Dalam penulisan perancangan ini, penulis menyadari adanya banyak ketidakpastian. Oleh karena itu, Diharapkan penerapan *rebranding* Somano dapat menjadi konsisten sehingga mampu membangun citra *brand* yang kuat di benak masyarakat Surabaya sehingga dapat meningkatkan *brand awareness*.

Kata kunci: Buah bogem, Wisata Mangrove, Re-branding, Kesadaran Merek

ABSTRACT

Surabaya has enormous potential to develop and produce useful products from the mangrove ecosystem. One of them is bogem fruit which can be processed into other products and become a brand called Somano. Brand awareness itself serves as a means to disseminate information in a creative and informative way, and does not take a long time to increase brand recognition until it has a characteristic that makes it worthy as a typical souvenir of Wonorejo Surabaya mangrove tourism.

This design uses qualitative methods and quantitative methods with 3 stages carried out, namely the in-depth interview stage, field observations and distributing questionnaires to the entire general public.

The approach using these 3 stages can produce a design concept with the keyword "Typical Syrup with Natural Freshness" which has its own specialty for products or flavor quality with natural ingredients. This brand awareness is designed as a communication medium to develop the brand of Somano products to be better known by the wider community to reach mangrove tourists.

In writing this design, the author realizes that there are many uncertainties. Therefore, it is expected that the implementation of Somano rebranding can be consistent so as to build a strong brand image in the minds of the Surabaya community so as to increase brand awareness.

Keywords: Bogem fruit, Mangrove Tourism, Re-branding, Brand Awareness

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, 20 Mei 2023



The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow rectangular stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERAI TEMPEL', and a unique alphanumeric code 'B0B95AKX457338984'.

Salsabilla Cantika S.Z

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah nya sehingga penulis dapat menyelesaikan rangkaian proses Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Re-Branding Produk Olahan Sirup ‘Somano’ sebagai Oleh-oleh Khas Wisata Mangrove Wonorejo Surabaya”, 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 materi.
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. Bapak Karyono, selaku pemilik UMKM Somano 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. Tarisa Adelia, Farah Zhavirra, Muhammad Rafif Farhan, Nabila Rosyita, Qurrota Ayun, Rindy Nur Fadillah, Wafiyana Rosyidah, Tasya Takhayaza, dan teman-teman KKN yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis dalam merancang Tugas Akhir ini.

Surabaya, 20 Mei 2023



Salsabilla Cantika S.Z

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Batasan masalah	6
1.5 Tujuan Perancangan	6
1.6 Manfaat Perancangan	6
1.6.1 Manfaat Bagi Penulis.....	6
1.6.2 Manfaat Bagi Masyarakat.....	7
1.6.3 Manfaat Bagi Sirup Somano.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN STUDI EKSISTING	8
2.1 Profil Produk Olahan Sirup “Somano”	8
2.2 Tinjauan Re-Branding	9
2.2.1 Re-Branding.....	9
2.2.2 Brand	10
2.2.3 Branding	11
2.2.4 Brand Awareness.....	12
2.2.5 Logo.....	13
2.3 Tinjauan Teori Desain Komunikasi Visual.....	13
2.3.1 Definisi Desain Komunikasi Visual	13
2.3.2 Elemen – elemen Grafis	14
2.3.3 Prinsip Dasar Desain Grafis	18
2.3.4 Tipografi	19
2.3.5 Layout.....	23
2.4 Studi Eksisting	23

2.4.1	Kesimpulan.....	24
2.5	Studi Kompetitor	25
2.5.1	Logo Bogem	25
2.5.2	Kesimpulan.....	26
2.5.3	Kesimpulan.....	27
2.6	Studi Komparator.....	28
2.6.1	Kesimpulan.....	29
2.6.2	Kesimpulan.....	31
2.6.3	Kesimpulan.....	33
BAB III	METODOLOGI DESAIN.....	34
3.1	Definisi Operasional Judul	34
3.1.1	Re-Branding.....	34
3.1.2	Branding	34
3.1.3	Tentang Produk Olahan Sirup Somo	34
3.1.4	Brand Awareness.....	35
3.2	Teknik Pengumpulan Data	35
3.2.1	Data Primer.....	35
3.2.2	Data Sekunder.....	36
3.3	Teknik Sampling.....	37
3.3.1	Populasi (Target Segmen)	37
3.3.2	Sampel	38
3.4	Tahap Perancangan.....	38
3.4.1	Menentukan Permasalahan Desain.....	38
3.4.2	Hipotesa Sementara	39
3.4.3	Perumusan Masalah.....	39
3.4.4	Penentuan Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	39
3.4.5	Studi Literatur.....	39
3.4.6	Studi Kompetitor	39
3.4.7	Studi Komparator	40
3.4.8	Metode Riset.....	40
3.4.9	Analisis Data.....	40
3.4.10	Perumusan Konsep Desain	40
3.4.11	Alternatif Desain.....	40
3.4.12	Final Desain.....	41

