

LAPORAN TUGAS AKHIR
***REBRANDING* UD KS PRO**
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

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



Oleh:

M Syaifullah Islamudin

21052010087

Dosen Pembimbing 1 :

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

Dosen Pembimbing 2 :

Widyasari, S.T., M.T.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2024/2025

LAPORAN TUGAS AKHIR **REBRANDING UD KS PRO** **UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

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



Oleh:

M Syaifullah Islamudin

21052010087

Dosen Pembimbing 1 :

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

Dosen Pembimbing 2 :

Widyasari, S.T., M.T.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2024/2025

HALAMAN PENGESAHAN
REBRANDING UD KS PRO
UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Disusun Oleh:
M Syaifullah Islamudin
21052010087

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal : 21 Mei 2025

Pembimbing I


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

Pembimbing II


Widvasari, S.T., M.T.
NPT. 182 19890920 075

Penguji I


Bayu Setiawan, S.Sn., M.Sn
NIP. 19910728 202203 1004

Penguji II


Restu Ismoyo Aji, S.Sn., M.A
NPT. 201 19850106 174

Tugas akhir ini 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

LEMBAR PERSETUJUAN
REBRANDING UD KS PRO
UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Disusun Oleh:
M Syaifullah Islamudin
21052010087

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal : 21 Mei 2025

Pembimbing I



Aditva Rahman Yani, ST., M.Med., Kom.
NIPPPK. 19810929 202121 1002

Pembimbing II



Widvasari, S.T., M.T.
NPT. 182 19890920 075

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

Koordinator 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 : M Syaifullah Islamudin
NPM : 21052010087
Program : Saajana(S1)
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Arsitektur dan Desain

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir 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 ditemulan indikasi plagiat pada 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



M Syaifullah Islamudin
NPM 21052010087

ABSTRAK

UD KS PRO merupakan salah satu UMKM yang berdiri sejak tahun 2003 di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, dan bergerak di bidang produksi serta penjualan sparepart dan aksesoris motor. Meskipun memiliki pengalaman panjang dan produk yang unggul secara kualitas, UD KS PRO belum memiliki identitas visual yang kuat serta strategi promosi yang efektif. Hal ini menyebabkan rendahnya tingkat brand awareness, terutama di kalangan konsumen ritel yang lebih mengenal merek pesaing. Di tengah persaingan industri otomotif yang kompetitif, UD KS PRO perlu membangun positioning yang khas dan profesional untuk memperkuat daya saingnya di pasar nasional.

Perancangan ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dengan pemilik, serta penyebaran kuesioner kepada konsumen dan *reseller*. Analisis data dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan dalam komunikasi visual dan strategi promosi yang belum optimal, serta memahami persepsi pasar terhadap merek.

Hasil analisis menunjukkan bahwa UD KS PRO belum memiliki citra yang mampu merepresentasikan kualitas, keunikan produk, dan nilai profesionalisme yang ditawarkan. Berdasarkan sintesis data, dirumuskan konsep rebranding sebagai produsen aksesoris otomotif yang unik, tangguh, dan andal, dengan pendekatan visual yang modern dan konsisten. Konsep ini diwujudkan melalui perancangan identitas visual baru dalam bentuk Graphic Standard Manual (*GSM*) yang mencakup logo, tagline, sistem warna, tipografi, elemen grafis, serta media promosi seperti katalog digital dan konten media sosial.

Perancangan ini diharapkan mampu memperkuat citra UD KS PRO sebagai produsen aksesoris otomotif yang unggul dan berbeda, serta meningkatkan brand awareness di pasar yang lebih luas. Identitas visual yang kuat dan strategi promosi digital yang tepat sasaran akan membantu perusahaan membangun kepercayaan dan menjangkau konsumen baru di tengah persaingan pasar yang terus berkembang.

Kata Kunci : *Identitas Visual, UMKM, Brand Awareness, Branding, UD KS PRO*

ABSTRACT

UD KS PRO is one of the MSMEs established in 2003 in Sidoarjo Regency, East Java, engaged in the production and sale of motorcycle spare parts and accessories. Despite its long experience and high-quality products, UD KS PRO does not yet have a strong visual identity or effective promotional strategy. This has resulted in low brand awareness, especially among retail consumers who are more familiar with competing brands. In the midst of the competitive automotive industry, UD KS PRO needs to establish a distinctive and professional positioning to strengthen its competitiveness in the national market.

This design employs a mixed-methods approach combining qualitative and quantitative methodologies. Data was collected through observation, in-depth interviews with the owner, and the distribution of questionnaires to consumers and resellers. Data analysis was conducted to identify issues in visual communication and promotional strategies that were not yet optimal, as well as to understand market perceptions of the brand.

The analysis results indicate that UD KS PRO does not yet have an image that effectively represents the quality, uniqueness of its products, and the professionalism it offers. Based on the data synthesis, a rebranding concept was formulated as a unique, durable, and reliable automotive accessory manufacturer with a modern and consistent visual approach. This concept was realized through the design of a new visual identity in the form of a Graphic Standard Manual (GSM) that includes a logo, tagline, color system, typography, graphic elements, and promotional media such as digital catalogs and social media content.

This design is expected to strengthen UD KS PRO's image as a superior and distinctive automotive accessory manufacturer and increase brand awareness in a broader market. A strong visual identity and targeted digital promotion strategies will help the company build trust and reach new consumers amid the evolving market competition.

Kata Kunci : Visual Identity, SMEs, Brand Awareness, Branding, UD KS PRO

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga laporan tugas akhir yang berjudul "Rebranding UD KS PRO untuk Meningkatkan Brand Awareness" ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Perancangan ini bertujuan untuk membantu UMKM UD KS PRO dalam membangun citra merek yang lebih profesional dan dikenal luas oleh konsumen melalui strategi rebranding yang menyeluruh, baik dari sisi identitas visual maupun promosi digital.

Dengan penuh rasa hormat, penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW.
2. Kepada kedua orang tua saya yang selalu mendoakan dan mendukung saya.
3. Kepada bapak Aditya Rahman Yani S. T. M. Med. Kom sebagai dosen pembimbing pertama yang memberikan banyak saran dan masukan dalam perancangan ini.
4. Kepada ibu Widyasari, S.T., M.T. Kom sebagai dosen pembimbing kedua yang memberikan banyak saran dan masukan dalam perancangan ini.
5. Kepada bapak Kasiadi selaku Pemilik perusahaan yang telah memberikan izin dan informasi mendalam tentang UD KS PRO
6. Kepada seluruh dosen DKV UPN "Veteran" Jawa Timur atas ilmunya.
7. Kepada Isdriani dan teman-teman DKV UPN "Veteran" Jawa Timur yang sama-sama berjuang dalam mengerjakan progres laporan dan saling support hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Namun demikian, semoga laporan ini tetap dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi dalam bidang perancangan identitas visual serta strategi branding UMKM di Indonesia.

Sidoarjo, 10 Juni 2025

M Syaifullah Islamudin

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Batasan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.7 Kerangka Perancangan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI & STUDI EKSISTING	11
2.1 Definisi Operasional	11
2.1.1 Definisi <i>Rebranding</i>	11
2.1.2 Definisi UD KS PRO	12
2.1.3 Definisi Usaha Dagang (UD).....	12
2.1.4 Definisi <i>Brand awareness</i>	13
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Profil Perusahaan	13
2.2.2 Tinjauan <i>Rebranding</i>	15
2.2.3 Tinjauan Desain Komunikasi Visual	33
2.3 Studi Eksisting	44
2.4 Studi Komparator.....	50
2.4.1 Shell Indonesia.....	51
2.4.2 JM Motor Samarinda	53
2.5 Studi Kompetitor.....	56

BAB III METODOLOGI DESAIN	61
3.1 Metode Perancangan.....	61
3.1.1 Tahapan Perancangan	62
3.2 Objek Perancangan	62
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.3.1 Data Primer	64
3.3.2 Data Sekunder.....	65
3.3.3 Target <i>Audiens</i>	66
3.4 Teknik Analisis Data.....	68
3.4.1 Analisis Data Wawancara	68
3.4.2 Analisis Data Kuesioner	69
3.4.3 Analisis Data Observasi.....	74
3.4.4 Analisis <i>TWOS MATRIX</i>	75
3.4.5 Analisis Consumer Insight.....	77
3.4.6 Analisis Consumer Journey	78
3.5 Sintesa Data	80
3.6 <i>Unique Selling Proportion</i> (USP).....	81
BAB IV KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN	82
4.1 Perumusan Konsep.....	82
4.1.1 <i>Keyword</i>	82
4.1.2 Konsep Verbal	84
4.1.3 Konsep Visual.....	85
4.1.4 Konsep Media	88
4.2 Proses Perancangan Desain.....	92
4.3 Implementasi Desain.....	97
4.3.1 <i>Graphic Standar Manual</i> (GSM).....	97
4.3.2 Corporate Identity	97
4.3.3 Media Iklan Promosi.....	99
4.3.4 Media Aplikatif <i>Branding</i>	101
4.4 Rancangan Anggaran Biaya Desain.....	105

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 UD KS PRO	2
Gambar 1.2 Foto Bersama Owner UD KS PRO.....	3
Gambar 1.3 Logo UD KS PRO di <i>platform</i> Shopee.....	4
Gambar 1.4 Logo UD KS PRO di Instagram	4
Gambar 1.5 Tampilan UD KS PRO di <i>platform</i> Shopee	5
Gambar 1.6 Hasil Kuesioner via Google Form	6
Gambar 1.7 Kerangka Perancangan.....	10
Gambar 2.1 <i>Rebranding</i> Perusahaan Google Pada Tahun 1996.....	11
Gambar 2.2 Kasiadi Pemilik UD KS PRO	13
Gambar 2.3 Produk Unggulan UD KS PRO.....	14
Gambar 2.4 Piramida Brand awareness	20
Gambar 2.5 <i>How Story Work</i>	23
Gambar 2.6 Contoh <i>Call to Action</i> (CTA).....	24
Gambar 2.7 <i>Tagline Brand</i> Apple “ <i>Think different</i> ”	26
Gambar 2.8 Contoh <i>Logo Picture Mark</i> dan <i>Letter Mark</i>	29
Gambar 2.9 Contoh logo <i>Picture mark</i> sekaligus <i>letter mark</i>	29
Gambar 2.10 Contoh logo <i>Letter mark</i>	30
Gambar 2.11 Contoh logo <i>Figure Ground Principle</i>	30
Gambar 2.12 Contoh logo <i>Similarity Principle</i>	31
Gambar 2.13 Contoh logo <i>impossible figure</i>	31
Gambar 2.14 Contoh logo <i>Closure Principle</i>	32
Gambar 2.15 Kaitan DKV dengan elemen lainnya	34
Gambar 2.16 Elemen Desain Titik	35
Gambar 2.17 Psikologi Warna.....	37
Gambar 2.18 Klasifikasi Warna.....	38
Gambar 2.19 <i>Complete Color Guide</i>	38
Gambar 2.20 <i>Anatomy of Typography</i>	39
Gambar 2.21 <i>Psychology of Typography</i> dan Penerapannya	40
Gambar 2.22 4 Prinsip Tipografi	40
Gambar 2.23 Jenis-Jenis Grid.....	42
Gambar 2.24 Single-column grid.....	42
Gambar 2.25 Multicolumn grid	42
Gambar 2.26 Modular grid	43
Gambar 2.27 Hierarchical grid	43
Gambar 2.28 <i>Sign System</i> UD KS PRO.....	44
Gambar 2.29 Logo UD KS PRO	45
Gambar 2.30 Katalog Shopee UD KS PRO	46
Gambar 2.31 Katalog Instagram UD KS PRO, 2024	47
Gambar 2.32 Banner K3 UD KS PRO	48
Gambar 2.33 Label Stiker Produk UD KS PRO.....	49
Gambar 2.34 Logo Shell Indonesia	51
Gambar 2.35 Feed Instagram Sheel Indonesia	52
Gambar 2.36 Logo JM Motor Samarinda.....	53
Gambar 2.37 Katalog Shopee JM Motor Samarinda.....	54
Gambar 2.38 Katalog Instagram JM Motor Samarinda.....	55
Gambar 2.39 Logo Cycleku.....	57
Gambar 2.40 Katalog Shopee Cycleku.....	58
Gambar 2.41 Feed Instagram Shopee Cycleku.....	59

Gambar 3.1 Pembuatan Produk UD KS PRO.....	74
Gambar 3.2 Bukti Wawancara Pelanggan Pelanggan KS PRO.....	77
Gambar 3.3 Foto Profil Pelanggan UD KS PRO.....	78
Gambar 4. 1 <i>Mind Mapping Keyword</i>	82
Gambar 4. 2 Referensi Logo.....	86
Gambar 4. 3 Diagram kuesioner logo	86
Gambar 4. 4 <i>Color Pallet</i>	87
Gambar 4. 5 Referensi Tipografi UD KS PRO.....	87
Gambar 4. 6 Diagram kuesioner tipografi	88
Gambar 4. 7 Sketsa <i>Key Visual</i>	92
Gambar 4. 8 <i>Brainstorming Key Visual</i>	92
Gambar 4. 9 Alternatif Studi Icon Visual	93
Gambar 4. 10 Sketsa Logo.....	93
Gambar 4. 11 Sketsa Logo.....	94
Gambar 4. 12 Sketsa Logo Digital.....	94
Gambar 4. 13 Alternatif 1 Desain Logo UD KS Pro	95
Gambar 4. 14 Alternatif 2 Desain Logo UD KS Pro	95
Gambar 4. 15 Proses Validasi Desain.....	96
Gambar 4. 16 Desain Logo Final	96
Gambar 4. 17 GSM UD KS PRO	97
Gambar 4. 18 <i>Corporate Identity</i>	97
Gambar 4. 19 <i>Billboard</i> Promosi UD KS PRO	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Omset Tahunan UD KS PRO.....	4
Tabel 2. 1 Analisis Logo UD KS PRO	45
Tabel 2. 2 Analisis Katalog Shopee UD KS PRO	46
Tabel 2. 3 Analisis Katalog Instagram Instagram UD KS PRO	47
Tabel 2. 4 Analisis Banner K3 UD KS PRO	48
Tabel 2. 5 Analisis Label Stiker UD KS PRO	49
Tabel 2. 6 Analisis Logo Shell Indonesia	51
Tabel 2. 7 Analisis Feed Instagram Shell Indonesia.....	52
Tabel 2. 8 Analisis Logo JM Motor Samarinda.....	53
Tabel 2. 9 Analisis Desain Katalog Shopee JM Motor Samarinda	54
Tabel 2. 10 Analisis Desain Katalog Instagram JM Motor Samarinda	55
Tabel 2. 11 Analisis Logo Cycleku	57
Tabel 2. 12 Analisis Desain Katalog Shopee Cycleku	58
Tabel 2. 13 Analisis Feed Instagram Cycleku	59
Tabel 3. 1 Tabel Segmentasi Target Audiens	67
Tabel 3. 2 Tabel Demografi Responden	70
Tabel 3. 3 Tabel Penilaian <i>Brand awareness</i>	70
Tabel 3. 4 Tabel Analisis TWOS MATRIX	75
Tabel 3. 5 Consumer Journey (Weekday: Senin-Jumat)	78
Tabel 3. 6 Consumer Journey (Weekend : Minggu).....	79
Tabel 4. 1 Kegiatan Program Branding UD KS PRO.....	89