

**TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN *REBRANDING* GADO-GADO ARJUNA  
PAK SATUMIN SURABAYA**



Diajukan Oleh :

**IBRAHNOVAN SULY TRIZKY DARMA**

**1654010039**

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

**2021**

# TUGAS AKHIR

## PERANCANGAN *REBRANDING* GADO-GADO ARJUNA PAK SATUMIN SURABAYA

Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Tugas Akhir (Strata-1)



Diajukan Oleh :

**IBRAHNOVAN SULY TRIZKY DARMA**

**1654010039**

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

**2021**



**TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN REBRANDING GADO GADO ARJUNA PAK  
SATUMIN SURABAYA**

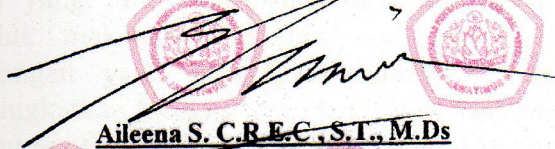
Disusun Oleh :

**IBRAHNOVAN SULY TRIZKY DARMA**

**1654010039**

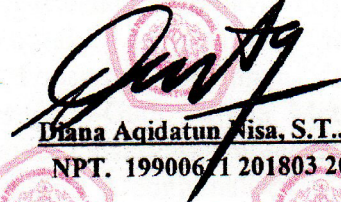
Telah dipertahankan didepan Tim Penguji  
Pada tanggal: 6 Januari 2021

Pembimbing I



Aileena S. C.R.E.C., S.T., M.Ds  
NPT. 182 198701 1907 6

Penguji I



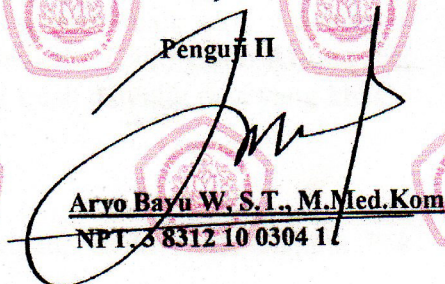
Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds  
NPT. 199006 1 201803 2001

Pembimbing II



Aphief Tri Artanto, S.T., M.Sn  
NPT. 171 19840609 033

Penguji II



Aryo Bayu W, S.T., M.Med.Kom  
NPT. 8 8312 10 0304 11

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

**Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain**



Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P  
NIP. 19631208 1990033 2001



## 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 di suatu 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 penjiplakan, 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, 29 Desember 2020



Ibrahnovan Suly Trizky Darma



# TUGAS AKHIR

## ABSTRAK

### **PERANCANGAN *REBRANDING* GADO-GADO ARJUNA PAK SATUMIN SURABAYA**

Oleh :  
Ibrahnovan Suly Trisky Darma  
1654010039

Indonesia sudah dikenal memiliki ragam wisata, salah satunya adalah wisata kuliner yang menunjukkan cita rasa khas pada setiap daerah. Kota Surabaya sebagai kota besar kedua ini tentunya memiliki makanan yang khas pula, seperti rujak cingur, nasi rawon, gado-gado, tahu telur, dan nasi campur. Rumah makan “Gado-Gado Arjuna Pak Satumin” adalah salah satu kuliner khas yang turut membantu menyemarakkan pariwisata Surabaya dengan produk makanan. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan suatu rancangan yang kreatif, dan inovatif bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan *brand image* dan *brand awareness* Gado-Gado Arjuna. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode Observasi, Wawancara, Kuesioner, Dokumentasi, dan studi Kepustakaan. Menggunakan visual branding diharap mampu menciptakan identitas yang baik bagi perusahaan dan masyarakat dapat lebih mengenal rumah makan “Gado-Gado Arjuna Pak Satumin” dengan citra yang baik, kualitas yang fresh dan cita rasa yang khas.

