

TUGAS AKHIR

REBRANDING VISUAL LOGO “KINCLONG LAGI”

Diajukan Guna Melengkapi Sebagaian Syarat
dalam Pencapaian Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



TAUFIK HERMAWAN

42319110022

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Dosen Pembimbing :

Edwar Juanda, S.Ds, M.IKom

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL



FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN

 <p>MERCU BUANA</p>	<p>LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCUBUANA</p>	
--	--	---

Yang tertera di bawah ini yaitu:

Nama : Taufik Hermawan
NIM : 42319110022
Jurusan : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Perguruan Tinggi : Universitas Mercu Buana

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan hasil jiplakan (duplikat) dari karya milik orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Jakarta, 09 Agustus 2024

Pemberi pernyataan,




Taufik Hermawan

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Taufik Hermawan
NIM : 42319110022
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Rebranding Visual Logo "Kinclong Lagi"

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 : Edwar Juanda, S.Ds, M.Ikom
NIDN : 0318018803
Ketua Penguji : Edwar Juanda, S.Ds, M.Ikom
NIDN : 0318018803
Penguji 1 : Agustan S.Pd, M.Sn
NIDN : 0303038604
Penguji 2 : Rifki Aswan, S.Pd. M.Sn.
NIDN : 0312119002



UNIVERSITAS

Jakarta, 7 Agustus 2024
MENGETAHUI,
MERCU BUANA

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.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat membuat Laporan Tugas Akhir dengan judul " *Rebranding Visual Logo Kinclong Lagi*". Laporan Tugas Akhir ini telah penulis susun yang bertujuan untuk membangun strategi *visual branding* yang kuat dan profesional. Selanjutnya, atas *support* dan dukungan yang sangat penting dari berbagai pihak sehingga membantu penulis dalam memperlancar proses penelitian. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih banyak kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kekuatan dan kesehatan sehingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir.
2. Bapak Edwar Juanda, S.Ds, M.IKom yang telah membimbing penulis dalam merancang Laporan Tugas Akhir.
3. Bapak Rizal Bay Khaqi, S.Ds, M.Sn sebagai coordinator Tugas Akhir.
4. Bapak dan Ibu Dosen FDSK khususnya yang ada di prodi DKV
5. Keluarga penulis yaitu Bapak, Ibu, Istri dan Anak yang selalu memberikan motivasi dan semangat.
6. semua pihak yang telah terlibat dalam pembuatan laporan penelitian ini. Dukungan dan kerjasama yang diberikan oleh berbagai pihak telah menjadi pendorong utama kesuksesan penyusunan laporan ini.

Semoga hasil dari laporan penelitian ini dapat memberikan manfaat serta inspirasi bagi pembaca dan menjadi kontribusi yang berarti dalam pengembangan konsep *visual branding* yang lebih efektif di dunia bisnis.

Jakarta, 25 Juli 2024



Taufik Hermawan

REBRANDING VISUAL LOGO “KINCLONG LAGI”

TAUFIK HERMAWAN

42319110022

ABSTRACT

Kinclong Lagi is a business engaged in cleaning care services field, such as shoe and bag care, and serving helmet care. The purpose of this design is to be able to design a logo that clearly reflects the Kinclong Lagi brand identity which can strengthen the brand image and also to develop visual elements that are consistent with the Kinclong Lagi brand. This design uses the design thinking method to dig deeper into the problems faced by the brand by observing and conducting an interview process with the CEO of Kinclong Lagi, then conducting an analysis with the AISAS concept, namely Attention, Interest, Search, Action, and Share. The result of the design work is a visual rebranding of the Kinclong Lagi logo which has a combination mark style that has a modern and attractive character with classic typography, unique and distinctive visual elements that unite the Kinclong Lagi brand. The role of GSM (Graphic Standard Manual) as a brand identity image and maintaining consistency in the application of visual design to various print and digital media. With the visual rebranding design of the Kinclong Lagi logo, it is expected to increase the brand image, maintain the consistency of the creation of brand visuals, adapt to developing trends and compete with competitors in the market.

Keywords: *Design, Kinclong Lagi, Rebranding, Logo*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

REBRANDING VISUAL LOGO “KINCLONG LAGI”

TAUFIK HERMAWAN

42319110022

ABSTRAK

Kinclong Lagi merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa perawatan kebersihan, seperti perawatan sepatu dan tas, serta melayani perawatan helm. Tujuan dari perancangan ini yaitu dapat merancang *logo* yang mencerminkan identitas *brand* Kinclong Lagi secara jelas yang dapat memperkuat citra *brand* juga untuk mengembangkan elemen *visual* yang konsisten terhadap *brand* Kinclong Lagi. Perancangan ini menggunakan metode *design thinking* untuk menggali lebih dalam terhadap masalah yang di hadapi oleh *brand* dengan observasi dan melakukan proses wawancara dengan CEO Kinclong Lagi, selanjutnya melakukan analisa dengan konsep AISAS yaitu perhatian (*Attention*), minat (*Interest*), pencarian (*Search*), tindakan (*Action*), and berbagi (*Share*). Hasil dari perancangan karya yaitu *rebranding visual logo* Kinclong Lagi yang memiliki gaya *combination mark* yang memiliki karakter yang modern dan menarik dengan dengan tipografi yang klasik, elemen *visual* yang unik dan khas yang mempresentasikan *brand* Kinclong Lagi. Perancangan *GSM (Graphic Standard Manual)* sebagai citra identitas *brand* serta menjaga konsistensi dalam penerapan desain *visual* ke berbagai media cetak maupun media digital. Dengan adanya perancangan *rebranding visual logo* Kinclong Lagi diharapkan dapat menambah citra *brand*, dapat menjaga konsistensi pembuatan *visual brand*, bisa menyesuaikan dengan tren yang berkembang serta dapat bersaing dengan kompetitor dipasar.

Kata kunci: Perancangan, Kinclong Lagi, *Rebranding*, *Logo*

DAFTAR ISI

COVER DALAM.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH PERANCANGAN.....	2
1.3 TUJUAN PERANCANGAN.....	2
1.4 MANFAAT PERANCANGAN.....	3
BAB II METODE PERANCANGAN.....	4
2.1 ORISINALITAS.....	4
2.2 TARGET PERANCANGAN.....	6
2.3 RELEVANSI DAN KONSEKUENSI STUDI.....	6
2.4 SKEMA PROSES DESAIN.....	12
BAB III ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN.....	18
3.1 <i>POSITIONING</i> DAN KONSEP DESAIN.....	18
3.2 STRATEGI PESAN.....	20
3.3 STRATEGI <i>VISUAL</i>	21
3.4 STRATEGI DISTRIBUSI KARYA.....	31
BAB IV HASIL KARYA DKV.....	33
4.1 DESKRIPSI KARYA.....	33
4.2 PAMERAN KARYA.....	46
4.3 HASIL UJI DESAIN.....	47
4.4 EVALUASI PERANCANGAN KARYA.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 KESIMPULAN.....	53
5.2 SARAN.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Color Whell	8
Gambar 2.2 Tahapan Design Thinking	12
Gambar 2.3 Mind Mapping	15
Gambar 2.4 Moodboard.....	15
Gambar 2.5 Sketsa Logo	16
Gambar 2.6 Proses Digitilisasi Perancangan.....	17
Gambar 3.1 Logo Brand Assen Cleaning	18
Gambar 3.2 Logo Brand Welldone	19
Gambar 3.3 Logo Brand Markas Shoes Treatment	19
Gambar 3.4 Moodboard.....	23
Gambar 3.5 Referensi Desain Logo	24
Gambar 3.6 Sketsa Logo	24
Gambar 3.7 Tipografi.....	25
Gambar 3.8 Sketsa Logo Digital.....	26
Gambar 3.9 Alternatif Desain Logo Kinclong Lagi	27
Gambar 3.10 Hasil Rebranding Visual Logo Kinclong Lagi	27
Gambar 3.11 Konsep Tipografi Logo	28
Gambar 3.12 Konsep Bentuk Logo.....	29
Gambar 3.13 Konsep Elemen Visual Logo	29
Gambar 3.14 Color Palette	30
Gambar 3.15 Supergrafis.....	31
Gambar 4.1 Penerapan Logo Kinclong Lagi.....	34
Gambar 4.2 Skala Logo	35
Gambar 4.3 Ruang Kosong Logo	35
Gambar 4.4 Penggunaan logo yang tidak tepat.....	36
Gambar 4.5 Color Palette	37
Gambar 4.6 Tipografi	38
Gambar 4.7 Supergrafis.....	39
Gambar 4.8 Penerapan Supergrafis	40
Gambar 4.9 Sign Shop	41
Gambar 4.10 Buku Graphic Standard Manual	42
Gambar 4.11 ID Card & Shoe Pouch.....	42
Gambar 4.12 Apron	43
Gambar 4.13 Banner	43
Gambar 4.14 Subway Billboard	44
Gambar 4.15 Media Pendukung	44
Gambar 4.16 Desain Visual Post Instagram	45
Gambar 4.17 Banner Ads	45
Gambar 4.18 Booth Pameran	46
Gambar 4.19 Interaksi dengan pengguna karya	46
Gambar 4.20 Bukti Umpan Balik Pengguna	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Inspirasi Karya Sejenis	4
Tabel 2.2 Analisis Konsep AISAS.....	13
Tabel 3.1 Alur Distribusi Media Model AISAS.....	31
Tabel 4.1 Profil Pengguna Karya.....	47
Tabel 4.2 Umpan Balik Pengguna Karya.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Asistensi Siap Sidang	57
Lampiran 2. Display Karya Pameran	58
Lampiran 3. Lembar Pengesahan Nilai Sidang Tugas Akhir	59

