



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 *BRAND REJUVENATION*

MAJALAH POPULAR

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Muhammad Kamal
NIM : 11120210365
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2015

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Kamal

NIM : 11120210365

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir : **Perancangan *Brand Rejuvenation* majalah
Popular**

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 berupa pencabutan gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 25-Juni-2015

M. Kamal

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Perancangan *Brand Rejuvenation* majalah Popular

Oleh

Nama : Muhammad Kamal

NIM : 11120210365

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 25 Juni 2015

Pembimbing

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

Penguji

Ketua Sidang

Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Drs. Daru Pramayuga, M.Ds

Ketua Program Studi

Desi Dwi Kristanto, M.Ds.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis berikan kepada Allah SWT atas karunia dan bantuan-Nya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan karya *brand Rejuvenation* Majalah Popular dan menyelesaikan penulisan Laporan Tugas Akhir “Perancangan *Brand Rejuvenation* Majalah Popular” tepat pada waktunya.

Penulis merasa *editorial design* adalah sebuah disiplin yang masih belum terjamah secara mendalam di kalangan desainer muda Indonesia dan karya ini diharapkan bisa bermanfaat bagi para desainer yang ingin melakukan *redesign* atau *branding* majalah di masa yang akan datang.

Tugas Akhir ini dibuat sebagai hasil penerapan dan pemahaman atas ilmu-ilmu dan pengalaman yang penulis pelajari di Universitas Multimedia Nusantara, Fakultas Seni & Desain, program studi Desain Komunikasi Visual dengan peminatan Desain Grafis.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ketua Program Studi Fakultas Seni & Desain, Desi Dwi Kristanto, M.Ds.
2. Dosen Pembimbing, Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds., yang telah memberikan dukungan, sebagian besar waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
3. Vicky, CEO Pappillon media group yang telah bersedia menjadi narasumber bagi penulis. Sehingga penulis mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam tugas akhir ini.

4. Keluarga penulis, Ayah, Ibu, kakak - kakak yang terus memberikan dukungan doa, dukungan sosial maupun materi sehingga penulis dapat melewati proses penulisan ini dengan baik.
5. Teman-teman yang telah membantu penulis dalam pengerjaan tugas akhir ini. Meilina yang telah membantu meminjamkan literatur untuk tugas akhir ini. Meilina Lim, Muhammad Sutan R., Ignatius Gregory, dan Mikael Bima yang telah membantu penulis selama pengerjaan tugas akhir ini.
6. Teman teman di PT. Bentuk Metakreasi yang telah mengajarkan teknik – teknik desain.
7. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dan mendukung kelancaran karya tugas akhir ini.

Penulis sadar bahwa Laporan Tugas Akhir ini kurang sempurna. Namun, penulis berharap bahwa karya maupun laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Tangerang, 25 Juni 2015

M Kamal

ABSTRAKSI

Pasar majalah pria dewasa memang tidak pernah redup. Justru dewasa ini, makin banyak publikasi lokal yang bermunculan dalam format print maupun *e-book*. Popular adalah majalah pria dewasa nusantara yang paling senior. Dengan umur publikasi sebanyak dua puluh tujuh tahun, Popular memiliki *fanbase* yang kuat serta sejarah publikasi yang diakui pembaca. Tapi dengan munculnya juga majalah pria dewasa yang merupakan *franchise* dari negara – negara lain, para pembaca mulai berpindah dari Popular ke maxim, atau FHM. Munculah kebutuhan untuk menaikkan kualitas konten agar bisa menyaingi publikasi – publikasi luar ini. brand rejuvenation majalah Popular diharapkan akan menaikkan *brand equity*, dan kebanggaan para konsumen Popular sebagai pengikut setianya.

Kata kunci : Majalah Pria Dewasa, *Brand Rejuvenation*, Identitas Visual

UMMN

ABSTRACTION

Adult male magazine has never been a scetor in the industry that is going away. In fact, more local publications have appeared in recent times in either print or digital format. Popular is the longest running Indonesian Adult magazine. With 27 years of publications, Popular has garnered a strong following along with a respected history of readership. But the appearence of other franchises in the adult magazine market, especially ones from international publishers, like maxim, fhm, the need for an upgrade in quality of the magazine overall to be able to compete with these magazines. This brand rejuvenation is done in hopes of raising the brand equity, and the pride of readers of popular as loyal followers.

Keywords : Adult male magazine, Brand Rejuvenation, Visual Identity

The logo for UMMN (Universitas Muhammadiyah Negeri Negeri) is displayed in a large, light blue, sans-serif font. It consists of the letters 'U', 'M', 'M', and 'N' in a bold, blocky style.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	III
KATA PENGANTAR	III
ABSTRAKSI	VI
DAFTAR ISI	VIII
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. Manfaat Tugas Akhir	5
1.6. Metode pengumpulan data	5
1.6.1. pengumpulan data primer	5
a. Wawancara	5
1.6.2. pengumpulan data sekunder	6
1.7. Metode Perancangan	6
1.8. Skematika Perancangan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Tinjauan Teori <i>Brand Rejuvenation</i>	8
2.2. Definisi <i>Branding</i>	8

2.3.	Definisi <i>Brand Rejuvenation</i>	8
2.4.	Manfaat <i>Branding</i>	9
2.5.	Tahapan <i>Branding</i>	10
2.6.	Tinjauan Teori Tentang Target Market Usia Dewasa	10
2.6.1.	Definisi dewasa.....	10
2.6.2.	Psikologi dewasa	10
2.6.3.	Tinjauan gaya hidup usia dewasa.....	11
2.6.4.	Generasi X-Y-Z	11
2.7.	Tinjauan Teori Tentang Majalah	11
2.8.	Tinjauan Desain Komunikasi Visual	12
2.8.1.	Logo	12
2.8.2.	Tinjaun teori layout untuk media cetak	14
2.8.2.1.	Grid.....	14
2.8.3.	Tinjaun teori Tipografi.....	16
BAB III ANALISIS DATA PENELITIAN		17
3.1.	Gambaran Umum Popular <i>Magazine</i>	17
3.1.1.	Wawancara	18
3.1.2.	Pengamatan Langsung/Observasi	26
3.1.3.	Hasil Survey Angket / Questionnaire	32
3.1.4.	Studi Existing	39
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN		47

4.1.	Konsep Perancangan.....	47
4.1.1.	Tujuan Perancangan.....	47
4.1.2.	Strategi perancangan.....	48
4.2.	Brainstorming.....	48
4.3.	Perancangan	50
DAFTAR PUSTAKA.....		68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 0.1. Grid System	15
Gambar 1.1. Vicky Saputra	19
Gambar 1.2. Vicky Saputra	20
Gambar 1.3. Faisal Rahim	21
Gambar 1.4. Logo Pertama Popular	26
Gambar 1.5. Logo Kedua Popular	27
Gambar 1.6. Tampilan <i>Website</i> Popular world	28
Gambar 1.7. Tampilan Iklan <i>event</i> BFN Popular	29
Gambar 1.8. Tampilan Iklan edisi september 2014	29
Gambar 1.9. Diagram Jumlah responden Pria dan Wanita	32
Gambar 1.10. Diagram Usia responden.....	33
Gambar 1.11. Diagram pernah tidak membaca	34
Gambar 1.12. Bagian favorit	34
Gambar 1.13 Pria ideal	35
Gambar 1.14. Majalah favorit	36
Gambar 1.15. Fitur AR	37
Gambar 1.18. Lembar halaman esquire	39
Gambar 1.19. Masthead	40
Gambar 1.20. Esquire <i>layout</i>	41
Gambar 2.1. Mind Mapping	46
Gambar 2.2. Mind Mapping 2	47

Gambar 2.3. Eksperimen Logo Popular	51
Gambar 2.4. Logo Final Popular	51
Gambar 2.5. Fox	52
Gambar 2.14. Grid Layout	62
Gambar 2.15. Alternatif Layout 1	63
Gambar 2.16. Alternatif Layout 2	64
Gambar 2.17. Alternatif Layout 3	65
Gambar 2.16. Layout Final	35
Gambar 2.17. Icon	35

UMMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	xvi
LAMPIRAN B	xix
LAMPIRAN C	xxiii



UMN