

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN *REBRANDING* SANGGAR X TALENT DANCE OFFICIAL SURABAYA DALAM UPAYA MENARIK MINAT REMAJA PADA TARI TRADISIONAL

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Oleh:

Deby Rahmawati

21052010008

Dosen Pembimbing 1:

Sri Wulandari, S.Sn., M.A

Dosen Pembimbing 2:

Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom

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

2025

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN *REBRANDING* SANGGAR X *TALENT DANCE*
***OFFICIAL* SURABAYA DALAM UPAYA MENARIK**
MINAT REMAJA PADA TARI TRADISIONAL

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Oleh:
Deby Rahmawati
21052010008

Dosen Pembimbing 1:
Sri Wulandari, S.Sn., M.A

Dosen Pembimbing 2:
Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2025

HALAMAN PENGESAHAN
PERANCANGAN *REBRANDING* SANGGAR X TALENT DANCE
OFFICIAL SURABAYA DALAM UPAYA MENARIK
MINAT REMAJA PADA TARI TRADISIONAL

Disusun Oleh:

DEBY RAHMAWATI

21052010008

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal : 19 Mei 2025

Pembimbing I

Pembimbing II


Sri Wulandari, S.Sn., M.A
NPT. 202 19930419 173


Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom
NIPPPK. 19810929 202121 1002

Penguji I

Penguji II


Aileena Solicitor.C.R.E.C, S.T., M.Ds
NIPPPK. 19870119 202421 2024


Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn
NIP. 19900202 202203 1008

Tugas akhir telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain



Ibnu Sholichin, S.T., M.T
NIPPPK. 19710916 202121 1004

HALAMAN PERSETUJUAN
PERANCANGAN REBRANDING SANGGAR X TALENT DANCE
OFFICIAL SURABAYA DALAM UPAYA MENARIK
MINAT REMAJA PADA TARI TRADISIONAL

Disusun Oleh:

DEBY RAHMAWATI

21052010008

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal : 19 Mei 2025

Pembimbing I



Sri Wulandari, S.Sn., M.A
NPT. 202 19930419 173

Pembimbing II



Aditya Rahman Yari, S.T., M.Med.Kom
NIPPPK. 19810929 202121 1002

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

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Masnuna, S.T., M.Sn
NIPPPK. 19840512 2021 212004

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Deby Rahmawati
NPM : 21052010008
Program : Sarjana(S1)/~~Magister (S2) /Doktor (S3)~~
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Arsitektur dan Desain

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/~~Skripsi/Tesis/Disertasi~~* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Tugas Akhir ~~Skripsi/Tesis/Desertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan



Deby Rahmawati
21052010008

ABSTRAK

Meluasnya budaya populer melalui media digital berdampak pada peningkatan selera masyarakat terhadap seni modern. Perubahan tren di berbagai platform sosial, juga sering dianggap lebih relevan dibandingkan dengan seni tradisional yang mungkin dianggap ketinggalan zaman. Dalam mengatasi tantangan ini, maka diperlukan sanggar sebagai wadah kegiatan yang mendukung pengembangan seni dan budaya untuk mengedukasi serta menginspirasi minat remaja. Sebagaimana sanggar-sanggar tari di Surabaya yang menciptakan tarian untuk dipentaskan pada festival dan kompetisi antar daerah guna menunjukkan betapa beragam dan dinamisnya seni tari, salah satunya Sanggar XTD *Official* Surabaya. Ketidaksesuaian antara visi dan misi dengan penerapannya serta kurangnya kesadaran masyarakat terhadap keberadaannya menjadi faktor utama atas eksistensi sanggar.

Merujuk pada permasalahan yang dipaparkan, maka peneliti menyusun “Perancangan *Rebranding* Sanggar *X Talent Dance Official* Surabaya dalam Upaya Menarik Minat Remaja pada Tari Tradisional”. Dengan demikian, tujuan dari *rebranding* yaitu membangun dan mengembangkan citra sanggar yang lebih terkonsep dan profesional. Upaya tersebut dilakukan dengan mempresentasikan citra sanggar melalui unsur desain dan strategi komunikasi di media sosial (Instagram) yang konsisten sesuai dengan selera dan ekspektasi generasi muda agar mereka berkenan terlibat dalam seni tari.

Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed method* (kualitatif dan kuantitatif) berdasarkan pendekatan analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara, observasi dan kuesioner, sedangkan pengumpulan data sekunder melalui studi literatur. Seluruh data yang terkumpul akan dianalisis dan disimpulkan hingga membentuk sintesa data. Perumusan konsep desain, seperti *keyword*, konsep verbal, konsep visual dan konsep media merupakan beberapa aspek penting yang perlu juga diperhatikan dalam proses perancangan.

Oleh karena itu, diharapkan strategi *rebranding* Sanggar XTD *Official* Surabaya berperan efektif dalam menciptakan identitas visual, seperti logo, GSM (*Graphic Standard Manual*), media implementasi yang menunjang kebutuhan promosi dan media pendukung lainnya yang lebih segar serta mampu mempresentasikan sanggar dengan mengadopsi desain modern tanpa meninggalkan nilai-nilai tradisional.

Kata Kunci : *Rebranding*, Sanggar XTD *Official* Surabaya, Identitas Visual, Remaja

ABSTRACT

The proliferation of popular culture through digital media has increased the demand for modern art. Trends on social media platforms are often considered more relevant than traditional art forms, which may be considered outdated. To address this challenge, Sanggar is needed as a forum for activities that support the development of arts and culture, and that educate and inspire teenagers' interest. For example, dance studios in Surabaya create dances to be performed at regional festivals and competitions to demonstrate the diversity and dynamism of dance, one of which is Sanggar XTD Official Surabaya. The main factors for the existence of the studio are the mismatch between its vision and mission and its implementation, as well as the lack of public awareness of its existence.

In light of the aforementioned issues, the researcher compiled a rebranding design for Sanggar X Talent Dance Official Surabaya to attract teenagers' interest in traditional dance. The purpose of rebranding is to develop a more professional and conceptualized image of the studio. This is achieved by presenting the studio's image through design elements and communication strategies on social media (Instagram) that align with the tastes and expectations of the younger generation, encouraging them to participate in dance.

The research method used is a mixed-methods approach based on descriptive analysis. Primary data is collected through interviews, observations, and questionnaires, while secondary data is collected through literature studies. All collected data will be analyzed to form a data synthesis. Design concepts such as keywords, verbal concepts, visual concepts, and media concepts are important aspects to consider in the design process.

Therefore, Sanggar XTD Official Surabaya's rebranding strategy is expected to play an effective role in creating visual identities, such as logos and a Graphic Standard Manual (GSM), as well as promotional and other supporting media that present the studio with modern designs while maintaining traditional values.

Keywords: *Rebranding, XTD Official Studio Surabaya, Visual Identity, Teenagers*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan *Rebranding* Sanggar *X Talent Dance Official* Surabaya dalam Upaya Menarik Minat Remaja pada Tari Tradisional” dengan sangat baik. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis berupaya mengembangkan pengetahuan dan keterampilan pada perencanaan program *rebranding* dari pembuatan identitas visual hingga implementasi di berbagai media pendukung. Dengan harapan, membantu keterlibatan remaja untuk bergabung di Sanggar *XTD Official* Surabaya.

Penulis menyadari bahwa selama proses perancangan tidak terlepas dari bimbingan, arahan, dukungan, saran serta doa yang senantiasa dipanjatkan seluruh pihak selama penyusunan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada pihak-pihak terkait yang berperan penting:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu mendengarkan setiap doa dan keluh kesah, serta memberikan segala kemudahan dan kelancaran dalam proses penyusunan Tugas Akhir.
2. Kepada orang tua yang memberikan doa, dukungan serta motivasi dengan penuh cinta, baik secara moral ataupun material.
3. Ibu Sri Wulandari, S.Sn., M.A sebagai Dosen Pembimbing 1, atas kesediaannya dalam memberikan bimbingan, arahan dan kesabaran untuk membantu penulis mencari solusi di setiap kendala yang dihadapi.
4. Bapak Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom sebagai Dosen Pembimbing 2 yang telah membantu menyampaikan masukan dan panduan berharga pada perancangan Tugas Akhir yang telah dibuat.
5. Ibu Aileen Solicitor.C.R.E.C, S.T., M.Ds dan Bapak Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn sebagai penguji 1 dan 2 yang telah memberikan kritik serta saran sebagai bahan evaluasi pada perancangan.
6. Ibu Chairul Lisa Stefany Westin selaku pendiri Sanggar *XTD Official* Surabaya yang menerima dengan baik atas perancangan yang diajukan serta membantu memudahkan dalam proses pengumpulan data yang diperlukan.
7. Bapak Prasetyo Adi yang telah bersedia menjadi narasumber dan berbagi pengetahuan dalam memahami strategi *branding*, pemasaran sosial media (*social media marketing*), penciptaan logo serta aspek lainnya.

8. Seluruh dosen dan tenaga pendidik Program Studi Komunikasi Visual UPN “Veteran” Jawa Timur atas ilmu, bimbingan dan dedikasi yang telah diberikan selama masa pendidikan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
9. Miranda Sarasati dan Dimas Aldian selaku kakak kandung yang selalu ada untuk memberikan bantuan, dukungan dan semangat.
10. Anindya Laksmi Larasati yang bersedia untuk menjadi teman diskusi serta sumber kekuatan dan semangat bagi penulis.
11. Teman-teman Desain Komunikasi Visual angkatan 21 yang telah berjuang bersama dan saling mendukung dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang secara langsung atau tidak langsung telah membantu dalam menyempurnakan perancangan ini.

Mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan yang terdapat dalam penyusunan Tugas Akhir. Semoga, perancangan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi mendorong semangat pembaca untuk selalu berkarya.

Surabaya, 10 Juni 2025

Deby Rahmawati

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Batasan Masalah	6
1.5 Tujuan Perancangan.....	6
1.6 Manfaat Perancangan.....	7
1.7 Kerangka Perancangan	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING	9
2.1 Definisi Operasional Judul.....	9
2.1.1 Definisi <i>Rebranding</i>	9
2.1.2 Definisi Sanggar XTD <i>Official</i> Surabaya	9
2.1.3 Definisi Minat Remaja	10
2.1.4 Definisi Tari Tradisional	10
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 <i>Branding</i>	11
2.2.2 <i>Rebranding</i>	15
2.2.3 <i>Brand Equity</i>	18
2.2.4 Remaja.....	20
2.2.5 Sanggar.....	23

2.2.6 Tari	24
2.2.7 Identitas Visual.....	25
2.2.8 Warna	29
2.2.9 Tipografi.....	34
2.2.10 <i>Layout</i>	37
2.3 Profil Sanggar XTD <i>Official</i> Surabaya	39
2.3.1 Sejarah.....	39
2.3.2 Makna Logo	40
2.3.3 Visi Dan Misi Sanggar	40
2.3.4 Struktur Kepengurusan.....	41
2.3.5 Program Pelatihan	42
2.3.6 Potensi Sanggar	42
2.4 Studi Eksisting	42
2.4.1 Logo Sanggar Tari Raff Dance Company	43
2.4.2 Media Sosial	45
2.4.3 Media Promosi	46
2.5 Studi Kompetitor.....	47
2.5.1 Logo Komunitas Kawung	48
2.5.2 Media Sosial	49
2.5.3 Media Promosi	50
2.6 Studi Komparator.....	51
2.6.1 Logo Sanggar Wulangreh Omah Budaya	52
2.6.2 Media Sosial	53
2.6.3 Media Promosi	54
BAB III	56
METODOLOGI PERANCANGAN	56
3.1 Metode Perancangan.....	56
3.2 Objek Perancangan	56
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.3.1 Data Primer	57
3.3.2 Data Sekunder	58
3.3.3 Target Audiens	60
3.4 Teknik Analisis Data.....	62

3.4.1 Analisis Data Wawancara	62
3.4.2 Analisis Data Kuesioner.....	71
3.4.3 Analisis Data Observasi	79
3.4.4 Analisis <i>Consumer Insight</i>	81
3.4.5 Analisis <i>Consumer Journey</i>	82
3.5 Sintesa Data	84
3.6 Unique Selling Proposition (USP).....	85
BAB IV	86
KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN	86
4.1 Perumusan Konsep Desain	86
4.1.1 Perumusan <i>Keyword</i>	86
4.1.2 Definisi <i>Keyword</i>	87
4.1.3 Konsep Verbal.....	88
4.1.4 Konsep Visual	89
4.1.5 Konsep Media	95
4.2 Proses Perancangan Desain.....	102
4.2.1 <i>Rough Desain</i> (Sketsa Kasar).....	102
4.2.2 Komprehensif Desain.....	104
4.2.3 Validasi Desain	106
4.2.4 Desain Final	107
4.2.5 Supergrafis	108
4.3 Implementasi Desain.....	109
4.3.1 Media Utama	109
4.3.2 Media Cetak	109
4.3.3 Media Sosial.....	110
4.3.4 Media Pendukung.....	111
4.3.5 Media Luar Ruangan.....	114
4.4 Rancangan Anggaran Proyek.....	117
4.4.1 Biaya Produksi Media	117
BAB V	119
KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Kesimpulan	119
5.2 Saran	119

DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Perancangan	8
Gambar 2. 1 <i>Branding</i>	15
Gambar 2. 2 Elemen <i>Brand Equity</i>	19
Gambar 2. 3 Logo <i>Picture Mark</i> dan <i>Letter Mark</i>	26
Gambar 2. 4 Logo <i>Picture Mark</i> sekaligus <i>Letter Mark</i>	26
Gambar 2. 5 Logo <i>Letter Mark</i>	26
Gambar 2. 6 Klasifikasi Logo Berdasarkan Bentuk	27
Gambar 2. 7 <i>Tagline</i>	28
Gambar 2. 8 Elemen Warna	30
Gambar 2. 9 Logo Warna Merah.....	31
Gambar 2. 10 Logo Warna Orange	31
Gambar 2. 11 Logo Warna Kuning	32
Gambar 2. 12 Logo Warna Biru	32
Gambar 2. 13 Logo Warna Hijau	32
Gambar 2. 14 Logo Warna Hitam	33
Gambar 2. 15 Logo Warna Putih.....	33
Gambar 2. 16 Logo Warna Coklat.....	33
Gambar 2. 17 Teks Sans Serif	34
Gambar 2. 18 Teks <i>Serif</i>	35
Gambar 2. 19 Teks <i>Script</i>	35
Gambar 2. 20 Teks <i>Decorative</i>	36
Gambar 2. 21 Teks <i>Monospace</i>	36
Gambar 2. 22 Logo Sanggar XTD <i>Official</i> Surabaya	40
Gambar 2. 23 Struktur Kepengurusan Sanggar XTD <i>Official</i> Surabaya.....	41
Gambar 2. 24 Logo Sanggar Tari <i>Raff Dance Company</i>	43
Gambar 2. 25 Media Sosial Sanggar Tari <i>Raff Dance Company</i>	45
Gambar 2. 26 Media Promosi Sanggar Tari <i>Raff Dance Company</i>	46
Gambar 2. 27 Logo Komunitas Kuwung	48
Gambar 2. 28 Media Sosial Komunitas Kuwung.....	49
Gambar 2. 29 Media Promosi Komunitas Kuwung	50
Gambar 2. 30 Logo Wulangreh Omah Budaya	52

Gambar 2. 31 Media Sosial Wulangreh Omah Budaya	53
Gambar 2. 32 Media Promosi Wulangreh Omah Budaya	54
Gambar 3. 1 Foto Bersama Ibu Westin	62
Gambar 3. 2 Dokumentasi Bersama Bapak Prasetyo Adi	67
Gambar 3. 3 Sanggar XTD <i>Official</i> Surabaya	79
Gambar 3. 4 Ujian Materi di BG Junction L2	79
Gambar 3. 5 Foto Target Audiens	83
Gambar 4. 1 Perumusan <i>Keyword</i>	86
Gambar 4. 2 Referensi Tari Kuda Lumping berasal dari Ponorogo	90
Gambar 4. 3 Referensi Tari Gandrung berasal dari Banyuwangi.....	90
Gambar 4. 4 Referensi Tari Remo berasal dari Surabaya	91
Gambar 4. 5 Referensi Tari Sorote Lintang berasal dari Banyuwangi.....	91
Gambar 4. 6 Referensi Omprog Tari Gandrung	91
Gambar 4. 7 Referensi Logo Sanggar Tari.....	92
Gambar 4. 8 Referensi Warna	93
Gambar 4. 9 Referensi Font <i>Gracheva</i>	93
Gambar 4. 10 Referensi Font <i>Argue DEMO</i>	94
Gambar 4. 11 Referensi Font <i>Helvetica</i>	94
Gambar 4. 12 Referensi Supergrafis.....	95
Gambar 4. 13 Referensi Brosur	97
Gambar 4. 14 Referensi Feed	98
Gambar 4. 15 Referensi Kaos Latihan.....	98
Gambar 4. 16 Referensi <i>Strap Phone</i>	99
Gambar 4. 17 Referensi Gantungan Kunci Akrilik	99
Gambar 4. 18 Referensi <i>Tumbler</i>	99
Gambar 4. 19 Referensi <i>Totebag</i>	99
Gambar 4. 20 Referensi Kalender	100
Gambar 4. 21 Referensi <i>Stationery</i>	100
Gambar 4. 22 Referensi Poster	101
Gambar 4. 23 Referensi <i>X-banner</i>	101
Gambar 4. 24 Referensi Buku Saku	102
Gambar 4. 25 Ikon Logo	103
Gambar 4. 26 Sketsa Kasar <i>Logogram</i>	103

Gambar 4. 27 Alternatif <i>Logogram</i>	104
Gambar 4. 28 Alternatif <i>Logotype</i>	104
Gambar 4. 29 Alternatif Logo Digital	105
Gambar 4. 30 Alternatif Terpilih 1	105
Gambar 4. 31 Alternatif Logo Digital 1	105
Gambar 4. 32 Alternatif Terpilih 2	106
Gambar 4. 33 Alternatif Logo Digital 2	106
Gambar 4. 34 Validasi Logo	107
Gambar 4. 35 Logo Final.....	108
Gambar 4. 36 Alternatif Supergrafis	108
Gambar 4. 37 Supergrafis Final.....	109
Gambar 4. 38 <i>Graphic Standard Manual</i>	109
Gambar 4. 39 Brosur	110
Gambar 4. 40 <i>Content Planner</i>	110
Gambar 4. 41 Media Sosial Instagram	111
Gambar 4. 42 Kaos Latihan.....	111
Gambar 4. 43 <i>Tumbler</i>	112
Gambar 4. 44 <i>Totebag</i>	112
Gambar 4. 45 <i>Strap Phone</i>	112
Gambar 4. 46 Gantungan Kunci	113
Gambar 4. 47 Kalender.....	113
Gambar 4. 48 <i>Stasionery</i>	113
Gambar 4. 49 Poster	114
Gambar 4. 50 <i>X-bannner</i>	115
Gambar 4. 51 Buku Saku.....	115
Gambar 4. 52 Sketsa Booth	116
Gambar 4. 53 Final Pameran	116

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis Logo Sanggar Tari <i>Raff Dance Company</i>	44
Tabel 2. 2 Analisis Media Sosial (Instagram) Sanggar Tari <i>Raff Dance Company</i>	45
Tabel 2. 3 Analisis Media Promosi Sanggar Tari <i>Raff Dance Company</i>	46
Tabel 2. 4 Analisis Logo Komunitas Kuwung	48
Tabel 2. 5 Analisis Media Sosial (Instagram) Komunitas Kuwung	49
Tabel 2. 6 Analisis Media Sosial (Instagram) Komunitas Kuwung	50
Tabel 2. 7 Analisis Logo Wulangreh Omah Budaya	52
Tabel 2. 8 Analisis Media Sosial (Instagram) Wulangreh Omah Budaya	53
Tabel 2. 9 Analisis Media Promosi Wulangreh Omah	55
Tabel 3. 1 Analisis <i>Consumer Journey</i>	83
Tabel 4. 1 Perencanaan Media <i>Rebranding</i> Sanggar XTD <i>Official</i> Surabaya	95
Tabel 4. 2 Biaya Produksi	117