

ABSTRAK

Tristan Amadeo:

Perancangan Start-up

Perancangan Promosi Start Up: Cerita Nusa untuk Peningkatan Apresiasi terhadap Kopi Indonesia

Indonesia terkenal dengan kopi berkualitas tinggi dan beragam. Namun, kualitas kopi Indonesia di pasar internasional belum sebanding dengan negara penghasil kopi lainnya. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan fasilitas untuk meningkatkan kualitas kopi Indonesia menjadi *specialty coffee*. Cerita Nusa, sebuah *start up* yang didirikan pada tahun 2023, bertujuan untuk meningkatkan apresiasi kopi Indonesia melalui berbagai cara, yaitu meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang *specialty coffee*, memberikan pengalaman baru dalam menyeduh kopi *drip bag* dengan tambahan bahan untuk meningkatkan pengalaman rasa, memperkenalkan budaya dan adat Indonesia melalui kopi, dan lainnya.

Strategi marketing yang digunakan adalah strategi promosi pemasaran dengan mengikuti pameran kopi yang dikenal luas oleh masyarakat, dan promosi sosial media untuk meningkatkan eksposur *brand* kepada masyarakat

Kata kunci:

kopi indonesia, *specialty coffee*, cerita nusa, *coffee drip bag*, pengalaman kopi, strategi marketing.

ABSTRACT

Tristan Amadeo:

Start-up Design

Start Up Promotion Planning: Cerita Nusa to Increase Appreciation of Indonesian Coffee

Indonesia is renowned for its high-quality and diverse coffee. However, the quality of Indonesian coffee in the international market is not yet comparable to that of other coffee-producing countries. This is due to the lack of knowledge and facilities to improve the quality of Indonesian coffee into specialty coffee. Cerita Nusa, a startup founded in 2023, aims to enhance appreciation for Indonesian coffee through various means, which are: increasing public knowledge about specialty coffee, providing a new experience in brewing drip bag coffee with additional ingredients to enhance the flavor experience, introducing Indonesian culture and customs through coffee, and more.

The marketing strategy used is a promotional marketing strategy by participating in widely recognized coffee exhibitions and social media promotion to increase brand exposure to the public.

Keywords:

indonesian coffee, specialty coffee, cerita nusa, coffee drip bag, coffee experience, marketing strategy.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Perancangan.....	3
1.4. Batas Lingkup Perancangan.....	3
1.5. Manfaat Perancangan.....	3
1.5.1. Bagi Mahasiswa.....	3
1.5.2. Bagi Institusi (Program DKV).....	3
1.5.3. Bagi Masyarakat.....	4
1.6. Definisi Operasional.....	4
1.7. Metode Perancangan.....	4
1.7.1. Data yang dibutuhkan.....	4
1.7.1.1. Data Primer.....	4
1.7.1.2. Data Sekunder.....	4
1.7.2. Metode Pengumpulan Data.....	4
1.7.3. Instrumen/Alat Pengumpulan Data.....	5
1.7.4. Metode Analisis Data.....	5
1.8. Skematika Prosedur Perancangan.....	6
2. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA.....	7
2.1. Tinjauan Promosi.....	7
2.1.1. Definisi Promosi.....	7
2.1.2. Definisi Strategi Pemasaran.....	7
2.1.2.1 Jenis Strategi Pemasaran.....	7
2.1.3. Marketing Mix 4E.....	9
2.1.3.1. Experience.....	9

2.1.3.2. Exchange.....	10
2.1.3.3. Everywhere.....	10
2.1.3.4. Evangelism.....	10
2.1.4. AISAS.....	10
2.1.4.1. Attention.....	11
2.1.4.2. Interest.....	11
2.1.4.3. Search.....	11
2.1.4.4. Action.....	11
2.1.4.5. Share.....	11
2.1.5. Content Pillars.....	11
2.1.5.1. Promotional.....	12
2.1.5.2. Entertainment.....	12
2.1.5.3. Educational.....	12
2.1.5.4. Conversational.....	12
2.2. Tinjauan Branding.....	12
2.2.1. Brand Identity.....	12
2.2.2. Brand Positioning.....	13
2.2.3. Brand Equity.....	14
2.2.4. Brand Awareness.....	15
2.3. Tinjauan Data Cerita Nusa.....	15
2.3.1. Brand Identity Cerita Nusa.....	15
2.3.1.1. Penamaan.....	15
2.3.1.2. Logo.....	16
2.3.1.3. Tone Warna.....	16
2.3.1.4. Tipografi.....	16
2.3.1.5. Brand Key.....	17
2.3.1.6. Gaya Visual.....	19
2.3.1.7. Value.....	19
2.3.1.8. Voice.....	19
2.3.1.9. Pesan Strategi Komunikasi Brand.....	19
2.3.2. Visi dan Misi.....	20
2.3.3. Produk yang Dipasarkan.....	20
2.3.4. Potensi Perusahaan.....	20
2.3.5. Lokasi Perusahaan.....	21
2.3.6. Target Market Perusahaan.....	21
2.3.6.1. Demografis.....	21

