

**REDESIGN LOGO CAFE D'ARAZ DI SUMEDANG**

**SKRIPSI**

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan  
Bidang Ilmu Seni Rupa



oleh  
Lendi Rohimat  
NIM 1506308

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN SENI RUPA  
FAKULTAS PENDIDIKAN SENI DAN DESAIN  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2019**

**REDESIGN LOGO CAFE D'ARAZ DI SUMEDANG**

oleh  
Lendi Rohimat

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Pendidikan pada Departemen Pendidikan Seni Rupa  
Fakultas Pendidikan Seni dan Desain

©Lendi Rohimat  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Agustus 2019

Hak Cipta dilindungi undang-undang  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak  
berulang-ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari peneliti

**LEMBAR PENGESAHAN**

**LENDI ROHIMAT**

**NIM 1506308**

**REDESIGN LOGO CAFE D'ARAZ DI SUMEDANG**

**DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH:**

**Pembimbing I**




**Dr. Nanang Ganda Prawira, M.Sn.  
NIP 19620207 198703 1 002**

**Pembimbing II**



**Drs. Yadi Rukmayadi, M.Pd  
NIP 19610401 199403 1 001**

**Mengetahui,  
Ketua Departemen Pendidikan Seni Rupa  
Fakultas Pendidikan Seni dan Desain**



**Dr. Taswadi, M.Sn.  
NIP 19651111 994121 1 001**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**REDESIGN LOGO CAFE D'ARAZ DI SUMEDANG**

**DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH:**

**Penguji I**



**Hj. Dewi M.Sya Bani, M.Ds.  
NIP 197807222 200501 2 002**

**Penguji II**



**Ardiyanto, M.Sn.  
NIP 19690706 200812 1 002**

**Penguji III**



**Zakiah Pawitan, S.Ds., M.Ds.  
NIP 19830505 200501 2 001**

**Mengetahui,  
Ketua Departemen Pendidikan Seni Rupa  
Fakultas Pendidikan Seni dan Desain**



**Dr. Taswadi, M.Sn.  
NIP 19651111 994121 1 001**

## ABSTRAK

**Lendi Rohimat 1506308 (2019). *Redesign Logo Cafe D’Araz di Sumedang, Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Pendidikan Seni dan Desain, Universitas Pendidikan Indonesia.***

Karya *redesign* logo diterapkan pada cafe D’Araz yang berada di Sumedang, berdiri sejak tahun 2015 hingga sekarang. Cafe D’Araz merupakan bidang usaha kuliner yang berkembang namun belum didukung oleh desain logo yang baik. Oleh karena itu, penciptaan karya ini difokuskan untuk merancang ulang logo tersebut. Metode dalam penciptaan melalui proses ide berkarya, kontemplasi, dan pengolahan ide. Proses berkarya mulai dari membuat sketsa, persiapan alat dan bahan, tahap perancangan logo, penyuntingan logo, tahap pencetakan, dan tahap penyelesaian. Penulis ingin merancang ulang logo Cafe D’Araz agar sesuai dengan tujuan dan latar belakang dari cafe itu sendiri. Kelemahan desain sebelumnya yaitu dinilai kurang memiliki identitas yang baik. Pada suatu titik, suatu logo atau identitas visual akan mengalami suatu perubahan. Hal ini ditunjang dengan perubahan nilai-nilai pelanggan dan kebutuhannya untuk tetap kekinian. Oleh karena itu, penting untuk melakukan *redesign* yang berdasarkan pada tujuan dan latar belakang cafe. Dari proses *redesign* cafe, dihasilkan logo baru yang mampu menggambarkan identitas cafe yang kemudian diaplikasikan pada seragam, *distribution car*, menu cafe, *neon box*, *stationary set*, *packaging*, dan *merchandise*. Dari proses perancangan logo yang telah dilakukan, diharapkan mampu untuk memperkuat identitas dari cafe tersebut.

Kata kunci: *branding*, identitas visual, logo, *rebranding*, *redesign* logo

## **ABSTRACT**

**Lendi Rohimat 1506308 (2019). Logo Redesign Cafe D'Araz di Sumedang, Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Pendidikan Seni dan Desain, Universitas Pendidikan Indonesia.**

*This logo redesign work was applied to Cafe D'Araz in Sumedang, established in 2015 until now. Cafe D'Araz is a growing culinary business but not yet supported by a good logo design. Therefore, the creation of this work is focused on redesigning the logo. The method in creation through the process of ideas of work, contemplation, and idea processing. The work process starts from sketching, preparation of tools and materials, the logo design stage, logo editing, the printing stage, and the finishing stage. The author wanted to redesign the Cafe D'Araz logo to fit the purpose and background of the cafe itself. The weakness of the previous design is that it is considered to lack good identity. At some point, a logo or visual identity will experience a change. This is supported by changes in customer values and the need to stay current. Therefore, it is important to redesign based on the purpose and background of the cafe. From the cafe redesign process, a new logo is produced that can describe the identity of the cafe which is then applied to uniforms, distribution car, cafe menus, neon boxes, stationary sets, packaging, and merchandise. From the logo design process that has been carried out, it is expected to be able to strengthen the identity of the cafe.*

*Keywords: branding, visual identity, logo, rebranding, logo redesign*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</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 I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penciptaan .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Metode Penciptaan .....	5
1. Teknik Pengumpulan Data .....	5
2. Teknik Penciptaan .....	5
F. Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Konsep Dasar Desain .....	7
1. Definisi Desain .....	7
2. Prinsip Desain.....	7
3. Unsur-unsur Desain .....	15
4. Elemen Desain .....	22
5. Cabang-cabang Desain .....	25
B. Desain Komunikasi Visual.....	26
1. Definisi Desain Komunikasi Visual .....	26
2. Fungsi Desain Komunikasi Visual .....	27
3. Tujuan Desain Komunikasi Visual.....	27
C. Konsep Dasar <i>Brand</i> dan <i>Branding</i> .....	28
1. Sejarah <i>Brand</i> .....	28
2. Definisi <i>Brand</i> .....	28
3. Pentingnya <i>Brand</i> .....	29
4. Definisi <i>Branding</i> .....	30
5. Unsur-unsur dalam <i>Brand</i> .....	31
6. Kriteria Pemilihan Unsur <i>Brand</i> .....	33
7. Identitas <i>Brand</i> .....	34
8. <i>Redesign</i> .....	35
D. Konsep Dasar <i>Cafe</i> dan Restoran.....	36
<b>BAB III METODE PENCIPTAAN</b>	
A. Metode Penciptaan .....	37
1. Alur Metode Penciptaan Karya .....	37
2. Proses Penciptaan Karya.....	38

## **BAB IV ANALISIS HASIL KARYA PENCIPTAAN**

A. Pengembangan Konsep .....	52
1. Kujang.....	53
2. Sungai .....	54
3. Padi .....	56
4. Api .....	57
B. Analisis Desain Logo Sebelumnya.....	58
C. Visualisasi Logo .....	59
1. <i>Logogram</i> .....	59
2. <i>Logotype</i> .....	66
3. Logo.....	69
D. Aplikasi Logo pada Media .....	78
1. <i>Dresscode</i> .....	78
2. Menu .....	80
3. <i>Distribution Car</i> .....	81
4. <i>Neon Box</i> .....	82
5. <i>Packaging</i> .....	83
6. <i>Stationary Set</i> .....	84
7. <i>Merchandise</i> .....	88

## **BAB V PENUTUP**

A. Simpulan.....	93
B. Rekomendasi .....	94
1. Bagi Departemen Pendidikan Seni Rupa.....	94
2. Bagi Cafe D'Araz .....	94
3. Bagi Penelitian Selanjutnya.....	94
4. Bagi Desainer.....	94

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>
----------------------	-----------



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber **Buku:**

- Buzan, T. (2005). *Buku Pintar Mind Map*. Diterjemahkan oleh Purwoko, S. Jakarta: Gramedia.
- Darmaprawira, S. (2002). *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya. Edisi Ke-2*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Hendriyana, H. (2018). *Metodologi Penelitian Penciptaan Karya*. Bandung: Penerbit Sunan Ambu Press.
- Irawan, B. & Tamara, P. (2013). *Dasar-dasar Desain*. Jakarta: Griya Kreasi.
- Kania, A. (2013). *Ensiklopedia Mini: Mengenal Dunia Grafika dan Tipografi*. Bandung: CV Angkasa.
- Maharsi, I. (2018). *Ilustrasi*. Yogyakarta: Dwi-Quantum.
- Marsum, W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Rustan, S. (2008). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia.
- Rustan, S. (2011). *Font dan Tipografi*. Jakarta: Gramedia.
- Sachari, A. & Sunarya, Y. (2000). *Sejarah dan Perkembangan Desain dan Dunia Kesenirupaannya*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

### Sumber **Internet:**

- Abdulqodir, A. (2018). *Redesign, Rebranding*. [Online]. Diakses dari <https://sudutsemesta.wordpress.com/2018/03/19/redesign-rebranding/>
- CustomAja. (2017). *Sejarah dan Fungsi Logo*. [Online]. Diakses dari <http://customaja.com/sejarah-dan-fungsi-logo/>
- Maxmanroe. (2019). *Pengertian Observasi: Arti, Tujuan, Ciri-ciri, dan Manfaat Observasi*. [Online]. Diakses dari <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-observasi.html>.
- Surianto, R. (2018). *Logo Pakai Golden Ratio & Grid, Perlukah?* [Online]. Diakses dari <https://www.suriantorustan.com/1468-2/>

### Sumber **Jurnal:**

- Diarta, I.K.S., Lestari, P.W., & Dewi, I.A,P,C. (2016). Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan P.T Hatenn Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 4 (2), 170-187.
- Fauzi, A., Punia, I.N., & Kamajaya, G. (2017). Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe: Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 1 (1), 1-13.
- Hedynata, M.L. & Radianto,W.E.D. (2016).Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 1(1), 87-96.

- Subakti, A.G. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan di Restoran Saung Mirah, Bogor. *Jurnal Analisis Kualitas Pelayanan*, 5 (1), 49-56.
- Sukiyasa, K. & Sukoco. (2013). Pengaruh Media Animasi terhadap Hasil Belajar dan Motivasi Belajar Siswa Materi Sistem Kelistrikan Otomotif. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 3 (1), 126-137.