

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Arandiska Salviandri
NIM : 2018131008
Program Studi : Teknik Informatika
Judul Tugas Akhir : *Rebranding Luckiest Cat* Melalui Perubahan Logo dan Pengaturan Konten Media Sosial

Telah disetujui untuk dipertanggung jawabkan di depan dewan penguji pada Sidang Tugas Akhir pada Program Strata Satu (S1) Sarjana Komputer Program Studi Teknik Informatika Universitas Universal.

Batam, Juli 2022
Pembimbing

Ihsan Verdian, S.Kom., M.Kom., ACA
NIDN. 1022038901

Mengetahui:
Koordinator Program Studi Teknik Informatika

Yonky Pernando, S.Kom., M.Kom.
NIDN. 1013049001

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

***REBRANDING LUCKIEST CAT* MELALUI PERUBAHAN
LOGO DAN PENGATURAN KONTEN MEDIA SOSIAL**

Disusun oleh:
Arandiska Salviandri
2018131008

Pembimbing

Ihsan Verdian S.Kom., M.Kom., ACA
Tanggal: Juli 2022

Batam, Juli 2022
Program Studi Teknik Informatika
Universitas Universal

Koordinator Program Studi

Yonky Pernando, S.Kom., M.Kom.
NIDN. 1013049001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arandiska Salviandri

NIM : 2018131008

Program Studi : Teknik Informatika

Judul TA : *Rebranding Luckiest Cat* Melalui Perubahan Logo dan
Pengaturan Konten Media Sosial

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tugas akhir yang saya tulis ini adalah benar-benar karya saya sendiri, bukan hasil jiplakan (plagiat), belum pernah diterbitkan atau dipublikasikan dimana pun atau dalam bentuk apa pun, serta belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi.

Atas pernyataan ini, saya siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap tugas akhir saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Batam, Juli 2022

Yang membuat pernyataan

Arandiska Salviandri

2018131008

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Permasalahan.....	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 <i>Brand</i>	9
2.1.2 <i>Rebranding</i>	9
2.1.3 Desain.....	12
2.1.4 Logo.....	20
2.1.5 Promosi.....	22
2.1.6 <i>Storyboard</i>	24
2.1.7 <i>Flat Design</i>	24
2.1.8 Konten Postingan	25
2.1.9 Video	25
2.1.10 <i>Adobe Flash</i>	26
2.1.11 <i>Coreldraw</i>	26
2.1.12 <i>Adobe Premiere Pro</i>	27

2.1.13 Media Sosial	28
2.1.13 Instagram	29
2.1.13 <i>Insight</i> Instagram	29
2.1.13 <i>Reels</i> Instagram	32
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
3.1.1 Sejarah Umum Objek Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.2.1 Metode Analisis.....	44
3.2.2 Prosedur Penelitian.....	47
3.3 Jadwal Penelitian.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Perancangan.....	48
4.1.1 <i>Concept</i> (Logo).....	48
4.1.1 <i>Design</i>	49
4.1.3 <i>Obtaining Material</i>	53
4.1.3.1 Warna yang Digunakan	54
4.1.3.2 Font yang Digunakan	55
4.1.4 <i>Assembly</i>	55
4.1.4.1 Proses Digitalisasi Logo	56
4.1.4.2 Proses Digitalisasi Konten Postingan.....	60
4.1.4.3 Desain Postingan Video Promosi	64
4.2 Implementasi Penelitian	69
4.2.1 <i>Testing</i>	69
4.2.2 <i>Distribution</i>	69

4.3 Hasil Penelitian.....	73
BAB V PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	94
DAFTAR LAMPIRAN.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo <i>Burger King</i>	10
Gambar 2.2 Ayam Benu	12
Gambar 2.3 Elemen Garis	13
Gambar 2.4 Elemen Warna	14
Gambar 2.5 Elemen Bentuk	14
Gambar 2.6 Elemen Ruang	15
Gambar 2.7 Elemen Tekstur	16
Gambar 2.8 Elemen Tipografi	16
Gambar 2.9 Elemen Skala dan Ukuran	17
Gambar 2.10 Elemen Kontras	18
Gambar 2.11 Elemen Keseimbangan	19
Gambar 2.12 Elemen Harmoni	19
Gambar 2.13 Logo <i>Nikon</i>	20
Gambar 2.14 Logo <i>Hertz</i>	20
Gambar 2.15 Logo <i>RCTI</i>	21
Gambar 2.16 Logo <i>Coca Cola</i>	21
Gambar 2.17 Logo <i>Shell</i>	21
Gambar 2.18 Logo <i>Mercedes Benz</i>	22
Gambar 2.19 Logo <i>Bakrie Brothers</i>	22
Gambar 2.20 <i>Storyboard</i>	24
Gambar 2.21 <i>Flat Design</i>	25
Gambar 2.22 <i>Adobe Flash</i> sebagai Pendukung <i>Design</i>	26
Gambar 2.23 <i>Coreldraw</i> sebagai Pendukung <i>Design</i>	27

Gambar 2.24 <i>Adobe Premiere Pro</i> sebagai Pendukung Video	27
Gambar 2.25 Instagram sebagai Media Promosi	29
Gambar 2.26 Fitur <i>Account Reached</i>	30
Gambar 2.27 Fitur <i>Account Reached</i> dan <i>Total Followers</i>	31
Gambar 2.28 Ketentuan <i>Insight</i> Fitur Instagram	32
Gambar 2.29 <i>Reels</i> Instagram	32
Gambar 3.1 Metode Multimedia <i>Development Life Cycle</i>	44
Gambar 4.1 Respon Pelanggan Terhadap Logo.....	48
Gambar 4.2 Sketsa Logo yang Disiapkan Penulis	50
Gambar 4.3 Sketsa Logo yang Dipilih <i>Owner Brand</i> sebagai Pertimbangan.....	50
Gambar 4.4 Sketsa Logo <i>Final</i>	51
Gambar 4.5 <i>Storyboard</i> Konten Postingan	52
Gambar 4.6 <i>Storyboard</i> Video Promosi.....	53
Gambar 4.7 Kode Warna yang Digunakan	54
Gambar 4.8 <i>Font</i> Bakso Sapi	55
Gambar 4.9 <i>Pen Tool</i>	56
Gambar 4.10 <i>Artistic Media Tool</i>	57
Gambar 4.11 <i>Pick Tool</i>	57
Gambar 4.12 <i>Ellipse Tool</i>	58
Gambar 4.13 <i>Text Tool</i>	58
Gambar 4.14 Hasil Digitalisasi Logo dalam Beberapa Style.....	59
Gambar 4.15 <i>Final Logo</i>	59
Gambar 4.16 Transformasi Logo berwarna oren	60
Gambar 4.17 Transformasi Logo berwarna coklat	60
Gambar 4.18 <i>Types of Instagram Grid Patterns</i>	61
Gambar 4.19 Hasil Digitalisasi Konten Postingan.....	62

Gambar 4.20 <i>Planning</i> Konten Postingan dalam bentuk <i>Excel</i>	63
Gambar 4.21 <i>Selection Tool</i>	64
Gambar 4.22 <i>Free Transform Tool</i>	64
Gambar 4.23 <i>Text Tool</i>	65
Gambar 4.24 <i>Eyedropper Tool</i>	65
Gambar 4.25 <i>Rectangle Tool</i>	66
Gambar 4.26 <i>Oval Tool</i>	66
Gambar 4.27 <i>Paint Bucket Tool</i>	66
Gambar 4.28 <i>Eraser Tool</i>	67
Gambar 4.29 Proses Pembuatan Video Promosi <i>Adobe Flash</i>	67
Gambar 4.30 Hasil Video Promosi	68
Gambar 4.31 Proses Penggabungan Audio pada Video Promosi	68
Gambar 4.32 Tampilan Logo Sebelum <i>Rebranding</i>	70
Gambar 4.33 Tampilan Logo Sesudah <i>Rebranding</i>	70
Gambar 4.34 Tampilan <i>Highlight</i> Sebelum <i>Rebranding</i>	71
Gambar 4.35 Tampilan <i>Highlight</i> Sesudah <i>Rebranding</i>	71
Gambar 4.36 Tampilan Konten Postingan 9 <i>Grids</i> Sebelum <i>Rebranding</i>	71
Gambar 4.37 Tampilan Konten Postingan 9 <i>Grids</i> Sesudah <i>Rebranding</i>	72
Gambar 4.38 Implementasi Video Promosi di <i>Reels</i> Instagram	72
Gambar 4.39 Warna dan Pola <i>Feeds</i> Tidak Konsisten	78
Gambar 4.40 Postingan Instagram Tidak Konsisten.....	79
Gambar 4.41 <i>Insight Instagram</i> Sebelum Implementasi	80
Gambar 4.42 <i>Insight Instagram</i> Sesudah Implementasi	85

DAFTAR TABEL

3.1 Tabel Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	47
4.1 Tabel Nama Instagram dan Umur Responden Kuisisioner Pertama	75
4.2 Tabel Persentase Kuisisioner Pertama.....	76
4.3 Tabel Nama Instagram dan Umur Responden Kuisisioner Kedua.....	81
4.4 Tabel Persentase Kuisisioner Kedua	84

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan anugerah-Nya sehingga penulis diberikan bimbingan dan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Adapun penulisan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Sarjana Strata 1 Teknik Informatika pada Universitas Universal Batam. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, saran dan dorongan baik secara moril maupun materiil dari awal sampai akhir penyusunan tugas akhir ini kepada :

1. Kedua orang tua dan adik yang tersayang, yang selalu senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan doa untuk penulis.
2. Bapak Ihsan Verdian, S.Kom., M.Kom., ACA., selaku dosen Pembimbing 1 tugas akhir atas bimbingannya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
3. *Bussiness Owner Luckiest Cat*, Metta Natalie serta responden yang telah membantu penulis dalam implementasi tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, besar harapan penulis semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Batam, 13 Juli 2022

Arandiska Salviandri