

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PNP BEAUTY



LAPORAN TUGAS AKHIR

Clement Filbert

00000055276

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PNP BEAUTY



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Clement Filbert
00000055276**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Clement Filbert

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055276

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM~~ saya yang berjudul:

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PNP BEAUTY

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, 4 Juni 2025



(Clement Filbert)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PNP BEAUTY

Oleh

Nama Lengkap : Clement Filbert
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055276
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 19 Juni 2025
Pukul 09.45 s.d. 10.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

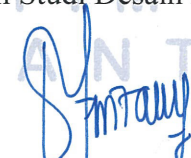
Penguji


Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.
0312096805/ 023959

Pembimbing


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

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 : Clement Filbert
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055276
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN ULANG IDENTITAS
VISUAL PNP BEAUTY

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, 4 Juni 2025



(Clement Filbert)

* 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 dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Ulang Identitas Visual PNP Beauty” ini dapat tersusun dengan baik. Dalam penulisan laporan magang ini, penulis menggunakan kemampuan dan keahlian yang dimiliki dengan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang terlibat, sehingga dapat selesai tepat waktu dengan hasil yang memuaskan. Tugas akhir ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Desain di Universitas Multimedia Nusantara.

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. Christina Flora, S.Ds., M.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Semua teman-teman yang telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi PNP Beauty untuk memperkuat visual dan menarik lebih banyak konsumen baru dan menjadi inspirasi bagi *brand local* lainnya untuk mengembangkan identitas visual yang kuat

Tangerang, 4 Juni 2025



(Clement Filbert)

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PNP BEAUTY

(Clement Filbert)

ABSTRAK

Industri kecantikan masa kini berkembang dengan pesat seiring dengan tren teknologi yang ada khususnya *beauty device*. PNP Beauty sebagai pelopor *beauty device* lokal di Indonesia hadir sejak 6 tahun lalu dan mengalami rintangan untuk mempertahankan identitas merek yang kuat setelah mengalami perubahan kepemilikan dan strategi bisnis. Pergantian nama menjadi PT Kemilau Gemilang Internasional serta pergeseran target pasar ke segmen dewasa muda dan dewasa akhir mengharuskan PNP Beauty untuk melakukan penyegaran identitas agar lebih relevan dengan target pasar yang baru. Inkonsistensi identitas visual adalah salah satu kendala utama yang membuat pengenalan merek dengan konsumen baru menjadi tidak efektif. Oleh karena itu, diperlukan perancangan rejuvinasi merek yang mencakup perancangan ulang logo, warna, tipografi, elemen visual, serta *tone of voice* yang kemudian dapat diterapkan pada media promosi dan kolateral. Penelitian ini menggunakan teori rebranding merek oleh Alina Wheeler (2017), yang mengatakan bahwa peremajaan merek dapat meningkatkan relevansi dengan pasar. Dengan pendekatan desain komunikasi visual (DKV), perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan loyalitas konsumen terhadap merek dan daya saing PNP Beauty di dunia kecantikan premium.

Kata kunci: *Rebranding*, Identitas Visual, *Beauty Device*, PNP Beauty



DESIGNING THE REBRANDING OF PNP BEAUTY

(Clement Filbert)

ABSTRACT (English)

The beauty industry is rapidly evolving alongside technological advancements, particularly in beauty devices. As a pioneer of local beauty devices in Indonesia, PNP Beauty has been in the market for six years and faces challenges in maintaining a strong brand identity following changes in ownership and business strategy. The rebranding to PT Kemilau Gemilang Internasional and the shift in target market to young and mature adults necessitate a brand refresh to align with the new audience. One of the main challenges is inconsistent visual identity, which hinders effective brand recognition among new consumers. Therefore, a brand rejuvenation design is required, covering the redesign of the logo, color palette, typography, visual elements, and tone of voice, which will be implemented across promotional and collateral materials. This study applies Alina Wheeler's Brand Rebranding Theory (2017), which states that revitalizing a brand can enhance its relevance in the market. Through a visual communication design (VCD) approach, this project aims to strengthen brand awareness, increase consumer loyalty, and enhance PNP Beauty's competitiveness in the premium beauty industry.

Keywords: *Rebranding, Visual Identity, Beauty Device, PNP Beauty*



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.....	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 <i>Brand</i>	4
2.1.1 <i>Brand Identity</i>	4
2.1.2 <i>Brand Mark</i>	4
2.1.3 <i>Rebranding</i> Merek.....	8
2.1.4 <i>Brand Guidelines</i>	8
2.1.5 <i>Collateral</i>	9
2.2 Tipografi.....	11
2.2.1 Anatomi Tipografi.....	11
2.2.2 <i>Typestyle</i>	14
2.2.3 Klasifikasi Tipografi	16
2.3 Warna.....	20
2.3.1 <i>Colour in screen</i> dan <i>in print</i>	20
2.3.2 Psikologi Warna	21

2.4 <i>Layout</i>	24
2.4.1 <i>Margin</i>	24
2.4.2 <i>Grid</i>	25
2.5 <i>Fotografi</i>	28
2.5.1 <i>Product Photoshoot</i>	29
2.5.2 <i>Portrait Beauty Photoshoot</i>	30
2.5.3 <i>Image Editing</i>	31
2.6 <i>Penelitian Yang Relevan</i>	31
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	33
3.1 <i>Subjek Perancangan</i>	33
3.2 <i>Metode dan Prosedur Perancangan</i>	35
3.3 <i>Teknik dan Prosedur Perancangan</i>	36
3.3.1 <i>Wawancara</i>	36
3.3.2 <i>Focus Group Discussion</i> dengan target pasar.....	37
3.3.3 <i>Kuesioner</i>	38
3.3.4 <i>Observasi</i>	39
3.3.5 <i>Studi Eksisting</i>	39
3.3.6 <i>Studi Referensi</i>	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	41
4.1 <i>Hasil Perancangan</i>	41
4.2 <i>Analisa Perancangan</i>	76
BAB V PENUTUP	91
5.1 <i>Simpulan</i>	91
5.2 <i>Saran</i>	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	xv

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan.....	31
Tabel 4. 1 Kerangka SWOT.....	48
Tabel 4. 2 Anggaran Media Utama.....	88
Tabel 4. 3 Anggaran Media Sekunder.....	89



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Wordmark brand</i>	5
Gambar 2.2 <i>Letterform Brand</i>	5
Gambar 2.3 <i>Pictorial Marks</i>	6
Gambar 2.4 <i>Abstract logo</i>	6
Gambar 2.5 <i>Emblems</i>	7
Gambar 2.6 <i>Dynamic Mark</i>	7
Gambar 2.7 Contoh perubahan logo merek	8
Gambar 2.8 <i>Contoh brand guidelines</i>	9
Gambar 2.9 Contoh collateral	9
Gambar 2.10 Contoh <i>Printed Collateral</i>	10
Gambar 2.11 Contoh <i>Digital Collateral</i>	11
Gambar 2.12 <i>Baseline</i>	12
Gambar 2.13 <i>Stem</i>	12
Gambar 2.14 <i>Ascender dan descender</i>	12
Gambar 2.15 <i>Uppercase dan lowercase</i>	13
Gambar 2.16 <i>X-Height</i>	13
Gambar 2.17 <i>Counter dan Spine</i>	13
Gambar 2.18 <i>Ear dan shoulder</i>	14
Gambar 2.19 <i>Serif dan sans Serif</i>	14
Gambar 2.20 <i>Logo dengan typestyle regular</i>	15
Gambar 2.21 <i>Logo dengan typestyle italic</i>	15
Gambar 2.22 <i>Logo dengan typestyle roman</i>	15
Gambar 2.23 <i>Logo dengan typestyle bold</i>	16
Gambar 2.24 <i>Old Style</i>	16
Gambar 2.25 <i>Italic</i>	17
Gambar 2.26 <i>Transitional</i>	17
Gambar 2.27 <i>Modern</i>	18
Gambar 2.28 <i>Jenis Sans Serif</i>	18
Gambar 2.29 <i>Perbedaan warna RGB dan CMYK</i>	20
Gambar 2.30 Contoh warna merah pada logo.....	21
Gambar 2.31 Contoh warna kuning pada logo.....	21
Gambar 2.32 Contoh warna biru pada logo	22
Gambar 2.33 Contoh warna hijau pada logo.....	22
Gambar 2.34 Contoh warna ungu pada logo.....	23
Gambar 2.35 Contoh warna jingga pada logo.....	23
Gambar 2.36 <i>Contoh warna hitam pada logo</i>	23
Gambar 2.37 Contoh warna putih pada logo	24
Gambar 2.38 <i>Margin</i>	25

Gambar 2.39 <i>Single column grid</i>	25
Gambar 2.40 <i>Two column grid</i>	26
Gambar 2.41 <i>Three column grid</i>	26
Gambar 2.42 <i>Multi column grid</i>	27
Gambar 2.43 <i>Five column grid</i>	27
Gambar 2.44 <i>Modular column grid</i>	28
Gambar 2.45 Segitiga eksposur.....	29
Gambar 2.46 <i>Product photoshoot</i>	30
Gambar 2.47 <i>Beauty photoshoot</i>	30
Gambar 2.48 <i>Contoh image editing</i>	31
Gambar 4.1 Wawancara dengan owner PNP, Paula Pricilia.....	42
Gambar 4.2 Proses FDG	43
Gambar 4.3 Apakah Anda pernah mendengar PNP Beauty?.....	44
Gambar 4.4 Kuesioner klasifikasi <i>brand</i> PNP Beauty	45
Gambar 4.5 Kuesioner pembelian produk PNP Beauty	45
Gambar 4.6 Berbagai macam logo PNP Beauty	46
Gambar 4.7 <i>Website</i> PNP Beauty.....	47
Gambar 4.8 Kemasan lama PNP	47
Gambar 4.9 <i>Marketplace</i> lama PNP.....	48
Gambar 4.10 Logo Medicube	50
Gambar 4.11 <i>Color palette</i> Medicube.....	50
Gambar 4.12 Kemasan Medicube	51
Gambar 4.13 <i>Website</i> Medicube	51
Gambar 4.14 <i>Mindmap</i>	52
Gambar 4.15 <i>Moodboard</i> Perancangan.....	53
Gambar 4.16 <i>Stylescape</i>	54
Gambar 4.17 Sketsa	57
Gambar 4.18 Hasil Perancangan Logo.....	58
Gambar 4.19 <i>Brand Colour</i>	59
Gambar 4.20 Variasi Warna.....	60
Gambar 4.21 <i>Typeface</i>	60
Gambar 4.22 Proses Fotografi.....	61
Gambar 4.23 Peta <i>Lighting</i>	62
Gambar 4.24 Hasil Fotografi.....	63
Gambar 4.25 Referensi Media Sosial.....	63
Gambar 4.26 Perancangan <i>Grid</i> dan Hasil Instagram <i>Story</i>	64
Gambar 4.27 Perancangan <i>Grid</i> dan Hasil Instagram <i>Feeds</i>	64
Gambar 4.28 Referensi Website	65
Gambar 4.29 Perancangan <i>Grid</i> dan Hasil <i>Website Design</i>	66
Gambar 4.30 Referensi <i>Marketplace</i>	66
Gambar 4.31 Perancangan <i>Grid</i> dan Hasil <i>Marketplace</i>	67
Gambar 4.32 Referensi Perancangan Poster	67
Gambar 4.33 Perancangan <i>Grid</i> dan Hasil Poster A3.....	68

Gambar 4.34 Referensi Perancangan <i>X-Banner</i>	68
Gambar 4.35 Perancangan Grid dan Hasil <i>X-Banner</i>	69
Gambar 4.36 Referensi POP	69
Gambar 4.37 Perancangan Grid dan Hasil POP.....	70
Gambar 4.38 Referensi Kemasan.....	70
Gambar 4.39 Perancangan <i>Grid</i> dan Hasil Desain Kemasan.....	71
Gambar 4.40 Referensi <i>Stationary</i>	71
Gambar 4.41 Perancangan <i>Grid</i> dan Hasil Desain Kemasan.....	72
Gambar 4.42 Referensi GSM.....	72
Gambar 4.43 Hierarki Visual	73
Gambar 4.44 <i>Grid System</i>	74
Gambar 4.45 <i>Whitespace</i>	74
Gambar 4.46 <i>Layout GSM</i>	75
Gambar 4.47 <i>Market Validation</i>	78
Gambar 4.48 Perancangan Logo	80
Gambar 4.49 Analisis <i>Typography</i>	81
Gambar 4.50 Analisis Warna	81
Gambar 4.51 Analisis Ukuran GSM	82
Gambar 4.52 Layout Deskripsi Logo.....	82
Gambar 4.53 Analisis Grid	83
Gambar 4.54 Analisis <i>Feeds</i>	84
Gambar 4.55 Analisis Story Instagram	85
Gambar 4.56 Analisis <i>Website</i>	85
Gambar 4.57 Analisis Poster.....	86
Gambar 4.58 Analisis <i>X-Banner</i>	87
Gambar 4.59 Analisis <i>Stationary</i>	87
Gambar 4.60 Analisis Packaging	88

UMIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin.....	xv
Lampiran B Form Bimbingan & Spesialis.....	xix
Lampiran C Non-Disclosure Agreement	xx
Lampiran D Consent Form.....	xxiii

