



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 OWL STONE

CAFÉ & BAKERY

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Marcella
NIM : 13120210072
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

LEMBAR PENYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Marcella

NIM : 13120210072

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL OWL STONE

CAFÉ & BAKERY

dengan ini menyatakan bahwa laporan dari 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 Orisinalitas 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

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

Tangerang, 11 Januari 2017

Marcella

UMN

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL OWL STONE



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya dengan berkat-Nya penulis berhasil menyelesaikan Tugas Akhir dan Laporan Tugas Akhir tepat waktu.

Bisnis kafe sedang berkembang, dimana gerai-gerai kafe dibuka di banyak tempat untuk menampung gaya hidup baru masyarakat yang gemar bersosialisasi, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Tangerang, Surabaya, hingga Bali.

Owl Stone Café & Bakery merupakan sebuah kafe yang berlokasi di Tuban, Kuta, Bali. Daerah ini merupakan daerah transit yang banyak dilewati turis, sehingga kafe ini berpotensi untuk menarik turis sebagai pengunjung dan mengembangkan usaha. Sayangnya, kafe ini awalnya merupakan akomodasi hotel tanpa sebuah konsep yang kuat, sehingga ketika hendak berdiri sebagai outlet mandiri terjadi kesulitan. Padahal, selain lokasi strategis, kafe ini memiliki menu-menu yang lezat, ditambah sebuah menu unik yaitu 3D Cappuccino yang belum banyak ada di kafe-kafe Bali.

Berangkat dari hal tersebut, penulis melakukan riset untuk menggali *positioning* yang cocok untuk Owl Stone dengan meneliti market dan target audiens. Hasil riset menjadi dasar bagi penulis untuk melakukan proses perancangan identitas visual baru yang lebih cocok dan dapat membantu Owl Stone mengembangkan usaha.

Pembuatan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan berupa materi dan moril dari orang-orang di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih setinggi-tingginya kepada:

1. Yth. Bapak Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara yang selalu memberikan support kepada penulis.
2. Yth. Bapak Erwin Alfian, S.Ds., M. Ds. selaku pembimbing yang membantu penulis melalui proses perancangan karya Tugas Akhir dan memberikan kritikan konstruktif dan support.
3. Yth. Bapak Ir. Herman Sudharta dan Ibu Ir. Gillian Goei, selaku *owner* dan istri *owner* dari Owl Stone Café & Bakery yang memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan riset dan memberi support.
4. Yth. Bapak Ramia Adnyana dan Bapak Arif Muchtadi, General Manager dan Assistant Director Food & Beverage H Sovereign Bali selaku narasumber yang berkenan berbagi informasi mengenai Owl Stone dan pariwisata Bali kepada penulis.
5. Yth. Bapak Agus, Ibu Desy, dan seluruh staff Owl Stone yang berkenan membantu proses penelitian penulis dengan menyebarkan kuesioner dan demo kopi.
6. Yth. Bapak Aryo Indarto dan Bapak Edo, *owner* dari Whale & Co dan Hungry Bird selaku narasumber yang berkenan berbagi ilmu mengenai kopi dan market kafe Bali kepada penulis.

7. Keluarga penulis, mama dan papa yang selalu menyediakan bantuan kepada penulis baik moral ataupun materiil, dan memberikan masukan serta support.
8. Teman-teman yang secara langsung atau pun tidak langsung membantu dan memberikan dukungan kepada penulis dalam proses perancangan dan tidak dapat disebutkan satu per satu.
9. Responden dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah mendukung kelancaran proses Tugas Akhir penulis.

Penulis sadar bahwa karya serta penulisan Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, namun penulis berharap karya ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi pembaca.

Tangerang, 11 Januari 2017

Marcella

ABSTRAKSI

Owl Stone Café & Bakery merupakan sebuah café yang berlokasi di hotel H Sovereign, Bali. Melihat peluang bisnis kafe yang baik, *owner* berencana memisahkan kafe dari hotel agar dapat berdiri sendiri, tahap awalnya adalah dengan membuka cabang. Namun, belum adanya identitas visual yang baik menyebabkan terjadinya kesulitan pengembangan usaha tersebut. Akan dilakukan pengumpulan data dengan metode kualitatif melalui observasi dan wawancara dan kuantitatif menggunakan kuesioner. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi pertimbangan desainer dalam membuat identitas visual yang baik dan tepat. Dengan adanya identitas visual yang baik, diharapkan Owl Stone Café & Bakery mampu bersaing dan mengembangkan bisnis lebih baik ke depannya.

Kata kunci: Owl Stone Café & Bakery, Bisnis Kafe, Identitas Visual.



ABSTRACT

Owl Stone Café & Bakery is a café located at H Sovereign Hotel, Bali. This café is originally H Sovereign Hotel's accommodation, but seeing the opportunity of coffee shop business, the owner decided to make it a stand-alone café. Unfortunately, the lack of concept made an ambiguous visual identity, with no values in it. This research will devoted for the future positioning of Owl Stone. It will be divided into qualitative research of observation and interviews, and quantitave using questionare. The result will be the base of future visual identity development. Owl Stone Café & Bakery can use this better and more compatible visual identity to spread their wings and achieved more success in the future.

Keywords: *Owl Stone Café & Bakery, Coffee Shop Business, Visual Identity.*



DAFTAR ISI

LEMBAR PENYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Perancangan	5
1.5. Manfaat Perancangan	5
1.6. Metodologi Pengumpulan Data.....	5
1.6.1. Metode Kualitatif	5
1.6.1.1 Observasi dan Wawancara.....	5
1.6.1.2 Studi Pustaka	6

1.6.2. Metode Kuantitatif	6
1.6.2.1 Survey	6
1.7. Metode Perancangan Identitas Visual.....	7
1.8. Skematika Perancangan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Kafe dan <i>Bakery</i>	10
2.1.1. Pengertian Kafe.....	10
2.1.2. Pengertian <i>Bakery</i>	12
2.1.3. Perkembangan Kafe di Indonesia.....	12
2.2. Brand	13
2.2.1. Pengertian Brand.....	13
2.2.2. <i>Brand Identity</i> dan <i>Brand Image</i>	14
2.2.3. <i>Brand Strategy</i>	15
2.2.4. <i>Brand Values</i>	16
2.2.5. <i>Brand Positioning</i>	16
2.2.6. <i>Brand Promise</i>	17
2.3. Identitas Visual.....	17
2.3.1. Pengertian Identitas Visual	17
2.3.2. Fungsi Identitas Visual.....	18
2.3.3. Elemen Identitas Visual	18

2.3.4.	Aplikasi Identitas Visual	18
2.3.5.	GSM (Graphic Standard Manual)	19
2.3.6.	Logo	20
2.3.6.1	Pengertian Logo.....	20
2.3.6.2	Sejarah Logo.....	20
2.3.6.3	Unsur Logo	23
2.3.6.4	Logogram.....	24
2.3.6.5	Fungsi Logo	24
2.4.	Prinsip Desain	25
2.4.1.	Gestalt	25
2.4.2.	<i>Golden Ratio</i>	27
2.4.3.	<i>Rule of Thirds</i>	28
2.5.	Semiotika Visual.....	28
2.6.	Elemen Desain.....	29
2.6.1.	Tipografi.....	29
2.6.1.1	<i>Typeface dan font</i>	29
2.6.1.2	Anatomi Huruf.....	29
2.6.1.3	<i>Typeface Families</i>	30
2.6.1.4	Klasifikasi <i>typeface</i>	30
2.6.1.5	Hierarki	34

2.6.1.6	Kombinasi <i>Typeface</i>	35
2.6.1.7	Perataan Teks	36
2.6.2.	Warna	38
2.6.2.1	<i>Additive</i> dan <i>Subtractive</i>	38
2.6.2.2	Hue, Value, Chroma	38
2.6.2.3	Harmoni Warna	39
2.6.2.4	Psikologi warna	40
2.6.3.	Pola	43
2.6.4.	Bentuk	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		46
3.1.	Gambaran Umum.....	46
3.2.	Owl Stone Café and Bakery	47
3.2.1.	Wawancara terkait Owl Stone.....	47
3.2.2.	Nama Owl Stone	50
3.3.	Klasifikasi Area	53
3.4.	Mapping Mall	54
3.5.	Insight dari Kafe-Kafe Lain	57
3.5.1.	Warung Made.....	57
3.5.2.	Espress Coffee.....	59
3.5.3.	Monokrom.....	60

3.5.4.	Whale & Co	61
3.5.5.	Hungry Bird	65
3.6.	Kuesioner dan Wawancara Singkat	67
3.6.1.	Pengambilan Sample.....	67
3.6.2.	<i>Coffee Lifestyle</i>	69
3.6.2.1	<i>Coffee Lifestyle</i> Lokal Bali	70
3.6.2.2	<i>Coffee Lifestyle</i> Turis	72
3.6.2.3	Pandangan Terhadap Visual Menu & 3D Coffee Art.....	76
3.6.3.	Popularitas.....	78
3.6.4.	Demand	80
3.7.	Kesimpulan	80
3.8.	Analisa Target, SWOT, dan Positioning	81
3.9.	Ide Kreatif	84
3.10.	Studi Existing	85
3.10.1.	Hujan Locale	85
3.10.2.	Livingstone	88
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....	90	
4.1.	Konsep Perancangan.....	90
4.2.	Tujuan Perancangan	90
4.3.	<i>Brand Strategy</i>	91

4.3.1.	<i>Brand Values</i>	91
4.3.2.	<i>Brand Positioning</i>	92
4.3.3.	<i>Brand Mantra</i>	93
4.3.4.	<i>Brand Promise</i>	94
4.3.5.	Tagline	94
4.3.6.	Kesimpulan dan Rencana Implementasi Strategi.....	94
4.4.	<i>Brainstorming dan Mindmapping Perancangan.....</i>	99
4.5.	Perubahan Nama, Pengembangan Visual, dan Tagline	101
4.5.1.	Perubahan Nama	102
4.5.2.	Perubahan Logo	103
4.5.2.1	Visual Studi Logo	103
4.5.2.2	Final Logo.....	109
4.5.3.	<i>Color Palette</i>	110
4.5.4.	Pola (<i>Pattern</i>).....	112
4.5.5.	Supergrafis	119
4.5.6.	Elemen Grafis	121
4.5.6.1	Bentuk Grafis untuk Merchandise	122
4.5.7.	<i>Typeface</i>	123
4.5.8.	Komposisi	124
4.6.	Graphic Standard Manual	125

4.6.1.	<i>Our Brand</i>	126
4.6.2.	Logo	126
4.6.3.	Secondary Elements	129
4.6.4.	Aplikasi Media (Internal).....	132
4.6.5.	Aplikasi Media (Eksternal)	135
4.7.	Anggaran Biaya	139
4.7.1.	Biaya Produksi	139
Bab V PENUTUP		142
5.1.	Kesimpulan	142
5.2.	Saran.....	144
DAFTAR PUSTAKA		xvii



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Closure</i>	25
Gambar 2.2 <i>Figure and ground</i>	26
Gambar 2.3 <i>Proximity</i>	27
Gambar 2.4 Perbandingan <i>golden ratio</i>	27
Gambar 2.5 Contoh Rule of Thirds.....	28
Gambar 2.6. <i>Color Values</i>	39
Gambar 2.7 <i>Color Chroma</i>	39
Gambar 2.8 <i>Market Traits Color Preferences</i>	41
Gambar 2.9 Jenis Usaha dan Warna	42
Gambar 2.10 Perbedaan Pandangan Tentang Warna.....	43
Gambar 3.1 Owl Stone Café & Bakery.....	47
Gambar 3.2 Logo Owl Stone Café & Bakery	48
Gambar 3.3 Foto Bagian Dalam Owl Stone Café & Bakery	49
Gambar 3.4 Peta Bali	53
Gambar 3.5 Lippo Mall Kuta	55
Gambar 3.6 Discovery Mall.....	56
Gambar 3.7 Beach Walk	56
Gambar 3.8 Logo Hujan Locale.....	85
Gambar 3.9 Foto Suasana Hujan Locale.....	86
Gambar 3.10 Tampilan <i>Home</i> website Hujan Locale	87
Gambar 3.11 Tampilan tab “Menu” website Hujan Locale	87
Gambar 3.12 Ilustrasi di dinding <i>outlet</i> Hujan Locale.....	87

Gambar 3.13 Logo Livingstone Café & Bakery	88
Gambar 3.14 Tampilan <i>Home</i> website Livingstone Café & Bakery	89
Gambar 3.15 Menu Livingstone	89
Gambar 4.1 <i>Brainstorming</i> Awal Perancangan	99
Gambar 4.2 <i>Mindmapping keyword</i>	101
Gambar 4.3 Logo Kafe-Kafe di Bali	103
Gambar 4.4 Sketsa Digital	104
Gambar 4.5 Barred Eagle Owl	105
Gambar 4.6 Kaligrafi Pena Bulu dan <i>Pointed Pen</i>	106
Gambar 4.7 Turis Asing di Bali	107
Gambar 4.8 Sketsa Digital Logo, Asistensi	108
Gambar 4.9 Logo Final Owlry	108
Gambar 4.10 Logo Ikonik Final	109
Gambar 4.11 Pola Burung Hantu	114
Gambar 4.12 Pola Café & Resto	118
Gambar 4.13 Pola Campuran	118
Gambar 4.14 Bulu Burung Hantu	119
Gambar 4.15 Supergafis 1: <i>Barred Eagle Owl Feathers</i>	120
Gambar 4.16 Elemen Grafis Burung Hantu	121
Gambar 4.17 <i>Merchandise Shape Development</i>	122
Gambar 4.18 Bentuk Karakter Merchandise	123
Gambar 4.19 Graphic Standard Manual (GSM)	125
Gambar 4.20 GSM, bagian <i>Our Brand</i>	126

Gambar 4.21 Master Logo dan Penjelasan Elemen	127
Gambar 4.22 Komposisi Logo	127
Gambar 4.23 <i>Logo Color</i>	128
Gambar 4.24 Ruang Kosong dan Ukuran Minimal	128
Gambar 4.25 Color Palette.....	129
Gambar 4. 26 <i>Typeface</i> dan Supergrafis	130
Gambar 4. 27 Pola (<i>Pattern</i>).....	131
Gambar 4.28 Elemen Grafis.....	131
Gambar 4.29 Interior & Wall of Story	132
Gambar 4.30 Menu Board & Media Informasi.....	133
Gambar 4.31 Table Number & Menu Book.....	133
Gambar 4.32 Kemasan Makanan	134
Gambar 4.33 Media Aplikasi Internal.....	134
Gambar 4.34 Surat, Amplop, <i>Business Card</i>	135
Gambar 4.35 Instagram	135
Gambar 4.36 Website	136
Gambar 4.37 Layout dan <i>Styling</i> Poster dan Flyer	136
Gambar 4. 38 Layout dan <i>Styling</i> Brosur.....	137
Gambar 4.39 Layout dan <i>Styling</i> Banner (Dokumentasi Penulis, 2016)	137
Gambar 4.40 Layout dan <i>Styling</i> Iklan Website dan Special Case	138
Gambar 4.42 Merchandises.....	138

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Persepsi Tentang “Owl”	51
Tabel 3.2 Persepsi Tentang Stone	52
Tabel 3.3. Kebangsaan Tamu Hotel H Sovereign Januari-September 2016.....	68
Tabel 3.4 Tabel Gambaran Umum Responden.....	69
Tabel 3.5. Kafe <i>Lifestyle</i> orang lokal Bali.....	70
Tabel 3.6. Preferensi Tempat <i>ngopi</i> Turis.....	75
Tabel 3.7. Tujuan Turis Pergi ke/Mencari Kafe	75
Tabel 3.8. Pertimbangan Pemilihan Kafe	76
Tabel 3.9. Top 5 Pilihan Lokal Bali.....	78
Tabel 3.10. Top 5 Pilihan Turis	79
Tabel 4.1 Daftar Harga Produksi	139
Tabel 4.2 Harga Kebutuhan Outlet (termasuk Design Fee).....	141

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: LEMBAR ASISTENSI	xxv
LAMPIRAN B: CONTOH HASIL KUESIONER	xxxi
LAMPIRAN C: SKETSA MINDMAP.....	xxxii
LAMPIRAN D: SKETSA LOGOTYPE	xxxiii
LAMPIRAN E: LOGO & GSM SEBELUM REVISI AKHIR	xxxiv

