



### **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:**

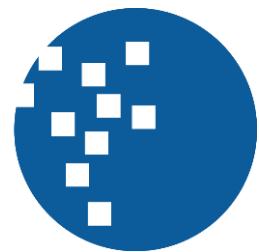
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# **PERANCANGAN ULANG VISUAL LABEL**

## **TUNA AYAM BRAND**

### **Laporan Tugas Akhir**

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



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Nama : Klarissa Liviana

NIM : 13120210107

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 : Klarissa Liviana

NIM : 13120210107

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

### **PERANCANGAN ULANG VISUAL LABEL TUNA AYAM BRAND**

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 pelaksanan 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.

Tangerang, 4 Juni 2017

Klarissa Liviana



## **HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR**

### **PERANCANGAN ULANG VISUAL LABEL**

#### **TUNA AYAM BRAND**

Oleh

Nama : Klarissa Liviana

NIM : 13120210107

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 4 Juli 2017

Pembimbing

Lalitya Talitha Pinasthika, S.Ds., M.Ds.

Pengaji

Ketua Sidang

(NAMA DAN GELAR)

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

Iqbal M. Umar, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi

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

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa sehingga penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan hasil yang baik. Tugas akhir merupakan bagian dari syarat dalam menyelesaikan program pendidikan Strata 1 Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara. Tugas akhir ini juga menjadi sarana untuk menguji kreatifitas dan kemampuan dari ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam sebuah karya desain.

Perancangan ulang kemasan Tuna Ayam Brand dipilih penulis sebagai topik tugas akhir, dikarenakan fenomena hidup serba praktis yang di alami oleh manusia saat ini menyebabkan persaingan yang ketat antara setiap produk makanan instant itu sendiri, salah satunya adalah makanan kaleng. Ayam Brand yang merupakan produk makanan kaleng yang aman dikonsumsi pun membutuhkan visual label yang baru, sehingga memiliki konsistensi dan diferensiasi untuk mampu bersaing di pasaran.

Proses perancangan tugas akhir ini melewati banyak tahap sebelum akhirnya direalisasikan. Penulis berharap, proses yang telah penulis lakukan ini dapat berhasil memecahkan masalah yang ada, serta menjadi media pembelajaran bagi mahasiswa/i selanjutnya yang akan merancang tugas akhir, bahwa dalam merancang sebuah desain sebagai pemecah masalah, dibutuhkan penelitian mendalam terlebih dahulu serta berbagai teori, baru dapat direalisaiakan menjadi konsep yang kuat dan akhirnya digunakan.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidaklah sempurna, dan tidak dapat terlaksana dengan baik jika tidak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Ucapan

terima kasih penulis tuturkan kepada seluruh pihak yang telah membantu dan membimbing penulis selama proses penggerjaan tugas akhir ini, yaitu:

1. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
2. Lalitya Talitha Pinasthika, S.Ds., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing.
3. Aditya Satyagraha S.Sn., M.Ds., Gideon K. Frederick S.T., M.Ds., dan Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing Spesialis.
4. PT. Far East Trading Indonesia selaku narasumber dari Ayam Brand.
5. Staff Supermarket Carrefour, Diamond dan Farmers Market yang telah bersedia diwawancara dan memberikan kesempatan penulis melakukan observasi.
6. Seluruh responden yang bersedia memberikan jawaban terhadap survey yang disebarluaskan penulis.
7. Orang tua yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan nasihat.
8. Seluruh mahasiswa/i Desain Grafis Universitas Multimedia Nusantara angkatan 2013.
9. Pihak-pihak lain yang langsung terkait dengan proses penggerjaan Tugas Akhir ini.

Tangerang, 4 Juni 2017

Klarissa Liviana

## **ABSTRAKSI**

Melihat fenomena persaingan makanan instant yang terjadi di pasaran, makanan kaleng yang memiliki desain label serupa satu sama lain bersaing dengan begitu ketat dan membingungkan konsumen akan keunikan dari masing-masing merek. Tuna Ayam Brand kalah dengan kompetitor karena tidak memiliki konsistensi dan diferensiasi dengan produk lain, dengan merancang ulang visual label Tuna Ayam Brand diharapkan memecahkan masalah yang dihadapi oleh pihak Ayam Brand maupun target market.

Untuk menciptakan suatu desain label dibutuhkan proses yang panjang, terutama bagi yang sebelumnya telah memiliki desain tersendiri. Perlu dilakukan observasi, wawancara, serta studi pustaka sebelum menyusun konsep perancangan. Proses perancangan label melalui berbagai tahap mulai dari analisis kompetitor, brainstorming, konsep, sketsa, desain digital, percobaan sampai akirnya dicetak dan digunakan. Dalam desain label ini, ilustrasi dan maskot dipilih sebagai elemen baru yang mendukung desain label. Warna dan elemen yang dipilih berbeda antar varian, sehingga walaupun dalam kesatuan Tuna Ayam Brand, masing-masing varian memiliki ciri khas tersendiri.

Kata kunci : Label, Produk, Ayam Brand, Target Market



## **ABSTRACT**

*The trend of instant food competition occurred in consumer market, canned foods that have the similar label design to each other compete and confusing the market about the uniqueness of each brand. Ayam brand's canned tuna lost from its competitor because of its design inconsistency and lack of appeal compare to other brands product, by re-design its packaging from scratch with the intention to solve the problem faced by Ayam brand and the general consumer.*

*In order to create a well received label, a lot of steps and process needed to be done, especially in re-designing existing product. Several method, including observation, interviews, and literature studies before making the design draft. The process to design the label gone through various steps starting from analysis, brainstorming, early concepts, sketches, digital draft, early test until the final design is printed and used. Illustration and mascot are selected as the new elements for the label design. Colors and elements must be different from each variant, although the unity of Tuna Ayam Brand, each variant has its own characteristics.*

**Keywords:** Label, Product, Ayam Brand, Target Market



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.    Latar Belakang .....	1
1.2.    Rumusan Masalah .....	3
1.3.    Batasan Masalah.....	3
1.4.    Tujuan Tugas Akhir.....	4
1.5.    Manfaat Tugas Akhir.....	4
1.5.1.    Manfaat Bagi Penulis .....	4
1.5.2.    Manfaat Bagi Ayam Brand .....	4
1.5.3.    Manfaat Bagi Universitas.....	5

<b>BAB II TINJUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. <i>Packaging</i> .....	6
2.1.1. Sejarah Kemasan .....	6
2.1.2. Fungsi Kemasan .....	8
2.1.3. <i>Visual Identity</i> .....	10
2.1.5. <i>Shelf Life of Food</i> .....	12
2.2. <i>Image</i> .....	13
2.2.1. Ilustrasi .....	15
2.2.2. Maskot .....	17
2.3. Element Desain .....	18
2.3.1. <i>Color</i> .....	18
2.3.2. <i>Typography</i> .....	29
2.3.3. <i>Layout</i> .....	34
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>	<b>37</b>
3.1. Metodologi Pengumpulan Data .....	37
3.1.1. Kajian Dokumen .....	38
3.1.3. Wawancara .....	47
3.1.4. Observasi Langsung .....	49
3.1.5. Kesimpulan .....	51
3.1.6. Analisis SWOT .....	51

3.1.5. Riset Kompetitor (Studi Eksisting) .....	53
3.2. Metodologi Perancangan .....	55
<b>BAB IV PERANCANGAN.....</b>	<b>59</b>
4.1. Perancangan.....	59
4.2. Analisis .....	67
4.2.1. Perancangan Ilustrasi dan Maskot.....	70
4.2.2. Perancangan Label .....	75
4.2.3. Perancangan Kemasan Sekunder .....	85
4.2.3. Perancangan Kemasan Tersier .....	88
4.2.4. Perancangan Media Promosi.....	89
4.3.4. Perancangan <i>Promotion Kit</i> .....	92
4.3. <i>Budgetting</i> .....	101
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>104</b>
5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Saran .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>106</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Hot Branding Iron</i> Pada Hewan Ternak .....	7
Gambar 2.2. Pembuatan Litografi .....	8
Gambar 2.3. Cara Menampilkan Gambar Pada Kemasan.....	14
Gambar 2.4. Teknik Tradisional (kolase, cat air, <i>woodcutting</i> ).....	16
Gambar 2.5. Teknik Modern ( <i>freehand digital illustration</i> dan <i>vector graphics</i> )	17
Gambar 2.6. Contoh Beberapa Jenis Maskot .....	18
Gambar 2.7. Letak Warna Primer .....	19
Gambar 2.8. Letak Warna Sekunder .....	20
Gambar 2.9. Letak Warna Tersier .....	20
Gambar 2.10. Letak Warna Komplementer .....	21
Gambar 2.11. Letak Warna Analog .....	21
Gambar 2.12. <i>Type Anatomy</i> .....	29
Gambar 2.13. <i>Leading, Kerning, dan Tracking</i> .....	31
Gambar 2.14. Contoh <i>Font Family</i> .....	32
Gambar 2.15. Klasifikasi <i>Font</i> .....	34
Gambar 2.16. <i>Golden Section</i> .....	34
Gambar 2.17. <i>Symmetrical Grid</i> .....	35
Gambar 2.18. <i>Asymmetrical Grid</i> .....	36
Gambar 3.1. Logo Ayam Brand .....	38
Gambar 3.2. Produk Sarden Ayam Brand.....	40
Gambar 3.3. Produk Mackerel Ayam Brand.....	40
Gambar 3.4. Produk Tuna Klasik Ayam Brand .....	41

Gambar 3.5. Produk Tuna dengan Rasa Ayam Brand .....	41
Gambar 3.6. Produk Tuna Mayonnaise Ayam Brand .....	42
Gambar 3.7. Produk <i>Light</i> Ayam Brand .....	42
Gambar 3.8. Produk Salmon Ayam Brand .....	42
Gambar 3.9. Produk Kacang Ayam Brand.....	43
Gambar 3.10. Produk Buah Kaleng Ayam Brand.....	43
Gambar 3. 11. Produk Sayuran Kaleng Ayam Brand .....	44
Gambar 3.12. Hasil survey kesulitan konsumen.....	45
Gambar 3.13. Hasil survey pengetahuan produk makanan kaleng .....	45
Gambar 3.14. Hasil survey tingkat kepopuleran Ayam Brand .....	46
Gambar 3.15. Hasil survey kesesuaian identitas Ayam Brand .....	46
Gambar 3. 16. Hasil survey ketertarikan konsumen terhadap Ayam Brand.....	46
Gambar 3.17. Penulis Mewawancaraai <i>Staff Supermarket</i> .....	49
Gambar 3.18. Perilaku Konsumen Ketika Memilih Buah Kaleng.....	50
Gambar 3.19. Perilaku Konsumen Ketika Memilih Tuna.....	50
Gambar 3.20. Perilaku Konsumen Ketika Memilih Sayuran Kaleng .....	51
Gambar 3.21. Produk Tuna King's Fisher .....	53
Gambar 3.22. Produk Tuna Bestunaku .....	54
Gambar 3.23. Produk Tuna SW .....	54
Gambar 3.24. Produk Tuna Maya .....	55
Gambar 3.25. Sketsa Desain Lindsay Olives .....	57
Gambar 4.1. Mindmapping Tuna Ayam Brand .....	59
Gambar 4.2. Brainstorming Tuna Ayam Brand .....	60

Gambar 4.3. Refrensi Warna.....	64
Gambar 4.4. Refrensi Typography.....	64
Gambar 4.5. Refrensi Gambar .....	65
Gambar 4.6. Refrensi Media Kemasan .....	65
Gambar 4.7. Sketsa Alternatif Kemasan .....	67
Gambar 4.8. Desain Awal Label Kemasan Tuna Ayam Brand .....	69
Gambar 4.9. Alternatif <i>Style</i> Ilustrasi.....	70
Gambar 4.10. Kemasan Kompetitor dengan Ilustrasi .....	71
Gambar 4.11. Penyederhanaan Bentuk Tuna.....	71
Gambar 4.12. Alternatif Maskot .....	72
Gambar 4.13. <i>Outline</i> dan Siluet Maskot Terpilih.....	72
Gambar 4.14. <i>Jack The Tuna</i> Maskot Tuna Ayam Brand.....	73
Gambar 4.15. Jack dan Kostum Sesuai Varian Tuna Ayam Brand .....	73
Gambar 4.16. 13 Ilustrasi Makanan Mewakili 13 Varian Tuna Ayam Brand .....	75
Gambar 4.17. Warna Hijau Mewakili Varian <i>Classic</i> .....	75
Gambar 4.18. Warna Merah Mewakili Varian <i>Flavors</i> .....	76
Gambar 4.19. Warna Kuning Mewakili Varian <i>Mayo</i> .....	76
Gambar 4.20. Warna Biru Mewakili Varian <i>Light</i> .....	77
Gambar 4.21. Typography yang Akan Digunakan Pada Kemasan.....	77
Gambar 4.22. Gelombang Hijau Mewakili <i>Olive Oil</i> .....	78
Gambar 4.23. Gelombang Kuning Mewakili <i>Oil</i> .....	78
Gambar 4.24. Gelombang Biru Mewakili <i>Water</i> .....	78
Gambar 4.25. Gelombang Biru Tua Mewakili <i>Water</i> .....	78

Gambar 4.26. Gelombang Merah Mewakili <i>Chilli</i> .....	79
Gambar 4.27. Gelombang Jingga Mewakili <i>Tomato</i> .....	79
Gambar 4.28. Gelombang Kuning Pekat/Tua Mewakili <i>Curry</i> .....	79
Gambar 4.29. Gelombang Merah Muda Mewakili <i>Mayo Mild</i> .....	80
Gambar 4.30. Gelombang krem Mewakili <i>Mayo</i> .....	80
Gambar 4.31. Gelombang Toska Mewakili <i>Mayo Spread</i> .....	80
Gambar 4.32. Desain Label Pada Kepala Kaleng Tuna Ayam Brand .....	81
Gambar 4.33. Konfigurasi Desain Label Pada Kepala Kaleng Tuna Ayam Brand .....	81
Gambar 4.34. Konfigurasi Desain Label Pada Badan Kaleng Tuna Ayam Brand	82
Gambar 4.35. Desain Label Pada Badan Kaleng <i>Tuna Light in Olive Oil</i> .....	82
Gambar 4.36. Desain Label Pada Badan Kaleng <i>Tuna Light in Oil</i> .....	82
Gambar 4.37. Desain Label Pada Badan Kaleng <i>Tuna Light in Water</i> .....	82
Gambar 4.38. Desain Label Pada Badan Kaleng <i>Tuna in Tomato</i> .....	82
Gambar 4.39. Desain Label Pada Badan Kaleng <i>Tuna in Chilli</i> .....	83
Gambar 4.40. Desain Label Pada Badan Kaleng <i>Tuna in Curry</i> .....	83
Gambar 4.41. Desain Label Pada Badan Kaleng <i>Tuna Mayo Spread</i> .....	83
Gambar 4.42. Desain Label Pada Badan Kaleng <i>Tuna Mayo</i> .....	83
Gambar 4.43. Desain Label Pada Badan Kaleng <i>Tuna Mayo Mild</i> .....	83
Gambar 4.44. Desain Label Pada Badan Kaleng <i>Tuna Mayo Hot</i> .....	83
Gambar 4.45. Desain Label Pada Badan Kaleng <i>Tuna Chunk in Brine</i> .....	83
Gambar 4.46. Desain Label Pada Badan Kaleng <i>Tuna Chunk in Oil</i> .....	84
Gambar 4.47. Desain Label Pada Badan Kaleng <i>Tuna Flakes in Oil</i> .....	84

Gambar 4.48. Rangka Kemasan Sekunder <i>Tuna Classic</i> .....	85
Gambar 4.49. Rangka Kemasan Sekunder <i>Tuna Light</i> .....	85
Gambar 4.50. Rangka Kemasan Sekunder <i>Tuna Flavors</i> .....	86
Gambar 4.51. Rangka Kemasan Sekunder <i>Tuna Mayo Mild</i> dan <i>Tuna Mayo Spread</i> .....	86
Gambar 4.52. Rangka Kemasan Sekunder <i>Tuna Mayo</i> dan <i>Tuna Mayo Hot</i> .....	86
Gambar 4.53. Kemasan Sekunder <i>Tuna Classic</i> .....	87
Gambar 4.54. Kemasan Sekunder <i>Tuna Light</i> .....	87
Gambar 4.55. Kemasan Sekunder <i>Tuna Flavors</i> .....	88
Gambar 4.56. Kemasan Sekunder <i>Tuna Mayo</i> .....	88
Gambar 4.57. Kemasan Tersier Tuna Ayam Brand.....	89
Gambar 4.58. Poster Promosi Tuna Ayam Brand.....	90
Gambar 4.59. <i>Flyer</i> Promosi Tuna Ayam Brand .....	91
Gambar 4.60. <i>Standing Banner</i> Promosi Tuna Ayam Brand.....	91
Gambar 4.61. Seragam SPG Tuna Ayam Brand.....	92
Gambar 4.62. Paperbag Tuna Ayam Brand .....	92
Gambar 4.63. <i>Merchandise</i> Tuna Ayam Brand Berupa Piring dan Mangkok.....	93
Gambar 4.64. <i>Merchandise</i> Tuna Ayam Brand Berupa Spatula.....	93
Gambar 4.65. <i>Merchandise</i> Tuna Ayam Brand Berupa <i>Sticker Magnet</i> .....	94
Gambar 4.66. <i>Merchandise</i> Tuna Ayam Brand Berupa Botol Bumbu .....	94
Gambar 4.67. <i>Merchandise</i> Tuna Ayam Brand Berupa Boneka dan Bantal Jack The Tuna .....	95

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1. Arti dan fungsi warna.....	21
Tabel 4.1. Desain Awal Tuna Ayam Brand .....	67
Tabel 4.2. Analisis Kemasan Tuna Ayam brand.....	95
Tabel 4.3. Tabel Perhitungan 1 Edisi Kemasan .....	101
Tabel 4.4. Tabel Perhitungan Media Promosi.....	102
Tabel 4.5. Tabel Perhitungan Merchandise.....	103

UMN

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**LAMPIRAN A: LEMBAR BIMBINGAN .....** **xix**

**LAMPIRAN B: LEMBAR PENDAFTARAN SIDANG .....** **xxii**

