

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL**

**KERIPIK PISANG SUSENO**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Vannes**

**00000046893**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL**

**KERIPIK PISANG SUSENO**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Vannes**

**00000046893**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vannes

Nomor Induk Mahasiswa : 00000046893

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

### **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL KERIPIK PISANG SUSENO**

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, 31 Mei 2024

UMM



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Vannes', is written over the 'M' of the 'UMM' logo.

(Vannes)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL KERIPIK PISANG SUSENO

Oleh

Nama : Vannes

NIM : 00000046893

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada


Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 14, Juni, 2024

Pembimbing

  
Roy Anthonius Susanto, S.Sn., M.Ds.CDM.  
0402038006/061071

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

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

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL  
KERIPIK PISANG SUSENO**

Oleh

Nama : Vannes  
NIM : 00000046893  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

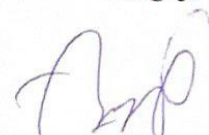
Telah diujikan pada hari Jumat, 31 Mei 2024  
Pukul 09.45 s.d 10.30 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



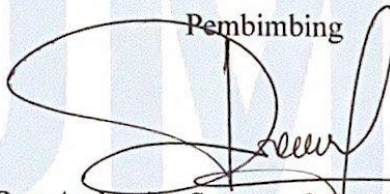
Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.  
0318127603/L00011

Penguji



Dr. Ratna Cahaya, S.Sos., M.Ds.  
0324087506/E023899

Pembimbing



Roy Anthonius Susanto, S.Sn., M.Ds.CDM.  
0402038006/061071

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

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

Nama : Vannes  
NIM : 00000046893  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Ulang Identitas Visual Keripik Pisang Suseno

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, 31 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Vannes)

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

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat karunianya proposal Tugas Akhir ini dapat diselesaikan pada waktunya. Perancangan Tugas Akhir ini berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Keripik Pisang Suseno”. Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan kelulusan penulis di program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.

Perancangan ini merupakan rebranding Keripik Pisang Suseno yang penulis anggap sebuah merek keripik pisang yang memiliki potensi besar dan perlu mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu merek keripik pisang yang legendaris di Bandar Lampung. Perancangan ini mencakup aspek media cetak, promosi, dan semua kebutuhan terkait merek ini. Penulis berharap bahwa perancangan identitas visual ini dapat menjadi kontribusi yang berarti sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual. Penulis telah belajar untuk menerapkan pengetahuan yang dimiliki guna memberikan dampak langsung kepada bisnis yang ada di masyarakat.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan perancangan tugas akhir, antara lain 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. Roy Anthonius Susanto, S.Sn., M.Ds.CDM., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Jeremy Wijaya, sebagai penerus Keripik Pisang Suseno karena telah bersedia untuk di wawancara dan mendukung seluruh proses pengerjaan tugas akhir.

6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat mejadi sumber pengetahuan, informasi, dan menjadi motivasi bagi para pembaca.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Vannes)



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

## KERIPIK PISANG SUSENO

(Vannes)

### ABSTRAK

Keripik Pisang Suseno, sebuah merek legendaris dari Kota Lampung yang telah beroperasi selama 52 tahun namun menghadapi tantangan dalam mengembangkan identitas visual yang kuat dan relevan. Identitas visual yang kurang representatif mengakibatkan merek ini sulit bersaing dengan kompetitor dan mencapai target pasar yang lebih luas. Sangat disayangkan apabila Keripik Pisang Suseno yang merupakan merek legendaris yang telah berdiri selama 52 tahun tidak dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitornya karena adanya mispersepsi konsumen terhadap merek Keripik Pisang Suseno. Maka dari itu penulis mengusulkan untuk melakukan perancangan ulang identitas visual Keripik Pisang Suseno agar dapat meningkatkan daya saing dan menarik minat konsumen. Metodologi penelitian yang digunakan adalah campuran, dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara dan Focus Group Discussion (FGD) serta pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner. Dalam melakukan perancangan, penulis menggunakan metode perancangan dari Alina Wheeler yang terdiri dari *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, dan *managing assets*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa identitas visual baru yang dirancang mampu merepresentasikan keunikan dan nilai dari Keripik Pisang Suseno. Identitas visual baru mencakup logo, warna, tipografi, dan elemen desain lainnya yang mencerminkan merek.

**Kata kunci:** Keripik Pisang, Identitas Visual, *Redesign*

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

# REDESIGNING THE VISUAL IDENTITY OF

## KERIPIK PISANG SUSENO

(Vannes)

### **ABSTRACT** (English)

*Suseno Banana Chips, a legendary brand from Lampung City which has been operating for 52 years but faces challenges in developing a strong and relevant visual identity. A less representative visual identity makes it difficult for this brand to compete with competitors and reach a wider target market. It would be a shame if Suseno Banana Chips, which is a legendary brand that has been around for 52 years, cannot compete with its competitors because of consumer misperceptions of the Suseno Banana Chips brand. Therefore, the author proposes to redesign the visual identity of Suseno Banana Chips in order to increase competitiveness and attract consumer interest. The research methodology used is a mixture, with a qualitative approach through interviews and Focus Group Discussions (FGD) and a quantitative approach through distributing questionnaires. In carrying out the design, the author used Alina Wheeler's design method which consists of conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, and managing assets. The results of the research show that the new visual identity designed is able to represent the uniqueness and value of Suseno Banana Chips. The new visual identity includes a logo, colors, typography and other design elements that reflect the brand.*

**Keywords:** *Banana Chips, Visual Identity, Redesign*



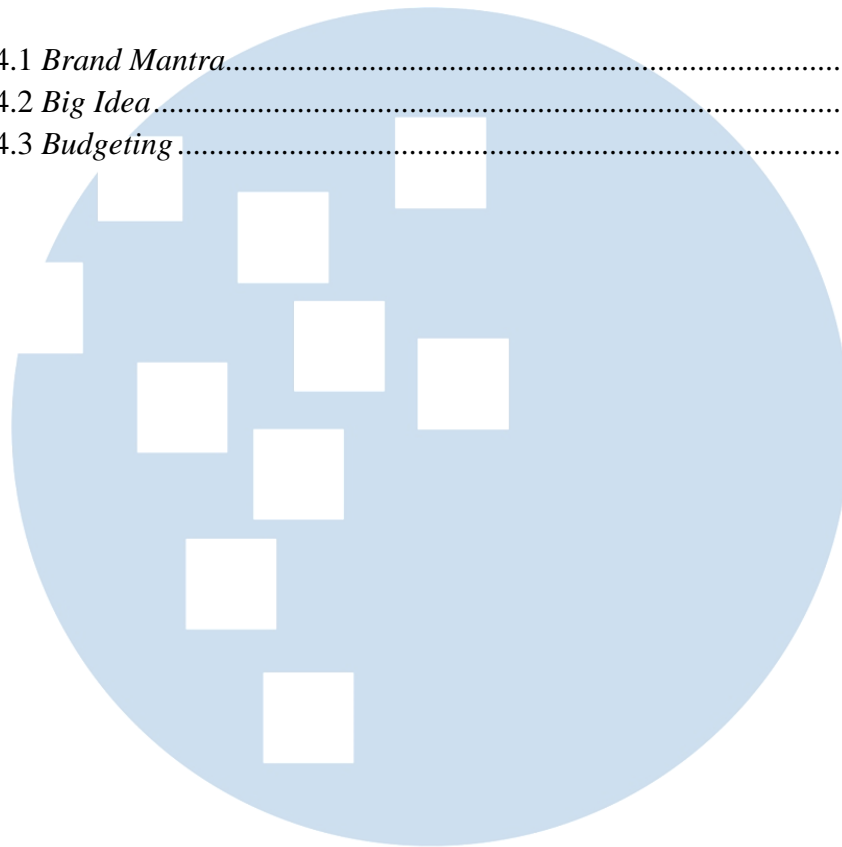
## DAFTAR ISI

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 .....	xv
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 .....	5
2.1 <i>Design</i> .....	5
2.1.1 Elemen Desain .....	5
2.1.2 Prinsip Desain .....	8
2.1.3 <i>Grid</i> .....	12
2.1.4 Psikologi Warna .....	14
2.1.5 <i>Typography</i> .....	14
2.2 <i>Brand Identity</i> .....	16
2.2.1 Logo .....	17
2.2.2 <i>Tagline</i> .....	20
2.2.3 <i>Collateral</i> .....	20
2.2.4 <i>Brand Guideline</i> .....	22
2.3 <i>Visual Identity</i> .....	22
2.3.1 Tujuan Identitas Visual .....	23

2.3.2	<b>Komponen Identitas Visual</b> .....	24
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....	26
3.1	<b>Metodologi Penelitian</b> .....	26
3.1.1	<b>Metode Kualitatif</b> .....	26
3.1.2	<b>Metode Kuantitatif</b> .....	34
3.1.3	<b>Studi Eksisting</b> .....	40
3.1.4	<b>Studi Referensi</b> .....	42
3.2	<b>Metodologi Perancangan</b> .....	45
<b>BAB IV</b>	<b>STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....	47
4.1	<b>Strategi Perancangan</b> .....	47
4.1.1	<i>Conducting Research</i> .....	47
4.1.2	<i>Clarifying Strategy</i> .....	48
4.1.3	<i>Designing Identity</i> .....	52
4.1.4	<i>Creating Touchpoint</i> .....	57
4.1.5	<i>Managing Assets</i> .....	73
4.2	<b>Analisis Perancangan</b> .....	75
4.2.1	<b>Analisis Logo</b> .....	75
4.2.2	<b>Analisis Supergrafis</b> .....	76
4.2.3	<b>Analisis Stationery</b> .....	77
4.2.4	<b>Analisis Packaging</b> .....	78
4.2.5	<b>Analisis Media Advertising</b> .....	79
4.2.6	<b>Analisis Merchandise</b> .....	80
4.2.7	<b>Analisis Uniforms</b> .....	81
4.2.8	<b>Analisis Beta Test</b> .....	81
4.3	<b>Budgeting</b> .....	84
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	86
5.1	<b>Simpulan</b> .....	86
5.2	<b>Saran</b> .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	xiii
<b>LAMPIRAN</b>	.....	xv

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Brand Mantra</i> .....	49
Tabel 4.2 <i>Big Idea</i> .....	51
Tabel 4.3 <i>Budgeting</i> .....	84



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis .....	6
Gambar 2.2 Warna .....	6
Gambar 2.3 Bentuk .....	7
Gambar 2.4 Tekstur.....	8
Gambar 2.5 Keseimbangan .....	9
Gambar 2.6 Hierarki Visual .....	10
Gambar 2.7 Irama.....	11
Gambar 2.8 Kesatuan .....	12
Gambar 2.9 Psikologi Warna .....	14
Gambar 2.10 Logo <i>Wordmarks</i> .....	18
Gambar 2.11 Logo <i>Letterforms</i> .....	18
Gambar 2.12 Logo <i>Pictorials</i> .....	19
Gambar 2.13 Logo <i>Abstrak</i> .....	19
Gambar 2.14 Logo <i>Emblems</i> .....	20
Gambar 3.1 Wawancara kepada Penerus Keripik Pisang Suseno.....	30
Gambar 3.2 Wawancara kepada Ahli Branding dari Googstuph.....	32
Gambar 3.3 FGD dengan Target Audiens.....	34
Gambar 3.4 Ketertarikan Audiens dalam Membeli Produk dari Keripik Pisang Suseno berdasarkan Identitas Visual.....	35
Gambar 3.5 Persepsi Responden.....	35
Gambar 3.6 Merek yang Dipilih Audiens .....	36
Gambar 3.7 Pentingnya Identitas Visual.....	37
Gambar 3.8 Pentingnya Identitas Visual.....	38
Gambar 3.9 Pentingnya Identitas Visual dalam Keputusan Pembelian.....	38
Gambar 3.10 Persepsi Responden.....	39
Gambar 3.11 Persepsi Responden.....	39
Gambar 3.12 Bana Healthy Banana Chips.....	40
Gambar 3.13 Sang Dewa .....	41
Gambar 3.14 Zanana Chips.....	42
Gambar 3.15 Melte Vanana .....	43
Gambar 3.16 Mr. Monkey.....	44
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i> .....	48
Gambar 4.2 <i>Brand Brief</i> .....	52
Gambar 4.3 Moodboard .....	53
Gambar 4.4 Sketsa Logo.....	53
Gambar 4.5 Eksplorasi Logo Teerpilih.....	54

Gambar 4.6 Logo Grid .....	54
Gambar 4.7 <i>Colour Palette</i> Keripik Pisang Suseno.....	55
Gambar 4.8 <i>Typeface</i> Poetsen One & Nunito Sans .....	56
Gambar 4.9 Supergrafis Keripik Pisang Suseno .....	57
Gambar 4.10 Kop Surat .....	58
Gambar 4.11 Amplop.....	59
Gambar 4.12 Kartu Nama .....	60
Gambar 4.13 Packaging .....	61
Gambar 4.14 <i>Shopping Bag</i> .....	62
Gambar 4.15 Billboard.....	63
Gambar 4.16 Poster.....	64
Gambar 4.17 Media Sosial.....	65
Gambar 4.18 E-Commerce.....	66
Gambar 4.19 <i>Tote Bag</i> .....	67
Gambar 4.20 Topi .....	68
Gambar 4.21 Gantungan Kunci .....	69
Gambar 4.22 Tumbler .....	70
Gambar 4.23 <i>Shirt</i> .....	71
Gambar 4.24 <i>Id Card</i> .....	72
Gambar 4.25 <i>Signage Store</i> .....	73
Gambar 4.26 <i>Grid Graphic Standard Manual</i> .....	74
Gambar 4.26 <i>Konten Graphic Standard Manual</i> .....	75
Gambar 4.27 Supergrafis Keripik Pisang Suseno .....	77
Gambar 4.28 <i>Stationery</i> .....	78

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form BAP Bimbingan .....	xv
Lampiran B Hasil Turnitin .....	xvi
Lampiran C Hasil Kuesioner.....	xxi
Lampiran D Transkrip Wawancara Penerus Keripik Pisang Suseno.....	xxv
Lampiran E Transkrip Wawancara Ahli Branding .....	xxviii
Lampiran F Transkrip Focus Group Discussion .....	xxx
Lampiran G Transkrip Beta Test.....	xxxiii



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA