



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 ULANG LOGO MAWAR BRIDE

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Sunny Anny

NIM : 11120210384

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2015

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sunny Anny

NIM : 11120210384

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir/Skripsi:

PERANCANGAN ULANG LOGO MAWAR BRIDE

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, 12 Januari 2015

Sunny Anny

UMN

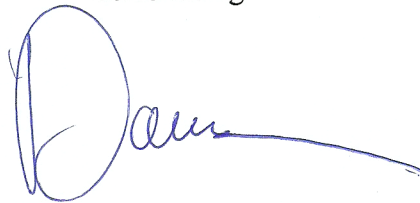
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN ULANG LOGO MAWAR BRIDE

Oleh

Nama : Sunny Anny
NIM : 11120210384
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

Pembimbing

A blue ink signature of Darfi Rizkavirwan, consisting of a large, stylized 'D' followed by a cursive 'arfi'.

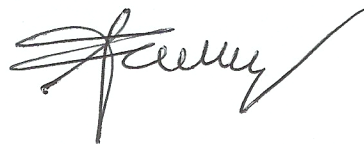
Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Penguji

A blue ink signature of Toufiq Panji Wisesa, featuring a stylized 'T' and 'P'.

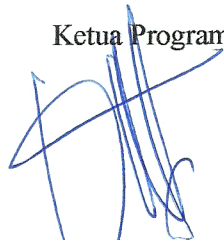
Toufiq Panji Wisesa, S.Ds., M.Sn.

Ketua Sidang

A blue ink signature of Ferdy Tanumihardjo, with a stylized 'F' and 'T'.

Ferdy Tanumihardjo, S.Sn, M.Ds.

Ketua Program Studi

A blue ink signature of Desi Dwi Kristanto, featuring a stylized 'D' and 'K'.

Desi Dwi Kristanto, S.Ds., M.Ds.

KATA PENGANTAR

Sungguh besar kebaikan Tuhan Yesus yang telah memberikan kekuatan bagi penulis dalam mengerjakan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan syukur yang tak terhingga karena penulis dapat menyelesaikan tugas yang berjudul “Perancangan Ulang Logo Mawar Bride”.

Tugas akhir ini membahas tentang bagaimana cara merancang logo baru tanpa meninggalkan unsur yang ada di dalam suatu brand. Selain itu, pengaplikasian logo ke berbagai media dicantumkan dalam satu buku Graphic Standard Manual. Laporan ini akan berguna bagi mereka yang ingin memperbarui logo mereka tetapi tidak berani keluar dari zona nyaman dari identitas lama.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu hingga skripsi ini dapat penulis tuntaskan. Oleh karena itu, penulis berterima kasih kepada:

1. Desi Dwi Kristianto, S.Ds., M.Ds., Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual,
2. Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds., yang membimbing pembuatan tugas akhir penulis dengan penuh semangat,
3. Mawar Bride yang memberi kesempatan bagi penulis untuk bekerja sama,
4. Richard Giovanni yang mendukung dan menemani penulis dalam mengerjakan tugas akhir ini, dan
5. Sahabat – sahabat penulis, yaitu Stephanie Amanda, Ita Paramita, Tiffannie, Inez Vidalita, dan Elva Angeline yang telah mengisi masa perkuliahan penulis dengan tawa canda.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi pembaca.

Tangerang, 12 Januari 2015

Sunny Anny

UMN

ABSTRAKSI

Saat ini, bisnis bridal dan fotografi sedang berkembang pesat di Jakarta. Setiap tahun di Jakarta terdapat beberapa pameran bridal dan fotografi. Salah satunya adalah Mawar Bride yang telah berdiri selama 20 tahun. Mawar Bride adalah *full service bridal salon* yang berlokasi di Jelambar, Jakarta Barat. Sayangnya, nama Mawar sudah banyak digunakan sehingga persepsi masyarakat tidak sesuai dengan *brand value*. Mawar Bride perlu melakukan perancangan ulang nama dan logo untuk menyesuaikan citra perusahaan di masyarakat serta menunjukkan keunggulannya dari kompetitornya yang semakin banyak.

Dengan dilakukannya perancangan ulang, *brand value* dapat diimplementasikan. Dalam Tugas Akhir ini terdapat pembahasan tentang bagaimana merancang ulang logo Mawar Bride. Perancangan ulang logo Mawar Bride ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data, menentukan *positioning* dan *brand value*, *brainstorming*, merancang logo yang sesuai dengan *brand value* Mawar Bride, serta merancang aplikasi logo baru yang dijelaskan dalam GSM (*Graphic Standard Manual*). Hasilnya, *visual identity* Mawar Bride menjadi sesuai dengan *brand value*.

Kata kunci: *brand*, *brand identity*, *rebranding*, bridal, dan fotografi.

ABSTRACT

Bridal and photography business is growing rapidly in Jakarta. Mawar Bride is a bridal salon that has been established for more than 20 years. It is a full service bridal salon that located in Jelambar, West Jakarta. Unfortunately, the word 'Mawar' is overused by now and because of that, people's perception about 'Mawar' is different from its brand value. Mawar Bride has to redesign its logo and name to fit the brand value and show people the advantage of Mawar Bride from its competitors.

With redesigning, brand value can be implemented into the new visual identity. This Final Project is about how to redesign Mawar Bride logo. This project is done by gathering data, setting positioning and brand value, brainstorming, designing the new logo based on the Mawar Bride's brand value, and designing the Graphic Standard Manual. The result is Mawar Bride's new logo is based on brand value.

Keywords: brand, brand identity, rebranding, bridal, and photography.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Perancangan.....	4
1.5. Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6. Metode Perancangan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. <i>Brand</i>	7
2.2. <i>Brand Identity</i>	8

2.3.	<i>Branding</i>	9
2.4.	Logo	9
2.5.	Warna	13
2.6.	Tipografi.....	16
2.7.	<i>Layout</i>	17
2.8.	<i>Graphic Standard Manual</i>	17
2.9.	<i>Grid System</i>	18
2.10.	STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	18
BAB III METODOLOGI.....		20
3.1.	Gambaran Umum Mawar Bride.....	20
3.1.1.	Sejarah Mawar Bride.....	20
3.1.2.	Jasa Mawar Bride.....	22
3.1.3.	Visi & Misi Mawar Bride	24
3.1.4.	Struktur Organisasi.....	24
3.1.5.	Analisis SWOT	25
3.1.6.	Target Market.....	28
3.1.7.	Kompetitor	29
3.2.	Tahapan Kerja	33
3.3.	Data	33
3.3.1.	Data Wawancara Mendalam	33

3.3.2.	Data Observasi Nonpartisipan.....	35
3.3.3.	Data Kuesioner.....	35
3.3.4.	Observasi Produk Mawar.....	45
3.3.5.	Analisis Logo Mawar Bride.....	47
3.4.	<i>Mind Mapping</i>	49
3.5.	Konsep Kreatif.....	50
BAB IV ANALISIS PERANCANGAN.....		51
4.1.	Pengembangan Konsep.....	51
4.1.1.	<i>Brainstorming</i>	51
4.1.2.	<i>Positioning dan Brand Value</i>	52
4.1.3.	Sketsa Manual dan Digital.....	53
4.1.4.	Proses Perancangan Logo.....	60
4.1.5.	Aturan Penggunaan Logo.....	62
4.2.	Aplikasi Kreatif.....	64
4.2.1.	<i>Stationary</i>	64
4.2.2.	<i>Merchandise</i>	65
4.2.3.	<i>Uniform</i>	66
4.2.4.	<i>Marketing Kit</i>	66
4.2.5.	<i>Vehicle</i>	67
4.2.6.	<i>Sign System</i>	67

BAB V PENUTUP.....	68
5.1. Kesimpulan	68
5.2. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	xvii



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Anatomi Logo	10
Gambar 2.2 Logo Google.....	10
Gambar 2.3 Logo GE	11
Gambar 2.4 Logo TiVo	11
Gambar 2.5 Logo Twitter.....	11
Gambar 2.6 Logo Nike.....	12
Gambar 2.7 Anatomi Huruf	16
Gambar 3.1 Logo Mawar Bride	20
Gambar 3.2 Susy dan Herry, pemilik Mawar Bride.....	21
Gambar 3.3 Interior Mawar Bride.....	22
Gambar 3.4 Bagan Struktur Organisasi Mawar Bride	24
Gambar 3.5 Website Ricky L.....	29
Gambar 3.6 Paket Promo Ricky L	30
Gambar 3.7 Website Poly Bridal	30
Gambar 3.8 Website Tracy Bridal	31
Gambar 3.9 Logo Tracy Bridal	32
Gambar 3.10 Website Yohannes Bridal.....	32
Gambar 3.11 Suasana wawancara dengan pemilik (Susy dan Herry)	34
Gambar 3.12 Grafik Umur	35
Gambar 3.13 Grafik Jenis Kelamin.....	36
Gambar 3.14 Grafik Dari Mana Mengetahui Mawar Bride	37
Gambar 3.15 Grafik Persepsi Kata 'Mawar'.....	37

Gambar 3.16 Grafik Jasa yang Digunakan	38
Gambar 3.17 Grafik Alasan Memilih Mawar Bride	39
Gambar 3.18 Grafik Tahu Logo Mawar Bride.....	39
Gambar 3.19 Grafik Umur	40
Gambar 3.20 Grafik Jenis Kelamin.....	41
Gambar 3.21 Grafik Persepsi Kata 'Mawar'.....	42
Gambar 3.22 Grafik Asosiasi Bentuk Logo	42
Gambar 3.23 Grafik Anggaran Full Service Bridal Salon	43
Gambar 3.24 Grafik Tahu Mawar Bride	44
Gambar 3.25 Tepung Rose Brand.....	45
Gambar 3.26 Toko Kue Mawar Sari	46
Gambar 3.27 Logo Mawar Skin Care	47
Gambar 3.28 Logo Mawar Bride	47
Gambar 3.29 Logo Mawar Bride pada Kartu Nama	48
Gambar 3.30 Watermark Mawar Bride.....	48
Gambar 3.31 Mind Mapping Tahap Awal	49
Gambar 3.32 Referensi Logo	50
Gambar 4.1 <i>Brainstorming</i>	51
Gambar 4.2 Sketsa Awal.....	53
Gambar 4.3 Hasil Digital Sketsa Awal	54
Gambar 4.4 Sketsa Tahap Kedua	55
Gambar 4.5 Sketsa Tahap Kedua	56
Gambar 4.6 Hasil Digital Sketsa Tahap Kedua	57

Gambar 4.7 Alternatif Hasil Logo Sketsa Tahap Kedua.....	58
Gambar 4.8 Hasil Digital Sketsa Tahap Ketiga	59
Gambar 4.9 Alternatif Hasil Logo Sketsa Tahap Ketiga	60
Gambar 4.10 Hasil Logo Akhir.....	60
Gambar 4.11 Analisis Bentuk Picture Mark	61
Gambar 4.12 Analisis Bentuk Picture Mark	62
Gambar 4.13 Aturan Penggunaan Logo.....	63
Gambar 4.14 Aplikasi <i>Stationary</i>	64
Gambar 4.15 Aplikasi <i>Merchandise</i>	65
Gambar 4.16 Aplikasi <i>Uniform</i>	66
Gambar 4.17 Aplikasi Marketing Kit.....	66
Gambar 4.18 Aplikasi <i>Vehicle</i>	67
Gambar 4.19 Aplikasi <i>Sign System</i>	67

UMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: Dokumentasi	xix
LAMPIRAN B: Kuesioner 1	xx
LAMPIRAN C: Kuesioner 2	xxi

UMN