

ABSTRAK

PERANCANGAN REBRANDING INDOFISHCLUB

Oleh

William Darmadi

NRP 1164004

Indofishclub adalah salah satu komunitas ikan hias Indonesia yang berpusat di Jakarta. Indofishclub memiliki fungsi penting sebagai wadah komunitas para pecinta ikan hias di Indonesia. Komunitas ini mempertemukan pembudidaya, penjual, pembeli, dan pecinta ikan hias, untuk dapat saling berbagi informasi seputar ikan hias. Dalam mempertahankan komunitasnya, Indofishclub melakukan upaya untuk mengadakan lomba dan *gathering* di berbagai kota di Indonesia.

Meskipun demikian Indofishclub tidak memiliki *brand* yang kuat, dikaji dari teori, observasi, kuisioner, dan hasil wawancara yang telah dilakukan. Promosi Indofishclub juga hanya mengandalkan dari mulut ke mulut, sehingga banyak masyarakat yang masih asing dengan Indofishclub.

Survey dilakukan kepada remaja umur 19 hingga 23 tahun di Bandung. Data juga diperoleh melalui wawancara ahli bidang terkait, Dinas Perikanan Budidaya Non-Konsumsi, pendiri Indofishclub, pemilik toko ikan Laksana Aquarium, dan psikolog.

Rebranding dilakukan berdasarkan hasil penelitian, berupa media utama berupa logo, *website*, dan aplikasi sehingga memiliki tampilan yang sesuai dengan target dan identitas Indofishclub. Media utama didukung media promosi berupa poster, *x-banner*, stiker, kaos, dan iklan *website*.

Kata Kunci : *brand*, komunitas, ikan hias, Indonesia

ABSTRACT

INDOFISHCLUB REBRANDING DESIGN

Submitted by :

William Darmadi

NRP 1164004

Indofishclub is one of Indonesian ornamental fish communities which has its center in Jakarta. Indofishclub has an important function as a forum for a community of ornamental fish lovers in Indonesia. These communities bring together cultivators, sellers, buyers, and ornamental fish lovers to be able to share information about the ornamental fish. In maintaining its community, Indofishclub make efforts to hold competitions and gatherings in various cities in Indonesia.

Nevertheless, Indofishclub does not have a strong brand, studied from theory, observations, questionnaires, and interviews that have been conducted. Indofishclub promotion also relies on word of mouth, so many people are still unfamiliar with Indofishclub.

The survey was conducted to adolescents aged 19 to 23 years in Bandung. Data were also obtained through expert interviews related fields, Department of Aquaculture Non-Consumption, the founder of Indofishclub, the owner of Laksana Aquarium fish shop and psychologists.

The rebranding is based on the results of the research, such as the main media in the form of a logo, website, and applications that have the look that suits the target and Indofishclub identity. Major media campaign supported media such as posters, x-banner, stickers, t-shirts, and advertising website.

Keywords: brand, community, ornamental fish, Indonesia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Brand.....;	5
2.1.1 Logo.....	6
2.2 Promosi.....	7
2.2.1 Definisi Promosi	7
2.2.2 Tujuan Promosi	7

2.2.3 Bauran Promosi	8
2.3 Teori Komunikasi.....	9
2.3.1 Teori Layout.....	9
2.3.2 Teori Warna.....	10
2.3.3 Teori Tipografi.....	12
2.4 Teori Fotografi Makro.....	12
2.5 Teori Ilustrasi.....	13
2.6 Teori Aplikasi Mobile.....	14
2.7 Teori Web Design.....	14
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	15
3.1 Data	15
3.1.1 Dinas Perikanan dan Kelautan Jawa Barat....	15
3.1.2 Indofishclub.....	16
3.1.2.1 <i>Website</i> Indofishclub.....	18
3.1.2.2 Aplikasi Indofishclub.....	19
3.1.3 Data Proyek Sejenis.....	20
3.1.4 Ikan Hias.....	21
3.2 Analisis	23
3.2.1 Wawancara.....	23
3.2.2 Kuisisioner.....	27
3.2.3 Hasil Analisis <i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i> Indofishclub.....	34
3.2.4 Hasil Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i> Indofishclub..	35
3.2.5 Hasil Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i> Ikan Hias.....	35

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi.....	36
4.2 Konsep Kreatif.....	37
4.3 Konsep Media.....	44
4.4 Hasil Karya.....	50
4.4.1 Logo.....	50
4.4.2 <i>Website</i>	54
4.4.3 Aplikasi.....	63
4.4.4 Aktivasi <i>Brand</i>	65
4.4.4.1 <i>Awareness</i>	65
4.4.4.2 <i>Informing</i>	68
4.4.4.3 <i>Reminding</i>	70