Kata Kunci : *Rebranding*, Kuliner, Perancangan, Gado Gado Arjuna Pak Satumin

# TUGAS AKHIR

## ABSTRACT

### **VISUAL BRAND IDENTITY GADO-GADO ARJUNA PAK SATUMIN SURABAYA**

By :  
Ibrahnovan Suly Trisky Darma  
1654010039

Indonesia is already known to have a variety of tours, one of which is culinary tours that show the distinctive taste of each region. The city of Surabaya as the second major city, of course, has its own special foods, such as rujak cingur, rawon, gado-gado, tofu, and mixed tofu. Restaurant "Gado-Gado Arjuna Pak Satumin" is one of the special culinary delights that help enliven Surabaya tourism with food products. This research aims to produce a creative and innovative design for consumers so that it can improve the brand image and brand awareness of Gado-Gado Arjuna. Methods of data collection using the method of observation, interviews, questionnaires, documentation, and literature study. Using visual branding is expected to be able to create a good identity for the company and the public can get to know the restaurant "Gado-Gado Arjuna Pak Satumin" with a good image, fresh quality and distinctive taste.

Keyword : *Rebranding, Culinary, Design, Gado Gado Arjuna Pak Satumin*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan taufik karunianya, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul PERANCANGAN REBRANDING GADO GADO ARJUNA SURABAYA dengan baik dan tepat waktu serta adanya halangan yang berarti disaat penyusunan laporan ini. Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat wahub yang harus ditempuh untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S1) dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual

Dengan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu penulis mengerjakan Tugas Akhir ini. Laporan ini dapat dibuat dan selesai dengan bantuan banyak pihak, oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan Tugas Akhir ini dapat selesai. Dan juga memberikan kesehatan, kelancaran, dan kemudahan dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
2. Aileena S.C.R.E.C., S.T., M.Ds., selaku Pembimbing utama yang membimbing dari awal perancangan tugas akhir hingga terselesaikan perancangan ini.
3. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan dukungan secara moril, materil, dan do'a yang selalu dipanjatkan selama pengerjaan tugas akhir ini.
4. Bapak Aphief Tri Artanto, S.T., M.Sn. selaku Pembimbing II yang membantu dalam memberi masukan dan saran kepada penulis dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
5. Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds dan Aryo Bayu Wibisono, S.T., M. Med.Kom. selaku Penguji Tugas Akhir penulis yang telah memberikan saran dan masukan dalam perancangan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Aditya Rahman Yani, S.T., M. Med.Kom selaku koordinator Tugas Akhir.

7. Kevan Tahierudin Ibrahim , Dwintiani Kahiksa Putri, Wildan Hendra Kusuma, dan Teman-Teman DKV UPN Angkatan 2016 yang telah Bersama dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
8. Seluruh teman-teman yang tidak bisa disebut satu-satu namanya yang telah memberikan bantuan dan support sebanyak-banyaknya.

Perancang menyadari adanya kekurangan dalam penulisan laporan ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan agar perbaikan kualitas laporan ini lebih baik lagi kedepannya. Semoga laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca

Surabaya, 29 Desember 2020

Ibrahnovan Suly Trizky Darma



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Tujuan.....	5
1.6 Manfaat.....	5
1.6.1 Manfaat Bagi Pemilik Rumah Makan Gado Gado Arjuna.....	5
1.6.2 Manfaat Bagi Masyarakat.....	5
1.6.3 Manfaat Bagi Penulis.....	6
1.7 Skema Perancangan.....	7
<b>BAB II STUDI EKSISTING DAN LITERATUR.....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Desain.....	8
2.1.1.1 Desain Komunikasi Visual.....	8
2.1.1.2 Teori Komunikasi.....	10
2.1.1.3 Teori Visual.....	12
2.1.1.4 Teori Logo.....	13
2.1.1.5 Teori Warna.....	14
2.1.1.6 Teori Tipografi.....	16
2.1.1.7 Teori Layout.....	16
2.2 Teori Brand.....	17
2.2.1 Definisi Brand.....	17
2.2.2 Sejarah Brand.....	18
2.2.3 Manfaat Brand.....	23
2.2.4 Ekuitas Merek.....	24
2.2.5 Brand Awareness.....	25
2.2.6 <i>Brand Perceived Quality</i> .....	25
2.2.7 <i>Brand Association</i> .....	27
2.2.8 <i>Brand Loyalty</i> .....	29
2.2.9 <i>Brand Possitioning</i> .....	32
2.2.10 Definisi Pemasaran dan Promosi.....	33
2.3 Studi Eksisting.....	35
2.3.1 Rumah Makan Gado Gado Arjuna Pak Satumin.....	36
2.3.1.1 Buku Menu.....	36

2.4 Studi Kompetitor .....	38
2.4.1 Depot Bu Rudy .....	38
2.4.1.1 <i>Website</i> .....	39
2.4.1.2 Buku Menu .....	41
2.4.1.3 Instagram .....	43
2.5 Studi Komparator 1 .....	45
2.5.1 Bakso Boedjangan .....	45
2.5.1.1 <i>Website</i> .....	46
2.5.1.2 Buku Menu .....	48
2.5.1.3 Instagram .....	50
2.6 Studi Komparator 2 .....	52
2.6.1 Sate Taichan Goreng .....	52
2.6.1.1 <i>Website</i> .....	53
2.6.1.2 Buku Menu .....	55
2.6.1.3 Instagram .....	57
<b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN .....</b>	<b>59</b>
3.1 Definisi Operasional Judul .....	59
3.1.1 Definisi Brand Identity .....	59
3.1.2 Gado-Gado Arjuna Pak Satumin .....	59
3.2 Tahapan Perancangan .....	60
3.2.1 Menentukan Fenomena .....	60
3.2.2 Riset Pra Perancangan .....	60
3.2.3 Perumusan Permasalahan .....	61
3.2.4 Studi Eksisting .....	61
3.2.5 Studi Kompetitor dan Komparator .....	61
3.2.6 Pengumpulan Literatur-Literatur .....	61
3.2.7 Melakukan Riset .....	61
3.2.8 Merancang Desain .....	62
3.2.9 Alternatif Desain .....	62
3.2.10 Evaluasi Desain .....	62
3.2.11 Impementasi Desain .....	62
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	62
3.3.1 Jenis-Jenis Data .....	62
3.3.1.1 Data Primer .....	62
3.3.1.2 Data Sekunder .....	63
3.4 Teknik Analisa Data .....	64
3.5 Alur Perancangan/Kerangka Perancangan .....	64
<b>BAB IV ANALISIS DATA .....</b>	<b>65</b>
4.1 Teknik Analisis Data .....	65
4.1.1 Analisis TOWS .....	65
4.1.2 Analisis Deskriptif .....	67
4.2 Consumer Insight .....	72
4.3 Unique Selling Point .....	73
4.4 Positioning .....	73



<b>BAB V KONSEP DESAIN .....</b>	<b>74</b>
5.1 Sintesa .....	74
5.2 Perumusan Konsep Kreatif (Keyword).....	74
5.3 Definisi Keyword .....	76
5.3.1 Makna Denotasi .....	76
5.3.2 Makna konotasi .....	77
5.4 Penjabaran Konsep.....	77
5.4.1 Konsep Verbal.....	78
5.4.1.1 <i>Tagline</i> .....	78
5.4.1.2 Strategi Komunikasi.....	78
5.5 Konsep visual .....	78
5.5.1 Logo .....	80
5.5.2 Tipografi.....	80
5.5.3 Warna .....	80
5.5.4 Fotografi.....	80
5.6 Konsep media.....	81
5.6.1 Pemilihan Jenis media.....	81
<b>BAB VI IMPLEMENTASI DESAIN .....</b>	<b>84</b>
6.1 Media Utama.....	84
6.1.1 Logo .....	84
6.1.2 <i>Graphic Standart Manual (GSM)</i> .....	85
6.2 Media Pendukung.....	86
6.2.1 Kop Surat .....	86
6.2.2 Amplop.....	87
6.2.3 Kartu Nama .....	88
6.2.4 Peralatan Makan.....	89
6.2.5 Buku Menu.....	91
6.2.6 Seragam.....	92
6.2.7 Flyer .....	93
6.2.8 Poster.....	94
6.2.9 Banner .....	95
6.2.10 <i>Feed Facebook</i> .....	96
6.2.11 Instagram.....	97
6.2.12 Marketplace.....	98
6.2.13 TVC.....	99
6.4 Tarif Designer .....	99
6.5 Biaya Media .....	101
<b>BAB 7 PENUTUP.....</b>	<b>102</b>
7.1 Kesimpulan .....	102
7.2 Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Buku menu .....	37
Tabel 2. 2 Website.....	39
Tabel 2. 3 Buku Menu.....	41
Tabel 2. 4 Instagram.....	43
Tabel 2. 5 Website.....	46
Tabel 2. 6 Buku Menu Studi Eksisting Buku Menu .....	49
Tabel 2. 7 Instagram.....	51
Tabel 2. 8 Website.....	53
Tabel 2. 9 Buku Menu.....	55
Tabel 2. 10 Instagram.....	58
Tabel 4. 1 Analisis TOWS MATRIX .....	65
Tabel 5. 1 Pemilihan Jenis Media .....	81
Tabel 6. 1 Biaya Pembuatan GSM.....	85
Tabel 6. 2 Biaya Pembuatan Kop Surat .....	87
Tabel 6. 3 Biaya Pembuatan Amplop .....	88
Tabel 6. 4 Biaya Pembuatan Kartu Nama.....	89
Tabel 6. 5 Biaya Pembuatan Piring & Gelas.....	90
Tabel 6. 6 Biaya Pembuatan Buku Menu.....	91
Tabel 6. 7 Biaya Pembuatan Buku Menu.....	92
Tabel 6. 8 Biaya Pembuatan Brosur.....	93
Tabel 6. 9 Biaya Pembuatan Poster.....	94
Tabel 6. 10 Biaya Pembuatan Banner .....	95
Tabel 6. 11 Biaya Media .....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Skema Perancangan .....	7
Gambar 2. 1 Contoh standar warna.....	16
Gambar 2. 2 Diagram Nilai dari Kesan Kualitas .....	26
Gambar 2. 3 Brand Loyalty.....	29
Gambar 2. 4 Positioning.....	33
Gambar 2. 5 Daftar Menu Gado-Gado Arjuna.....	36
Gambar 2. 6 Depot Bu Rudy.....	38
Gambar 2. 7 Website Depot Bu Rudy.....	39
Gambar 2. 8 Buku Menu depot Bu Rudy.....	41
Gambar 2. 9 Instagram depot Bu Rudy.....	43
Gambar 2. 10 Bakso Boedjangan.....	45
Gambar 2. 11 Website Bakso Boedjangan.....	46
Gambar 2. 12 Buku Menu Bakso Boedjangan.....	48
Gambar 2. 13 Instagram Bakso Boedjangan.....	50
Gambar 2. 14 Sate Taichan Goreng .....	52
Gambar 2. 15 Website Sate Taichan Goreng .....	53
Gambar 2. 16 Buku Menu Sate Taichan .....	55
Gambar 2. 17 Instagram Sate Taichan Goreng .....	57
Gambar 3. 1 Alur Perancangan.....	64
Gambar 4. 1 Wawancara Pemilik Gado-Gado Arjuna pak Satumin.....	68
Gambar 4. 2 Suasana rumah makan Gado-Gado Arjuna pak Satumin .....	71
Gambar 5. 1 Keyword .....	75
Gambar 5. 2 Prinsip Asimetris.....	79
Gambar 5. 3 Acuan Visual Fotografi Makanan.....	81
Gambar 6. 1 Logo Gado Gado Arjuna Pak Satumin.....	84
Gambar 6. 2 Cover GSM Gado Gado Arjuna Pak Satumin.....	85
Gambar 6. 3 Kop Surat Gado Gado Arjuna Pak Satumin.....	86
Gambar 6. 4 Amplop Gado Gado Arjuna Pak Satumin .....	87
Gambar 6. 5 Kartu Nama Gado Gado Arjuna Pak Satumin .....	89
Gambar 6. 6 Peralatan Makan Gado Gado Arjuna Pak Satumin .....	90
Gambar 6. 7 Buku Menu Gado Gado Arjuna Pak Satumin .....	91
Gambar 6. 8 Buku Menu Gado Gado Arjuna Pak Satumin .....	92
Gambar 6. 9 Brosur Gado Gado Arjuna Pak Satumin .....	93
Gambar 6. 10 Poster Gado Gado Arjuna Pak Satumin .....	94
Gambar 6. 11 Banner Gado Gado Arjuna Pak Satumin.....	95
Gambar 6. 12 Feed Facebook Gado Gado Arjuna Pak Satumin.....	96
Gambar 6. 13 Feed Instagram Gado Gado Arjuna Pak Satumin .....	97
Gambar 6. 14 Marketplace GoFood Gado Gado Arjuna Pak Satumin .....	98
Gambar 6. 15 Screenshot TVC Gado Gado Arjuna Pak Satumin.....	99