

# LAPORAN TUGAS AKHIR



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* PADA GELATONESIA SEBAGAI UPAYA *REBRANDING*



**SISYLIA SHAFI SALSABILA**

UNIV 42320010122 S

**MERCU BUANA**

Dosen Pembimbing :  
Novena Ulita, S.Pd, M.Sn

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2024**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sisylia Shafa Salsabila  
NIM : 42320010122  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Laporan Tugas Akhir : Perancangan *Brand Identity* Pada Gelatonesia  
Sebagai Upaya *Rebranding*

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Tugas Akhir saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 5 Agustus 2024



Sisylia Shafa Salsabila

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Sisylia Shafa Salsabila  
NIM : 42320010122  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Tugas Akhir : Perancangan Brand Identity Pada Gelatonesia  
Sebagai Upaya Rebranding

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Novena Ulita, S.Pd, M.Sn  
NIDN : 0321128506  
Ketua Penguji : Novena Ulita, S.Pd, M.Sn  
NIDN : 0321128506  
Penguji 1 : Octavianus Bramantha, S.Ds, M.Ds  
NIDN : 0304108803  
Penguji 2 : Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn  
NIDN : 0304039101



Jakarta, 7 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Desain dan Seni Kreatif



(Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn.)

Ketua Program Studi  
Desain Komunikasi Visual



(Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn.)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sisylia Shafa Salsabila  
NIM : 42320010122  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Laporan Tugas Akhir : Perancangan *Brand Identity* Pada Gelatonesia  
Sebagai Upaya *Rebranding*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 5 Agustus 2024



Sisylia Shafa Salsabila

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, penulis bersyukur atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir “Perancangan *Brand Identity* Pada Gelatonesia Sebagai Upaya *Rebranding*”. Penulisan Laporan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana. Data penemuan dan data perancangan pada laporan ini akan menjadi landasan untuk mengembangkan Gelatonesia.

Bisa terselesaikannya penulisan ini adalah berkat bantuan berbagai pihak, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds, M.Sn selaku Dekan Fakultas Desain dan Seni Kreatif.
3. Irfandi Munsur, S.Pd, M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
4. Novena Ulita, S.Pd, M.Sn selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Octavianus Bramantha, S.Ds, M.Sn dan Dwi Ramayanti, M.Sn selaku Dosen Penguji Tugas Akhir atas koreksi dan arahan serta masukannya.
6. Orangtua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moral dan saran yang membangun.
7. Serta semua pihak yang terlibat dalam penyusunan ini.

Dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini, penulis sadar bahwa penyusunan ini masih terdapat banyak ruang untuk perbaikan. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai setiap masukan, kritik, dan saran yang dapat memperbaiki kualitas penulisan ini. Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Laporan Tugas Akhir ini membawa manfaat yang signifikan bagi penulis, pembaca, maupun pengembangan ilmu.

Jakarta, 22 Juli 2024

Penulis

## ABSTRAK

Nama : Sisylia Shafa Salsabila  
NIM : 42320010122  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Laporan Tugas Akhir : Perancangan *Brand Identity* Pada Gelatonesia  
Sebagai Upaya *Rebranding*  
Pembimbing : Novena Ulita, S.Pd, M.Sn

Penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas *brand* yang efektif bagi Gelatonesia, sebuah UMKM es krim gelato, dengan fokus pada Generasi Z usia 19-22 tahun. Studi ini mendefinisikan variabel utama sebagai kesadaran merek, preferensi konsumen, dan elemen desain visual. Sebanyak kurang lebih delapan puluh lima responden berpartisipasi dalam memberikan umpan balik perancangan ini, dengan 57 di antaranya berasal dari Generasi Z, yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *design thinking*, yang mencakup lima tahap yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Gelatonesia telah membangun hubungan emosional yang kuat dengan Generasi Z melalui nama, *tagline*, dan logo yang mencerminkan cita rasa gelato khas Indonesia, masih dibutuhkan beberapa perbaikan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa desain identitas *brand* yang konsisten dan menarik berhasil menarik perhatian Generasi Z, tetapi perbaikan seperti penambahan *x-banner* untuk setiap varian gelato, desain kemasan *waffle*, dan penyediaan brosur *informatif* akan lebih meningkatkan daya tarik merek. Implementasi perbaikan ini diharapkan dapat memperkuat posisi Gelatonesia sebagai pelopor gelato Indonesia yang unik dan meningkatkan daya saingnya di pasar yang dituju. Perancangan ini menegaskan pentingnya pendekatan desain yang responsif terhadap preferensi target pasar dalam upaya meningkatkan popularitas dan kepercayaan konsumen.

**Kata Kunci** : Gelatonesia, Generasi Z, *Brand*, Identitas, Gelato

## ABSTRACT

Name : Sisylia Shafa Salsabila  
NIM : 42320010122  
Study Program : Desain Komunikasi Visual  
Title Final Project Report : Perancangan *Brand Identity* Pada Gelatonesia  
Sebagai Upaya *Rebranding*  
Counsellor : Novena Ulita, S.Pd, M.Sn

*This study aims to design an effective brand identity for Gelatonesia, a small-medium enterprise (SME) gelato ice cream business, with a focus on Generation Z aged 19-22 years. The study defines the main variables as brand awareness, consumer preferences, and visual design elements. Approximately eighty-five respondents participated in providing feedback on this design, with 57 of them from Generation Z, selected through purposive sampling techniques. Data analysis was conducted using the design thinking method, which includes five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. The results of the study show that although Gelatonesia has built a strong emotional connection with Generation Z through a name, tagline, and logo that reflect the unique taste of Indonesian gelato, some improvements are still needed. The conclusion of this study is that a consistent and attractive brand identity design successfully captures the attention of Generation Z, but improvements such as the addition of x-banners for each gelato variant, waffle packaging designs, and the provision of informative brochures will further enhance the brand's appeal. The implementation of these improvements is expected to strengthen Gelatonesia's position as a unique Indonesian gelato pioneer and increase its competitiveness in the targeted market. This design underscores the importance of a responsive design approach to target market preferences in an effort to increase consumer popularity and trust.*

**Keywords:** Gelatonesia, Generation Z, *Brand, Identity, Gelato*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Perancangan.....	1
1.2 Rumusan Masalah Perancangan.....	6
1.3 Tujuan Perancangan .....	6
1.4 Manfaat Perancangan .....	7
<b>BAB II METODE PERANCANGAN</b> .....	<b>8</b>
2.1 Orisinalitas .....	8
2.2 Target Perancangan .....	16
2.3 Relevansi & Konsekuensi Studi.....	18
2.4 Skema Proses Desain .....	30
<b>BAB III ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN</b> .....	<b>47</b>
3.1 Positioning dan Konsep Desain .....	47
3.2 Strategi Pesan.....	49
3.3 Strategi Visual .....	53
3.4 Strategi Distribusi Karya.....	55
<b>BAB IV HASIL KARYA DKV</b> .....	<b>58</b>
4.1 Deskripsi Karya.....	58
4.2 Pameran Karya .....	85
4.3 Hasil Uji Desain .....	90
4.4 Evaluasi Perancangan Karya.....	103
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>105</b>
5.1 Kesimpulan .....	105
5.2 Saran.....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>108</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya Sejenis .....	9
Tabel 2.2 Segmentasi Gelatonesia.....	16
Tabel 2.3 <i>Jobs To Be Done</i> .....	35
Tabel 2.4 <i>Design Requirements</i> .....	39
Tabel 2.5 Daftar Perancangan Kerja .....	42
Tabel 3.1 Fungsi Identitas Visual Gelatonesia .....	48
Tabel 3.2 Pernyataan Strategi Pesan Perancangan Identitas Visual Gelatonesia .....	49
Tabel 3.3 Alur Distribusi Media Perancangan Identitas Visual Gelatonesia.....	55
Tabel 4.1 Tabel Evaluasi Karya Uji Desain 1 .....	93
Tabel 4.2 Tabel Evaluasi Karya Uji Desain 2 .....	96



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Gelatonesia Sebelumnya .....	3
Gambar 2. 1 Tahapan <i>Design Thinking</i> .....	30
Gambar 2. 2 Proses Perancangan .....	31
Gambar 2. 3 <i>Empathy Map</i> .....	33
Gambar 2. 4 Metode 5W+1H dengan <i>Mindmapping</i> .....	36
Gambar 2. 5 Morfologi Matrix .....	37
Gambar 2. 6 <i>Moodboard</i> Perancangan .....	38
Gambar 2. 7 Alternatif Logo Gelatonesia .....	40
Gambar 2. 8 Visualisasi Digital Logo Terpilih .....	43
Gambar 2. 9 Tahap <i>Testing</i> .....	44
Gambar 4. 1 Konsep Logo Terpilih .....	59
Gambar 4. 2 Warna Gelatonesia .....	60
Gambar 4. 3 <i>Font Rammetto One</i> .....	60
Gambar 4. 4 Elemen-Elemen Logo Terpilih .....	61
Gambar 4. 5 <i>Detail</i> Logo Gelatonesia .....	62
Gambar 4. 6 <i>Grid system</i> Logo Gelatonesia .....	62
Gambar 4. 7 <i>Clear space area</i> Logo Gelatonesia .....	63
Gambar 4. 8 Ukuran Minimum Logo Gelatonesia .....	63
Gambar 4. 9 Konfigurasi Logo Gelatonesia .....	64
Gambar 4. 10 <i>Logo variations</i> Gelatonesia .....	65
Gambar 4. 11 <i>Incorrect usage</i> Gelatonesia .....	65
Gambar 4. 12 <i>Supergraphic Layout</i> .....	66
Gambar 4. 13 Implementasi <i>Supergraphic</i> .....	66
Gambar 4. 14 <i>Pattern Layout</i> .....	67
Gambar 4. 15 Poster Gelatonesia .....	68
Gambar 4. 16 Penyajian Visual Gelatonesia .....	70
Gambar 4. 17 <i>Timeline</i> Distribusi Media .....	71
Gambar 4. 18 Spanduk Gelatonesia .....	72
Gambar 4. 19 <i>X-banner</i> Gelatonesia .....	72
Gambar 4. 20 Instagram Gelatonesia .....	72
Gambar 4. 21 <i>Instagram Feed</i> Gelatonesia .....	74
Gambar 4. 22 <i>Instagram Story</i> Gelatonesia .....	74
Gambar 4. 23 <i>Coupon</i> Gelatonesia .....	74
Gambar 4. 24 Poster Gelatonesia .....	75
Gambar 4. 25 Instagram Gelatonesia .....	76
Gambar 4. 26 Menu Gelatonesia .....	76
Gambar 4. 27 <i>Cup</i> Gelatonesia .....	77
Gambar 4. 28 <i>Cone</i> Gelatonesia .....	78
Gambar 4. 29 <i>Sundae</i> Gelatonesia .....	78
Gambar 4. 30 <i>Waffle</i> Gelatonesia .....	78
Gambar 4. 31 <i>Indoor Outlet</i> Gelatonesia .....	79
Gambar 4. 32 <i>Outdoor Outlet</i> Gelatonesia .....	79
Gambar 4. 33 <i>Signage</i> Gelatonesia .....	79
Gambar 4. 34 <i>Trans-Ads</i> Gelatonesia .....	80
Gambar 4. 35 <i>Name card</i> Gelatonesia .....	81
Gambar 4. 36 <i>Template Story</i> Gelatonesia .....	81
Gambar 4. 37 <i>Pin</i> Gelatonesia .....	81
Gambar 4. 38 <i>Mirror Keychain</i> Gelatonesia .....	82

Gambar 4. 39 <i>Keychain</i> Gelatonesia .....	82
Gambar 4. 40 <i>Hand fan</i> Gelatonesia .....	82
Gambar 4. 41 <i>Stamp</i> Gelatonesia .....	83
Gambar 4. 42 <i>Kop Surat</i> Gelatonesia .....	83
Gambar 4. 43 <i>Lanyard</i> Gelatonesia .....	84
Gambar 4. 44 <i>Id card</i> Gelatonesia .....	84
Gambar 4. 45 <i>Apron</i> Gelatonesia .....	84
Gambar 4. 46 <i>T-Shirt</i> Gelatonesia .....	85
Gambar 4. 47 <i>Display Progress</i> Pada <i>PoP Exhibition</i> .....	86
Gambar 4. 48 <i>Display Progress</i> Pameris Pada <i>PoP Exhibition</i> .....	86
Gambar 4. 49 <i>Display Karya</i> Pada <i>PoP Exhibition</i> .....	87
Gambar 4. 50 <i>Display Karya</i> dan Pameris Pada <i>PoP Exhibition</i> .....	87
Gambar 4. 51 <i>Interaksi Pameris</i> dengan Pengunjung pada <i>PoP Exhibition</i> .....	88
Gambar 4. 52 <i>Interaksi Pameris</i> dengan Pakar Dosen pada <i>PoP Exhibition</i> .....	88
Gambar 4. 53 <i>Interaksi Pameris</i> dengan Generasi Z pada <i>PoP Exhibition</i> .....	89
Gambar 4. 54 <i>PoP Exhibition</i> di Galeri Cipta 1 Taman Ismail Marzuki .....	89
Gambar 4. 55 Rata-Rata Usia pada Umpan Balik Gelatonesia .....	91
Gambar 4. 56 Jenis Kelamin pada Umpan Balik Gelatonesia.....	92
Gambar 4. 57 Tingkat Pendidikan pada Umpan Balik Gelatonesia .....	93
Gambar 4. 58 Kata Mewakili Logo Gelatonesia .....	97
Gambar 4. 59 Tujuan Karya Perancangan Gelatonesia .....	98
Gambar 4. 60 Perasaan Mengamati Karya Gelatonesia .....	99
Gambar 4. 61 Pengalaman Saat Mengamati Karya Gelatonesia .....	100
Gambar 4. 62 Pengalaman Setelah Mengamati Karya .....	101
Gambar 4. 63 Pendapat Generasi Z Terkait Perbaikan Karya .....	102

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Bimbingan/Asistensi Dosen Pembimbing Tugas Akhir .....	108
Lampiran 2 Berkas Penilaian Sidang Tugas Akhir .....	109
Lampiran 3 Pameran Karya PoP <i>Exhibition</i> .....	110
Lampiran 4 <i>User Feedback</i> Kuesioner Pada <i>Google Form</i> .....	112
Lampiran 5 Gelatonesia .....	114
Lampiran 6 Bukti Bebas Plagiasi.....	115

