

**MEMBANGUN BRAND AWARENESS GENERASI Z
KEPADA PRODUK KULINER TRADISIONAL
HASIL AKULTURASI BUDAYA TIONGHOA-INDONESIA
(STUDI KASUS LUNPIA MATARAM SEMARANG)**

ARTIKEL ILMIAH

**Diajukan kepada
Fakultas Teknologi Informasi
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana
repository.uksw.edu



Oleh:

Dave Stefano Santoso

602018602

Program Studi S1 Hubungan Masyarakat

Fakultas Teknologi Informasi

Universitas Kristen Satya Wacana

2023

Lembar Pengesahan

Judul Artikel : MEMBANGUN BRAND AWARENESS GENERASI Z
KEPADA PRODUK KULINER TRADISIONAL HASIL
AKULTURASI BUDAYA TIONGHOA-INDONESIA
(STUDI KASUS LUNPIA MATARAM SEMARANG)
Nama Mahasiswa : DAVE STEFANO SANTOSO
NIM : 602018602
Program Studi : Public Relation
Fakultas : Teknologi Informasi

Menyetujui,



Dr. Rini Darmastuti, S.Sos., M.Si.

Pembimbing 1

Mengesahkan,



Prof. Ir. Daniel H. F. Manongga, M.Sc., Ph.D.
Dekan



Dr. Rini Darmastuti, S.Sos., M.Si.
Ketua Program Studi

Dinyatakan Lulus Proses Review Tanggal : 11 Maret 2023

Reviewer :

- Dian Novita Kristiyani, S.I.Kom., M.Si.



**MEMBANGUN BRAND AWARENESS GENERASI Z KEPADA
PRODUK KULINER TRADISIONAL HASIL AKULTURASI BUDAYA
TIONGHOA-INDONESIA (STUDI KASUS LUNPIA MATARAM
SEMARANG)**

Oleh,

DAVE STEFANO SANTOSO 602018602

LAPORAN PENELITIAN

Diajukan Kepada Program Studi Public Relation guna memenuhi sebagian dari persyaratan
untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disetujui oleh,



Dr. Rini Darmastuti, S.Sos., M.Si.
Pembimbing 1

Diketahui oleh,



Prof. Ir. Daniel H. F. Manongga, M.Sc., Ph.D.
Dekan



Dr. Rini Darmastuti, S.Sos., M.Si.
Ketua Program Studi

**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2023**

**MEMBANGUN BRAND AWARENESS GENERASI Z KEPADA
PRODUK KULINER TRADISIONAL HASIL AKULTURASI BUDAYA
TIONGHOA-INDONESIA (STUDI KASUS LUNPIA MATARAM
SEMARANG)**

Oleh,

DAVE STEFANO SANTOSO 602018602

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan Kepada Program Studi Public Relation guna memenuhi sebagian dari persyaratan
untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disetujui oleh,



Dr. Rini Darmastuti, S.Sos., M.Si.

Pembimbing 1

Diketahui oleh,



Prof. Ir. Daniel H. F. Manongga, M.Sc., Ph.D.

Dekan



Dr. Rini Darmastuti, S.Sos., M.Si.

Ketua Program Studi

**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2023**

ABSTRACT

With the increasing growth of Generation Z in Indonesia, the introduction of traditional culinary products resulting from the acculturation of Chinese-Indonesian culture needs to be adjusted in order to maintain its existence for Generation Z so that they are not forgotten and preserved. The purpose of this study is to find out the constraints that occur, describe how to introduce these products, and provide the application of brand awareness to increase recognition among Generation Z. The research method used is descriptive qualitative through interviews with informants, field observations, and documentation. Then it is described in detail, and can be the result of this research. The results of this study are that the introduction method through modern or new media is the most effective and efficient method in terms of building brand awareness. But introduction through traditional or old media also has a role in building brand awareness of traditional culinary products resulting from acculturation of Chinese-Indonesian culture.

Keywords: *Brand Awareness, Culinary Product, Acculturation, Chinese-Indonesian Culture, Generation Z*

ABSTRAK

Dengan meningkatnya pertumbuhan Generasi Z di Indonesia, pengenalan produk kuliner tradisional hasil akulturasi budaya Tionghoa-Indonesia perlu disesuaikan guna menjaga eksistensinya kepada Generasi Z agar tidak dilupakan dan tetap dilestarikan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor kendala yang terjadi, mendeskripsikan cara mengenalkan produk tersebut, dan memberikan penerapan brand awareness untuk meningkatkan pengenalan kalangan Generasi Z. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif melalui teknik wawancara kepada narasumber, observasi lapangan, dan dokumentasi. Kemudian dideskripsikan secara rinci, dan dapat menjadi hasil dari penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah metode pengenalan melalui media modern atau baru merupakan metode yang paling efektif dan efisien dalam hal membangun brand awareness. Tetapi pengenalan melalui media tradisional atau lama juga memiliki peran dalam membangun brand awareness produk kuliner tradisional hasil akulturasi budaya Tionghoa-Indonesia.

Kata Kunci: Brand Awareness, Produk Kuliner, Akulturasi, Budaya Tionghoa-Indonesia, Generasi Z