

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KONSEP REDESIGN LOGO DAN KONTEN INSTAGRAM HAISIS DALAM MEMBANGUN BRAND IDENTITY MEMAKAI METODE VISUAL THINKING

Diajukan sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh

BERYL DESTALIA RESTUBUMI

19033029

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN PENERBITAN

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2022


LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konsep Redesign Logo dan Konten Instagram
HaiSis dalam Membangun Brand Identity Memakai Metode
Visual Thinking
Penulis : Beryl Destalia Restubumi
NIM : 19033029
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Jumat tanggal 22 Juli
2022.

Disahkan oleh:

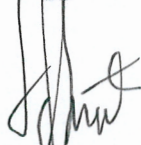
Ketua Penguji,



Suratni, S.S., M.Hum

NIP. 198310242009122002

Anggota 1



Drs. Sudrajat., M.M

NIP. 196012221982031003

Anggota 2

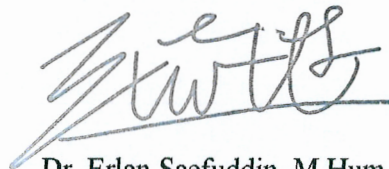


Zaenab, SS., M.Si

NIP.199211132019032025

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konsep Redesign Logo dan Konten Instagram HaiSis dalam Membangun Brand Identity Memakai Metode Visual Thinking

Penulis : Beryl Destalia Restubumi

NIM : 19033029

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 07 Juli 2022

Pembimbing I



Zaenab, SS., M.Si

NIP.199211132019032025

Pembimbing II



Daniel Nugraha, S.Ds, M.Sn

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si

NIP.199211132019032025

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Beryl Destalia Restubumi
NIM : 19033029
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2019

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul “Perancangan Konsep Redesign Logo dan Konten Instagram HaiSis dalam Membangun Brand Identity Memakai Metode Visual Thinking” adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, Saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Jakarta, 07 Juli 2022

Yang menyatakan,

A 10,000 Indonesian Rupiah banknote is shown with a signature written over it. The signature is in black ink and appears to be 'Beryl Destalia Restubumi'. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '10000', and '28203AJ 802221898'.

Beryl Destalia Restubumi

NIM. 19033029

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai *civitas academica* Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Beryl Destalia Restubumi
NIM : 19033029
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2019

Demi pengemban ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*NonexclusiveRoyalty-FreeRight*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Perancangan Konsep Redesign Logo dan Konten Instagram HaiSis dalam Membangun Brand Identity Memakai Metode Visual Thinking” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 07 Juli 2022

Yang menyatakan,



Beryl Destalia Restubumi

NIM. 19033029

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konsep Redesign Logo dan Konten Instagram HaiSis dalam Membangun Brand Identity Memakai Metode Visual Thinking
Penulis : Beryl Destalia Restubumi
NIM : 19033029
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Pembimbing 1 : Zaenab, SS., M.Si
Pembimbing 2 : Daniel Nugraha, S.Ds, M.Sn

Nowadays, many people use social media such as Instagram to view news portals such as HaiSis. Therefore, it is necessary to use attractive visuals and illustrations to clarify the meaning of all the information conveyed and attract the audience's reading interest. By implementing a redesign using the visual thinking method on Instagram content, HaiSis is expected to have a brand identity that can differentiate it from other news portal competitors. The redesign of an Instagram content aims to make the design look more modern and can create its own brand identity, namely the uniqueness of a concept to position itself to outperform other competitors. Both of these can be supported by the visual thinking method, which is a method that can convey complex ideas in a simple way in visual or graphic form. The use of moodboards and wireframes can produce a depiction of the harmony of an Instagram content design concept in conveying to the audience.

Keyword : Visual Thinking, Redesign, HaiSis, Instagram, Brand Identity

Saat ini banyak orang yang menggunakan media sosial seperti Instagram untuk melihat portal berita seperti HaiSis. Maka dari itu diperlukan penggunaan visual dan ilustrasi yang menarik untuk memperjelas makna dari segala informasi yang disampaikan dan menarik minat baca audiens. Dengan mengimplementasikan *redesign* dengan menggunakan metode *visual thinking* pada konten Instagram HaiSis diharapkan dapat memiliki identitas *brand* yang dapat membedakan dari kompetitor portal berita lainnya. Perancangan atau perubahan *design* dari suatu konten Instagram bertujuan untuk membuat *design* tampak lebih moderen dan dapat membuat identitas *brand* itu sendiri, yaitu keunikan suatu konsep untuk memposisikan diri dalam mengungguli kompetitor lainnya. Kedua hal tersebut dapat ditunjang dengan metode *visual thinking*, yaitu sebuah metode yang dapat menyampaikan ide-ide kompleks dengan cara yang sederhana dalam bentuk visual atau grafis. Penggunaan metode *visual thinking* dalam proses *redesign* dapat memudahkan *brand identity* agar mendapatkan *brand loyalty* karena lebih mudah dikenali audiens dan dapat bersaing dengan kompetitor yang bergerak pada bidang yang sama.

Kata kunci : Visual Thinking, Redesign, HaiSis, Instagram, Identitas Brand

PRAKATA

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan dan kemampuan untuk menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Perancangan Konsep Redesign Logo dan Konten Instagram HaiSis dalam Membangun Brand Identity Memakai Metode Visual Thinking” dengan baik. Tujuan penelitian dan penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan mahasiswa/i agar dapat menyelesaikan pendidikan Diploma III Program Studi Periklanan Jurusan Penerbitan di Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Penulisan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang tua dan orang-orang terdekat yang berada di sekitar Penulis. Untuk itu, pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam Penulisan laporan ini.

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, SS., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan dan Pembimbing 1.
6. Daniel Nugraha, S.Ds, M.Sn, Pembimbing 2.
7. Para dosen, staf Jurusan Penerbitan dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan dan juga memberikan layanan administrasi kepada Penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.
8. Kepada seluruh tim SevenAds Indonesia yang telah membantu penulis untuk menghasilkan karya dan menjadi tempat penulis melakukan praktik industri, yaitu Koh Albert, Mba Lia, Kak Aji, Kak Sisca, Kak Agnez, Kak Adit, Kak Kenny, dll.
9. Orang tua, nenek, om, tante dan saudara penulis yang telah sabar untuk memberikan semangat untuk bisa lulus secepatnya.

10. Rekan - rekan angkatan Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun terakhir.
11. Sahabat penulis yang juga memberikan masukan, kritik dan saran serta membantu dalam menyelesaikan tugas akhir, yaitu Himawan Gusnandar, Farras Ahmad Sidik dan yang lainnya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun pada tugas akhir ini.

Demikian tugas akhir ini disusun oleh penulis, dengan harapan dapat memberikan manfaat untuk penulis dan pembaca.

Jakarta, 12 Juli 2022

Penulis



Beryl Destalia Restubumi

NIM: 19033029

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penulisan.....	7
F. Manfaat Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Informasi.....	9
1. Definisi Informasi.....	9
2. Kebutuhan Informasi.....	9
3. Ciri - ciri Informasi.....	9
4. Sumber Informasi.....	10
B. Media Komunikasi.....	10
1. Pengertian Media Komunikasi.....	10
C. Media Massa.....	10
1. Pengertian Media Massa.....	11
D. Media Baru.....	11
1. Pengertian Media Baru.....	11
2. Ciri – ciri Media Baru.....	11
3. Media Sosial.....	11
4. Kategori Media Sosial.....	12
E. Instagram.....	12
1. Pengertian Instagram.....	12
F. Brand Identity.....	12
1. Pengertian Brand Identity.....	12
2. Sumber Brand Identity.....	12
3. Prisma Brand Identity.....	13
4. Manfaat Brand Identity.....	14
G. Visual Thinking.....	14
1. Definisi Visual Thinking.....	14

H. <i>Graphic Design</i>	14
1. Definisi <i>Graphic Design</i>	14
2. Pembagian <i>Graphic Design</i>	15
I. Logo.....	15
1. Pengertian Logo.....	15
2. Jenis Bentuk Logo.....	15
3. Fungsi dan Tujuan Logo.....	15
J. Redesign.....	16
1. Pengertian <i>Redesign</i>	16
2. Tujuan <i>Redesign</i>	16
3. Tahapan <i>Redesign</i>	16
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	17
A. Data Perusahaan.....	17
1. Sejarah Perusahaan.....	17
a. BRI.....	17
b. D2.....	18
c. Tupepe.....	19
d. Oxigen.....	20
2. Lokasi dan Alamat Perusahaan.....	20
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	21
4. Identitas Perusahaan.....	21
5. Struktur Organisasi Perusahaan.....	22
a. CEO/Founder.....	22
b. Co-Founder.....	22
c. Influencer Manager.....	22
d. KOL Specialist.....	22
e. Account Executive.....	23
f. Marketing Executive.....	23
g. Bussiness Developer.....	23
h. Social Media Manager.....	23
i. Social Media Specialist.....	24
j. Content Writer.....	24
k. Digital Marketing Executive.....	24
l. Art Director.....	24
m. Graphic Designer.....	25
n. HR & Financial Manager.....	25
o. General Admin.....	25
B. Teknik Pengumpulan Data.....	26
a. Observasi.....	26
b. Studi Pustaka.....	27
c. Wawancara.....	28
d. Analisa Kuntitatif.....	29
C. Ruang Lingkup.....	29
a. Peran Penulis.....	30
b. Kategori Karya.....	30
c. Ide Kreatif.....	31

D. Langkah Kerja.....	31
1. Praproduksi.....	31
2. Produksi.....	33
3. Pascaproduksi.....	34
BAB IV PEMBAHASAN.....	36
A. Gambaran Umum Pekerjaan.....	36
B. Analisis Penulis.....	39
C. Portofolio.....	53
D. Komparasi Pekerjaan <i>Graphic Designer</i> pada SevenAds Indonesia.....	61
BAB V PENUTUP.....	64
A. Simpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
DAFTAR LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Segmentase HaiSis	39
Tabel 2 Hasil riset analisis kuesioner design logo dan konten HaiSis	45
Tabel 3 Alur Pra-produksi.....	45
Tabel 4 Alur Tahap Produksi	50
Tabel 5 Pasca Produksi/Evaluasi.....	51
Tabel 6 Perbandingan Logo HaiSis sebelum dan sesudah diredesign	60
Tabel 7 komparasi peran Graphic Designer menurut peta okupasi bidang komunikasi tahun 2018.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Statistik data Jumlah Pengguna Media Sosial di Dunia tahun 2016 – 2021	2
Gambar 2 Statistik data Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia tahun 2015 – 2022.....	3
Gambar 3 Perubahan logo Pepsi setelah redesign dari tahun 1898 - Saat ini	4
Gambar 4 Profil IG HaiSis sebelum redesign	6
Gambar 5 Prisma Brand Identity.....	13
Gambar 6 Logo BRI dan LinkedIn BRI.....	18
Gambar 7 Logo D2 Bakery dan Profil Instagram D2 Bakery	18
Gambar 8 Logo Tupepe Foot Cream dan Profil Instagram Tupepe Foot Cream.....	19
Gambar 9 Logo Oxigen Bags dan Profil Instagram Oxigen Bags	19
Gambar 10 Logo SevenAds	20
Gambar 11 Struktur Organisasi SevenAds Indonesia	21
Gambar 12 Contoh design visual HaiSis sebelum di redesign.....	31
Gambar 13 Alur Kerja SevenAds Indonesia	32
Gambar 14 Logo SevenAds Indonesia.....	36
Gambar 15 Logo HaiSis	37
Gambar 16 Tampilan Google Slides	46
Gambar 17 Tampilan Profil Instagram HaiSis sebelum di redesign	47
Gambar 18 Mindmapping Visual Guidelines untuk konten yang ingin di redesign	47
Gambar 19 Wireframe Visual Guidelines untuk konten yang ingin di-redesign.....	48
Gambar 20 Tampilan iStock	49
Gambar 21 Tampilan Adobe Illustrator	50
Gambar 22 Tampilan Design Revisi	52
Gambar 23 Tampilan Final Artwork.....	52
Gambar 24 Unggah Hasil Design Pada Google Drive.....	53
Gambar 25 Moodboard Redesign HaiSis.....	57
Gambar 26 Brand Voice HaiSis	57
Gambar 27 Font Spicy Rice Regular.....	59
Gambar 28 Font Glacial Indifference.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Uji Proposal TA.....	74
Lampiran 2 Audio percakapan wawancara sejarah HaiSis	75
Lampiran 3 Bukti Wawancara dengan Brand Manager HaiSis	75
Lampiran 4 Transkrip percakapan penulis dan narasumber.....	76
Lampiran 5 Content Plan HaiSis	77
Lampiran 6 Content Guide HaiSis	77
Lampiran 7 Hasil Akhir Unggahan Google Drive	77
Lampiran 8 Tampilan Adobe Illustrator.....	77
Lampiran 9 Moodboard Redesign HaiSis	77
Lampiran 10 Mindmapping.....	77
Lampiran 11 Opening kuesioner	78
Lampiran 12 Jumlah Partisipan Kuesioner	78
Lampiran 13 Pamflet kuesioner HaiSis.....	78
Lampiran 14 Hasil analisis riset kuesioner HaiSis.....	78
Lampiran 15 Kontrak Magang	83
Lampiran 16 Tim Kreatif SevenAds Indonesia.....	84
Lampiran 17 Semua divisi SevenAds Indonesia.....	84
Lampiran 18 Suasana bekerja di SevenAds Indonesia.....	84
Lampiran 19 Bimbingan kedua dengan dosen pembimbing 2.....	85
Lampiran 20 Bimbingan pertama dengan dosen pembimbing 2.....	85
Lampiran 21 Bimbingan kelima dengan dosen pembimbing 2.....	85
Lampiran 22 Bimbingan keempat dengan dosen pembimbing 2.....	85
Lampiran 23 Bimbingan ketiga dengan dosen pembimbing 2.....	85
Lampiran 26 Bimbingan kedelapan dengan dosen pembimbing 2	85
Lampiran 24 Bimbingan ketujuh dengan dosen pembimbing 2	85
Lampiran 25 Bimbingan keenam dengan dosen pembimbing 2.....	85