

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

PT PRIMA KONSULTAN INDONESIA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Stephanie Lim

0000041510

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

PT PRIMA KONSULTAN INDONESIA



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Stephanie Lim

0000041510

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Stephanie Lim
Nomor Induk Mahasiswa : 00000041510
Program Studi : Fakultas Seni dan Desain

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PT PRIMA KONSULTAN INDONESIA

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 tugas akhir maupun dalam penulisan laporan tugas akhir, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 December 2023



(Stephanie Lim)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PT PRIMA KONSULTAN INDONEISA


Oleh

Nama : Stephanie Lim
NIM : 00000041510
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

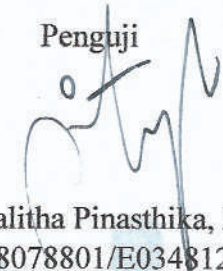
Telah diujikan pada hari Rabu, 03 Januari 2024
Pukul 09.00 s.d 09.45 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

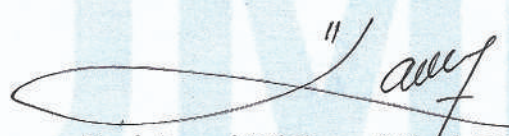
Ketua Sidang


Cennywati, S.Sn., M.Ds.
1024128201/E071277


Penguji


Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.
0308078801/E034812

Pembimbing


Rani Aryani Widjono, S.Sn. M.Ds.
0310019201/E023987

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/E043487

iii

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Stephanie Lim
NIM : 00000041510
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : *Tesis/Skripsi/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 PT PRIMA KONSULTAN INDONESIA

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, 13 December 2023

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Stephanie Lim)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir penulis yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual PT Prima Konsultan Indonesia” ditulis dalam sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana desain (S.Ds.).

Penulis menganggap bahwa PT Prima Konsultan Indonesia memiliki peluang yang besar dalam memperluas eksistensinya sebagai perusahaan konsultan pajak dan akuntansi. Dengan adanya perancangan ulang identitas visual untuk PT Prima Konsultan Indonesia, penulis berharap dapat meningkatkan *brand trust* dan *brand value* dari Prima Konsultan. Sehingga Prima Konsultan dapat mempertahankan eksistensinya dalam jangka waktu yang panjang. Selain itu, pemilihan topik ini juga mampu memperluas wawasan serta menambah pengalaman penulis mengenai perancangan sebuah identitas visual.

Penulisan tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

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 Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Rani Aryani Widjono, S.Sn. M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Darfi Rizkarvirwan, sebagai Dosen Spesialis yang telah memberikan bimbingan dan arahan atas terselesainya tugas akhir ini.

6. Meity Lembong dan Yogi Setyo Miharjo, sebagai narasumber yang telah bersedia untuk menyampaikan latar belakang dan nilai-nilai PT Prima Konsultan Indonesia.
7. Mubarak S. Nugroho sebagai narasumber *expert interview* yang telah bersedia untuk memberikan *insight* terkait proses perancangan identitas visual.
8. Lim Tjie Siong, Hakim Sunarso, Ricky Wiradjaja, Halim Lakmudin, dan Jony Suprpto sebagai partisipan *Focus Group Discussion* (FGD) yang telah bersedia untuk memvalidasi hasil akhir perancangan ulang identitas PT Prima Konsultan Indonesia.
9. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Teman-teman yang memberikan dukungan dan bantuan selama berjalannya tugas akhir ini.

Semoga perancangan tugas akhir ini dapat menjadi salah satu referensi mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara yang mengambil topik seputar perancangan ulang identitas visual.

Tangerang, 13 December 2023



(Stephanie Lim)

U M M N I
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

PT PRIMA KONSULTAN INDONESIA

(Stephanie Lim)

ABSTRAK

PT Prima Konsultan Indonesia merupakan entitas konsultan pajak yang didirikan pada tahun 2018 oleh Meity Lembong dan Sugianto Halim. Tujuan utama PT Prima Konsultan Indonesia adalah menjadi salah satu konsultan pajak yang terkemuka dan terpercaya di industri ini. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, perusahaan menawarkan layanan unggulan dengan menyediakan informasi komprehensif dan akurat sesuai kebutuhan klien. Namun, PT Prima Konsultan Indonesia menghadapi tantangan, terutama terkait identitas visual perusahaan yang belum mampu memberikan kesan kepercayaan dan mencerminkan nilai merek yang dimiliki. Identitas visual memiliki peran krusial dalam membangun kepercayaan di mata target pasar. Untuk mengatasi kendala ini, perancangan identitas dilakukan dengan menggunakan metode perancangan Alina Wheeler dalam bukunya "*Designing Brand Identity*". Perancangan ini didukung oleh metode penelitian berupa wawancara, wawancara ahli, penyebaran kuesioner, studi eksisting, dan studi referensi. Hasil perancangan ulang identitas PT Prima Konsultan Indonesia memperoleh respon positif dari target marketnya, menciptakan identitas baru yang mampu mencerminkan citra merek secara lebih efektif. Melalui identitas visual yang tepat, diharapkan PT Prima Konsultan Indonesia dapat mengembangkan perusahaannya tanpa menghilangkan nilai-nilai perusahaan.

Kata kunci: PT Prima Konsultan Indonesia, Identitas Visual, Percaya

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

**RECREATING VISUAL IDENTITY FOR
PT PRIMA KONSULTAN INDONESIA**

(Stephanie Lim)

ABSTRACT (English)

PT Prima Konsultan Indonesia is a tax consultancy firm established in 2018 by Meity Lembong and Sugianto Halim. The primary objective of PT Prima Konsultan Indonesia is to become one of the leading and trustworthy tax consultants in the industry. In pursuit of this goal, the company offers distinguished services by providing comprehensive and accurate information tailored to the needs of its clients. However, PT Prima Konsultan Indonesia faces challenges, particularly concerning the company's visual identity, which has yet to convey a sense of trust and reflect the brand values. Visual identity plays a crucial role in building trust in the eyes of the target market. To address this challenge, the identity redesign is carried out using Alina Wheeler's design method outlined in her book "Designing Brand Identity." This design process is complemented by research methods such as interviews, expert interviews, questionnaire distribution, existing studies, and reference reviews. The redesigned identity of PT Prima Konsultan Indonesia has received positive responses from its target market, creating a new identity that effectively mirrors the brand image. With the appropriate visual identity, it is hoped that PT Prima Konsultan Indonesia can expand its business without compromising its core values.

Keywords: *PT Prima Konsultan Indonesia, Visual Identity, Trust*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

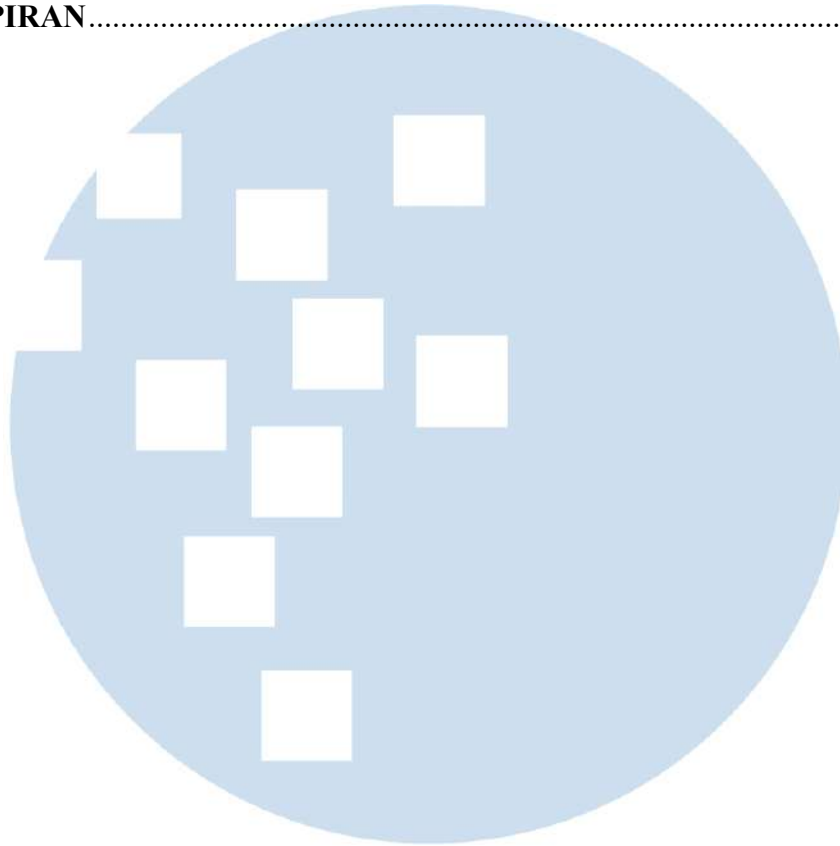
DAFTAR ISI

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	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Desain.....	5
2.1.1 Warna	5
2.1.1.1 Elemen Warna	5
2.1.1.2 Skema Warna.....	6
2.1.1.3 Psikologi Warna.....	9
2.1.2 Prinsip Desain	12
2.1.2.1 Format	12
2.1.2.2 Balance.....	13
2.1.2.3 Visual Hierarchy.....	14
2.1.2.4 Rhythm	17
2.1.2.5 Unity	18
2.1.2.6 Law of Perceptual Organization	18
2.1.3 Grid & Layout	21

2.1.3.1	<i>Grid System</i>	21
2.1.4	Tipografi	22
2.1.4.1	Elemen Tipografi	22
2.1.4.2	Klasifikasi Tipografi	23
2.2	Identitas Visual	26
2.2.1	<i>Brand</i>	26
2.2.2	<i>Brand Identity</i>	26
2.2.2.1	Logo	26
2.2.2.2	<i>Brand Name</i>	28
2.2.2.3	<i>Tagline</i>	29
2.2.2.4	<i>Brand Collaterals</i>	29
2.2.2.5	<i>Brand Guideline</i>	29
2.2.3	<i>Brand Positioning</i>	30
2.2.4	<i>Brand Strategy</i>	30
2.2.5	<i>Branding</i>	30
2.2.5.1	<i>Rebranding</i>	30
2.3	Pajak	31
2.3.1	Konsultan Pajak	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		32
3.1	Metodologi Penelitian	32
3.1.1	Metode Kualitatif	32
3.1.2	Metode Kuantitatif	39
3.1.3	Studi Eksisting	43
3.1.3.1	PT Camden Kapital Nusantara	43
3.1.3.2	Startax Consulting (STC)	44
3.1.4	Studi Referensi	45
3.1.4.1	Ernst & Young	45
3.2	Metodologi Perancangan	47
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		49
4.1	Strategi Perancangan	49
4.1.1	<i>Conducting Research</i>	49
4.1.2	<i>Clarifying Strategy</i>	51

4.1.2.1	<i>Brand Positioning</i>	55
4.1.2.2	<i>Brand Mantra</i>	55
4.1.2.3	<i>Brand Value</i>	56
4.1.2.4	<i>Brand Personality</i>	58
4.1.2.5	<i>Tone Of Voice</i>	59
4.1.2.6	<i>Big Idea</i>	60
4.1.2.7	<i>Tagline</i>	61
4.1.2.8	<i>Brand Brief</i>	61
4.1.3	<i>Designing Identity</i>	61
4.1.3.1	Perancangan Logo	62
4.1.3.2	Pemilihan Warna	68
4.1.3.3	Pemilihan Tipografi	69
4.1.3.4	Perancangan Supergrafik	70
4.1.4	<i>Creating Touchpoints</i>	75
4.1.4.1	Perancangan <i>Stationery</i>	75
4.1.4.2	Perancangan <i>Media Marketing</i>	80
4.1.4.3	Perancangan <i>Media Advertising</i>	81
4.1.4.4	Perancangan <i>Gimmick</i>	81
4.1.4.5	Perancangan <i>Merchandise</i>	82
4.1.5	<i>Managing Assets</i>	82
4.2	Analisis Perancangan	83
4.2.1	Analisis <i>Brand Guidelines</i>	83
4.2.2	Analisis Identitas Visual	85
4.2.3	Analisis Supergrafis	87
4.2.4	Analisis <i>Media Stationery</i>	88
4.2.5	Analisis <i>Media Marketing</i>	89
4.2.6	Analisis <i>Media Advertising</i>	89
4.2.7	Analisis <i>Media Gimmick</i>	90
4.3	<i>Budgeting</i>	90
BAB V	PENUTUP	92
5.1	Simpulan	92
5.2	Saran	93

DAFTAR PUSTAKA..... xiii
LAMPIRAN..... xiv

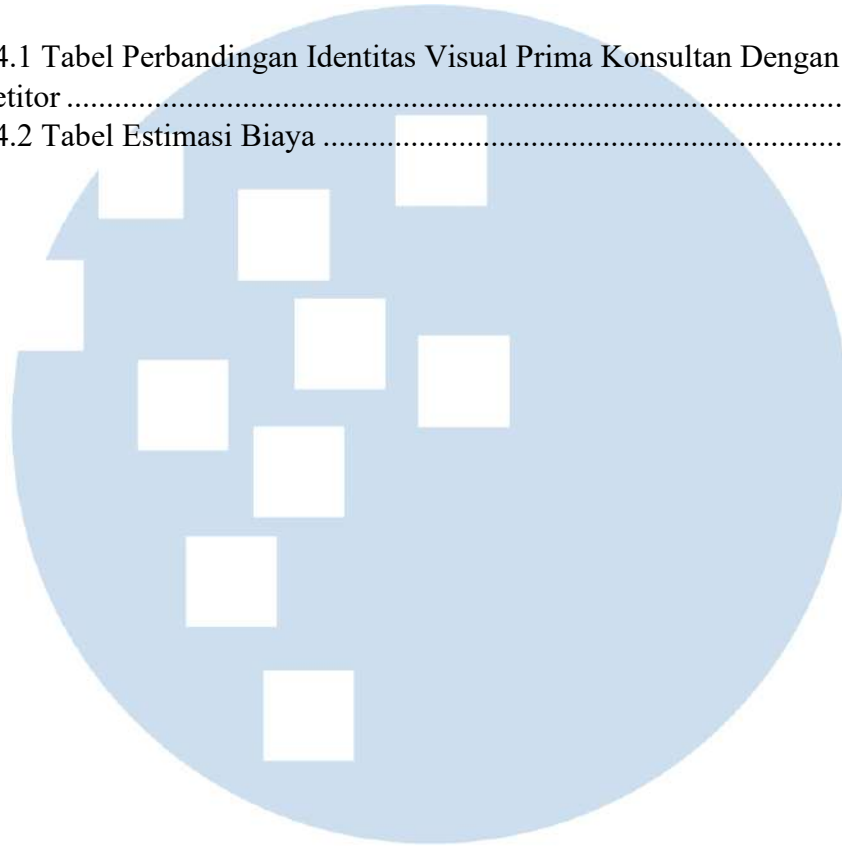


UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Perbandingan Identitas Visual Prima Konsultan Dengan Kompetitor	49
Tabel 4.2 Tabel Estimasi Biaya	90



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Hues</i>	5
Gambar 2.2 <i>Monochromatic</i>	7
Gambar 2.3 <i>Analogous</i>	7
Gambar 2.4 <i>Complementary</i>	7
Gambar 2.5 <i>Split Complementary</i>	8
Gambar 2.6 <i>Triadic</i>	8
Gambar 2.7 <i>Tetradic</i>	9
Gambar 2.8 Warna Merah.....	10
Gambar 2.9 Warna Biru	10
Gambar 2.10 Warna Hijau	10
Gambar 2.11 Warna Hitam	11
Gambar 2.12 Warna Kuning	11
Gambar 2.13 Warna Oranye	11
Gambar 2.14 Warna Ungu	12
Gambar 2.15 Warna Putih.....	12
Gambar 2.16 Format	13
Gambar 2.17 Keseimbangan Simetris.....	13
Gambar 2.18 Keseimbangan Asimetris.....	14
Gambar 2.19 Keseimbangan Radial.....	14
Gambar 2.20 <i>Emphasis by Isolation</i>	15
Gambar 2.21 <i>Emphasis by Placement</i>	15
Gambar 2.22 <i>Emphasis Through Scale</i>	15
Gambar 2.23 <i>Emphasis Through Contrast</i>	16
Gambar 2.24 <i>Emphasis Through Direction and Pointers</i>	16
Gambar 2.25 <i>Tree Structures</i>	17
Gambar 2.26 <i>Nest Structures</i>	17
Gambar 2.27 <i>Stair Structures</i>	17
Gambar 2.28 <i>Rhythm</i>	18
Gambar 2.29 <i>Unity</i>	18
Gambar 2.30 <i>Similarity</i>	19
Gambar 2.31 <i>Proximity</i>	19
Gambar 2.32 <i>Continuity</i>	19
Gambar 2.33 <i>Closure</i>	20
Gambar 2.34 <i>Common Fate</i>	20
Gambar 2.35 <i>Continuing Line</i>	20
Gambar 2.36 <i>Single-Column Grid</i>	22
Gambar 2.37 <i>Multi-Column Grid</i>	22
Gambar 2.38 <i>Type Anatomy</i>	23
Gambar 2.39 Klasifikasi Tipografi <i>Old Style</i>	23
Gambar 2.40 Klasifikasi Tipografi <i>Transitional</i>	24
Gambar 2.41 Klasifikasi Tipografi <i>Modern</i>	24

Gambar 2.42 Klasifikasi Tipografi <i>Slab Serif</i>	24
Gambar 2.43 Klasifikasi Tipografi <i>San Serif</i>	24
Gambar 2.44 Klasifikasi Tipografi <i>Blackletter</i>	25
Gambar 2.45 Klasifikasi Tipografi <i>Script</i>	25
Gambar 2.46 Klasifikasi Tipografi <i>Display</i>	25
Gambar 2.47 Contoh <i>Wordmarks</i>	27
Gambar 2.48 Contoh <i>Letterforms</i>	27
Gambar 2.49 Contoh <i>Pictorial Marks</i>	27
Gambar 2.50 Contoh <i>Abstract Marks</i>	28
Gambar 2.51 Contoh <i>Emblems</i>	28
Gambar 2.52 Contoh <i>Dynamic Marks</i>	28
Gambar 3.1 Wawancara Dengan Pendiri PT Prima Konsultan Indonesia.....	35
Gambar 3.2 Wawancara Dengan Karyawan PT Prima Konsultan Indonesia.....	36
Gambar 3.3 <i>Expert Interview</i>	38
Gambar 3.4 Logo Prima Konsultan pada Stempel.....	39
Gambar 3.5 Logo Prima Konsultan pada PPT	39
Gambar 3.6 Nilai-nilai Konsultan Pajak	40
Gambar 3.7 Representasi dan Keunikan Logo Pada Gambar 3.4 untuk Perusahaan Konsultan Pajak	41
Gambar 3.8 Tingkat Kepercayaan Responden Terhadap Logo Prima Konsultan Pada Gambar 3.4	41
Gambar 3.9 Representasi & Keunikan Logo Pada Gambar 3.5 untuk Konsultan Pajak.....	42
Gambar 3.10 Tingkat Kepercayaan Responden Terhadap Logo Prima Konsultan Pada Gambar 3.5	42
Gambar 3.11 Camden Konsultan Pajak	44
Gambar 3.12 Startax Consulting.....	45
Gambar 3.13 Logo Ernst & Young.....	46
Gambar 4.1 <i>Mind Map</i> (Layanan dan Target)	51
Gambar 4.2 <i>Mind Map</i> (Visi & Misi)	52
Gambar 4.3 <i>Mind Map</i> (Sejarah)	53
Gambar 4.4 <i>Mind Map</i> (Nilai)	54
Gambar 4.5 <i>Brand Brief</i>	61
Gambar 4.6 <i>Moodboard</i>	62
Gambar 4.7 Logo Kompetitor	62
Gambar 4.8 Sketsa Logo Pertama.....	63
Gambar 4.9 Digitalisasi Logo Pertama	63
Gambar 4.10 Sketsa Logo Kedua.....	64
Gambar 4.11 Sketsa Digital Logo.....	64
Gambar 4.12 Proses <i>Layouting</i>	65
Gambar 4.13 Modifikasi Digitalisasi Logo.....	66
Gambar 4.14 Grid <i>Abstract Mark</i>	66
Gambar 4.15 <i>Logotype</i>	67

Gambar 4.16 Final Logo Prima Konsultan	68
Gambar 4.17 Warna Prima Konsultan	69
Gambar 4.18 Varian Logo.....	69
Gambar 4.19 <i>Typeface</i> Merriweather.....	70
Gambar 4.20 <i>Font</i> Inter.....	70
Gambar 4.21 Supergrafik	71
Gambar 4.22 Spesifikasi Supergrafik Obrolan	71
Gambar 4.23 Konfigurasi Supergrafik.....	72
Gambar 4.24 Penggunaan Supergrafik Pada Media Vertikal	72
Gambar 4.25 Penggunaan Supergrafik Pada Media Horizontal	73
Gambar 4.26 Penggunaan Supergrafik Pada Media Kotak.....	73
Gambar 4.27 <i>Pattern</i>	74
Gambar 4.28 Penggunaan <i>Pattern</i>	74
Gambar 4.29 Perancangan Kartu Nama Bagian Depan	76
Gambar 4.30 Perancangan Kartu Nama Bagian Belakang	76
Gambar 4.31 Perancangan Amplop	77
Gambar 4.32 Perancangan Kop Surat	78
Gambar 4.33 Perancangan <i>Landyard</i>	78
Gambar 4.34 Perancangan <i>ID Card</i>	79
Gambar 4.35 Perancangan Stempel	79
Gambar 4.36 Perancangan Seragam	80
Gambar 4.37 Perancangan Media <i>Marketing</i>	81
Gambar 4.38 Perancangan Media <i>Advertising</i>	81
Gambar 4.39 Perancangan <i>Gimmick</i>	82
Gambar 4.40 Perancangan <i>Merchandise</i>	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Transkrip Wawancara dengan Salah Satu Pendiri PT Prima Konsultan Indonesia.....	xiv
Lampiran B Transkrip Wawancara dengan Salah Satu Karyawan PT Prima Konsultan Indonesia.....	xxv
Lampiran C Transkrip Expert Interview	xxxii
Lampiran D Hasil Kuesioner Pada Focus Group Discussion (FGD).....	xlvi
Lampiran E Transkrip Focus Group Discussion (FGD)	xlix
Lampiran F Hasil Perancangan	lxii
Lampiran G Formulir Bimbingan	lxix
Lampiran H Bimbingan Spesialis	lxxii
Lampiran I Turnitin.....	lxxiii

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA