

## ABSTRAK

### **BRANDING KEDAI SUSHI BOON DI BANDUNG**

Oleh  
**Amelia Fitri**  
**NPM : 108300055**

Sushi Boon merupakan salah satu kedai *sushi* di Bandung, yang menyajikan menu khas Jepang dan menyesuaikan dengan selera masyarakat Indonesia. Tidak hanya *sushi*, tetapi juga makanan khas Jepang lainnya seperti *donburi* dan *sashimi*. Semenjak lokasi dan pergantian kepemilikan Sushi Boon yang baru, membuat masyarakat khususnya yang bertempat tinggal di Kota Bandung masih belum mengetahui informasi yang jelas dan konsisten.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara, studi pustaka dan analisis data, selain itu strategi perbandingan, *marketing mix*, dan analisis SWOT. Setelah pengumpulan serta analisisnya, diketahui bahwa dibutuhkan *branding* terhadap konsep atau *image* Sushi Boon pada media promosi yang akan digunakan. Bertujuan untuk memberikan informasi yang konsisten maupun meningkatkan daya tarik serta minat beli konsumen.

Konsep perancangan *image (branding)* Sushi Boon ini adalah menggunakan unsur budaya Jepang yang dipadukan dengan budaya Indonesia. Unsur – unsur yang digunakan terdiri dari motif Jepang, warna dan ilustrasi makanan yang diterapkan pada *outlet*, *neonbox*, seragam karyawan, kartu nama, menu, *packaging*, *goodiebag*, brosur, dan desain media pendukung lainnya. Diharapkan pada perancangan ini, dapat membantu Sushi Boon dalam membuat *image (branding)* yang lebih baik dan dapat tersampaikan nya informasi yang konsisten maupun meningkatkan daya tarik serta minat beli konsumen, khususnya masyarakat Kota Bandung.

Kata kunci : *Branding*, *Sushi*, Kebudayaan Jepang, Kedai

## **ABSTRACT**

### **SUSHI BOON's FOODSTALL BRANDING AT BANDUNG**

by

**Amelia Fitri**

**NPM : 109300055**

Sushi Boon is one of sushi foodstall in Bandung, which is serving Japanese menu and adjust with Indonesian flavor. Since the location change over of Sushi Boon's ownership and the location, it makes people especially in Bandung still don't know about information clearly and consistently.

Methods used in the collection of data are observation, interviews, literature studies and data analysis, though comparative strategy, marketing mix, and SWOT analysis. After collection and analysis, Sushi Boon need. The branding objectives are to give information consistently and to increase attraction and consumer's interest.

The concept of Sushi Boon's branding design is using elements Japanese culture combined with Indonesian culture. The elements will used consist of Japan's pattern, colour and illustration food applied in outlet, neonbox, uniform employees, business card, menu, packaging, goodiebag, brochure, and the other supporting media designs. The Design's are expected to help Sushi Boon making better branding than before, which will make the information can be conveyed consistently, and increase consumer's interest, especially in Bandung.

Keywords : Branding, Sushi, Japanese Culture, Foodstall