



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 IDENTITAS VISUAL

EURO GOURMET MAYONES

Laporan Tugas Akhir

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



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Yemima Kornelius Setiawan

NIM : 12120210345

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 : Yemima Kornelius Setiawan

NIM : 12120210345

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

EURO GOURMET MAYONES

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, 9 Juni 2016

Yemima Kornelius Setiawan

The logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is a large, light blue circle containing a stylized white building with several square windows. Below the circle, the letters "UMMN" are written in a large, bold, light blue sans-serif font.

UMMN

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Perancangan Ulang Identitas Visual

Euro Gourmet Mayones

Oleh

Nama : Yemima Kornelius Setiawan

NIM : 12120210345

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 23 Juni 2016

Pembimbing

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

Penguji

Ketua Sidang

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

Leonardo A. Widya, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi

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

KATA PENGANTAR

Persaingan antar produk sejenis merupakan salah satu kendala yang sering dialami oleh perusahaan dimana mereka harus saling menunjukkan keunggulan utama demi menjadi produk nomor satu di Indonesia. Euro Gourmet merupakan salah satu produk mayones lokal yang telah berdiri sejak tahun 2007. Berbeda dengan kompetitor lainnya, Euro Gourmet merupakan satu-satunya produk yang menggunakan bahan baku *fresh liquid egg* atau telur segar yang dipasteurisasi. Tidak seperti produk lain yang lebih banyak menggunakan egg powder atau bubuk telur dalam proses pembuatan mayonesnya. Melihat potensi yang ada, penulis menjadi tertarik untuk membantu memaksimalkan keunggulan Euro Gourmet dalam mendesain konsep visual yang sesuai dengan citra dan entitas produk.

Perancangan ulang identitas visual yang dilakukan bertujuan untuk memaksimalkan keunggulan atau potensi yang dimiliki oleh Euro Gourmet sebagai salah satu produk mayones berkualitas di Indonesia. Dengan tampilan yang baru diharapkan Euro Gourmet dapat memiliki perspektif yang berbeda dimata masyarakat sehingga dapat menjadi sejajar atau bahkan lebih unggul dari kompetitor utamanya. Tugas Akhir ini juga diharapkan dapat membantu mahasiswa desain grafis yang akan mengambil tema yang sama, yaitu perancangan ulang identitas visual.

Kesuksesan dari penulisan dan pengerjaan Tugas Akhir ini tentunya tidak dapat terealisasi bila tanpa bantuan orang-orang yang mendukung penulis. Oleh

karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang kepada pihak yang sudah membantu penulis :

1. Bapak Yusup S. Martyastiadi S.T., M.Inf.Tech. selaku ketua program studi Fakultas Seni dan Desain.
2. Bapak Ardyansyah, S.Sn., M.M., selaku pembimbing yang sudah memberikan masukan dan arahan dalam mengerjakan Tugas Akhir.
3. Bapak Boediono Tandu Ekapoetra, selaku pemilik *brand* Euro Gourmet yang telah mengizinkan penulis menggunakan nama *brand* sebagai tugas akhir.
4. Kepada Chiquita Ayu dan Shannon Hermawan, seorang teman yang telah banyak membantu, menemani, dan mengantarkan penulis dalam mencari informasi mengenai Euro Gourmet.
5. Kepada Jessica Martha, Utari Kennerdy dan Gladys Prawira, yang telah banyak memberi semangat dan dukungan penuh kepada penulis untuk dapat terus menyelesaikan Tugas Akhir.
6. Kepada Prisela Hauw dan Ricco Lesmana, seorang sahabat yang telah banyak membantu, mendukung, mengerti, dan memahami penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir.
7. Kepada Bapak Tono, yang telah rela menunggu serta mengantarkan penulis dalam proses pengerjaan Tugas Akhir.

8. Kepada seluruh keluarga dan saudara yang telah mendukung, mengerti, dan memahami kondisi penulis ketika dalam proses pengerjaan Tugas Akhir.

Tangerang, 9 Juni 2016

Yemima Kornelius Setiawan

UMMN

ABSTRAKSI

Euro Gourmet merupakan salah satu produk mayones berpotensi yang mampu menyaingi setiap kompetitor di Indonesia. Hal ini disebabkan karena bahan baku yang dipakai dalam pembuatan mayones menggunakan bahan telur berkualitas, yaitu telur segar yang dipasteurisasi. Namun, keunggulan ini dibatasi pada citra produk yang rendah akibat ketidaksesuaian desain visual dengan entitas produk yang ingin disampaikan. Untuk memaksimalkan keunggulan yang dimiliki oleh Euro Gourmet, dibutuhkan perancangan ulang identitas visual yang sesuai dengan citra dan entitas produk. Perancangan ini dapat ditunjang melalui data serta informasi dari *brand value* Euro Gourmet. Hasil dari perancangan ulang identitas visual diharapkan dapat menempatkan Euro Gourmet menjadi sejajar atau pun lebih unggul dari kompetitor utama sebagai produk mayones premium di Indonesia. Perancangan yang akan dibuat berupa *brand identity* dan *brand guidelines*.

Kata kunci : *Euro Gourmet, mayones, perancangan ulang identitas visual*

ABSTRACT

Euro Gourmet is one of the mayonnaise products that potentially rivaling any competitor in Indonesia. It's because the raw materials used in the manufacture of egg mayonnaise using high quality ingredients, namely fresh pasteurized eggs. However, this advantage is limited to the product image is low due to a mismatch with visual design of the product to conveyed their entity. To maximize the advantages possessed by Euro Gourmet, a redesign of visual identity is required to emphasize the brand value that suits the product's image and entities. This design can be supported by data as well asa information on the brand value of Euro Gourmet. The results of the redesign of the visual identity is expected to put Euro Gourmet be equal or even superior to major competitors as a premium mayonnaise product in Indonesia. The result of the design will be made in the form of brand identity and brand guidelines.

Keywords: Euro Gourmet, mayonnaise, redesigning the visual identity

U M N

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAKSI	VII
ABSTRACT.....	VIII
DAFTAR ISI	X
DAFTAR GAMBAR.....	XIX
DAFTAR TABEL	XV
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 Tugas Akhir	4
1.5. Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6. Metode Perancangan.....	5
1.7. Timeline Perancangan.....	7
1.8. Skematika Perancangan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9

2.1.	Identitas Visual	9
2.2.	Logo	9
2.2.1.	Definisi Logo	9
2.2.2.	Fungsi dan Peran Logo	10
3.2.1.	Jenis-Jenis Logo	11
3.2.2.	Kriteria Logo yang Baik	13
1.2.	Desain Komunikasi Visual	15
1.3.1.	Layout	15
1.3.2.	Tipografi	16
3.2.3.	Warna	20
3.2.4.	Fotografi	22
1.3.	Graphic Standard Manual (GSM)	25
BAB III ANALISIS DATA PENELITIAN		27
3.1.	Gambaran Umum Produk Euro Gourmet	27
3.2.	Wawancara	28
3.2.1.	Sejarah dan Asal Mula Euro Gourmet	29
3.2.2.	Target Penjualan	29
3.2.3.	Kompetitor	30
3.2.4.	<i>Strength</i> atau Keunikan Euro Gourmet	30
3.2.5.	Kelemahan Euro Gourmet	30
3.3.	FGD	32
3.4.	Studi Lapangan	32
3.5.	Analisis Kompetitor	36

3.5.1.	Best Foods.....	36
3.5.2.	Maestro	37
3.5.3.	Kewpie	38
3.6.	Analisis SWOT	39
3.6.1.	Strength.....	39
3.6.2.	Weakness	40
3.6.3.	Opportunity	40
3.6.4.	Threat	41
3.7.	Analisis STP	41
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN		43
4.1.	Konsep Perancangan.....	43
4.1.2.	Tujuan Perancangan.....	43
4.1.3.	Strategi Perancangan.....	44
4.2.	Mind Mapping	45
4.3.	Brainstorming	46
4.4.	Perancangan	48
4.4.2.	Logo	50
4.4.3.	Graphic Standard Manual (GSM).....	57
4.4.4.	Aplikasi Perancangan.....	62
4.5.	Budgeting.....	79
BAB V PENUTUP		80
5.1.	Kesimpulan	80

5.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	XVII
LAMPIRAN A : KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR	XV



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Diagram Skematika Perancangan	8
Gambar 2.1. <i>The Sequence of Cognition</i>	10
Gambar 2.2. Logo Yahoo.....	12
Gambar 2.3. Logo WWF	12
Gambar 2.4. Logo BP	13
Gambar 2.5. <i>Classic Layout</i>	15
Gambar 2.6. <i>Module-based Grid</i>	16
Gambar 2.7. <i>Serif dan Sans-serif</i>	18
Gambar 2.8. Lucida Sans	19
Gambar 2.9. Gotham.....	19
Gambar 2.10. Helvetica	20
Gambar 2.11. <i>Additive Color</i>	21
Gambar 2.12. <i>Subtractive Color</i>	21
Gambar 2.13. <i>Still-Life Candid</i>	24
Gambar 2.14. <i>Still-Life Studio</i>	25
Gambar 3.1. Logo Euro Gourmet	27
Gambar 3.2. Produk Kemasan Euro Gourmet	28
Gambar 3.3. Foto Bersama Boediono. T. E.....	28
Gambar 3.4. Foto Saat FGD	31
Gambar 3.5. Produk Kemasan Euro Gourmet Mayones di Malang	32
Gambar 3.6. Pemakaian Logo Euro Gourmet yang Tidak Konsisten.....	32

Gambar 3.7. Kumpulan Foto Display Produk Mayones di Supermarket Tangerang	33
Gambar 3.8. Perbandingan dengan Logo Kecantikan	34
Gambar 3.9. Pouch Berat Bersih 1kg.....	34
Gambar 3.10. Tampilan Website	35
Gambar 3.11. Tampilan Instagram	35
Gambar 3.12. Logo Best Foods dan Visual pada Kemasan.....	36
Gambar 3.13. Logo Best Foods	36
Gambar 3.14. Logo Maestro dan Visual pada Kemasan	37
Gambar 3.15. Logo Maestro	37
Gambar 3.16. Logo Kewpie dan Visual pada Kemasan	38
Gambar 3.17. Logo Kewpie.....	38
Gambar 4.1. <i>Mind Mapping</i> Logo	45
Gambar 4.2. <i>Brainstroming</i> Logo.....	46
Gambar 4.3. <i>Moodboard</i>	47
Gambar 4.4. Sketsa Tangan	48
Gambar 4.5. Perancangan Digital	49
Gambar 4.6. Logo Primer	50
Gambar 4.7. Logo Sekunder	50
Gambar 4.8. Contoh Bentuk <i>Creamy</i>	51
Gambar 4.9. Proses Pembentukan Logo	52
Gambar 4.10. Warna pada Logo Primer	53
Gambar 4.11. Warna pada Logo Sekunder.....	53

Gambar 4.12. Proses Pembentukan Tipografi Logo.....	54
Gambar 4.13. Tipografi yang Dipakai dalam Penulisan.....	55
Gambar 4.14. Proses Pembuatan <i>Supergraphic</i>	56
Gambar 4.14. <i>Our Brand</i>	57
Gambar 4.15. <i>Master Brand</i>	58
Gambar 4.16. <i>Color Palette</i>	58
Gambar 4.17. <i>Background Control</i>	59
Gambar 4.18. <i>Improper Use</i>	59
Gambar 4.19. <i>Photography Style and Guide</i>	60
Gambar 4.20. <i>Typography</i>	60
Gambar 4.21. <i>Supergraphic</i>	61
Gambar 4.22. <i>Media Application</i>	61
Gambar 4.23. Aplikasi Logo pada Kemasan Produk.....	62
Gambar 4.24. Botol 290ml rasa <i>Original Mayonnaise</i>	63
Gambar 4.25. Label Botol 290ml rasa <i>Original Mayonnaise</i>	64
Gambar 4.26. Label Botol 290ml rasa <i>Hot Spicy Mayonnaise</i>	65
Gambar 4.27. Label Botol 290ml rasa <i>Wasabi Mayonnaise</i>	66
Gambar 4.28. Label Botol 290ml rasa <i>Thousand Islands</i>	67
Gambar 4.29. <i>Pouch</i> 1000g rasa <i>Original Mayonnaise</i>	68
Gambar 4.31. Kemasan <i>Pouch</i> 1000g rasa <i>Original Mayonnaise</i>	69
Gambar 4.32. Kemasan <i>Pouch</i> 1000g rasa <i>Hot Spicy Mayonnaise</i>	70
Gambar 4.33. Kemasan <i>Pouch</i> 1000g rasa <i>Thousand Islands</i>	71
Gambar 4.34. Kemasan <i>Pouch</i> 1000g rasa <i>Wasabi Mayonnaise</i>	72

Gambar 4.35. <i>Plastic Box</i> 3000g rasa <i>Original Mayonnaise</i>	73
Gambar 4.36. Label <i>Plastic Box</i> 3000g rasa <i>Original Mayonnaise</i>	74
Gambar 4.37. Aplikasi Logo pada <i>Business Card</i>	74
Gambar 4.38. Aplikasi Logo pada <i>Coggurated Box</i> untuk Botol 290ml.....	75
Gambar 4.39. Aplikasi Logo pada <i>Coggurated Box</i> untuk <i>Pouch</i> 1000g	75
Gambar 4.40. Aplikasi Logo pada X-banner	76
Gambar 4.41. Aplikasi Logo pada <i>Backdrop POP</i>	76
Gambar 4.42. Aplikasi Logo pada Website	77
Gambar 4.43. Aplikasi Logo pada <i>Billboard</i>	77
Gambar 4.44. Aplikasi Logo pada <i>Merchandise Gift</i>	78

UMMN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. <i>Timeline</i> Perancangan.....	7
Tabel 4.1. Tabel Anggaran Harga (<i>Budgeting</i>).....	79



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR XIX

