



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 IDENTITAS VISUAL SATE PASAR LAMA

Laporan Tugas Akhir

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



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Ricco
NIM : 12120210286
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2016**

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ricco

NIM : 12120210286

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL SATE PASAR LAMA

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 sebagai gagasan, rumusan, dan pelaksanaan penelitian maupun implementasi penulis sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari pembimbing akademik, dan narasumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka penulis 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, 7 Juni 2016

Ricco



HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL SATE PASAR LAMA

Oleh

Nama : Ricco

NIM : 12120210286

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 24 Juni 2016

Pembimbing

Yuli Asmanto, S.Sn., M.Sn.

Penguji

Ketua Sidang

Drs. Daru Paramayuga, M.Ds.

Ratna Cahaya Rina, S.Sos., M.Ds.

Ketua Program Studi

Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Berkembangnya wilayah Tangerang menjadikan Tangerang sebagai pusat kuliner. Hal ini menjadikan ketertarikan penulis untuk mengangkat topik mengenai kuliner di seputar Tangerang, salah satunya adalah Sate Pasar Lama.

Sate Pasar Lama merupakan salah satu restoran yang sudah cukup lama berdiri sejak pada tahun 1998 di Pasar Lama, Tangerang. Sate Pasar Lama saat ini memiliki 4 cabang yang tersebar, antara lain Gading Serpong, Summarecon Mall Serpong, BSD, dan Karawaci. Untuk menjangkau target yang lebih luas, maka Sate Pasar Lama memerlukan perancangan identitas visual. Hal ini bertujuan agar merek Sate Pasar Lama dikenal secara luas di masyarakat.

Dalam proses perancangan identitas visual ini, cukup banyak tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh penulis, namun semua teratasi atas bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Bapak Yusuf, selaku ketua program studi Desain Komunikasi Visual.
2. Bapak Yuli Asmanto, S.Sn., M.Sn., selaku pembimbing tugas akhir yang selalu bersedia untuk membantu dan membimbing penulis untuk mengerjakan tugas akhir ini.
3. Bapak Gideon K. F.,S. T., M.Ds. selaku koordinator tugas akhir.

4. Bapak Oky Suriyajaya S., Selaku pemilik restoran Sate Pasar Lama.
5. Ibu Nira, selaku istri pemilik restoran Sate Pasar Lama.
6. Keluarga penulis, yang senantiasa memberi dukungan kepada penulis.

Tangerang, 7 Juni 2016

Ricco

UMMN

ABSTRAK

Sate Pasar Lama merupakan restoran yang menghadirkan sate babi, yang mana pada saat ini sedang dipegang oleh generasi kedua, yaitu oleh Bapak Oky Suriyajaya. Sate Pasar Lama sendiri telah berdiri dari tahun 1998 di Pasar Lama, namun telah menutup cabang di Pasar Lama dan pindah ke Gading Serpong. Dengan adanya hal ini, maka Sate Pasar Lama tidak lagi menempatkan posisi dirinya di Pasar Lama. Selain hal tersebut, keinginan pemilik untuk mengembangkan usahanya ke mal di wilayah Tangerang terkendala dalam hal desain grafis dan desain interior. Sehingga pemilik membutuhkan sebuah inovasi dalam perancangan wajah baru Sate Pasar Lama.

Kata kunci: sate, babi, Pasar Lama, Tangerang, desain grafis, inovasi, wajah baru.



U
M
N

ABSTRACT

Sate Pasar Lama is a restaurant that serves pork satay, which is currently held by the second generation, owned by Mr. Oky Suriyajaya. Sate Pasar Lama itself has established from 1998 in the Pasar Lama, Tangerang, but has closed the branch in the Pasar Lama and moved to Gading Serpong. Given this, Sate Pasar Lama no longer put its brand in the position surrounding the Pasar Lama. Besides, the owner wishes to expand its business to the mall around Tangerang, unfortunately his attempts are constrained in terms of graphic design and interior design. So the owner need an innovation within the design of new face Sate Pasar Lama.

Keywords: satay, pork, Pasar Lama, Tangerang, graphic design, innovation, new faces.

The image shows a large, light blue watermark of the UMN logo. It consists of a circular emblem with a stylized face and the letters 'UMMN' below it.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL SATE PASAR LAMA	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Tugas Akhir.....	4
1.5. Metodologi Pengambilan Data.....	4
1.6. Metodologi Perancangan	5
1.7. Skematika Perancangan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8

2.1.	<i>Brand</i>	8
2.1.1.	Definisi	8
2.1.2.	Manfaat <i>Brand</i>	9
2.1.3.	Fungsi <i>Brand</i>	9
2.1.4.	<i>Brand Process</i>	9
2.2.	Identitas Visual	11
2.2.1.	Definisi	11
2.2.2.	Tujuan Identitas Visual	12
2.2.3.	Fungsi Identitas Visual	12
2.2.4.	Jenis-jenis Identitas Visual	12
2.3.	Elemen Desain	18
2.3.1.	Garis	18
2.3.2.	Bentuk	18
2.3.3.	Figure and ground	19
2.3.4.	Warna	20
2.3.5.	Tekstur	22
2.4.	Prinsip Desain	23
2.4.1.	Keseimbangan	23
2.4.2.	Hierarki Visual	24
2.4.3.	Emphasis	25

