

REBRANDING MEREK MOMBY ASI BOOSTER

SRAGEN MENGGUNAKAN PENDEKATAN

DESIGN THINKING

TUGAS AKHIR KARYA



Oleh :

ADNAN NUR HIDAYAT

NIM. 15151145

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN

INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA

2022

REBRANDING MEREK MOMBY ASI BOOSTER

SRAGEN MENGGUNAKAN PENDEKATAN

DESIGN THINKING

TUGAS AKHIR KARYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana Strata-1 (S-1)

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Jurusan Desain



Oleh :

ADNAN NUR HIDAYAT

NIM. 15151145

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN

INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA

2022

PENGESAHAN
TUGAS AKHIR KARYA

**REBRANDING MEREK MOMBY ASI BOOSTER SRAGEN
MENGUNAKAN PENDEKATAN
DESIGN THINKING**

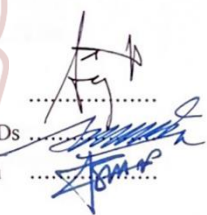
Oleh :

ADNAN NUR HIDAYAT

NIM. 15151145

Telah Diuji dan Dipertahankan di hadapan Tim Penguji
Pada tanggal 13 Juni 2022

Tim Penguji

Ketua Penguji : Dr. Anung Rachman, ST., M.Kom
Penguji Bidang : Basnendar Herry Prilosadoso, S.Sn., M.Ds
Pembimbing/Penguji : Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn., M.Sn


Deskripsi karya ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Desain (S.Ds.) pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 13 Juni 2022

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum.

NIP. 197705312005012002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN

Alamat Jl. Ringroad Km 5,5 Mojosongo, Surakarta 57127, Telp. (0271)
7889050 Fax.(0271) 7889051 Website: <http://fsrd.isi-ska.ac.id> Email: fsrd@isiska.ac.id

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama Mahasiswa : Adnan Nur Hidayat.
Nomor Induk Mahasiswa : 15151145.
Tempat, Tanggal Lahir : Sragen, 17 September 1996.
Jenjang Studi : S1.
Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual.
Alamat rumah : Jl. Bengawan Solo, Pecing Rt 04/14, Sragen
Tengah, Sragen, Kabupaten Sragen, 57211.
Nomor HP/WA : 085865868666.
Judul Karya : *REBRANDING MEREK MOMBY ASI
BOOSTER SRAGEN MENGGUNAKAN
PENDEKATAN DESIGN THINKING*
Jenis TA : Skripsi/Karya Seni*
Pembimbing Tugas Akhir : Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn, M.Sn.

Dengan ini menyatakan, bahwa:

1. **Karya/Skripsi** yang saya susun merupakan hasil karya murni saya sendiri
2. Apabila ternyata dikemudian hari diketahui bahwa **Karya/Skripsi** yang saya susun tersebut merupakan hasil **jiplakan/salinan/saduran** karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berupa:
 - a. **Sebelum dinyatakan Lulus**
Menyusun ulang Karya dan diuji kembali.
 - b. **Setelah dinyatakan Lulus**
Pencabutan gelar dan penarikan Ijazah kearsjanaan yang telah diperoleh.

*Coret yang tidak perlu

Surakarta, 27 Mei 2022
Yang menyatakan



. 10.000,-

Adnan Nur Hidayat
NIM.15151145

Catatan: tanda tangan pernyataan di atas
meterai Rp.10.000,-

ABSTRAK

Rebranding ini melatar belakangi potensi yang dimiliki usaha merek MOMBY Asi *Booster* dengan produk minuman susu almond dengan ekstrak bahan alami daun katuk dan daun torbangun yang memiliki fungsi sebagai *booster* ASI untuk ibu menyusui. Semenjak usaha ini berdiri pada tahun 2018 sampai ditahun 2022, usaha ini tidak memiliki serangkaian *brand identity* yang lengkap. Hal ini *identity* berupa logo yang dipakai saat ini tidak merepresentasikan merek secara utuh. Berdasarkan kekurangan dan kendala berupa identitas yang sudah tidak relevan, maka memerlukan *brand identity* terdiri dari *visual identity* dan strategi komunikatif sebagai pesan verbal sebagai identitas representatif merek MOMBY Asi *Booster* . Selain itu usaha MOMBY Asi *Booster* juga memerlukan perbaikan kemasan dan pengoptimalan promosi. Dalam perancangan *rebranding* pada usaha MOMBY Asi *Booster* ini menggunakan pendekatan metode *design thinking* David Kelly dan Tim Brown (2018) sebagai tahapan perancangan utama. Kemudian dalam menyusun strategi komunikatif atau *brand strategy* menggunakan metode dari Arek Dvornechcuck (2021).

Proses perancangan ini diawali dengan tahapan wawancara, observasi, survei, dokumentasi yang menjadi bagian tahapan dalam pendekatan *design thinking*, luaran dari *visual identity* yang akan dirancang akan diimplementasikan pada media promosi yang mendasari *brand strategy* yaitu *touchpoint* dari target audien dan *type of media* yang dikembangkan menggunakan pendekatan AISAS oleh Sugiyama dan Andree (2011). Dalam penentuan media promosi yang sesuai dari target audien akan melalui penyusunan kreatif *brief* terlebih dahulu untuk merumuskan *communication objective*, *what to say*, *USP*, *tone* dan *manner*.

Kata Kunci: *Rebranding*, *Brand Identity*, *Brand Strategy*, Media Promosi, MOMBY Asi *Booster*.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan Alhamdulillah atas segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT berkat Rahmat dan HidayahNya dalam penyusunan tugas akhir kekaryaannya yang berjudul “*Rebranding* Merek Momby ASI *Booster* Menggunakan Pendekatan *Design Thinking*” ini dapat diselesaikan sebagai syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.

