

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN KEMASAN KUE BURAYOT KHAS
GARUT**
*DESIGNING VISUAL IDENTITY AND PACKAGING BURAYOT CAKE AS GARUT
CULINARY*

Ega Nabawi Ginanjar¹, Drs. Nugroho Sulistianto. M.Sn²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹eganabawi@students.telkomuniversity.ac.id, ²nugrohosulistianto@yahoo.com

Abstrak

Garut adalah sebuah kota di daerah provinsi Jawa Barat. Garut juga sudah cukup dikenal akan tempat wisata dan juga kulinernya. Ada berbagai macam kuliner khasnya, diantaranya seperti dodol, burayot, goyobod, wajit. Objek yang diangkat pada penelitian ini yaitu kue Burayot. Burayot sendiri adalah makanan khas dari Garut Jawa Barat, lebih tepatnya di kecamatan Leles, kecamatan Kadungora, dan kecamatan Wanaraja. Makanan ini terbuat dari bahan gula merah, tepung beras, kacang tanah, juga minyak kelapa yang tidak memerlukan waktu lama untuk membuatnya. Pada penjualannya kemasan kue burayot ini sendiri masih memakai kemasan plastik biasa yang diberikan label bahkan ada yang tidak memiliki identitas visual. Sadar akan potensi pasar juga untuk meluaskan pasar kue burayot ini, perlu adanya sebuah identitas pada produk makanan ini, agar masyarakat luar daerah tahu dan juga dapat mencoba makanan khas Garut ini, juga karena faktor perkembangan jaman yang sangat pesat sebuah produk harus terlihat menarik di mata konsumennya. Dengan dibuatnya identitas visual pada produk makanan tradisional Garut ini diharapkan dapat memperlebar dan memperluas pasar kue burayot ini agar dikenal masyarakat luas. Juga meningkatkan nilai jual pada produk makanan tradisional ini sendiri.

Kata kunci: Tradisional, Jenaka, Kemasan

Abstract

Sembrani is one of Indonesia's superhero legend characters like Gundala Putra Petir, Godam, Maza Sang Penakluk, Sri Asih and others. However, the last few decades of the local superhero comics industry had declined due to various reasons, such as losing competition with superheroes from other countries and the discontinuation of publishers from publishing the local superhero comics. Beside of the industry, the modern has influenced the teenager readers of the comics becoming more individualist. The influence has reduced the nationalism and unity from themselves including in the preserving local superhero character. These things makes the reader doesn't know any of the local superhero comics character further like Sembrani. therefore, the design of media such as comic that could interpreted again of the character of Sembrani it is needed to raise the message of nationalism and unity for youth readers nowadays. Meanwhile for the research methods of the design divided into methods of data collection and data analysis. The method of data collection for this design is through four methods, namely observation, interviews, reader surveys, and literature studies, which are then processed using the SWOT analysis method. The design of the "Sembrani" superhero character comic is expected to increase the value of nationalism and unity in the reader while introducing the right figure to the readers.

Keywords: Traditional, Humorous, Packaging

1. Pendahuluan

Garut adalah sebuah kota di daerah provinsi Jawa Barat. Garut juga sudah cukup dikenal akan tempat wisata dan juga kulinernya, Ada berbagai macam kuliner khasnya, Diantaranya seperti dodol, burayot, goyobod, wajit.

Perkembangan perekonomian saat ini banyak mengubah perilaku atau gaya hidup konsumen, karena saat ini sudah banyak konsumen yang membeli barang melalui media *online*, Juga sekarang sudah banyak pedagang yang berdagang secara *online* atau biasa disebut *e-commerce*. Sekarangpun makanan tradisional mulai banyak diperjualkan di *e-commerce*. Akan tetapi makanan tradisional yang diperjualkan di *e-commerce* ini masih banyak yang belum memiliki identitas seperti logo dan nama *brand*, dan kurangnya keterangan produk jika dibandingkan dengan kemasan dari produk makanan-makanan modern seperti komposisi, masa berlaku, dan rasa. Kemasan yang dipakai juga umumnya hanya plastik yang ditempel label stiker atau disisipkan kertas saja.