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
5.2.1 Saran untuk Universitas Kristen Maranatha.....	72
5.2.2 Saran untuk Pemerintah.....	72
5.2.3 Saran untuk Indofishclub.....	73

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1.....	27
Diagram 3.2.....	28
Diagram 3.3.....	28
Diagram 3.4.....	29
Diagram 3.5.....	29
Diagram 3.6.....	30
Diagram 3.7.....	30
Diagram 3.8.....	31
Diagram 3.9.....	31
Diagram 3.10.....	32
Diagram 3.11.....	32

DAFTAR TABEL

Tabel	4.1.....	48
Tabel	4.2.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan.....	4
Gambar 3.1 Logo Dinas Perikanan dan Kelautan JABAR.....	15
Gambar 3.2 Logo Indofishclub.....	16
Gambar 3.3 Tampilan <i>website</i> Indofishclub.....	18
Gambar 3.4 <i>Website</i> Indofishclub.....	18
Gambar 3.5 Logo Aplikasi Indofishclub.....	19
Gambar 3.6 Tampilan Aplikasi Indofishclub.....	19
Gambar 3.7 O-FISH.....	20
Gambar 4.1 Warna biru pada <i>background website</i>	38
Gambar 4.2 Warna biru pada logo.....	38
Gambar 4.3 Warna biru pada <i>logotype</i>	39
Gambar 4.4 Warna kuning pada logo.....	39
Gambar 4.5 Warna kuning pada <i>background</i>	40
Gambar 4.6 Warna merah pada <i>background</i>	40
Gambar 4.7 Warna merah pada <i>background</i>	41
Gambar 4.8 Myriad.....	41
Gambar 4.9 Tw Cent Mt.....	42
Gambar 4.10 Bebas Neue.....	42
Gambar 4.11 Gaya Desain.....	43
Gambar 4.12 Contoh <i>menu</i>	43
Gambar 4.13 Contoh sketsa logo.....	45
Gambar 4.14 Kuisisioner logo.....	45
Gambar 4.15 Contoh ilustrasi Indofishclub.....	46
Gambar 4.16 Logo Indofishclub.....	51
Gambar 4.17 Logo Indofishclub Horizontal.....	51
Gambar 4.18 Logo <i>BW</i> dan <i>WB</i>	52
Gambar 4.19 Logo <i>Guide</i>	52
Gambar 4.20 Logo <i>Greyscale</i>	52

Gambar 4.21 Logo <i>Clear Space</i>	53
Gambar 4.22 Logo <i>Clear Space Horizontal</i>	53
Gambar 4.23 Logo <i>Background</i>	54
Gambar 4.24 Logo <i>Improper Background</i>	54
Gambar 4.25 Logo <i>Minimum Size</i>	55
Gambar 4.26 Logo <i>Propotional</i>	55
Gambar 4.27 Logo <i>Unacceptable</i>	55
Gambar 4.28 Warna Logo.....	56
Gambar 4.29 Tampilan Utama <i>Website 1</i>	57
Gambar 4.30 Tampilan Utama <i>Website 2</i>	57
Gambar 4.31 Tampilan Utama <i>Website 3</i>	58
Gambar 4.32 Tampilan <i>Main Menu</i>	58
Gambar 4.33 Tampilan <i>About</i>	59
Gambar 4.34 Tampilan <i>Contact</i>	59
Gambar 4.35 Tampilan Bursa Jual Beli.....	60
Gambar 4.36 Tampilan Forum.....	60
Gambar 4.37 Tampilan Jual Beli.....	61
Gambar 4.38 Tampilan <i>Freshwater Fish</i>	61
Gambar 4.39 Tampilan Isi Bursa Jual Beli.....	62
Gambar 4.40 Tampilan Isi Forum.....	62
Gambar 4.41 Tampilan Aplikasi.....	63
Gambar 4.42 Tampilan Aplikasi Forum dan Bursa Jual Beli.....	64
Gambar 4.43 Tampilan Aplikasi Isi.....	64
Gambar 4.44 Tampilan Aplikasi <i>About</i> dan <i>Contact</i>	65
Gambar 4.45 <i>Website Advertisement</i> Indofishclub.....	66
Gambar 4.46 Poster Indofishclub.....	67
Gambar 4.47 <i>X-Banner</i> Indofishclub.....	68
Gambar 4.48 Media Sosial Facebook.....	69
Gambar 4.49 Media Sosial Twitter.....	69

Gambar 4.50 Stiker.....70
Gambar 4.51 Kaos.....70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran.....	79
---------------	----