**PERANCANGAN *REBRANDING* KERUPUK KULIT RAOS**

Diajukan untuk memenuhi syarat tugas akhir dalam menempuh gelar Sarjana Seni di bidang Desain Komunikasi Visual.



**ANDONI SURYANAGARA**

**136010030**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS ILMU SENI DAN SASTRA**

**Bandung, Januari 2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Andoni Suryanagara

NPM : 136010030

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul Skripsi : Perancangan Rebranding Kerupuk Kulit “Raos”

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Seni dan Sastra, Universitas Pasundan**

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing 1 : Erna Nurmalinda, M.Sn \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Pembimbing 2 : Yudi Rudiansyah, S.Sn \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ditetapkan di : …………………….

Tanggal : …………………….

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan (menjamin) bahwa pengkaryaan Tugas Akhir ini dilakukan secara mandiri dan disusun tanpa menggunakan bantuan yang tidak dibenarkan, sebagaimana lazimnya pada penyusunan sebuah Tugas Akhir.

Semua elemen karya, kutipan tulisan dan atau pemikiran orang lain yang digunakan di dalam penyusunan pengkaryaan, baik dari sumber yang dipublikasikan ataupun tidak, telah dikutip dan disertakan sumbernya dengan baik dan benar menurut kaidah akademik yang berlaku.

Pengkaryaan ini belum pernah diajukan pada pendidikan program sarjana di perguruan tinggi lain dan tindak plagiarisme akan dikenakan sanksi seperti yang tercantum dalam peraturan akademik dan kemahasiswaan Universitas Pasundan.

Andoni Suryanagara

Perancangan Rebranding Kerupuk Kulit “Raos”

136010030

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

**TUGAS AKHIR UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Pasundan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : …………………………………………………………………….

NPM : …………………………………………………………………….

Program Studi : …………………………………………………………………….

Departemen : …………………………………………………………………….

Fakultas : …………………………………………………………………….

Jenis Karya : Skripsi/Pengkaryaan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pasundan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

……………………………………………………………………………………...

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Universitas Pasundan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : …………………………………

Pada Tanggal : …………………………………

Yang menyatakan

( ……………………………… )

**KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni Program Studi Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Ilmu Seni dan Sastra Universitas Pasundan. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Erna Nurmalinda, M. Sn selaku dosen pembimbing utama yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tugas akhir ini;
2. Bapak Yudi Rudiyansyah S, Sn selaku dosen pembimbing utama yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tugas akhir ini;
3. Bapak Adi Surahman, M.Ds., Selaku Kordinator Tugas Akhir Universitas Pasundan Bandung.
4. Ibu Euis dan Bapak Asep selaku Pemilik sekaligus produsen Kerupuk Kulit “Raos” yang telah banyak membantu dan membagi informasi yang diperlukan.
5. Pihak pengurus sekaligus sebagai penjual produk oleh-oleh khas Garut, yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan.
6. Kedua orang tua, H. Moch Purbajaya dan Hj. Ai Karlani serta kakak-kakak tersayang, Indriasari, Andika Sukmanagara dan Irnayasari senantiasa selalu memberikan dukungan, masukan dan doa’nya yang terus diberikan kepada penulis, sehingga diberi kelancaran oleh Allah SWT.
7. Sahabat tercinta, Dyah Anggraeni yang selalu memberikan semangat, masukan dan bantuannya demi kelancaran penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini
8. Teman-teman sepermainan, Luky, Mori, ghilman, Arya, Guntur, Iman, Haqqi, Mahar, Fathoni, Ridwan, Rifki, Adi, Angga yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Dan kepada teman-teman saya yang lainnya yang tidak bisa di sebut satu persatu atas doa dan motivasinya kepada penulis.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tugas akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bandung, 30 Januari 2018

Penulis

**DAFTAR ISI**

HALAMAN PENGESAHAN ............................................................................. ii

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ................................................ iii

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ........................... iv

KATA PENGANTAR ..........................................................................................v

ABSTRAK ........................................................................................................ vi

*ABSTRACT* .......................................................................................................... vii

DAFTAR ISI ....................................................................................................... viii

DAFTAR GAMBAR ............................................................................................ xi

DAFTAR TABEL ............................................................................................... xii

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang ..................................................................................................1

1.2 Data dan Fakta ...................................................................................................3

 1.2.1 Fenomena ..................................................................................................3 1.2.2 Isu ..............................................................................................................4

 1.2.3 Opini ..........................................................................................................5

1.3 Identifikasi Masalah ..........................................................................................6

 1.3.1 Identifikasi Masalah Umum ......................................................................6

 1.3.2 Identifikasi Masalah Khusus .....................................................................6

**BAB II ANALISIS DATA DAN FAKTA**

2.1 Analisis Kelayakan Masalah .............................................................................7

 2.1.1 *Cause Root Analysis* ..................................................................................9

 2.1.2 Matrikulasi SWOT ..................................................................................11

 2.1.3 Kesimpulan Matrikulasi SWOT...............................................................14

2.2 Problem Statement & Problem Solution .........................................................14

2.3 Landasan Teori ................................................................................................15

 2.3.1 Teori Utama .............................................................................................15

 2.3.1.1 Branding ........................................................................................15

 2.3.1.2 Logo ...............................................................................................16

 2.3.2 Teori Pendukung .....................................................................................20

 2.3.2.1 Pemasaran ......................................................................................20

 2.3.2.2 Promosi ..........................................................................................21

 2.3.2.3 Media .............................................................................................21

 2.3.2.4 Kemasan ........................................................................................23

2.4 Kerangka Perancangan Tugas Akhir ...............................................................24

**BAB III PERENCANAAN STRATEGI KOMUNIKASI**

3.1 *Target Audience* ............................................................................................. 25

 3.1.1 Segmentasi *Target Audience* ................................................................. 25

 3.1.2 Personifikasi *Target Audience* ............................................................... 25

 3.1.3 *Consumer Journey* ................................................................................. 26

 3.1.4 Studi Indikator........................................................................................ 36

3.2 Strategi Pesan Komunikasi............................................................................. 37

 3.2.1 *Consumer Insight* ................................................................................... 37

 3.2.1.A *What To Say* ....................................................................................... 37

 3.2.1.B Pendekatan Kreatif Pesan Komunikasi ............................................ 38

3.3 Strategi Media Komunikasi ....................................................................... 38

 3.3.1 Strategi Perencanaan Media............................................................. 49

**BAB IV KONSEP KREATIF PERANCANGAN VISUAL**

4.1 Referensi Visual ........................................................................................ 41

 4.1.1 Mood Board ..................................................................................... 41

 4.1.2 Referensi Visual ............................................................................... 42

4.2 Konsep Kreatif Perancangan Visual.......................................................... 43

 4.2.1 Konsep Visual .................................................................................. 43

 4.2.2 Tone Warna ........................................................................................... 43

 4.2.3 Konsep Tipografi ................................................................................... 43

 4.2.4 Layout .................................................................................................... 44

 4.2.5 Media Utama .......................................................................................... 45

 4.2.6 Media Pendukung ................................................................................... 46

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kendala Dalam Perancangan Visual ......................................................... 56

5.2 Saran Untuk Perancagan Karya Visual Selanjutnya.................................. 56

**DAFTAR PUSTAKA**........................................................................................ 57

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Perancangan.................................................................... 24

Gambar 3.1 Studi Indikator................................................................................. 36

Gambar 4.1 Mood Board .................................................................................... 41

Gambar 4.2 Referensi Visual .............................................................................. 42

Gambar 4.3 Kemasan .......................................................................................... 45

Gambar 4.4 Poster Atention ................................................................................ 46

Gambar 4.5 Poster Interest .................................................................................. 47

Gambar 4.6 Stand Display ................................................................................... 48

Gambar 4.7 Tenda ............................................................................................... 49

Gambar 4.8 Spanduk ........................................................................................... 49

Gambar 4.9 Standing Banne ................................................................................ 50

Gambar 4.10 Flagchain ....................................................................................... 51

Gambar 4.11 Wobbler ......................................................................................... 51

Gambar 4.12 T-Shirt ........................................................................................... 52

Gambar 4.13 Apron/Celemek .............................................................................. 53

Gambar 4.14 Totebag .......................................................................................... 54

Gambar 4.15 Merchandise ................................................................................... 54

Gambar 4.16 Sosial Media .................................................................................. 55

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Tabel Matrikulasi SWOT “Raos” ........................................................ 10

Tabel 2.2 Tabel Matrikulasi SWOT Hikmah ....................................................... 11

Tabel 2.2 Tabel Matrikulasi SWOT Agung Sami Rasa ....................................... 12

Tabel 3.1 Tabel Target Audiens 1......................................................................... 27

Tabel 3.2 Tabel Target Audiens 2......................................................................... 29

Tabel 3.3 Tabel Target Audiens 3........................................................................ 31

Tabel 3.4 Tabel Target Audiens 4........................................................................ 33

Tabel 3.5 Tabel Target Audiens 5........................................................................ 34

Tabel 3.6 Tabel Schedule Penggunaan Media .................................................... 5