

**PENGANTAR KARYA
TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN *REBRANDING NATURELINE*
SCENTED CANDLE MELALUI MEDIA
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**



Disusun Guna Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Desain
Program Studi Desain Komunikasi Visual

Disusun oleh :
Elisabeth Natalia Sirait
C0716022

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2020**

PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa pengantar tugas akhir yang berjudul “Perancangan Rebranding Natureline Scented Candle melalui Media Desain Komunikasi Visual” beserta isinya dan seluruh karya desain yang penulis buat adalah benar-benar karya sendiri, dan penulis tidak melakukan penjiplakan baik seluruhnya maupun sebagian, dengan cara-cara yang tidak sesuai etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat akademik.

Atas pernyataan ini, penulis siap menanggung resiko/konsekuensi yang dijatuhkan kepada penulis, apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap keaslian karya ini.

Surakarta, 26 Juni 2020
Penulis,



Elisabeth Natalia Sirait
NIM. C0716022

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul :

**PERANCANGAN *REBRANDING NATURELINE SCENTED CANDLE*
MELALUI MEDIA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

Telah disetujui untuk dipertahan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir (TA)

Pada tanggal 15 Mei 2020

Menyetujui,

Pembimbing I



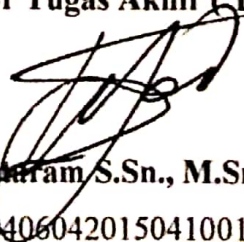
Esty Wulandari, S.Sos., M.Si.
NIP. 197911092008012015

Pembimbing II



Andreas Slamet Widodo, S.Sn., M.Hum.
NIP. 197512012001121002

Koordinator Tugas Akhir (TA)



Sayid Mahram S.Sn., M.Sn.
NIP. 198406042015041001

PENGESAHAN

Proposal Karya Tugas Akhir dengan judul
PERANCANGAN *REBRANDING NATURELINE SCENTED CANDLE*
MELALUI MEDIA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Telah disahkan dan diterima oleh Panitia dalam Sidang Tugas Akhir
Prodi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain
Universitas Sebelas Maret
Pada tanggal : 14 Juli 2020

Tim Penguji :

Ketua Sidang Tugas Akhir

Esty Wulandari, S.Sos., M.Si.

NIP. 197911092008012015

()

Sekretaris Sidang Tugas Akhir

Andreas Slamet Widodo, S.Sn., M.Hum.

NIP. 197512012001121002

()

Penguji I Tugas Akhir

Anugrah Irfan Ismail, S.Sn.

NIP. 198307022008121003

()

Penguji II Tugas Akhir

Sayid Mataram S.Sn., M.Sn.

NIP. 198406042015041001

()

Disahkan :

Dekan

Fakultas Seni Rupa dan Desain



Dr. Rahmann Widayat, M.Sn

NIP. 196212211992011001

Ketua Prodi
Desain Komunikasi Visual



Andreas Slamet Widodo, S.Sn., M.Hum.

NIP. 197512012001121002

MOTTO



*“You Can Never Cross the Ocean Unless
You Have the Courage to Lose Sight of the Shore”*

– Christopher Columbus

PERSEMBAHAN



Karya ini penulis persembahkan kepada :

Tuhan Yang Maha Kuasa, atas kebaikan, berkat dan kasih karunia-Nya.

Orangtua, terimakasih untuk menjadi pribadi yang selalu mendukung dan percaya kepada impian yang saya miliki.

keluarga besar, serta teman-teman yang telah menemani dan memberi dukungan moril maupun materiil dalam proses pembuatannya dari awal hingga akhir.

Dan terakhir kepada diri saya sendiri karena telah berjuang dan tidak menyerah.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat-Nya yang senantiasa diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan mata kuliah tugas akhir dengan judul “Perancangan Rebranding Natureline *Scented Candle* melalui Media Desain Komunikasi Visual” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) dalam Program Sarjana Fakultas Seni rupa dan Desain Jurusan Desain Komunikasi Visual.

