



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 PADA

PENERBIT HEGEL PUSTAKA

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Rustam Wijaya
NIM : 13120210358
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rustam Wijaya

NIM : 13120210358

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PADA PENERBIT
HEGEL PUSTAKA**

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.

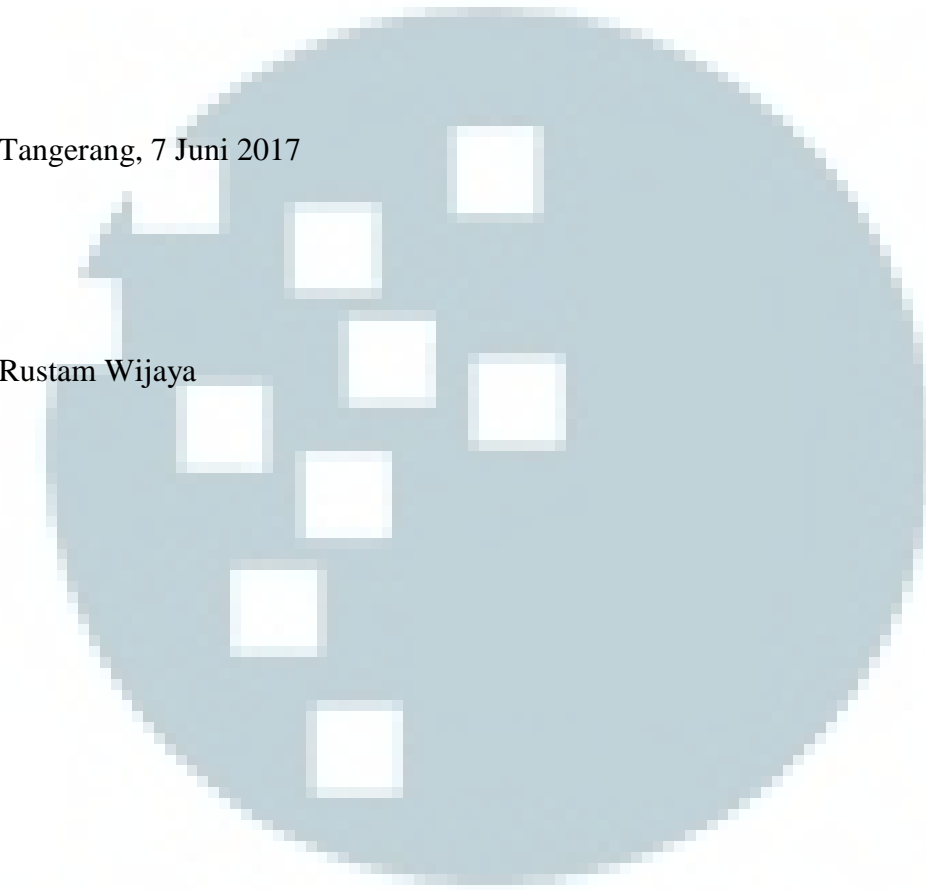
Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

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, 7 Juni 2017

Rustam Wijaya



UMN

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PADA
PENERBIT HEGEL PUSTAKA**

Oleh

Nama : Rustam Wijaya

NIM : 13120210358

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 7 Juli 2017

Pembimbing



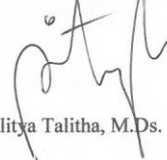
Drs. Daru Paramayuga, M.Ds.

Penguji



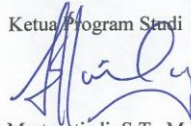
Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



Lalitha Talitha, M.Ds.

Ketua Program Studi



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

iv

KATA PENGANTAR

Penulis memilih topik pembahasan Tugas Akhir ini adalah berawal ketika penulis membaca sebuah buku yang berkaitan dengan desain komunikasi visual yang di dalamnya tertulis bahwa setiap harinya ketika kita membuka mata dari bangun tidur setiap pagi hingga tidur lagi di malam hari, disadari atau tanpa kita sadari kita selalu disugahi oleh bermacam-macam *brand*. Sebagai contoh pertama, ketika kita membuka mata pertama kali umumnya orang-orang mengambil kaca mata atau mulai sibuk dengan barang elektronik berupa *gadget*, contoh kedua ketika kita masuk ke dalam kamar mandi kita selalu disugahi oleh bermacam-macam *brand*, seperti pasta gigi, sabun, *shampo*, dll, dan tidak dapat kita pungkiri pula bahwa pakaian yang selalu melekat ditubuh kita juga memiliki *brand*.

Dalam penulisan ini, penulis secara pribadi banyak mempelajari proses per proses (*step by step*) dari topik bahasan yang diambil, bahwa halnya untuk membuat suatu rancangan yang sempurna, harus melalui berbagai tahapan. Penulis juga melakukan berbagai tahapan yang dimulai dari orientasi mengenai data yang bersangkutan dengan topik bahasan, menganalisa data-data yang telah didapat, melakukan konseptual desain, melakukan desain yang dimulai dari tahap *sketching* hingga mendesain menggunakan digital, tahap produksi dan diakhiri dengan tahap implementasi.

Topik bahasan ini penulis angkat bertujuan agar bertambahnya wawasan bagi pembaca dan menyadarkan bahwa setiap harinya disadari atau tidak disadari kita selalu dikelilingi oleh puluhan atau mungkin ratusan *brand* dari berbagai perusahaan yang ada disekitar kita.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Adapun ucapan terima kasih tersebut penulis sampaikan kepada:

1. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
2. Daru Paramayuga, S.Sn., M.Ds., selaku dosen pembimbing
3. Yulius Aris Widiyanto selaku narasumber utama dari penerbit Hegel Pustaka
4. Martinus Nathanael, Kevin Santoso, Hanintya Nindita, Ayni Tera, Caecilia Mellisa, dan teman-teman lainnya yang tidak disebutkan satu persatu, selaku teman yang selalu membantu memberikan masukan terhadap penulis
5. Orang tua dan saudari yang selalu memberikan dukungan terhadap penulis agar penulisan pada Tugas Akhir ini dapat berjalan dengan baik dan menghasilkan Tugas Akhir yang sempurna

Tangerang, 7 Juni 2017

Rustam Wijaya

ABSTRAKSI

Penulis membuat suatu perancangan ulang (*redesign*) terhadap identitas visual berupa logo pada penerbit Hegel Pustaka. Penulis melakukan *redesign* karena dari hasil penelusuran penulis, identitas berupa logo pada penerbit Hegel Pustaka tersebut dirasa kurang mewakili dari apa yang ingin disampaikan oleh penerbit itu sendiri.

Adapun perumusan masalah yang penulis tetapkan adalah bagaimana perancangan identitas visual pada penerbit Hegel Pustaka agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh *audience*? Ini berdasarkan dari hasil *focus group discussion* yang penulis lakukan, bahwa logo perusahaan masih kurang mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan.

Untuk mengumpulkan segala informasi yang bersangkutan dengan topik pada Tugas Akhir ini, penulis melakukan pengumpulan data dengan metode penelitian kualitatif, adapun pengumpulan data dengan metode kualitatif yang penulis lakukan adalah dengan melalui hasil dari wawancara, *focus group discussion*, dan observasi.

Setelah pengumpulan data dan perancangan *redesign* pada identitas visual selesai, hasil yang dicapai adalah diharapkan identitas visual berupa logo yang ada nantinya dapat mensiratkan dari apa yang ingin disampaikan oleh penerbit Hegel Pustaka.

Kata kunci: Penerbit, *redesign*, identitas visual, logo

UMMN

ABSTRACT

The writer does a redesign of Hegel Pustaka Publisher's visual identity in the form of a logo. The author does so because from his findings, the company logo has not yet fully represented the message that the company wants to convey.

The problem formulation is "how to design the visual identity that shows what Hegel Pustaka publisher wants to express" It's based on the focus group discussion conducted by the author which concludes that the target audience doesn't know the identity of the company logo.

To gather the information necessary relating to the topic of the Final Project, the writer carries out qualitative methods of research, the qualitative researches being interviews, focus group discussion, and observations.

After collecting data and completing the redesign, the expected result is that the new logo is able to convey the message that the company wants to send.

Keywords: Publisher, redesign, visual identity, logo

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.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XVI
DAFTAR LAMPIRAN.....	XX
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Tugas Akhir	3
1.5. Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1. Identitas Visual.....	4
2.2. Logo	5
2.2.1. Logo yang Efektif	6

2.2.2.	Proses Desain Logo.....	10
2.3.	<i>Tagline</i>	11
2.4.	Elemen Gambar.....	12
2.5.	<i>Gestalt</i>	12
2.6.	Tipografi.....	14
2.6.1.	Mengelola Huruf	15
2.6.2.	Komponen dasar dari huruf.....	24
2.7.	Warna	25
2.8.	Grid	35
2.9.	<i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	41
2.10.	<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT)</i>	43
BAB III	METODOLOGI	45
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data	45
3.1.1.1.	Studi Eksisting	46
3.2.	Metodologi Perancangan.....	52
3.3.	SWOT	54
BAB IV	PERANCANGAN DAN ANALISIS	56
4.1.	Konsep Perancangan	56
4.1.1.	<i>Positioning</i>	56
4.1.2.	<i>Brand Personality</i>	57
4.1.3.	Perancangan Logo.....	57
4.1.4.	<i>Moodboard</i>	61

4.1.5.	<i>Layout</i>	62
4.1.6.	Tipografi.....	64
4.2.	Analisis.....	66
4.3.	Pengaplikasian.....	68
4.4.	<i>Budgeting</i>	82
BAB V	PENUTUP	84
5.1.	Kesimpulan	84
5.2.	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	XVIII

UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Contoh dari <i>logotype</i> , penerbit <i>mizan publishing house</i>	7
Gambar 2.2. Contoh dari logo <i>initials</i> , penerbit Gramedia.....	7
Gambar 2.3. Contoh dari logo <i>pictorial visual</i> , penerbit Bumi Aksara	8
Gambar 2.4. Contoh dari logo <i>abstract visual</i> , penerbit Zeedny.....	8
Gambar 2.5. Contoh dari logo <i>combination</i> , penerbit Kanisius.....	9
Gambar 2.6. Contoh dari logo dengan konsep <i>similarity</i>	13
Gambar 2.7. Contoh dari logo dengan konsep <i>closure</i>	13
Gambar 2.8. Contoh dari logo dengan konsep <i>figure ground</i>	14
Gambar 2.9. Contoh dari logo dengan konsep <i>impossible figure</i>	14
Gambar 2.10. Contoh perbedaan ukuran huruf dan warna	16
Gambar 2.11. Contoh <i>layout</i> yang memiliki ruang kosong antara teks dan gambar	17
Gambar 2.12. Variasi huruf.....	18
Gambar 2.13. Contoh pengaplikasian tebal dan tipis pada <i>font</i>	19
Gambar 2.14. Contoh <i>layout</i> pada majalah.....	20
Gambar 2.15. Contoh <i>Leading</i>	21
Gambar 2.16. <i>Leading, Kerning, dan Tracking</i>	22
Gambar 2.17. Contoh dari <i>flush left, flush right, centered, dan justified</i>	23
Gambar 2.18. Komponen dasar huruf.....	24
Gambar 2.19. Contoh warna merah pada objek.....	25
Gambar 2.20. Contoh warna biru pada objek	26
Gambar 2.21. Contoh warna kuning pada objek dinding.....	27

Gambar 2.22. Contoh warna hijau pada sebuah foto	28
Gambar 2.23. Contoh warna ungu pada sebuah foto	29
Gambar 2.24. Contoh warna oranye pada sebuah foto	30
Gambar 2.25. Contoh warna <i>pink</i> pada sebuah foto	31
Gambar 2.26. Contoh warna abu-abu pada sebuah foto	32
Gambar 2.27. Contoh warna hitam yang terkesan lebih besar daripada warna hijau	33
Gambar 2.28. Contoh warna putih yang terkesan bersih	34
Gambar 2.29. Contoh warna coklat.....	35
Gambar 2.30. <i>Anatomy of a Grid</i>	36
Gambar 2.31. <i>Manuscript Grid</i>	38
Gambar 2.32. <i>Column Grid</i>	39
Gambar 2.33. <i>Modular Grid</i>	40
Gambar 2.34. <i>Hierarchical Grid</i>	41
Gambar 2.35. Referensi pembuatan <i>graphic standard manual</i> (GSM).....	42
Gambar 3.1. Percetakan yang menjadi mitra penerbit Hegel Pustaka	45
Gambar 3.2. Logo penerbit yang menjadi studi eksisting penulis	47
Gambar 3.3. Logo penerbit Hegel Pustaka	49
Gambar 3.4. Wawancara dengan <i>director</i> penerbit Hegel Pustaka	50
Gambar 3.5. <i>Focus Group Discussion</i>	51
Gambar 4.1. <i>Mindmapping</i>	58
Gambar 4.2. <i>Brainstorming</i>	59
Gambar 4.3. Sketsa Manual	60

Gambar 4.4. Sketsa digital	60
Gambar 4.5. <i>Moodboards</i>	62
Gambar 4.6. Contoh pengaplikasian <i>layout</i> pada <i>grid</i>	63
Gambar 4.7. <i>Garamond family</i>	64
Gambar 4.8. <i>Minion Pro family</i>	65
Gambar 4.9. <i>Fira Sans family</i>	66
Gambar 4.10. <i>Logo concept</i>	69
Gambar 4.11. <i>Clear space</i>	70
Gambar 4.12. <i>Color palette</i>	71
Gambar 4.13. <i>Supergraphic</i>	72
Gambar 4.14. Contoh pengaplikasian <i>layout</i> pada <i>grid</i>	73
Gambar 4.15. Kartu nama	74
Gambar 4.16. Surat	75
Gambar 4.17. Amplop.....	76
Gambar 4.18. <i>Purchase order</i>	77
Gambar 4.19. <i>Notebook</i>	77
Gambar 4.20. <i>Pin</i>	78
Gambar 4.21. <i>Mug</i>	78
Gambar 4.22. <i>Bookmark</i>	79
Gambar 4.23. <i>Lanyard</i>	79
Gambar 4.24. <i>Pen</i>	80
Gambar 4.25. <i>T-shirt</i>	80
Gambar 4.26. Topi	81



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Penelitian	66
Tabel 4.2. <i>Budgeting</i>	82



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: FORM BIMBINGANXX

LAMPIRAN B: DOKUMENTASI STAND XXIII

