

LAPORAN TUGAS AKHIR
***BRANDING IDENTITY* PRODUK *GOER GLAMOUR* SEBAGAI**
***INOVASI FUSION FOOD* KEKINIAN MELALUI MEDIA**
SOSIAL

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk mengerjakan
Tugas Akhir dan memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh :

NOVITA SARI AISAH PUTRI BORU BATU BARA

NIM: 21710044

PROGRAM STUDI SENI KULINER
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA

2024

LAPORAN TUGAS AKHIR

***BRANDING IDENTITY* PRODUK *GOER GLAMOUR* SEBAGAI
INOVASI FUSION FOOD KEKINIAN MELALUI MEDIA
SOSIAL**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk mengerjakan

Tugas Akhir dan memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh :

NOVITA SARI AISAH PUTRI BORU BATU BARA

NIM: 21710044

PROGRAM STUDI SENI KULINER

JURUSAN PARIWISATA

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2024

LEMBARAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : *BRANDING IDENTITY* PRODUK *GOER GLAMOUR*
SEBAGAI INOVASI *FUSION FOOD* KEKINIAN
MELALUI MEDIA SOSIAL

Penulis : Novita Sari Aisah Putri Boru Batu Bara

NIM : 21710044

Program Studi : Seni Kuliner

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada 18 Juli 2024

Disahkan oleh :

Ketua Penguji,



Muhamad Ridwan, S.Ikom., M.M

NIP.19860327019031013

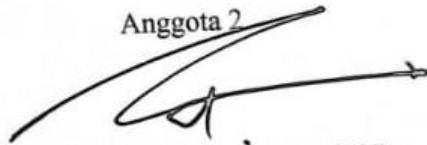
Anggota 1



Elviana, S.T.P., M.Si

NIP.198704242019032016

Anggota 2



Swastono Putro Pirastiyono, S.Pa., M.Par

NIP.198804112020121008

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata



Anindita Budi Astuti, S.E., M.M

NIP. 198103052008122001

LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : *BRANDING IDENTITY* PRODUK *GOER GLAMOUR*
SEBAGAI *INOVASI FUSION FOOD* KEKINIAN
MELALUI MEDIA SOSIAL

Penulis : Novita Sari Aisah Putri Boru Batu Bara

NIM : 21710044

Program Studi : Seni Kuliner

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

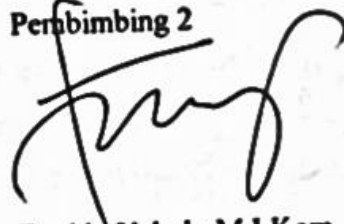
Ditandatangani di Jakarta, 03 Juni 2024

Pembimbing 1



Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par
NIP.198804112020121008

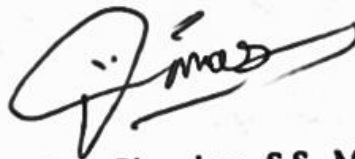
Pembimbing 2



Freddy Yakob, M.I.Kom.
NIP.199011182019031009

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Seni Kuliner



Dimas Bayu Pinandoyo, S.S., M.Sc
NIP. 198402032019031005

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novita Sari Aisah Putri Boru Batu Bara
NIM : 21710044
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul : *BRANDING IDENTITY* PRODUK GOER *GLAMOUR* SEBAGAI INOVASI *FUSION FOOD* KEKINIAN MELALUI MEDIA SOSIAL **Original**, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme. Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 03 Juli 2024

Yang menyatakan



Novita Sari Aisah Putri Boru Batu Bara

NIM : 21710044

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademika Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novita Sari Aisah Putri Boru Batu Bara
NIM : 21710044
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : *“BRANDING IDENTITY PRODUK GOER GLAMOUR SEBAGAI INOVASI FUSION FOOD KEKINIAN MELALUI MEDIA SOSIAL”*

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih media/format kan, 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 in saya buat dengan sebenarnya,

Jakarta, 03 Juli 2024

Yang menyatakan,



Novita Sari Aisah Putri Boru Batu Bara

NIM : 21710044

ABSTRACT

A brand does not merely act as a name or distinguish it from other business competition, but a brand is a promise, value and benefit offered by an organization to potential customers. Brand awareness and brand identity are important components in the successful branding of a product. Goer Glamour is an innovative dessert fusion food product, namely Choux Au Craquelin with Bajigur filling based on snacks which does not yet have a brand identity to be recognized. Therefore, this research aims to build brand awareness and brand identity of Goer Glamour products as a contemporary dessert fusion food innovation. This research was conducted through the stages of audience research, SWOT analysis, objective determination and determination of brand keywords. The design results of this brand identity are in the form of a brand name, brand logo, slogan used in the process of designing this brand strategy. The results of the formation of brand awareness have been said to be successful because they have been able to achieve the target of determining the objectives that have been set. The impact of this research is that it can increase brand awareness and brand identity of Goer Glamour products as innovative products that do not yet have a brand identity

Keywords: *Brand Identity, Brand Awareness, Goer Glamour, Bajigur, Choux Au Craquellin, Fusion Food*

ABSTRAK

Merek tidak hanya sekedar berperan sebagai nama ataupun yang membedakannya dari persaingan usaha lainnya, tetapi merek adalah sebuah janji, nilai dan manfaat yang ditawarkan oleh sebuah organisasi kepada calon konsumen. Kesadaran merek dan identitas merek merupakan suatu komponen yang penting dalam keberhasilan *branding* sebuah produk. *Goer Glamour* merupakan sebuah produk inovasi *dessert fusion food* yaitu *Choux Au Craquelin* dengan *filling* Bajigur yang berbasis *snack* yang dimana belum memiliki identitas merek untuk dapat dikenali. Oleh sebab itu, maka penelitian ini bertujuan untuk membangun kesadaran merek dan identitas merek produk *Goer Glamour* sebagai inovasi *dessert fusion food* kekinian. Penelitian ini dilakukan melalui tahapan riset khalayak, analisis SWOT, penentuan *objective* dan penentuan kata kunci merek. Hasil perancangan dari identitas merek ini yaitu berupa nama merek, logo merek, slogan yang digunakan dalam proses merancang strategi merek ini. Adapun hasil dari pembentukan kesadaran merek yaitu telah dikatakan berhasil karena telah dapat mencapai target dari penentuan tujuan yang telah ditetapkan. Dampak dari penelitian ini adalah dapat meningkatkan *brand awareness* dan *brand identity* produk *Goer Glamour* sebagai produk inovasi yang belum memiliki sebuah identitas merek.

Kata Kunci: *Identitas Merek, Kesadaran Merek, Goer Glamour, Bajigur, Choux Au Craquellin, Fusion Food*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunianya telah memberikan kemudahan dan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“BRANDING IDENTITY PRODUK GOER GLAMOUR SEBAGAI INOVASI FUSION FOOD KEKINIAN MELALUI MEDIA SOSIAL”**

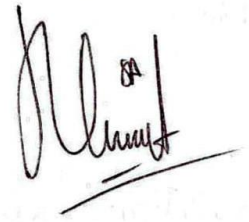
Tujuan penulisan Tugas Akhir ini yaitu sebagai salah satu syarat akademis untuk menempuh Tugas Akhir pada jenjang Diploma III Program Studi Seni Kuliner Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Media Kreatif. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan Proposal Tugas Akhir ini, yaitu diantaranya:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, S.Si., M.Sc.,selaku Wakil Direktur Bidang Akademik
3. Anindita Budi Astuti, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Pariwisata
4. Dimas Bayu Pindandoyo, S.Si., M.Sc., selaku Kepala Program Studi Seni Kuliner
5. Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran
6. Freddy Yakob, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah dengan sabar memberikan dukungan dan bimbingan kepada penulis
7. Para dosen serta seluruh tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah membantu dan melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan disini
8. Seluruh anggota keluarga dan teman-teman yang telah mendukung serta memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan proposal ini

9. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Proposal Tugas Akhir ini. Untuk itu, penulisan mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk Tugas Akhir ini.