Juga adanya sebuah kecenderungan orang-orang yang rindu akan masalu, seperti halnya pada makanan dimana orang-orang dulu yang tinggal di kampung halaman atau desa yang beralih ke kota pasti akan tumbuh rasa ingin mencoba kembali sebuah citarasa masalu yang sulit didapatkan di kota. Dan juga ada kecenderungan dikalangan anak muda jaman sekarang biasanya enggan memilih hal-hal yang berbau tradisional dan lebih memilih hal yang asing atau dari luar, dari situ anak muda jaman sekarang pastinya akan kurang mengetahui tradisi dan budaya yang ada pada suatu daerah. Dari hal ini pengambilan objek makanan tradisional diharapkan dapat membantu orang tua mengingat kembali juga dapat memperkenalkan kepada anak muda jaman

2. Dasar Pemikiran

2.1 Perancangan (*Design*)

Menurut Tri wahyuni, dalam bukunya, pada bahasa Italia desain yaitu *designo* secara gramatikal yang berarti proses untuk membuat dan menciptakan produk baru. Sebuah proses desain meliputi banyak hal melalui langkah-langkah yang berurutan. Seperti penelitian, brainstorming, mind mapping (kerangka berpikir), moodboard, sketsa, juga pembuatan visualisasi yang terukur secara dua dimensi maupun tiga dimensi dan cara memproduksinya bila

sekarang sebuah ciri khas atau budaya pada suatu daerah, untuk objek makanan yang di ambil adalah Burayot kue khas Garut.

Burayot adalah makanan khas dari Garut Jawa Barat, lebih tepatnya di kecamatan Leles, kecamatan Kadungora, dan kecamatan Wanaraja. Makanan ini terbuat dari bahan gula merah, tepung beras, kacang tanah, Juga minyak kelapa yang tidak memerlukan waktu lama untuk membuatnya. Mengapa kue ini disebut burayot? Karena, saat adonan tepung beras digoreng beberapa saat, kue ini diangkat menggunakan batang bambu kecil seketika kulit kuenya tertarik ke atas dengan tepung gulanya menggantung di bagian bawah, atau biasa orang Sunda menyebutnya ngaburayot.

Kemasan kue burayot ini sendiri umumnya masih memakai kemasan plastik ukuran 15cmx15cm, lalu diberikan label bahkan ada yang tidak memiliki identitas visual. Biasanya isi kue pada kemasannya sendiri ada 10 – 20 buah. Penjualan kue burayot ini sendiri biasa di pasarkan di dekat area wisata maupun tempat atau pusat oleh-oleh di Garut.

Dari penjelasan yang sudah di paparkan diatas, Perlu adanya sebuah identitas pada produk makanan tradisional ini, Agar masyarakat luar daerah tahu dan juga dapat mencoba makanan khas Garut ini, juga karena faktor perkembangan jaman yang sangat pesat sebuah produk harus terlihat menarik dimata konsumennya. Dengan dibuatnya identitas visual pada produk makanan tradisional Garut ini diharapkan dapat memperluas pasar kue burayot ini agar dikenal masyarakat luas. Juga meningkatkan nilai jual pada produk makanan tradisional ini sendiri.

diperlukan produksi yang banyak. (Tri Wahyuni, 2015: 5)

Desain adalah suatu disiplin ilmu yang bukan hanya berbicara tentang eksplorasi visual, namun terikat dan tercakup dengan aspek- aspek sosial budaya, filosofi, teknis dan bisnis. (Safanayong, 2017: 424).

2.2 Desain Komunikasi Visual

Desain adalah berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, serta kreatifitas. Komunikasi adalah ilmu yang bertujuan menyampaikan maupun

sarana untuk menyampaikan pesan. Visual ialah sesuatu yang dapat dilihat (Kusrianto, 2009: 12).

2.3 Layout

Merupakan langkah awal dalam proses desain yang melibatkan pengorganisasian berbagai elemen desain seperti jenis, foto, dan ilustrasi, sedemikian rupa sehingga hasil yang diharapkan dapat dipahami (Wolf, Peter J 2010 :58).

2.4 Tipografi

Menurut Peter. J. Wolf, tipografi merupakan istilah untuk menggambarkan seni dan ilmu tata huruf, serta karya yang dihasilkan. Berkaitan dengan sejumlah besar hal, dari yang luas seperti readability dalam teks, hingga detail seperti kerning dan estetika dari bentuk huruf.

2.5 Ilustrasi

Kusriyanto Dalam bukunya “pengantar desain komunikasi visual”, bahwa ilustrasi merupakan seni gambar yang dipergunakan untuk memberikan penjelasan dari suatu maksud atau tujuan visual, atau bisa juga untuk mengisi ruang kosong dalam suatu media. Ilustrasi bisa berbagai macam seperti karya lukis , sketsa, image bitmap hingga karya foto

2.6 Branding

Brand berasal dari kata kuno Norwegia brandr, yaitu praktik pecantuman tanda kepemilikan pada hewan ternak. Bangsa Viking yang pernah menduduki Inggris menjadikan istilah tersebut sebagai bahasa sehari-hari. Dan kemudian praktik ini berkembang lebih lanjut di zaman pertengahan dalam bentuk kerajinan dan city sign. (Swasty, 2016: 3)

Brand dapat dikatakan sebagai entitas yang mudah dikenali dan menjanjikan nilai- nilai tertentu. Entitas yang dimaksud ialah sesuatu yang memiliki eksistensi yang berbeda dan dengan mudah memisahkan satu barang serupa dengan yang lainnya melalui beberapa cara.

Brand digunakan pada dimensi produk atau jasa yang dapat dibedakan dengan beberapa cara dari karakter produk atau jasa lain yang di desain untuk memenuhi kebutuhan yang sama. Merek merupakan penanda suatu produk atau jasa yang didasarkan dari identitas brand (logo, maskot, kemasan) dan unsur verbal (nama, tagline, jingle) yang mempunyai makna tersendiri berkaitan dengan karakteristik dan kinerja produk atau jasa tersebut..

2.7 Kemasan

Desain kemasan merupakan kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus untuk suatu produk. Desain kemasan sama seperti unsur

brand yang lain harus menggambarkan identitas brand. (Swasty, 2016: 32- 50)

3. Data

3.1 Data Pemberi Proyek

Salah satu UKM yang memproduksi kue borayot yang cukup dikenal di daerah Kadungora, Kabupaten Garut yaitu UKM Burayot Queen milik Neng Arfah. UKM ini telah berjalan selama 13 tahun dari tahun 2006, Awal mulanya UKM ini di buat oleh Ibunya Neng Arfah, setelah beberapa tahun kemudian Ibu Neng Arfah membuka beberapa cabang tempat pembuatan kue burayotnya, Tempatnya sendiri yang pertama ada di pasar Kadungora juga di Jl. Raya Kadungora Cihuni, yang sekarang salah satunya di pegang oleh Neng Arfah sendiri.

Pembuatan burayot di tempat milik Neng Arfah sendiri tidak beda jauh dengan pembuatan burayot yang lainnya. Hanya saja, pada bahan burayot milik Neng Arfah ini ada yang berbeda biasanya tempat burayot lain memakai gula kelapa biasa tetapi burayot Neng Arfah ini memakai gula Bojongloa dari Cihurip yang katanya bisa membuat burayot lebih awet juga menghasilkan rasa yang berbeda.

Saat ini UKM Burayot Queen milik Neng Arfah memproduksi sampai 50 sampai 100 bungkus/hari, pada weekend penjualan dapat meningkat cukup pesa., penjualan untuk kemasan kecil isi 15 burayot, lalu yang besar isi 25 burayot. dijual dengan harga Rp.19.000 untuk yang kemasan kecil, sedangkan untuk kemasan besar dijual seharga Rp.32.000.

Kemasan yang digunakan oleh UKM Burayot Queen Neng Arfah ini masih menggunakan kemasan standar produksi rumahan yaitu dengan menggunakan kemasan plastik bening bertujuan untuk menekan harga nilai produksi yang dikeluarkan

3.2 Data Produk

Produk yang ditawarkan oleh UKM Burayot Queen Neng Arfah ini yaitu Kue Burayot dengan rasa Original. Berikut adalah produk yang biasa dijual :

- Kue Burayot
Kue Burayot kemasan kecil Rp.19.000,-
Kue Burayot kemasan Besar Rp.32.000,-

Burayot berasal dari sebuah kata bahasa sunda yang memiliki arti menggelantung, Karena itu kue tersebut dinamakan burayot karena bentuknya menggelantung, dan makanan khas ini dapat ditemukan di daerah Garut seperti di wilayah Kecamatan Leles, Kadungora, Wanaraja.

Kue Burayot dahulu sebenarnya adalah makanan yang biasa disajikan ketika menjelang lebaran oleh orang-orang garut. Namun seiring berjalannya waktu kue ini menjadi kue yang mudah di jumpai di garut sendiri, dan menjadi oleh oleh khas garut.

Bahan-bahan untuk membuat kue burayot sendiri terdiri dari, Tepung beras, Gula merah, Minyak, Kacang merah. Cara pembuatannya sendiri sebenarnya cukup mudah bahan-bahan tadi di campur menjadi adonan, lalu adonan di masukan kedalam penggorengan yang berisi minyak yang sudah di panaskan hingga agak mengembang, lalu saat mengembang tarik adonan keatas menggunakan bambu agar adonan turun kebawah dan terlihat seperti menggelantung, nah pada saat bagian inilah yang mungkin harus agak berhati-hati karena bisa bisa saat di angkat adonan bisa sobek. Setelah burayot diangkat lalu ditiriskan agar teksturnya terjaga. Lalu kue burayot siap disajikan.

3.3 Data Khalayak

Data khalayak sasaran dari UKM Kue Burayot Queen Neng Arfah akan di uraikan sebagai berikut:

3.2.1 Segmenting

1. Geografis

Berdomisili di daerah Garut, khususnya Kecamatan Leles, Kadungora, Wanaraja. Juga wisatawan dari luar Garut.

2. Demografis

Secara demografis, khalayak sasaran bagi perancangan identitas visual dan kemasan Kue Burayot UKM Burayot Queen Neng Arfah ini diantaranya :

Usia

: 16-50 tahun

Jenis kelamin

: Laki-laki dan perempuan

Pendidikan

: SMA, D3, dan S1

Pekerjaan

: Ibu rumah tangga, pegawai, pengusaha dan pelajar
Penghasilan

: Rp. 1.000.000,- hingga Rp 5.000.0000

3. Psikografis

Dari kelas menengah. Kelompok dewasa yang cenderung masih muda yang biasanya aktif, juga mereka yang sedang memiliki kebutuhan akan pengetahuan jadi mereka memiliki rasa keingintahuan yang tinggi. Kelompok ini cukup konsumtif pada liburan juga hiburan

Pada kelompok dewasa yang sudah memiliki anak atau berkeluarga biasanya perjalanan lebih mengarah ke dalam negeri. Wisata keluarga menjadi bagian yang penting dalam kelompok ini. Wisatawan dewasa yang memiliki anak remaja terkadang agak sulit untuk menyesuaikan pilihan wisata (kelompok remaja lebih cenderung memilih wisata yang sedang *trend*)

3.4 Analisis Data

Analisa SWOT yaitu evaluasi total terhadap kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang ada pada perusahaan. (Kotler, 2009) Dengan menganalisa SWOT maka sebuah perusahaan dapat merumuskan mengenai suatu tujuan, kemudian akan menjadi suatu strategi yang membentuk program yang kedepannya akan dilakukan. Berikut analisa SWOT dari UKM Kue Burayot Queen milik Neng Arfah:

1. Strength

- Rasa yang tidak asing dilidah seluruh kalangan
- Memiliki keunikan dibanding produk lain
- Kualitas produk terjamin karena produk tidak selalu ready, tetapi jika ada pesanan baru produk dibuat.
- Cukup terkenal di Kecamatan Kadungora

2. Weakness

- Brand experience masih kurang
- Produk yang mudah ditiru
- Sistem pemasarannya masih belum terkonsep dengan baik.

3. Opportunity

- Mempunyai peluang untuk bisa diterima oleh pasar retail besar

- Merupakan produk usaha yang layak untuk selalu di kembangkan
- Permintaan selalu meningkat menjelang hari raya Idul Fitri dan ketika libur panjang.

4. Threat

- Adanya pesaing yang menjual produk yang sama dengan harga lebih murah.

4. Hasil Perancangan

4.1 Konsep Pesan

Pada suatu perancangan, pastinya ada sebuah pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak sasaran atau target. Pesan utama yang ingin disampaikan pada perancangan identitas untuk kue Burayot khas garut ini yaitu kue ini dimana makanan tradisional ini menjadi makanan yang dikenal oleh masyarakat luar sebagai oleh-oleh makanan khas garut berdasar analisa yang telah dilakukan, Dari pesan yang ingin disampaikan ini terlihat bahwa kue burayot ini ingin menjadi suatu makanan khas yang wajib di beli ketika para konsumen berlibur ke Garut, juga memunculkan identitas dari kue ini sendiri. Maka dari itu penulis memberi nama produknya sendiri adalah Bujang (Burayot Ujang), pemberian nama ini sendiri agar dapat menampilkan kesan yang nyeleneh atau tingkah laku yang jenaka tetapi tetap pada konteksnya, penulis juga mengambil contoh salah satu tokoh sunda yang memiliki karakter tersebut yaitu kabayan, Kabayan sendiri menurut penulis dapat merepresentasikan pesan yang ingin diterapkan pada burayotnya. Penyampaian pesannya sendiri diwujudkan dalam bentuk rancangan identitas, dan juga kemasan. Dari ide tersebut tagline yang didapat yaitu "Jananan Garut anu raos pisan!".

Kata kunci: Tradisional, Jenaka, Nikmat

4.2 Konsep Kreatif

Agar tercapainya penyampaian pesan secara efektif dibutuhkan konsep kreatif dalam perancangan identitas kue burayot khas garut ini ada beberapa unsur yang akan diangkat pada perancangan identitas kue burayot khas garut ini. Unsurnya juga meliputi unsur kuliner sebagai representasi dari kuliner ini, juga beberapa unsur budaya atau ciri khas pada kota Garut. Beberapa unsur tersebut akan dijadikan sebuah identitas yang mencerminkan kuliner khas Garut. Kombinasi dari beberapa unsur tersebut dibuat agar dapat menyampaikan pesan kepada

khalayak sasaran. Penggunaan metode AISAS akan menjadi metode yang akan dipakai karena cukup efektif untuk proses pendekatan kepada konsumen yang dimana konsumen jaman ini memiliki kebiasaan serba daring atau online saat mengakses informasi.

AISAS merupakan metode IMC (Integrated Marketing Communication). AISAS terdiri dari lima tahapan yaitu Attention (perhatian), interest (ketertarikan), search (pencarian), action (aksi), dan share (berbagi). (Sugiyama dan Andree, 2011:51).

No. Metode Pendekatan

1 Attention Menerapkan identitas dari kue Burayot ini pada kemasan juga media pendukung lainnya, agar menarik perhatian khalayak sasaran.

2 Interest Penggunaan berbagai media promosi yang dapat menjangkau khalayak sasaran.

3 Search Penyediaan media sosial sebagai media untuk membagikan informasi kepada khalayak sasaran.

4 Action Penjualan produk Kue Burayot di toko oleh-oleh juga retail yang ada di Garut.

Khalayak sasaran membeli produk secara langsung atau pesan secara online.

5 Share Kemasan produk yang dapat dijadikan oleh-oleh bagi para wisatawan yang berkunjung untuk keluarga juga teman-temannya.

Dengan adanya perancangan identitas Kue Burayot serta penerapannya dalam berbagai jenis media, diharapkan akan menimbulkan ketertarikan khalayak sasaran untuk mencari tahu, membeli, hingga menyebarkan informasi positif mengenai produk ini kepada lingkungannya

4.3 Konsep Media

Media yang digunakan adalah kemasan. Khalayak sasaran dari perancangan ini adalah masyarakat dalam daerah maupun masyarakat luar daerah dengan rentang usia 16 - 50 tahun dewasa, laki-laki dan perempuan. Berikut adalah beberapa media yang akan digunakan dalam penerapan identitas kue burayot ini.

Media Utama

Media utama dari perancangan ini adalah Kemasan, Ada dua jenis kemasan yang di pakai pada perancangan ini, yang pertama untuk produk makanan kue burayotnya sendiri, dan yang kedua kemasan untuk penjualan bahan baku kue burayot agar konsumen dapat membuat sendiri kue burayotnya. Kemasannya sendiri menggunakan kertas jenis kraft paper 270 dan ivory 250. Media utama kemasan berguna sebagai media penyampaian informasi juga untuk menarik perhatian.

Media Pendukung

Media Sosial Instagram

Media sosial Burayot Queen digunakan untuk mendukung proses branding berguna menciptakan citra brand dan menaikkan brand awareness.

X-Banner

X-Banner di gunakan di toko oleh-oleh atau retail yang tersedia yang berfungsi untuk menarik perhatian khalayak sasaran tentang keberadaan produknya.

Hanging Banner

Hanging Banner digunakan pada toko oleh-oleh, berguna ketika khalayak akan mencari produk dari burayot queen diantara deretan dari produk-produk lain.

Wobbler

Wobbler ini sendiri diletakan di rak display penyimpanan produknya juga di rak display maupun dekat kasir.

Stationery

Penerapan identitas Kue Burayot Queen akan diaplikasikan pada stationery seperti amplop, kop surat, folder, dan kartu nama.

Merchandise

Merchandise ini berguna sebagai media sharing dari konsumen ke konsumen lainnya dengan cara memakai merch dari produk ini.

4.4 Hasil Perancang Media

Logo

Logo Burayot Ujang ini terdiri dari logogram dan logotype. dengan menggunakan font Riffic Bold, juga untuk bagian logogram-nya adalah tokoh sunda yaitu kabayan yang merepresentasikan kejenakaan juga dikombinasikan dengan logo type yang

dimodifikasi terutama pada huruf A yang membentuk seperti burayotnya. Warna yang dipilih yaitu warna Oranye dan warna coklat.

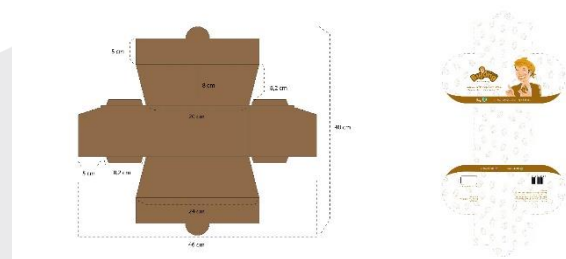


Logo

Sumber: Ega Nabawi (2019)

Kemasan

Perancangan kemasan memiliki beberapa tahapan. Yang pertama perancangan struktur kemasan atau dielines, dan yang terakhir adalah layout panel display utama sebagai panel penempatan unsur-unsur kemasan seperti logo, nama merek, nama produk, dan info berat bersih. Kemasan Burayot Ujang memiliki dua jenis kemasan yang di pakai pada perancangan ini, yang pertama untuk produk makanan kue burayotnya sendiri, dan yang kedua kemasan untuk penjualan bahan baku kue burayot agar konsumen dapat membuat sendiri kue burayotnya. Kemasannya sendiri menggunakan kertas jenis kraft paper 270. Media utama kemasan berguna sebagai media penyampaian informasi juga untuk menarik perhatian



Kemasan

Sumber: Ega Nabawi (2019)



Kemasan

Sumber: Ega Nabawi (2019)



Xbanner

Sumber: Ega Nabawi (2019)

Stationary



Stationary

Sumber: Ega Nabawi (2019)

X-Banner

X-Banner dirancang untuk menyampaikan pesan utama yang cepat diterima, informasi pada X-Banner yaitu menyampaikan pesan tentang promo yang ditawarkan oleh Burayot Queen, begitupun tentang informasi lainnya. X-Banner sendiri ditempatkan di Toko-toko penjual Burayot Queen ini juga toko oleh-oleh yang telah bekerja sama sebelumnya. Serta materiil yang digunakan ialah Luster dengan ukuran 60x160cm.

Wobbler

Wobbler yang dirancang ini berfungsi untuk memberikan informasi sekilas tentang produk burayot queen ini, baik berupa informasi yang disampaikan tentang promo dll, material yang digunakan adalah *art paper* 310gr dengan cetak langsung pada material tersebut..



Wobbler

Sumber: Ega Nabawi (2019)

Hanging banner

Hanging Banner dibuat berukuran A3 dengan material *art paper* 310gr, digantung di langit-langit toko yang menjual Burayot Queen, Hanging Banner digunakan untuk menunjukan letak produk di rak/display yang ada di toko serta memberikan informasi mengenai produk Burayot Queen. Penggunaan Hanging Banner ini alasannya yaitu ketika konsumen datang ke toko lalu ingin mencari produk burayot ini dapat melihat keatas untuk mencari letak produknya, maka dari itu desain dari hanging banner ini memiliki warna yang mencolok agar mudah dilihat.

untuk media poster yaitu ukuran A3 dengan material Art paper 310gr.



Hanging Banner
Sumber: Ega Nabawi (2019)



Poster
Sumber: Ega Nabawi (2019)

Poster

Poster diterapkan di tempat umum ataupun tempat yang ramai, poster sebagai salah satu media informasi yang dapat dilihat oleh khalayak umum, serta sebagai bentuk memperkenalkan produk kepada khalayak umum yang lebih luas. Ukuran yang digunakan

Daftar Pustaka :

- Julianti, Sri. 2014. *Art of Packaging Design: Mengenal Metode, teknik, dan strategi pengemasan produk untuk branding dengan hasil maksimal*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. 2006. *B2B Brand Management*. Jakarta: BIP.
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Rustan, Suriyanto (2009), *Mendesain Logo*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Suriyanto (2011). *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustas, Suriyanto (2008). *Layout Dasar & Penerapannya*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Swasty, Wirania. 2016. *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: Rosda Karya.

Sumber lain:

- Kusdinar, Agus (2017, 10 Juni) Burayot Makanan Tradisional Khas Garut, <https://www.kompasiana.com/aguskusdinar/593b7f1a519373bc1b5a033d/burayot-makanan-tradisional-khas-garut> (dikutip pada 2 Februari 2019)
- Supriadin, Jayadi (2018, 12 Februari) Jelajahi Pagi di Garut, Jangan lupa Cicipi Panganan Jadul Burayot, <https://www.liputan6.com/regional/read/3272579/jelajah-pagi-di-garut-jangan-lupa-cicipi-panganan-jadul-burayot> (dikutip pada 2 Febtuari 2019)
- Yustiana, Kurnia (2015, 25 September) Burayot, Kue Unik yang Harus Dicipi di Garut, <https://travel.detik.com/domestic-destination/d-3027859/burayot-kue-unik-yang-harus-dicipi-di-garut> (dikutip pada 2 Februari 2019)