

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN RE-BRANDING
BANDENG PRESTO JUWARA SEBAGAI
SARANA PENINGKATAN NILAI JUAL PRODUK

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Oleh :

Rich Al-Bahy Sutopo

17052010030

Dosen Pembimbing I :

Masnuna, S.T., M.Sn.

Dosen Pembimbing II :

Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMABNGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2022/2023

**PERANCANGAN RE-BRANDING BANDENG PRESTO JUWARA SEBAGAI
SARANA PENINGKATAN NILAI JUAL PRODUK**

**Disusun oleh :
RICH AL-BAHY SUTOPO
17052010030**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal : 22 Mei 2023**

Pembimbing 1



Masnuna, S.T., M.Sn.

NIP3K. 19840512 2021 212004

Pembimbing 2



Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds.

NIP / NPT. 19880428 201803 2001

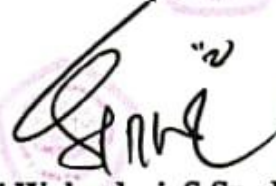
Penguji 1



Dfana Aqldatun Nisa, S.T., M.Ds.

NIP / NPT. 19900611 201803 2001

Penguji 2



Sri Wulandari, S.Sn., M.A.

NIP / NPT. 20219930 419173

**Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Desain (S-1)**

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain



Ibnu Sholichin, S.T., M.T

NIP3K. 19710916 2021 211004

HALAMAN PERSETUJUAN
PERANCANGAN RE-BRANDING BANDENG PRESTO JUWARA SEBAGAI
SARANA PENINGKATAN NILAI JUAL PRODUK

Disusun oleh :

RICH AL-BAHY SUTOPO

17052010030

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 22 Mei 2023

Pembimbing 1



Masnuna, S.T., M.Sn.

NIP3K. 19840512 2021 212004

Pembimbing 2



Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds.

NIP / NPT. 19880428 201803 2001

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Desain (S-1)

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Masnuna, S.T., M.Sn.

NIP3K. 19840512 2021 212004

ABSTRAK

POKDAKAN Delta Mina Makmur merupakan salah satu organisasi petani tambak di Kabupaten Sidoarjo yang menggunakan metode polikultur organik. Metode budidaya tersebut tidak menggunakan bahan kimia sehingga aman untuk konsumsi jangka panjang dan ramah lingkungan. Selain produk mentah, hasil panen tambak diolah menjadi produk siap konsumsi dengan nama Bandeng Juara. Produk yang dijual berupa bandeng presto dan otak-otak bandeng. Bandeng Juara memiliki *unique selling proposition* produk organik namun produk ini menggunakan identitas visual yang mirip dengan salah satu usaha sejenis di Kota Surabaya yaitu Bandeng Juwana sehingga berpotensi terkena masalah plagiasi HKI(Hak Kekayaan Intelektual). Oleh karena itu diperlukan pembuatan identitas visual baru. Penelitian ini bertujuan untuk membantu Bandeng Juara membuat identitas visual baru untuk menghindari plagiarisme dan memperkuat USP organik pada produknya kepada target pasar yang dituju.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk pengumpulan data kemudian data dianalisis menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis data, pembuatan konsep desain, dan visualisasi desain. Hasil dari perancangan ini adalah identitas visual berupa logo.

Berdasarkan analisis data, *brand* Bandeng Juara menargetkan konsumen yang peduli dengan lingkungan dan suka bepergian. Oleh karena itu, dibuatlah *keyword*, konsep visual, dan verbal sebagai panduan *re-branding* Bandeng Juara. Yang perlu dilakukan adalah membuat konsep verbal dengan mengganti nama *brand* karena nama Juara sudah didaftarkan oleh orang lain. Setelah mengganti nama, dibuatlah konsep visual yang merepresentasikan produk bandeng siap saji dengan USP organik.

Dari konsep di atas, dibuatlah beberapa alternatif desain logo. Hasil alternatif logo akan divalidasi oleh dosen dan pemilik usaha Bandeng Juara. Desain logo terpilih akan diimplementasikan ke media pendukung yang diperlukan. Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat membantu UMKM Bandeng Juara untuk berkembang dan terhindar dari plagiasi hak cipta.

Kata kunci: Bandeng, Organik, Identitas, Logo

ABSTRACT

POKDAKAN Delta Mina Makmur is one of the pond farmer organizations in Sidoarjo Regency that uses the organic polyculture method. This cultivation method does not use chemicals so it is safe for long-term consumption and environmentally friendly. In addition to raw products, pond harvests are processed into ready-to-consume products under the name Milkfish Juwara. The products sold are presto milkfish and milkfish brains. Milkfish Juwara has a unique selling proposition for organic products, but this product uses a visual identity that is similar to one of its kind in the city of Surabaya, namely Milkfish Juwana, so it has the potential to be exposed to IPR (Intellectual Property Rights) plagiarism problems. Therefore it is necessary to create a new visual identity. This research aims to help Milkfish Juwara create a new visual identity to avoid plagiarism and strengthen the organic USP of its products for the intended target market.

This research uses qualitative and quantitative methods for data collection and then the data is analyzed using descriptive qualitative methods. This research consists of several stages, namely problem identification, data collection, data analysis, design concept creation, and design visualization. The result of this design is a visual identity in the form of a logo.

Based on data analysis, the Bandeng Juwara brand targets consumers who care about the environment and like to travel. Therefore, keywords, visual concepts, and verbals were created as a guide for Bandeng Juwara re-branding. What needs to be done is to make a verbal concept by changing the brand name because the Juwara name has already been registered by someone else. After changing the name, a visual concept was made that represented ready-to-drink milkfish products with an organic USP.

From the concept above, several alternative logo designs were made. The alternative logo results will be validated by lecturers and business owners of Bandeng Juwara. The selected logo design will be implemented into the required supporting media. With this design, it is hoped that it can help UMKM Milkfish Juwara to develop and avoid copyright plagiarism.

Keyword: *Milkfish, Organic, Identity, Logo*

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, 22 Mei 2023



Rich Al-Bahy Sutopo

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT dengan segala limpahan Rahmat-Nya serta perlindungan yang telah di berikan kepada penulis sehingga Perancangan Re-Branding Bandeng Presto Juwara Sebagai Sarana Peningkatan Nilai Jual Produk ini dapat terselesaikan dengan baik. Perancangan ini merupakan salah satu bentuk solusi untuk *brand* Bandeng Juwara sebagai pembaharuan terhadap *brand identity* miliknya. Perancangan Re-Branding Bandeng Presto Juwara Sebagai Sarana Peningkatan Nilai Jual Produk ini juga tidak lepas dari pihak-pihak yang telah membantu dan berperan penting dalam hal ini. Perancangan ini terselesaikan berkat adanya bimbingan dan masukan serta bantuan dari mereka, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat iman, nikmat sehat, kesabaran, dan kekuatan untuk menyelesaikan perancangan ini.
2. Kedua orang tua dan keluarga yang telah membesarkan, mendidik, membiayai, dan memberi dukungan meskipun terlambat selama 2 tahun.
3. Kepada keluarga Bude Sugihartin dan Pakde Solehan serta sanak saudara yang lain atas bantuannya dalam bentuk nasehat, dana, dan tempat tinggal.
4. Kepada Ibu Masnuna, S.T., M.Sn. selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dan memberi masukan pada perancangan ini.
5. Kepada Ibu Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds. selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan memberi masukan pada perancangan ini.
6. Kepada Ibu Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds. selaku dosen penguji 1 yang telah menguji dan mengoreksi perancangan ini.
7. Kepada Ibu Sri Wulandari, S.Sn., M.A. selaku dosen penguji 2 yang telah menguji dan mengoreksi perancangan ini.
8. Kepada teman-teman DKV UPN angkatan 2017 yang telah memberi dukungan ketika perkuliahan terasa sulit untuk diselesaikan.
9. Kepada teman-teman DKV UPN angkatan 2018 yang telah memberi dukungan moral untuk menyelesaikan kuliah.
10. Kepada teman-teman DKV UPN angkatan 2019 yang telah membantu dalam pengerjaan laporan tugas akhir, pelaksanaan pameran TA, dan fun futsal yang menyehatkan.
11. Kepada penghuni kos MAB 22 yang telah bersedia menampung penulis selama

berhari-hari ketika mengerjakan tugas akhir.

12. Kepada penghuni kos FTSP senior yang mau menampung selama pengerjaan seminar.

Dalam penulisan Perancangan ini penulis menyadari bahwa dalam penulisan Perancangan Re-Branding Bandeng Juwara Sebagai Sarana Peningkatan Nilai Jual Produk ini masih memerlukan banyak perbaikan untuk menuju ke kesempurnaan, karena keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki. Dengan kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan Perancangan ini.

Surabaya, 22 Mei 2023



Rich Al-Bahy Sutopo

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Batasan Masalah	6
1.5 Tujuan Perancangan.....	6
1.6 Manfaat Perancangan.....	6
1.6.1 Manfaat Untuk Penulis	6
1.6.2 Manfaat Untuk Petani Tambak.....	6
1.6.3 Manfaat Untuk Khalayak Umum	7
BAB II	8
2.1 Branding dan Re-branding.....	8
2.1.1 <i>Brand Awareness</i>	10
2.1.2 <i>Brand Image</i>	12
2.2 Tinjauan Desain Komunikasi Visual	12
2.2.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual	13
2.2.2 Prinsip Desain.....	13
2.3 Teori Warna	15
2.4 Teori <i>Layout</i>	17
2.5 Tipografi	18
2.6 Logo	19
2.6.1 Anatomi Logo.....	20
2.6.2 Jenis Logo.....	21

2.6.3	Kriteria Logo	23
2.7	Teori <i>Gestalt</i>	24
2.8	Brand Identity	26
2.8.1	GSM(<i>Graphic Standard Manual</i>)	26
2.8.2	Kemasan	27
2.8.3	Media Promosi.....	28
2.9	Bandeng Juara	29
2.10	Studi Eksisting	30
2.11	Studi Kompetitor.....	33
2.12	Studi Komparator.....	37
BAB III	41
3.1	Definisi Operasional Judul.....	41
3.1.1	<i>Re-branding</i>	41
3.1.2	Bandeng Presto Juara.....	41
3.1.3	Meningkatkan Nilai Jual Produk	41
3.2	Target Perancangan.....	42
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.3.1	Data Primer.....	42
3.3.2	Data Sekunder	44
3.3.3	Analisis Data	44
3.4	Teknik Sampling.....	45
3.4.1	Populasi	45
3.4.2	Sample	45
3.5	Tahapan Perancangan	46
3.6	Alur Berfikir	48
BAB IV	49
4.1	Analisis Wawancara	49
4.1.1	Wawancara Dengan Pemilik Bandeng Juara.....	49
4.1.2	Wawancara Dengan CEO Markaz Design	52
4.1.3	Kesimpulan Wawancara.....	56
4.2	Analisis Hasil Kuesioner	57
4.3	Analisis Hasil Observasi.....	61
4.4	<i>Unique Selling Proposition(USP)</i>	64

4.5	Sintesa Data	65
BAB V		67
5.1	Perumusan <i>Keyword</i>	67
5.1.1	Definisi <i>Keyword</i>	67
5.1.2	Makna Denotasi	68
5.1.3	Makna Konotasi	68
5.2	Brand Personality	68
5.3	Konsep Verbal	70
5.3.1	Nama Brand	70
5.3.2	Tagline	72
5.4	Konsep Visual	72
5.4.1	Logo	72
5.4.2	Warna Brand	74
5.4.3	Tipografi	75
5.4.4	Kemasan	77
5.5	Konsep Media	78
5.5.1	Program <i>Branding</i>	79
5.5.2	Media Pendukung <i>Branding</i>	82
BAB VI		85
6.1	Alternatif Desain Logo	85
6.1.1	<i>Rough Design</i> (Sketsa Kasar Logo).....	85
6.1.2	<i>Comperhensive Design</i> (Logo Digital).....	87
6.1.3	<i>Final Design</i> (Logo Terpilih)	87
6.2	Implementasi Pada Media	88
6.2.1	Buku GSM(<i>Graphic Standard Manual</i>).....	88
6.2.2	Kemasan Primer	88
6.2.3	Kemasan Sekunder	89
6.2.4	<i>Shopping Bag</i>	90
6.2.5	<i>T-shirt</i>	90
6.2.6	X banner	91
6.2.7	<i>Booth Portable</i>	91
6.2.8	<i>Signage</i>	92
6.2.9	Media Sosial	93

6.2.10	<i>Merchandise</i>	93
6.3	Rancangan Anggaran Branding	95
6.3.1	Tarif Desainer	95
6.3.2	Biaya Produksi Media	96
BAB VII	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	102