



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PERANCANGAN *BRAND COMMUNICATION***  
**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**Laporan Tugas Akhir**

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



Nama : Bernadeth Natasha  
NIM : 13120210307  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**  
**TANGERANG**

**2017**

## **LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bernadeth Natasha

NIM : 13120210307

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

**PERANCANGAN BRAND COMMUNICATION**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

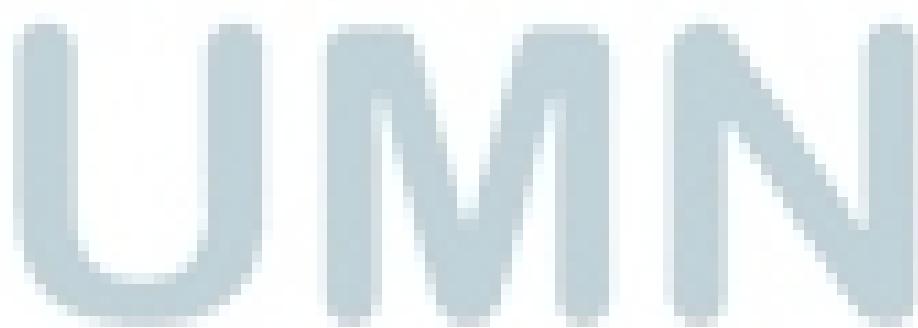
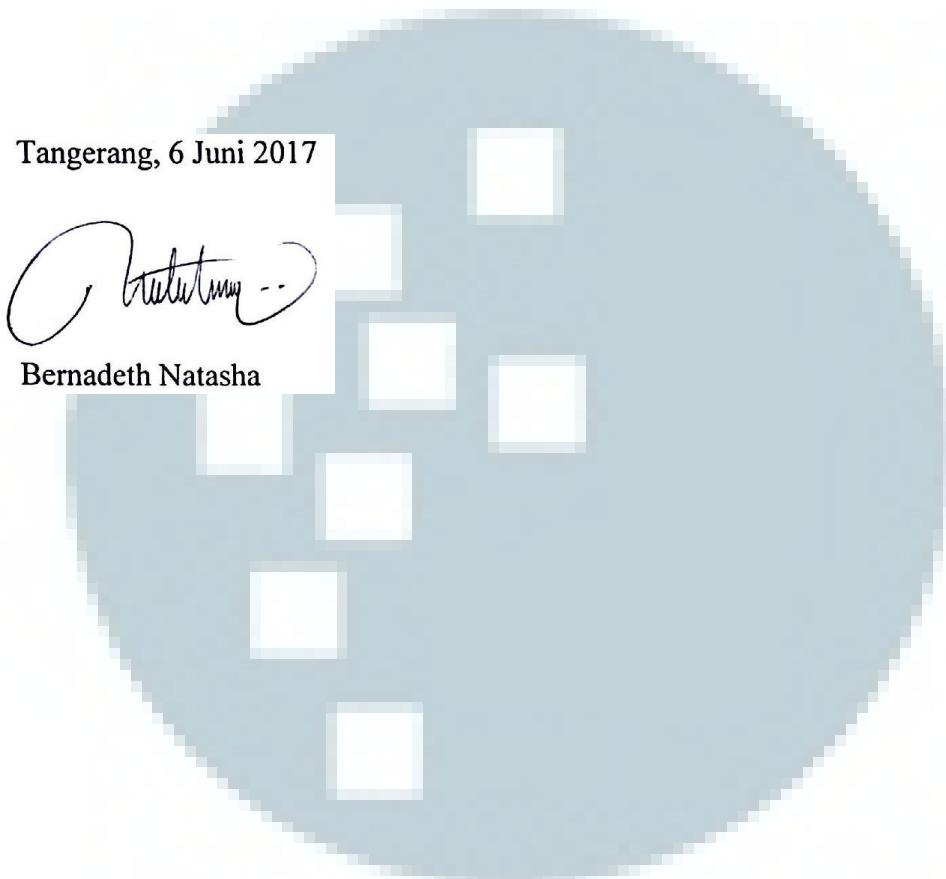
**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.



## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

# PERANCANGAN *BRAND COMMUNICATION* PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

oleh

Nama : Bernadeth Natasha

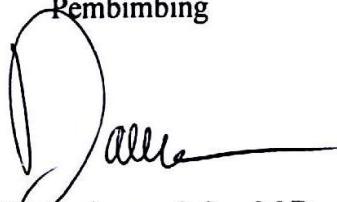
NIM : 13120210307

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 20 Juni 2017

Rembimbing



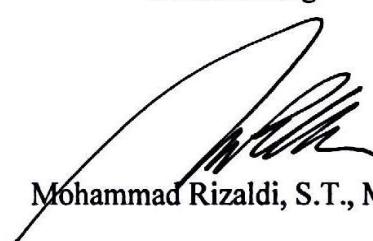
Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Pengaji



Adhreza Brahma, M.Ds.

Ketua Sidang



Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

Ketua Program Studi



Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan kasih karunia-Nya yang telah dicurahkan sehingga memberikan kekuatan, kesabaran, dan semangat kepada saya sehingga dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.

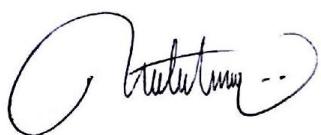
Laporan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan beberapa pihak sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
2. Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds., selaku dosen pembimbing Tugas Akhir, yang sudah mau meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan laporan serta memberikan banyak masukan yang berguna bagi penulis selama proses penggerjaan hingga akhir.
3. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku dosen pembimbing akademik.
4. Pihak keluarga mulai dari orangtua, adik-adik, oma, om, dan tante yang telah mendukung penuh selama masa penulisan laporan magang ini.
5. Rommel Bentus untuk bantuannya dalam penyelesaian laporan ini.
6. Bobby Fernando, Robert Sunny, dan Diva Stevina untuk bimbingannya atas hal-hal yang berkaitan dengan animasi.
7. Para mahasiswa DKV luar Universitas Multimedia Nusantara yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan data yang diperlukan

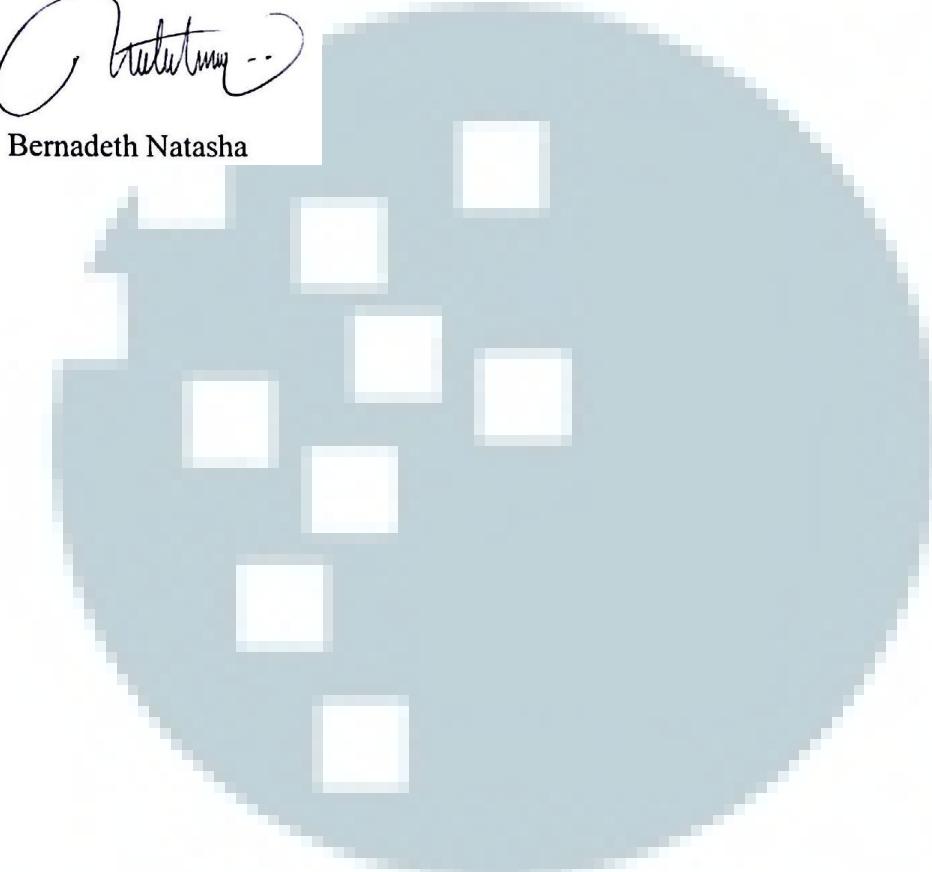
penulis sebagai responden wawancara: Maria Hubertin, Kintari Mandira, Agnezia Margareta, dan Archie Eka Pramudita Wijaya.

8. Para dosen DKV Universitas Multimedia Nusantara yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan data yang diperlukan penulis sebagai responden wawancara: Yusup Sigit Martyastiadi, Mohammad Rizaldi, Gideon K. Frederick, Aditya Satyagraha, dan Lalitya Talitha.
  9. Ibu Endang selaku perwakilan dari tim *marketing* Universitas Multimedia Nusantara yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan data yang diperlukan penulis sebagai responden wawancara.
  10. Para responden FGD yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk melakukan diskusi bersama penulis: Albert Christian, Zuhayr Izza SQ, Anchilia Alexandra, Shaysya Dinka, Edvyn Tanu, dan Damai Arungsamudra.
  11. Para responden survei *online* yang telah bersedia mengisi survei demi kebutuhan data penulis.
  12. Teman-teman seperjuangan yang telah mendukung dan memberi masukan selama proses penulisan laporan: Stefanus Hansel, Alyssa Mutiara, Suhardi Lie, Gabriella Lotus, Adeline Yovita, Bowen Sutanto, dan Fahmi Putra.
- Akhir kata, penulis berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu baik dengan doa, waktu, saran, dan teknis penggerjaan selama masa pembuatan laporan dan karya ini, sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.

Tangerang, 6 Juni 2017



Bernadeth Natasha



## ABSTRAKSI

Pertumbuhan jumlah perguruan tinggi DKV di Indonesia sudah meningkat secara drastis selama satu dekade terakhir. Dalam persaingan pasar yang semakin ketat, DKV Universitas Multimedia Nusantara sebagai salah satu perguruan tinggi DKV di Indonesia membutuhkan *branding* untuk mempertahankan atau meningkatkan *positioning* di mata masyarakat. Ada hal-hal yang diunggulkan suatu *brand* yang bisa jadi tidak lagi relevan di masa depan. *Branding* penting karena *branding* dapat mempertahankan apa yang tidak dapat dipertahankan oleh perusahaan. Diferensiasi antar perguruan tinggi sudah mulai kabur, sehingga *branding* dibutuhkan untuk mengkomunikasikan ciri khas. Oleh karena itu penulis merancang sebuah *brand communication* untuk mengkomunikasikan ciri khas DKV Universitas Multimedia Nusantara.

Kata kunci : *branding*, *brand communication*, *advertising*, Universitas Multimedia Nusantara



## ***ABSTRACT***

*The number of Visual Communication Design colleges in Indonesia has drastically increased in the past decade. In a market competition that is getting tighter, DKV Universitas Multimedia Nusantara as one of the VCD colleges in Indonesia needs branding to maintain or improve their positioning in the people's eyes. There are certain things a brand excels that may not be relevant in the future. Branding is important because branding can maintain what the company cannot. Differentiation between colleges has started to blur, hence branding is needed to communicate one's thew. Therefore, the writer plans a brand communication to communicate DKV Universitas Multimedia Nusantara's thew.*

*Keywords:* *branding, brand communication, advertising, Universitas Multimedia Nusantara*



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAKSI.....	VIII
ABSTRACT .....	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN .....	XVI
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.    Latar Belakang .....	1
1.2.    Rumusan Masalah .....	3
1.3.    Batasan Masalah.....	4
1.3.1.    Target Khalayak .....	4
1.3.2. <i>Output</i> .....	6
1.4.    Tujuan Tugas Akhir .....	6
1.5.    Manfaat Tugas Akhir .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1. <i>Brand</i> .....	8
2.1.1.    Definisi <i>Brand</i> .....	8

2.1.2. Fungsi dan Manfaat <i>Brand</i> .....	9
2.2. <i>Brand Equity</i> .....	11
2.2.1. Definisi <i>Brand Equity</i> .....	11
2.2.2. Elemen <i>Brand Equity</i> .....	12
2.2.3. Manfaat <i>Brand Equity</i> .....	17
2.2.4. Cara Meningkatkan <i>Brand Equity</i> .....	19
2.3. <i>Brand Positioning</i> .....	20
2.4. <i>Marketing Communication</i> .....	21
2.4.1. <i>Brand Communication</i> dan <i>Advertising Communication</i> .....	22
2.4.2. <i>Advertising</i> .....	25
2.5. Teori Desain .....	31
2.5.1. <i>Brand Idea</i> .....	31
2.5.2. Visualisasi .....	33
2.5.3. <i>Copywriting</i> .....	37
2.5.4. Tipografi.....	38
2.5.5. Prinsip Dasar Desain .....	40
<b>BAB III METODOLOGI.....</b>	<b>43</b>
3.1. Metodologi Pengumpulan Data .....	43
3.2. Metode Kualitatif .....	43
3.2.1. Wawancara ( <i>In Depth Interview</i> ) .....	43
3.2.2. FGD ( <i>Focus Group Discussion</i> ) .....	86
3.3. Metode Kuantitatif .....	92
3.3.1. Survei <i>Online</i> .....	92

3.4. Metodologi Perancangan.....	103
<b>BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS .....</b>	<b>105</b>
4.1. Perancangan .....	105
4.1.1. Perancangan Gaya Visual .....	106
4.1.2. Perancangan <i>Copywriting</i> .....	122
4.1.3. Perancangan Tipografi .....	124
4.1.4. Perancangan Logo.....	126
4.1.5. Perancangan Media Primer .....	130
4.1.6. Perancangan Media Sekunder .....	138
4.1.7. Perancangan Media Lainnya.....	144
4.2. Analisis.....	147
4.2.1. Analisis <i>Brand Idea</i> .....	147
4.2.2. Analisis <i>Brand Communication</i> .....	148
4.2.3. Analisis Gaya Visual.....	149
4.2.4. Analisis <i>Copywriting</i> .....	150
4.2.5. Analisis Tipografi.....	150
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>152</b>
5.1. Kesimpulan .....	152
5.2. Saran.....	153
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>XVII</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kategori gambar .....	35
Gambar 2.2. <i>Graphic interpretation</i> .....	36
Gambar 2.3. Teori Gestalt.....	42
Gambar 3.1. Wawancara dengan Maria Hubertin dan Kintari Mandira .....	45
Gambar 3.2. Wawancara dengan Eleonora Niza .....	48
Gambar 3.3. Wawancara dengan Agnezia Margareta.....	52
Gambar 3.4. Wawancara dengan Archie Eka Pramudita Wijaya .....	55
Gambar 3.5. Wawancara dengan Bapak Yusup Sigit Martyastiadi .....	59
Gambar 3.6. Foto bersama Bapak Yusup Sigit Martyastiadi setelah wawancara.	67
Gambar 3.7. Foto bersama Bapak Mohammad Rizaldi setelah wawancara .....	68
Gambar 3.8. Foto bersama Bapak Gideon K. Frederick setelah wawancara .....	73
Gambar 3.9. Foto bersama Bapak Aditya Satyagraha setelah wawancara .....	77
Gambar 3.10. Foto bersama Kak Lalitya Talitha setelah wawancara.....	79
Gambar 3.11. Foto bersama Ibu Endang setelah wawancara.....	82
Gambar 3.12. Penulis dengan para peserta FGD .....	88
Gambar 3.13. Diagram alasan memilih DKV UMN.....	100
Gambar 3.14. Diagram pentingnya <i>branding</i> .....	102
Gambar 4.1. <i>Mindmapping</i> DKV UMN .....	107
Gambar 4.2. <i>Brainstorming</i> istilah-istilah desain .....	108
Gambar 4.3. Sketsa eksplorasi visual 1 .....	109
Gambar 4.4. Sketsa eksplorasi visual 2.....	109
Gambar 4.5. Sketsa eksplorasi visual 3.....	110

Gambar 4.6. Sketsa eksplorasi visual 4.....	110
Gambar 4.7. <i>Mindmapping new media</i> .....	111
Gambar 4.8. Detail latar visual .....	112
Gambar 4.9. Latar visual dalam berbagai warna.....	112
Gambar 4.10. Latar visual dengan tekstur kertas tua .....	113
Gambar 4.11. Perbandingan latar tanpa (kiri) dan dengan (kanan) tekstur kertas tua.....	114
Gambar 4.12. Kaleng kerupuk .....	116
Gambar 4.13. Tampah.....	116
Gambar 4.14. Ceret .....	117
Gambar 4.15. <i>Popcorn</i> dalam kotak akrilik transparan .....	118
Gambar 4.16. <i>Popcorn</i> berbentuk <i>thinking bubble</i> .....	119
Gambar 4.17. Permata berbentuk otak .....	120
Gambar 4.18. Burung kertas .....	121
Gambar 4.19. <i>Color palette</i> .....	122
Gambar 4.20. <i>Brainstorming</i> sinonim kata-kata yang digunakan .....	123
Gambar 4.21. Penggunaan <i>typeface</i> “ <i>Walter Goes to America</i> ” dalam <i>headline</i>	125
Gambar 4.22. Penggunaan <i>typeface</i> “ <i>Billy Ohio</i> ” dalam <i>headline</i> .....	125
Gambar 4.23. Penggunaan <i>typeface</i> “ <i>Mix Freo</i> ” dalam <i>headline</i> .....	126
Gambar 4.24. Sketsa logo awal DKV UMN.....	127
Gambar 4.25. Sketsa eksplorasi logo DKV UMN .....	127
Gambar 4.26. Logo final DKV UMN .....	129

Gambar 4.27. Logo DKV UMN dalam <i>multicolor</i> (kiri), hitam (tengah), dan putih (kanan).....	129
Gambar 4.28. Detail poster DKV UMN .....	131
Gambar 4.29. Serial poster DKV UMN.....	132
Gambar 4.30. Desain <i>X-Banner</i> DKV UMN .....	133
Gambar 4.31. Desain brosur DKV UMN.....	134
Gambar 4.32. Desain <i>billboard</i> DKV UMN.....	135
Gambar 4.33. Desain Facebook DKV UMN .....	136
Gambar 4.34. Desain Instagram DKV UMN.....	137
Gambar 4.35. <i>Posting</i> Instagram DKV UMN, serial <i>coming soon</i> .....	137
Gambar 4.36. <i>Posting</i> Instagram DKV UMN, serial <i>quote of the day</i> .....	138
Gambar 4.37. <i>Posting</i> Instagram DKV UMN, serial <i>brand communication</i> .....	138
Gambar 4.38. Desain <i>goodie bag</i> DKV UMN .....	140
Gambar 4.39. Desain <i>notebook</i> DKV UMN .....	141
Gambar 4.40. Desain pin dan gantungan kunci DKV UMN .....	142
Gambar 4.41. Desain topi DKV UMN .....	143
Gambar 4.42. Desain <i>mug</i> DKV UMN .....	144
Gambar 4.43. Desain <i>name board</i> dosen DKV UMN .....	145
Gambar 4.44. Desain <i>ID card</i> dosen DKV UMN .....	145
Gambar 4.45. Desain <i>business card</i> dosen DKV UMN .....	146
Gambar 4.46. Desain stiker pintu ruang dosen DKV UMN .....	147

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN A: FORM PENGAJUAN TA .....</b>	<b>XIX</b>
<b>LAMPIRAN A: DATA PESERTA TA .....</b>	<b>XX</b>
<b>LAMPIRAN A: FORM BIMBINGAN.....</b>	<b>XXI</b>
<b>LAMPIRAN A: VALIDASI KEUANGAN.....</b>	<b>XXV</b>
<b>LAMPIRAN B: PERTANYAAN WAWANCARA DENGAN MAHASISWA DKV DI LUAR UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA .....</b>	<b>XXVI</b>
<b>LAMPIRAN B: PERTANYAAN WAWANCARA DENGAN DOSEN DKV LUAR UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA.....</b>	<b>XXVIII</b>
<b>LAMPIRAN B: PERTANYAAN WAWANCARA DENGAN TIM MARKETING UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA .....</b>	<b>XXX</b>
<b>LAMPIRAN B: PERTANYAAN FGD DENGAN MAHASISWA DKV UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA .....</b>	<b>XXXI</b>
<b>LAMPIRAN B: PERTANYAAN SURVEI <i>ONLINE</i> DENGAN MAHASISWA DKV UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA..</b>	<b>XXXII</b>