2.4.4.	Ritme	26
2.4.5.	Kesatuan	27
2.4.6.	Skala	28
2.4.7.	Proporsi	28
BAB III METODOLOGI		31
3.1.	Gambaran Umum	31
3.2.	Wawancara	32
3.2.1.	Proses Wawancara	32
3.2.2.	Analisa Wawancara.....	34
3.3.	Kuesioner.....	34
3.3.1.	Proses Distribusi Kuesioner	34
3.3.2.	Analisa Kuesioner	36
3.4.	<i>Focus Group Discussion (FGD)</i>	37
3.4.1.	Proses FGD	37
3.4.2.	Analisa FGD	38
3.5.	Observasi	39
3.5.1.	Observasi Eksisting.....	39
3.5.2.	Observasi Lapangan	40
BAB IV PERANCANGAN.....		42
4.1.	Konsep Perancangan	42

4.1.1.	Tujuan Perancangan	43
4.1.2.	Strategi Perancangan	43
4.1.3.	<i>Mindmapping</i> Perancangan	45
4.1.4.	Brainstorming Perancangan	46
4.2.	Proses Kreatif Perancangan	47
4.2.1.	Pengembangan Konsep	47
4.2.2.	Sketsa Perancangan	48
4.3.	Perancangan	49
4.3.1.	Karakter Visual	50
4.3.2.	Tipografi	51
4.3.3.	Warna	52
4.3.4.	Aplikasi Pada Media Sekunder	54
4.3.5.	Elemen Visual Pendukung	55
4.4.	<i>Budgeting</i>	56
BAB V PENUTUP		57
5.1.	Kesimpulan	57
5.2.	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.1 Contoh <i>Wordmark Logo</i>	13
Gambar 2.2.2 Contoh <i>Symbol Logo</i>	14
Gambar 2.2.3 Contoh <i>Initial Logo</i>	14
Gambar 2.2.4 Contoh <i>Pictorial Logo</i>	15
Gambar 2.2.5 Contoh <i>Emblem Logo</i>	15
Gambar 2.2.6 Contoh <i>Abstract Logo</i>	15
Gambar 2.2.7 Contoh <i>Character Logo</i>	16
Gambar 2.3.1. Garis terbentuk dari berbagai alat dan media.	18
Gambar 2.3.2. Poster yang menggunakan teknik <i>figure and ground</i>	19
Gambar 2.3.3. <i>Color wheel</i> sebagai acuan dalam membuat suatu desain.	22
Gambar 2.3.4. Tekstur pada tembok terlihat kasar.	23
Gambar 2.4.1. Penggambaran mengenai keseimbangan.....	24
Gambar 2.4.2. Contoh penggunaan hierarki visual.....	25
Gambar 2.4.3. Contoh penekanan dengan isolasi.	26
Gambar 2.4.4. Contoh ritme dalam prinsip desain.....	27
Gambar 2.4.5. Beberapa penggambaran mengenai persepsi organisasi dalam kesatuan.....	27
Gambar 2.4.6. Poster yang menggunakan skala sebagai manipulasi komposisi visual.....	28
Gambar 2.4.7. Poster yang menggunakan skala sebagai manipulasi komposisi visual.....	29
Gambar 2.4.8 Spiral <i>golden ratios</i>	30

Gambar 3.1.1 Tampak depan restoran Sate Pasar Lama cabang Gading Serpong	31
Gambar 3.3.1 <i>Comment Card</i> yang disebarakan oleh penulis sebagai pengumpulan data	35
Gambar 3.4.1 FGD yang dilakukan di SOSJ	38
Gambar 3.5.1 Kompetitor Sate Pasar Lama.....	39
Gambar 4.1.1 Deskripsi logo dalam bahasa Mandarin	44
Gambar 4.1.2 <i>Mindmapping</i> Sate Pasar Lama.....	45
Gambar 4.1.3 <i>Brainstorming</i> Sate Pasar Lama.....	46
Gambar 4.2.1 <i>Moodboard</i> perancangan Sate Pasar Lama	48
Gambar 4.2.2 Sketsa digital awal perancangan	48
Gambar 4.3.1 Identitas visual Sate Pasar Lama setelah perancangan.....	49
Gambar 4.3.2 Buku panduan standarisasi grafis Sate Pasar Lama	49
Gambar 4.3.3 Gerbang atau pintu masuk sebuah benteng.....	50
Gambar 4.3.4 Tusuk sate sebagai deskripsi produk yang dijual oleh Sate Pasar Lama.....	50
Gambar 4.3.5 <i>Font Adelon Serial – Extra Bold</i>	51
Gambar 4.3.6 <i>Font 魏碑-简 粗体</i>	51
Gambar 4.3.7 <i>Font Futura dan Palatino</i>	52
Gambar 4.3.8 Koordinat Penggunaan warna primer dan sekunder.	53
Gambar 4.3.9 Aplikasi pada berbagai macam media.....	54
Gambar 4.3.10 Kusen kayu ciri khas negeri Tiongkok.....	55
Gambar 4.3.11 Elemen visual pendukung	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.8.1 Skematika Perancangan	7
Tabel 3.3.1 Hasil Survey kepada Pengunjung Sate Pasar Lama.....	36
Tabel 3.5.1 Tabel SWOT Sate Pasar Lama.....	40
Tabel 4.3.1 Tabel proses visualisasi logo.....	47
Tabel 4.5.1 Tabel budgetting perancangan identitas visual Sate Pasar Lama	56

UMMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: BIMBINGAN DOSEN.....	60
LAMPIRAN B: BOOTH DISPLAY SIDANG AKHIR	63
LAMPIRAN C: BUKU STANDARISASI GRAFIS	64

