

**PERANCANGAN *REBRANDING* USAHA SOSIAL
NRSIMHA INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Karen Audriel Umar

00000043992

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

**PERANCANGAN *REBRANDING* USAHA SOSIAL
NRSIMHA INDONESIA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Karen Audriel Umar

00000043992

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Karen Audriel Umar

Nomor Induk Mahasiswa : 00000043992

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

**PERANCANGAN *REBRANDING*
USAHA SOSIAL ‘NRSIMHA 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 skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Mei 2024



Karen Audriel Umar

UMMA
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul
PERANCANGAN *REBRANDING*
USAHA SOSIAL NRSIMHA INDONESIA

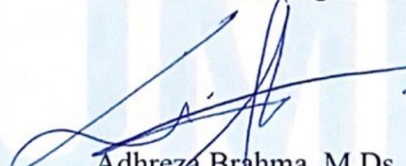
Oleh

Nama : Karen Audriel Umar
NIM : 00000043992
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yollando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
PERANCANGAN *REBRANDING*
USAHA SOSIAL NRSIMHA INDONESIA

Oleh

Nama : Karen Audriel Umar
NIM : 00000043992
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 29 Mei 2024
Pukul 10.30 s.d 11.15 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Christina Flora, S.Ds., M.M.
0305049703/074901

Penguji



Ken Natasha Violeta, S.Sn., M.Ds.
0309089201/L00691

Pembimbing



Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliandd, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Karen Audriel Umar
NIM : 00000043992
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah :

**PERANCANGAN *REBRANDING*
USAHA SOSIAL NRSIMHA INDONESIA**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance***.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Karen Audriel Umar)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, atas rahmat dan kehendak-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul "Perancangan *Rebranding* Usaha Sosial Nrsimha Indonesia". Perancangan Tugas Akhir ini disusun berdasarkan hasil pembelajaran penulis selama ini di Universitas Multimedia Nusantara dan dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.).

Tujuan utama dari perancangan Tugas Akhir ini adalah untuk merancang *rebranding* dari Usaha Sosial Nrsimha Indonesia. Sebagai langkah strategis dalam menanggulangi mispersepsi audiens terhadap Nrsimha Indonesia, perancangan *rebranding* ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pencapaian misi dan tujuan organisasi. Melalui penelitian dan analisis mendalam, penulis berupaya menyajikan konsep identitas visual yang sesuai dengan nilai, visi, dan karakteristik unik Nrsimha Indonesia.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang telah berperan serta dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terutama kepada pembimbing tugas akhir yang telah memberikan arahan, masukan, dan dukungan yang sangat berarti. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh anggota Nrsimha Indonesia yang telah memberikan wawasan dan data yang mendukung penelitian ini.

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 Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Adhreza Brahma, M.Ds., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.

5. Edo Tirtadarma, M.Ds., sebagai Pembimbing spesialis yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Ngurah Pandu sebagai narasumber yang telah bersedia untuk diwawancarai mengenai Nrsimha Indonesia.
7. Keluarga dan teman-teman saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap agar hasil dari tugas akhir ini dapat menjadi inspirasi dan panduan bagi penelitian-penelitian mendatang. Semoga bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan organisasi dan masyarakat. Terima kasih.

Tangerang, 12 Juni 2024



Karen Audriel Umar

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN *REBRANDING*

USAHA SOSIAL NRSIMHA INDONESIA

(Karen Audriel Umar)

ABSTRAK

Nrsimha Indonesia merupakan sebuah usaha sosial yang didirikan pada tahun 2012 oleh Ngurah Pandu, berfokus pada edukasi dan konservasi alam liar di Indonesia. Munculnya misinterpretasi terhadap *branding* Nrsimha Indonesia yang sekarang membuat visi dan misi mereka tidak tercapai sepenuhnya. Visi dan misi yang dimaksud yaitu mendukung lembaga konservasi alam liar di Indonesia melalui penjualan produk *wearable goods* mereka. Selain itu, inkonsistensi dalam penggunaan elemen visual yang digunakan pada media sosial Instagram, Tiktok, serta website Nrsimha Indonesia juga menjadi tantangan. Dalam perancangan ini, strategi *rebranding* diajukan untuk mengatasi masalah tersebut dengan menyelaraskan citra Nrsimha Indonesia dengan visi dan misi yang dimilikinya. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kuantitatif melalui kuesioner, serta kualitatif melalui wawancara, *focus group discussion*, studi referensi, dan studi eksisting. Sedangkan teori perancangan yang digunakan diambil dari buku berjudul 'Designing Brand Identity' karya Alina Wheeler yang meliputi lima tahap perancangan, yaitu *conduction research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, dan *managing assets*.

