

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

ALLEGRO MUSIC SCHOOL

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Patricia Ariesta Hilman
NIM : 11120210108
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2015



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.

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Patricia Ariesta Hilman
NIM : 11120210108
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain
Universitas Multimedia Nusantara
Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL *ALLEGRO MUSIC SCHOOL*

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, 12 Januari 2015

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Patricia Ariesta Hilman', written in a cursive style.

Patricia Ariesta Hilman

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Perancangan Ulang Identitas Visual *Allegro Music School*

Oleh

Nama : Patricia Ariesta Hilman

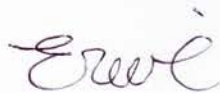
NIM : 11120210108

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 2 Februari 2015

Pembimbing



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

Penguji



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

Ketua Sidang



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

Ketua Program Studi



Desi Dwi Kristanto, M.Ds.

KATA PENGANTAR

Musik adalah salah satu hal yang selalu dijumpai setiap hari. Musik dapat ditemukan dari bunyi-bunyi seperti aliran air kran pada pagi hari, sahut-sahutan klakson kendaraan di siang hari, *jingle-jingle* iklan televisi di sore hari, atau suara jangkrik di malam hari. Sehubungan dengan dekatnya musik dengan kehidupan manusia, penulis tertarik mengangkat pembelajaran musik sebagai tema dari topik penelitiannya. Topik penelitian yang diangkat penulis adalah mendesain ulang identitas visual sebuah perusahaan.

Identitas visual merupakan hal yang menarik dalam kehidupan masyarakat. Identitas visual menjadi wajah dari sebuah perusahaan. Landa (2011) mengatakan bahwa identitas visual bertujuan untuk menyampaikan makna dan nilai sebuah brand yang sesuai dengan konsumennya (hlm. 241). Namun, masih ada beberapa perusahaan yang belum mampu menciptakan identitas visual yang sesuai dengan karakter perusahaannya. Salah satunya adalah *Allegro Music School*. Penulis ingin berpartisipasi mengembangkan identitas visual *Allegro Music School* agar citra dan *brand awareness* sekolah musik tersebut semakin kuat dalam masyarakat. Selain itu, penulis ingin berbagi pengalaman dengan mahasiswa-mahasiswi yang tertarik dengan mendesain ulang identitas visual, khususnya mahasiswa-mahasiswi semester akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.

Menurut penulis, proses pembuatan Tugas Akhir tersebut sangat menantang. Proses tersebut dimulai dari pengumpulan data, pengolahan informasi

mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, survey, pengolahan data survey, perancangan konsep kreatif, perancangan sketsa manual, visualisasi digital, dan visualisasi cetak. Penulis dituntut untuk objektif selama pengumpulan data dan berkreasi selama perancangan konsep kreatif. Tugas Akhir merupakan tanggung jawab pribadi, sehingga penulis harus yakin dengan apa yang dikerjakannya. Argumentasi yang kuat adalah hal yang penting dalam mempresentasikan Tugas Akhir. Namun, penulis juga harus belajar untuk mendengarkan dan menerima masukan-masukan tentang proses pengerjaan Tugas Akhir dan rancangan visual. Hal tersebut dapat membantu perkembangan proses pengerjaan Tugas Akhir ke arah positif. Oleh karena itu, penulis berharap laporan Tugas Akhir ini dapat membantu pembaca untuk memahami secara global bagaimana proses pengerjaan Tugas Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual, khususnya pada topik mendesain ulang identitas visual.

Dalam pengerjaannya, penulis didukung oleh orang-orang yang berpartisipasi baik secara langsung maupun tidak langsung, yaitu:

1. Desi Dwi Kristanto, M.Ds., Kaprodi Desain Komunikasi Visual
Universitas Multimedia Nusantara
2. Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds., Dosen Pembimbing Tugas Akhir
3. Eka Sofyan Rizal dan Rizky Gumilar, S.Sn., nara sumber
4. Agus Sugiharto, pemilik *Allegro Music School*

5. Teman-teman Kelas Seminar atau teman-teman satu program studi yang berpartisipasi memberi masukan atau mendukung proses pemotretan di studio.
6. Papi, Mami, Atin, Ega, Kokoh, dan sahabat-sahabat terkasih

Tangerang, 12 Januari 2015



Patricia Ariesta Hilman

ABSTRAKSI

Musik merupakan salah satu faktor pendukung kecerdasan anak. Hal tersebut dapat diwujudkan, salah satunya melalui sekolah-sekolah musik baik formal maupun informal. *Allegro Music School* adalah sebuah lembaga pendidikan informal yang menyediakan kursus di bidang musik.

Berawal dari kursus piano *Allegro Music Course*, pemilik juga menggeluti bisnis penjualan piano *Allegro Piano*. Kemudian sekolah musik *Allegro Music School* dibuka. Sekolah musik tersebut menyediakan lima kursus musik secara privat. Pembelajarannya berpedoman pada kurikulum internasional. Meskipun telah berdiri selama tiga tahun, identitas visual *Allegro Music School* belum kuat akibat inkonsistensi dalam penerapannya.

Sebagai salah satu bagian dari identitas visual, logo berperan penting membawa nilai sebuah brand. Agar dapat mendukung perkembangan yang positif, dibutuhkan identitas visual baru yang sesuai dengan visi-misi dan citranya sebagai sekolah musik. Penerapan identitas visual yang konsisten juga dibutuhkan untuk membangun *brand awareness* sekolah musik tersebut.

Dalam perancangan ulang atau redesain identitas visual *Allegro Music School*, digunakan metode penelitian kualitatif dengan metode perancangan melalui proses *brainstorming*, evaluasi, sketsa, dan visualisasi. Setelah terbentuk, identitas visual tersebut akan diterapkan pada sejumlah media yang dibutuhkan dalam sekolah musik pada umumnya.

Kata kunci: *sekolah musik, Allegro Music School, identitas visual, redesain.*

U M N

ABSTRACT

Music is one of some factors that supporting children's intellegency. It could be real through music schools, either formal or informal. Allegro Music School is an informal education form that serves music courses.

Started with a piano course Allegro Music Course, the owner also had piano showroom Allegro Piano. Then, the music school Allegro Music School was opened. The music school has five private music courses which its curriculum heads to international curriculum. It has been opened for three years, but the visual identity has not been strong because of inconsistence of the application.

As a part of visual identity, logo has a big role to bring the brand values. Supporting the positive future, the new logo and visual identity are needed. The new logo and visual identity must be suitable with the vision, mission, and character of the music school. Then, the consistence application of visual identity is needed to develop the brand awareness.

To redesign the visual identity, the qualitative method and design method are used. The design method is including brainstorming, evaluation, sketching, and visualizing. When the redesign is done, it would be applied to some medias that music school needs generally.

Keywords: *music school, Allegro Music School, visual identity, redesign.*

U M N

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
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
1.6. Sistematika Perancangan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Brand	5
2.2. Identitas Visual.....	5

2.3.	Logo.....	7
2.3.1.	Karakteristik Bentuk dalam Logo	10
2.4.	Redesain	11
2.5.	Tipografi.....	11
2.6.	Warna dalam Identitas.....	12
2.7.	Gestalt.....	17
2.8.	<i>Graphic Standards Manual</i>	17
2.9.	Musik.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		23
3. 1.	Gambaran Umum <i>Allegro Music School</i>	23
3.1.1.	Sejarah <i>Allegro Music School</i>	23
3.1.2.	Jasa <i>Allegro Music School</i>	24
3.1.3.	Visi dan Misi.....	24
3.1.4.	SWOT	25
3.1.5.	<i>Target Market</i>	26
3.1.6.	Kompetitor	26
3. 2.	Tahapan Kerja	28
3. 3.	Data	31
3.3.1.	Data Wawancara	31
3.3.2.	Data Survey.....	36

3.3.3.	Data Observasi Langsung	46
3. 4.	Kajian Data.....	50
3. 5.	Konsep Kreatif	51
3. 6.	<i>Brainstorming</i>	53
3. 7.	<i>Moodboard</i>	55
BAB IV ANALISIS		57
4.1.	Sketsa.....	57
4.2.	Transformasi Logo <i>Allegro Music School</i>	58
4.2.1.	Konsep Logo Baru	59
4.2.2.	Warna	61
4.2.3.	Tipografi.....	64
4.2.4.	Penggunaan Logo yang Tidak Diperbolehkan.....	66
4.2.5.	<i>Super Graphic</i>	68
4.3.	<i>Layout</i>	70
4.4.	Gaya Fotografi.....	71
4.5.	Penerapan Identitas Visual	73
4.5.1.	<i>Stationery</i>	74
4.5.2.	<i>Collaterals</i>	80
4.5.3.	Seragam.....	89
4.5.4.	<i>Sign System</i>	91

4.5.5. Pemasaran	95
4.5.6. <i>Merchandise</i>	98
4.6. <i>Graphic Standards Manual</i>	100
BAB V PENUTUP	110
5.1. Kesimpulan	110
5.2. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	xxi
LAMPIRAN A: Sketsa Perancangan	xxiii
LAMPIRAN B: Dokumentasi Wawancara dan Survey	xxvii
LAMPIRAN C: Jadwal Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir	xxx

UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Contoh <i>Wordmark</i>	7
Gambar 2.2. Contoh <i>Lettermark</i>	8
Gambar 2.3. Contoh <i>Symbol Mark</i>	8
Gambar 2.4. Contoh <i>Combination Mark</i>	8
Gambar 2.5. Anatomi <i>Signature</i>	9
Gambar 3.1. Logo Tiga Kompetitor: <i>Ivory Music</i> , <i>Rhapsody Music Center</i> , dan Sekolah Musik <i>Peter Piano House</i>	27
Gambar 3.2. Logo Yang Digunakan pada Pintu Masuk <i>Allegro Music School</i> ...	32
Gambar 3.3. Grafik Jumlah Murid yang Mendaftar di <i>Allegro Music School</i>	33
Gambar 3.4. <i>Signage</i> Penunjuk Arah <i>Allegro Music School</i> (kiri) dan <i>Signage</i> Pada Pintu Masuk <i>Allegro Music School</i> (kanan).....	46
Gambar 3.5. Interior <i>Allegro Music School</i>	47
Gambar 3.6. Interior Ruang Administrasi <i>Allegro Music School</i>	47
Gambar 3.7. Sampul Buku Pelajaran <i>Allegro Music School</i>	48
Gambar 3.8. <i>X-banner</i> (kiri) dan <i>X-banner</i> dalam bingkai (kanan)	49
Gambar 3.9. Poster <i>Allegro Music School</i>	49
Gambar 3.10. <i>Neon Box Allegro Music School</i>	50

Gambar 3.11. <i>Moodboard</i> Notasi Balok	55
Gambar 3.12. <i>Moodboard</i> Warna-warni	55
Gambar 3.13. <i>Moodboard</i> Pita	56
Gambar 4.1. Sketsa 1	57
Gambar 4.2. Sketsa 2	57
Gambar 4.3. Sketsa 3	58
Gambar 4.4. Sketsa 4	58
Gambar 4.5. Logo <i>Allegro Music School</i> (Sebelum)	58
Gambar 4.6. Logo <i>Allegro Music School</i> (Sesudah)	59
Gambar 4.7. <i>Clear Area</i> Logo	60
Gambar 4.8. Konstruksi Logo	60
Gambar 4.9. Palet Warna Pada Logo	61
Gambar 4.10. Palet Warna Pada <i>Super Graphic</i>	62
Gambar 4.11. Palet Warna Pada Setiap Jenis Kursus	63
Gambar 4.12. Variasi Logo <i>Allegro Music School</i>	64
Gambar 4.13. Proses Pembuatan <i>Logotype 'allegro'</i>	66
Gambar 4.14. Modifikasi Huruf 'i' dan 'j'	66

Gambar 4.15. Penggunaan Logo yang Tidak Diperbolehkan	67
Gambar 4.16. <i>Super Graphic</i> Primer dan <i>Super Graphic</i> Sekunder	69
Gambar 4.17. <i>Super Graphic</i> Berwarna, <i>Grayscale</i> , dan Sekunder	70
Gambar 4.18. <i>Layout</i> Dasar	70
Gambar 4.19. <i>Moodboard</i> Gaya Fotografi	73
Gambar 4.20. Kartu Nama Perusahaan	74
Gambar 4.21. Kartu Nama Karyawan Perusahaan	75
Gambar 4.22. Kertas Surat	76
Gambar 4.23. Amplop: Sisi Muka dan Sisi Belakang	77
Gambar 4.24. Stempel	78
Gambar 4.25. Tanda Pengenal	79
Gambar 4.26. Formulir Pendaftaran	80
Gambar 4.27. Kuitansi Pembayaran	81
Gambar 4.28. Sampul Buku Pelajaran: Sisi Belakang dan Sisi Depan	83
Gambar 4.29. Buku Agenda: Sampul Belakang-Depan dan Halaman Konten Sisi Kiri-Kanan	86
Gambar 4.30. Sertifikat	88

Gambar 4.31. Seragam Staff: Tampak Depan, Tampak Belakang dan Tampak Keseluruhan.....	89
Gambar 4.32. Rompi Pengajar: Tampak Depan dan Tampak Belakang	90
Gambar 4.33. Eksterior Dua Dimensi	92
Gambar 4.34. Eksterior Tiga Dimensi	92
Gambar 4.35. Ruang Terbuka Administrasi	93
Gambar 4.36. Tanda Ruang	94
Gambar 4.37. Tanda Ruang Toilet	95
Gambar 4.38. <i>Flyer</i>	96
Gambar 4.39. <i>X-Banner</i>	97
Gambar 4.40. Tas Kursus	99
Gambar 4.41. Topi	100
Gambar 4.42. <i>Layout</i> GSM	101
Gambar 4.43. Perancangan Konten GSM <i>Allegro Music School</i>	104
Gambar 4.44. GSM: Sampul Depan dan Sampul Belakang	105
Gambar 4.45. GSM: Halaman <i>Table of Content</i> dan <i>Application</i>	106
Gambar 4.46. Beberapa Tampilan Halaman Isi GSM	108
Gambar 4.47. <i>Thumbnail</i> Halaman Konten GSM	109

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Konten GSM Pada Umumnya	18
Tabel 2.2. Detail Konten GSM yang Digunakan Sejumlah Perusahaan	19
Tabel 2.3. Ragam Tempo dalam Musik	21
Tabel 3.1. SWOT <i>Allegro Music School</i>	25
Tabel 3.2. Perbandingan Informasi antara <i>Ivory Music</i> , Sekolah Musik <i>Peter Piano House</i> , <i>Rhapsody Music Center</i> , dan <i>Allegro Music School</i>	27
Tabel 3.3. Perbandingan Biaya Kursus	27
Tabel 3.4. Persepsi Awal Konsumen Terhadap <i>Allegro Music School</i>	36
Tabel 3.5. Keunggulan-keunggulan <i>Allegro Music School</i>	36
Tabel 3.6. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Allegro Music School</i>	37
Tabel 3.7. Pengetahuan Konsumen Terhadap Logo <i>Allegro Music School</i>	38
Tabel 3.8. Warna yang Paling Diingat dari Logo <i>Allegro Music School</i>	38
Tabel 3.9. Tampilan Logo <i>Allegro Music School</i> Menurut Konsumen	39
Tabel 3.10. Perlunya Identitas Visual Didesain Ulang Menurut Konsumen	39
Tabel 3.11. Ketertarikan Masyarakat Terhadap Musik.....	40
Tabel 3.12. Suasana Musik yang Paling Disukai Masyarakat	40

Tabel 3.13. Pertimbangan Masyarakat dalam Memilih Sekolah Musik	40
Tabel 3.14. Pendapat Masyarakat Terhadap Perlunya Logo Dimiliki Sekolah Musik	41
Tabel 3.15. Perbandingan Empat Logo Menurut Kelompok Pelajar	42
Tabel 3.16. Perbandingan Empat Logo Menurut Kelompok Ibu Rumah Tangga	43
Tabel 3.17. Perbandingan Empat Logo Menurut Kelompok Karyawan	43
Tabel 3.18. Perbandingan Empat Logo Menurut Kelompok Wirausaha	44
Tabel 3.19. Perbandingan Empat Logo Secara Keseluruhan	45
Tabel 3.20. Faktor Logo Pilihan Dianggap Menarik	45
Tabel 3.21. <i>Brainstorming</i> Tiga Kata Kunci	53
Tabel 4.1. <i>Typeface</i> Neris yang Digunakan	65

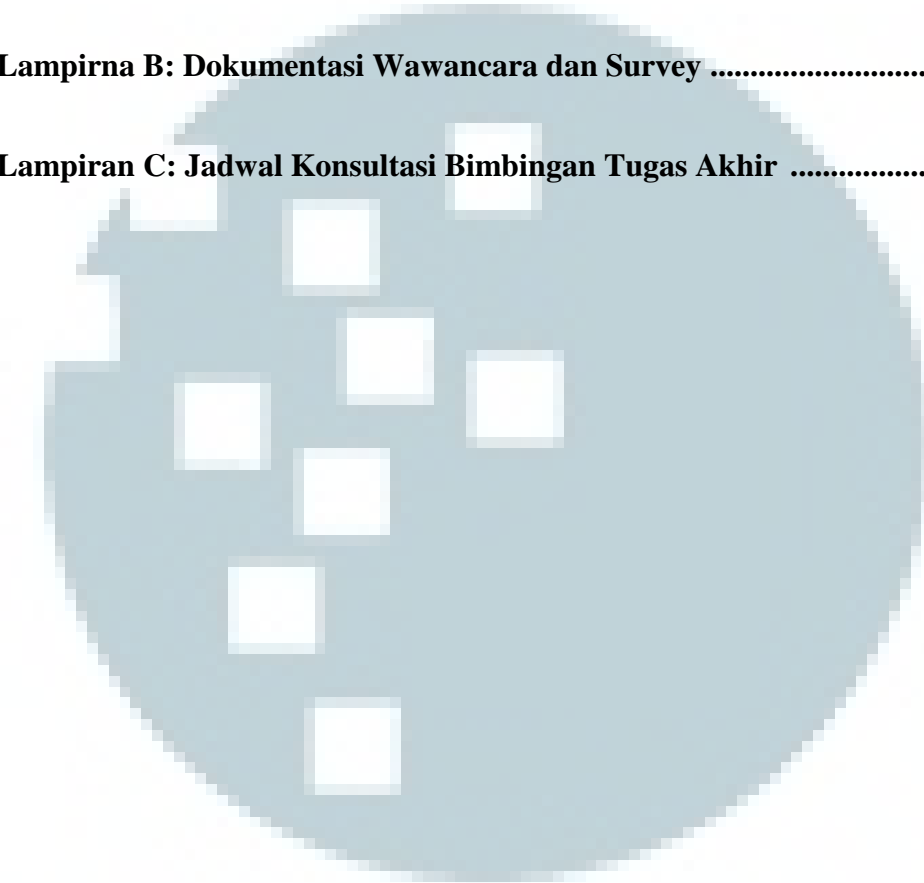
UMMN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Sketsa Perancangan xxiii

Lampiran B: Dokumentasi Wawancara dan Survey xxvii

Lampiran C: Jadwal Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir xxx



UMN