

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

KOPI BUBUK CAP KEMBANG API



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Antony Akinindo
0000039727

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

KOPI BUBUK CAP KEMBANG API



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Antony Akinindo
0000039727

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Antony Akinindo

Nomor Induk Mahasiswa : 00000039727

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL KOPI BUBUK CAP KEMBANG API

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 6, Januari, 2023



Antony Akinindo

U M M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL KOPI BUBUK CAP KEMBANG API

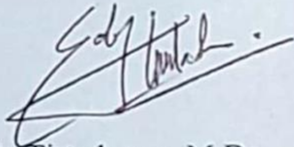
Oleh

Nama : Antony Akinindo
NIM : 00000039727
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 6, Januari, 2023
Pukul 13.45 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS

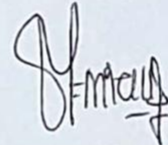
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



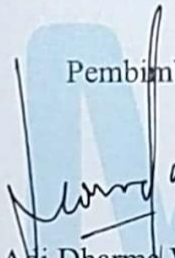
Edo Tirtadarma, M.Ds
0324128506/E071279

Penguji



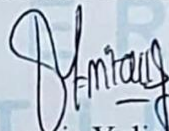
Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311088302/E043487

Pembimbing



Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds
0305117401/L00146

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311088302/E043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Antony Akinindo
NIM : 00000039727
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL KOPI BUBUK CAP KEMBANG API

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 18, Januari, 2023

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Antony Akinindo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat melakukan segala pencarian data dan riset serta menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul "Perancangan Ulang Identitas Visual Kopi Bubuk Cap Kembang Api". Perancangan ini dilakukan karena melihat persaingan kopi tubruk yang sekarang kurang mendapatkan *awareness* dari generasi muda, karena kalah saing dengan kopi espresso atau kopi mesin.

Kopi Bubuk Cap Kembang Api merupakan sebuah *brand* kopi tubruk dari kota Pontianak yang menawarkan bubuk kopi berkualitas yang diolah melalui metode penyeduhan tubruk, yaitu sebuah metode khas dari Indonesia, yang dibawa dibawah pengaruh perdagangan masyarakat timur tengah ke Indonesia. Kopi Bubuk Cap Kembang Api ingin mengerucutkan target pasar kepada generasi muda agar dapat lebih menikmati kopi tubruk dibandingkan dengan kopi mesin atau espresso.

Selama melakukan perancangan, penulis mendapatkan berbagai pengetahuan atau *insight* baru mengenai keunikan dari metode pembuatan kopi tubruk dan budaya meminum kopi tubruk di Indonesia. Penulis juga memiliki ketertarikan dalam mengenalkan kopi tubruk kepada generasi muda agar mengetahui esensi dari mengonsumsi kopi tubruk yang tidak kalah enak dengan kopi mesin atau espresso.

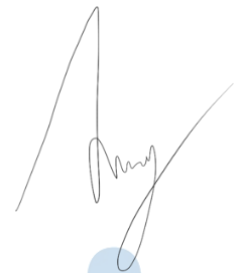
Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.

5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Subandi, selaku pemilik Kopi Bubuk Cap Kembang Api yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan perancangan tugas akhir dan memberikan waktunya untuk wawancara.
7. Teman-teman penulis yang memberikan dukungan moral yang dapat memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pembaca. Harapan penulis kepada pembaca setelah membaca laporan tugas akhir ini, pembaca dapat memahami ilmu perancangan ulang identitas visual, dan dapat menjadi contoh serta motivasi dalam memperdalam ilmu desain terutama dalam *branding*.

Tangerang, 18, Januari, 2023



Antony Akinindo

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

KOPI BUBUK CAP KEMBANG API

Antony Akinindo

ABSTRAK

Kopi adalah minuman yang sangat populer pada zaman sekarang, mulai dari kalangan muda hingga dewasa. Menurut KBBI (2022) kopi tubruk adalah minuman kopi yang dibuat dengan menyeduh bubuk kopi dengan air panas. Menurut Restu Dewa (2017) kopi tubruk berasal dari bahasa Jawa yang memiliki arti "bertabrakan". Pembuatan kopi tubruk menjadi salah satu metode pembuatan kopi paling tua dan sebuah metode pembuatan kopi hitam yang paling sederhana. Kopi Bubuk Cap Kembang Api adalah salah satu merek kopi dari kota Pontianak yang menawarkan cita rasa kopi tubruk yang autentik. Kopi Bubuk Cap Kembang Api memiliki keunggulan, yaitu kopi dengan harga terjangkau tetapi memiliki kadar kopi yang ringan sehingga aman untuk pengidap penyakit asam lambung. Dari hasil penelitian kuantitatif pebisnis lebih memilih kompetitor dari Kopi Bubuk Cap Kembang Api karena menganggap desain yang dimiliki Kopi Bubuk Cap Kembang Api sudah tidak relevan dengan zaman modern, sehingga perlu melakukan perancangan ulang identitas visual untuk Kopi Bubuk Cap Kembang Api. Dalam proses perancangan penulis menggunakan metode perancangan *Designing Brand Identity* oleh Wheeler. Perancangan akan diimplementasikan pada *graphic standard manual* serta media-media sekunder yang digunakan.

Kata kunci: Perancangan, Ulang, Kopi, Bubuk, Identitas, Visual, Kembang, Api

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Visual Identity Redesign Kopi Bubuk Cap Kembang Api

Antony Akinindo

ABSTRACT (English)

Coffee is a very popular drink today, from young people to adults. According to KBBI (2022) tubruk coffee is a coffee drink made by brewing coffee grounds with hot water. According to Restu Dewa (2017) tubruk coffee comes from the Javanese language which means "collide". Brewed coffee making is one of the oldest coffee making methods and a method of making coffee. the simplest black Cap Kembang Api Coffee Powder is one of the coffee brands from Pontianak city that offers an authentic brewed coffee taste. Cap Kembang Api Coffee Powder has the advantage of being coffee that is affordable but has a mild coffee content so it is safe for people with stomach acid. From the results of quantitative research, business people prefer competitors from Fireworks Cap Powdered Coffee because they think that the design of Fireworks Cap Powdered Coffee is no longer relevant to modern times, so it is necessary to redesign the visual identity for Fireworks Cap Powdered Coffee. In the design process the author uses the Designing Brand Identity design method by Wheeler. The design will be implemented on a graphic standard manual as well as the secondary media used.

Keywords: *Rebranding, Coffee Flour, Visual, Identity, Firework*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.3.1 Demografis	3
1.3.2 Geografis	3
1.3.3 Psikografis	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Desain Grafis	5
2.1.1 Elemen Desain	5
2.1.2 Prinsip Desain	12
2.1.3 Typography	17
2.1.4 Grid	22
2.1.5 Layout	29
2.2 Brand	29
2.2.1 Fungsi Brand	30
2.2.2 Branding	30
2.2.3 Rebranding	31
2.2.4 Brand Strategy	32

2.2.5	<i>Brand Awareness</i>	32
2.2.6	<i>Brand Image</i>	32
2.2.7	<i>Brand Positioning</i>	32
2.2.8	<i>Brand Mantra</i>	33
2.2.9	<i>Brand Value</i>	33
2.2.10	<i>Brand Promise</i>	33
2.2.11	<i>Points Of Parity and Points Of Difference</i>	33
2.2.12	<i>Segmentation, Targeting, and Positioning</i>	34
2.3	<i>Visual Identity</i>	34
2.3.1	<i>Brand Names</i>	34
2.3.2	<i>Tagline</i>	34
2.3.3	<i>Logo</i>	35
2.3.4	<i>Brand Architecture</i>	38
2.3.5	<i>Graphic Standard Manual</i>	38
2.4	<i>Kopi</i>	40
2.4.1	<i>Jenis Kopi</i>	40
2.4.2	<i>Teknik Penyeduhan Kopi</i>	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		44
3.1	<i>Metodologi Penelitian</i>	44
3.1.1	<i>Metode Kualitatif</i>	44
3.1.2	<i>Metode Kuantitatif</i>	52
3.1.3	<i>Studi Eksisting</i>	56
3.2	<i>Metodologi Perancangan</i>	59
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		61
4.1	<i>Strategi Perancangan</i>	61
4.1.1	<i>Conducting Research</i>	61
4.1.2	<i>Clarifying Strategy</i>	62
4.1.3	<i>Designing Identity</i>	66
4.1.4	<i>Creating Touchpoint</i>	73
4.1.5	<i>Managing Assets</i>	90
4.2	<i>Analisis Perancangan</i>	92
4.2.1	<i>Analisis Perancangan Logo</i>	92
4.2.2	<i>Analisis Supergrafis</i>	93
4.2.3	<i>Analisis Stationery</i>	95

4.2.4 Analisis Marketing Collateral.....	99
4.2.5 Analisis Merchandise.....	102
4.2.6 Analisis Company Profile.....	105
4.2.7 Analisis Brand Guidelines.....	107
4.3 Budgeting.....	108
BAB V PENUTUP.....	111
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	xiv
LAMPIRAN.....	xvi

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Pembedahan Logo Kopi Bubuk Cap kembang Api.....	47
Tabel 3.2 Tabel Profiling Responden FGD	49
Tabel 3.3 SWOT	58
Tabel 4.1 Tabel <i>Brand Mantra</i>	63
Tabel 4.2 Tabel <i>Big Idea</i>	64
Tabel 4.3 Tabel <i>Budgeting</i>	108



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis	6
Gambar 2.2 Bentuk	7
Gambar 2.3 <i>Figure/ground</i>	7
Gambar 2.4 <i>Hue, tint, shade, dan tone</i>	8
Gambar 2.5 RGB dan CMYK	9
Gambar 2.6 <i>Tactile texture dan visual texture</i>	11
Gambar 2.7 <i>Balance</i>	12
Gambar 2.8 <i>Visual Hierarchy</i>	13
Gambar 2.9 Contoh Poster yang Menggunakan Prinsip <i>Emphasis</i>	14
Gambar 2.10 Contoh Poster yang Menggunakan Prinsip <i>Rhythm</i>	15
Gambar 2.11 <i>Unity</i>	16
Gambar 2.12 <i>Typeface Old Style</i>	18
Gambar 2.13 <i>Typeface Transitional</i>	18
Gambar 2.14 <i>Typeface Modern</i>	19
Gambar 2.15 <i>Typeface Slab Serif</i>	20
Gambar 2.16 <i>Typeface Sans Serif</i>	20
Gambar 2.17 <i>Typeface Gothic</i>	21
Gambar 2.18 <i>Typeface Script</i>	21
Gambar 2.19 <i>Typeface Display</i>	22
Gambar 2.20 <i>Single-Column Grid</i>	23
Gambar 2.21 <i>Two-Column Grid</i>	24
Gambar 2.22 <i>Five-Column Grid</i>	25
Gambar 2.23 <i>Module-Column Grid</i>	26
Gambar 2.24 <i>Asymmetrical column-based grid</i>	27
Gambar 2.25 <i>Asymmetrical module-based grid</i>	27
Gambar 2.26 <i>Grid Anatomy</i>	28
Gambar 2.27 Contoh logo <i>logotype</i>	35
Gambar 2.28 Contoh logo <i>lettermark</i>	36
Gambar 2.29 Contoh logo <i>pictorial</i>	36
Gambar 2.30 Contoh logo <i>abstract</i>	37
Gambar 2.31 Contoh logo <i>combination mark</i>	37
Gambar 2.32 Contoh logo <i>emblem</i>	38
Gambar 2.33 Teknik <i>Tubruk</i>	41
Gambar 2.34 Teknik <i>Siphon</i>	42
Gambar 2.35 Teknik <i>French Press</i>	42
Gambar 2.36 Teknik <i>Drip</i>	43
Gambar 3.1 Wawancara dengan <i>Owner Kopi Bubuk Cap Kembang Api</i>	46
Gambar 3.2 Logo <i>Kopi Bubuk Cap Kembang Api</i>	46
Gambar 3.3 Konten Instagram <i>Kopi Bubuk Cap Kembang Api</i>	48
Gambar 3.4 <i>Focus Group Discussion Barista</i>	49
Gambar 3.5 Wawancara <i>Ahli Kopi</i>	51
Gambar 3.6 Diagram <i>Kuisisioner</i>	53
Gambar 3.7 Diagram <i>Kuisisioner</i>	53
Gambar 3.8 Diagram <i>Kuisisioner</i>	54

Gambar 3.9 Diagram Kuisisioner	54
Gambar 3.10 Diagram Kuisisioner	55
Gambar 3.11 Diagram Kuisisioner	55
Gambar 3.12 Diagram Kuisisioner	55
Gambar 3.13 Diagram Kuisisioner	56
Gambar 3.14 Logo Aming Coffee	56
Gambar 3.15 Sosial Media Instagram Aming Coffee	57
Gambar 3.16 kemasan Kopi Aming Coffee	58
Gambar 4.1 <i>Mind Mapping</i>	62
Gambar 4.2 <i>Brand Brief</i>	65
Gambar 4.3 <i>Moodboard</i>	66
Gambar 4.4 Kembang Api	67
Gambar 4.5 Sketsa logo	68
Gambar 4.6 Digitalisasi Logo	68
Gambar 4.7 <i>Logo Grid</i>	69
Gambar 4.8 <i>Colour Palette</i> Kopi Bubuk Cap Kembang Api	69
Gambar 4.9 Penerapan Warna Pada Logo	70
Gambar 4.10 <i>Typeface</i> Poppins	71
Gambar 4.11 <i>Typeface</i> Times New Roman	71
Gambar 4.12 Modifikasi Logotype	72
Gambar 4.13 Supergrafis Kopi Bubuk Cap Kembang Api	72
Gambar 4.14 Perancangan <i>Letterhead</i>	74
Gambar 4.15 Perancangan <i>Envelope</i>	75
Gambar 4.16 Perancangan <i>Namecard</i>	76
Gambar 4.17 Perancangan <i>ID Card</i>	76
Gambar 4.18 Perancangan <i>Stamp</i>	77
Gambar 4.19 Perancangan <i>Invoice</i>	78
Gambar 4.20 Perancangan <i>Packaging</i>	79
Gambar 4.21 Perancangan <i>Paperbag</i>	80
Gambar 4.22 Perancangan <i>Shipping Box</i>	81
Gambar 4.23 Perancangan <i>Banner</i>	82
Gambar 4.24 Perancangan <i>T-Shirt</i>	83
Gambar 4.25 Perancangan <i>Apron</i>	84
Gambar 4.26 Perancangan <i>Totebag</i>	84
Gambar 4.27 Perancangan <i>Pin</i>	85
Gambar 4.28 Perancangan <i>Mug</i>	86
Gambar 4.29 Perancangan <i>Sticker</i>	87
Gambar 4.30 Perancangan <i>Brochure</i>	88
Gambar 4.31 Perancangan <i>Instagram Story</i>	89
Gambar 4.32 Perancangan <i>Instagram Feeds</i>	89
Gambar 4.33 Perancangan <i>Layout GSM</i>	90
Gambar 4.34 Perancangan Penerapan Konten GSM	91
Gambar 4.35 Hasil Akhir Perancangan GSM	91
Gambar 4.36 Analisis Logo Vertikal	92
Gambar 4.37 Analisis Logo Horizontal	93
Gambar 4.38 Supergrafis Kopi Bubuk Cap Kembang Api	94

Gambar 4.39 Implementasi <i>Letterhead</i>	95
Gambar 4.40 Implementasi <i>Envelope</i>	96
Gambar 4.41 Implementasi <i>Name Card</i>	96
Gambar 4.42 Implementasi <i>ID Card</i>	97
Gambar 4.43 Implementasi <i>Stamp</i>	98
Gambar 4.44 Implementasi <i>Invoice</i>	98
Gambar 4.45 Implementasi <i>Packaging</i>	99
Gambar 4.46 Implementasi <i>Paper Bag</i>	100
Gambar 4.47 Implementasi <i>Shipping Box</i>	100
Gambar 4.48 Implementasi <i>Banner</i>	101
Gambar 4.49 Implementasi <i>T-Shirt</i>	102
Gambar 4.50 Implementasi <i>Apron</i>	103
Gambar 4.51 Implementasi <i>Totebag</i>	103
Gambar 4.52 Implementasi <i>Pin</i>	104
Gambar 4.53 Implementasi <i>Mug</i>	104
Gambar 4.54 Implementasi <i>Brochure</i>	105
Gambar 4.55 Implementasi <i>Instagram Story</i>	106
Gambar 4.56 Implementasi <i>Instagram Feeds</i>	107
Gambar 4.57 Implementasi <i>GSM</i>	107

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xvi
Lampiran B Hasil Turnitin.....	xviii
Lampiran C Hasil Kuesioner.....	xxii
Lampiran D Transkrip Wawancara.....	xxviii
Lampiran E Transkrip Focus Group Discussion.....	xxx
Lampiran F Transkrip wawancara ahli kopi.....	xxxiv



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA