



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.

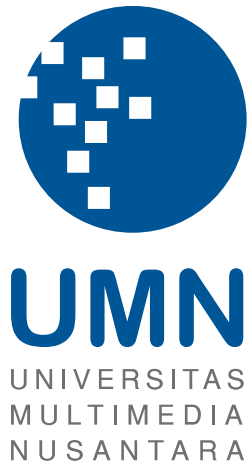
Copyright and reuse:

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.

***REBRANDING KEUKEN KOFFIE MELALUI
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL***

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Levisya Airine Sundjaja
NIM : 12120210030
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2016

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT
DALAM PENYUSUNAN LAPORAN TUGAS AKHIR**

Dengan ini saya:

Nama : Levisya Airine Sundjaja

NIM : 12120210030

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

***REBRANDING KEUKEN KOFFIE MELALUI
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL***

menyatakan bahwa laporan tugas akhir ini merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan tugas akhir ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti melakukan kecurangan atau penyimpangan dalam penulisan laporan tugas akhir, 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, 13 Juni 2016

Levisya Airine Sundjaja



UMMN

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR

REBRANDING KEUKEN KOFFIE MELALUI PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL

Oleh

Nama : Levisya Airine Sundjaja
NIM : 12120210030
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 23 Juni 2016

Pembimbing



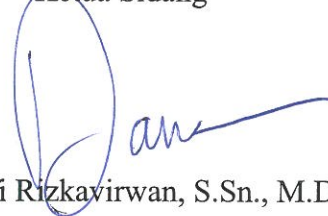
Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds.

Penguji



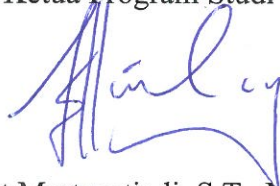
Iqbal Maimun Umar, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



Darfi Rizkavirwan, S.Sn., 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-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir dengan judul “*Rebranding* Keuken Koffie Melalui Perancangan Identitas Visual”. Penulisan laporan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain di Universitas Multimedia Nusantara.

Rebranding merupakan sebuah proses penting dari *brand* untuk mengkomunikasikan kembali apa yang sebelumnya terlewat. Banyak cara dapat dilakukan dalam proses *rebranding*, salah satunya adalah melalui *brand element* yaitu perancangan 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 pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis dapat melewatinya. Penulis berharap agar laporan tugas akhir ini dapat menambah wawasan dan membantu mahasiswa lainnya, terutama bagi mereka yang akan mengambil topik mengenai *rebranding* untuk tugas akhir.

Penyusunan laporan ini tidak akan selesai tepat waktu tanpa pihak-pihak yang telah membantu penulis, baik secara materi maupun moral. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
2. Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds., selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan laporan tugas akhir.
3. Aditya Pradana, selaku pemilik dari *Keuken Koffie* yang telah meluangkan waktu untuk penulis dan menjawab semua pertanyaan dari penulis tentang kedai kopi miliknya.
4. Kedua orang tua penulis, Ifu, Ryan Stevan Sundjaja, dan Denise Bratawidjaja yang selalu memberikan semangat dan dukungan, baik secara materi ataupun moral, sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan perancangan tugas akhir dan penyusunan laporan tugas akhir tepat waktu.
5. Teman bimbingan, Amel, Ute, Vicky, Dito, Lukman, Lutfi, dan teman-teman penulis, Myrnia, Alvin, Ivan, Venny, Kurnia, Dina, Jossi, Mei, Monic, Merlin, Sammy, Sasa, Nessa, Harindra, yang dengan caranya masing-masing telah berkontribusi atas terselesainya penyusunan laporan tugas akhir ini, baik melalui dukungan maupun bantuan lainnya.
6. Pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis sadar bahwa laporan tugas akhir ini jauh dari kata sempurna, maka kritik membangun dan saran akan sangat membantu bagi penulis. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa yang akan menjalani tugas akhir pada

semester berikutnya dan menambah wawasan para pembaca mengenai proses *rebranding Keuken Koffie* melalui identitas visual.

Tangerang, 13 Juni 2016

Levisya Airine Sundjaja



UMN

ABSTRAKSI

Tingginya tingkat konsumsi kopi di Indonesia memunculkan banyak kedai kopi baru, khususnya banyak ditemukan di kota besar. Dengan tingkat persaingan yang tinggi, banyak para pemilik kedai kopi mulai berpikir secara kreatif untuk mengemas produknya agar tidak tersingkir dari persaingan. Salah satu kedai kopi tersebut adalah *Keuken Koffie* yang berlokasi di Kota Bogor yang ingin melakukan perluasan konsep. *Rebranding* merupakan usaha pembaruan yang dilakukan pemilik untuk mengkomunikasikan suatu perubahan sehingga *brand* memiliki diferensiasi dengan kompetitor. *Rebranding* melalui identitas visual merupakan cara paling efektif untuk memulai proses *rebranding*. Penulis menggunakan metode studi pustaka, observasi, wawancara dan survei di dalam lingkup Kota Bogor. Dimulai dari proses perumusan masalah, pencarian data, pengolahan data, sampai proses perancangan penulis lakukan secara sistematis mengacu pada teori dan data yang didapatkan. Setelah *Keuken Koffie* melakukan *rebranding*, harapannya adalah masyarakat dapat mempercayakan *Keuken Koffie* sebagai pilihan kedai kopi dengan pelayanan dan kualitas terbaik.

Kata kunci : rebranding, identitas visual, *Keuken Koffie*, kedai kopi, brand

ABSTRACT

The high rate of coffee consumption gives rise to the many coffee shops in big cities. Intense competition causes coffee shop owners to think creatively of their product's packaging to stay in line on the market. Rebranding is the updating or changing of an image brand to be distinctive with competitors. Rebranding through visual identity is the most efficient way to start the process. Author uses methods such as literary study, observations, interviews, data collecting and processing and all the way through to design process. It is all done systematically and in accord with the theory and data used. After Keuken Koffie undergoes rebranding, it is hoped that people can trust and appreciate Keuken Koffie as choice coffee shop with the best service and quality it can offer.

Keywords : rebranding, visual identity, Keuken Koffie, coffee shop, brand

U M N

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN LAPORAN TUGAS AKHIR	II
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAKSI.....	VIII
<i>ABSTRACT</i>	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR TABEL.....	XXI
DAFTAR LAMPIRAN	XXIII
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 Manfaat Penelitian.....	5

1.5.1	Manfaat Umum.....	5
1.5.2	Manfaat Khusus.....	5
1.6	Metodologi Pengambilan Data	5
1.7	Metodologi Perancangan.....	8
1.8	<i>Timeline</i> Perancangan.....	10
1.9	Skematika Perancangan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....		12
2.1	Teori Umum	12
2.1.1	Kopi.....	12
2.1.2	Kedai Kopi	15
2.1.3	Teknik <i>Manual Brew</i>	17
2.1.4	<i>Consumer Behaviour</i>	23
2.1.5	<i>Rebranding</i>	25
2.2	Teori Khusus.....	27
2.2.1	Identitas Visual.....	27
2.2.2	Logo	31
2.2.3	<i>Iconic</i>	37

2.2.4	Warna	38
2.2.5	Tipografi.....	40
2.2.6	<i>Layout dan Grid</i>	41
2.2.7	<i>Graphic Standard Manual</i>	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1	Gambaran Umum	45
3.1.1	<i>Keuken Koffie</i>	45
3.2	Wawancara	51
3.2.1	Wawancara dengan Pemilik	51
3.2.2	Wawancara dengan Dosen Ahli	53
3.2.3	Wawancara dengan Responden.....	59
3.3	Kuesioner.....	62
3.3.1	Proses Distribusi Kuesioner	63
3.3.2	Analisa Kuesioner	67
3.3.3	Kesimpulan Kuesioner.....	83
3.4	Observasi	85
3.4.1	Observasi Eksisting.....	86

3.4.2	Observasi Lapangan.....	96
-------	-------------------------	----

BAB IV PERANCANGAN..... 98

4.1	Konsep Perancangan.....	98
4.2	Tujuan Perancangan	99
4.3	Strategi Perancangan	99
4.3.1	<i>Brand Positioning</i>	100
4.3.2	<i>Brand Personality</i>	100
4.3.3	<i>Brand Values</i>	101
4.3.4	<i>Brand Mantra</i>	103
4.4	<i>Mindmapping</i> Perancangan	104
4.5	<i>Brainstorming</i> Perancangan	106
4.6	Konsep Perancangan Identitas Visual	110
4.7	Perancangan Desain.....	113
4.7.1	Sketsa Perancangan Logo.....	113
4.7.2	Proses Digital Sketsa	115
4.7.3	Finalisasi Desain logo.....	121
4.8	Pemilihan Warna pada Logo	123

4.9	Perancangan <i>Supergraphic</i>	127
4.10	<i>Grid Logo</i> dan <i>Clear Space</i>	132
4.11	Tipografi	133
4.12	<i>Iconography</i>	134
4.13	Aplikasi Media.....	135
4.13.1	Menu.....	135
4.13.2	Kolateral	136
4.13.3	Kemasan	141
4.13.4	<i>Advertising Media</i>	145
4.14	<i>Graphic Standard Manual</i>	146
4.14.1	Struktur <i>Graphic Standard Manual</i>	147
4.15	<i>Budgeting</i>	158
BAB V	PENUTUP	161
5.1	Kesimpulan.....	161
5.2	Saran	162
DAFTAR PUSTAKA	XXIV	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tanaman Kopi Arabika	12
Gambar 2.2 Kopi.....	13
Gambar 2.3 Kedai Kopi Pertama Di Vienna.....	15
Gambar 2.4 <i>The Public Sphere</i>	16
Gambar 2.5 <i>Chemex</i>	19
Gambar 2.6 <i>Vietnam Drip</i>	20
Gambar 2.7 <i>French Press</i>	21
Gambar 2.8 <i>Syphon</i>	22
Gambar 2.9 <i>Aero Press</i>	23
Gambar 2.10 Proses <i>Consumer Behaviour</i>	24
Gambar 2.11 Contoh Implementasi Identitas Visual Kedai Kopi.....	28
Gambar 2.12 Logo	31
Gambar 2.13 Perubahan Logo <i>Starbucks</i>	33
Gambar 2.14 <i>Wordmarks</i>	34
Gambar 2.15 <i>Letterforms</i>	34
Gambar 2.16 <i>Pictorial Marks</i>	35

Gambar 2.17 <i>Emblems</i>	36
Gambar 2.18 <i>Symbolic Marks</i>	36
Gambar 2.19 <i>Dynamic Marks</i>	37
Gambar 2.20 Biru <i>Tiffany & Co</i>	39
Gambar 2.21 Tipografi.....	41
Gambar 2.22 Contoh <i>Layout</i>	42
Gambar 2.23 Contoh Sistem <i>Grid</i>	43
Gambar 2.24 <i>Graphic Standard Manual</i>	44
Gambar 3.1 <i>Keuken Koffie</i>	46
Gambar 3.2 Logo <i>Keuken Koffie</i>	47
Gambar 3.3 Wawancara Pemilik.....	52
Gambar 3.4 Distribusi Kuesioner 1	63
Gambar 3.5 <i>Form</i> Kuesioner 1.....	64
Gambar 3.6 Distribusi Kuesioner 2.....	65
Gambar 3.7 <i>Form</i> Kuesioner 2.....	66
Gambar 3.8 Kuesioner 2	67
Gambar 3.9 <i>Popolo</i>	87

Gambar 3.10 <i>Rumah Kopi Ranin</i>	89
Gambar 3.11 <i>Baked and Brewed</i>	91
Gambar 3.12 Piramida Terbalik Kompetitor	93
Gambar 4.1 <i>Mindmapping</i>	104
Gambar 4.2 <i>Brainstorming</i> Tradisi	107
Gambar 4.3 <i>Brainstorming</i> Kopi.....	108
Gambar 4.4 <i>Brainstorming</i> Lokal	109
Gambar 4.5 <i>Mood Board</i> Tradisi	110
Gambar 4.6 <i>Mood Board</i> Kopi.....	111
Gambar 4.7 <i>Mood Board</i> Lokal	112
Gambar 4.8 Sketsa Perancangan Logo.....	114
Gambar 4.9 Batik Bogor Motif Kujang Kijang	115
Gambar 4.10 Proses Digital	116
Gambar 4.11 Alternatif Komposisi.....	117
Gambar 4.12 Revisi <i>Wordmarks</i>	118
Gambar 4.13 Eksperimen <i>Coffee Stain</i>	119
Gambar 4.14 Alternatif Vektor <i>Coffee Stain</i>	119

Gambar 4.15 Revisi Final Logo <i>Keuken Koffie</i>	120
Gambar 4.16 Komposisi Logo Baru <i>Keuken Koffie</i> dengan <i>Added Logo</i>	121
Gambar 4.17 <i>Screenshot www.kuler.adobe.com</i>	124
Gambar 4.18 <i>Screenshot www.google.com</i>	124
Gambar 4.19 <i>Mood Board Monochrome</i> Warna Merah	125
Gambar 4.20 Alternatif Warna Logo	126
Gambar 4.21 Warna Logo Baru <i>Keuken Koffie</i>	127
Gambar 4.22 <i>Mood Board Supergraphic Keuken Koffie</i>	128
Gambar 4.23 Proses <i>Supergraphic Keuken Koffie</i>	129
Gambar 4.24 Proses Penyusunan <i>Supergraphic Keuken Koffie</i>	129
Gambar 4.25 <i>Supergraphic Keuken Koffie</i>	130
Gambar 4.26 Aplikasi <i>Supergraphic</i> pada Media.....	131
Gambar 4.27 <i>Grid Logo</i>	132
Gambar 4.28 <i>Clear Space Logo</i>	132
Gambar 4.29 Tipografi.....	133
Gambar 4.30 <i>Iconography</i>	134
Gambar 4.31 <i>Menu Board</i>	135

Gambar 4.32 <i>Letterhead</i>	136
Gambar 4.33 <i>Letterhead BW</i>	137
Gambar 4.34 Amplop.....	137
Gambar 4.35 Kartu Nama	138
Gambar 4.36 <i>ID Card dan Member Card</i>	138
Gambar 4.37 <i>Membership Form</i>	139
Gambar 4.38 Nota dan Faktur	140
Gambar 4.39 <i>Apron</i>	141
Gambar 4.40 Kemasan <i>House Blend</i>	142
Gambar 4.41 Kemasan <i>Take Away</i> untuk Minuman Panas	142
Gambar 4.42 <i>Paper Cup Carrier</i>	143
Gambar 4.43 Kemasan <i>Take Away</i> untuk Minuman Dingin.....	143
Gambar 4.44 <i>Paper Bag</i>	144
Gambar 4.45 Kemasan <i>Take Away</i> Makanan	145
Gambar 4.46 <i>Advertising Media</i>	146
Gambar 4.47 Bab <i>Keuken Koffie</i>	148
Gambar 4.48 Sub-bab Konsep Identitas dan <i>Grid Logo</i>	149

Gambar 4.49 Sub-bab Konfigurasi Logo dan Sistem Logo	150
Gambar 4.50 Sub-bab Ukuran Minimum.....	151
Gambar 4.51 <i>Clear Space</i> dan <i>Supergraphic</i>	152
Gambar 4.52 Lanjutan Sub-bab <i>Supergraphic</i>	153
Gambar 4.53 Sub-bab Komposisi Wara dan <i>Color Palette</i>	154
Gambar 4.54 Tipografi dan <i>Iconography</i>	155
Gambar 4.55 Sub-bab <i>Photo Style</i>	156
Gambar 4.56 Sub-bab Menu, Kemasan, dan <i>Uniform</i>	157
Gambar 4.57 <i>Cover</i> Depan dan Belakang GSM	158

UMMN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Timeline</i> Perancangan	10
Tabel 1.2 Skematika Perancangan	11
Tabel 3.1 <i>Identity Platform Keuken Koffie</i>	49
Tabel 3.2 Usia	67
Tabel 3.3 Domisili.....	68
Tabel 3.4 Pekerjaan.....	68
Tabel 3.5 Pendapatan per Bulan.....	69
Tabel 3.6 Tempat Minum Kopi.....	69
Tabel 3.7 Asosiasi Bentuk Logo <i>Keuken Koffie</i>	70
Tabel 3.8 Kesesuaian Logo dengan Konsep 24 Jam.....	71
Tabel 3.9 Logo 24 Jam.....	72
Tabel 3.10 Usia	73
Tabel 3.11 Domisili.....	73
Tabel 3.12 Pekerjaan.....	73
Tabel 3.13 Pengeluaran Tetap per Bulan	74
Tabel 3.14 Jumlah Konsumsi Kopi per Hari.....	74

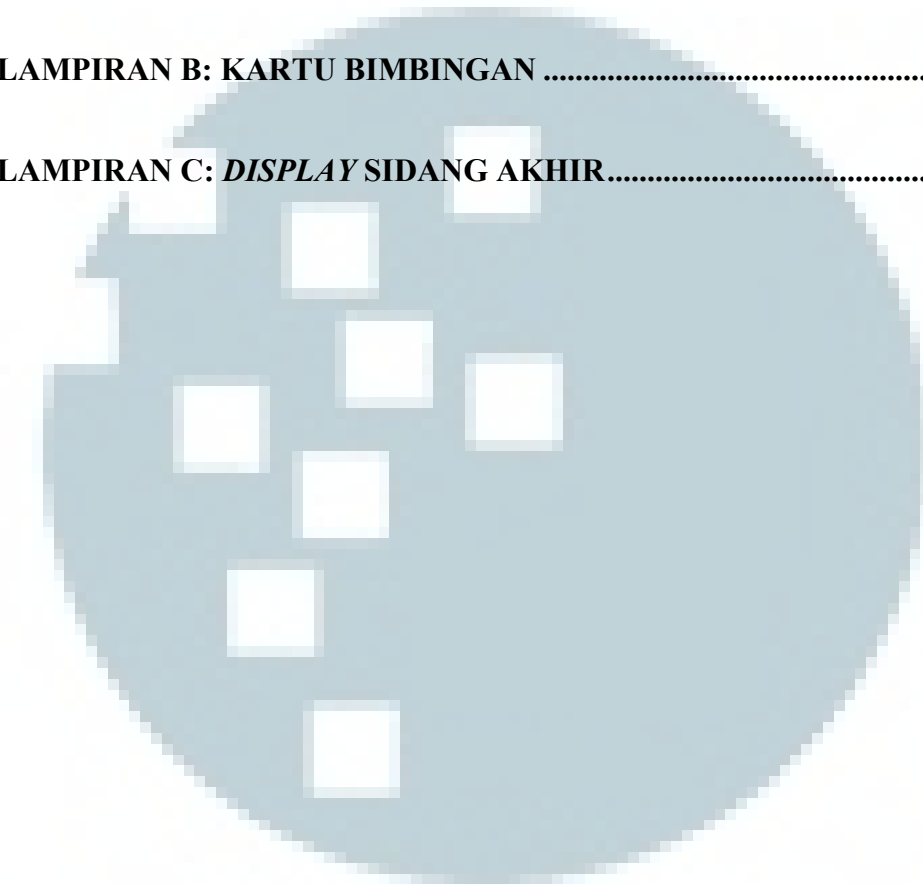
Tabel 3.15 Yang Dicari Saat Mengunjungi Kedai Kopi	75
Tabel 3.16 Jumlah Kunjungan ke <i>Keuken Koffie</i>	76
Tabel 3.17 Alasan Mengunjungi <i>Keuken Koffie</i>	77
Tabel 3.18 Kelebihan <i>Keuken Koffie</i>	78
Tabel 3.19 <i>Rating Keuken Koffie</i>	79
Tabel 3.20 Cara Pelafalan <i>Keuken Koffie</i>	80
Tabel 3.21 Ingatan Visual <i>Starbucks</i>	81
Tabel 3.22 Asosiasi Warna dengan Kata 24 Jam	81
Tabel 3.23 Asosiasi Warna dengan Indonesia	82
Tabel 3.24 Observasi Eksisting Identitas Visual Kompetitor <i>Keuken Koffie</i>	86
Tabel 3.25 Analisa SWOT <i>Keuken Koffie</i>	94
Tabel 3.26 Analisa STP <i>Keuken Koffie</i>	95
Tabel 4.1 <i>Budgeting</i> Kebutuhan Operasional Produksi Pertama	158

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: *KEUKEN KOFFIE* XXXI

LAMPIRAN B: KARTU BIMBINGAN XXXIII

LAMPIRAN C: *DISPLAY* SIDANG AKHIR.....XXXVII



UMN