Dalam prosesnya banyak rintangan yang penulis alami namun penyusunan penelitian ini dapat selesai dengan lancar karena tidak lepas dari bantuan berbagai pihak baik moral maupun spiritual. Untuk itu saya ucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr.Rahmanu Widayat, Msn, Selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret.
2. Esty Wulandari, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang sudah berkenan meluangkan waktunya demi memberikan pengarahan maupun masukan selama penyusunan tugas akhir ini.
3. Andreas Slamet Widodo, S.Sn., M.Hum. selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, serta sebagai Dosen Pembimbing II yang sudah memberikan bimbingan dan pengarahan.
4. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan S1 DKV Universitas Sebelas Maret yang berjasa dalam membagikan ilmu selama masa perkuliahan.
5. Ibu Arini Khoiriah selaku pemilik UMKM Natureline, yang telah memberikan izin, informasi serta meluangkan waktu dalam prosesnya.
6. Segenap responden yang sudah bersedia membantu dalam pengisian kuesioner.
7. Keluarga terkasih yang selalu mendukung baik secara moril dan materil.
8. Para sahabat dan pihak-pihak lainnya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan karya Tugas Akhir.
9. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang sudah membantu memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa karya tugas akhir ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang desain komunikasi visual.

Surakarta, Juli 2020



Penulis

PERANCANGAN *REBRANDING NATURELINE SCENTED CANDLE* MELALUI MEDIA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Elisabeth Natalia Sirait¹

Esty Wulandari, S.Sos., M.Si.², Andreas Slamet Widodo, S.Sn., M.Hum.³

ABSTRAK

Elisabeth Natalia Sirait 2020. Pengantar tugas ini berjudul “Perancangan *Rebranding Natureline Scented Candle* melalui Media Desain Komunikasi Visual” *Natureline Scented Candle* adalah usaha kecil dan menengah dari pengusaha di Boyolali yang memproduksi lilin dari minyak sawit dengan perpaduan minyak atsiri beraroma variatif yang memiliki aroma lembut dan berbagai khasiat. Namun dengan tujuan baru *Natureline* yang ingin membidik pasar kalangan menengah ke atas membuat *Natureline* harus bersaing dengan kompetitor yang sudah lebih dahulu menguasai pasar sehingga dibutuhkan *rebranding* dan *brand image* yang baru sehingga *Natureline* lebih berkesan dimata target audiens. Metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif deskriptif, lalu ditemukan strategi kreatif berdasarkan kelebihan *Natureline* dengan keinginan konsumen yaitu menjadi eksistensi yang menemani konsumen membangun momen dan ruang untuk diri sendiri dan mengembalikan kekuatan yang dibutuhkan. Perancangan *rebranding* yang dilakukan antara lain *visual branding* dan media pendukung lainnya yaitu kemasan, *stationary*, *merchandise* dan media promosi. Oleh karena itu, dengan adanya perancangan *visual rebranding* ini diharapkan dapat membangun *brand image* yang kuat dan berbeda sehingga dapat bersaing dengan kompetitornya untuk mewujudkan tujuan yang ingin dicapai.

Kata kunci : Rebranding, brand image, *Natureline Scented Candle*, lilin aroma, kompetitor.

¹Mahasiswa Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Sebelas Maret dengan NIM C0716022

²Dosen Pembimbing 1

³Dosen Pembimbing 2

DESIGNING THE REBRANDING OF NATURELINE SCENTED CANDLE THROUGH VISUAL COMMUNICATION MEDIA

Elisabeth Natalia Sirait¹

Esty Wulandari, S.Sos., M.Si.², Andreas Slamet Widodo, S.Sn., M.Hum.³

ABSTRACT

Elisabeth Natalia Sirait 2020. Introduction to this final project entitled "Designing the Rebranding of Natureline Scented Candle through Visual Communication Media" Natureline Scented Candle is a small homemade product from an entrepreneur in Boyolali that manufactures candles from palm oil with a blend of varied essential oil's fragrance that contains a soft diffusion of aroma with various benefits. But with the new goal that Natureline has, which is to target the middle to upper markets. it makes Natureline must compete with the competitors who have dominated the market. because of that, rebranding and building the new image are needed so that Natureline can be more memorable in the eyes of the target audience. The research method used is descriptive qualitative, and creative strategies are based on the power of Natureline with the desire of consumers to be an existence that accompanies consumers to build moments and spaces for themselves and restore the strengths needed. The rebranding design includes visual branding and other supporting media, that is packaging, stationery, merchandise, and promotional media. Therefore, the visual rebranding is expected to be able to build a strong and different brand image so that they can compete with their competitors and achieve their goals

Keywords: Rebranding, brand image, Natureline Scented Candle, scented candles, competitors

¹ Student of Visual Communication Design, Faculty of Arts and Design, Sebelas Maret University with student ID Number C0716022

² First final project guide lecturer

³ Second final project guide lecturer

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Perancangan	3
D. Manfaat Perancangan	3
E. Kerangka Pikir dan Metode Penelitian	4
1. Kerangka Pikir	4
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Perancangan	10
B. <i>Rebranding</i>	11
C. Komunikasi Visual	26
D. Lilin Aroma (<i>Scented candle</i>)	27
BAB III IDENTIFIKASI DATA	30
A. Data Perusahaan	30
B. Data Produk	32
C. Data Pemasaran	40
D. Data Konsumen	41
E. Data Promosi	41
F. Kompetitor	44
G. Metode Riset Konsumen	48
H. Analisis SWOT	62
I. USP (<i>Unique Selling Proposition</i>)	67
J. <i>Positioning</i>	68
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	70
A. Metode Perancangan	70
B. Konsep Kreatif	71
C. Target	74
D. Standar Visual	75
E. Pemilihan Media	84
F. <i>Media Placement</i>	85
G. Prediksi Biaya	88

BAB V VISUALISASI KARYA	90
A. Desain Kemasan (<i>Packaging</i>)	90
B. <i>Stationery</i>	96
C. <i>Merchandise</i>	101
D. Media Promosi	104
BAB VI PENUTUP	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran	110

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Skema Kerangka Pemikiran.....	04
Bagan 2.1 <i>Rebranding in Hierarchy</i>	21
Bagan 2.2 <i>Corporate Rebranding Framework</i>	24
Bagan 3.1 Struktur Organisasi Perusahaan Natureline	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo dan <i>Tagline Brand Natureline</i>	31
Gambar 3.2 Lilin <i>Tealight</i>	36
Gambar 3.3 Lilin kemasan <i>Aluminium Foil</i>	36
Gambar 3.4 Lilin tipe votive.	37
Gambar 3.5 Lilin <i>square wood</i>	37
Gambar 3.6 Lilin kemasan <i>Jar</i>	38
Gambar 3.7 Lilin Pilar	38
Gambar 3.8 kemasan lilin votive	38
Gambar 3.9 <i>Essential Oil Natureline</i>	39
Gambar 3.10 Natureline di <i>Marketplace Tokopedia & Shopee</i>	40
Gambar 3.11 Natureline di Media Sosial.....	42
Gambar 3.12 Tampilan <i>Instagram Natureline</i>	42
Gambar 3.13 <i>Flyer Natureline Scented Candle</i>	43
Gambar 3.14 <i>X banner Natureline Scented Candle</i>	43
Gambar 3.15 Logo Perusahaan Candle Lite.	44
Gambar 3.16 Kemasan Candle Lite.	45
Gambar 3.17 Logo Kencana	46
Gambar 3.18 Desain Kemasan Kencana.....	47
Gambar 3.19 Media Promosi <i>Instagram Kencana Candle</i>	48
Gambar 4.1 Referensi Ilustrasi pada kemasan	83
Gambar 4.2 Referensi Ilustrasi pada kemasan	83

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT.....	66
Tabel 4.1 Prediksi biaya kemasan.....	88
Tabel 4.2 Prediksi biaya <i>stationery</i>	89
Tabel 4.3 Prediksi biaya <i>merchandise</i>	89
Tabel 4.4 Prediksi biaya media promosi.....	89
Tabel 4.5 Prediksi total keseluruhan biaya	89

