



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 IDENTITAS VISUAL

RESTORAN TELAGA SEAFOOD

Laporan Tugas Akhir

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



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Edwina Grammy Akoso
NIM : 14120210046
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Edwina Grammy Akoso

NIM : 14120210046

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir/Skripsi:

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

RESTORAN TELAGA SEAFOOD

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.

Tangerang, 14 Januari 2018

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Edwina Grammy Akoso

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

RESTORAN TELAGA SEAFOOD

Oleh

Nama : Edwina Grammy Akoso
NIM : 14120210046
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 24 Januari 2018

Pembimbing



Chara Susanti, M.Ds.

Penguji



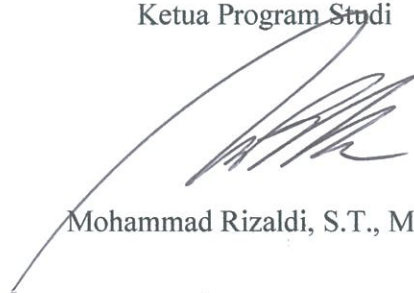
Fransisca Retno S.R., S.Ds., M.Sn.

Ketua Sidang



Nadia Mahatmi, M.Ds.

Ketua Program Studi



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan penulis panjatkan karena atas rahmat dan bimbingan-Nya penulis bisa menyelesaikan projek Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Ulang Identitas Visual Restoran Telaga Seafood dengan lancar dan tepat waktu sesuai dengan usaha yang sudah penulis berikan demi tercapainya hasil akhir yang baik.

Perancangan ulang identitas visual restoran Telaga Seafood ini diharapkan bisa menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ada dalam restoran tersebut sehingga tujuan untuk bisa terus berkembang, menguatkan konsep, meningkatkan penjualan, dan semakin bisa bersaing dengan kompetitor lainnya bisa tercapai melalui wajah baru yang penulis rancang dalam Tugas Akhir kali ini.

Penulis juga melakukan perancangan ini dengan berbagai pertimbangan sesuai dengan data dan landasan teori yang penulis gunakan, tidak lupa dengan berbagai ilmu yang pernah penulis pelajari dalam masa perkuliahan.

Pada kesempatan kali ini penulis juga mengucapkan terima kasih untuk pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam perancangan tugas akhir ini.

Penulis berterima kasih kepada:

1. Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, fakultas Seni dan Desain, Moh. Rizaldi S.T., M.Ds.
2. Dosen Pembimbing, Chara Susanti, S.Ds., M.Ds. yang telah memberikan bimbingan, waktu, dan berbagai masukan yang mampu membuat penulis bisa merancang Tugas Akhir ini hingga bisa berdiri hingga sidang akhir.

3. Bapak Ruli, selaku pemilik restoran Telaga Seafood yang telah banyak membantu penulis untuk mendapatkan kelengkapan data, tidak lupa dengan waktu yang sudah disediakannya sehingga bisa bertukar pikiran Bersama mengenai restoran Telaga Seafood.
4. Ibu, Bapak, dan Anya yang sudah setiap hari menemani penulis dalam mengerjakan laporan, yang sudah memberikan dukungan setiap kali penulis berkeluh kesah, dan banyak membantu penulis untuk bertukar pikiran dalam merancang tugas akhir kali ini. Yang pasti karena kasih sayang mereka, penulis memiliki minat yang sangat amat besar untuk mendapatkan hasil yang baik agar mereka bisa bangga kepada penulis atas pencapaian ini.
5. Terima Kasih juga kepada anggota Mr. Code; Fransisca Maudy, Khansa Olivia, Angelica, Catherine Agustine, Fryda A. F., Stephen T. K., karena sudah memberi waktu serta dukungannya agar penulis bisa melepas stress dalam masa pengerjaan Tugas Akhir kali meskipun semuanya juga sedang dalam masa-masa kuliah yang berat demi mendapatkan gelarnya masing-masing.
6. Terima kasih kepada Ci Fonita yang sudah banyak membantu penulis dalam mempersiapkan sidang judul penulis sehingga bisa mempertahankan judul ini hingga sidang akhir.
7. Terima kasih kepada Ci Oen Fang yang sudah memberi banyak arahan dan bantuan pada penulis agar bisa yakin dengan Tugas Akhir yang penulis rancang kali ini.

8. Serta kepada Johnny Suh yang telah menjadi pendukung tambahan dan membuat penulis amat semangat dalam melalui minggu-minggu Tugas Akhir yang berat.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung keberhasilan dari tugas akhir ini.

Tangerang, 14 Januari 2018



Edwina Grammy Akoso

ABSTRAKSI

Telaga Seafood merupakan sebuah restoran keluarga yang sudah berdiri sejak tahun 2003. Seiring berjalannya waktu, restoran keluarga dengan segmen sejenis sudah sangat menjamur dan membuat restoran ini mulai mengalami penurunan tingkat konsumen. Restoran Telaga Seafood kemudian mempersempit kompetitornya dan menggeser segmentasinya. Melihat kompetitor di atasnya sudah bisa bersaing karena konsep yang kuat, restoran Telaga Seafood perlu melakukan perbaharuan konsep yang lebih kuat sehingga bisa bersaing dengan kompetitornya. Masalah yang terjadi jika dijabarkan adalah adanya permasalahan persaingan antar segmen sejenis, penjualan menurun, konsep tidak kuat yang mana merupakan masalah terkait dengan segmentasi dan *brand-image*. Jika tidak diperbaiki maka tujuan restoran Telaga Seafood untuk bisa bersaing dengan kompetitor dan memiliki konsep yang kuat akan gagal. Maka dari itu, penulis akan melakukan perancangan ulang identitas visual yang merupakan bagian dari *re-branding*. Karena, suatu *re-branding* dapat dilakukan jika adanya pergeseran segmentasi, dan perubahan konsep suatu perusahaan. Dengan adanya *re-branding* ini maka penulis akan memperbaiki restoran Telaga Seafood secara *branding* melalui identitas visual, sedangkan pemilik restoran akan memperbaiki *branding* secara konsep dan segala unsur didalamnya. Semua ini dilakukan agar tujuan restoran Telaga Seafood untuk bisa bersaing dengan kompetitornya, memperbanyak cabang, dan meningkatkan konsumen dapat tercapai.

Kata kunci: Restoran, Seafood, *gathering*, *brand-image*, identitas visual, *re-branding*.



ABSTRACT

Telaga Seafood is a family restaurant that has been established since 2003. Over time, family restaurants with similar segments are growing rapidly and make this restaurant began to decrease the level of consumers. Then, Telaga Seafood Restaurant narrowed their competitors and changed their segmentation. Seeing the competitors can compete because of their strong concept, Telaga Seafood restaurant needs to make a stronger concept so they can compete with their competitors. Some problems that occur in Telaga Seafood restaurant are competition between similar segments, sales volume decreased, and the concept is not strong which the problems are related to segmentation and brand-image. If we're not improve or change the brand-image to fix all these problems, then the goal of Telaga Seafood restaurant to be able to compete with competitors and have a strong concept would be fail. Therefore, the author will redesign the visual identity that is part of the re-branding. Because, a re-branding can be done when a company needs to change their segmentation, and change the concept or brand-image. With re-branding, the writer will fix Telaga Seafood restaurant in branding through visual identity, while the restaurant owner will improve the branding concept and all the elements in it. All of these branding plans need to be done for the purpose of Telaga Seafood restaurant to be able to compete with their competitors, increase branches, and increase consumers volume can be achieved.

Keywords: Seafood, Restaurant, gathering, brand-image, visual identity, re-branding.

UMN
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	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
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
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Restoran.....	6
2.1.1. Definisi Restoran.....	6
2.1.2. Jenis-jenis Restoran.....	7

2.2.	Branding.....	9
2.2.1.	Definisi Branding.....	9
2.2.2.	<i>Brand Positioning</i>	11
2.2.3.	<i>Brand Identity</i>	12
2.2.4.	<i>Brand Equity</i>	12
2.2.5.	<i>Re-branding</i>	13
2.3.	Identitas Visual.....	14
2.3.1.	Definisi Identitas Visual.....	14
2.3.2.	Tujuan dan Fungsi Identitas Visual.....	20
2.3.3.	<i>Graphic Standard Manual</i>	21
2.3.4.	Elemen Identitas Visual.....	22
BAB III METODOLOGI		28
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data.....	28
3.1.1.	<i>In Depth Interview (Wawancara)</i>	29
3.1.2.	Observasi.....	33
3.1.3.	Dokumentasi.....	41
3.1.4.	Triangulasi.....	41
3.1.5.	<i>Focus Group Discussion (FGD)</i>	42
3.2.	Metodologi Perancangan.....	43
3.2.1.	<i>Establish Criteria</i>	43
3.2.2.	<i>Exploration</i>	44
3.2.3.	<i>Refine</i>	44
3.2.4.	<i>Applications</i>	44

3.2.5.	<i>Production</i>	44
3.2.6.	<i>System</i>	44
3.3.	Studi Eksisting	45
3.3.1.	Restoran Telaga Seafood.....	45
3.3.2.	Kompetitor	48
3.3.3.	Kesimpulan	53
3.4.	Analisa Visual	54
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS		61
4.1.	Perancangan	61
4.2.	Analisis.....	82
4.3.	Anggaran.....	87
BAB V PENUTUP		89
5.1.	Kesimpulan	89
5.2.	Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA		xiv



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Contoh <i>logotype</i>	17
Gambar 2.2. Contoh <i>lettermark</i>	17
Gambar 2.3. Contoh <i>Pictorial Symbol</i>	18
Gambar 2.4. Contoh <i>Abstract Symbol</i>	18
Gambar 2.5. Contoh <i>Nonobjective Symbol</i>	19
Gambar 2.6. Contoh <i>Character Icon Logo</i>	19
Gambar 2.7. Contoh jenis-jenis <i>typography</i>	23
Gambar 2.8. Contoh jenis-jenis <i>typography</i>	23
Gambar 2.9. Penggolongan warna menurut Morioka.....	25
Gambar 2.10. Penggolongan ikon menurut Morioka.....	26
Gambar 2.11. <i>Modular grids</i>	27
Gambar 3.1. Penulis bersama dengan bapak Ruli pemilik restoran Telaga Seafood	30
Gambar 3.2. Hasil Observasi Lokasi – Tampak depan restoran Telaga Seafood BSD.....	36
Gambar 3.3. Hasil Observasi Lokasi – Halaman belakang restoran Telaga Seafood BSD.....	36
Gambar 3.4. Hasil Observasi Lokasi – Halaman belakang restoran Telaga Seafood BSD.....	37
Gambar 3.5. Hasil Observasi Lokasi – Halaman belakang restoran Telaga Seafood BSD.....	37
Gambar 3.6. Hasil Observasi Lokasi – Indoor 1 restoran Telaga Seafood BSD ..	38

Gambar 3.7. Hasil Observasi Lokasi – Meeting Room A restoran Telaga Seafood BSD	38
Gambar 3.8. Hasil Observasi Lokasi – Ruang indoor B restoran Telaga Seafood BSD	39
Gambar 3.9. Hasil Observasi Lokasi – Main face restoran Telaga Seafood BSD	40
Gambar 3.10. Hasil Observasi Lokasi – Meeting room B Telaga Seafood BSD .	40
Gambar 3.11. Dokumentasi FGD di Telaga Seafood BSD	42
Gambar 3.12. Taman Santap Rumah Kayu	48
Gambar 3.13. Restoran Bandar Djakarta	49
Gambar 3.14. Restoran Rasane	51
Gambar 3.15. Logo Restoran Telaga Seafood	54
Gambar 3.16. Perbandingan analisa huruf T pada logo	55
Gambar 3.17. Potongan Logo Restoran Telaga Seafood	55
Gambar 3.18. Perbandingan analisa huruf A pada logo	56
Gambar 3.19. Logo Restoran Telaga Seafood	56
Gambar 3.20. <i>Grid system</i> Logo Restoran Telaga Seafood	57
Gambar 3.21. Pengaplikasian Logo Restoran Telaga Seafood	58
Gambar 3.22. Pengaplikasian Logo Restoran Telaga Seafood cabang Cikarang .	59
Gambar 3.23. Header <i>Website</i> Restoran Telaga Seafood	59
Gambar 4.1. <i>Mindmapping</i> restoran Telaga Seafood	62
Gambar 4.2. Sketsa Logo restoran Telaga Seafood	63
Gambar 4.3. Tahap awal pembuatan bentuk ikan Gambar 4.4. Option 1 perancangan Logo Gambar 4.5. Option 2 perancangan Logo	64

Gambar 4.6. Option 3 dan 4 perancangan Logo	65
Gambar 4.7. Pengembangan Logo	65
Gambar 4.8. Logo akhir yang terpilih.....	66
Gambar 4.9. <i>Logotype</i> restoran Telaga Seafood	68
Gambar 4.10. Konstruksi Logo Telaga Seafood.....	68
Gambar 4.11. <i>Grid system</i> Logo Telaga Seafood	69
Gambar 4.12. <i>Seconary</i> Logo Telaga Seafood.....	70
Gambar 4.13. Penggunaan <i>typography</i> yang digunakan dalam branding Telaga Seafood.....	70
Gambar 4.14. Penggunaan warna pada Logo Telaga Seafood.....	71
Gambar 4.15. Supergrafik restoran Telaga Seafood	72
Gambar 4.16. contoh GSM untuk pengaplikasian kartu nama Telaga Seafood ...	74
Gambar 4.17. kartu nama Telaga Seafood.....	74
Gambar 4.18. GSM untuk seragam (<i>employee needs</i>) restoran Telaga Seafood..	75
Gambar 4.19. Seragam (<i>employee needs</i>) restoran Telaga Seafood	76
Gambar 4.20. GSM <i>Table number (outlet stuffs)</i> restoran Telaga Seafood.....	76
Gambar 4.21. <i>Table number (outlet stuffs)</i> restoran Telaga Seafood	77
Gambar 4.22. GSM Brosur (<i>communication media</i>) restoran Telaga Seafood	77
Gambar 4.23. Brosur (<i>communication media</i>) restoran Telaga Seafood.....	78
Gambar 4.24. <i>Ballpoint (merchandise)</i> restoran Telaga Seafood.....	79
Gambar 4.25. Desain <i>website</i> restoran Telaga Seafood.....	80
Gambar 4.26. Desain cover <i>menubook</i> restoran Telaga Seafood.....	81

Gambar 4.27. Desain konten salah satu halaman *menubook* restoran Telaga

Seafood..... 82

Gambar 4.28. Logotype restoran hasil *re-branding*..... 83

Gambar 4.29. Warna yang digunakan restoran hasil *re-branding*..... 84

Gambar 4.30. Ikon ikan restoran hasil *re-branding*..... 85

Gambar 4.31. *Grid System logo* restoran hasil *re-branding* 86



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Perbandingan Segmentasi Lama (sekarang) dan Baru (tujuan)	45
Tabel 4.1. Tabel Anggaran biaya desain (40 hari)	87
Tabel 4.2. Tabel Anggaran Perancangan	88

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: Lembar Bimbingan xvi

LAMPIRAN B: *Display* Tugas Akhir xx



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA