



### **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 IDENTITAS VISUAL**

## ***SNACK JUHI SEDAPKO***

### **Laporan Tugas Akhir**

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



Nama : San Eka Imi

NIM : 12120210130

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 : San Eka Imi  
NIM : 12120210130  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain  
Universitas : Universitas Multimedia Nusantara  
Judul Tugas Akhir :

### **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL SNACK JUHI SEDAPKO**

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, 27 Juni 2018



San Eka Imi

## **HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

### **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL SNACK JUHI SEDAPKO**

Oleh

Nama : San Eka Imi

NIM : 12120210130

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

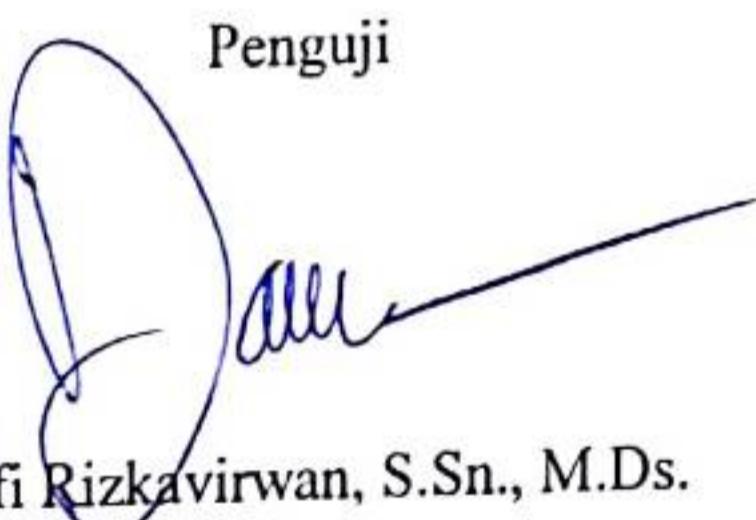
Tangerang, 12 Juli 2018

Pembimbing



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

Penguji



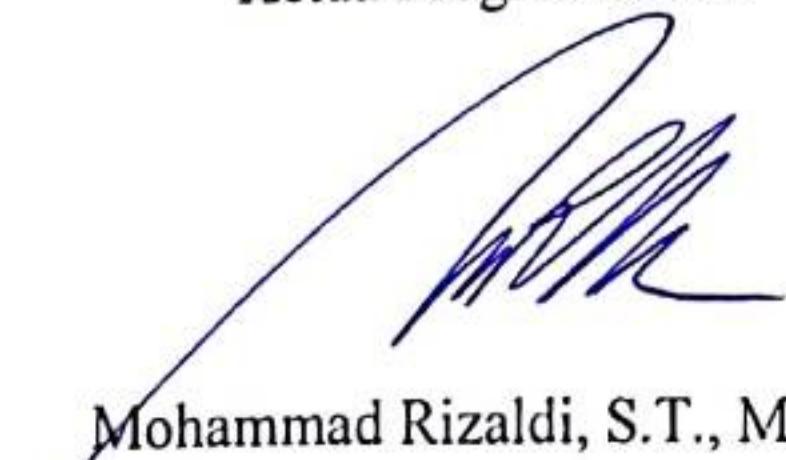
Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



Adhreza Brahma, M.Ds.

Ketua Program Studi



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

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat sampai pada tahap tugas akhir ini. Penulis mengambil judul “Perancangan Ulang Identitas Visual *Snack Juhi Sedapko*” sebagai judul Tugas Akhir karena logo *brand* Sedapko yang kurang menonjol dibandingkan dengan ilustrasi pendukungnya membuat *brand* ini menjadi kurang dikenal oleh masyarakat dan juga konsumennya. Ilustrasi *mickey mouse* yang digunakan juga menjadi masalah dan dapat dikatakan sebagai plagiasi karena digunakan pada setiap design produk mereka tanpa izin dari pihak yang bersangkutan. Desainnya yang blum pernah mengalami perubahan apapun sejak tahun 1960 juga membuat produk ini sulit bersaing dipasaran karena munculnya produk sejenis dengan desain yang lebih modern. Oleh karena itu, penulis memiliki tujuan untuk merancang ulang identitas visual *snack juhi Sedapko* dengan konsep yang jelas dan lebih menonjolkan *brand* Sedapko. Penulisan tugas akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
2. Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi arahan dalam penulisan laporan dan perancangan Tugas Akhir, serta memberi masukan yang membangun bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan dan perancangan dengan baik.
3. Monica Winarta, Xaviera Clara dan Lora Alvera yang telah membantu penulis dan mendukung penulis dalam mengerjakan laporan dan perancangan Tugas Akhir.
4. Teman-teman Kelompok Tugas Akhir yang telah saling membantu dan berjuang bersama selama proses perancangan Tugas Akhir.
5. Irwan Djaya Saputra selaku pemilik dari PT. Sedapko yang bersedia meluangkan waktu untuk diwawancara dan memberikan informasi yang diperlukan untuk melengkapi data Tugas Akhir ini.

6. Keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan penulis.

Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis menerima segala kritik dan saran sebagai proses pembelajaran. Semoga laporan ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Tangerang, 29 Juni 2018



San Eka Imi

## ABSTRAKSI

Usaha dibidang produksi makanan ringan semakin meningkat. Semakin banyaknya perusahaan-perusahaan makanan ringan baru saat ini membuat persaingan menjadi semakin ketat. Masing-masing perusahaan berusaha untuk menjadi yang paling menonjol. Salah satu faktor yang berpengaruh atas berhasilnya sebuah produk adalah identitas visual. Identitas Visual dari sebuah merk atau *brand*, haruslah menonjol, memiliki konsep yang jelas dan juga sesuai dengan karakteristik perusahaan itu sendiri. *Snack juhi Sedapko* merupakan salah satu perusahaan makanan ringan yang belum memiliki konsep yang jelas dan juga visual yang dapat bersaing dipasaran. Oleh karena itu, penulis berencana untuk melakukan perancangan ulang identitas visual untuk *snack juhi Sedapko*. Dalam rangka mendukung jalannya penelitian dan perancangan, penulis akan mengumpulkan data dengan melakukan observasi dan melakukan wawancara dengan pemilik *snack juhi Sedapko*.

Kata kunci : identitas visual, *brand*, karakteristik



## ***ABSTRACT***

*Enterprises in the field of snack production is increasing. The increasing number of new snack food companies today is making the competition tighter. Each company strives to be the most prominent. One of the factors that influence the success of a product is the visual identity. Visual identity of a brand, must be prominent, have a clear concept and also in accordance with the characteristics of the company itself. Snack juhi Sedapko is one of the snack food companies that do not have a clear and visual concept that can compete in the market. Therefore, the authors plan to redesign the visual identity to snack juhi Sedapko. In order to support the course of research and design, the authors will collect data by making observations and interviews with snack owners Juhi Sedapko.*

*Keywords:* *brand, visual identity, characteristics*



## 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 TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Tugas Akhir .....	5
1.5. Manfaat Tugas Akhir.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1. Identitas Visual .....	7
2.1.1. Elemen Identitas Visual .....	8
2.2. <i>Branding</i> .....	9
2.2.1. Fungsi <i>Branding</i> .....	11

2.2.2. Tujuan <i>Branding</i> .....	11
2.3. <i>Rebranding</i> .....	12
2.4. Perancangan Ulang/ <i>Redesign</i> .....	13
2.5. Logo .....	14
2.6. <i>Tagline</i> .....	18
2.6.1. Jenis <i>Tagline</i> .....	19
2.7. Warna .....	20
2.8. Tipografi .....	23
2.9. Ilustrasi .....	24
2.9.1. Fungsi Ilustrasi .....	28
2.10. <i>Layout</i> .....	29
2.11. <i>Graphic Standard Manual</i> .....	33
2.12. <i>Packaging</i> (Kemasan) .....	36
2.12.1. Elemen <i>Packaging</i> .....	37
2.12.2. Ergonomi Kemasan .....	42
2.13. <i>Segmentation</i> .....	42
2.14. <i>Targeting</i> .....	43
2.15. <i>Positioning</i> .....	43
2.15.1. Jenis-jenis <i>Positioning</i> .....	44
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>	<b>46</b>
3.1. Metodologi Pengumpulan Data .....	46
3.1.1. Wawancara .....	47
3.1.2. Kesimpulan Wawancara .....	48

3.1.3.	Observasi .....	54
3.1.4.	Kuesioner .....	59
3.1.5.	Hasil Kuisioner .....	60
3.1.6.	Kesimpulan Kuisioner .....	63
3.1.7.	<i>Positioning Snack Sedapko</i> .....	64
3.2.	Metodologi Perancangan .....	64
<b>BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS .....</b>		<b>66</b>
4.1.	Perancangan.....	66
4.1.1.	<i>Logotype</i> .....	68
4.1.2.	Perancangan <i>Packaging</i> .....	72
4.1.3.	<i>Tagline</i> .....	75
4.1.4.	Perancangan <i>Supergraphic</i> .....	75
4.1.5.	Warna.....	76
4.1.6.	Logo Final.....	77
4.2.	Sistem Identitas.....	77
4.2.1.	<i>Logo Structure</i> .....	78
4.2.2.	<i>Logo Clear Space</i> .....	78
4.2.3.	<i>Logo Minimum Size</i> .....	79
4.2.4.	Analisa <i>Supergraphic</i> .....	80
4.2.5.	<i>Business Card</i> .....	81
4.2.6.	<i>Letterhead</i> .....	81
4.2.7.	<i>Envelope</i> .....	82
4.2.8.	<i>Folder</i> .....	83

4.2.9. <i>Invoice</i> .....	84
4.2.10. <i>Name Tag</i> .....	84
4.2.11. <i>Uniform</i> .....	85
4.2.12. <i>Delivery Box Car</i> .....	85
4.2.13. <i>Packaging</i> .....	86
4.2.14. <i>Paperbag</i> .....	88
4.2.15. <i>Point of Purchase</i> .....	88
4.2.16. <i>Instagram Advertise</i> .....	89
4.2.17. <i>Facebook Advertise</i> .....	90
4.2.18. <i>Merchandise</i> .....	91
4.3. <i>Budgeting</i> .....	95
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
5.1. Kesimpulan .....	96
5.2. Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>xvii</b>

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Contoh <i>logotype</i> .....	15
Gambar 2.2. Contoh <i>lettermark</i> .....	15
Gambar 2.3. Contoh <i>symbol</i> .....	15
Gambar 2.4. Contoh <i>pictorial symbol</i> .....	16
Gambar 2.5. Contoh <i>abstract symbol</i> .....	16
Gambar 2.6. Contoh <i>nonrepresentational</i> .....	17
Gambar 2.7. Contoh <i>character icon</i> .....	17
Gambar 2.8. Contoh <i>combination mark</i> .....	18
Gambar 2.9. Contoh <i>emblem</i> .....	18
Gambar 2.10. Ilustrasi surrealisme .....	24
Gambar 2.11. Ilustrasi diagram .....	25
Gambar 2.12. Ilustrasi Abstrak .....	26
Gambar 2.13. Ilustrasi Realisme .....	27
Gambar 2.14. Ilustrasi Hiperrealisme .....	27
Gambar 2.15. <i>Icon only layout</i> .....	30
Gambar 2.16. <i>Images incorporated in letters layout</i> .....	31
Gambar 2.18. <i>Icon left layout</i> .....	31
Gambar 2.19. <i>Icon right layout</i> .....	32
Gambar 2.20. <i>Icon above layout</i> .....	32
Gambar 2.21. <i>Circular logo layout</i> .....	33
Gambar 3.1. Pabrik Sedapko .....	43
Gambar 3.2. Logo Sedapko .....	45

Gambar 3.3. Kemasan <i>snack</i> juhi Sedapko 25 gram .....	46
Gambar 3.4. Kemasan <i>snack</i> juhi Sedapko 15 gram .....	46
Gambar 3.5. Kemasan <i>snack</i> juhi Sedapko 100 gram .....	47
Gambar 3.6. Kemasan <i>snack</i> juhi Sedapko 75 gram .....	47
Gambar 3.7. Kemasan <i>snack</i> juhi Sedapko 140 gram .....	47
Gambar 3.8. Kemasan <i>snack</i> juhi Sedapko 175 gram .....	48
Gambar 3.9. Pertanyaan kuesioner .....	56
Gambar 3.10. Presentase responden menyukai makanan ringan .....	57
Gambar 3.11. Responden menyukai <i>snack</i> berbahan <i>seafood</i> .....	57
Gambar 3.12. Awareness masyarakat terhadap <i>brand</i> Sedapko .....	58
Gambar 3.13. Responden pernah membeli produk Sedapko .....	58
Gambar 3.14. Kesesuaian desain dengan karakter produk .....	58
Gambar 3.15. Responden yang tidak menyukai desain saat ini .....	59
Gambar 3.16. Responden yang setuju dilakukannya <i>rebranding</i> .....	59
Gambar 4.1. <i>Mind map</i> <i>snack</i> Sedapko .....	62
Gambar 4.2. <i>Moodboard</i> Sedapko .....	63
Gambar 4.3. Jenis cumi yang digunakan .....	65
Gambar 4.4. Sketsa manual logo .....	65
Gambar 4.5. Sketsa Digital logo .....	66
Gambar 4.6. Penyederhanaan bentuk logo .....	66
Gambar 4.7. Proses stilasi bentuk logo .....	67
Gambar 4.8. Bentuk final <i>logotype</i> .....	67
Gambar 4.9. <i>Seal</i> kemasan <i>ziplock</i> .....	68

Gambar 4.10. <i>Layout</i> kemasan .....	69
Gambar 4.11. <i>Before after</i> foto produk .....	70
Gambar 4.12. Proses terbentuknya supergrafis .....	71
Gambar 4.13. <i>Color palette</i> .....	72
Gambar 4.14. Logo final .....	72
Gambar 4.15. Struktur logo Sedapko .....	74
Gambar 4.16. <i>Logo clear space</i> .....	75
Gambar 4.17. <i>Logo minimum size</i> .....	75
Gambar 4.18. Aplikasi <i>Supergraphic</i> pada <i>banner</i> .....	76
Gambar 4.19. <i>Business card</i> .....	77
Gambar 4.20. <i>Letterhead</i> .....	78
Gambar 4.21. <i>Envelope</i> .....	79
Gambar 4.22. <i>Folder</i> .....	79
Gambar 4.23. <i>Invoice</i> .....	80
Gambar 4.24. <i>Name tag</i> .....	80
Gambar 4.25. <i>Uniform</i> .....	81
Gambar 4.26. <i>Delivery box car</i> .....	81
Gambar 4.27. <i>Packaging</i> Sedapko .....	82
Gambar 4.28. Cara memegang kemasan .....	83
Gambar 4.29. <i>Paperbag</i> Sedapko .....	83
Gambar 4.30. <i>Point of purchase</i> .....	84
Gambar 4.31. <i>Instagram</i> advertise .....	85
Gambar 4.32. <i>Facebook</i> advertise .....	86

Gambar 4.33. Pin .....	86
Gambar 4.34. Mug .....	87
Gambar 4.35. Sticker .....	87
Gambar 4.36. Key chain .....	88
Gambar 4.37. Canvas bag .....	88
Gambar 4.38. Notes .....	89
Gambar 4.39. T-Shirt .....	89



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel analisa SWOT.....	53
Tabel 3.2. Tabel studi kompetitor .....	56
Tabel 4.1. Tabel rincian anggaran .....	94



## **DAFTAR LAMPIRAN**

**LAMPIRAN A: LEMBAR BIMBINGAN .....**.....**xix**

**LAMPIRAN B: KUISIONER .....**.....**xx**

