

PERANCANGAN *BRAND BUILDING* DAN MEDIA PROMOSI UNTUK PROPERPOUCH DI SURABAYA

Sintya Conarta
Christian Anggrianto

Mahasiswa & Dosen Program Studi Visual Communication Design
Fakultas Teknik dan Desain Universitas Ciputra
UC Town, Citra Land, Surabaya

ABSTRAK

Tugas akhir dengan judul “Perancangan *Brand Building* dan Media Promosi untuk Properpouch di Surabaya” membahas perancangan untuk membangun merek dan media promosi dengan tujuan agar Properpouch sebagai perusahaan baru dapat dikenal masyarakat luas. Berawal dari sebuah permasalahan etika dan kesopanan, Properpouch sebagai perusahaan di bidang *bag and carry goods* mempunyai misi untuk menumbuhkan kepedulian generasi muda akan pentingnya penerapan etika dan sopan santun dalam keseharian mereka. Untuk itu, Properpouch membangun *brand* melalui kegiatan kampanye yang bertujuan membangun kesadaran remaja mengenai masalah etika dan kesopanan sekaligus mempromosikan *brand* Properpouch.

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode pengumpulan data, yang terdiri dari pembagian kuesioner, wawancara, tinjauan pustaka, dan internet.

Abstract: This final project about “Designing Brand Building and Promotional Media for Properpouch in Surabaya” discuss planning to build a brand and promotional media to make Properpouch as new company can be known by society at large. Starting from a manners and attitudes problem, Properpouch as companies in the field bag and carry goods has a mission to growing youth concern about the importance of ethics, good manners and attitudes in their daily life. For that reason, Properpouch build brand through a campaign aimed at build awareness on matters of ethics and youth attitudes and also promoted Properpouch’s brand.

The methods used in the design is data collection’s method, which consists of the division questionnaire, an interview, literature review, and the internet review.

Kata kunci: Etika, Merek, Promosi, *Bag and carry goods*.

LATAR BELAKANG DAN RUMUSAN MASALAH

Etika secara etimologi, berasal dari bahasa Yunani (*Ethos*) yang berarti watak kesusilaan atau adat kebiasaan. Etika menyangkut pemikiran tentang perilaku manusia serta motivasi dan keadaan batin yang mendasarinya. (Sutarno, 2008: 31-38). Etika pada dasarnya berkaitan dengan sopan santun dimana membahas perilaku tentang sifat-sifat kehidupan yang baik dan menjadi landasan manusia dalam berbuat dan bertingkah laku. Sementara, sopan santun berperan untuk melancarkan pergaulan sosial antara manusia. Oleh karena itu, penerapan etika dan sopan santun penting untuk dilakukan dalam kehidupan manusia sehari-hari. (Brownlee, 2006: 16-19)

Menurut Cahya Tri Astarka, seorang pendidik dan wartawan psikologi, saat ini penerapan etika dan sopan santun bukan lagi hal penting untuk dilakukan bagi generasi muda di Indonesia. Kebiasaan-kebiasaan kecil seperti bertutur kata yang baik ketika berbicara dengan teman atau orang yang lebih tua, mengucapkan terima kasih setelah mendapatkan bantuan, mengucapkan maaf ketika melakukan kesalahan semakin jarang dilakukan. (Astarka, www.filsafat.kompasiana.com/2012/02/09/budaya-sopan-santun-akan-luntur-437660.htm, akses 9 Februari 2014). Seiring perkembangan zaman, etika dan sopan santun remaja mulai berubah. Rasa hormat terhadap orangtua sering kali tidak ditunjukkan. (Maula, www.infodiknas.com/”sopan-santun”-sebuah-budaya-yang-terlupakan.html, akses 9 Februari 2014)