Kata kunci: Usaha sosial, *rebranding*, kehidupan alam liar

U M W N
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

REBRANDING OF NRSIMHA INDONESIA

SOCIAL ENTERPRISE

(Karen Audriel Umar)

ABSTRACT (English)

Nrsimha Indonesia is a social enterprise founded in 2012 by Ngurah Pandu, focused on education and wildlife conservation in Indonesia. The emergence of misinterpretations regarding Nrsimha Indonesia's current branding has resulted in their vision and mission not being fully achieved. The intended vision and mission are to support wildlife conservation institutions in Indonesia through the sale of their wearable goods products. Additionally, inconsistencies in the use of visual elements on social media platforms like Instagram, TikTok, and the Nrsimha Indonesia website also pose challenges. In this design, a rebranding strategy is proposed to address these issues by aligning Nrsimha Indonesia's image with its vision and mission. The research methodology used includes quantitative methods through questionnaires, and qualitative methods through interviews, focus group discussions, reference studies, and existing studies. The design theory used is taken from the book titled 'Designing Brand Identity' by Alina Wheeler, which includes five design stages: conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, and managing assets.

Keywords: *Social enterprise, rebranding, wildlife*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
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.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Desain Komunikasi Visual.....	6
2.1.1 <i>Gestalt Principles</i>	6
2.1.2 Warna	7
2.1.3 Tipografi.....	13
2.1.4 <i>Grid</i>	19
2.1.5 Fotografi	23
2.2 <i>Brand</i>	27
2.2.1 <i>Branding</i>	27
2.2.2 <i>Brand Architecture</i>	28
2.2.3 <i>Brandmarks</i>	28
2.2.4 <i>Look and Feel</i>	30
2.2.5 <i>Brand Strategy</i>	30
2.2.6 <i>Brand Positioning</i>	30

2.3	<i>Graphic Standards Manual</i>	31
2.4	Usaha Sosial	31
2.4.1	Jenis-Jenis Usaha Sosial.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		34
3.1	Metodologi Penelitian.....	34
3.1.1	Metode Kualitatif.....	34
3.1.2	Metode Kuantitatif	53
3.2	Metodologi Perancangan	59
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		61
4.1	Strategi Perancangan	61
4.1.1	<i>Conducting Research</i>	61
4.1.2	<i>Clarifying Strategy</i>	61
4.1.3	<i>Designing Identity</i>	64
4.1.4	<i>Creating Touchpoints</i>	81
4.1.5	<i>Managing Assets</i>	101
4.2	Analisis Perancangan	104
4.2.1	Analisis Logo	104
4.2.2	Analisis Touchpoints	107
4.2.3	Analisis Buku <i>Graphic Standards Manual</i>	115
4.3	Budgeting.....	117
BAB V PENUTUP.....		120
5.1	Simpulan.....	120
5.2	Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA		xiii
LAMPIRAN.....		xv

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 TABEL

Tabel 3.1 Tabel Data Demografis Responden	55
Tabel 3.2 Tabel Data Seputar Brand Lokal.....	56
Tabel 3.3 Tabel Data Seputar Nrsimha Indonesia	57
Tabel 3.4 Tabel Data Seputar Logo Nrsimha Indonesia	58
Tabel 4.1 Tabel <i>Budgeting</i>	106



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Ilustrasi Shades, Tones, dan Tints	8
Gambar 2.2 Additive Color System dan Subtractive Color System	9
Gambar 2.3 Palet Warna Hijau Monokrom	9
Gambar 2.4 Implementasi Skema Warna Analogous	10
Gambar 2.5 Skema Warna <i>Complementary</i> pada Roda Warna	10
Gambar 2.6 Implementasi Skema Warna <i>Split Complementary</i>	11
Gambar 2.7 Implementasi Skema Warna <i>Triadic</i>	11
Gambar 2.8 Implementasi Skema Warna <i>Tetradic</i>	12
Gambar 2.9 Ilustrasi Perbandingan <i>Typeface</i> dan <i>Font</i>	13
Gambar 2.10 Anatomi Huruf	14
Gambar 2.11 Garamond	15
Gambar 2.12 Baskerville.....	16
Gambar 2.13 Didot.....	16
Gambar 2.14 American Typewriter	17
Gambar 2.15 Futura	17
Gambar 2.16 Fraktur	18
Gambar 2.17 Shelley Allegro Script	18
Gambar 2.18 Noeran	19
Gambar 2.19 Anatomi Grid.....	21
Gambar 2.20 <i>Single-column Grids</i>	21
Gambar 2.21 <i>Multiple-column Grids</i>	22
Gambar 2.22 <i>Modular Grids</i>	22
Gambar 2.23 <i>Grid</i> dari Metode Alternatif	23
Gambar 3.1 Wawancara dengan Ngurah Pandu.....	35
Gambar 3.2 Produk awal Nrsimha Indonesia	35
Gambar 3.3 Tampilan Kampanye ‘I Love You 3000’	36
Gambar 3.4 Logo Eksisting Nrsimha Indonesia	38
Gambar 3.5 Dokumentasi dengan Peserta FGD	41
Gambar 3.6 Logo Eksisting Nrsimha Indonesia	43
Gambar 3.7 <i>Sequence</i> dari Konten Reels Nrsimha Indonesia.....	44
Gambar 3.8 Logo WWF Indonesia	45
Gambar 3.9 Kategori Post Instagram WWF Indonesia.....	46
Gambar 3.10 Isi Konten #MarineAndFisheries	47
Gambar 3.11 Konten Reels Instagram ‘Weekly Book Review’	48
Gambar 3.12 Konten Kolaborasi Instagram WWF Indonesia dengan <i>Influencers</i>	49
Gambar 3.13 Logo Ecinos.....	50
Gambar 3.14 Konten Instagram Ecinos	51
Gambar 3.15 Konten Instagram Ecinos	52
Gambar 4.1 <i>Mind Map</i> Nrsimha Indonesia.....	62
Gambar 4.2 Alternatif <i>Stylescape</i> Perancangan	65
Gambar 4.3 <i>Stylescape</i> Perancangan.....	66
Gambar 4.4 Sketsa Logo	67
Gambar 4.5 Alternatif Logo yang Terpilih	67

Gambar 4.6 Proses Stilasi Logo	68
Gambar 4.7 Hasil Revisi Logo Kedua	68
Gambar 4.8 Hasil Revisi Logo Final	69
Gambar 4.9 Wajah Singa	69
Gambar 4.10 Tiga Fungsi.....	70
Gambar 4.11 Ombak Laut.....	70
Gambar 4.12 Logo Primer Nrsimha Indonesia	71
Gambar 4.13 Logo Sekunder Nrsimha Indonesia	71
Gambar 4.14 <i>Submark</i> Nrsimha Indonesia	72
Gambar 4.15 Grid pada Logo Nrsimha Indonesia	73
Gambar 4.16 Sistem Warna Nrsimha Indonesia	73
Gambar 4.17 Skema Warna Hutan.....	74
Gambar 4.18 Skema Warna Api	74
Gambar 4.19 Skema Warna Api	75
Gambar 4.20 Tipografi Nrsimha Indonesia	76
Gambar 4.21 Proses Stilasi Kuda Laut	77
Gambar 4.22 Elemen Grafis dengan Aplikasi Warna.....	78
Gambar 4.23 Contoh Penggunaan Elemen Grafis	78
Gambar 4.24 Contoh Pengaplikasian Supergrafis yang Diperbanyak.....	79
Gambar 4.25 Contoh Pengaplikasian Supergrafis menjadi Pattern	79
Gambar 4.26 Contoh Fotografi yang Digunakan.....	80
Gambar 4.27 Pengaturan Fotografi Nrsimha Indonesia.....	81
Gambar 4.28 Hasil Akhir Fotografi yang Digunakan.....	81
Gambar 4.29 Proses Perancangan Kartu Nama	82
Gambar 4.30 Hasil Akhir Kartu Nama	83
Gambar 4.31 Proses Perancangan Kop Surat.....	83
Gambar 4.32 Hasil Akhir Kop Surat.....	84
Gambar 4.33 Proses Perancangan Amplop DL.....	85
Gambar 4.34 Hasil Akhir Amplop DL.....	85
Gambar 4.35 Proses Perancangan Amplop C4	86
Gambar 4.36 Hasil Akhir Amplop C4	86
Gambar 4.37 Proses Perancangan <i>ID Card</i>	87
Gambar 4.38 Hasil Akhir Perancangan <i>ID Card</i>	87
Gambar 4.39 Proses Perancangan Folder.....	88
Gambar 4.40 Cap Stempel Nrsimha Indonesia	89
Gambar 4.41 Kaos Polo Nrsimha Indonesia.....	89
Gambar 4.42 Lanyard Nrsimha Indonesia	90
Gambar 4.43 Aplikasi Stiker pada Kendaraan Van	91
Gambar 4.44 Pena Nrsimha Indonesia.....	91
Gambar 4.45 Pin Nrsimha Indonesia	92
Gambar 4.46 <i>Tote Bag</i> Nrsimha Indonesia	93
Gambar 4.47 Topi Nrsimha Indonesia	93
Gambar 4.48 <i>Paper Bag</i> Nrsimha Indonesia	94

Gambar 4.49 <i>Size Tag</i> Nrsimha Indonesia	94
Gambar 4.50 <i>Greeting Card</i> Nrsimha Indonesia	95
Gambar 4.51 Sistem <i>Grid</i> Template Instagram Nrsimha Indonesia	96
Gambar 4.52 Proses Perancangan <i>Template</i> Instagram Nrsimha Indonesia.....	96
Gambar 4. 53 Hasil Akhir Unggahan Instagram Nrsimha Indonesia	97
Gambar 4.54 Sistem <i>Grid Landing Page</i>	98
Gambar 4.55 Proses Perancangan <i>Landing Page</i>	99
Gambar 4.56 Hasil Akhir Perancangan <i>Website</i>	100
Gambar 4.57 Sistem <i>Grid</i> pada GSM	101
Gambar 4.58 Proses Tata Letak Panduan GSM.....	102
Gambar 4.59 Hasil Akhir Aplikasi Latar Belakang Warna <i>Forest Green</i> pada GSM.....	103
Gambar 4.60 Hasil Akhir Bab Aplikasi Media pada GSM.....	103
Gambar 4.61 Komponen pada <i>Logogram</i> Nrsimha Indonesia	105
Gambar 4.62 Logo Primer Nrsimha Indonesia	105
Gambar 4.63 <i>Logotype</i> Nrsimha Indonesia.....	106
Gambar 4.64 Variasi Penggunaan Logo	107
Gambar 4.65 Kartu Nama Nrsimha Indonesia	108
Gambar 4.66 Kop Surat Nrsimha Indonesia	109
Gambar 4.67 Amplop DL Nrsimha Indonesia	109
Gambar 4.68 Amplop C4 Nrsimha Indonesia.....	110
Gambar 4 69 Folder Nrsimha Indonesia	111
Gambar 4.70 <i>ID Card</i> Nrsimha Indonesia	111
Gambar 4.71 Kaos Polo, Cap Stempel, dan <i>Lanyard</i>	112
Gambar 4.72 <i>Tote Bag</i> , Pena, Pin, dan Topi.....	113
Gambar 4.73 Mobil Nrsimha Indonesia.....	114
Gambar 4.74 Tampilan Instagram Nrsimha Indonesia	114
Gambar 4.75 <i>Landing Page</i>	115
Gambar 4.76 Cover Buku GSM.....	116
Gambar 4.77 Tampilan Isi Buku GSM Nrsimha Indonesia.....	116

U M M N
 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 LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xv
Lampiran B Transkrip Wawancara dengan Ngurah Pandu.....	xvi
Lampiran C Transkrip Wawancara dengan Tasya Elly	xvi
Lampiran D Transkrip Wawancara dengan Stella Noviana.....	xv
Lampiran E Transkrip Wawancara dengan Chris Channel.....	xxxv
Lampiran F Transkrip FGD	xviii
Lampiran G Hasil Kuesioner	xv
Lampiran H Hasil Turnitin.....	xv

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA