

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

WAROENG KOPI & ROTI PANGGANG

TUNG TAU



LAPORAN TUGAS AKHIR

Vianna Dharma

00000059815

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

WAROENG KOPI & ROTI PANGGANG

TUNG TAU



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Vianna Dharma

00000059815

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Vianna Dharma
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059815
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

**PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION* WAROENG KOPI & ROTI
PANGGANG TUNG TAU**

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, 16 Desember 2024



(Vianna Dharma)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

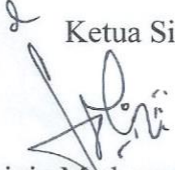
PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION* WAROENG KOPI & ROTI PANGGANG TUNG TAU

Oleh

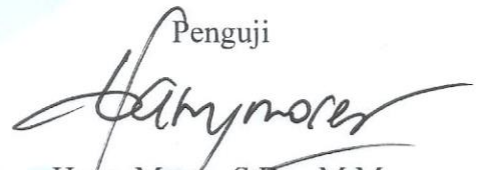
Nama Lengkap : Vianna Dharma
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059815
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025
Pukul 09.45 s.d. 10.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

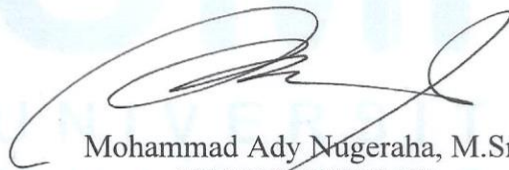
 Ketua Sidang

Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/068502

 Penguji

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

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 : Vianna Dharma
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059815
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN *BRAND*
REJUVENATION WAROENG KOPI &
ROTI PANGGANG TUNG TAU

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 Desember 2024



(Vianna Dharma)

* 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 saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas selesainya penulisan laporan tugas akhir dengan judul “Perancangan *Brand Rejuvenation* Waroeng Kopi & Roti Panggang Tung Tau”. Melalui halaman ini, ucapan terima kasih saya sampaikan untuk seluruh pihak yang telah membimbing dan mendukung saya dalam penyelesaian laporan ini.

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, S.Sn., M.Sn., 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. Para narasumber yang meluangkan waktunya untuk diwawancarai dan terbuka untuk memberikan *insight*.
7. Sahabat saya yang telah memberikan dukungan dan semangat.

Semoga perancangan ini dapat berguna sebagai referensi maupun sebagai bentuk upaya dalam meningkatkan *insight* terkait *brand rejuvenation* dalam industri *food and beverages*.

Tangerang, 16 Desember 2024



(Vianna Dharma)

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

WAROENG KOPI & ROTI PANGGANG

TUNG TAU

(Vianna Dharma)

ABSTRAK

Waroeng Kopi & Roti Panggang Tung Tau telah berdiri sejak tahun 1938. Pertama kali didirikan di Bangka, saat ini kedai Tung Tau telah memiliki total 5 cabang di Bangka, 1 cabang di Jakarta, dan 1 cabang di Gading Serpong. Telah memasuki pasar di Jabodetabek, Waroeng Tung Tau berfokus untuk melakukan perluasan pasar. Waroeng Tung Tau memiliki keunikan dari produk kopi dan roti yang diolah sendiri, menu khas Bangka dan kedainya yang buka selama 24 jam. Jam buka yang tidak pernah tutup ini membuat Waroeng Tung Tau diminati para generasi muda walaupun audiens eksisting nya merupakan generasi milenial dan X. Sayangnya, dengan meningkatnya banyak kompetitor, Waroeng Tung Tau kesulitan untuk bersaing dengan kurangnya *brand awareness* di luar Bangka. Hal ini disebabkan oleh minimnya ciri khas dari identitas visual yang dimiliki Tung Tau karena aset visual yang minim serta penggunaan identitas visual yang tidak konsisten. Permasalahan ini membuat identitas visual dari Tung Tau sulit untuk diingat. Hal ini mendorong urgensi untuk dilakukannya *brand rejuvenation*. Pada perancangan ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data kualitatif mencakup wawancara, *focus group discussion*, kuesioner dan observasi.

Kata kunci: *brand rejuvenation*, Waroeng Tung Tau, kedai kopi, kopitiam

BRAND REJUVENATION DESIGN FOR
WAROENG KOPI & ROTI PANGGANG
TUNG TAU

(Vianna Dharma)

ABSTRACT (English)

Waroeng Kopi & Roti Panggang Tung Tau has been established since 1938. First established in Bangka, currently Waroeng Tung Tau has opened 5 branches in Bangka, 1 branch in Jakarta, and 1 branch in Gading Serpong. Having entered the market in Jabodetabek, Waroeng Tung Tau is focused on expanding the market. Waroeng Tung Tau has its unique selling point from their coffee and bread that are made from scratch, some typical Bangka kopitiam cuisine and their shops are mostly open for 24 hours. These 24 opening hours make Waroeng Tung Tau attractive to the younger generation in Gading Serpong, even though its existing audiences are millennials and X generation. However, with the increasing number of competitors, Waroeng Tung Tau struggles competing with low brand awareness outside Bangka. This is due to low distinction in its visual identity caused by minimal visual assets and inconsistency in its usage. This is what drives the need for brand rejuvenation. In this design, the author used qualitative data collection methods; interview, focus group discussion, questionnaire and observation.

Keywords: brand rejuvenation, Waroeng Tung Tau, coffee shops, kopitiam

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT (English).....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
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
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Branding	5
2.1.1 Preferensi Generasi Muda terhadap Merek.....	6
2.2 Brand Equity	7
2.3 Brand Repositioning	8
2.4 Brand Rejuvenation	9
2.4.1 Tujuan dan Manfaat Brand Rejuvenation	10
2.5 Touchpoints	11
2.6 Elemen Desain	12
2.6.1 Warna Merah	12
2.6.2 Typography	13
2.7 Visual Peranakan Kopitiam	14
2.8 Penelitian yang Relevan.....	17
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	21
3.1 Subjek Perancangan	21

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	22
3.2.1 <i>Conducting Research</i>	23
3.2.2 <i>Clarifying Strategy</i>	23
3.2.3 <i>Design Identity</i>	24
3.2.4 <i>Creating Touchpoints</i>	24
3.2.5 <i>Managing Assets</i>	24
3.2.6 <i>Market Validation (Beta Test)</i>	24
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	25
3.3.1 Observasi.....	25
3.3.2 Wawancara	27
3.3.3 Kuesioner	30
3.3.4 <i>Focus Group Discussion</i>	32
3.3.5 Studi Eksisting.....	33
3.3.6 Studi Referensi	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	34
4.1 Hasil Perancangan	34
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	34
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	79
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	84
4.1.4 <i>Creating Touchpoints</i>	94
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	108
4.1.6 Kesimpulan Hasil Perancangan.....	111
4.2 Pembahasan Perancangan	112
4.2.1 <i>Market Validation</i>	112
4.2.2 Analisis Desain Logo.....	115
4.2.3 Analisis Desain Supergrafik.....	117
4.2.4 Analisis Warna <i>Color Palette</i>	119
4.2.5 Analisis Fotografi	120
4.2.6 Analisis Desain Buku GSM	122
4.2.7 Analisis Desain Buku Menu	124
4.2.8 Analisis <i>Cutleries</i>	126
4.2.9 Analisis <i>Uniform</i>	130

4.2.10 Analisis <i>Packaging</i>	131
4.2.11 Analisis Desain Environmental Graphic Design	135
4.2.12 Analisis Treatment Instagram Feed	141
4.2.13 Analisis <i>High Fidelity</i> UI Landing Page Website	142
4.2.14 Anggaran.....	143
BAB V PENUTUP	145
5.1 Simpulan	145
5.2 Saran	146
DAFTAR PUSTAKA	147
LAMPIRAN	152



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan.....	17
Tabel 4. 1 Tabel Hasil Kuesioner Preferensi Konsumen Terhadap Kedai Kopi ..	47
Tabel 4. 2 Penilaian Responden pada Touchpoints Tung Tau	51
Tabel 4. 3 Informasi Data Partisipan.....	52
Tabel 4. 4 Perilaku Partisipan terhadap Kopi.....	53
Tabel 4. 5 Tabel Analisis SWOT antara Kopi KDRT dan Tung Tau	60
Tabel 4. 6 Tabel Analisis SWOT Lim Kok Tong dengan Tung Tau	68
Tabel 4. 7 Tabel Analisis SWOT Papa Hian dengan Tung Tau	73
Tabel 4.8 Tabel Turunan Media Cetak	94
Tabel 4. 9 Tabel Turunan Media Digital.....	107
Tabel 4. 10 Profil Data Partisipan Market Validation.....	112
Tabel 4.11 Tabel Anggaran.....	143



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Grafik Analisa Potensi dari Sebuah Merek	10
Gambar 2. 2 Anatomi Huruf	13
Gambar 2. 3 Tampilan 3D Redesign Interior Toko Cahaya	15
Gambar 2. 4 Tampak Depan Sidji Hotel	16
Gambar 2. 5 Booklet “Sapu Tangan yang Puteh” oleh Tang Eng Ann (1995).....	16
Gambar 3.1 Tampak Dalam Restoran Waroeng Tung Tau Gading Serpong	34
Gambar 3.2 Desain Menu Tung Tau.....	35
Gambar 3. 3 Tampak Depan dan Tampak Belakang Menu Tung Tau	36
Gambar 3. 4 Produk dalam Kemasan pada Waroeng Tung Tau.....	36
Gambar 3. 5 Tampilan Feeds Instagram Waroeng Tung Tau.....	37
Gambar 3. 6 Tampilan Instagram Feed Kopi KDRT.....	59
Gambar 4. 1 Wawancara Bersama Eka Septia & Ageng	38
Gambar 4. 2 Dekorasi Foto pada Cabang Tung Tau Gading Serpong.....	39
Gambar 4. 3 Wawancara ke-2 Bersama Eka Septia.....	40
Gambar 4. 4 Wawancara dengan Ezra Raditya.....	42
Gambar 4. 5 Wawancara bersama Yudianto (Pengunjung Tung Tau)	44
Gambar 4. 6 Wawancara bersama Yoshi (Pengunjung Kopi KDRT)	45
Gambar 4. 7 Wawancara bersama Anita (Pengunjung Kopi KDRT)	46
Gambar 4. 8 Responden terhadap Tempat Makan 24 Jam.....	50
Gambar 4. 9 FGD bersama Target Perancangan (23/09/24).....	52
Gambar 4. 10 FGD Target Perancangan (23/09/24)	55
Gambar 4. 11 Brand Positioning Map	56
Gambar 4. 12 Tampilan Logo Kopi KDRT	57
Gambar 4. 13 Tampak Depan Ruko Kopitiam KDRT.....	57
Gambar 4. 14 Kolateral dalam Kopitiam KDRT	58
Gambar 4. 15 Tampilan Menu Kopi KDRT	58
Gambar 4. 16 Logo Lim Kok Tong	61
Gambar 4. 17 Logo Massa Kok Tong.....	62
Gambar 4. 18 Tampak Depan Cabang Lim Kok Tong Taman Palem	63
Gambar 4. 19 Tampilan Ilustrasi pada Tembok Interior Kedai Lim Kok Tong ...	64
Gambar 4. 20 Tampilan Gelas Hangat Lim Kok Tong.....	65
Gambar 4. 21 Tampilan Menu Lim Kok Tong	65
Gambar 4. 22 Tampilan Tent Card Flyer Lim Kok Tong.....	66
Gambar 4. 23 Tampilan Feeds Instagram @limkoktong	67
Gambar 4. 24 Tampilan Logo Papa Hian.....	69
Gambar 4. 25 Tampilan Tampak Depan Kedai Sebelum Rebrand.....	70
Gambar 4. 26 Tampak Depan Kedai Papa Hian	70
Gambar 4. 27 Tampilan Menu Papa Hian.....	71
Gambar 4. 28 Bingkai Ilustrasi Peranakan pada Dinding Papa Hian	72
Gambar 4. 29 Tampilan Poster pada Dinding Outdoor.....	72

Gambar 4. 30 Tampilan Feeds Instagram @papahian.kopitiam.....	73
Gambar 4. 31 Koleksi The Elder of the Wisdom.....	75
Gambar 4. 32 Fotografi Promosi Raise a Toast Collection	76
Gambar 4. 33 Konten Instagram Kopitiam Serasa.....	78
Gambar 4. 34 Dokumen Brand Brief Tung Tau	79
Gambar 4.35 User Persona Primer 1.....	81
Gambar 4.36 User Persona Primer 2.....	81
Gambar 4.37 Brainstorm Keyword Big Idea	82
Gambar 4. 38 Big Idea, Concept, Tone of Voice.....	83
Gambar 4.39 Creative Brief	84
Gambar 4. 40 Moodboard	84
Gambar 4. 41 Stylescape.....	85
Gambar 4.42 Proses Vektorisasi Logo Lama Tung Tau	85
Gambar 4.43 Referensi Logo	86
Gambar 4.44 Sketsa Alternatif Logo Baru.....	86
Gambar 4. 45 Logo Primer Final	87
Gambar 4. 46 Filosofi Logo	88
Gambar 4.47 Tampilan Logo Sekunder	88
Gambar 4.48 Colour Palette, Typeface & Tagline.....	89
Gambar 4.49 Referensi Supergrafik.....	90
Gambar 4.50 Sketsa Alternatif Supergrafik	91
Gambar 4.51 Proses Finalisasi Supergrafis.....	91
Gambar 4.52 Aset Visual Pendukung	92
Gambar 4.53 Treatment Fotografi.....	93
Gambar 4. 54 Brand Imageries	93
Gambar 4.55 Grid System Uniform	95
Gambar 4.56 Tahapan Pembuatan Menu	96
Gambar 4.57 Tahapan Perancangan Media Cutleries	96
Gambar 4.58 Proses Membuat Dieline Kemasan Bowl & Cup.....	98
Gambar 4.59 Tahapan Perancangan Kemasan Bowl	98
Gambar 4.60 Tampilan Informasi Desain Cup Minuman.....	99
Gambar 4.61 Tahapan Perancangan Kemasan Roti	99
Gambar 4.62 Finalisasi Perancangan Kemasan Roti	100
Gambar 4.63 Tahapan Pembuatan 2D Vektor Interior Restoran	101
Gambar 4.64 Referensi Layouting dan Pewarnaan EGD.....	101
Gambar 4.65 Tampilan Ruang Final.....	102
Gambar 4.66 Tahapan Proses Perancangan Desain pada Dinding	102
Gambar 4 67 Finalisasi EGD Dinding Kiri.....	103
Gambar 4.68 Finalisasi EGD Dinding Kanan.....	104
Gambar 4.69 Perubahan Presentasi Bingkai Gambar	104
Gambar 4.70 Tahapan Perancangan Signage Kasir	105
Gambar 4.71 Tahapan Perancangan Signage Toilet	105
Gambar 4.72 Tahapan Perancangan Signage Buku 24 Jam.....	106

Gambar 4.73 Tahapan Perancangan Signage Papan Nama	106
Gambar 4.74 Tahapan Perancangan Instagram Feed	107
Gambar 4.75 Tahapan Perancangan Landing Page Website	108
Gambar 4.76 Grid System Buku GSM	109
Gambar 4.77 Tampilan Cover Buku	109
Gambar 4.78 Tampilan Halaman Daftar Isi GSM	110
Gambar 4. 79 Tampilan Halaman Desain Buku GSM.....	111
Gambar 4.80 Market Validation	112
Gambar 4. 81 Tampilan Dinding EGD	113
Gambar 4.82 Tampilan Cutleries	114
Gambar 4. 83 Hasil Revisi	115
Gambar 4.84 Logo Primer Final	116
Gambar 4.85 Grid System Logo	116
Gambar 4. 86 Logo Sekunder Final	117
Gambar 4.87 Hasil Final Supergrafis.....	118
Gambar 4.88 Contoh Penggunaan Supergrafis pada Media	119
Gambar 4. 89 Color Palette Tung Tau	119
Gambar 4.90 Warna pada Keramik Han dalam Altar of the Earth	120
Gambar 4. 91 Fotografi Produk	121
Gambar 4. 92 Fotografi candid	121
Gambar 4.93 Hasil Final Buku GSM.....	122
Gambar 4.94 Desain Layout Halaman Buku GSM.....	123
Gambar 4.95 Hasil Final Buku Menu	124
Gambar 4.96 Tampilan Desain Halaman Menu.....	125
Gambar 4.97 Tampilan Mockup Cutleries.....	127
Gambar 4.98 Tampilan Desain Mangkuk	127
Gambar 4.99 Tampilan Desain Piring Roti.....	128
Gambar 4.100 Tampilan Desain Piring.....	128
Gambar 4.101 Tampilan Desain Cangkir.....	129
Gambar 4.102 Tampilan Desain Sumpit.....	129
Gambar 4.103 Tampilan Desain Mangkuk Sup	130
Gambar 4.104 Tampilan Desain Uniform.....	130
Gambar 4. 105 Tampilan Mockup Kemasan Makanan Berat.....	131
Gambar 4.106 Tampilan Desain Kemasan Makanan Berat	132
Gambar 4.107 Tampilan Desain Kemasan Cup Minuman	133
Gambar 4. 108 Tampilan Kemasan Cup Minuman Dingin	133
Gambar 4.109 Tampilan Mockup Kemasan Roti	134
Gambar 4.110 Tampilan Desain Kemasan Roti.....	134
Gambar 4.111 Tampilan Desain Ruang Dalam Tung Tau.....	135
Gambar 4.112 Tampilan Desain Dinding Kiri	136
Gambar 4.113 Tampilan Desain Dinding Kanan	137
Gambar 4.114 Tampilan Desain Signage Kasir	138
Gambar 4.115 Tampilan Desain Signage Toilet	139

Gambar 4.116 Tampilan Desain Signage 24 Jam	139
Gambar 4. 117 Tampilan Signage Restoran	140
Gambar 4.118 Tampilan Instagram Feed Tung Tau	141
Gambar 4. 119 Tampilan Landing Page Website	142



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin	152
Lampiran B Form Bimbingan	155
Lampiran C Bimbingan Spesialis	157
Lampiran D Non-Disclosure Agreement	158
Lampiran E Non Disclosure Statement.....	170
Lampiran F Hasil Kuesioner	171
Lampiran G Transkrip Wawancara Eka Septia & Ageng.....	178
Lampiran H Transkrip Wawancara ke-2 bersama Eka Septia	185
Lampiran I Transkrip Wawancara Ezra Adhitya	188
Lampiran J Transkrip Wawancara Pengunjung Tung Tau	195
Lampiran K Transkrip Wawancara Pengunjung Kopi KDRT	199
Lampiran L Transkrip Focus Group Discussion.....	203
Lampiran M Transkrip FGD Market Validation.....	223

