



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

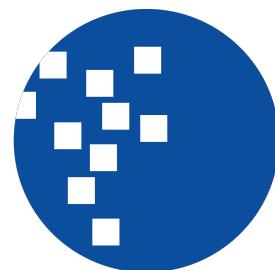
Copyright and reuse:

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 *BRAND IDENTITY* RESTORAN SINAR MEDAN

TUGAS AKHIR

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



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Ninitha Natty Yaputri
NIM : 11120210008
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 : Ninita Natty Yaputri

NIM : 11120210008

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN ULANG *BRAND IDENTITY*

RESTORAN SINAR MEDAN

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 dan 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

Ninitha Natty Yaputri

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN ULANG *BRAND IDENTITY*

RESTORAN SINAR MEDAN

Oleh:

Nama : Ninita Natty Yaputri

NIM : 11120210008

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 30 Januari 2015

Pembimbing I



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

Pengaji



Ferdy Tanumihardjo, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



Ardyansyah, S.Sn., M.M.,M.Ds

Ketua Program Studi



Desi Dwi Kristanto, M.Ds.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, sebab oleh berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Pada laporan tugas akhir ini, penulis akan membahas mengenai pentingnya sebuah *brand identity* dengan melihat dari fenomena yang terjadi pada restoran Sinar Medan.

Setiap perusahaan pasti ingin dikenal oleh masyarakat agar produk yang dijual baik barang ataupun jasa yang mereka tawarkan mendapat perhatian masyarakat. Untuk memperoleh perhatian masyarakat tersebut, perusahaan hendaknya memiliki *brand identity* sebagai sebuah identitas yang membedakan dirinya dengan perusahaan-perusahaan lain. Identitas tersebut harus mengandung nilai-nilai perusahaan yang tepat sehingga dapat merepresentasikan perusahaan tersebut. Fenomena yang terjadi pada restoran Sinar Medan adalah *brand identity* Sinar Medan tidak mampu merepresentasikan *brand value* yang ingin disampaikan. Akibatnya, terjadi kesalahan persepsi antara nilai yang ingin disampaikan oleh Sinar Medan sebagai sebuah restoran *chinese food* peranakan Medan kepada masyarakat. Hal ini menyebabkan tingkat *awareness* masyarakat terhadap Sinar Medan pun menjadi rendah terutama masyarakat baru, dimana mayoritas pelanggan Sinar Medan merupakan pelanggan turun menurun (dikenal secara turun menurun dalam lingkungan keluarga atau tempat tinggal). Oleh sebab

itu, penulis merancang penelitian berjudul ‘Perancangan Ulang *Brand Identity* Restoran Sinar Medan’ untuk memenuhi tugas akhir ini.

Adapun tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk menampilkan *brand identity* baru yang merepresentasikan *brand value* Sinar Medan secara tepat sebagai sebuah restoran *chinese food* peranakan Medan. Di samping itu, penyelesaian tugas akhir ini pun merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar sarjana S1. Tahapan proses yang dilalui oleh penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini sangat panjang mulai dari penelitian awal hingga eksekusi finalnya sehingga penulis sangat bersyukur karena telah mendapatkan banyak pengalaman dan mempelajari hal-hal baru yang bermanfaat bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan magang ini dapat diselesaikan berkat bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Desi Dwi Kristanto selaku ketua program studi Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan tugas akhir ini.
2. Bapak Darfi Rizkavirwan selaku dosen pembimbing tugas akhir yang selalu dengan sabar memberikan arahan dan motivasi kepada penulis serta membantu penulis menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dalam pengerjaan tugas akhir ini.

3. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis baik secara material maupun spiritual.
4. William Setiawan yang selalu memberikan dorongan dan bantuan kepada penulis setiap menghadapi permasalahan-permasalahan yang ada dalam penyelesaian tugas akhir ini.
5. Beatrice Janice, Wilsen Way, Monica Poernomo, Malvin, Sunny dan teman-teman satu bimbingan yang telah memberikan masukan-masukan positif yang mendukung penulis dari proses awal hingga akhir tugas akhir ini.
6. Seluruh teman-teman penulis yang memberi dukungan proses tugas akhir

Tangerang, 12 Januari 2015

Ninitha Natty Yaputri

ABSTRAKSI

Dalam menjual suatu produk barang ataupun jasa, tentu dibutuhkan suatu *brand identity* yang berfungsi sebagai identitas bagi produk tersebut. Di samping sebagai sebuah identitas *brand* juga merupakan pencitraan bagi suatu perusahaan yang dapat dibangun untuk menciptakan reputasi yang baik di mata pelanggan. Oleh sebab itu, *brand identity* merupakan salah satu elemen *marketing* yang tidak boleh diabaikan dalam dunia bisnis. Sinar Medan merupakan restoran keluarga yang sudah berdiri sejak tahun 1967 dengan latar belakang yang sangat panjang dan kini telah berkembang pesat menjadi empat cabang restoran dengan cabang terbaru di Alam Sutera. Namun sangat disayangkan, restoran yang sudah bertumbuh dengan sangat cepat ini belum memiliki *brand identity* yang kuat untuk disaingkan dengan restoran-restoran ternama di Indonesia. Dengan dirancangnya *brand identity* yang tepat sasaran dan tepat guna untuk Sinar Medan maka restoran ini pun mempunyai identitas yang kuat dan dapat dirasakan oleh pelanggannya sendiri. Penulis sangat berharap untuk di masa yang akan datang, *brand identity* yang telah dirancang tersebut dapat membantu Sinar Medan untuk berkembang menjadi restoran yang lebih kuat lagi di persaingan bisnis restoran di Indonesia. Penulis akan melakukan analisa, *survey* dan observasi untuk mengetahui konsep perancangan *brand identity* seperti apa yang sesuai dengan nilai-nilai yang diusung oleh Sinar Medan.

Kata kunci: *Brand Identity, Sinar Medan, Restoran, Berkembang.*

ABSTRACT

In selling the goods or services, is certainly needed a brand identity that serves as the identity of the product. In addition, as a brand identity is also an image of a company that can be built to create a good reputation in the eyes of customers. Therefore, brand identity is one of the elements of the marketing that should not be overlooked in the business world. Sinar Medan is a family restaurant that has been established since 1967 with a background of a very long and now has rapidly developed into four branches of the restaurant with the latest branch in Alam Sutera. Unfortunately, the restaurant that has been growing very rapidly it does not yet have a strong brand identity for disaangkan with famous restaurants in Indonesia. He designed the brand identity with targeted and appropriate for field rays then this restaurant also has a strong identity and can be perceived by the customers themselves. The author sincerely hope to in the future, brand identity which has been designed that can help beam field to evolve into more powerful restaurant in the restaurant business competition in Indonesia. The author will perform analysis, surveys and observations to determine the brand identity design concepts such as what is in accordance with the values promoted by the light field.

Keywords: *Brand Identity, Sinar Medan, Restaurant, Evolving.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Tujuan tugas Akhir	5
1.5. Metode Pengumpulan Data	6
1.5.1. Wawancara	6
1.5.2. Observasi.....	6
1.5.3. Survei	7
1.6. Metode Perancangan	8

1.6.1.	Riset Awal	8
1.6.2.	Analisa Permasalahan	8
1.6.3.	Solusi Desain.....	8
1.6.4.	Konsep Design	9
1.6.5.	Visualisasi	9
1.6.6.	Media	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA		11
2.1.	Desain.....	12
2.1.1.	Unsur-unsur Desain.....	12
2.1.2.	Prinsip Desain	17
2.1.3.	Tipografi.....	18
2.2.	Teori Layout	21
2.3.	Teori Brand.....	22
2.3.1.	Brand Awareness	23
2.3.2.	Brand Positioning.....	24
2.3.3.	Brand Reputation	25
2.3.4.	Brand Trust.....	25
2.3.5.	Brand Loyalty.....	26

2.4.	Teori Brand Identity System Aaker	29
2.4.1.	Visual Imaginery	30
2.4.2.	Metaphor	31
2.4.3.	Brand Heritage	31
2.5.	Teori Logo	32
2.5.1.	Penggolongan Logo	35
2.6.	Rebranding	39
2.7.	Restaurant.....	41
2.7.1.	Klasifikasi Restoran	41
BAB III METODOLOGI		43
3.1.	Gambaran Umum	43
3.1.1.	Profil Sinar Medan Chinese Food Restaurant.....	43
3.2.	Data Penelitian	45
3.2.1.	Wawancara	45
3.2.2.	Observasi Lapangan	46
3.2.3.	Kuesioner	46
3.2.4.	Analisis Kompetitor	52
3.2.5.	Tabel Analisis Kompetitor	57

3.2.6.	Analisis Target.....	58
3.2.6.	Analisis SWOT	59
3.2.7.	Analisis Visual.....	62
3.2.8.	Mind Mapping.....	64
3.3.	Konsep Kreatif.....	65
3.4.	Strategi Perancangan Logo.....	66
3.4.1.	Rebranding	66
3.4.2.	Unique Selling Point	67
3.4.3.	Positioning.....	67
3.4.4.	Value	67
BAB IV PERANCANGAN		68
4.1.	Pengembangan Konsep	68
4.1.1.	Brainstorming.....	68
4.1.2.	Sketsa Perancangan	70
4.2.	Aplikasi Kreatif	71
4.2.1.	Logo.....	71
4.2.2	Media Plan	78
4.2.2.	Budgeting	84

BAB V PENUTUP**86**5.1. Kesimpulan.....**86**5.2. Saran.....**87****DAFTAR PUSTAKA.....****88****LAMPIRAN.....****xix**

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Tabel Analisis Kompetitor	56
Tabel 4.1.	Estimasi Biaya Rebranding.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Contoh garis dalam desain grafis.....	12
Gambar 2.2.	Contoh bentuk dalam desain grafis.....	12
Gambar 2.3.	Contoh tekstur dalam desain grafis	13
Gambar 2.4.	Contoh ukuran dalam desain grafis	13
Gambar 2.5.	Contoh ruang positif dalam desain grafis	14
Gambar 2.6.	Contoh nilai atau value dalam desain grafis	14
Gambar 2.7.	Colorwheel dalam desain grafis	15
Gambar 2.8.	Legibility huruf	15
Gambar 2.9.	Visibility komposisi teks	17
Gambar 2.10.	Komposisi teks yang baik dan nyaman	18
Gambar 2.11.	Hirarki Brand dalam Strategic Marketing	18
Gambar 2.12.	Sistem Brand Identity Aaker.....	28
Gambar 2.13.	Logogram dan logotype.....	29
Gambar 2.14.	Name only logo.....	33
Gambar 2.15.	Symbol logo.....	34
Gambar 2.16.	Initial Letter Logo.....	35
Gambar 2.17.	Pictorial Name Logo.....	35
Gambar 2.18.	Associative logo.....	35
Gambar 2.19.	Abstract Logo.....	36
Gambar 2.20.	Contoh Rebranding Perusahaan.....	37

Gambar 3.1.	Pengaplikasian Logo Sinar Medan.....	44
Gambar 3.2.	Penampakan Restoran Angke.....	51
Gambar 3.3.	Logo Restoran Angke.....	52
Gambar 3.4.	Interior Restoran MayStar	54
Gambar 3.5.	Logo Restoran MayStar.....	54
Gambar 3.6.	Restoran Din Tai Fung.....	54
Gambar 3.7.	Logo Restoran Din Tai Fung	55
Gambar 3.8.	Penampakan Restoran Jun Njan.....	55
Gambar 3.9.	Logo Restoran Jun Njan.....	56
Gambar 3.10.	Logo Restoran Sinar Medan	61
Gambar 3.11.	Mind-mapping Sinar Medan	63
Gambar 4.1.	Sketsa Kasar Sinar Medan	69
Gambar 4.2.	Sketsa Digital Sinar Medan (Menara)	70
Gambar 4.3.	Sketsa Digital Sinar Medan (Foo-Dog).....	70
Gambar 4.4.	Sketsa Digital Sinar Medan (Chopstick).....	71
Gambar 4.5.	Sketsa Digital Sinar Medan (Hanzi).....	71
Gambar 4.6.	Sketsa Digital Sinar Medan (Semi-Final).....	72
Gambar 4.7.	Logo Final Horizontal Sinar Medan	72
Gambar 4.8.	Logo Final Vertikal Sinar Medan	73
Gambar 4.9.	Jenis Typeface Lettermark	75
Gambar 4.10	Jenis Typeface Tagline.....	76
Gambar 4.11	Graphic Standard Manual Book (1).....	77

Gambar 4.12	Graphic Standard Manual Book (2).....	78
Gambar 4.13	Graphic Standard Manual Book (3).....	79
Gambar 4.14	Graphic Standard Manual Book (4).....	80
Gambar 4.15	Graphic Standard Manual Book (5).....	81
Gambar 4.16	Graphic Standard Manual Book (6).....	82