



### **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  
ES KRIM HUBBLE SCOOP CREAMERY**

**Laporan Tugas Akhir**

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



Nama : Jessica Marella Junian  
NIM : 13120210126  
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 : Jessica Marella Junian

NIM : 13120210126

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

### **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL ES KRIM HUBBLE SCOOP CREAMERY**

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 black ink, appearing to read 'Jessica Marella Junian', with a large, stylized initial 'J'.

**Jessica Marella Junian**

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

### Perancangan Ulang Identitas Visual Es Krim

#### Hubble Scoop Creamery

Oleh

Nama : Jessica Marella Junian  
NIM : 13120210126  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain

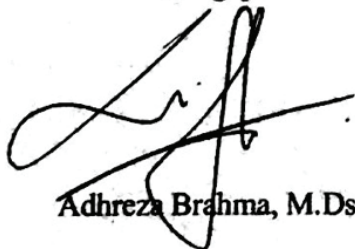
Tangerang, 31 Januari 2018

Pembimbing



Erwin Alfian S.Sn., M.Ds.

Penguji



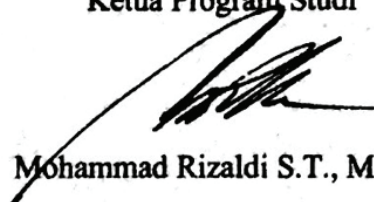
Adhreza Brahma, M.Ds.

Ketua Sidang



Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi



Mohammad Rizaldi S.T., M.Ds.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “*Perancangan Ulang Identitas Visual Ice Cream Hubble Scoop Creamery*”.

Suatu *brand* dapat diperoleh maknanya dari suatu kualitas yang disimbolkan, melalui *brand positioning*. *Brand* merupakan identitas dari suatu perusahaan karena dapat menggambarkan perilaku bisnis atau organisasi itu sendiri. *Branding* pada suatu bisnis sangat penting, karena dapat memberikan kesan baik atau buruknya suatu bisnis tersebut. *Rebranding* merupakan sebuah proses perubahan identitas *brand*. Tidaklah mudah untuk menentukan arah, desain sebuah *brand*. Berbicara mengenai bisnis kuliner di Indonesia memang tidak ada habisnya, selalu ada yang baru dan persaingan yang semakin banyak. Hubble Scoop Creamery adalah salah satu *brand* kuliner yang menawarkan produk es krim dan juga kopi yang terletak di BSD, Tangerang Selatan. Penulis tertarik untuk mengangkat topik mengenai Hubble Scoop Creamery karena es krim ini belum memiliki *brand positioning* yang kuat. Untuk menjangkau target yang lebih luas, maka Hubble Scoop Creamery membutuhkan *rebranding*. *Positioning* dapat diwujudkan dengan bentuk diferensiasi yang kuat, maka dari itu *brand equity* akan kokoh dengan sendirinya.

Dalam proses perancangan ulang identitas visual ini, cukup banyak tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh penulis, namun semua dapat teratasi

atas bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin berterima kasih kepada :

1. Mohammad Rizaldi S.T., M.Ds., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
2. Erwin Alfian S.Sn., M.Ds., selaku pembimbing tugas akhir yang selalu mendukung dan membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Basith Ibrahim, selaku pemilik Hubble Scoop Creamery yang telah membantu penulis untuk mengumpulkan data-data yang terkait dalam tugas akhir ini.
4. Keluarga penulis, yaitu Papa, Mama, Jeremy, Janice atas segala doa, dukungan, semangat, serta bantuan yang telah diberikan baik moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Keluarga penulis, yaitu Opa, Oma yang selalu memberi motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Dwi Stantio, yang selalu menemani penulis dalam senang maupun susah, dan selalu sabar dalam membantu penulis menyusun Tugas akhir ini.
7. Teman-teman terdekat penulis, yaitu Charlene Andrian, Nadia Gunawan, Karina Kurnia, Sheila Loeshandra, Dwi Ingrid, Steven Lie, Maudrey Alesia, dan teman-teman lainnya yang senantiasa menyemangati, memberi inspirasi, gagasan, bantuan, dukungan, serta kebersamaan kepada penulis.
8. Pihak-pihak lainnya yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam bentuk apapun selama penulis menjalani tugas akhir ini.

**Tangerang, 17 Januari 2018**

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'J' followed by a series of loops and a horizontal stroke at the end.

**Jessica Marella Junian**



## ABSTRAKSI

Identitas visual merupakan salah satu hal utama yang terlihat dan digunakan sebagai dasar dalam membentuk citra dari sebuah merek. Hubble Scoop Creamery merupakan toko es krim yang sudah hampir 5 tahun berjalan. Selama ini, Hubble Scoop Creamery belum banyak diketahui sebagai penjual es krim yang unik di kalangan masyarakat. Salah satu penyebabnya adalah Hubble Scoop Creamery belum merepresentasikan perusahaan sehingga tidak ada kekuatan untuk memberikan kesan yang baik, mudah diingat dan dikenal oleh masyarakat. Dengan permasalahan yang ada, maka diperlukan perancangan ulang identitas visual Hubble Scoop Creamery. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Data diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah data mengenai Hubble Scoop Creamery dan permasalahannya. Data dan analisis yang dihasilkan dapat membantu dalam proses perancangan ulang identitas visual Hubble Scoop Creamery yang memiliki ciri khas, karakter dan mewakili perusahaan agar mudah untuk dikenal dan meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap Hubble Scoop Creamery. Hasil dari perancangan berupa perancangan ulang logo, desain menu, kemasan, seragam, petunjuk toko, banner, brosur dan media sosial.

Keywords: Hubble Scoop Creamery, *brand*, perancangan, identitas visual.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## **ABSTRACT**

*Visual identity constitute one of the main that are seen and used as a foundation in building the image of a brand. Hubble Scoop Creamery is an ice cream shop that has almost run for 5 years. All this time, Hubble Scoop Creamery aren't recognized as an unique ice cream seller in the society yet. One of the cause is that Hubble Scoop Creamery has not represented the company so there is no power to give a good impression, easy to remember and known by the public. With the existing problems, it is necessary to redesign the visual identity of Hubble Scoop Creamery. The method used in this design is qualitative and quantitative method. Data obtained through interviews, observation, and documentation. The results of this study are data on Hubble Scoop Creamery and the problem. The resulting data and analysis can help in the process of redesigning the visual identity of Hubble Scoop Creamery that has the characteristic, character and represent the company to be recognize easily and increase the public appeal of Hubble Scoop Creamery. The results of the design in the form of logo redesign, menu of the design, packaging, uniforms, store instructions, banners, brochures and social media.*

**Keywords:** Hubble Scoop Creamery, brand, rebranding, visual identity.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1. <i>Brand Identity</i> .....	6
2.2. Identitas Visual.....	6
2.2.1. Identitas Visual Ideal.....	7
2.2.2. <i>Names</i> .....	8

2.2.3.	Logo .....	8
2.2.4.	Teori Warna dalam Logo <i>Food &amp; Beverage</i> .....	12
2.2.5.	Tipografi.....	15
2.2.6.	Elemen Gambar.....	16
2.3.	<i>Graphics Standart Manual</i> .....	16
2.4.	Prinsip <i>Layout</i> .....	17
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>		<b>19</b>
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data.....	19
3.1.1.	Wawancara.....	19
3.1.2.	Observasi.....	21
3.1.3.	Kuesioner .....	26
3.2.	Metodologi Perancangan.....	27
3.2.1.	Perancangan Ulang Identitas Visual Hubble Scoop Creamery....	36
3.2.2.	Perancangan Media Pendukung .....	36
<b>BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS .....</b>		<b>39</b>
4.1.	Perancangan Logo.....	39
4.1.1.	<i>Brainstorming</i> .....	40
4.1.2.	<i>Graphic Standard Manual</i> .....	56
4.2.	Analisis.....	57
4.2.1.	<i>Corporate Identity</i> .....	58
4.2.2.	Media Promosi .....	65
4.3	<i>Budgeting</i> .....	73

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>76</b>
5.1. Kesimpulan.....	76
5.2. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>XIV</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo McDonalds.....	9
Gambar 3. 1 Foto Wawancara.....	21
Gambar 3. 2 Foto Suasana Toko.....	22
Gambar 3. 3 Foto Produk.....	23
Gambar 3. 4 Logo Hubble Scoop Creamery.....	23
Gambar 3. 5 Foto Produk Eskimomo.....	24
Gambar 3. 6 Foto Suasana <i>Cafe</i> Locco Gelato.....	25
Gambar 3. 7 Foto Produk Island Creamery.....	26
Gambar 3. 8 Foto Tampak Depan Toko.....	29
Gambar 3. 9 Foto Menu Hubble Scoop Creamery.....	29
Gambar 3. 10 Foto Toko Hubble Scoop.....	30
Gambar 3. 11 Foto <i>Corner</i> Es krim.....	30
Gambar 3. 12 Foto Galeri Seni.....	30
Gambar 4. 1 <i>Mindmapping</i> Hubble Scoop Creamery.....	39
Gambar 4. 2 Sketsa Manual 1.....	42
Gambar 4. 3 Sketsa Manual 2.....	43
Gambar 4. 4 Sketsa Manual 3.....	43
Gambar 4. 5 Sketsa Manual 4.....	44
Gambar 4. 6 Sketsa Manual 5.....	44
Gambar 4. 7 Sketsa Manual 6.....	44
Gambar 4. 8 Sketsa Manual 7.....	45
Gambar 4. 9 <i>Brainstorming</i> Luar Angkasa.....	45

Gambar 4. 10 <i>Brainstorming</i> Galeri Seni .....	46
Gambar 4. 11 <i>Moodboard 1</i> .....	47
Gambar 4. 12 <i>Moodboard 2</i> .....	47
Gambar 4. 13 Sketsa Digital 1 Logo Hubble Scoop Creamery .....	49
Gambar 4. 14 Sketsa Digital 2 Logo Hubble Scoop Creamery .....	50
Gambar 4. 15 Sketsa Digital 3 Logo Hubble Scoop Creamery .....	50
Gambar 4. 16 Sketsa Digital 4 Logo Hubble Scoop Creamery .....	51
Gambar 4. 17 Sketsa Digital 5 Logo Hubble Scoop Creamery .....	51
Gambar 4. 18 Logo Hubble Scoop Creamery .....	52
Gambar 4. 19 <i>Grid</i> Logo Hubble Scoop Creamery .....	52
Gambar 4. 20 <i>Minimal size</i> ruang kosong logo.....	53
Gambar 4. 21 <i>Minimum size</i> logo .....	53
Gambar 4. 22 <i>Logotype</i> logo Hubble Scoop Creamery .....	54
Gambar 4. 23 <i>Supergraphic</i> Hubble Scoop Creamery.....	55
Gambar 4. 24 <i>Cover Graphic Standard Manual</i> Hubble Scoop Creamery .....	56
Gambar 4. 25 <i>Application Graphic Standard Manual</i> Hubble Scoop Creamery .	57
Gambar 4. 26 <i>Coorporate Identity</i> Hubble Scoop Creamery .....	59
Gambar 4. 27 Amplop Hubble Scoop Creamery .....	59
Gambar 4. 28 Kartu Nama Hubble Scoop Creamery.....	60
Gambar 4. 29 <i>Invoice</i> Hubble Scoop Creamery.....	60
Gambar 4. 30 <i>Polo Shirt</i> Hubble Scoop Creamery.....	61
Gambar 4. 31 <i>Apron</i> Hubble Scoop Creamery .....	61
Gambar 4. 32 Menu Hubble Scoop Creamery.....	62

Gambar 4. 33 <i>Packaging</i> Hubble Scoop Creamery .....	62
Gambar 4. 34 <i>Packaging takeaway</i> Hubble Scoop Creamery .....	63
Gambar 4. 35 <i>Paperbag</i> Hubble Scoop Creamery .....	63
Gambar 4. 36 <i>Signage</i> Hubble Scoop Creamery .....	64
Gambar 4. 37 <i>Operation Car</i> Hubble Scoop Creamery .....	64
Gambar 4. 38 <i>Booth</i> Hubble Scoop Creamery .....	65
Gambar 4. 39 <i>Instagram</i> Hubble Scoop Creamery .....	66
Gambar 4. 40 <i>Website</i> Hubble Scoop Creamery .....	67
Gambar 4. 41 <i>Facebook ads</i> Hubble Scoop Creamery .....	68
Gambar 4. 42 <i>Poster</i> Hubble Scoop Creamery .....	69
Gambar 4. 43 <i>X-Banner</i> Hubble Scoop Creamery .....	69
Gambar 4. 44 <i>Flyer</i> Hubble Scoop Creamery .....	70
Gambar 4. 45 <i>Tendcard</i> Hubble Scoop Creamery .....	70
Gambar 4. 46 <i>Merchandise pin</i> Hubble Scoop Creamery .....	71
Gambar 4. 47 <i>Merchandise notebook</i> Hubble Scoop Creamery .....	71
Gambar 4. 48 <i>Merchandise totebag</i> Hubble Scoop Creamery .....	72
Gambar 4. 49 <i>Loyalty Card</i> Hubble Scoop Creamery .....	73

U M N  
 U N I V E R S I T A S  
 M U L T I M E D I A  
 N U S A N T A R A



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 *Identity Platform* Hubble Scoop Creamery..... 32

Tabel 4.1 *Budgeting Plan*..... 32



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuisisioner <i>Online</i> Pendalaman Aplikasi Media .....	xv
Lampiran B Hasil Responden Kuisisioner <i>Online</i> Pendalaman Aplikasi Media ...	xxi
Lampiran C Kuisisioner Analisis <i>Brand</i> Hubble Scoop Creamery 1 .....	xxii
Lampiran D Data Responden Kuisisioner Analisis <i>Brand</i> Hubble Scoop Creamery .....	xxiv
Lampiran E <i>Graphic Standard Manual</i> HSC.....	xxx
Lampiran F Formulir Bimbingan 1 .....	xxxii
Lampiran G <i>Booth</i> Hubble Scoop Creamery .....	xxxv

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA