

ABSTRAK

PERANCANGAN STRATEGI BRANDING TAHU MIRASA DI CONGGEANG SUMEDANG

Oleh: Eneng Dida Hilda Hilyatussyuhada

NIM: 1601174039

Sumedang merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang terkenal sebagai kota wisata kuliner, yang menjadi ciri khasnya adalah Tahu Sumedang. Makanan berbahan dasar kacang kedelai dan campuran bumbu yang khas ini telah menjadi komoditas utama yang merajai industri kuliner di kota Sumedang. Hampir sebagian besar masyarakatnya berprofesi sebagai pedagang tahu dan bahkan ada yang memiliki pabrik sendiri. Dengan demikian, Tahu Sumedang mengalami kemajuan dari masa ke masa, sehingga setiap kedai Tahu Sumedang memiliki cara tersendiri dalam upaya memperkenalkan produknya pada pelanggannya. Hal inilah yang membuat produsen tahu Sumedang berlomba-lomba untuk menarik perhatian pelanggannya. Akan tetapi, banyak dari mereka yang belum memahami pentingnya strategi *branding* sehingga identitas dari produk belum terlihat. Oleh karena itu, disini penulis bermaksud membuat sebuah rancangan tentang “bagaimana sebuah produk dapat memperluas jangkauan pemasaran melalui Strategi *Branding*”

Untuk metode penelitian, penulis melakukan pengumpulan data dan analisis data, dimana penulis melakukan observasi di tempat, wawancara dengan narasumber, pengumpulan data lainnya dengan melakukan dokumentasi dan studi pustaka. Selanjutnya, data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan model AOI, AISAS, dan SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian serta perancangan yang dilakukan penulis, dapat disimpulkan bahwa Tahu Mirasa perlu melakukan strategi *branding*, dengan cara menonjolkan identitas visual (*visual identity*) yang baru dari sehingga Tahu Mirasa dapat terlihat berbeda dari kompetitornya, dengan menonjolkan estetika jadul namun dikemas dengan gaya *kekinian*. Untuk perancangan *branding* ini dibutuhkan media utama dan media pendukung agar menarik perhatian audiens, seperti logo, kemasan, poster, booth, spanduk, dll. Media promosi yang sudah dibuat diharapkan dapat menarik perhatian konsumen di Sumedang mau pun di luar Sumedang untuk membeli tahu di kedai Tahu Mirasa.

Kata Kunci: Industri Kuliner, Merek, Tahu Mirasa Sumedang, Identitas Visual, Perancangan

