

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir.

Tugas Akhir dengan judul “PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL TAMAN REKREASI AIR (STUDI KASUS: WATER BOOM LIPPO CIKARANG)” ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Desain Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak, sulit bagi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat waktu. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

- 1) Bapak Dr. Martin L. Katoppo, M.T., selaku Dekan Fakultas Desain.
- 2) Bapak Alfiansyah Zulkarnain, S.Sn., M.Ds., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
- 3) Ibu Ellis Melini, S.Sn., M.T., selaku Koordinator Tugas Akhir dan Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan memberikan masukan kepada penulis.
- 4) Bapak Siswanto Sidharta, B.Sc., MBA, selaku Dosen Co-Pembimbing/ Supervisor yang juga telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan memberikan masukan kepada penulis.

- 5) Semua Dosen yang telah mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
- 6) Staf Karyawan Fakultas Desain yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
- 7) Staf Karyawan perpustakaan yang telah membantu penulis dalam kegiatan penulisan Tugas Akhir.
- 8) Papa dan Mama yang telah memberikan dukungan doa dan kasih sayang.
- 9) Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
- 10) Kakak Angkatan yang juga telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
- 11) Teman-teman SMA yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini belum sempurna.

Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis.

Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Tangerang, 2 Juli 2020

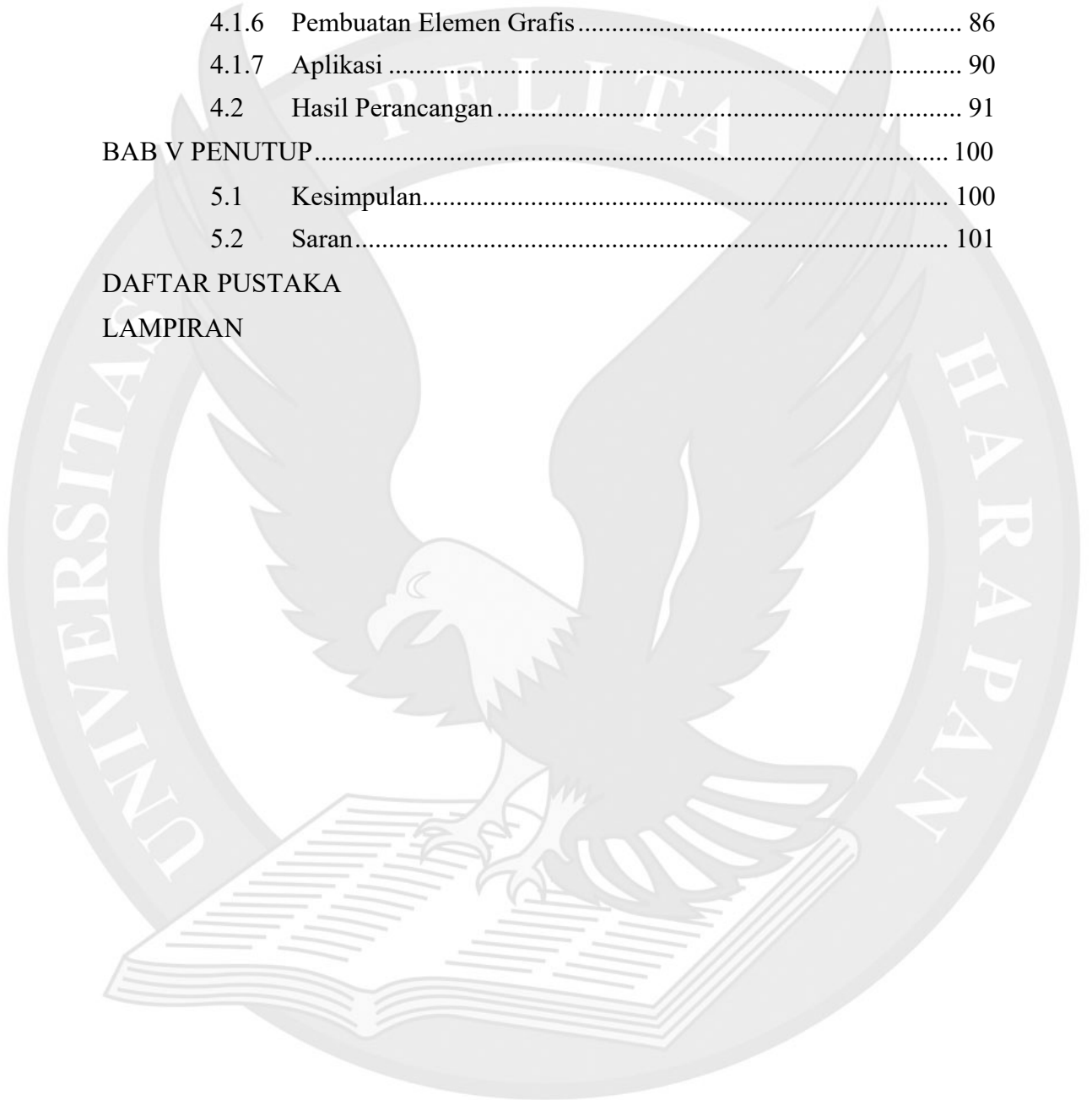
Penulis

DAFTAR ISI

	halaman
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Perancangan	6
1.5 Manfaat Perancangan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Definisi Identitas Visual.....	8
2.2 <i>Brand Process</i>	9
2.2.1 Melakukan Riset.....	9
2.2.2 Memperjelas Strategi.....	11
2.2.3 Desain Identitas Visual.....	14
2.2.4 Membuat <i>Touchpoints</i>	22
2.2.5 Mengelola Aset	26
2.3 Elemen Desain.....	28
2.3.1 Garis	28
2.3.2 Bentuk	29
2.3.3 Warna (Teknis).....	30
2.3.4 Tekstur.....	31

2.4	Prinsip Desain	31
2.4.1	Format	32
2.4.2	<i>Balance</i>	32
2.4.3	Hirarki Visual	34
2.4.4	<i>Emphasis</i>	34
2.4.5	<i>Rythm</i>	36
2.4.6	<i>Unity</i>	37
2.5	Prinsip <i>Gestalt</i>	37
2.5.1	<i>Closure</i>	37
2.5.2	<i>Common Fate</i>	38
2.5.3	<i>Figure-Ground Relationship</i>	39
2.5.4	<i>Good Continuation</i>	40
2.5.5	<i>Law of Prägnanz</i>	41
2.5.6	<i>Proximity</i>	42
2.5.7	<i>Similarity</i>	43
2.6	Tanda	44
2.6.1	Ikon	44
2.6.2	Indeks	45
2.6.3	Simbol	46
2.7	Mendesain dengan <i>Type</i>	46
2.7.1	Memfasilitasi pembacaan	47
2.7.2	Penyusunan Alur Informasi	47
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN		49
3.1	Tahapan Perancangan	49
3.2	Metode Perancangan	51
3.2.1	Fase I: Melakukan Riset	51
3.2.2	Fase II: Memperjelas Strategi	55
3.2.3	Fase III: Mendesain identitas	55
3.2.4	Fase IV: Membuat <i>Touchpoints</i>	57
3.2.5	Fase V: Pengelolaan Aset	57
BAB IV PROSES & HASIL PERANCANGAN		59
4.1	Proses Perancangan	59
4.1.1	Pengumpulan Data	59
4.1.2	Analisis Visual	64

4.1.3	<i>Keywords & Moodboard</i>	80
4.1.4	<i>Morphological Matrix</i>	83
4.1.5	Pembuatan Logo.....	85
4.1.6	Pembuatan Elemen Grafis.....	86
4.1.7	Aplikasi	90
4.2	Hasil Perancangan.....	91
BAB V PENUTUP.....		100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



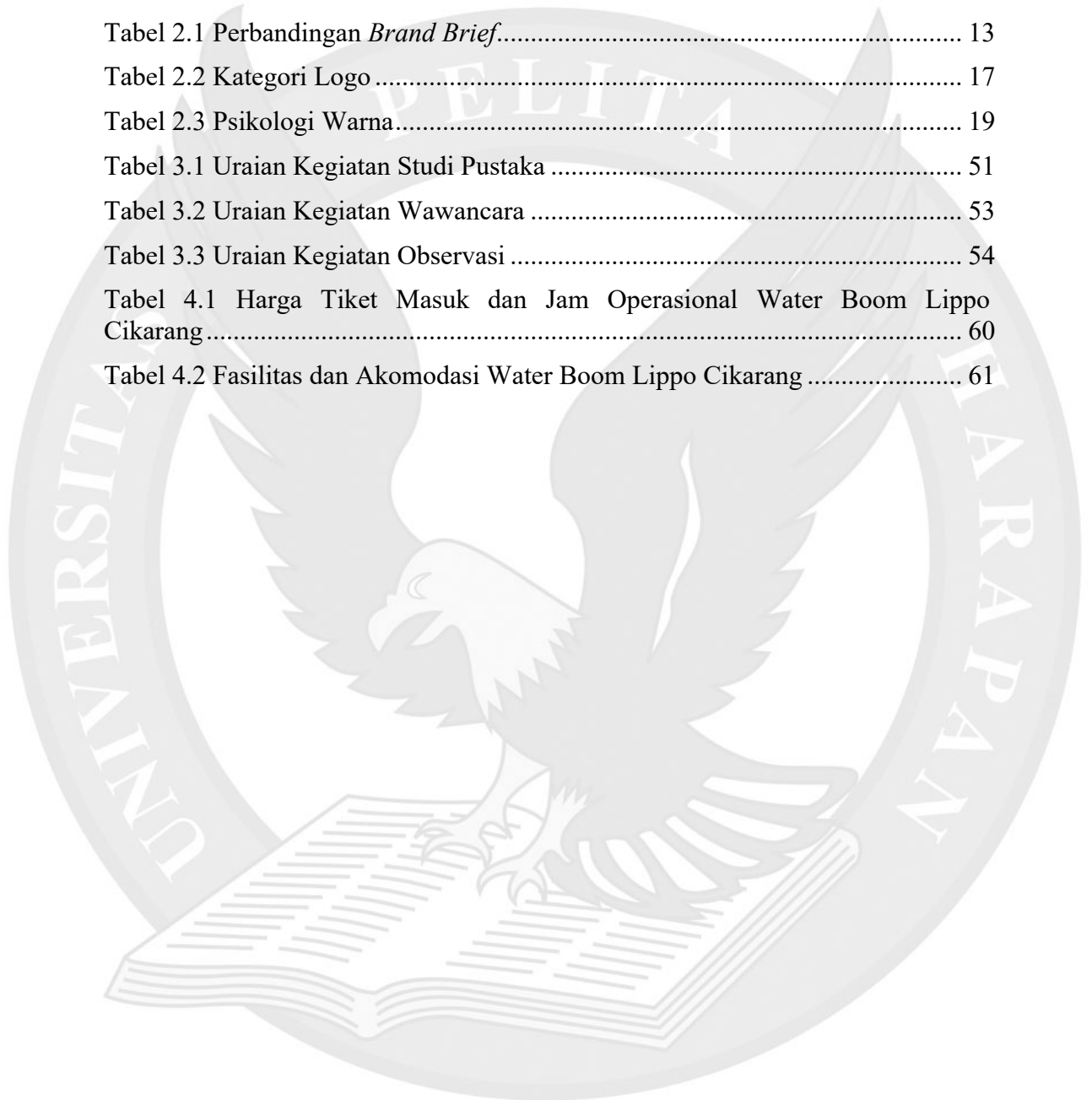
DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1 Logo Water Boom Lippo Cikarang.....	3
Gambar 1.2 Contoh Promosi pada Media Sosial	4
Gambar 1.3 Contoh Promosi pada Brosur	4
Gambar 1.4 Contoh <i>Signage</i> di Water Boom Lippo Cikarang	5
Gambar 2.1 <i>Branding Process</i>	9
Gambar 2.2 Contoh Pertanyaan Wawancara	10
Gambar 2.3 Kategori Bentuk	29
Gambar 2.4 Contoh Prinsip <i>Closure</i>	38
Gambar 2.5 Contoh Prinsip <i>Common Fate</i>	39
Gambar 2.6 Contoh Prinsip <i>Figure-Ground Relationship</i>	40
Gambar 2.7 Contoh Prinsip <i>Good Continuation</i>	41
Gambar 2.8 Contoh Prinsip <i>Law of Prägnanz</i>	42
Gambar 2.9 Contoh Prinsip <i>Proximity</i>	42
Gambar 2.10 Contoh Prinsip <i>Similarity</i>	44
Gambar 2.11 Contoh Tanda Ikonik.....	44
Gambar 2.12 Contoh Tanda Indeks atau Simbol	45
Gambar 2.13 Contoh Tanda Simbol	46
Gambar 3.1 Alur Tahapan Perancangan	50
Gambar 4.1 Logo Primer Water Boom Lippo Cikarang.....	65
Gambar 4.2 Analisis Logo Primer Water Boom Lippo Cikarang.....	66
Gambar 4.3 Logo Sekunder Water Boom Lippo Cikarang	67
Gambar 4.4 Analisis Logo Sekunder Water Boom Lippo Cikarang	67
Gambar 4.5 <i>Letterhead</i> dan amplop.....	68
Gambar 4.6 Analisis <i>Letterhead</i>	69
Gambar 4.7 Bagian Depan dan Bagian Belakang <i>Business Card</i>	69
Gambar 4.8 Halaman Utama <i>Website</i>	70
Gambar 4.9 Perbandingan Promo SENANG (Senin Berenang).....	71

Gambar 4.10 Analisis Media Sosial.....	72
Gambar 4.11 Analisis Sampul Brosur.....	73
Gambar 4.12 Analisis Halaman Dalam Brosur <i>School Package</i>	74
Gambar 4.13 Perbandingan <i>Signage</i> Loker Tiket, <i>Food Court</i> , Toilet, dan <i>Counter Locker</i>	76
Gambar 4.14 Papan Denah Water Boom Lippo Cikarang (Pintu Masuk).....	77
Gambar 4.15 Tampilan Halaman Denah <i>Website</i>	77
Gambar 4.16 Papan Denah Water Boom Lippo Cikarang (Dalam Area Rekreasi).....	78
Gambar 4.17 Analisis Suvenir di Warung Lucu-lucu.....	79
Gambar 4.18 <i>Mind Mapping</i>	80
Gambar 4.19 Lokasi di dalam Water Boom Lippo Cikarang.....	81
Gambar 4.20 Contoh <i>Balinese Garden</i>	81
Gambar 4.21 <i>Moodboard</i>	83
Gambar 4.22 <i>Morphological Matrix</i>	84
Gambar 4.23 Alternatif Sketsa Logo Digital.....	85
Gambar 4.24 Pengembangan Konfigurasi dan Warna Logo.....	86
Gambar 4.25 Penyelesaian Logo.....	86
Gambar 4.26 Elemen Grafis Tipografi.....	87
Gambar 4.27 Kain Pantai atau Lukis Bali.....	88
Gambar 4.28 Proses Pembuatan Ilustrasi.....	89
Gambar 4.29 Macam-macam <i>Pattern</i>	90
Gambar 4.30 Modifikasi Tipografi dan Elemen Grafis.....	91
Gambar 4.31 Hasil Perancangan Ulang Logo Water Boom.....	92
Gambar 4.32 Hasil Perancangan Ulang <i>Corporate Stationeries</i>	93
Gambar 4.33 Hasil Perancangan Ulang <i>Operational Items</i>	94
Gambar 4.34 Hasil Perancangan Ulang <i>Printed Media</i>	95
Gambar 4.35 Hasil Perancangan Ulang <i>Signage</i>	96
Gambar 4.36 Hasil Perancangan Ulang <i>Social Media</i>	97
Gambar 4.37 Hasil Perancangan Ulang <i>Merchandise</i>	98
Gambar 4.38 Hasil Perancangan <i>Brand Identity Guidelines</i>	99

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1 Perbandingan <i>Brand Brief</i>	13
Tabel 2.2 Kategori Logo	17
Tabel 2.3 Psikologi Warna.....	19
Tabel 3.1 Uraian Kegiatan Studi Pustaka	51
Tabel 3.2 Uraian Kegiatan Wawancara	53
Tabel 3.3 Uraian Kegiatan Observasi	54
Tabel 4.1 Harga Tiket Masuk dan Jam Operasional Water Boom Lippo Cikarang.....	60
Tabel 4.2 Fasilitas dan Akomodasi Water Boom Lippo Cikarang	61



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Transkrip Wawancara
- Lampiran B Promo Media Sosial
- Lampiran C Brosur
- Lampiran D Dokumentasi Lokasi
- Lampiran E Dokumentasi Benda Operasional
- Lampiran F Sketsa Logo

