

**PERENCANAAN DAN IMPLEMENTASI *BRAND ELEMENT*
BAKPIA PIASO UNTUK MEMBANGUN *BRAND IMAGE*
SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS KOTA SOLO**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

EVIRA TRI HARYANI

150905626

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERENCANAAN DAN IMPLEMENTASI *BRAND ELEMENT*
BAKPIA PIASO UNTUK MEMBANGUN *BRAND IMAGE*
SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS KOTA SOLO**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

EVIRA TRI HARYANI

150905626

disetujui oleh :



Alexander Beny Pramudyanto, M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PERENCANAAN DAN IMPLEMENTASI *BRAND ELEMENT*
BAKPIA PIASO UNTUK MEMBANGUN *BRAND IMAGE*
SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS KOTA SOLO

Penyusun : Evira Tri Haryani

NPM : 150905626

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa / 20 September 2022

Pukul : 11:00 WIB

Tempat : Ruang Ujian FISIP

TIM PENGUJI

Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama



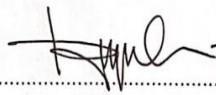
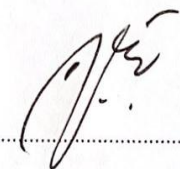
Alexander Beny Pramudyanto, M.Si.

Penguji I



Ike Devi Sulistyaningtyas, M.Si.

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, MA.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Evira Tri Haryani

NPM : 150905626

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PERENCANAAN DAN IMPLEMENTASI *BRAND ELEMENT*
BAKPIA PIASO UNTUK MEMBANGUN *BRAND IMAGE*
SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS KOTA SOLO

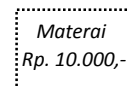
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, Tanggal Bulan Tahun

Saya yang menyatakan,



Evira Tri Haryani

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan atas berkat dan kelimpahan-Nya yang begitu besar dan nyata sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul *Perencanaan Dan Implementasi Brand Element Bakpia Piaso Untuk Membangun Brand Image Sebagai Oleh-Oleh Khas Kota Solo*. Penulisan skripsi ini dapat diselesaikan berkat adanya kerjasama, dorongan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Alexander Beny Pramudyanto, M.Si. selaku dosen pembimbing yang sangat sabar dalam memberi waktu, energi, masukan, dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Keluarga tercinta yaitu Alm. Papa yang sudah berkorban banyak dari segi material maupun non-material, dan sekarang sudah sangat tenang serta bahagia di Sorga.
3. Mama tercinta dan kakak-kakak saya yang sangat sabar memberi dukungan dan motivasi, sehingga penulis dapat mempunyai semangat optimis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Sahabat saya yaitu Jessica Amorita dan Benedith Maria yang selalu setia memberi semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Sahabat-sahabat saya sejak semester satu “WE CAN DO IT” yaitu Amor, Maria, Dea, Kezia, Jojo, Tika, Meli, Bella, Ayu, Nada, dan Sinta yang selalu memberi dukungan dan motivasi selama proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap skripsi ini tidak hanya bermanfaat bagi penulis saja namun juga pihak yang membaca skripsi ini.

Yogyakarta, 13 September 2022

Penulis,

Evira Tri Haryani

PERENCANAAN DAN IMPLEMENTASI *BRAND ELEMENT* BAKPIA PIASO UNTUK MEMBANGUN *BRAND IMAGE* SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS KOTA SOLO

ABSTRAK

Setiap perusahaan tentu memiliki perencanaan dalam menentukan elemen-elemen merek yang digunakan sebagai identitas pembeda dari merek lain. Hal ini juga berlaku pada Bakpia Piaso yang merupakan suatu usaha di bidang kuliner yaitu bakpia di Kota Solo. Bakpia dikenal sebagai kuliner khas dari Kota Jogja, sehingga Bakpia Piaso perlu melakukan perencanaan dan implementasi elemen merek dengan baik sehingga *brand image* yang dibangun dapat sesuai dengan harapan mereka. Penelitian ini menggunakan konsep *brand element* yang dikemukakan oleh Keller (2013). Kemudian *brand element* yang diteliti untuk mengetahui elemen-elemen merek yang digunakan Bakpia Piaso dari aspek perencanaan hingga implementasinya seperti nama merek, *URLs*, logo dan simbol, slogan, karakter, *jingle*, dan *packaging*.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu peneliti mendeskripsikan data-data yang ditemukan di lapangan maupun hasil wawancara dengan subjek penelitian. Subjek penelitian ini adalah pihak manajemen yaitu pemilik Bakpia Piaso.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Bakpia Piaso memiliki lima elemen merek yang digunakan yaitu nama merek, *URLs* dengan akun Instagram dan Facebook, logo maupun simbol, slogan, dan kemasan. Bakpia Piaso menyadari perencanaan dan implementasi merek sangatlah penting dilakukan untuk membangun *brand image*. Namun sejak melakukan tahap perencanaannya, Bakpia Piaso tidak melakukan dengan maksimal dalam prosedur memberi nama merek. Bahkan hingga proteksi untuk melindungi nama mereknya, Bakpia Piaso belum melakukannya hingga saat ini. Selain itu, implementasi elemen merek juga belum maksimal khususnya untuk *URLs* seperti akun media sosial Instagram dan Facebook yang sangat penting untuk mengkomunikasikan produknya.

Di sisi lain, perencanaan dan implementasi *brand element* Bakpia Piaso relevan dengan tujuan untuk menciptakan *brand image* di benak konsumen sebagai bakpia oleh-oleh khas Kota Solo. Hal ini dibuktikan dari pernyataan konsumen bahwa Bakpia Piaso mempunyai satu kesatuan antara produk, rasa, dan kemasan beserta elemen-elemen merek yang digunakan. Dengan kata lain, elemen-elemen yang digunakan Bakpia Piaso saling berkaitan, dan konsumen dapat menilai bahwa Bakpia Piaso merupakan bakpia oleh-oleh khas Kota Solo.

Kata Kunci: Perencanaan, Implementasi, *Brand Element*, *Brand Image*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kerangka Teori.....	10
F. Kerangka Konsep.....	27
G. Metodologi Penelitian	32
1. Jenis Penelitian.....	32
2. Metode Penelitian.....	33
3. Lokasi penelitian	34
4. Subjek Penelitian.....	34
5. Sumber Data.....	34
6. Teknik Pengumpulan Data.....	35
7. Teknik Analisis Data.....	37
8. Triangulasi.....	38
BAB II DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN	40
A. Sejarah Bakpia Piaso.....	40
B. Visi dan Misi Bakpia Piaso	42

C. Logo Bakpia Piaso.....	42
D. Produk dan Kemasan Bakpia Piaso.....	43
E. Media Komunikasi Bakpia Piaso	44
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Temuan Data.....	48
1. Elemen merek Bakpia Piaso.....	48
B. Analisis	67
1. Perencanaan <i>Brand Element</i>	67
2. Implementasi <i>Brand Element</i>	74
3. <i>Brand Image</i>	75
BAB IV PENUTUP	79
A. KESIMPULAN	79
B. SARAN	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	87