Jakarta, 03 Juli 2024

Penulis



Novita Sari Aisah Putri Boru Batu Bara

NIM.21710044

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. <i>Brand</i> (Merek).....	8
B. <i>Branding</i>	11
1. Definisi <i>Branding</i>	11
2. Tujuan <i>Branding</i>	12
C. Bajigur.....	15
D. <i>Choux Au Craquellin</i>	17
BAB III METODE PELAKSANAAN	19
A. Objek Penulisan	19
B. Teknik Pengumpulan Data.....	20
1. Observasi	20
2. Studi Kepustakaan	21
3. Wawancara	21
C. Ruang Lingkup.....	22

1. Peran Penulis	22
2. Kategori Karya	22
3. Ide Kreatif.....	22
D. Langkah Kerja.....	23
1. Proses <i>Branding Identity</i>	23
2. Proses <i>Branding Awareness</i>	26
3. Evaluasi <i>Branding</i>	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
A. Proses <i>Branding Identity</i>	34
1. Riset Audience	34
2. Analisis SWOT.....	42
3. Penentuan Kata Kunci <i>Brand (Keyword)</i>	44
4. Menentukan <i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP)</i>	46
5. Penetapan Elemen <i>Brand Identity</i>	48
B. Proses <i>Branding Awareness</i>	55
1. Penentuan <i>Objective</i>	55
2. Membuat Strategi Komunikasi.....	57
3. Membuat <i>Media Planning</i>	62
4. Membuat <i>Content Planning</i>	64
5. Evaluasi <i>Branding</i>	75
BAB V KESIMPULAN	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	14
Gambar 2 Minuman Tradisional Bajigur	15
Gambar 3 <i>Choux Au Craquellin</i>	17
Gambar 4 Profil <i>Instagram Goer Glamour</i>	47
Gambar 5 Testimoni <i>Customers</i> di <i>Social Media Goer Glamour</i>	51
Gambar 6 Jangkauan Skor Kelas Status Ekonomi Sosial (SES).....	52
Gambar 7 <i>Content Planning Instagram Goer Glamour</i>	58
Gambar 8 <i>Posting-an Feeds Coming Soon Goer Glamour</i>	65
Gambar 9 <i>Posting-an Feeds</i> Pengenalan <i>Goer Glamour</i>	66
Gambar 10 <i>Posting-an Feeds Food Knowledge Goer Glamour</i>	66
Gambar 11 <i>Posting-an Feeds</i> Khasiat Segelas Bajigur.....	67
Gambar 12 Poster Promosi <i>Goer Glamour</i>	68
Gambar 13 <i>Posting-an Feeds Product Goer Glamour</i>	68
Gambar 14 <i>Posting-an Feeds Packaging Goer Glamour</i>	68
Gambar 15 <i>Posting-an Reels</i> Video Singkat Pembuatan <i>Goer Glamour</i>	68
Gambar 16 <i>Posting-an Feeds Customers Goer Glamour</i>	69
Gambar 17 <i>Posting-an Feeds “What They Talk About”</i>	71
Gambar 18 <i>Posting-an Story Quiz Choux Bajigur</i>	72
Gambar 19 <i>QnA</i> Seputar <i>Choux Bajigur</i>	73
Gambar 20 <i>Posting-an Feeds Pairing Menu Goer Glamour</i>	74
Gambar 21 <i>Posting-an Feeds Tips and Trick Goer Glamour</i>	75
Gambar 22 Logo <i>Goer Glamour</i>	74
Gambar 23 <i>Pallet Warna Goer Glamour</i>	75
Gambar 24 Testimoni <i>Customers Goer Glamour</i>	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Wawancara Seputar Kategori Produk Makanan	34
Tabel 2 Kategori Wawancara Seputar Identitas Merek	36
Tabel 3 Kategori Wawancara Seputar Proses Perancangan <i>Branding</i>	37
Tabel 4 Perbandingan Harga Menu <i>Chouxlala</i> Dengan Menu Goer <i>Glamour</i>	48
Tabel 5 <i>Brief Design</i> Goer <i>Glamour</i>	49
Tabel 6 Jangkauan <i>Posting-an Instagram</i> Goer <i>Glamour</i> per tanggal 26 Juni 2024	56
Tabel 7 Jumlah <i>like</i> per <i>posting-an Instagram</i> Goer <i>Glamour</i>	59
Tabel 8 Rekapitulasi Data Penjualan Goer <i>Glamour</i> Selama 20 Hari.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa	84
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Tugas Akhir Dosen Pembimbing I.....	85
Lampiran 3 Lembar Bimbingan Tugas Akhir Dosen Pembimbing II.....	86
Lampiran 4 Foto Produk Goer <i>Glamour</i>	87
Lampiran 5 Foto Kemasan Goer <i>Glamour</i>	88
Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara Bersama Akademisi.....	89
Lampiran 7 Daftar Pertanyaan Wawancara (<i>Expert Judgements</i>).....	90
Lampiran 8 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	91