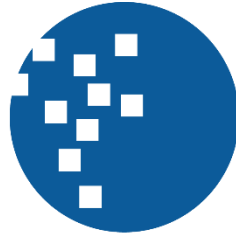


PERANCANGAN ULANG *BRAND IDENTITY*

BADAN NARKOTIKA NASIONAL



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Natasza Ramadhani

0000050698

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

PERANCANGAN ULANG *BRAND IDENTITY*

BADAN NARKOTIKA NASIONAL



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Natasza Ramadhani

0000050698

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Natasza Ramadhani
Nomor Induk Mahasiswa : 00000050698
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN ULANG *BRAND IDENTITY* BADAN NARKOTIKA NASIONAL

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, 22 Desember 2023



Natasza Ramadhani

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
PERANCANGAN ULANG *BRAND IDENTITY*
BADAN NARKOTIKA NASIONAL

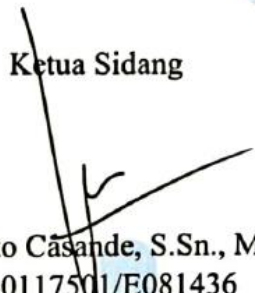
Oleh

Nama : Natasza Ramadhani
NIM : 00000050698
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain


Telah diujikan pada hari Rabu, 3 Januari 2024
Pukul 15.15 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.


Ketua Sidang


Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.
0330117501/E081436


Penguji


Harry Motes, S.Ds., M.M.
0306078902/L00790

Pembimbing


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/E042750

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yoliandd, 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 : Natasza Ramadhani
NIM : 00000050698
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 *BRAND IDENTITY*

BADAN NARKOTIKA NASIONAL

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, 22 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Natasza Ramadhani)

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 laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang *Brand Identity* Badan Narkotika Nasional” ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak lainnya. Perancangan ini dibuat penulis karena kekhawatiran penulis akan masalah narkotika di Indonesia dan penulis berharap perancangan ini dapat sedikit membantu BNN dalam mendapatkan peran serta masyarakat.

Penulis juga 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. Adhreza Brahma, M.Ds., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Gideon K.F.H Hutapea, S.T., M.Ds., sebagai Pembimbing Spesialis yang memberikan saran dan arahan atas perancangan tugas akhir ini.
6. Brigadir Jenderal Sulistyio Pudjo Hartomo, S.I.K., M.Si. selaku Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Protokol BNN RI, sebagai narasumber yang telah bersedia menjadi narasumber untuk tugas akhir ini.
7. Ibu tersayang yang tanpa lelah selalu mendengar keluh kesah, menasehati, dan mendukung penulis, baik secara material maupun moral, sehingga penulis semangat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Keluarga penulis lainnya yang telah memberikan dukungan mental sepanjang penulisan tugas akhir ini.

9. Kayyisa Fatimah dan Abigail Nathania, sebagai sahabat dekat penulis yang saling membantu, menyemangati, dan berjuang untuk menyelesaikan tugas akhir bersama.
10. Diri penulis sendiri yang mampu berusaha secara maksimal dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memperluas wawasan penulis dan dapat dijadikan sumber referensi bagi orang lain yang juga ingin melakukan perancangan ulang terutama pada lembaga pemerintahan. Semoga BNN juga dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi dan pertimbangan untuk masa yang akan datang.

Tangerang, 22 Desember 2023



(Natasza Ramadhani)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN ULANG *BRAND IDENTITY*

BADAN NARKOTIKA NASIONAL

(Natasza Ramadhani)

ABSTRAK

Badan Narkotika Nasional (BNN) merupakan lembaga pemerintahan non kementerian (LPNK) yang bertugas mengatasi masalah penyalahgunaan narkotika di Indonesia. Dalam menjalankan tanggung jawabnya, BNN kerap melakukan sosialisasi dan penyuluhan di wilayah-wilayah berbeda agar masyarakat bisa sadar dan ikut bekerja sama dalam memberantas narkotika. Namun, lembaga ini sulit mendapatkan peran serta masyarakat karena persepsi yang tidak sesuai dengan citra yang ingin disampaikan BNN. Selain itu, sejumlah masyarakat juga kurang memahami tugas lembaga ini dan mengaku jarang melihat logo BNN. Alina Wheeler menyatakan bahwa identitas *brand* dapat menjadikan merek mudah diingat, memperkuat diferensiasi, dan mendorong masyarakat mengenali suatu ide dan makna dari sebuah *brand*. Identitas yang baik juga dapat mewujudkan dan memajukan suatu lembaga dengan mendukung persepsi yang mereka inginkan. Oleh karena itu, dilakukan perancangan ulang *brand identity* BNN dengan lima tahapan perancangan menurut Wheeler, yaitu *conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, dan managing assets*. Penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, studi referensi, dan kuesioner dalam memperoleh informasi.

Kata kunci: *Brand Identity*, BNN, Persepsi

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**REDESIGNING BRAND IDENTITY FOR NATIONAL
NARCOTICS BOARD OF THE REPUBLIC OF INDONESIA**

(Natasza Ramadhani)

ABSTRACT (English)

The National Narcotics Board of the Republic of Indonesia (BNN) is a non-ministerial government institution tasked with handling problems related to narcotics in Indonesia. To carry out its responsibilities, this institution often does community outreach and educative campaigns in different areas to increase public awareness and cooperation to combat the use of illicit drugs. However, it is difficult for this institution to get participation because the public's perception of BNN do not match the image that this institution wants to convey. Apart from that, a number of people also do not understand the duties of this institution and admit that they rarely see the institution's logo. Alina Wheeler stated that brand identity can make a brand easy to remember, strengthen differentiation, and encourage people to recognize the idea and meaning of a brand. A good identity can also create and advance an institution by supporting the perception they intended to have. Therefore, the BNN brand identity will get a redesign using five design stages according to Wheeler, which include conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints and managing assets. This research uses an interview, observation, reference studies, and questionnaires as a method to obtain information.

Keywords: *Brand Identity, National Narcotucs Board, Perception*

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1. Target Audiens Primer.....	3
2. Target Audiens Sekunder	5
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	6
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Desain Komunikasi Visual.....	7
2.1.1 Elemen Formal Desain	7
2.1.2 Prinsip Desain	10
2.1.3 <i>Typeface</i>	15
2.1.4 Warna	18
2.1.5 <i>Grid</i>	22
2.2 <i>Brand</i>	24
2.2.1 <i>Branding</i>	25
2.2.2 <i>Brand Values</i>	25
2.2.3 <i>Brand Identity</i>	26
2.2.4 <i>Brand Architecture</i>	26
2.2.5 <i>Brand Equity</i>	27

2.2.6	<i>Brandmarks</i>	27
2.2.7	<i>Tagline</i>	31
2.2.8	Media Aplikasi Identitas <i>Brand</i>	32
2.2.9	<i>Brand Guidelines</i>	39
2.3	Lembaga Pemerintah Non Kementerian.....	40
2.3.1	Badan Narkotika Nasional.....	41
2.3.2	Tugas dan Fungsi BNN	41
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	45
3.1	Metodologi Penelitian.....	45
3.1.1	Metode Kualitatif.....	45
3.1.2	Metode Kuantitatif	63
3.2	Metodologi Perancangan	67
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	69
4.1	Strategi Perancangan	69
4.1.1	<i>Conducting Research</i>	69
4.1.2	<i>Clarifying Strategy</i>	69
4.1.3	<i>Designing Identity</i>	72
4.1.4	<i>Creating Touchpoints</i>	91
4.1.5	<i>Managing Assets</i>	117
4.2	Analisis Perancangan	121
4.2.1	Analisis Logo	121
4.2.2	Analisis <i>Touchpoints</i>	126
4.2.3	Analisis Buku Panduan Identitas Grafis	144
4.3	<i>Budgeting</i>	146
BAB V	PENUTUP	148
5.1	Simpulan.....	148
5.2	Saran.....	149
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN	xx

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT BNN RI.....	54
Tabel 3.2 Tingkat Pendidikan Responden	64
Tabel 3.3 Pengetahuan dan Tingkat Kepercayaan Responden pada BNN	54
Tabel 3.4 Persepsi Responden mengenai Citra BNN.....	54
Tabel 3.5 <i>Brand Recognition</i> dan Kesesuaian Logo BNN	66
Tabel 4.1 Anggaran Perancangan	146



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Penggunaan Garis dalam Logo	8
Gambar 2.2 <i>Figure</i> dan <i>Ground</i> dalam Logo	9
Gambar 2.3 Warna dalam Logo	9
Gambar 2.4 Tekstur pada Logo.....	10
Gambar 2.5 Berbagai Format Logo	11
Gambar 2.6 Logo dengan Keseimbangan Simetris.....	12
Gambar 2.7 <i>Emphasis</i> pada Logo	13
Gambar 2.8 Ritme pada Logo	14
Gambar 2.9 Kesatuan Visual pada <i>Brand Guidelines</i>	14
Gambar 2.10 Anatomi Huruf	16
Gambar 2.11 Klasifikasi Huruf	17
Gambar 2.12 Temperatur Warna.....	18
Gambar 2.13 <i>Color Wheel</i>	19
Gambar 2.14 Kombinasi Fundamental Warna.....	20
Gambar 2.15 <i>Single-Column Grid</i>	23
Gambar 2.16 <i>Multi-Column Grids</i>	23
Gambar 2.17 <i>Modular Grids</i>	24
Gambar 2.18 Contoh <i>Brand Architecture</i>	27
Gambar 2.19 Contoh Logo <i>Wordmarks</i>	28
Gambar 2.20 Contoh Logo <i>Letterforms</i>	29
Gambar 2.21 Contoh <i>Pictorial Marks</i>	29
Gambar 2.22 Contoh <i>Abstract Marks</i>	30
Gambar 2.23 Contoh <i>Emblems</i>	30
Gambar 2.24 Contoh <i>Dynamic Marks</i>	31
Gambar 2.25 Contoh <i>Tagline</i>	31
Gambar 2.26 Contoh Strategi Konten.....	32
Gambar 2.27 Contoh <i>Website</i>	33
Gambar 2.28 Contoh <i>Collateral</i>	33
Gambar 2.29 Contoh Alat Tulis	34
Gambar 2.30 Contoh <i>Signage</i>	34
Gambar 2.31 Contoh Desain Produk	35
Gambar 2.32 Contoh Desain Kemasan	35
Gambar 2.33 Contoh Iklan.....	36
Gambar 2.34 Contoh <i>Placemaking</i>	36
Gambar 2.35 Contoh Iklan pada Kendaraan.....	37
Gambar 2.36 Contoh Seragam <i>Brand</i>	38
Gambar 2.37 Contoh <i>Ephemera</i>	38

Gambar 2.38 Contoh <i>Brand Guidelines</i>	39
Gambar 3.1 Wawancara dengan Kepala Biro Humas dan Protokol BNN RI.....	47
Gambar 3.2 Logo BNN RI.....	50
Gambar 3.3 Fasilitas di BNN RI.....	51
Gambar 3.4 <i>Signage</i> di BNN RI	51
Gambar 3.5 Media Informasi di BNN RI	52
Gambar 3.6 Buku Terbitan BNN RI	52
Gambar 3.7 <i>User Interface</i> Aplikasi Glam	53
Gambar 3.8 Brosur di Perpustakaan BNN RI	54
Gambar 3.9 Logo BRIN	55
Gambar 3.10 GSM Logo BRIN	56
Gambar 3.11 Logo BKKBN	58
Gambar 3.12 Buku Panduan Identitas BKKBN.....	59
Gambar 3.13 Logo CCSA	60
Gambar 3.14 Konten Media Sosial CCSA.....	61
Gambar 3.15 Sampul <i>e-Book</i> CCSA.....	62
Gambar 3.16 Alasan Responden mengenai Kesesuaian Citra Logo BNN	66
Gambar 4.1 <i>Mind Map</i> BNN.....	70
Gambar 4.2 Alternatif <i>Stylescape</i>	74
Gambar 4.3 <i>Stylescape</i> Perancangan.....	74
Gambar 4.4 Sketsa Logo	75
Gambar 4.5 Alternatif <i>Wordmark</i>	76
Gambar 4.6 Finalisasi Logo BNN RI.....	76
Gambar 4.7 Empat Pilar Kokoh	77
Gambar 4.8 Tangga ke Atas.....	78
Gambar 4.9 Gerbang Terbuka.....	78
Gambar 4.10 Logo Primer BNN RI.....	79
Gambar 4.11 Logo Sekunder BNN RI.....	79
Gambar 4.12 Logo <i>Submark</i> BNN RI.....	80
Gambar 4.13 <i>Grid</i> pada Logo BNN RI.....	80
Gambar 4.14 Logo BNNP.....	81
Gambar 4.15 Identitas Kegiatan BNN	81
Gambar 4.16 Sketsa Ikon Satuan Kerja BNN RI.....	82
Gambar 4.17 Ikon Satuan Kerja BNN RI	83
Gambar 4.18 Sistem Warna BNN RI.....	84
Gambar 4.19 Sistem Tipografi BNN RI	85
Gambar 4.20 Elemen Grafis BNN RI.....	86
Gambar 4.21 Contoh Penggunaan Elemen Grafis	86
Gambar 4.22 Alternatif Supergrafis	87
Gambar 4.23 Supergrafis BNN RI.....	88

Gambar 4.24 Perancangan Supergrafis BNN RI.....	89
Gambar 4.25 Contoh Penggunaan Supergrafis BNN RI.....	90
Gambar 4.26 Contoh Fotografi BNN RI.....	90
Gambar 4.27 Pengaturan Fotografi BNN RI.....	91
Gambar 4.28 Proses Perancangan <i>Post</i> Instagram BNN RI	92
Gambar 4.29 Proses Perancangan <i>Story</i> Instagram BNN RI	93
Gambar 4.30 Proses Perancangan <i>Slide</i> Presentasi BNN RI	94
Gambar 4.31 Referensi dan <i>Low Fidelity Website</i> BNN RI	95
Gambar 4.32 <i>Landing Page Website</i> BNN RI	96
Gambar 4.33 Proses Perancangan Kartu Nama	97
Gambar 4.34 Proses Perancangan Kop Surat.....	98
Gambar 4.35 Proses Perancangan Amplop DL.....	99
Gambar 4.36 Proses Perancangan Amplop C4	100
Gambar 4.37 Proses Perancangan Folder.....	101
Gambar 4.38 Cap Stempel BNN RI.....	102
Gambar 4.39 Proses Perancangan Kartu ID.....	103
Gambar 4.40 Proses Perancangan Kartu Pengunjung.....	104
Gambar 4.41 Proses Perancangan Buku Catatam	105
Gambar 4.42 Proses Perancangan <i>Directional</i> dan <i>Regulatory Signage</i>	106
Gambar 4.43 Proses Perancangan <i>Identification Signage</i>	107
Gambar 4.44 Proses Perancangan Poster BNN RI.....	108
Gambar 4.45 Proses Perancangan <i>Banner</i> BNN RI.....	110
Gambar 4.46 Proses Perancangan <i>Backdrop</i> BNN RI.....	111
Gambar 4.47 Proses Perancangan Kendaraan BNN RI	112
Gambar 4.48 Seragam Kemeja BNN RI	113
Gambar 4.49 Seragam Kaos Berkerah BNN RI.....	113
Gambar 4.50 Proses Perancangan Pena BNN RI.....	114
Gambar 4.51 Topi dan <i>Enamel Pin</i> BNN RI	115
Gambar 4.52 Proses Perancangan Sertifikat BNN RI.....	115
Gambar 4.53 Proses Perancangan <i>Lanyard</i> BNN RI	116
Gambar 4.54 Sistem <i>Grid</i> pada Panduan Grafis Identitas	117
Gambar 4.55 Proses Tata Letak Panduan Grafis Identitas.....	118
Gambar 4.56 Halaman Pengaplikasian Media	119
Gambar 4.57 Halaman <i>Divider</i>	120
Gambar 4.58 Format Logo	121
Gambar 4.59 Variasi Penggunaan Logo	123
Gambar 4.60 Contoh Logo BNNP	124
Gambar 4.61 Contoh Identitas Kegiatan BNN RI	124
Gambar 4.62 Ikon Satuan Kerja BNN RI	125
Gambar 4.63 Tampilan <i>Post</i> Instagram BNN RI.....	126

Gambar 4.64 Tampilan <i>Story</i> Instagram BNN RI.....	127
Gambar 4.65 Tampilan <i>Slide</i> Presentasi BNN RI.....	128
Gambar 4.66 Tampilan <i>Website</i> BNN RI	129
Gambar 4.67 Tampilan Kartu Nama BNN RI	130
Gambar 4.68 Tampilan Kop Surat BNN RI.....	131
Gambar 4.69 Tampilan Amplop DL BNN RI.....	132
Gambar 4.70 Tampilan Amplop C4 BNN RI	133
Gambar 4.71 Tampilan Folder BNN RI.....	134
Gambar 4.72 Tampilan Kartu ID BNN RI.....	135
Gambar 4.73 Tampilan Kartu Pengunjung BNN RI.....	136
Gambar 4.74 Tampilan Buku Catatan BNN RI	137
Gambar 4.75 Tampilan Seragam dan Cap Stempel BNN RI.....	138
Gambar 4.76 Tampilan <i>Signage</i> BNN RI	139
Gambar 4.77 Tampilan Poster dan <i>Banner</i> RI.....	140
Gambar 4.78 Tampilan <i>Backdrop</i> BNN RI.....	141
Gambar 4.79 Tampilan Kendaraan BNN RI.....	142
Gambar 4.80 <i>Ephemera</i> BNN RI.....	143
Gambar 4.81 Tampilan Isi Panduan Grafis Identitas BNN RI.....	144
Gambar 4.82 Tampilan <i>Divider</i> Panduan Grafis Identitas BNN RI	145

UMMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar Bimbingan	xx
Lampiran B Hasil Kuesioner.....	xx
Lampiran C Hasil Kuesioner <i>Beta Test</i>	xxxix
Lampiran D Transkrip Wawancara.....	xxi
Lampiran E Hasil Turnitin	xx



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA