

***BRAND IDENTITY “KAPUYUAK”* SEBAGAI
DISTRO LOKAL KHAS MINANG DI KOTA BUKITTINGGI**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas

Oleh :

DILA SALSABILA

1910861020



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2024

**BRAND IDENTITY “KAPUYUAK” SEBAGAI
DISTRO LOKAL KHAS MINANG DI KOTA BUKITTINGGI**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas*

Disusun Oleh :

Dila Salsabila

1910861020

Pembimbing:

Dr. Elva Ronaning Roem, M.Si

Revi Marta, M.I.Kom.



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2024

ABSTRAK

BRAND IDENTITY KAPUYUAK SEBAGAI DISTRO LOKAL KHAS MINANG DI KOTA BUKITTINGGI

Oleh :
Dila Salsabila
1910861020

UNIVERSITAS ANDALAS

Dosen Pembimbing :
Dr. Elva Ronaning Roem, M.Si
Revi Marta, M.I.Kom

Banyaknya bermunculan *Distro* lokal khas Minang di Kota Bukittinggi membuat setiap *Distro* harus memiliki identitas merek yang melekat di mata masyarakat. *Distro Kapuyuak* sebagai salah satu *distro* lokal khas Minang yang sudah lama berdiri di Kota Bukittinggi, melakukan upaya untuk membentuk identitas merek yang dimilikinya. Hal ini dilakukan agar *Distro Kapuyuak* tetap ada di ingatan konsumen. Penelitian ini membahas mengenai *brand identity* yang dimiliki *Distro Kapuyuak* serta upaya promosi *Distro Kapuyuak* dalam menyampaikan *brand identity*. Teori yang digunakan sebagai pisau analisis pada penelitian ini yakni teori *brand identity prism* oleh Kapferer. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif serta paradigma post positivisme. Metode pengumpulan data pada penelitian ini melalui wawancara, observasi serta dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Hasil penelitian ini adalah *brand identity* yang dibentuk *Distro Kapuyuak* berupa menonjolkan potensi yang dimiliki, tampilan logo yang simpel, tagline yang menarik target pasar, penggunaan bahasa Minang pada tiap desain produk Kapuyuak, serta mengutamakan kenyamanan konsumen. Elemen-elemen tersebut dapat membuat masyarakat terutama konsumen *Kapuyuak* mengenal serta mengetahui *brand* tersebut. Promosi yang dilakukan *Distro Kapuyuak* dalam menyampaikan *brand identity* yakni melalui media sosial Instagram @kaoskapuyuak dan promosi mulut ke mulut berupa rekomendasi dari konsumen *Distro Kapuyuak*.

Kata Kunci : *Brand identity, brand identity prism, Distro Kapuyuak*

ABSTRACT

KAPUYUAK'S BRAND IDENTITY AS A TYPICAL MINANG LOCAL DISTRO IN BUKITTINGGI CITY

By :

**Dila Salsabila
1910861020**

Supervisor:

**Dr. Elva Ronaning Roem, M.Si
Revi Marta, M.I.Kom**

The number of local Minang distros in Bukittinggi City makes Kapuyyak Distro as one of the long-established Minang local distros in Bukittinggi City make efforts to strengthen its brand identity. This is done so that Kapuyyak Distro remains in the memory of consumers. This study discusses Kapuyyak Distro in building its brand identity and Kapuyyak Distro's promotional efforts in communicating its brand identity. The theory used as an analysis knife in this study is the theory of brand identity prism by Kapferer. This research uses qualitative research methods with a descriptive approach and post-positivism paradigm. Data collection methods in this study through interviews, observations and documentation. This study uses Miles and Huberman data analysis techniques, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing and verification. The result of this research is the brand identity of Kapuyyak Distro, which highlights the potential of Kapuyyak, simple logo display, tagline that attracts the target market, characteristics that exist in Kapuyyak products, and prioritizes consumer comfort. These elements can make the public, especially Kapuyyak consumers, know and know the brand so as to create a strong brand identity in the eyes of the public. The promotion carried out by Kapuyyak Distro in communicating its brand identity is through social media, namely Instagram @kaoskapuyyak and word of mouth promotion, namely through recommendations from Kapuyyak Distro consumers

Keywords : Brand identity, brand identity prism, Distro Kapuyyak