Tugas akhir ini tidak lepas dari bimbingan dari banyak pihak. Bimbingan yang diperoleh meliputi arahan, masukan, saran dari pembimbingan bersama dosen pembimbing tugas akhir dan dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual terkait serta rekan mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual ISI Surakarta. Dengan segala upaya dari semua prodi tanpa terkecuali yang membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Dengan segala kerendahan hati dan tulus serta hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Alm. Ibunda Sutarmi dan ayahanda Ngadenan MY serta keluarga yang selama ini mengupayakan mendoakan, memotivasi dan mendukung dalam mencapai gelar Sarjana S1 Desain Komunikasi Visual di Institut Seni Indonesia Surakarta.
2. Dr. I Nyoman Sukerna, S.Kar., M.Hum. selaku Rektor ISI Surakarta.
3. Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI Surakarta selaku dosen.
4. Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn., M.Sn. selaku Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI Surakarta dan sebagai pembimbing tugas akhir kekaryaannya utama.

5. Basnendar Herry Prilosadoso, S.Sn., M.Ds dan Ipung Kurniawan Yuniarto, S.Sn., M.Sn. Dosen Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI Surakarta selaku pembimbing tambahan dalam penyusunan tugas akhir kekaryaannya ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI Surakarta yang telah membimbing diperkuliahan.
7. Faricha Hidayati, S.T selaku pemilik usaha merek MOMBY Asi *Booster* Sragen yang telah memberikan kesediaan waktu dan sebagai objek penelitian.
8. Kevin Davia S.Ds dan Vincentius Adi Kristanto sebagai rekan yang telah membimbing dalam penulisan tugas akhir.
10. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam penulisan tugas akhir kekaryaannya ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa laporan yang disusun ini masih jauh dari sempurna, Sehingga mengharapkan bentuk kritikan dan saran serta masukan yang membangun demi terciptanya sebuah penelitian yang baik dan terarah. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak serta penulis tersendiri.

Surakarta, 27 Mei 2022

Adnan Nur Hidayat

DAFTAR ISI

REBRANDING MEREK MOMBY ASI BOOSTER SRAGEN

MENGGUNAKAN PENDEKATAN	i
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PPERNYATAAN TUGAS AKHIR	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Gagasan Penciptaan	7
C. Tujuan Penciptaan	8
D. Manfaat Penciptaan	8
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	9
E. Tinjauan Penciptaan	9
F. Landasan Penciptaan	15
1. Usaha Micro Kecil Menengah	15
2. Desain Komunikasi Visual	17
3. <i>Branding</i>	19

4.	<i>Brand Identity</i>	20
5.	<i>Brand Awareness</i>	21
6.	Kemasan	22
7.	Promosi	25
8.	<i>Media Online</i>	28
G.	Metode Penciptaan	29
1.	<i>Empathize</i>	30
2.	<i>Define</i>	31
3.	<i>Ideate</i>	32
4.	<i>Prototype</i>	32
5.	<i>Test</i>	33
H.	Sistematika Penulisan	35
BAB II IDENTIFIKASI DATA		38
A.	Sejarah Usaha MOMBY Asi Booster	38
1.	Visi	41
2.	Misi	41
3.	Alamat Lokasi Produksi	41
B.	Identitas Usaha	43
C.	Profil Produk	44
1.	Produk MOMBY Asi <i>Booster</i> Varian Ekstrak Daun Katuk	45
2.	Produk MOMBY Asi <i>Booster</i> Varian Ekstrak Daun Torbangun	46
D.	Bahan Baku Produk MOMBY Asi <i>Booster</i>	48
1.	Bahan Kacang Almond	48
2.	Bahan Daun Katuk dan Daun Torbangun	49

3.	<i>Bahan Powder Essense</i>	52
E.	Studi Penelitian Bahan Baku	53
F.	Proses Produksi	54
G.	Media Promosi	55
H.	Media Sosial	58
I.	Survei Konsumen	59
1.	Konsumen 1 dan 2	60
2.	Konsumen 3	62
J.	Survei Masyarakat	64
K.	Kabupaten Sragen	66
L.	Permasalahan Gizi Balita Kabupaten Sragen	69
M.	Kompetitor	72
1.	Maktleguk Almond Sragen	72
2.	<i>Mylk</i> Susu Almond Indonesia	73
3.	Natura Almond <i>Milk</i>	75
4.	Almona <i>By Barefood</i>	77
5.	PRENAGEN	79
N.	Analisis Permasalahan Usaha MOMBY Asi <i>Booster</i>	81
O.	Analisa SWOT	82
1.	<i>Strength</i> (Kekuatan)	83
2.	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	83
3.	<i>Opportunities</i> (Peluang)	84
4.	<i>Threat</i> (Ancaman)	85
BAB III	PERANCANGAN KARYA	87

A. Strategi	87
1. Strategi Perancangan <i>Brand Strategy</i>	87
2. Strategi Perancangan <i>Visual Identity</i>	87
3. Strategi Promosi	88
B. Konsep <i>Brand Strategy</i>	89
1. <i>Brand Purposes</i>	89
2. <i>Brand Vision</i>	91
3. <i>Brand Value</i>	91
4. <i>Target Audience</i>	93
5. <i>Market Research</i>	94
6. <i>Awareness Goals</i>	96
7. <i>Brand Personality</i>	98
8. <i>Brand Voice</i>	99
9. <i>Brand Tagline</i>	101
C. Konsep Desain	103
1. Konsep <i>Visual Identity</i>	103
2. Konsep Media Aplikasi	116
1. <i>Communication Objective</i>	131
2. <i>What To Say</i>	131
3. <i>Target Audience</i>	131
4. <i>USP</i>	132
5. <i>Tone & Manner</i>	132
6. <i>Type Of Media</i>	132
D. Rancangan Desain Prototipe	139

1. Logo	139
2. Tipografi	141
3. Warna	142
4. Elemen Grafis Dan Elemen Ilustrasi	143
E. Prototipe <i>Brand Guidelines</i> Dan Media Aplikasi <i>Visual Identity</i>	144
1. <i>Brand Guidelines</i>	144
2. Kemasan	146
3. Prototipe Media Promosi P.O.P (<i>Point Of Purchase</i>) <i>Display</i>	147
4. Prototipe Media Promosi <i>Stationary</i>	148
F. Prototipe Media Promosi Media Sosial Dan <i>Merchandise</i>	153
1. <i>Template Feed & Story Instagram</i>	153
2. <i>Slide Banner Marketplace</i>	155
3. <i>Merchandise</i>	156
G. Pengujian Rancangan Desain Prototipe	159
H. Pengembangan Rancangan Desain Prototipe	161
BAB IV VISUALISASI KARYA	190
<i>Final Desain</i>	190
1. <i>Visual Identity</i>	190
2. <i>Brand Guidelines</i>	195
3. Kemasan	197
4. Media Promosi P.O.P (<i>Point Of Purchase</i>)	200
5. Media Promosi <i>Stationary</i>	201
6. Media Promosi Instagram Dan <i>Marketplace</i>	206
7. Media Promosi <i>Merchandise</i>	210

BAB V PENUTUP	214
A. Kesimpulan	214
B. Saran	217
DAFTAR PUSTAKA	220



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Presentase Usaha Micro Kecil dan Menengah Kabupaten Sragen	3
Gambar 2. Identitas Logo dan Produk Usaha MOMBY Asi <i>Booster</i> Sragen	4
Gambar 3. Ide dan Hasil Perancangan Apem Sewu, Kelurahan Kampung Sewu	15
Gambar 4. <i>Five Stage Process Design Thinking</i> David Kelly & Tim Brown 2018	30
Gambar 5. Bagan Alir Perancangan	34
Gambar 6. Rumah Produksi Usaha MOMBY Asi <i>Booster</i>	42
Gambar 7. Sign Usaha MOMBY Asi <i>Booster</i>	42
Gambar 8. Identitas Logo Usaha MOMBY Asi <i>Booster</i>	43
Gambar 9. Aplikasi Logo MOMBY Asi <i>Booster</i> Dalam Kemasan Produk	44
Gambar 10. Varian Ekstrak Daun Katuk Rasa Original, Vanilla dan <i>Choco</i>	46
Gambar 11. Varian Ekstrak Daun Torbangun Rasa Original, Vanilla dan <i>Choco</i>	46
Gambar 12. Tanda Keterangan Varian dan Rasa Pada Tutup Kemasan	47
Gambar 13. Bahan Kacang Almond MOMBY Asi <i>Booster</i>	49
Gambar 14. Bahan Baku Daun Katuk MOMBY Asi <i>Booster</i>	50
Gambar 15. Bahan Baku Daun Torbangun MOMBY Asi <i>Booster</i>	50
Gambar 16. <i>Sign Banner</i> Identitas KWT (Kelompok Wanita Tani) “Tani Mulyo”	51
Gambar 17. Bahan <i>Powder</i> Perasa Minuman	52
Gambar 18. Brosur MOMBY Asi <i>Booster</i>	56
Gambar 19. Desain <i>Stand Banner</i> MOMBY Asi <i>Booster</i>	57
Gambar 20. <i>Sticker</i> MOMBY Asi <i>Booster</i>	57

Gambar 21. Akun Resmi Instagram Usaha MOMBY Asi <i>Booster</i>	59
Gambar 22. Konsumen 1 Restu Prio Jatmiko	61
Gambar 23. Konsumen 2 Putriwati	62
Gambar 24. Konsumen 3 Istiana Wahyu Setyaningsih.....	63
Gambar 25. Data Survei Masyarakat 1	64
Gambar 26. Data Survei Masyarakat 2	65
Gambar 27. Data Survei Masyarakat 3	65
Gambar 28. Data Survei Masyarakat 4	66
Gambar 29. Desain Gapura Kabupaten Sragen	67
Gambar 30. Alun-Alun Sasono Lengen Putro Kabupaten Sragen	68
Gambar 31. Gapura Kantor Kecamatan Karangmalang	69
Gambar 32. Gapura Kampung Taman Asri Rt 35.....	69
Gambar 33. Data Prosentasi Status Gizi Kabupaten Sragen tahun 2021	70
Gambar 34. Produk SUSU Almond Maklteguk Almond Sragen	72
Gambar 35. Produk Mylk Almond Siap Minum.....	74
Gambar 36. Produk Mylk Almond <i>Powder</i>	75
Gambar 37. Produk Natura Almond <i>Milk</i>	76
Gambar 38. Produk <i>Booster</i> Asi Natura Almond <i>Milk</i>	77
Gambar 39. Produk <i>Booster</i> Asi ALMONA Barefood	78
Gambar 40. Produk <i>Booster</i> Asi ALMONA Barefood	78
Gambar 41. Produk PRENAGEN “Lactamom” Menyusui	80
Gambar 42. <i>Framework</i> Analisa Kompetitor MOMBY Asi <i>Booster</i>	95
Gambar 43. <i>Framework</i> Analisa Media Awareness Goals	97
Gambar 44. Tahap <i>Mind Mapping</i>	101

Gambar 45. Data Kuesioner Survei Masyarakat Kabupaten Sragen	104
Gambar 46. <i>Moodboard</i> Acuan Desain MOMBY Asi <i>Booster</i>	106
Gambar 47. Sumber Referensi <i>Logotype</i>	106
Gambar 48. Sketsa Prototipe <i>Logotype</i>	107
Gambar 49. Proses Digitalisasi Prototipe <i>Logotype</i>	108
Gambar 50. Prototipe Rancangan <i>Logotype</i>	108
Gambar 51. Sumber Referensi <i>Logogram</i>	109
Gambar 52. Sketsa Prototipe <i>Logogram</i>	110
Gambar 53. Proses Digitalisasi Prototipe <i>Logogram</i>	110
Gambar 54. <i>Prototipe</i> Rancangan <i>Logotype</i>	111
Gambar 55. Prototipe Konsep Rancangan Tipografi	112
Gambar 56. Prototipe Konsep Rancangan Palet Warna	113
Gambar 57. Sumber Ide Elemen Grafis	104
Gambar 58. Sumber Ide Elemen Ilustrasi	104
Gambar 59. Sketsa Prototipe Elemen Grafis Dan Elemen Ilustrasi	115
Gambar 60. Digitalisasi Prototipe Elemen Grafis Dan Elemen Ilustrasi	115
Gambar 61. Sketsa Prototipe <i>Brand Guidelines</i>	117
Gambar 62. <i>Size</i> Kemasan <i>Volumetrik</i> s 250ml	118
Gambar 63. <i>Template Flat Cut</i> Kemasan 250ml	119
Gambar 64. Sketsa Prototipe Kemasan	120
Gambar 65. Digitalisasi Prototipe Kemasan Varian Ekstrak Daun Katuk	121
Gambar 66. Digitalisasi Prototipe Kemasan Varian Ekstrak Daun Torbangun	123
Gambar 67. Dimensi Ukuran P.O.P (<i>Point Of Purchase</i>) <i>Display</i>	124
Gambar 68. Sketsa Prototipe P.O.P (<i>Point Of Purchase</i>) <i>Display</i>	125

Gambar 69. Sketsa Prototipe Kartu Nama	126
Gambar 70. Sketsa Prototipe Surat	127
Gambar 71. Sketsa Prototipe Amplop	127
Gambar 72. Sketsa Prototipe <i>Executive Envelope Air Mail</i>	128
Gambar 73. Sketsa Prototipe Brosur Tampilan 1.....	129
Gambar 74. Sketsa <i>Prototipe</i> Brosur Tampilan 2	130
Gambar 75. Sketsa Prototipe <i>feed</i> Instagram konten	134
Gambar 76. Sketsa Prototipe <i>Story</i> Instagram	135
Gambar 77. Sketsa Prototipe <i>Slide Banner Marketplace</i>	136
Gambar 78. Sketsa Prototipe <i>Totebag</i>	137
Gambar 79. Sketsa prototipe <i>Mug</i>	138
Gambar 80. Sketsa Prototipe <i>Paperbag</i>	139
Gambar 81. Prototipe Logo MOMBY Asi <i>Booster</i>	140
Gambar 82. Prototipe Alternatif Konfigurasi Logo	141
Gambar 83. Prototipe Tipografi	142
Gambar 84. Prototip Rancangan Palet Warna	143
Gambar 85. Prototipe Elemen Grafis Dan Elemen Ilustrasi	144
Gambar 86. Desain Prototipe <i>Brand Guidelines</i>	146
Gambar 87. Desain Prototipe Kemasan Varian Ekstrak Daun Katuk	146
Gambar 88. Desain Prototipe Kemasan Varian Ekstrak Daun Torbangun	147
Gambar 89. Desain Prototipe P.O.P (<i>Point of Purchase</i>)	148
Gambar 90. Desain Prototipe Kartu Nama	149
Gambar 91. Desain Prototipe Surat	150
Gambar 92. Desain Prototipe Amplop	151

Gambar 93. Desain Prototipe Brosur	152
Gambar 94. Desain Prototipe <i>Executif Envelope Air Mail</i>	153
Gambar 95. Desain Prototipe <i>Template Feed</i> Instagram	154
Gambar 96. Desain Prototipe <i>Template Story</i> Instagram	155
Gambar 97. Desain Prototipe <i>Template Slide Banner Marketplace</i>	156
Gambar 98. Desain Prototipe <i>Merchandise Mug</i>	157
Gambar 99. Desain Prototipe <i>Merchandise Totebag</i>	158
Gambar 100. Desain Prototipe <i>Merchandise Paperbag</i>	158
Gambar 101. Sketsa Pengayaan Elemen Grafis Dan Ilustrasi	162
Gambar 102. Digitalisasi Elemen Grafis Dan Elemen Ilustrasi	162
Gambar 103. Sketsa Pengembangan <i>Brand Guidelines</i>	164
Gambar 104. Digitalisasi <i>Layout</i> Desain <i>Brand Guidelines</i>	166
Gambar 105. Sketsa Pengembangan Desain Kemasan	167
Gambar 106. Digitalisasi <i>Layout</i> Kemasan Varian Ekstrak Daun Katuk	168
Gambar 107. Digitalisasi <i>Layout</i> Kemasan Varian Ekstrak Daun Torbangun .	169
Gambar 108. Sketsa Pengembangan P.O.P (<i>Point of Purchase</i>)	170
Gambar 109. Digitalisasi <i>Layout</i> P.O.P (<i>Point of Purchase</i>)	171
Gambar 110. Sketsa Pengembangan Desain Kartu Nama	172
Gambar 111. Digitalisasi <i>Layout</i> Desain Kartu Nama	173
Gambar 112. Sketsa Pengembangan Desain Surat	174
Gambar 113. Digitalisasi <i>Layout</i> Desain Surat	175
Gambar 114. Sketsa Pengembangan Desain Amplop	175
Gambar 115. Digitalisasi <i>Layout</i> Desain Amplop	176
Gambar 116. Sketsa Pengembangan Desain <i>Executive Envelope Air Mail</i>	177

Gambar 117. Digitalisasi <i>Layout</i> Desain <i>Executive Envelope Air Mail</i>	177
Gambar 118. Sketsa Pengembangan Desain Brosur Tampilan 1	178
Gambar 119. Sketsa Pengembangan Desain Brosur Tampilan 2	179
Gambar 120. Digitalisasi <i>Layout</i> Desain Brosur Tampilan 1	180
Gambar 121. Digitalisasi <i>Layout</i> Desain Brosur Tampilan 2	180
Gambar 122. Sketsa Pengembangan Desain <i>Template feed</i> Instagram	181
Gambar 123. Sketsa Pengembangan Desain <i>Template Story</i> Instagram	182
Gambar 124. Sketsa Pengembangan Desain <i>Template Slide Banner Marketplace</i>	183
Gambar 125. Sketsa Pengembangan Desain <i>Mug</i>	184
Gambar 126. Digitalisasi <i>Layout Mug</i> Desain 1	185
Gambar 127. Digitalisasi <i>Layout Mug</i> Desain 2	186
Gambar 128. Sketsa Pengembangan Desain <i>Totebag</i>	186
Gambar 129. Digitalisasi <i>Layout</i> Desain <i>Totebag</i>	187
Gambar 130. Sketsa Pengembangan Desain <i>Paperbag</i>	188
Gambar 131. Digitalisasi <i>Layout</i> Desain <i>Paperbag</i>	188
Gambar 132. <i>Final</i> Desain <i>Logogram</i>	191
Gambar 133. <i>Final</i> Desain <i>Logotype</i>	192
Gambar 134. <i>Final</i> Desain Dan Rancangan Tipografi.....	193
Gambar 135. <i>Final</i> Rancangan Warna	194
Gambar 136. <i>Final</i> Rancangan Desain Aset Elemen Desain	195
Gambar 137. <i>Final</i> Desain Dan Detail Halaman <i>Brand Guidelines</i>	196
Gambar 138. <i>Final</i> Desain <i>Brand Guidelines</i>	196
Gambar 139. <i>Final</i> Desain Kemasan Varian Ekstrak Daun Katuk	198

Gambar 140. <i>Final</i> Desain Kemasan Varian Ekstrak Daun Torbangun	199
Gambar 141. <i>Final</i> Desain P.O.P (<i>Point Of Purchase</i>)	200
Gambar 142. <i>Final</i> Desain Kartu Nama	202
Gambar 143. <i>Final</i> Desain Surat	203
Gambar 144. <i>Final</i> Desain Amplop	204
Gambar 145. <i>Final</i> Desain Brosur	205
Gambar 146. <i>Final</i> Desain <i>Executive Envelope Air Mail</i>	206
Gambar 147. <i>Final</i> Desain <i>Feed</i> Instagram	207
Gambar 148. <i>Final</i> Desain <i>Story</i> Instagram	208
Gambar 149. <i>Final</i> Desain <i>Slide Banner Marketplace</i>	209
Gambar 150. <i>Final</i> Desain <i>Mug</i>	210
Gambar 151. <i>Final</i> Desain <i>Totebag</i>	211
Gambar 152. <i>Final</i> Desain <i>Paperbag</i>	212



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Analisa Permasalahan	81
Tabel 2. Media Promosi berdasarkan AISAS	132
Tabel 3. <i>Content Pillar</i> Instagram	133



DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 153. Data Presentase Status Gizi Kabupaten Sragen Tahun 2021	223
Gambar 154. Dokumentasi Wawancara Ahli Gizi Puskesmas Kec. Masaran II	
.....	224
Gambar 155. Data 1 Kuesioner Survei Masyarakat	225
Gambar 156. Data 2 Kuesioner Survei Masyarakat	225
Gambar 157. Data 3 Kuesioner Survei Masyarakat	225
Gambar 158. Data 4 Kuesioner Survei Masyarakat.....	226
Gambar 159. Data 5 Kuesioner Survei Masyarakat.....	226
Gambar 160. Data 6 Kuesioner Survei Masyarakat.....	226
Gambar 161. Data 7 Kuesioner Survei Masyarakat.....	227
Gambar 162. Data 8 Kuesioner Survei Masyarakat.....	227
Gambar 163. Dokumentasi Pengujian Prototipe Dengan Pemilik Usaha	228
Gambar 164. Dokumentasi Presentasi <i>Final</i> Desain Dengan Pemilik Usaha....	229

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of A Brand Name*. The Free Press.
- Akbar, A. (2006). *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web*. M2S.
- Anggraini S, L., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula* (I. Fibrianti (Ed.)). Nuansa Cendekia.
- BPPD Kabupaten Sragen. (2020). Laporan Akhir : Pekerjaan Penyusunan Kajian Strategis Kabupaten Sragen Tahun 2020 - Model Pengembangan Ekonomi kerakyatan Berbasis UMKM Pada Masa dan Pasca Pandemi Covid-19. In *Laporan Akhir Pekerjaan*.
- Cahyorini, A., & Rusfian, E. Z. (2012). The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying. *Journal of Administrative Science & Organization*, 18(1), 11–21.
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=7425&val=544&title=Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya>
- Cenadi, C. S. (1999). Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual. *Journal Of Communication Design Nirmana*, 1(1), 1–11.
<http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>
- Darmawanto, E. (2019). *Desain Komunikasi Visual II Perancangan Identitas Visual* (P. A. Wibowo & U. Amrina (Eds.)). UNISNU PRESS.
<https://books.google.co.id/books?id=JynGDwAAQBAJ>
- Durianto, D. (2004). *Brand equity ten strategi memimpin pasar*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hussein, A. S. (2018). *Metode design thinking untuk inovasi bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Julianti, S. (2014). *The art of packaging: Mengenal metode, teknik, & strategi*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kelley, D., & Brown, T. (2018). An introduction to Design Thinking. *Institute of Design at Stanford*, 6. <https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/36873/attachments/74b3d/ModeGuideBOOTCAMP2010L.pdf>
- Kotler, P. (2003). Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. In *Edisi 5*. Prehalindo.
- Kuswati, E. S. (2016). Pengaruh Konsumsi Ekstrak Daun Katuk Terhadap Kecukupan Asi Pada Ibu Menyusui Di Klaten Endang Suwanti, Kuswati. *Jurnal Terpadu Ilmu Kesehatan*, 52, 132–135.

- Lubis, S. A., & Anjani, G. (2016). Aktivitas Antioksidan, Total Bakteri Asam Laktat, Sifat Fisik Dan Tingkat Penerimaan Yoghurt Almond (*Prunus dulcis*) Sebagai Produk Probiotik Alternatif Bagi Penderita Autis. *Journal Of Nutrition Collage*, 5(4), 334–343. <https://doi.org/10.1038/184156a0>
- Murtono, T. (2014). Penguatan Citra Merek Batik Dengan Tipografi Vernacular. *Acintya*, 6(2), 114–125.
- Nilsson, J., & Öström, T. (2005). *Master's Thesis: Packaging as a Brand Communication Vehicle*. Luleå University of Technology.
- Panindias, A. N., & Setiawati, S. W. (2018). *Perancangan Kemasan Apem Dalam Rangka Penunjang Identitas Kelurahan Sewu Sebagai Kampung Apem Di Surakarta*. Institut Seni Indonesia - Surakarta.
- Prawita, A. A., & Pasaribu, S. E. (2020). Pengaruh Konsumsi Daun Torbangun Terhadap Produksi ASI pada Ibu Post Partum di Desa Ononamolo Kecamatan Gunungsitoli Selatan Kota Gunungsitoli. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Asahan Ke-4 Tahun 2020, September*, 1214–1221. <https://core.ac.uk/download/pdf/353892186.pdf>
- Pujiono. (2012). Akselerasi Peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Pendidikan. *Proceeding Seminar Nasional, Peningkatan Kapabilitas UMKM Dalam Mewujudkan UMKM Naik Kelas*, 319–326.
- Rahmanisa, S., & Aaulianova, T. (2016). Efektivitas Ekstraksi Alkaloid dan Sterol Daun Katuk (*Sauropus androgynus*) terhadap Produksi ASI. *Jurnal Majority*, 5(1), 117–121. <https://juke.kedokteran.unila.ac.id/index.php/majority/article/viewFile/991/719>
- Said, A. A. (2016). *Desain Kemasan*. Badan Penerbit UNM Makassar.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dg Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: Secrets Of Croos Switch Marketing From The Worlds Most Innovative Advertising Agency*. McGraw Hill Professional.
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. CAPS.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. In *Edisi 3*. Andi.
- Wahyuni, A. P. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.

Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity: Fourth Edition* (4th ed.). John Wiley & Sons, Inc.

Wibisono, D. (2006). *Manajemen kinerja: konsep, desain, dan teknik meningkatkan daya saing perusahaan*. Erlangga.

Internet :

Dvornechcuck, A. (2021). *How To Develop A Brand Strategy*. Ebaqdesign.Com. <https://www.ebaqdesign.com/blog/brand-strategy>, Diakses 25 April 2022.

Friesner, T. (2014). *Promotion - Marketing Teacher*. <https://www.marketingteacher.com/promotion/>, Diakses 25 Mei 2022.

Harvard T.H. Chan School of Public Health. (n.d.). *Almonds | The Nutrition Source*. <https://www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/food-features/almonds/>, Diakses 25 April 2022.

Institute Of Design. (n.d.). *Stanford D. School*. from <https://dschool.stanford.edu/>, Diakses 13 April 2022.

Pemerintah Kabupaten Sragen. (n.d.). from <https://www.sragenkab.go.id/tentang-sragen.html>, Diakses 13 April 2022,

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. (n.d.). *Sejarah*. from <https://jatengprov.go.id/sejarah/>, Diakses 13 April 2022.

LAMPIRAN

Persentase Status Gizi
Kabupaten Sragen Tahun 2021

No	Puskesmas	Jumlah Balita Ditembang	Jumlah Balita Kurus (BB/TB) / Gizi Kurang		Total	%	Jumlah Balita Gizi Lebih		Total	%	Jumlah Balita Stunting	%
			L	P			L	P				
1	Kalijambe	3533	84	70	154	4,4	63	41	104	2,9	368	10,4
2	Pilipuh I	1529	46	54	100	6,5	37	25	62	4,1	84	5,5
3	Pilipuh II	1693	42	30	72	4,3	25	13	38	2,2	151	8,9
4	Masaran I	2691	24	23	47	1,7	45	52	97	3,6	251	9,3
5	Masaran II	2283	32	25	57	2,5	15	17	32	1,4	80	3,5
6	Kedawang I	1627	32	30	62	3,8	2	2	4	0,2	7	0,4
7	Kedawang II	2261	2	3	5	0,2	1	2	3	0,1	81	3,6
8	Sambirejo	2212	32	16	48	2,2	23	16	39	1,8	50	2,3
9	Gondang	2866	19	27	46	1,6	18	11	29	1,0	39	1,4
10	Sb macan I	1464	56	51	107	7,3	47	37	84	5,7	224	15,3
11	Sb macan II	1129	12	11	23	2,0	8	10	18	1,6	84	7,4
12	Ngrampal	2201	38	29	67	3,0	54	31	85	3,9	65	3,0
13	Kr malang	3711	55	30	85	2,3	53	41	94	2,5	167	4,5
14	Sragen	1560	13	14	27	1,7	3	1	4	0,3	28	1,8
15	Sidoharjo	2551	63	48	111	4,4	61	58	119	4,7	248	9,7
16	Tanon I	1558	14	9	23	1,5	4	1	5	0,3	122	7,8
17	Tanon II	1567	20	16	36	2,3	0	0	0	0,0	163	10,4
18	Genoteng	2957	34	43	77	2,6	17	15	32	1,1	105	3,6
19	Miri	2204	18	18	36	1,6	94	122	216	9,8	108	4,9
20	Sb Lawang	3089	26	31	57	1,8	26	21	47	1,5	115	3,7
21	Mondokan	2537	70	60	130	5,1	25	18	43	1,7	414	16,3
22	Sukodono	1746	40	43	83	4,8	29	22	51	2,9	199	11,4
23	Gesi	1218	26	28	54	4,4	51	33	84	6,9	77	6,3
24	Tangen	1723	35	36	71	4,1	30	33	63	3,7	174	10,1
25	Jenar	1434	16	16	32	2,2	15	11	26	1,8	100	7,0
Jumlah		53344	843	761	1604	3,0	746	633	1379	2,6	3504	6,6

dr. H. H. Guntoro, M. Kes
NIP. 1968031998031010

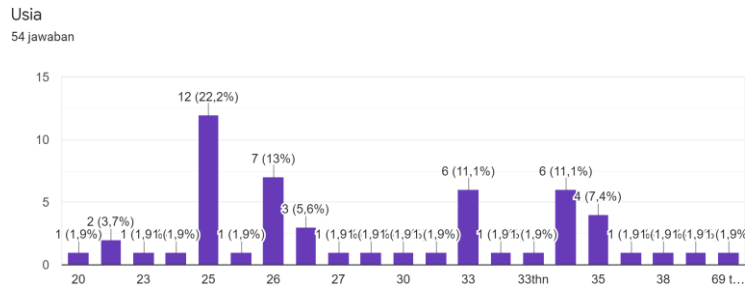
Gambar 153. Data Presentase Status Gizi Kabupaten Sragen Tahun 2021
(Sumber: Puskesmas Kec. Masaran II, 2022)

LAMPIRAN

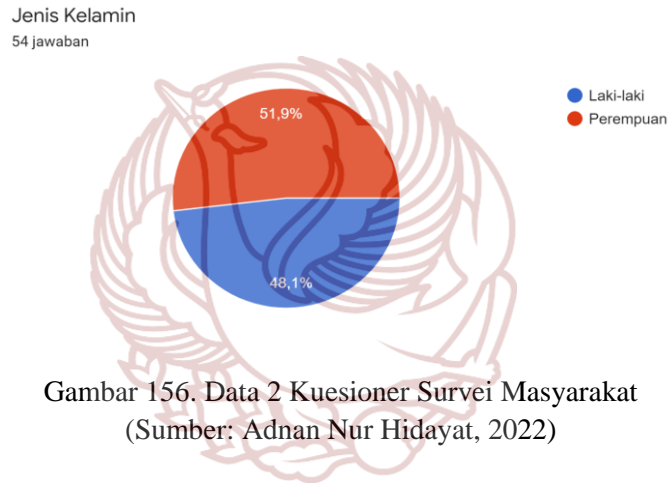


Gambar 154. Dokumentasi Wawancara Ahli Gizi Puskesmas Kec. Masaran II
(Sumber: Adnan Nur Hidayat, 2022)

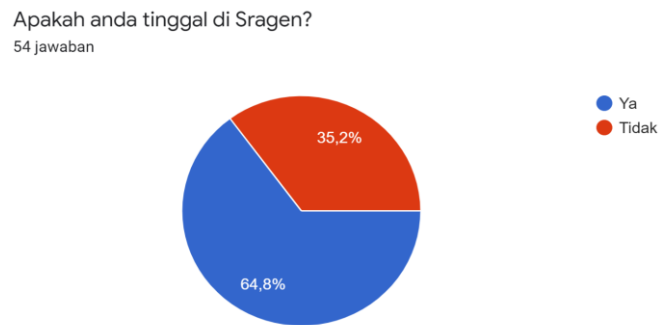
LAMPIRAN



Gambar 155. Data 1 Kuesioner Survei Masyarakat
(Sumber: Adnan Nur Hidayat, 2022)



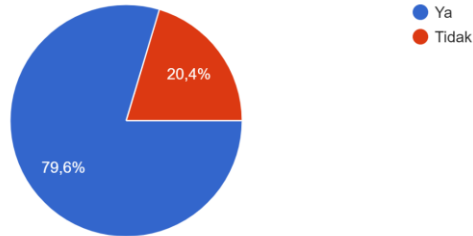
Gambar 156. Data 2 Kuesioner Survei Masyarakat
(Sumber: Adnan Nur Hidayat, 2022)



Gambar 157. Data 3 Kuesioner Survei Masyarakat
(Sumber: Adnan Nur Hidayat, 2022)

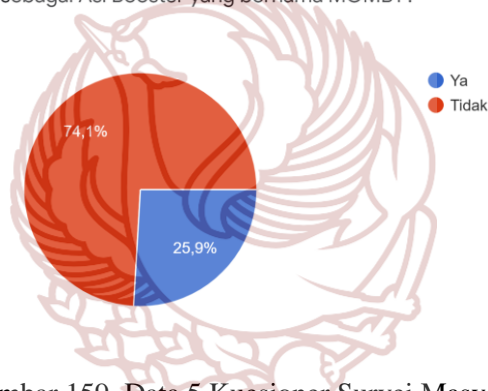
LAMPIRAN

Apakah anda asli orang Sragen?
54 jawaban



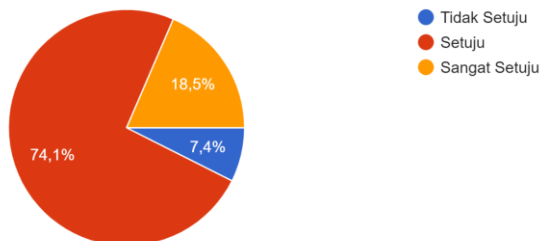
Gambar 158. Data 4 Kuesioner Survei Masyarakat
(Sumber: Adnan Nur Hidayat, 2022)

1. Apakah anda mengetahui di Kabupaten Sragen terdapat UMKM dengan produk yang diformulasikan sebagai Asi Booster yang bernama MOMBY?
54 jawaban



Gambar 159. Data 5 Kuesioner Survei Masyarakat
(Sumber: Adnan Nur Hidayat, 2022)

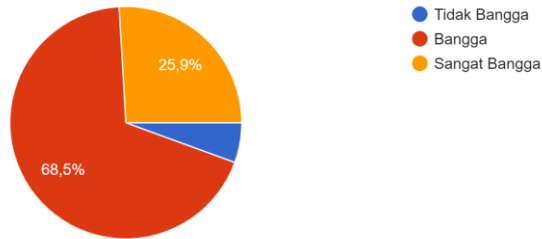
2. Apakah anda setuju ikon gading gajah Kabupaten Sragen digunakan sebagai konsep desain kemasan untuk produk UMKM MOMBY ?
54 jawaban



Gambar 160. Data 6 Kuesioner Survei Masyarakat
(Sumber: Adnan Nur Hidayat, 2022)

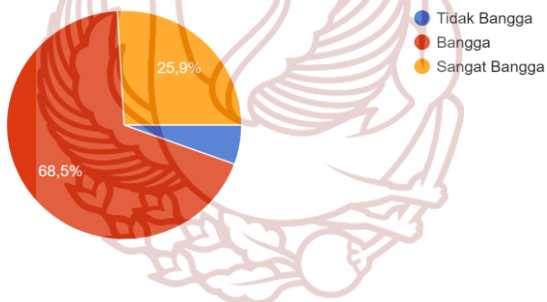
LAMPIRAN

3. Apakah anda akan merasa bangga di kabupaten sragen memiliki produk UMKM MOMBY yang menggunakan ikon gading gajah dalam desain kema...ya sebagai langkah pemanfaatan kearifan lokal ?
54 jawaban



Gambar 161. Data 7 Kuesioner Survei Masyarakat
(Sumber: Adnan Nur Hidayat, 2022)

3. Apakah anda akan merasa bangga di kabupaten sragen memiliki produk UMKM MOMBY yang menggunakan ikon gading gajah dalam desain kema...ya sebagai langkah pemanfaatan kearifan lokal ?
54 jawaban



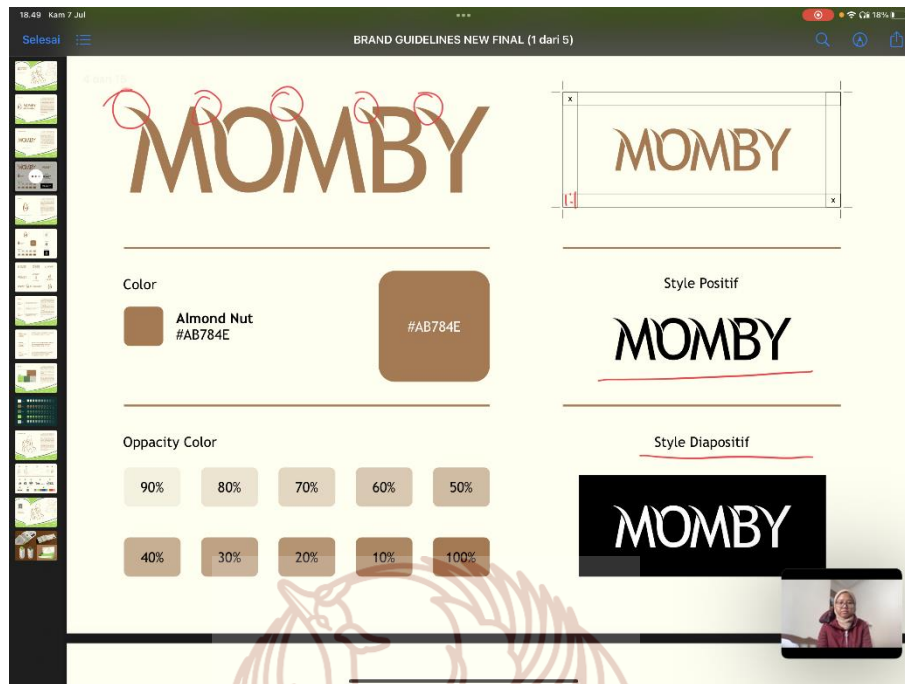
Gambar 162. Data 8 Kuesioner Survei Masyarakat
(Sumber: Adnan Nur Hidayat, 2022)

LAMPIRAN



Gambar 163. Dokumentasi Pengujian Prototipe Dengan Pemilik Usaha
(Sumber: Adnan Nur Hidayat, 2022)

LAMPIRAN



Gambar 164. Dokumentasi Presentasi *Final* Desain Dengan Pemilik Usaha
(Sumber: Adnan Nur Hidayat, 2022)