2.3.6.2. Geografis.....	21
2.3.6.3. Teknografis.....	21
2.3.6.4. Psikografis.....	21
2.3.6.5. Behavior.....	21
2.4. Data Produk.....	22
2.4.1. Sumber Produk.....	22
2.4.2. Spesifikasi Produk.....	22
2.4.2.1. Kopi Geisha Sunda.....	22
2.4.2.2. Kopi Ijen Laurina.....	22
2.4.2.3. Kopi Semendo Markisa.....	23
2.4.2.4. Kopi Liberica Flores Wine.....	24
2.4.2.5. Kopi Robusta Bali.....	24
2.4.2.6. Kopi Papua Bpiri.....	24
2.4.3. Harga Produk.....	25
2.4.4. Data Visual Produk.....	25
2.4.4.1. Desain Packaging Pouch.....	25
2.4.4.2. Desain Packaging Box.....	26
2.4.4.3. Desain Petunjuk Kartu Seduh.....	26
2.5. Analisis Pemasaran.....	27
2.5.1. Analisis Marketing Mix 4E Cerita Nusa.....	27
2.5.2. Analisis AISAS Cerita Nusa.....	28
2.6. Analisis Kompetitor.....	29
2.6.1. Produk.....	29
2.6.1.1. Bacha Coffee.....	29
2.6.1.2. Fugol Coffee Roaster.....	31
2.6.1.3. Tanamera Roastery.....	32
2.6.1.4. Instinct Coffee Roastery.....	33
2.6.2. Kesimpulan Analisis Data.....	35
3.1.2.1. Kesimpulan Marketing Mix 4E dan AISAS Cerita Nusa.....	35
3.1.6.2. Kesimpulan Analisis Kompetitor.....	36
3. KONSEP PERANCANGAN.....	37
3.1. Konsep Kreatif.....	37
3.1.1. Tujuan Kreatif.....	37
3.1.2. Strategi Kreatif.....	37
3.1.2.1. <i>What to say</i>	38
3.1.2.2. <i>How to say</i>	38
3.2. Konsep Promosi.....	39

3.2.1. Tujuan Promosi.....	39
3.2.2. Strategi Media.....	39
3.2.3. Content Pillar.....	40
3.2.3.1. Promotional.....	40
3.2.3.2. Entertainment.....	40
3.2.3.3. Educational.....	41
3.2.3.4. Conversational.....	41
3.2.4. Content Schedule.....	43
3.2.5. Perancangan Penjualan.....	44
3.2.5.1. Sistem Penjualan.....	44
3.2.5.2. Lokasi Penjualan	44
4. PROSES DAN VISUALISASI.....	45
4.1. Pengembangan Desain Visual.....	45
4.1.1. Logo.....	45
4.1.1.1. Thumbnail.....	45
4.1.1.2. Tightissue.....	45
4.1.1.3. Final.....	46
4.1.2. Supergrafis.....	46
4.1.2.1. Thumbnail.....	46
4.1.2.2. Tightissue.....	47
4.1.2.3. Final.....	47
4.1.2.4. Contoh Pengaplikasian.....	47
4.1.3. Layout.....	48
4.1.3.1. Thumbnail.....	48
4.1.3.2. Tightissue.....	48
4.1.3.3. Final.....	49
4.1.4. Petunjuk Kartu Seduh.....	49
4.1.4.1. Tightissue.....	49
4.1.4.2. Final.....	50
4.1.5. Visual Produk Akhir.....	50
4.1.5.1. Produk Kopi Satuan.....	51
4.1.5.2. Produk Gift Box Darmawisata.....	51
4.1.6. Visual Merchandise.....	52
4.2. Pengembangan Konten Instagram.....	52
4.2.1. Thumbnail Carousel Instagram Post.....	53
4.2.2. Tightissue Carousel Instagram Post.....	53
4.2.3. Final Carousel Instagram Post.....	54

4.3. Kegiatan Pameran.....	54
4.3.1. Pameran Perdana Cerita Nusa.....	54
4.3.1.1. Pengenalan Kopi Kantong Tetes.....	56
4.3.1.2. Workshop sensori.....	56
4.3.1.3. Fun brewing.....	56
4.3.2. Dokumentasi Pameran.....	57
4.3.2.1. Dokumentasi Penataan Meja Pameran.....	57
4.3.2.2. Dokumentasi Interaksi Dengan Pelanggan.....	58
4.3.3. Hasil Pameran.....	58
4.3.4. Penjualan saat Pameran Cerita Nusa.....	58
4.3.5. Evaluasi Pameran.....	59
4.4. Aktivasi Instagram.....	60
4.4.1 Konten Instagram.....	60
4.4.2. Insight Post Instagram.....	66
4.4.3. Insight Story.....	67
4.4.4. Insight Reels.....	68
4.4.5. Reach Followers.....	68
4.4.6. Evaluasi Insight dan Reach.....	69
4.5. Aktivasi Tokopedia.....	69
4.6. Laporan Keuangan.....	70
5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	72
DAFTAR REFERENSI.....	74
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

1.1. Keterangan Bagan Skematika Perancangan.....	8
2.1. Final Desain Logo Cerita Nusa.....	20
2.2. Color Palette Cerita Nusa.....	20
2.3. Typeface Nomada Incise.....	21
2.4. Desain Packaging Pouch Lama Cerita Nusa.....	32
2.5. Penjelasan Desain Packaging Pouch Lama Cerita Nusa.....	32
2.6. Desain Packaging Box Lama Cerita Nusa.....	33
2.7. Desain Petunjuk Kartu Seduh Lama Cerita Nusa.....	33
2.8. Kemasan Assorted Coffee Bags Gift Box (Bacha Coffee).....	39
2.9. Jelajah Nusantara Specialty Arabica Coffee Drip Bag (Fugol Coffee Roasters).....	40
2.10. The Drip (Tanamera Coffee).....	43
2.11. LuxeBlackBox (Instinct Roastery x Serious About).....	44
4.1. Thumbnail Logo Cerita Nusa Baru.....	44
4.2. Tightissue Logo Cerita Nusa Baru 1.....	45
4.3. Tightissue Logo Cerita Nusa Baru 2.....	45
4.4. Final Logo Cerita Nusa Baru	45
4.5. Thumbnail Supergrafis Cerita Nusa.....	45
4.6. Tightissue Supergrafis Cerita Nusa	46
4.7. Final Supergrafis Cerita Nusa.....	46
4.8. Contoh Pengaplikasian Supergrafis Cerita Nusa.....	46
4.9. Thumbnail Layout Cerita Nusa.....	47
4.10. Tightissue Layout Cerita Nusa.....	47
4.11. Final Layout Cerita Nusa.....	48
4.12. Final Layout Cerita Nusa (Keterangan).....	48
4.13. Tightissue Petunjuk Kartu Seduh Cerita Nusa.....	49
4.14. Final Petunjuk Kartu Seduh Cerita Nusa	49
4.15. Produk Kopi Satuan Cerita Nusa	50
4.16. Gift Box Darmawisata Cerita Nusa	50
4.17. Merchandise Cerita Nusa.....	51
4.18. Perancangan Konten Instagram Cerita Nusa.....	51
4.19. Thumbnail Carousel Instagram Post Cerita Nusa.....	52
4.20. Tightissue Carousel Instagram Post Cerita Nusa.....	52
4.21. Final Carousel Laurina Ijen Instagram Post Cerita Nusa.....	53
4.22. Foto Poster Pameran Cerita Nusa 1.....	54

4.23. Foto Poster Pameran Cerita Nusa 2.....	54
4.24. Foto Penataan Produk Pameran Cerita Nusa.....	56
4.25. Foto Penataan Booth Pameran Cerita Nusa.....	56
4.26. Foto Interaksi dengan Pelanggan saat Pameran Cerita Nusa.....	57
4.27. Insight Post Instagram Cerita Nusa 1.....	65
4.28. Insight Post Instagram Cerita Nusa 2.....	65
4.29. Insight Story Instagram Cerita Nusa.....	66
4.30. Insight Reels Instagram Cerita Nusa.....	67
4.31. Reach Followers Instagram Cerita Nusa.....	67
4.32. Laman Tampilan Tokopedia Cerita Nusa.....	68
4.33. Katalog Tokopedia Cerita Nusa.....	68

DAFTAR TABEL

2.1. Content Pillar Cerita Nusa.....	41
2.2. Content Schedule Cerita Nusa.....	42
4.1. Konten Instagram Cerita Nusa.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

1. Absensi Bimbingan Tugas Akhir.....	76
2. Formulir Permohonan Pendaftaran Merek Indonesia.....	77
3. Formulir Kelayakan Sidang.....	81
4. Daftar Bimbingan Tugas Akhir Mahasiswa.....	82