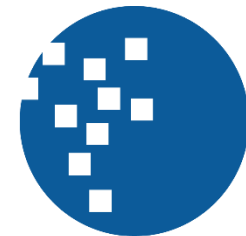


PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

LITTLE AMSTERDAM



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

RACHEL VICTORIA

00000053433

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI & DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

LITTLE AMSTERDAM



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

RACHEL VICTORIA

00000053433

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI & DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rachel Victoria
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053433
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION* LITTLE AMSTERDAM

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 9 Juni 2025



(Rachel Victoria)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*
LITTLE AMSTERDAM

Oleh

Nama Lengkap : Rachel Victoria
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053433
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 16 Juni 2025
Pukul 09.45 s.d. 10.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

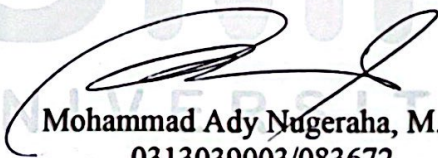
Ketua Sidang


Mariska Legia, S.Ds., M.B.A.
0330118701/083675

Penguji


Dr. Ratna Cahaya, S.Sos., M.Ds.
0324087506/023899

Pembimbing


Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.
0313039003/083672

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rachel Victoria
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053433
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN *BRAND*
REJUVENATION LITTLE AMSTERDAM

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/ Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/ konferensi nasional/ internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 16 Juni 2025



(Rachel Victoria)

* Pilih salah satu

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

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan *Brand Rejuvenation* Little Amsterdam”.

Bersama ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, 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. Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Renny Soeta, selaku pemilik dari Little Amsterdam yang telah bersedia menjadi narasumber untuk membantu proses pencarian data.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan dan juga pengetahuan dibidang terkait. Penulis berharap bahwa penelitian tugas akhir ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi pembaca baik dari kalangan akademis ataupun praktisi yang tertarik pada topik yang dibahas. Selain itu, penulis juga menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, sehingga dengan penuh keterbukaan menerima segala bentuk saran dan masukan yang diberikan.

Tangerang, 16 Juni 2025



(Rachel Victoria)

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

LITTLE AMSTERDAM

(Rachel Victoria)

ABSTRAK

Makanan Belanda telah memberikan dampak yang signifikan di Indonesia, terutama karena sejarah kolonial antara kedua negara. Salah satu *brand* yang bergerak di bidang *snack* khas Belanda adalah Little Amsterdam. Little Amsterdam didirikan pada tahun 2022 yang menawarkan beragam produk makanan ringan khas Belanda yang memiliki rasa autentik. Meskipun Little Amsterdam memiliki keunikan dalam produknya, merek ini belum memiliki desain yang kuat pada medianya. Desain pada media yang dimiliki seperti logo, menu, *packaging*, desain media sosial, belum mencerminkan nilai yang dimiliki oleh merek. Penelitian ini memiliki tujuan untuk merancang *brand rejuvenation* Little Amsterdam dengan fokus pada pembaharuan visual dan peningkatan kesadaran merek agar dapat memperkuat merek, menarik pelanggan, dan dapat bersaing di pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan wawancara bersama pemilik bisnis, konsumen, target pasar, dan ahli *branding*. Penulis juga membagikan kuesioner untuk memvalidasi pandangan dan persepsi target market. Hasil dari pengumpulan data menunjukkan bahwa desain pada media yang dimiliki Little Amsterdam masih kurang menunjukkan keunikan dari produk yang ditawarkan sehingga dibutuhkan *brand rejuvenation*. *Brand rejuvenation* yang dirancang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek dan menonjolkan nilai yang dimiliki Little Amsterdam.

Kata kunci: Little Amsterdam, *Snack* Belanda, *Brand Rejuvenation*

BRAND REJUVENATION DESIGN FOR LITTLE AMSTERDAM

(Rachel Victoria)

ABSTRACT (English)

Dutch food has had a significant impact in Indonesia, especially due to the colonial history between the two countries. One brand that operates in the Dutch snack sector is Little Amsterdam. Little Amsterdam was founded in 2022, offering a variety of authentic Dutch snack products. Although Little Amsterdam has unique products, this brand does not yet have a strong design on its media. The design on the media owned such as logos, menus, packaging, social media designs, do not yet reflect the values owned by the brand. This study aims to design a Little Amsterdam brand rejuvenation with a focus on visual renewal and increasing brand awareness in order to strengthen the brand, attract customers, and be able to compete in the market. The research method used is a qualitative method, with interviews with business owners, consumers, target markets, and branding experts. The author also distributed questionnaires to validate the views and perceptions of the target market. The results of data collection show that the design on the media owned by Little Amsterdam still does not show the uniqueness of the products offered, so brand rejuvenation is needed. The designed brand rejuvenation is expected to increase brand awareness and highlight the values owned by Little Amsterdam.

Keywords: *Little Amsterdam, Dutch Snacks, Brand Rejuvenation*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 <i>Brand</i>	5
2.2 <i>Brand Identity</i>	6
2.3 <i>Brand Rejuvenation</i>	10
2.4 Elemen dan Prinsip Desain	10
2.4.1 Elemen Desain	10
2.4.2 Prinsip Desain.....	15
2.5 Kuliner Belanda	17
2.6 <i>Branding</i> dalam Dunia <i>Food & Beverage</i>	17
2.7 Penelitian yang Relevan.....	19
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	22
3.1 Subjek Perancangan	22
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	23
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	25

3.3.1 Observasi.....	25
3.3.2 Wawancara	25
3.3.3 Kuesioner	28
3.3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	32
4.1 Hasil Perancangan	32
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	32
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	59
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	63
4.1.4 <i>Creating Touchpoints</i>	71
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	85
4.1.6 Bimbingan Spesialis	87
4.1.7 Kesimpulan Hasil Perancangan.....	89
4.2 Pembahasan Perancangan.....	89
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	89
4.2.2 Analisis Desain Logo	92
4.2.3 Analisis Desain Supergrafis	94
4.2.4 Analisis Warna <i>Color Palette</i>	96
4.2.5 Analisis Fotografi	97
4.2.6 Analisis Desain Buku GSM	99
4.2.7 Analisis Desain <i>Signage</i>	104
4.2.8 Analisis Desain Menu.....	106
4.2.9 Analisis Desain <i>Uniform</i>	107
4.2.10 Analisis Desain <i>Packaging</i>	108
4.2.11 Analisis Desain <i>Environmental Graphic Design</i>	114
4.2.12 Analisis Desain <i>Instagram Feeds</i>	116
4.2.4 Anggaran.....	117
BAB V PENUTUP.....	119
5.1 Simpulan	119
5.2 Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	xvi

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	20
Tabel 3.1 Tabel Pertanyaan Kuesioner	28
Tabel 4.1 Analisa SWOT Goedkoop	54
Tabel 4.2 SWOT Little Amsterdam	57
Tabel 4.3 Pengamatan Identitas Merek Eksisting.....	58
Tabel 4.4 <i>Brand Brief</i>	59
Tabel 4.5 Tabel Ide dan Konsep	60
Tabel 4.6 Tabel Turunan Media Cetak & Digital	71
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Market Validation	89
Tabel 4.8 Tabel Anggaran.....	117



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Branding & Identity</i>	6
Gambar 2.2 Logo <i>Wordmark</i>	7
Gambar 2.3 Logo <i>Lettermark</i>	8
Gambar 2.4 Logo <i>Symbol Mark</i>	8
Gambar 2.5 Logo <i>Emblem</i>	8
Gambar 2.6 Garis	11
Gambar 2.7 Bentuk	11
Gambar 2.8 Roda Warna.....	12
Gambar 2.9 <i>Hue, Saturation, Value</i>	12
Gambar 2.10 Temperatur Warna.....	13
Gambar 2.11 Tipografi.....	14
Gambar 2.12 Anatomi Grid.....	14
Gambar 2.13 Fotografi Produk McDonald's	15
Gambar 2.14 <i>Branding</i> McDonald's.....	18
Gambar 2.15 <i>Branding</i> Coca-Cola.....	19
Gambar 4.1 Kios Little Amsterdam di Bintaro	33
Gambar 4.2 Kondisi Kios Little Amsterdam	33
Gambar 4.3 Menu Little Amsterdam	34
Gambar 4.4 <i>Feeds</i> Instagram Little Amsterdam	35
Gambar 4.5 <i>Signage</i> Little Amsterdam.....	35
Gambar 4.6 Menu Little Amsterdam	36
Gambar 4.7 Kios Little Amsterdam di SCBD	36
Gambar 4.8 Wawancara dengan Renny dan Raymond.....	38
Gambar 4.9 Wawancara dengan Konsumen 1	40
Gambar 4.10 Wawancara dengan Konsumen 2	41
Gambar 4.11 Wawancara dengan Konsumen 3	42
Gambar 4.12 Wawancara dengan Target Market 1	43
Gambar 4.13 Wawancara dengan Target Market 2	44
Gambar 4.14 Data Usia Responden	44
Gambar 4.15 Data Pengeluaran Responden.....	45
Gambar 4.16 Data Pengetahuan Responden	45
Gambar 4.17 Data Responden Pengunjung	46
Gambar 4.18 Data Pengaruh Identitas Visual dalam Minat Membeli	46
Gambar 4.19 Data Persepsi Responden Mengenai Logo.....	47
Gambar 4.20 Data Persepsi Logo Little Amsterdam	48
Gambar 4.21 Data Persepsi Responden Mengenai Menu.....	48
Gambar 4.22 Data Persepsi Responden Mengenai <i>Packaging</i>	49
Gambar 4.23 Data Persepsi Responden Mengenai <i>Feeds</i> Instagram.....	49
Gambar 4.24 Data Persepsi Responden Mengenai Tempat Makan.....	50
Gambar 4.25 Data Persepsi Responden Mengenai Jenis Restoran	50

Gambar 4.26 Data Responden Mengenai Anggaran.....	51
Gambar 4.27 Logo Pofferjoy	52
Gambar 4.28 Logo Ams&Dam.....	53
Gambar 4.29 Logo Goedkoop.....	54
Gambar 4.30 Media Sosial Goedkoop	55
Gambar 4.31 <i>Signage</i> Goedkoop	55
Gambar 4.32 Buku Menu Goedkoop	56
Gambar 4.33 <i>Packaging</i> Goedkoop	56
Gambar 4.34 <i>Moodboard</i>	64
Gambar 4.35 <i>Key Visual</i>	64
Gambar 4.36 Sketsa Logo	65
Gambar 4.37 Sketsa Alternatif Logo	65
Gambar 4.38 Logo Primer Final	66
Gambar 4.39 Logo Sekunder Final	67
Gambar 4.40 <i>Color Palette & Typeface</i>	67
Gambar 4.41 <i>Moodboard</i> Supergrafis.....	68
Gambar 4.42 Sketsa Alternatif Supergrafis	68
Gambar 4.43 Finalisasi Supergrafis	69
Gambar 4.44 Aset Pendukung.....	69
Gambar 4.45 Treatment Fotografi Produk <i>Close Up</i>	70
Gambar 4.46 Treatment Fotografi Produk <i>Tabletop</i>	70
Gambar 4.47 Tahapan Perancangan <i>Store Banner</i>	72
Gambar 4.48 Sketsa <i>Store Front Design</i>	73
Gambar 4.49 Tahapan Perancangan <i>Store Front Design</i>	73
Gambar 4.50 Tahapan Perancangan <i>Light Box</i>	74
Gambar 4.51 Sketsa <i>Door Sign</i>	75
Gambar 4.52 Tahapan Perancangan <i>Door Sign</i>	75
Gambar 4.53 Tahapan Perancangan Menu	76
Gambar 4.54 Tahapan Perancangan <i>Paper Tray</i>	77
Gambar 4.55 Tahapan Perancangan <i>Paper Cup</i>	77
Gambar 4.56 Tahapan Perancangan <i>Paper Cone</i>	78
Gambar 4.57 Tahapan Perancangan <i>Paper Wrap</i>	79
Gambar 4.58 Tahapan Perancangan <i>Box Sleeve</i>	79
Gambar 4.59 Tahapan Perancangan <i>Paper Bag</i>	80
Gambar 4.60 Tahapan Perancangan <i>Apron</i>	81
Gambar 4.61 Tahapan Perancangan <i>Name Pin</i>	82
Gambar 4.62 Tahapan Perancangan <i>Store Poster</i>	82
Gambar 4.63 Tahapan Perancangan <i>Table Cloth</i>	83
Gambar 4.64 Tahapan Perancangan <i>Store Awning</i>	84
Gambar 4.65 Tahapan Perancangan <i>Instagram Feeds</i>	84
Gambar 4.66 <i>Grid System</i> Buku <i>GSM</i>	85
Gambar 4.67 Tampilan <i>Cover</i> Buku <i>GSM</i>	86
Gambar 4.68 Tampilan Halaman Daftar Isi Buku <i>GSM</i>	86

Gambar 4.69 Tampilan Halaman Buku <i>GSM</i>	87
Gambar 4.70 Hasil Revisi Bimbingan Spesialis	88
Gambar 4.71 Hasil Perbaikan Implementasi Logo	88
Gambar 4.72 Tampilan Halaman Buku <i>GSM</i>	91
Gambar 4.73 Hasil Revisi <i>Market Validation</i>	92
Gambar 4.74 Logo Primer Final	92
Gambar 4.75 <i>Grid System</i> Logo	93
Gambar 4.76 Logo Sekunder Final	94
Gambar 4.77 Hasil Supergrafis Final	94
Gambar 4.78 Contoh Penggunaan Supergrafis	95
Gambar 4.79 <i>Color Palette</i> Little Amsterdam	96
Gambar 4.80 Warna Oranye dan Bendera Belanda	96
Gambar 4.81 Fotografi Produk <i>Close-up</i>	97
Gambar 4.82 <i>Treatment</i> Fotografi <i>Close-up</i> sebagai Aset	98
Gambar 4.83 Fotografi Produk <i>Table-top</i>	98
Gambar 4.84 Fotografi <i>Making Process</i>	99
Gambar 4.85 Hasil Final Buku <i>GSM</i>	100
Gambar 4.86 Desain Buku <i>GSM</i> Bagian Pertama	101
Gambar 4.87 Desain Buku <i>GSM</i> Bagian Kedua	102
Gambar 4.88 Desain Buku <i>GSM</i> Bagian Ketiga	103
Gambar 4.89 Tampilan <i>Mockup Store Banner</i>	104
Gambar 4.90 Tampilan <i>Mockup Light Box</i>	104
Gambar 4.91 Tampilan <i>Mockup Store Front</i>	105
Gambar 4.92 Tampilan <i>Mockup Door Sign</i>	105
Gambar 4.93 Tampilan <i>Mockup Menu</i>	106
Gambar 4.94 Tampilan Desain Menu	107
Gambar 4.95 Tampilan Desain <i>Uniform</i>	108
Gambar 4.96 Tampilan <i>Mockup Paper Tray</i>	109
Gambar 4.97 Tampilan Desain <i>Paper Tray</i>	109
Gambar 4.98 Tampilan <i>Mockup Paper Cup</i>	110
Gambar 4.99 Tampilan Desain <i>Paper Cup</i>	110
Gambar 4.100 Tampilan <i>Mockup Paper Cone</i>	111
Gambar 4.101 Tampilan Desain <i>Paper Cone</i>	111
Gambar 4.102 Tampilan Desain <i>Paper Wrap</i>	112
Gambar 4.103 Tampilan <i>Mockup Box Sleeve</i>	112
Gambar 4.104 Tampilan Desain <i>Box Sleeve</i>	113
Gambar 4.105 Tampilan Desain <i>Paper Bag</i>	114
Gambar 4.106 Tampilan Desain <i>Store Poster</i>	115
Gambar 4.107 Tampilan Desain <i>Table Cloth</i>	115
Gambar 4.108 Tampilan Desain <i>Store Awning</i>	116
Gambar 4.109 Tampilan Desain <i>Instagram Feeds</i>	116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin	xvi
Lampiran B Form Bimbingan	xviii
Lampiran C Bimbingan Spesialis	xx
Lampiran D <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxi
Lampiran E <i>Non-Disclosure Statement</i>	xxii
Lampiran F Hasil Kuesioner	xxiii
Lampiran G Transkrip Wawancara	xxix
Lampiran H Hasil Kuesioner <i>Market Validation</i>	xxxix
Lampiran I Dokumentasi Proses Fotografi	xliv

