

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL *CARD GAME*

“TENTANGKITA”



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Olivia A. Timothy
0000047771

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL *CARD GAME*

“TENTANGKITA”



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Olivia A. Timothy
00000047771

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Olivia A. Timothy
Nomor Induk Mahasiswa : **00000047771**
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

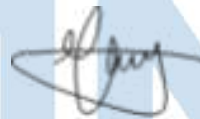
**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL *CARD GAME*
“TENTANGKITA”**

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, 4 Januari 2024

UMMN



(Olivia A. Timothy)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

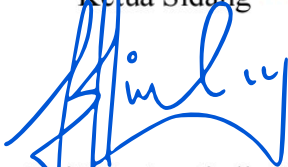
Tugas Akhir dengan judul
PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL *CARD GAME*
“TENTANGKITA”

Oleh
Nama : Olivia A. Timothy
NIM : 00000047771
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 4 Januari 2024
Pukul 15.15 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.
0319037807/E023902

Penguji



Ken Natasha Violeta, S.Sn, M.Ds.
0309089201/E066120

Pembimbing



Roy Anthonius Susanto S.Sn., M.Ds.
0402038006/E061071

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Olivia A. Timothy
NIM : 00000047771
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 *CARD GAME* ”TENTANGKITA”

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 2024

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Olivia A. Timothy)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-nya yang telah melimpahkan selama perjalanan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Dengan rasa syukur, penulis merasa hormat dapat menghadirkan perancangan ulang identitas visual *card game* tentang Kita

Tugas akhir ini merupakan perwujudan dari perjalanan panjang dalam dunia perancangan identitas visual. Penulis menyadari betapa pentingnya identitas visual dalam dunia bisnis saat ini, terutama dalam upaya memperkuat *brand awareness*. Oleh karena itu, tujuan pembuatan tugas akhir ini adalah untuk menghasilkan solusi perancangan visual yang efektif dan memikat, yang dapat membantu tentang Kita dalam mencapai kesuksesan.

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. Roy Anthonius Susanto, S.Sn, M.Ds., sebagai Pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Clara Vania L. dan Syelin L. Naba, sebagai pemilik dari tentang Kita yang telah berkenan untuk meluangkan waktunya melakukan sesi wawancara.
6. Jessica Seravin Judyana, S.I Kom., Alpin Wibowo, Kezia Lusyanto dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu-satu yang selalu mendukung dan membantu menyemangati penulis selama penulisan tugas akhir ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini memberikan kontribusi yang signifikan bagi tentangKita dalam mencapai tujuan mereka. Dengan perancangan identitas visual yang efektif, penulis berharap *brand awareness* mereka akan meningkat, produk mereka akan dikenal lebih luas, dan bisnis mereka akan semakin berkembang. Penulis juga berharap hasil penelitian dan perancangan ini dapat menjadi panduan dan inspirasi bagi pemangku kepentingan lainnya yang tengah berusaha memperkuat *brand awareness* dalam dunia bisnis yang kompetitif.

Tangerang, 18 Januari 2024



(Olivia A. Timothy)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL *CARD GAME*

“TENTANGKITA”

(Olivia A. Timothy)

ABSTRAK

tentangKita merupakan sebuah *brand* permainan kartu percakapan yang memiliki visi dan misi hubungan lebih baik atau *bettering relationship*. tentangKita saat ini hanya memiliki identitas visual berupa logo yang sering kali membuat salah persepsi target audiens nya sebagai tempat konsultasi hubungan, *clothing*, motivator hubungan, kampanye sosial hingga *youtube channel*. Identitas visual tentangKita masih belum dapat merepresentasikan atau menginformasikan produknya secara jelas kepada target audiensnya. ketidaksesuaian logo memengaruhi tingkat kepercayaan dan keputusan target audiens untuk terlibat dalam membeli produk ini. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah *mix methods* yang mana menggabungkan kedua metode kualitatif dan kuantitatif. Sebagai panduan, digunakanlah teori Alina Wheeler tentang pentingnya identitas visual dalam membangun kesadaran merek. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat mendukung perubahan identitas visual pada merek ini. Berdasarkan temuan ini, disimpulkan bahwa perancangan identitas visual tentangKita perlu dilakukan untuk mencerminkan nilai serta tujuan merek tersebut dengan lebih baik, serta juga memperkuat kesadaran merek.

Kata kunci: Perancangan, Identitas Visual, *Card game*, tentangKita

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

REDESIGN THE VISUAL IDENTITY OF THE CARD GAME

“TENTANGKITA”

(Olivia A. Timothy)

ABSTRACT

tentangKita is a conversation card game brand that has a vision and mission of better relationships. tentangKita currently only has a visual identity in the form of a logo, which often makes its target audience misperceive it as a place for relationship consultations, clothing, relationship motivators, social campaigns, and YouTube channels. tentangKita visual identity is still unable to clearly represent or inform its products to its target audience. logo mismatch influences the target audience's level of trust and decision to engage in purchasing this product. In this research, the approach used is mixed methods, which combine both qualitative and quantitative methods. As a guide, the theory Alina Wheeler is used regarding the importance of visual identity in building brand awareness. The results of this research show that the public supports changes to the visual identity of this brand. Based on these findings, it was concluded that designing the visual identity of tentangKita needs to be done to better reflect the brand's values and objectives, as well as strengthen brand awareness.

Keywords: *Redesigning, Visual Identity, Card game, tentangKita*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	i
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 Prinsip Desain.....	5
2.2 Identitas Visual.....	9
2.2.1 Ciri Identitas Visual.....	9
2.2.2 Logo.....	10
2.3 Brand	11
2.3.1 Branding	11
2.3.2 Rebranding.....	12
2.3.3 Brand Identity	13
2.3.4 Brand Strategy	15
2.3.5 Brand Awareness.....	15

2.3.6	Brand Value	16
2.3.7	Brand Positioning	16
2.3.8	Brand Mantra	16
2.3.9	Tipografi	16
2.3.10	Psikologi Tipografi	18
2.4	Layout dan Grid.....	20
2.4.1	Anatomi Grid	20
2.5	Tagline.....	21
2.6	Graphic Standard Manual.....	22
2.7	Collateral	22
2.8	tentangKita	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		25
3.1	Metodologi Penelitian	25
3.1.1	Metode Kualitatif.....	25
3.1.2	Metode Kuantitatif.....	43
3.2	Metodologi Perancangan	56
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....		58
4.1	Strategi Perancangan	58
4.1.1	Conducting Research.....	58
4.1.2	Clarifying Strategy.....	64
4.1.3	Designing Identity	68
4.1.4	Creating Touchpoint.....	76
4.1.5	Managing Assets.....	88
4.1.6	Bimbingan Spesialis	90
4.2	Analisis Perancangan.....	92
4.2.1	Analisis Beta Test.....	92
4.2.2	Analisis Logo.....	97
4.2.3	Analisis Warna.....	99
4.2.4	Analisis Tipografi	100
4.2.5	Analisis Stationary.....	101
4.2.6	Analisis Packaging.....	104

4.2.7 Uniform.....	109
4.2.8 Signage	109
4.2.9 GSM.....	110
4.3 Budgeting	111
BAB V PENUTUP.....	113
5.1 Simpulan.....	113
5.2 Saran	114
DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
LAMPIRAN.....	xiii

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 SWOT tentangKita.....	39
Tabel 3. 2 SWOT Dearpapamama.co	41
Tabel 3. 3 SWOT Vinct.Stuff	42
Tabel 4. 1 Perbandingan tentangKita dengan Kompetitor	63
Tabel 4. 2 <i>Brand Brief</i>	65
Tabel 4. 3 Budgeting.....	111



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 16 Komposisi.....	5
Gambar 2. 17 Proporsi	6
Gambar 2. 18 Keseimbangan	6
Gambar 2. 19 Simetris, Asimetris, Radial.....	7
Gambar 2. 20 Irama.....	7
Gambar 2. 21 Kesatuan.....	8
Gambar 2. 22 Hamony	8
Gambar 2. 23 Rebranding	12
Gambar 2. 24 Type Measurement.....	17
Gambar 2. 25 Type Anatomy.....	17
Gambar 2. 26 Brand Dengan Logo Serif	18
Gambar 2. 27 Brand Dengan Logo Slab Serif	18
Gambar 2. 28 Brand Dengan Logo Sans Serif.....	19
Gambar 2. 29 Brand Dengan Logo Script.....	19
Gambar 2. 30 Brand Dengan Logo Display/Decoractive	19
Gambar 2. 31 Contoh Graphic Standrad Manual.....	22
Gambar 2. 32 Clara Vania L. (Kiri) dan Syelin L. Naba (Kanan).....	23
Gambar 2. 33 Kartu tentangKita	24
Gambar 3. 1 Wawancara Dengan Clara Vania L,.....	26
Gambar 3. 2 Wawancara Dengan Syelin L. Naba	28
Gambar 3. 3 Wawancara Dengan Ahli Branding Clairine Bryna.....	29
Gambar 3. 4 Wawancara Dengan Audiens tentangKita.....	32
Gambar 3. 5 Kunjungan Ke Kantor tentangKita.....	33
Gambar 3. 6 Kantor Depan tentangKita.....	34
Gambar 3. 7 Pemberitahuan Di Depan Pintu Tentangkita.....	34
Gambar 3. 8 Kartu Edisi Pasangan Dan Perspektif.....	35
Gambar 3. 9 Stiker Sleeve tentangKita	35
Gambar 3. 10 Stampel Dan Box Packing.....	36
Gambar 3. 11 Kartu Sambutan tentangKita	37

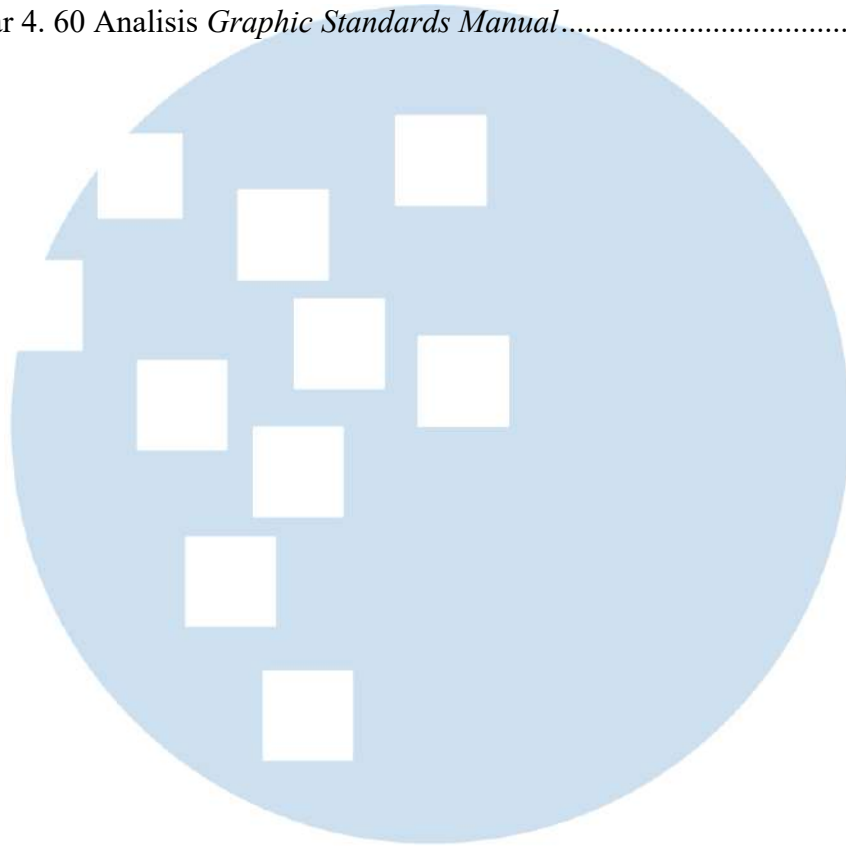
Gambar 3. 12 Halaman depan website tentangKita	37
Gambar 3. 13 Uniform tentangKita	38
Gambar 3. 14 Logo tentangKita.....	39
Gambar 3. 15 Logo DearPapaMama.co.....	41
Gambar 3. 16 Logo Vinct.stuf.....	42
Gambar 3. 17 Hasil Kuisisioner Pernah Mendengar Tentang Brand ”tentangKita”	44
Gambar 3. 18 Hasil Kuisisioner Identifikasi Visual Identity.....	45
Gambar 3. 19 Hasil Kuisisioner Responden Yang Mengenal tentangKita.....	45
Gambar 3. 20 Hasil Kuisisioner Kesan Terhadap Visual Identity “tentangKita” ...	46
Gambar 3. 21 Hasil Kuisisioner Persepsi Responden Setelah Mengenal ”tentangKita”.....	46
Gambar 3. 22 Hasil Kuisisioner Pengaruh Visual Identity “tentangKita” Terhadap Keputusan Membeli	47
Gambar 3. 23 Hasil Kuisisioner Pentingnya Visual Identity “tentangKita” Untuk Memperkuat Brand Awareness	47
Gambar 3. 24 Hasil Kuisisioner Kelemahan Dari Logo Yang Saat Ini Digunakan Oleh tentangKita	48
Gambar 3. 25 Hasil Kuisisioner Yang Harus Terwakili Dalam Visual Identity tentangKita	48
Gambar 3. 26 Hasil Kuisisioner Kekurangan Dari Visual Identity tentangKita Sebagai Brand Card Game	49
Gambar 3. 27 Hasil Kuisisioner Logo Tentangkita Memberikan Informasi Produk/Jasa	49
Gambar 3. 28 Hasil Kuisisioner Elemen Visual Pada tentangKita.....	50
Gambar 3. 29 Hasil Kuisisioner Logo Tentangkita Mencerminkan Elemen-elemen	51
Gambar 3. 30 Hasil Kuisisioner Logo tentangkita Menggambarkan Produk <i>Card Game</i>	51
Gambar 3. 31 Hasil Kuisisioner Logo Menyoroti Unsur-Unsur Penting.....	52
Gambar 3. 32 Hasil Kuisisioner Logo tentangkita Menarik Konsumen.....	52
Gambar 3. 33 Hasil Kuisisioner Logo tentangkita Kurang Memberikan Informasi Produk/Jasa	53
Gambar 3. 34 Hasil Kuisisioner Yang Harus Ditambah Atau Diubah Pada Logo .	54

Gambar 3. 35 Hasil Kuesioner Apa Yang Harus Diubah Dari Logo tentangkita .	54
Gambar 3. 36 Hasil Kuesioner Logo Memberikan Keyakinan.....	55
Gambar 3. 37 Hasil Kuesioner Pentingnya Identitas Visual.....	56
Gambar 4. 1 Persona tentangKita.....	59
Gambar 4. 2 Mindmap tentangKita.....	66
Gambar 4. 3 Opsi Tagline tentangKita	68
Gambar 4. 4 Moodboard Logo tentangKita	69
Gambar 4. 5 Color Palette tentangKita	70
Gambar 4. 6 Font <i>More Sugar</i>	72
Gambar 4. 7 Sketsa <i>Brand Mantra</i>	72
Gambar 4. 8 <i>Brand Mantra</i>	72
Gambar 4. 9 Sketsa Logo tentangKita	73
Gambar 4. 10 Digitalisasi 1.....	73
Gambar 4. 11 Digitalisasi 2.....	74
Gambar 4. 12 Opsi Penempatan Tagline Di Logo	75
Gambar 4. 13 Supergrafik tentangKita	76
Gambar 4. 14 Perancangan <i>Card Name</i>	77
Gambar 4. 15 Mockup <i>Card Name</i>	77
Gambar 4. 16 Perancangan <i>Id Card dan Lanyard</i>	78
Gambar 4. 17 Mockup <i>Id Card & Lanyard</i>	79
Gambar 4. 18 Stampel.....	79
Gambar 4. 19 Perancangan Layout Product Packaging Box	80
Gambar 4. 20 Mockup Product Packaging Box.....	81
Gambar 4. 21 Perancangan <i>Card Game</i>	81
Gambar 4. 22 Mockup <i>Card Game</i>	82
Gambar 4. 23 Box Packing	83
Gambar 4. 24 Perancangan <i>Shopping Bag</i>	84
Gambar 4. 25 Mockup Shopping Bag.....	84
Gambar 4. 26 Stiker <i>Sleeve</i>	85
Gambar 4. 27 <i>Uniform</i>	86
Gambar 4. 28 Signage Secondary & Primary	87

Gambar 4. 29 Kateren GSM.....	88
Gambar 4. 30 Grid GSM.....	89
Gambar 4. 31 Layout Grid Pada Halaman GSM	90
Gambar 4. 32 Mockup GSM.....	90
Gambar 4. 33 Bimbingan Spesialis Dengan Pak Tolentino, S.DS.,M.M.	91
Gambar 4. 34 Revisi Warna Logo.....	91
Gambar 4. 35 Opsi Warna Logo	92
Gambar 4. 36 Hasil <i>Beta Test</i> Umur Dan Status Hubungan.....	93
Gambar 4. 37 Hasil <i>Beta Test</i> Elemen Pada Logo Memberikan Kejelasan.....	94
Gambar 4. 38 Hasil <i>Beta Test</i> Logo Dan Media Telah Mencerminkan Dan Menyoroti Elemen Dan Unsur-Unsur Permainan Kartu.....	94
Gambar 4. 39 Hasil <i>Beta Test</i> Mudah Mengidentifikasi Logo Baru Tentangkita	95
Gambar 4. 40 Hasil Beta Test Pemilihan Warna Logo.....	95
Gambar 4. 41 Hasil Beta Test Typeface Yang Fun Dan Mudah Dibaca	96
Gambar 4. 42 Hasil Beta Test Elemen Visual Sudah Konsisten.....	96
Gambar 4. 43 Hasil Beta Test GSM Sudah Baik Menjelaskan Identitas Visual ..	97
Gambar 4. 44 Hasil Beta Test Kritik Dan Saran.....	97
Gambar 4. 45 Analisis Logo tentangKita.....	98
Gambar 4. 46 <i>Logo Format</i>	99
Gambar 4. 47 Analisis Color Palette.....	99
Gambar 4. 48 Analisis <i>Typeface More Sugar</i>	100
Gambar 4. 49 Analisis <i>Typeface Montserrat</i>	101
Gambar 4. 50 Analisis <i>Cardname</i>	102
Gambar 4. 51 Analisis <i>Id Card & Lanyard</i>	103
Gambar 4. 52 Analisis Stempel.....	104
Gambar 4. 53 Analisis Product Packaging Design	105
Gambar 4. 54 Analisis <i>Card Game</i>	106
Gambar 4. 55 Analisis <i>Box Packing</i>	107
Gambar 4. 56 Analisis <i>Shopping Bag</i>	108
Gambar 4. 57 Analisis Stiker <i>Sleeve</i>	108
Gambar 4. 58 Analisis <i>Uniform</i>	109

Gambar 4. 59 Analisis *Signage*..... 110

Gambar 4. 60 Analisis *Graphic Standards Manual*..... 111



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar Bimbingan	xiii
Lampiran B Transkrip Wawancara Clara Vania.....	xiii
Lampiran C Transkrip Wawancara Syelin L. Naba	xv
Lampiran D Kuesioner 1	xvii
Lampiran E Kuesioner 2	xiii
Lampiran F Wawancara audience tentangKita	xiii
Lampiran G Turnitin	xiv
Lampiran H Wawancara Ahli Branding	xvi
Lampiran I <i>Beta Test</i>	xvii

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA