

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas akhir dengan judul “PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL *BRAND* PERMAINAN EDUKATIF (STUDI KASUS: THE MENTHILIS PROJECT)” ditujukan untuk untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Desain Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada segenap pihak yang sudah telah membantu dan membimbing dalam rangkaian proses pengerjaan Tugas Akhir, yaitu kepada:

- 1) Bapak Dr. Martin Luqman Katoppo, S.T., M.T., selaku Dekan Fakultas Desain.
- 2) Ibu Dr. Lala Palupi Santyaputri, S.Sn., M.Si., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
- 3) Bapak Chandra Djoko Zuki, S.Sn., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan masukan untuk Penulis.
- 4) Ibu Dra. Rerry Isfandriani, selaku Dosen Co-Pembimbing atau Supervisor yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan masukan untuk Penulis.
- 5) Bapak Brian Alvin Hananto, S.Sn., M.Ds., selaku Penasehat Akademik Penulis.
- 6) Semua dosen yang telah mengajar Penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.

- 7) Segenap staf karyawan Fakultas Desain yang turut membantu Penulis dalam hal administrasi.
- 8) Kak Khairun Nisa sebagai perwakilan dari The Menthilis Project yang telah memberikan izin dan meluangkan waktunya dalam proses penggalian informasi dan wawancara.
- 9) Papa dan Mama yang telah memberikan doa, dukungan, dan bantuan dalam berbagai aspek.
- 10) Teman seangkatan DKV 2017, terutama untuk Hana Irena, Kezia Rachel, Jesslyn Kotandi, Chrisya, Jessie Rose, Michelle Widjaya, Jemima Deka, dan segenap teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, baik dari DKV A maupun saat peminatan desain grafis. Terima kasih banyak atas segala waktu dan momen kebersamaan selama masa perkuliahan. Terima kasih pula untuk segala motivasi, dukungan, bantuan, dan saran yang diberikan selama ini.
- 11) Kakak angkatan, terutama untuk Kak Felicia Violetta, Kak Josephine Olivia, dan Kak Livia Margarita, yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan bantuan kepada Penulis.
- 12) Teman seangkatan, terutama untuk Jessica Elizabeth dan Vanessa Leoni, yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada Penulis.
- 13) Teman kepanitiaan, terutama panitia Youth Camp 2019, yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada Penulis.
- 14) Teman-teman SMA, baik teman-teman dari The Deka's dan TIRTS maupun rekan lainnya, yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada Penulis.

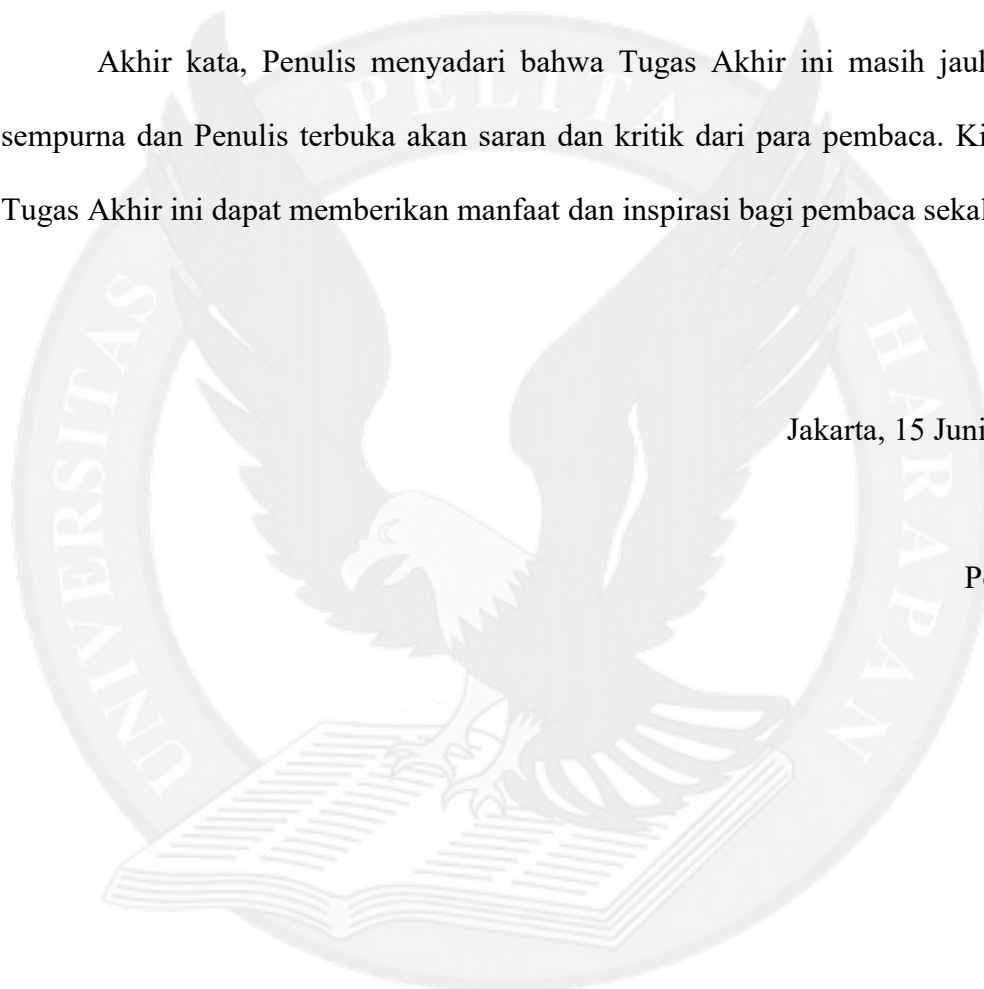
15) Kak Sharra Rusli dan Kak Fanny Tania yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan bantuan kepada Penulis.

16) Segenap pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang turut berpartisipasi dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna dan Penulis terbuka akan saran dan kritik dari para pembaca. Kiranya Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 15 Juni 2021

Penulis



DAFTAR ISI

	halaman
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Perancangan	7
1.6 Manfaat Perancangan	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
2.1 <i>Brand Identity</i> dan <i>Visual Identity</i>	9
2.1.1 Logo	10
2.1.2 Maskot.....	13
2.1.3 Konsistensi dan Variasi dalam Identitas Visual.....	14
2.1.4 Tipografi dalam Identitas Visual.....	15
2.1.5 Warna dalam Identitas Visual	16
2.2 Elemen Desain	17
2.2.1 Garis	17
2.2.2 Bentuk	18

2.2.3 Warna	19
3.2.4 Tekstur.....	24
2.3 Prinsip Desain	25
2.3.1 <i>Balance</i>	25
2.3.2 <i>Visual Hierarchy</i>	26
2.3.3 <i>Rhythm</i>	27
2.3.4 <i>Unity</i>	27
2.3.5 <i>Law of Perceptual Organization/Gestalt</i>	27
2.4 Tipografi.....	28
2.4.1 <i>Readability dan Legibility</i>	30
2.4.2 <i>Typeface Pairing</i>	30
2.5 Komposisi	31
BAB III METODE DAN ANALISIS	32
3.1 Strategi Perancangan.....	32
3.2 Waktu dan Tempat Perancangan.....	35
3.3 Analisis Data	37
3.3.1 Latar Belakang	37
3.3.2 Target Market.....	38
3.3.3 Visi, Misi, <i>Brand Personality</i>	38
3.3.4 SWOT dan Kompetitor	39
3.3.5 Kesimpulan	41
3.4 Analisis Visual	41
3.4.1 Logo	41
3.4.2 Maskot.....	43
3.4.3 Warna	44
3.4.4 Tipografi.....	45
3.4.5 Gambar	46
3.4.6 Komposisi	49
3.4.7 Analisis Sistem Identitas Visual.....	50
BAB IV PROSES PERANCANGAN	54
4.1 Strategi Kreatif.....	54

4.2 Studi Visual.....	58
4.3 Konsep Desain	62
4.4 Eksplorasi Desain.....	63
4.4.1 Logo	63
4.4.2 Maskot.....	66
4.4.3 Warna	70
4.4.4 Tipografi.....	72
4.4.5 Elemen Grafis.....	73
4.5 Desain Akhir	77
4.5.1 Logo	77
4.5.2 Maskot.....	79
4.5.3 Warna	80
4.5.4 Tipografi.....	82
4.5.5 Elemen Grafis.....	82
4.5.6 Implementasi Identitas Visual.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1 Logo The Menthilis Project.....	4
Gambar 1.2 Konfigurasi Logo Vertikal dari The Menthilis Project	5
Gambar 1.3 Aplikasi Logo dari The Menthilis Project di Media Instagram	5
Gambar 1.4 Contoh Penerapan Identitas Visual dari The Menthilis Project	6
Gambar 2.1 Jenis-Jenis Logo	12
Gambar 2.2 Kriteria Brand Guideline yang Baik.....	14
Gambar 2.3 Pertimbangan Pemilihan Typeface.....	15
Gambar 2.4 Pertimbangan Pemilihan Warna.....	17
Gambar 2.5 Jenis-Jenis Garis	18
Gambar 2.6 Jenis-Jenis Bentuk	19
Gambar 2.7 Keterangan mengenai Hue, Value, dan Saturation	20
Gambar 2.8 Warna Aditif dengan Model RGB	21
Gambar 2.9 Warna Substraktif dengan Model RYB dan CMYK.....	21
Gambar 2.10 Macam-Macam Harmoni Warna.....	22
Gambar 2.11 Bagan antara Warna dan Emosi	23
Gambar 2.12 Contoh Berat Visual	25
Gambar 2.13 Jenis-Jenis Keseimbangan.....	26
Gambar 2.14 Cara untuk Mencapai <i>Emphasis</i>	26
Gambar 2.15 Penjabaran <i>Gestalt</i> dan Penerapan secara Visual.....	28
Gambar 2.16 Bagan Anatomi Huruf.....	29
Gambar 2.17 Penjabaran Pemilihan <i>Typeface</i>	29
Gambar 3.1 Contoh <i>Brand Brief</i>	34
Gambar 3.2 Logo The Menthilis Project.....	41
Gambar 3.3 Aplikasi Logogram The Menthilis Project pada Favicon Situs	42
Gambar 3.4 Aplikasi Logotype dari The Menthilis Project.....	42
Gambar 3.5 Aplikasi Si Tupai sebagai Maskot dari The Menthilis Project.....	43
Gambar 3.6 Aplikasi Si Tupai sebagai Maskot dari The Menthilis Project.....	44
Gambar 3.7 <i>Typeface Pairing</i> dari The Menthilis Project	45

Gambar 3.8	Variasi <i>Typeface</i> yang Terdapat pada The Menthilis Project	46
Gambar 3.9	Variasi Ilustrasi Manual pada The Menthilis Project.....	47
Gambar 3.10	Variasi ilustrasi Digital pada The Menthilis Project	47
Gambar 3.11	Variasi Fotografi Produk pada The Menthilis Project	48
Gambar 3.12	Variasi Fotografi Model pada The Menthilis Project.....	49
Gambar 3.13	Variasi Komposisi yang Terdapat	50
Gambar 4.1	<i>Mindmapping</i> dari The Menthilis Project	55
Gambar 4.2	Detail <i>Mindmapping</i> dari Kata Kunci <i>Handmade</i>	56
Gambar 4.3	Detail <i>Mindmapping</i> dari Kata Kunci <i>Playful</i>	56
Gambar 4.4	Detail <i>Mindmapping</i> dari Kata Kunci <i>Inventive</i>	57
Gambar 4.5	<i>Visual Parameter Approach</i> dari The Menthilis Project.....	58
Gambar 4.6	Kumpulan <i>Moodboard</i> dari The Menthilis Project.....	59
Gambar 4.7	Referensi Visual untuk Kata Kunci <i>Handmade</i>	60
Gambar 4.8	Referensi Visual untuk Kata Kunci <i>Playful</i>	61
Gambar 4.9	Referensi Visual untuk Kata Kunci <i>Inventive</i>	62
Gambar 4.10	Rangkuman Sketsa dan Digitalisasi Logo Alternatif 1	63
Gambar 4.11	Rangkuman Sketsa dan Digitalisasi Logo Alternatif 2	64
Gambar 4.12	Eksplorasi Warna dan Latar Belakang Logo Alternatif 1	65
Gambar 4.13	Eksplorasi Warna untuk Logo Alternatif 2	65
Gambar 4.14	Perbaikan Lebih Lanjut Logo Alternatif 1	66
Gambar 4.15	Eksplorasi Awal Maskot berupa Pengembangan Tupai.....	67
Gambar 4.16	Eksplorasi Awal Maskot berupa Pengembangan Maskot Baru	68
Gambar 4.17	Analisis Jenis Tupai dari Maskot The Menthilis Project	68
Gambar 4.18	Prevost's Squirrel	69
Gambar 4.19	Proses Eksplorasi Maskot Tupai Tahap 1	69
Gambar 4.20	Proses Eksplorasi Maskot Tupai Tahap 2	70
Gambar 4.21	Penjabaran Makna Warna Alternatif 1 dan Alternatif 2	71
Gambar 4.22	Proses Eksplorasi Palet Warna.....	72
Gambar 4.23	<i>Typeface</i> Chelsea Market dan Poppins.....	72
Gambar 4.24	Penjabaran Elemen Grafis Alternatif 1 dan Alternatif 2	73
Gambar 4.25	Penjabaran Eksplorasi Elemen Grafis secara Ringkas.....	74

Gambar 4.26 Penjabaran Pembentukan Elemen Grafis Awan.....	75
Gambar 4.27 Eksplorasi Elemen Grafis <i>Brand-related</i>	75
Gambar 4.28 Eksplorasi Elemen Grafis Ilustrasi Tematik.....	76
Gambar 4.29 Hasil Perancangan Ulang berupa Logo	77
Gambar 4.30 Penjabaran Warna dari Logo Hasil Perancangan Ulang	79
Gambar 4.31 Hasil Perancangan Ulang berupa Maskot dengan Berbagai Gestur	79
Gambar 4.32 Penjabaran Komponen dan Atribut Maskot	80
Gambar 4.33 Hasil Perancangan Ulang berupa Palet Warna.....	81
Gambar 4.34 Palet Warna untuk Perancangan Ulang dalam Penerapan Produk..	81
Gambar 4.35 Implementasi <i>Typeface Pairing</i>	82
Gambar 4.36 Gambaran Pengaturan Tipografi	82
Gambar 4.37 Perwujudan Kata Kunci <i>Inventive</i> dalam Elemen Grafis Awan	83
Gambar 4.38 Pengaturan Elemen Awan dalam Berbagai Bidang	84
Gambar 4.39 Gambaran Aturan Terkait Penggunaan Elemen Awan	85
Gambar 4.40 Contoh Ilustrasi Tematik.....	86
Gambar 4.41 Penjabaran Ilustrasi Tematik per Tema.....	86
Gambar 4.42 Aturan Terkait Gaya Fotografi.....	87
Gambar 4.43 Hasil Perancangan Ulang <i>Stationery</i>	88
Gambar 4.44 Hasil Perancangan Ulang Apparel	89
Gambar 4.45 Hasil Perancangan Ulang Kemasan Produk.....	89
Gambar 4.46 Hasil Perancangan Ulang Panduan Aktivitas Produk	90
Gambar 4.47 Hasil Perancangan Ulang Media <i>Online Instagram</i>	91
Gambar 4.48 Penjabaran Sistem Identitas Visual dari Media <i>Online Instagram</i> .	92
Gambar 4.49 Hasil Perancangan Ulang Media <i>Online Online Marketplace</i>	92
Gambar 4.50 Hasil Perancangan Ulang Media <i>Offline</i>	93
Gambar 4.51 Hasil Perancangan Ulang berupa <i>Graphic Standard Manual</i>	94

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1 Penjabaran Bentuk Dasar serta Maknanya.....	13
Tabel 2.2 Penjabaran Symbolisme Warna	24
Tabel 3.1 Tabel Uraian Wawancara.....	36
Tabel 3.2 Tabel Uraian Observasi Produk	37
Tabel 3.3 Target Market Primer berupa Orang Tua.....	38
Tabel 3.4 Target Market Sekunder berupa Anak-Anak	38
Tabel 3.5 Penjabaran SWOT dari The Menthilis Project	39
Tabel 3.6 Perbandingan The Menthilis Project dengan Kompetitor.....	40
Tabel 3.7 Analisis Palet Warna dari The Menthilis Project.....	45
Tabel 3.8 Analisis Identitas Visual The Menthilis Project dan Logikakids.....	51
Tabel 3.9 Analisis Identitas Visual The Menthilis Project dan Gummybox.....	52
Tabel 4.1 Kemungkinan Warna dari Kata Kunci.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Transkrip Wawancara

