

BAB II

KAJIAN SUMBER

II.1 Studi Literatur

Buku yang menjadi acuan dalam pengerjaan karya ini adalah

A. Power Branding

Buku ini ditulis oleh A. B. Susanto dan Himawan Wijanarko pada tahun 2004, Buku ini memberikan segala sesuatu tentang bagaimana kita mendirikan sebuah merek atau produk yang akan kita buat. Tidak hanya itu buku ini juga mengajarkan bagaimana kita membuat produk dengan dasar yang kuat serta di setiap sisi mempunyai makna tersendiri.

Penulis menggunakan buku ini untuk membuat *brand image* yang mempunyai kekuatan yang kuat untuk membuat branding Getuk Lindri ini sehingga dasar dan konsep yang kuat bisa tertanam didalam *brand image* Getuk Lindri.

B. Mendesain Logo

Buku yang ditulis oleh Surianto Rustan pada tahun 2009 adalah buku untuk mendasari pemahaman mengapa logo dan identitas dibuat, serta mengetahui pengertian dan definisi-definisi untuk memahami sebuah logo, dan tahapan-tahapan membuat logo. Penulis menggunakan buku ini untuk membangun dan membentuk sebuah logo yang akan digunakan untuk wajah dari Getuk Lindri sehingga logo yang yang dibuat merupakan logo yang mempunyai nilai dan arti serta sifat dari Getuk Lindri sendiri.

C. *The Art of Packaging*

Buku ini ditulis oleh Sri Julianti pada tahun 2014, buku ini mendasari tentang ruang lingkup suatu kemasan dan bagaimana proses desain sampai pada tahap pemasaran produk, dan juga penulis buku ini memberikan informasi tentang bahan-bahan yang digunakan untuk membuat suatu kemasan atau *packaging*. Penulis menggunakan buku ini untuk membuat suatu desain kemasan produk yang menarik dan juga dapat diterima oleh masyarakat khususnya di kota Medan.

D. *Blue Ocean Strategy*

Buku ini ditulis oleh W. Chan Kim dan Renee Mauborgne pada tahun 2005. Bagaimana bersaing dengan tangkas di perairan, mulai dari menganalisis struktur ekonomi yang mendasari sebuah industri, memilih posisi biaya rendah atau diferensiasi atau fokus yang strategis, hingga melakukan perbandingan dengan pesaing dalam kompetisi.

Penulis menggunakan buku untuk membuat strategi pemasaran yang menarik dalam memasarkan produk Getuk Lindri agar diterima di kalangan anak-anak muda dan untuk mengetahui siapa pesaing jajanan dari Getuk Lindri.

E. *The Power of Digital Marketing*

Buku ini ditulis oleh GM. Susanto pada tahun 2017 buku ini memberitahu kita bagaimana cara memasarkan dan strategi apa yang digunakan untuk memasarkan produk secara online. Penulis menggunakan buku ini untuk mempromosikan makanan getuk lindri ini dengan cara menggunakan media sosial secara online.

II.2 Tinjauan Karya

Tinjauan karya penulis untuk visual branding ini adalah sebagai berikut :

1. Rawon Bernardi

Dalam situsnya <http://bernardi.co.id/profil/> rawon bernardi adalah salah satu inovasi yang dibuat oleh bernardi dari perusahaannya yang berpengolahan daging, bernardi fokus kepada pembuatan daging yang berkualitas, bernardi membuat suatu inovasi makanan tradisional yang dibuat secara praktis.

Perbedaan dengan penulis buat ialah bernardi tidak fokus kepada makanan tradisional iya hanya lebih membuat bermacam macam olahan daging, penulis mengangkat dan memfokuskan kepada makanan tradisional Getuk Lindri.

2. Gudeg Bu Tjitro 1925

Dalam situsnya <http://gudegbutjitro1925.com> Gudeg adalah makanan tradisional dari Jogjakarta, seiring perkembangan jaman yang semakin pesat, penyajian dan kemasan gudeg dari dulu sampai sekarang, sehingga dibutuhkan strategi dan terobosan baru untuk memenangkan persaingan global. Sebagai langkah maju Bu Tjitro 1925 Restaurant, meluncurkan produk higienis yaitu gudeg kaleng Bu Tjitro 1925.

Perbedaan dengan Getuk Lindri yang penulis buat adalah kemasan yang di sajikan untuk getuk lebih menarik dan tidak berbentuk kaleng karena penulis juga berfikir untuk tidak mencemarkan lingkungan.

3. Seblak Mommy

Menurut situs <http://mblusuk.com> Makanan tradisional khas sunda ini dibuat secara modern tanpa mengubah cita rasanya sendiri, Seblak Mommy mempunyai visual yang menarik desain yang dibuat oleh desainernya menggunakan konsep *flat design*. Perbedaan dengan desain penulis ialah penulis membuat desain dengan menggunakan aliran de stilj yang cukup menarik dan moderen dari warna warnanya.

4. Kue Cubit

Di dalam situs <https://pergikuliner.com/catalogs/kue-cubit> Kue cubit merupakan salah satu kue asli Indonesia yang belakangan ini kembali populer, dan saat ini pilihan rasa kue cubit sudah banyak varian hingga *toping* yang beranekaragam, salah satunya yang dijual di

cafe d'cubitiz mereka menawarkan banyak varian rasa dan *toping* untuk dipesan.

Perbedaan dengan Getuk Lindri yang penulis buat iyalah, Getuk Lindri tidak dipasarkan di restaurant ataupun cafe karena, strategi pemasarannya tidak lepas dari jajanan pinggir jalan dengan konsep yang moderen juga bentuk yang unik dibuat untuk menarik perhatian pembeli.

5. Martabak Manis Pitstop

Dalam situs mereka <http://martabakpitstop.business.site/#summary> Martabak adalah jajanan tradisional yang sudah ada dari dulu seiring perkembangan jaman martabak ini sudah dibuat sebagai makanan yang tidak ketinggalan jaman, Pitstop menawarkan martabak yang berbentuk pizza dengan toping yang berbeda, sehingga banyak varian rasa di satu martabak yang berbentuk pizza tersebut. Perbedaan dengan Penulis buat iyalah dari segi bentuk yang simple tidak besar dan penyajiaan *take away* yang menarik.