



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PERANCANGAN *REBRANDING* PIA APPLE PIE

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



Nama : Febbyana Wiramihardja
NIM : 14120210165
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febbyana Wiramihardja
NIM : 14120210165
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain
Universitas Multimedia Nusantara
Judul Tugas Akhir : Perancangan *Rebranding* Pia Apple Pie

PERANCANGAN *REBRANDING* PIA APPLE PIE

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 27 Juni 2018

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Febbyana', with a horizontal line underneath.

Febbyana Wiramihardja

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

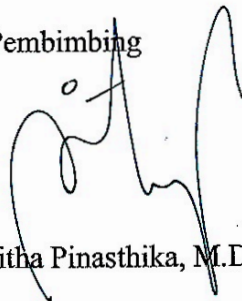
PERANCANGAN *REBRANDING* PIA APPLE PIE

Oleh

Nama : Febbyana Wiramiharjda
NIM : 14120210165
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

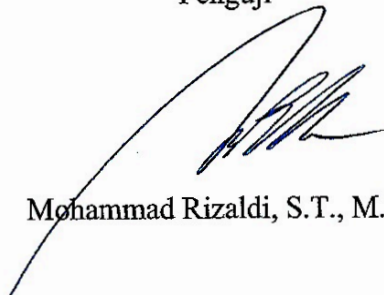
Tangerang, 10 Juli 2018

Pembimbing



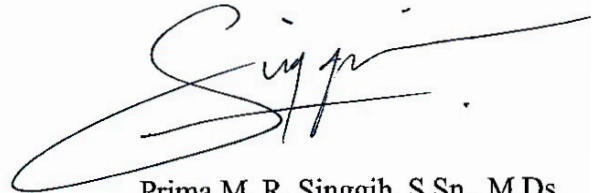
Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.

Penguji



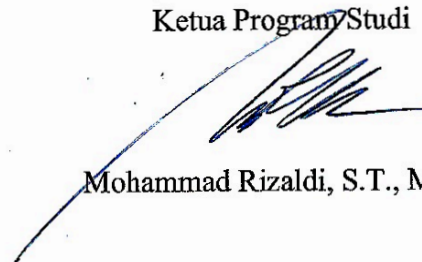
Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

Ketua Sidang



Prima M. R. Singgih, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi



Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan perancangan tugas akhir dengan topik “Perancangan Rebranding Pia Apple Pie”. Penulisan laporan merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain di Universitas Multimedia Nusantara.

Rebranding memiliki tujuan untuk memperluas dan memperdalam lagi nilai sebuah *brand* serta meningkatkan lagi identitas visual. Tugas akhir ini dibuat sebagai hasil implementasi dari teori dan praktik penulis selama menempuh Pendidikan di Universitas Multimedia Nusantara.

Tidak sedikit hambatan yang dihadapi penulis selama proses penyusunan laporan dan perancangan visual. Namun berkat banyak pihak yang terlibat dapat menyelesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
2. Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds., selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis selama penyusunan laporan.
3. Adhreza Brahma, M.Ds., Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds., selaku dosen spesialis yang telah memberi masukan kepada penulis.

4. Agus Supriatna, selaku *supervisor* dari Pia Apple Pie yang telah bersedia meluangkan waktu untuk penulis dan menjawab semua pertanyaan dari penulis.
5. Kedua orang tua penulis, Adrian Wiramihardja, Felicia Kusnakhin, Marcellus Raphael Christian, Mariska Wiramihardja, Theodorus Benny Wahyu Priyadi, dan Cecilia Gwen Okalani, yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik secara materi ataupun moral.
6. Teman-teman Pejuang Pascal Barat, Annisa Tiara Putri, Cecilia Carla Clarisa, Gladys Stephanie, Kholis Khoirunnisa, Lauren Sisilia, Odelia Clarisa, Tanissa Hadiwijaya, Vevi Julian, yang telah berkontribusi atas selesainya penyusunan laporan tugas akhir ini, baik melalui dukungan maupun bantuan lainnya.
7. Aldrich Renardi, Bill Tano, Cicely Maseya Sugiharto, Fausticia Alvina, Felisia Kinski, Gusti Agung Ngurah Aditya A, Putra Pardomuan, Sonia Felicia, yang telah mendukung serta membantu dalam proses penulisan.
8. Pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Tangerang, 29 Juni 2018



Febbyana Wiramihardja

ABSTRAKSI

Pia Apple Pie merupakan satu-satunya oleh-oleh kuliner Bogor dengan *positioning* sebagai spesialis *pie*. Pada mulanya Pia Apple Pie menjual *apple pie* saja, namun seiring berjalannya waktu Pia Apple Pie menambah varian menu, sehingga Pia Apple Pie membentuk *positioning* baru sebagai spesialis *pie*. Namun identitas Pia Apple Pie belum dapat merepresentasikan *positioning* yang mereka miliki. Hal ini berdampak pada *awareness* masyarakat terhadap Pia Apple Pie, banyak yang tidak mengetahui bahwa Pia Apple Pie memiliki produk lain selain produk *apple pie*. Selain itu terjadi juga ketidakkosistenan pengaplikasian logo di berbagai media. Urgensi dari permasalahan ini adalah saat ini, bisnis kuliner di kota Bogor terus mengalami peningkatan, sehingga banyak pesaing Pia Apple Pie bermunculan dari segi kuliner oleh-oleh. Solusi dari permasalahan ini adalah dengan cara melakukan *rebranding*, dengan tujuan agar Pia Apple Pie dapat merepresentasikan *positioning*nya sebagai spesialis *pie* sehingga Pia Apple Pie dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Kata kunci : *rebranding*, identitas visual, *positioning*.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRACT

Pia Apple Pie is the only souvenir from Bogor that positioned itself as pie specialist. In the beginning, Pia Apple Pie only sells apple pie, but as time goes by Pia Apple Pie adds some other variants that reshape its new positioning as apple pie specialist. However, the identity of Pia Apple Pie has not been able to represent their positioning. This has an impact on the public awareness of Pia Apple Pie. Many people do not know that Pia Apple Pie has other product variants besides apple pie. In addition, there is also inconsistency of logo application in various media. Urgency of this problem is that currently culinary business in the city of Bogor continues to develop, therefore many Pia Apple Pie competitors especially in food souvenir sector begin to show up. The solution of this problem is to do rebranding, with the aim that Pia Apple Pie can represent its positioning as pie specialist so that Pia Apple Pie can compete with other competitors.

Keywords: rebranding, visual identity, positioning

UMMN

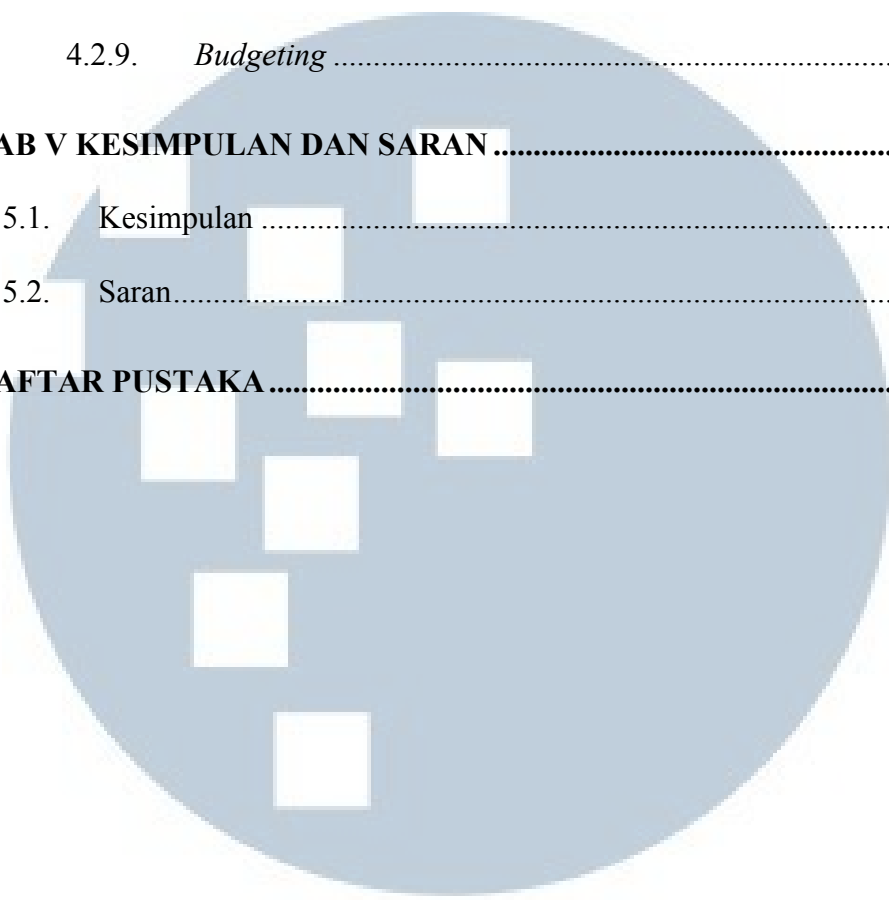
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. <i>Brand</i>	6
2.1.1. Pengertian <i>Brand</i>	6
2.1.2. Fungsi <i>Brand</i>	6
2.2. <i>Branding</i>	7

2.2.1.	Pengertian <i>Branding</i>	7
2.2.2.	Manfaat <i>Branding</i>	7
2.2.3.	Proses <i>Branding</i>	8
2.3.	<i>Brand Equity</i>	10
2.3.1.	Pengertian <i>Brand Equity</i>	10
2.4.	<i>Rebranding</i>	11
2.4.1.	Pengertian <i>Rebranding</i>	11
2.5.	<i>Visual Identity</i>	12
2.5.1.	Pengertian <i>Visual Identity</i>	12
2.5.2.	Proses Desain <i>Visual Identity</i>	13
2.6.	Logo	14
2.6.1.	Pengertian Logo	14
2.6.2.	Jenis Logo	15
2.7.	Bentuk	19
2.8.	Warna	20
2.8.1.	Pengertian Warna	20
2.8.2.	Kombinasi Warna.....	20
2.7.3.	Psikologi Warna	25
2.9.	<i>Layout dan Grid</i>	28
2.9.1.	Struktur Dasar	30
2.10.	Tipografi.....	33
2.11.	Kemasan.....	35
2.12.	Fotografi	36

2.12.1.	Komposisi	36
2.13.	<i>Brand Guidelines</i>	38
BAB III	METODOLOGI	41
3.1.	Gambaran Umum	41
3.2.	Metodologi Pengumpulan Data	42
3.2.1.	Wawancara	43
3.2.2.	Kuesioner	53
3.2.3.	<i>Study Existing</i>	60
3.3.	Metodologi Perancangan	65
3.3.1.	Perancangan <i>Branding</i>	65
BAB IV	PERANCANGAN DAN ANALISIS	68
4.1.	Perancangan	68
4.1.1.	Tujuan Perancangan	68
4.1.2.	Perancangan Logo	68
4.2.	Analisis	76
4.2.1.	Logo	77
4.2.2.	Warna	84
4.2.3.	<i>Typeface</i>	92
4.2.4.	<i>Supergraphic</i>	94
4.2.5.	<i>Photography Style</i>	98
4.2.6.	<i>Brand Guidelines</i>	100
4.2.7.	<i>Brand Application</i>	103
4.2.8.	<i>Media Plan</i>	128



4.2.9. <i>Budgeting</i>	129
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	131
5.1. Kesimpulan	131
5.2. Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA	xxii

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Pembuatan Logo	13
Gambar 2.2. <i>Wordmarks</i>	15
Gambar 2.3. <i>Lettermark</i>	16
Gambar 2.4. <i>Pictorial Symbol</i>	16
Gambar 2.5. <i>Abstract Logo</i>	17
Gambar 2.6. <i>Non-representational Logo</i>	17
Gambar 2.7. <i>Character Icon Logo</i>	18
Gambar 2.8. <i>Combination Logo</i>	18
Gambar 2.9. <i>Emblem Logo</i>	19
Gambar 2.10. <i>Primary Colors</i>	21
Gambar 2.11. <i>Secondary Colors</i>	22
Gambar 2.12. <i>Tertiary Color</i>	22
Gambar 2.13. <i>Complimentary Hues</i>	23
Gambar 2.14. <i>Split Complementary Hues</i>	23
Gambar 2.15. <i>Analogus Combination</i>	24
Gambar 2.16. <i>Triad Harmonies</i>	24
Gambar 2.17. <i>Tetrad Combination</i>	25
Gambar 2.18. <i>Elemen Grid</i>	29
Gambar 2.19. <i>Single Column</i>	30
Gambar 2.20. <i>Multi Column</i>	31
Gambar 2.21. <i>Modular Grids</i>	31
Gambar 2.22. <i>Modular Grids</i>	32

Gambar 2.23. <i>Baseline Grids</i>	32
Gambar 2.24. <i>Compound Grids</i>	33
Gambar 2.25. <i>Rule Of Thrid</i>	37
Gambar 2.26. <i>Golder Ratio</i>	38
Gambar 2.27. Contoh <i>Brand Guidelines Wonderful Indonesia 1</i>	39
Gambar 2.28. Contoh <i>Brand Guidelines Wonderful Indonesia 2</i>	39
Gambar 2.29. Contoh <i>Brand Guidelines Wonderful Indonesia 3</i>	40
Gambar 2.30. Contoh <i>Brand Guidelines Wonderful Indonesia 4</i>	40
Gambar 3.1. Proses Wawancara.....	43
Gambar 3.2. Brosur Untuk <i>Apple Pie</i> dan <i>Chicken Pie</i>	45
Gambar 3.3. Brosur <i>Apple Pie</i> Tampak Depan.....	46
Gambar 3.4. Brosur <i>Apple Pie</i> Tampak Belakang	46
Gambar 3.5. Brosur <i>Biskuit Pie 1</i>	47
Gambar 3.6. Brosur <i>Biskuit Pie 2</i>	47
Gambar 3.7. <i>Packaging</i> Produk Pia Apple Pie	48
Gambar 3.8. <i>Packaging</i> Produk Pia Apple Pie	48
Gambar 3.9. Kartu Nama Pia Apple Pie	49
Gambar 3.10. Logo Pia Apple Pie	50
Gambar 3.11. Interior Toko Pia Apple Pie	50
Gambar 3.12. Pertanyaan Domisili	53
Gambar 3.13. Pertanyaan Oleh-oleh Bogor.....	54
Gambar 3.14. Pertanyaan Pernah Membeli Produk Pia Apple Pie atau Tidak	55
Gambar 3.15. Pertanyaan Mengetahui Produk Pia Apple Pie dari mana.....	55

Gambar 3.16. Pertanyaan Jika Ya, Produk Pia Apple Pie mana yang Anda Ketahui	56
Gambar 3.17. Pertanyaan Jika Tidak, Apakah Dapat Menebak	57
Gambar 3.18. Pertanyaan Mengenai gambar 1	57
Gambar 3.19. Pertanyaan Mengenai Kesan 1	59
Gambar 3.20. Pertanyaan Mengenai Kesan 2	59
Gambar 3.21. Pertanyaan Mengenai Kesan 4	59
Gambar 3.22. Roti Unyil Venus	61
Gambar 3.23. Logo Unyil Venus	62
Gambar 3.24 Lapis Bogor Sangkuriang	63
Gambar 3.25. Logo Lapis Bogor Sangkuriang	63
Gambar 3.26. Strudel Bogor	64
Gambar 3.27. Logo JUMBO	65
Gambar 4.1. <i>Mind Mapping</i>	70
Gambar 4.2. <i>Brand Proposition</i>	70
Gambar 4.3. Sketsa Logo 1	73
Gambar 4.4. Sketsa Logo 2	73
Gambar 4.5. Sketsa Logo 3	74
Gambar 4.6. Sketsa Logo 4	74
Gambar 4.7. Sketsa Logo 5	75
Gambar 4.8. Sketsa Digital Logo 1	75
Gambar 4.9. Sketsa Digital Logo 2	76
Gambar 4.10. Alternatif Logo	76

Gambar 4.11. Logo Akhir	77
Gambar 4.12. <i>Font</i> Pia Apple Pie	79
Gambar 4.13. <i>Font caption</i> logo	80
Gambar 4.14. Logo Primer.....	80
Gambar 4.15. Logo Sekunder	81
Gambar 4.16. <i>Grid</i> Logo.....	82
Gambar 4.17. <i>Clear Space</i> Logo.....	83
Gambar 4.18. <i>Minimum Size</i> Logo.....	84
Gambar 4.19. Warna Merah.....	85
Gambar 4.20. Warna Hijau	85
Gambar 4.21. Warna <i>Orange</i>	86
Gambar 4.22. Warna Biru	86
Gambar 4.23. Warna Ungu	87
Gambar 4.24. Warna Merah Muda	87
Gambar 4.25. Warna Kuning.....	87
Gambar 4.26. Warna Sekunder Merah.....	88
Gambar 4.27. Warna Sekunder Hijau	88
Gambar 4.28. Warna Sekunder <i>Orange</i>	88
Gambar 4.29. Warna Sekunder Biru.....	89
Gambar 4.30. Warna Sekunder Ungu.....	89
Gambar 4.31. Warna Sekunder Merah Muda	89
Gambar 4.32. Warna Sekunder Kuning.....	89
Gambar 4.33. <i>Full Color Variation</i>	90

Gambar 4.34. <i>One Color Variation</i>	91
Gambar 4.35. <i>Greyscale</i>	91
Gambar 4.36. <i>White & Black</i>	92
Gambar 4.37. <i>Black & White</i>	92
Gambar 4.38. <i>Primary Typeface</i>	93
Gambar 4.39. <i>Secondary Typeface</i>	94
Gambar 4.40. <i>Supergraphic Pattern</i>	95
Gambar 4.41. <i>Supergraphic Warna Lain</i>	96
Gambar 4.42. <i>Supergraphic Clear Space</i>	96
Gambar 4.43. <i>Supergraphic ibu</i>	97
Gambar 4.44. Pengaplikasian <i>Rule of Third</i>	98
Gambar 4.45. Hasil Foto 1.....	99
Gambar 4.46. Hasil Foto 2.....	99
Gambar 4.47. Hasil Foto 3.....	100
Gambar 4.48. <i>Cover Brand Guidelines</i>	101
Gambar 4.49. Halaman <i>Personality</i> Pada <i>Brand Guidelines</i>	101
Gambar 4.50. Halaman Logo Pada <i>Brand Guidelines</i>	102
Gambar 4.51. Halaman <i>Supergraphic</i> pada <i>Brand Guidelines</i>	102
Gambar 4.52. Halaman <i>Packaging</i> Pada <i>Brand Guidelines</i>	103
Gambar 4.53. <i>Stationary</i>	104
Gambar 4.54. <i>Letterhead</i>	105
Gambar 4.55. <i>Envelope</i>	106
Gambar 4.56. <i>Name Card</i>	107

Gambar 4.57. <i>Business Card</i>	108
Gambar 4.58 Folder	109
Gambar 4.59. <i>Instagram</i>	110
Gambar 4.60. Ukuran <i>Banner</i>	110
Gambar 4.61. Tampilan <i>Facebook</i>	111
Gambar 4.62. Tampilan <i>Website</i>	111
Gambar 4.63. Sistem <i>Grid</i> Poster	112
Gambar 4.64. Poster.....	113
Gambar 4.65. Tampilan Brosur.....	113
Gambar 4.66. Tampilan <i>Packaging</i>	115
Gambar 4.67. Struktur <i>Packaging Apple Pie</i>	116
Gambar 4.68. Struktur <i>Packaging Chicken Pie</i>	116
Gambar 4.69. Struktur <i>Packaging Blueberry Pie</i>	117
Gambar 4.70. Struktur <i>Packaging Black Pie</i>	117
Gambar 4.71. Struktur <i>Packaging Loving Pie</i>	118
Gambar 4.72. Struktur <i>Packaging Biscuit Pie</i>	118
Gambar 4.73. <i>Secondary Packaging Biscuit Pie</i>	119
Gambar 4.74 <i>Paper Bag</i>	119
Gambar 4.75. Menu.....	120
Gambar 4.76. <i>Menu Tag</i>	121
Gambar 4.77. Seragam.....	121
Gambar 4.78. <i>Vehicle</i>	122
Gambar 4.79. Tempat <i>Tissue</i>	123



Gambar 4.80. Nomor Meja	124
Gambar 4.81. <i>Tent Card</i>	124
Gambar 4.82. <i>Bill dan Nota Bon</i>	125
Gambar 4.83. <i>Totebag</i>	126
Gambar 4.84. <i>Mug</i>	126
Gambar 4.85. <i>Notebook</i>	127
Gambar 4.86. <i>Greeting Card</i>	128

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 *Media Plan* 128

Table 4.2 *Budgeting* 129



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KARTU KONSULTASI BIMBINGAN.....	xxiv
LAMPIRAN B: KUESIONER	xxvii
LAMPIRAN C: MIND MAPPING	xxxix
LAMPIRAN D: BRAND PROPOSITION	xl
LAMPIRAN E: SKETSA	xli

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA