

PERANCANGAN ULANG *BRAND IDENTITY*
***CAFÉ* HERBAL JAMU GODHOG KHAS YOGYAKARTA**

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Salsabila Tsuraya
NIM : 00000010801
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2019

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salsabila Tsuraya

NIM : 00000010801

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN ULANG *BRAND IDENTITY* CAFE HERBAL ‘JAMU GODHOG’ KHAS YOGYAKARTA

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 narasumber.

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, 18 Desember 2018

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Salsabila' followed by a stylized surname.

Salsabila Tsuraya

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* CAFÉ HERBAL
JAMU GODHOG KHAS YOGYAKARTA

Oleh

Nama : Salsabila Tsuraya

NIM : 00000010801

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 11 Januari 2019

Pembimbing



Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Penguji



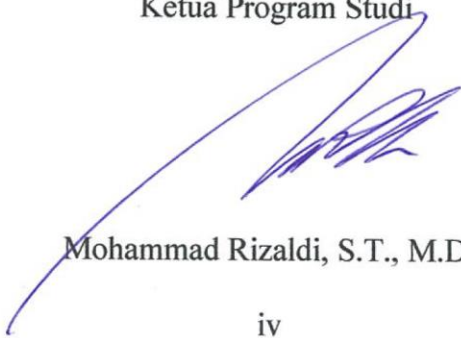
Clemens Felix S, S.Sn., M.Hum.

Ketua Sidang



Chara Susanti, M.Ds.

Ketua Program Studi



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan proposal tugas akhir dengan judul “Perancangan Ulang *Brand identity* ‘Café Herbal’ Jamu Godog Khas Yogyakarta.

Jamu adalah salah satu minuman khas Indonesia yang berkhasiat dalam banyak hal. Jamu memiliki bermacam-macam penyajian, salah satunya adalah Jamu Godog. Keunikan jamu ini adalah dari segi penyajiannya. Jamu yang dikeringkan ini perlu direbus terlebih dahulu agar kandungannya larut. Janis jamu ini belum diketahui banyak orang. Padahal jamu ini terbilang praktis untuk dibawa berpergian dan bisa disajikan fresh kapanpun kita inginkan.

Target yang diharapkan dari perancangan ini adalah masyarakat berusia 2-20-40 tahun yang memiliki banyak aktivitas dan membutuhkan tambahan energi alami. Penulis berharap perancangan brand identity ini dapat membantu membentuk sebuah kesatuan dan keseragaman *brand identity* café agar dapat diaplikasikan dengan baik kedepannya.

Penulis juga ingin berterimakasih kepada orang-orang yang telah membantu untuk segala kelancaran pengerjaan tugas akhir ini, yaitu:

1. Bapak Mohammad Rizaldi S.T., M.Ds selaku ketua program studi
2. Bapak Zamzami Almakki S.Pd., M.Ds, selaku dosen pembimbing saya, yang telah sangat membantu kelancaran TA saya, baik dalam proses riset maupun finalisasi.

3. Pihak-pihak yang langsung terkait dengan proses penulisan Tugas Akhir/Skripsi, teman-teman yang telah memberi dukungan secara langsung maupun moral kepada penulis.
4. Keluarga dekat, mama dan papa yang tidak henti-hentinya mendoakan saya dan telah mendukung saya secara penuh baik dari segi finansial maupun raga.

Tangerang, 22 Januari 2019

Salsabila Tsuraya

ABSTRAKSI

Jamu adalah sebutan untuk obat tradisional khas Indonesia. Jamu berguna baik dari sisi pengobatan dan kecantikan. Jamu juga mampu memenuhi kebutuhan tenaga sehari-hari. Pendistribusian jamu di Indonesia identik dengan penjualan oleh wanita penjual jamu keliling atau disebut juga ‘Jamu Gendong’. Selain itu jamu juga dijual di pada penjual jamu gerobak juga toko-toko herbal. *Cafe Herbal* ‘Jamu Godog’ yang terletak di Jl. Palagan Tentara Pelajar KM 8, Sleman dan Jl. Kaliurang KM 21, Yogyakarta ini adalah salah satu penjual jamu di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Cafe* ini memiliki potensi besar untuk berkembang dikenal orang banyak karena keunikan jamu yang dijual oleh cafe ini., yaitu jenis produk unggulan yang dijualnya, yakni Jamu Godhog atau jamu yang perlu direbus terlebih dahulu sebelum diminum. Namun cafe ini memerlukan pengembangan lebih lanjut baik dari segi penerapan desain kemasan jamu juga *brand identity*. Dengan adanya perancangan *brand identity cafe* ini diharapkan mampu membuat image *cafe* ini semakin diterima dan diingat juga dapat dibedakan oleh para konsumennya dengan jamu-jamu lainnya khususnya di Indonesia pada umumnya dan di Kota Yogyakarta pada khususnya juga membawa citra jamu godog ini lebih baik di kalangan masyarakat luas. Adapun targetnya adalah usia 20-40 tahun.

Kata kunci : *Kesehatan, minuman, tradisional*

ABSTRACT

Jamu is the name for traditional Indonesian medicine. Herbal medicine is useful from the rest of the treatment and beauty and able to meet the needs of daily labor. The distribution of *Jamu* is very identical with ‘*Jamu Gendong*’ which is commonly sold by women who sell herbal medicine that carry the herbs on her shoulder. *Jamu* is also sold in the form the carts and herbal shops.

Café Herbal ‘*Jamu Godog*’ that is located on Palagan Tentara Pelajar street KM 8, Sleman, Yogyakarta is one of the *Jamu* seller in Yogyakarta. This café is known for selling *Jamu Godog* or *Jamu* that needs to be boiled first so that the content in the herb dissolves. Aside from providing herbal medicine for people who come one the spot, this café also provides herbs that can be brought home. This café is has a big potential to be developed more and known by many people because of the uniqueness of *Jamus* that are sold by this café. Despite the fact that this café has a truly big potential, this café needs to be developed more especially in its brand identity, so that the image of this café could become better in people’s mind and people could differentiate it from other *jamus* in Indonesia generally and Yogyakarta particullar. The target of this research is for 20-40 years old.

Keywords: Health, drinks, traditional

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIRError! Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1.1. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Perkembangan Kafe di Indonesia.....	5
2.2. <i>Brand</i>	6
2.2.1. Pengertian <i>Brand</i>	6

2.2.2. <i>Brand Identity</i>	6
2.2.3. <i>Brand Strategy</i>	8
2.2.4. <i>Branding</i>	8
2.3. Logo	9
2.3.1. Fungsi Logo	9
2.3.2. <i>Tipe Logo</i>	10
2.4. Desain Grafis.....	11
2.4.1. Prinsip Dasar Elemen Desain.....	11
2.5. Tipografi.....	14
2.6. Grid	18
2.7. Kemasan.....	20
2.7.1. Tahapan Pembuatan Kemasan	20
BAB III METODOLOGI	22
3.1. Metodologi Pengumpulan Data	22
3.2. Metodologi Perancangan.....	35
BAB IV STRATEGI PERANCANGAN DAN ANALISIS	38
4.1. Strategi Perancangan	38
4.2. Analisis Perancangan	48
4.3. <i>Budgeting</i>	68
BAB V PENUTUP.....	70
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA.....Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN A: LEMBAR BIMBINGAN..... xv

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo Twitter	10
Gambar 2.2. Logo Jeep	11
Gambar 2.3. <i>Figure and Ground</i>	13
Gambar 2.4. <i>Typestyles Roman</i>	14
Gambar 2.5. <i>Typestyles Italic</i>	14
Gambar 2.6. <i>Typestyles Regular</i>	15
Gambar 2.7. <i>Typestyles Bold</i>	15
Gambar 2.8. <i>Typestyles Light</i>	16
Gambar 2.9. <i>Typestyles Condensed</i>	17
Gambar 2.10. <i>Typestyles Extended</i>	18
Gambar 2.11. <i>One Column Grid</i>	19
Gambar 2.12. <i>Multiple Column Grid</i>	19
Gambar 3.1. <i>Café Herbal</i>	25
Gambar 3.2. Tampak Depan kafe	26
Gambar 3.3. Kemasan Jmau	27
Gambar 3.4. Kemasan Jamu mentah	28
Gambar 3.5. Kemasan Jamu Cup	28
Gambar 4.1. <i>Typoology of Marks</i>	40
Gambar 4.2. <i>Mindmap</i> kata kunci kesehatan	43
Gambar 4.3. <i>Mindmap</i> kata kunci minuman	44
Gambar 4.4. <i>Mindmap</i> kata kunci tradisional	44
Gambar 4.5. <i>Mindmap</i> kata kunci tradisional	45

Gambar 4.7. Pengelompokan kata kunci.....	45
Gambar 4.8. Sketsa Perancangan logo 1.....	46
Gambar 4.9. Sketsa perancangan logo 2.....	46
Gambar 4.10. Pengelompokan kata kunci.....	47
Gambar 4.11. Visual logo yang terpilih.....	47
Gambar 4.12. Visual logo Final.....	48
Gambar 4.13. Jenis Font Laila Bold.....	49
Gambar 4.13. Pemilihan Warna Pada logo.....	50
Gambar 4.15. Tanaman Beluntas.....	51
Gambar 4.15. Pucuk Daun Beluntas.....	51
Gambar 4.16. Supergrafis.....	51
Gambar 4.17. GSM.....	42
Gambar 4.18. Kop Surat.....	53
Gambar 4.19. Visual logo yang terpilih.....	47
Gambar 4.20. Visual logo yang terpilih.....	47
Gambar 4.21. Map.....	54
Gambar 4.22. Kartu nama.....	55
Gambar 4.23. Cap.....	55
Gambar 4.24. <i>Invoice</i>	56
Gambar 4.25. <i>Signage</i>	57
Gambar 4.26. <i>Id Card</i>	58

Gambar 4.27. Seragam.....	59
Gambar 4.28. Nomor Meja.....	59
Gambar 4.29. Menu.....	60
Gambar 4.30. Mobil Pengantar Barang	61
Gambar 4.31. Tas Belanja.....	62
Gambar 4.32. Kardus Barang.....	62
Gambar 4.33. Contoh kemasan botol.....	63
Gambar 4.34. Contoh label kemasan botol	63
Gambar 4.35. Contoh kemasan rempah.....	64
Gambar 4.36. Tampak Belakang kemasan.....	65
Gambar 4.37. Tampak Belakang Kemasan.....	65
Gambar 4.38. Contoh Varian Kemasan.....	66
Gambar 4.39. Sosial Media.....	67
Gambar 4.40. <i>Website</i>	67

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Tabel Perbandingan antar Kompetitor	38
Tabel 4.2. Tabel <i>Brand Mantra</i>	42
Tabel 4.3. Tabel <i>Budgeting</i>	68