3.5	Teknik Analisis Data	41
3.6	Alur Berpikir.....	42
BAB IV ANALISIS DATA		43
4.1	Analisis Data Wawancara.....	43
4.1.1	Wawancara dengan owner atau pemilik produk sirup buah “Somano”	43
4.1.2	Kesimpulan wawancara	44
4.1.3	Wawancara dengan ahli kepakaran Branding	45
4.1.4	Kesimpulan wawancara	46
4.1.5	Analisis Data Kuesioner	46
4.2	Analisis Data Observasi	48
4.2.1	Observasi di rumah produksi Produk sirup Somano	48
4.3	Analisis Data TOWS	49
4.4	Analisis Costumer <i>Insight</i>.....	52
4.5	Sintesis Data	53
4.6	Unique Selling Proportion (USP).....	54
BAB V KONSEP DESAIN.....		55
5.1	Perumusan Konsep.....	55
5.2	Definisi <i>Keyword</i>.....	55
5.2.1	What to Say	56
5.2.2	How to Say	56
5.2.3	Makna Denotasi.....	56
5.2.4	Makna Konotasi.....	57
5.3	Konsep Verbal.....	57
5.3.1	Tagline	57
5.4	Konsep Visual	57
5.4.1	Logo.....	58
5.4.2	Tipografi	59
5.4.3	Layout.....	60
5.4.4	Warna.....	62
5.5	Konsep Media	63
5.5.1	Program Branding.....	63
5.5.2	Spesifikasi Media Branding.....	65
5.6	Studi Visual Konsep Media	68
5.6.1	Mind Mapping	68

5.6.2	Studi Warna	69
5.6.3	Rough Desain	69
5.6.4	Komperhensif Desain	71
5.6.5	Validasi Logo	75
5.6.6	Desain Final.....	76
BAB VI IMPLEMENTASI DESAIN		77
6.2	Implementasi Desain	77
6.3	Rancangan Anggaran Proyek.....	89
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN		92
7.1	Kesimpulan.....	92
7.2	Saran	92
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN		96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Desain Logo Somano.....	3
Gambar 2 Desain kemasan, Banner, Signsistem, dan Feeds instagram	4
Gambar 3 Piramida Brand Awareness.....	13
Gambar 4 Jenis-jenis garis.....	15
Gambar 5 Jenis-jenis Bidang	16
Gambar 6 Jenis-jenis Warna dan Harmoni Warna	16
Gambar 7 Jenis-jenis Gelap terang.....	17
Gambar 8 Jenis-jenis Tekstur	18
Gambar 9 Contoh Font Roman.....	20
Gambar 10 Contoh Font Serif	20
Gambar 11 Contoh Font Sans Serif.....	21
Gambar 12 Contoh Font Egyptian.....	21
Gambar 13 Contoh Font Script.....	22
Gambar 14 Contoh Font Miscellaneous	22
Gambar 15 Desain Kemasan Somano (Eksisting).....	23
Gambar 16 Instagram sirup buah bogem.....	25
Gambar 17 Logo Bogem	25
Gambar 18 Kemasan Sirup Bogem	26
Gambar 19 Foto produk sirup tropicana slim	28
Gambar 20 Foto produk sirup kurnia	30
Gambar 21 Foto produk sirup agung.....	32
Gambar 22 Alur Berpikir.....	42
Gambar 23 Dokumentasi bersama pemilik produk Somano	43
Gambar 24 Foto narasumber	45
Gambar 25 Hasil Kuesioner dari <i>googleform</i>	48
Gambar 26 Suasana di rumah produksi somano	49
Gambar 27 Mind Mapping keyword Somano	55
Gambar 28 Referensi Logo.....	58
Gambar 29 Diagram Kuesioner Logo	59
Gambar 30 Referensi Logogram dan Logotype	59
Gambar 31 Referensi Tipografi Somano.....	60
Gambar 32 Diagram kuesioner tipografi	60
Gambar 33 Referensi pola layout	61
Gambar 34 Diagram kuesioner pola layout.....	61
Gambar 35 Gambar referensi warna moodboard	62
Gambar 36 Mind mapping keyword.....	68
Gambar 37 Studi warna	69
Gambar 38 Alternatif Elemen Logogram.....	70
Gambar 39 Alternatif Bentuk Logogram.....	70
Gambar 40 Alternatif Bentuk Logotype.....	71
Gambar 41 Alternatif Logo	71
Gambar 42 Alternatif Sketsa Logo terpilih 1	72
Gambar 43 Alternatif digital warna logo terpilih 1	72
Gambar 44 Alternatif sketsa logo terpilih 2	73
Gambar 45 Alternatif Digital Warna Logo terpilih 2	73
Gambar 46 Alternatif sketsa logo terpilih 3	74
Gambar 47 Alternatif digital warna logo terpilih 3	74

Gambar 48 Alternatif digital logo final	75
Gambar 49 Validasi logo.....	75
Gambar 50 Final logo terpilih	76
Gambar 51 Buku GSM.....	77
Gambar 52 Kemasan sirup mangrove	78
Gambar 53 Kemasan saribuah mangrove	78
Gambar 54 Kemasan produk Somano	79
Gambar 55 Shopping Bag.....	79
Gambar 56 Kemasan khusus gift bag.....	80
Gambar 57 Kemasan kardus untuk pengiriman	80
Gambar 58 Kaos seragam somano	81
Gambar 59 Signsistem.....	81
Gambar 60 Banner Somano.....	82
Gambar 61 X-banner Somano	82
Gambar 62 Brosur lipat tampak depan dan belakang.....	83
Gambar 63 Feed instagram.....	83
Gambar 64 Instastory Instagram.....	84
Gambar 65 Thumbnail video reels instagram.....	84
Gambar 66 Video instastory instagram	85
Gambar 67 Marketplace tokopedia Somano	85
Gambar 68 Display POP (point of purchase)	86
Gambar 69 Display Booth Somano	86
Gambar 70 kartu nama dan kartu pembelian.....	87
Gambar 71 Merch stiker	87
Gambar 72 Merch gantungan kunci	87
Gambar 73 Merch mug (gelas custom)	88
Gambar 74 Stasionary nota.....	88
Gambar 75 Stasionary stempel	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel analisis data tows.....	52
Tabel 2 Tabel Program Branding	64
Tabel 3 Tabel Tarif Desainer	89
Tabel 4 Tabel biaya produksi	90