



### **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.

# **MEMBANGUN KONSISTENSI *MERK* RESTORAN**

## **TEA GARDEN MELALUI IDENTITAS VISUAL**

### **Laporan Tugas Akhir**

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



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Nama : Anastasia Marta Effendi  
NIM : 14120210524  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2018**

## LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anastasia Marta Effendi

NIM : 14120210524

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

### **MEMBANGUN KONSISTENSI *MERK* RESTORAN TEA GARDEN MELALUI IDENTITAS VISUAL**

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 inis aya 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, 29 Juni 2018



Anastasia Marta Effendi

**HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**  
**MEMBANGUN KONSISTENSI *MERK* RESTORAN**  
**TEA GARDEN MELALUI IDENTITAS VISUAL**

Oleh

Nama : Anastasia Marta Effendi  
NIM : 14120210524  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 12 Juli 2018

Pembimbing



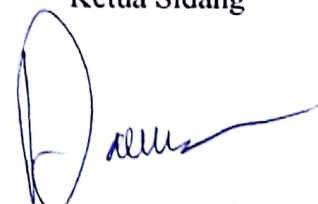
Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds.

Penguji



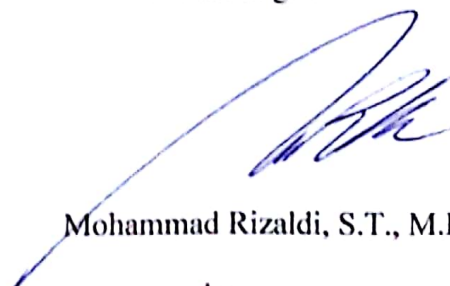
Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



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

Ketua Program Studi



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

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, atas penyertaan dan kesempatan yang telah diberikan sehingga penulis bisa berada di tahap perancangan Tugas Akhir ini dengan sehat jasmani dan rohani. Perancangan Tugas Akhir ini diawali dengan latar belakang penulis yang tertarik dengan berbagai macam menu yang disajikan di Restoran Tea Garden dan minat penulis terhadap kegiatan kuliner.

Restoran Tea Garden merupakan salah satu restoran asal Malaysia yang memiliki cabang di Indonesia. Restoran Tea Garden adalah salah satu restoran di Indonesia yang memiliki menu terbanyak, yaitu sejumlah 488 menu hingga restoran ini dianugerahi dengan Rekor Muri. Namun, sangat disayangkan *brand positioning* yang ingin disampaikan oleh Restoran Tea Garden tidak dapat tersampaikan dengan baik dalam persepsi konsumen, sehingga terjadi kurangnya *brand awareness* pada *audience* dan mengakibatkan tidak banyak orang yang mengetahui keunikan yang dimiliki dari restoran ini.

Harapan penulis adalah lewat penulisan Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para mahasiswa yang nantinya akan membuat Tugas Akhir dengan tema yang serupa, dan dapat berguna juga bagi pihak Restoran Tea Garden dalam menyelesaikan permasalahan pada *brand positioning* dan strategi komunikasi restorannya.

Penulisan Tugas Akhir ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari orang-orang terdekat, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds., selaku ketua program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
2. Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, koreksi, dan saran selama penulis mengerjakan perancangan Tugas Akhir.
3. Yohanes Setiawan Ekantoro, selaku *Branch Manager* Restoran Tea Garden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber utama penulis dalam mengerjakan perancangan Tugas Akhir.
4. Keluarga inti dan keluarga besar penulis yang sudah memberikan bantuan lewat doa, dukungan moral, maupun finansial bagi penulis dalam menyelesaikan perancangan Tugas Akhir.
5. Nanda Cynthia, Sarah Madya, Kezia Thereni, Ressiani, Melinda Watiria, Yulia Ciputri, Tan Yohanna, seluruh teman-teman kelompok bimbingan tugas akhir, dan teman-teman CG AOG GMS selaku sahabat yang sudah memberikan bantuan dalam doa dan secara moral untuk penulis.

Tangerang, 12 Juli 2018



Anastasia Marta Effendi

## ABSTRAKSI

Restoran Tea Garden yang berasal dari Kota Johor, Malaysia dan memiliki cabang di Indonesia yang berpusat di Gading Serpong. Rendahnya *brand awareness* pada Restoran Tea Garden menyebabkan terjadinya salah persepsi pada konsumen maupun calon konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah acuan penggunaan identitas visual berupa *brand guidelines* untuk membangun kekonsistenan merk dan memperkuat *brand positioning* pada *audience*. Perancangan *brand guidelines* ditujukan kepada pihak internal dan eksternal yang berhubungan langsung dengan pihak Restoran Tea Garden. Batasan masalah pada perancangan tugas akhir ini mencakup wilayah Jabodetabek dengan *audience* berusia 20-30 tahun ke atas. Perancangan diawali dengan pengumpulan data dengan metode *mixed method* (wawancara, kuesioner, observasi, dan studi pustaka). Data kemudian diolah ke dalam media berbentuk *brand guidelines* dengan isi berupa panduan atau acuan dalam penerapan identitas visual dari Restoran Tea Garden.

Kata kunci: *branding*, *brand identiti*, *brand positioning*, *brand guidelines*, Restoran Tea Garden

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





## ***ABSTRACT***

*Tea Garden Restaurant is originated restaurant from Johor, Malaysia and has expanded their business to Indonesia, centered in Gading Serpong. Low awareness of Tea Garden Restaurant is causing a wrong perception on target audience. Therefore, it needs a brand guidelines to strengthen the brand positioning and build consistency for the brand's visual identity. Designing brand guidelines made for internal and external side of the restaurant. The design process started by collecting data using mixed method (interview, observation, questionnaire, and literature review. Then, the final design was applied into brand guidelines and have contents in the form as brand identity guidelines.*

*Keywords: branding, brand identity, brand positioning, brand guidelines, Tea Garden Restaurant*

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	IV
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI .....	VII
<i>ABSTRACT</i> .....	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL .....	XVIII
DAFTAR LAMPIRAN .....	XIX
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Batasan Masalah .....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir .....	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. <i>Brand</i> .....	6
2.1.1. Definisi <i>brand</i> .....	6
2.1.2. Fungsi <i>Branding</i> .....	8

2.1.3.	Media <i>Branding</i> .....	8
2.2.	Teori Identitas Visual Sebagai Bagian dari <i>Brand Identity</i> .....	10
2.2.1.	Brand Identity .....	12
2.2.2.	<i>Brand Identity Elements</i> .....	14
2.2.3.	<i>Standard dan identity guidelines</i> .....	18
2.3.	Prinsip desain .....	20
2.3.1.	Warna .....	21
2.3.2.	Tipografi .....	23
2.3.3.	<i>Layout</i> .....	26
2.4.	Gestalt .....	29
2.5.	Images ( <i>Photography</i> ) .....	33
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>		<b>35</b>
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data .....	35
3.1.1.	Wawancara .....	35
3.1.2.	Observasi .....	48
3.1.3.	Kuesioner .....	63
3.2.	Metodologi Perancangan .....	70
3.2.1.	Perancangan Supergrafik .....	73
3.2.2.	Perancangan Copywriting .....	75
<b>BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS .....</b>		<b>76</b>
4.1.	Analisa Perancangan .....	76
4.1.	.....	76

4.1.1.	Conducting Research .....	76
4.1.2.	Clarifying Strategy .....	76
4.1.3.	<i>Designing identity</i> .....	82
4.1.4.	<i>Creating Touchpoints</i> .....	100
4.2.	Analisis Desain ( <i>Managing Assets</i> ) .....	114
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		<b>128</b>
5.1.	Kesimpulan .....	128
5.2.	Saran .....	130
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>131</b>

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 0.1. Penjelasan tentang <i>brandmarks</i> .....	14
Gambar 0.2. Proses pengenalan brand .....	15
Gambar 0.3. Penjelasan tentang <i>wordmark</i> .....	15
Gambar 0.4. Penjelasan tentang Lettermarks .....	16
Gambar 0.5. Penjelasan tentang Pictorial Marks .....	16
Gambar 0.6. Penjelasan tentang <i>Abstract Marks</i> .....	17
Gambar 0.7. Penjelasan tentang <i>emblems</i> .....	17
Gambar 0.8. Pejelasan tentang <i>characters</i> pada <i>brand</i> .....	18
Gambar 0.9. Grid pada logo Swipe Ventures .....	29
Gambar 0.10. <i>Similarity</i> – Gestalt.....	30
Gambar 0.11. <i>Proximity (separated shapes)</i> – Gestalt .....	31
Gambar 0.12. <i>Proximity (as one group)</i> – Gestalt .....	31
Gambar 0.13 Proximity – Gestalt .....	31
Gambar 0.14. Closure – Gestalt.....	32
Gambar 0.15. Continuity – Gestalt .....	32
Gambar 0.16. Figure and Ground – Gestalt.....	33
Gambar 0.17. Teknik fotografi <i>rulse of third</i> .....	34
Gambar 3.0.1. Logo Restoran Tea Garden .....	38
Gambar 3.0.2. Paha Ayam Stim Obat.....	39
Gambar 3.0.3. Ayam Saos Udang.....	39
Gambar 3.0.4. Puding Kelapa.....	40
Gambar 3.0.5. Aneka Puding .....	40

Gambar 3.0.6. Three Cheese Lasagna.....	41
Gambar 3.0.7. Fettucini Carbonara.....	41
Gambar 3.0.8. Nasi Panggang Kari Daging Ayam Dengan Keju.....	41
Gambar 3.0.9. Spaghetti Podomoro Basilico.....	42
Gambar 3.0.10. Gado-gado Vietnam.....	42
Gambar 3.0.11. Kari Kambing.....	43
Gambar 3.0.12. Sop Buntut.....	43
Gambar 3.0.13. Bubur ayam.....	43
Gambar 3.0.14. Mie Tom Yum.....	44
Gambar 3.0.15. Congfen gulung pok pia sayuran.....	44
Gambar 3.0.16. Chasio congfen.....	44
Gambar 3.0.17. Tan Tart Portugis.....	45
Gambar 3.0.18. Stim pao Hongkong telur asin.....	45
Gambar 3.0.19. Jus Green Garden.....	46
Gambar 3.0.20. Puding almond.....	46
Gambar 3.0.21. Buku menu makanan.....	47
Gambar 3.0.22. Buku menu minuman.....	47
Gambar 3.0.23. Buku menu dimsum, <i>breakfast</i> , dan congfen.....	47
Gambar 3.0.24. Suasana Restoran Gading Serpong saat Weekdays.....	48
Gambar 3.0.25. Identitas Visual Restoran Tea Garden <i>Indoor</i> .....	48
Gambar 3.0.26. Identitas Visual Restoran Tea Garden <i>Outdoor</i> .....	49
Gambar 3.0.27. Menu makanan prasmanan.....	49

Gambar 3.0.28. Penulis bersama para <i>staff</i> Restoran Tea Garden Cabang Gading Serpong .....	50
Gambar 3.0.29. <i>Packaging</i> untuk makanan kering dan nasi.....	51
Gambar 3.0.30. Alat makan Restoran Tea Garden .....	51
Gambar 3.0.31. Nomor meja Restoran Tea Garden.....	52
Gambar 3.0.32. Susunan kepengurusan Restoran Tea Garden .....	53
Gambar 3.0.33. Contoh kerja sama yang dilakukan oleh Restoran Tea Garden ..	56
Gambar 3.0.34. Logo Imperial Group.....	57
Gambar 3.0.35. Logo Imperial Kitchen & Dimsum .....	58
Gambar 3.0.36. Imperial Kitchen & Dimsum tampak luar.....	59
Gambar 3.0.37. Tampilan menu makanan Imperial Kitchen & Dimsum .....	59
Gambar 3.0.38. Logo Restoran Eka Jaya.....	60
Gambar 3.0.39. Restoran Eka Jaya cabang Gading Serpong.....	61
Gambar 3.0.40. Daftar menu Restoran Eka Jaya .....	62
Gambar 4.0.1. Mindmapping Perancangan 1 .....	78
Gambar 4.0.2. Mindmapping Perancangan 2.....	78
Gambar 4.0.3. Brainstorming process.....	79
Gambar 4.0.4. Brainstorming proses – Final .....	80
Gambar 4.0.5. Moodboard – Feel .....	83
Gambar 4.0.6. Moodboard – Komposisi Desain.....	84
Gambar 4.0.7. Moodboard Refrensi Produk.....	85
Gambar 4.0.8. Moodboard Refrensi Produk 2.....	85
Gambar 4.0.9. Grid pada buku <i>brand guidelines</i> .....	87

Gambar 4.0.10. Grid yang digunakan pada proses me- <i>layout</i> buku <i>brand guidelines</i> .....	87
Gambar 4.0.11. Fotografi manual .....	89
Gambar 4.0.12. Rules of Third .....	89
Gambar 4.0.13. Contoh Objek Makanan yang Menggunakan Teknik <i>Rules of Third</i> .....	90
Gambar 4.0.14. Contoh objek makanan yang menggunakan rules of third.....	90
Gambar 4.0.15. Tipografi yang terinspirasi dari ornamen khas Melayu .....	92
Gambar 4.0.16. <i>Typeface</i> Elsie Swash Cap .....	93
Gambar 4.0.17. <i>Typeface</i> yang digunakan pada perancangan brand communication Restoran Tea Garden.....	94
Gambar 4.0.18. Motif siku keluang .....	95
Gambar 4.0.19. Sketsa digital supergrafik.....	95
Gambar 4.0.20. Sketsa digital supergrafik.....	95
Gambar 4.0.21. Sketsa digital supergrafik – final.....	96
Gambar 4.0.22. Proses perancangan supergrafik.....	96
Gambar 0.23. Aplikasi supergrafik.....	97
Gambar 0.24. Supergrafik sebagai pattern.....	98
Gambar 0.25. Supergrafik sebagai tambahan elemen visual .....	98
Gambar 4.0.26. Color System Restoran Tea Garden.....	100
Gambar 4.0.27. Color Palette Restoran Tea Garden.....	100
Gambar 4.0.28. Refrensi Poster 1 .....	102
Gambar 4.0.29. Refrensi Poster 2 .....	102



Gambar 4.0.30. Refrensi Poster 3 .....	102
Gambar 4.0.31. Layout blocking poster.....	104
Gambar 4.0.32. One-column grid .....	104
Gambar 4.0.33. Layout blocking billboard .....	105
Gambar 4.0.34. Proses layout billboard.....	106
Gambar 4.0.35. Refrensi kartu nama-1 .....	107
Gambar 4.0.36. Refrensi kartu nama-2 .....	107
Gambar 4.0.37. Layout blocking kartu nama.....	108
Gambar 4.0.38. Layout kartu nama.....	108
Gambar 4.0.39. Layout blocking brosur – 1 .....	109
Gambar 4.0.40. Layout blocking brosur - 2.....	109
Gambar 4.0.41. Layouting brosur .....	110
Gambar 4.0.42. Proses pengeditan gambar.....	111
Gambar 4.0.43. Grid yang digunakan pada media sosial .....	111
Gambar 4.0.44. Grid untuk layout instagram.....	112
Gambar 4.0.45. Layout blocking x-banner .....	113
Gambar 4.0.46. Proses layot x-banner .....	113
Gambar 4.0.47. Cover Brandguidelines.....	115
Gambar 4.0.48. Halaman setelah cover .....	115
Gambar 4.0.49. Pattern ornamen yang diselipkan pada pergantian sub-bab .....	116
Gambar 4.0.50. Daftar isi sub-bab yang diprint kertas kalkir (kanan).....	116
Gambar 4.0.51. Sisi dalam brand guidelines yang dilayout .....	116
Gambar 4.0.52. Desain kartu nama – Depan .....	117

Gambar 4.0.53. Desain kartu nama – belakang .....	117
Gambar 4.0.54. Mockup kartu nama.....	118
Gambar 4.0.55. Aplikasi desain pada media poster .....	119
Gambar 4.0.56. Aplikasi desain pada media poster-2.....	119
Gambar 4.0.57. Aplikasi poster pada restoran .....	120
Gambar 4.0.58. Aplikasi poster pada restoran-2.....	120
Gambar 4.0.59. Brosur sisi dalam.....	121
Gambar 4.0.60. Brosur sisi luar .....	121
Gambar 4.0.61. Konten instagram .....	122
Gambar 4.0.62. Konten Instagram .....	122
Gambar 4.0.63. Konten Instagram .....	122
Gambar 4.0.64. Aplikasi desain konten Instagram .....	123
Gambar 4.0.65. Aplikasi desain konten Instagram-2.....	124
Gambar 4.0.66. X-Banner restoran .....	125
Gambar 4.0.67. Aplikasi X-banner di depan restoran.....	125
Gambar 4.0.68. Merchandise – Notebook .....	127
Gambar 4.0.69. Merchandise – Mug .....	127
Gambar 4.0.70. Merchandise beserta alat makan yang ada di Restoran Tea Garden .....	127

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel Analisis S.W.O.T Restoran Tea Garden .....	54
Tabel 3.2. S.W.O.T. Imperial Kitchen & Dimsum .....	59
Tabel 3.3. Analisa S.W.O.T. Restoran Eka Jaya .....	62
Tabel 3.4. Tabel Jumlah populasi penduduk di Kota Jakarta dan Tangerang berdasarkan usia .....	63

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

**LAMPIRAN A: DOKUMENTASI PERCAKAPAN DENGAN  
NARASUMBER MELALUI APLIKASI PESAN SINGKAT (WHATSAPP)**

.....134

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA