

# REBRANDING TOM'S COLLECTIONS

## KARYA AKHIR

*Diajukan kepada Universitas Negeri Padang Untuk  
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana (SI)*



Oleh :

**Richard Antigo Hattami**  
**NIM. 17027031**

Dosen Pembimbing :  
San Ahdi, S.Sn, M.Ds

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**JURUSAN SENI RUPA**  
**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**  
**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**  
**2022**

**PERSETUJUAN KARYA AKHIR**

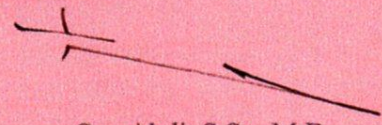
**REBRANDING TOM'S COLLECTIONS**

Nama : Rihard Antigo Hattami  
NIM : 17027031  
Progam Studi : Desain Komunikasi Visual  
Departemen : Seni Rupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 27 Januari 2023

Disetujui dan Disahkan :

Dosen Pembimbing



San Ahdi, S.Sn, M.Ds  
NIP. 19791216.200812.1.004

Mengetahui:

Ketua Departemen Seni Rupa



Drs. Mediagus, M.Pd  
NIP : 19620815.199001.1.001

## HALAMAN PENGESAHAN

**Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di depan Tim Penguji Karya Akhir  
Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Padang**

**Judul** : REBRANDING TOM'S COLLECTIONS  
**Nama** : Ricahard Antigo Hattami  
**NIM/BP** : 17027031 / 2017  
**Program Studi** : Desain Komunikasi Visual  
**Departemen** : Seni Rupa  
**Fakultas** : Bahasa dan Seni

Padang, 27 Januari 2023

**Tim Penguji,**

**Nama/NIP :**

1. Pembimbing : San Ahdi, S.Sn, M.Ds  
NIP. 19791216.200812.1.004
2. Penguji I : Dra. Zubaidah, M.Sn  
NIP. 19570425.198602.2.001
3. Penguji II : Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn  
NIP. 19770401.200812.1.002

**Tanda Tangan**

1.....  
 2.....  
 3.....

**Mengetahui,**

**Ketua Departemen Seni rupa**



**Drs. Mediagus, M.Pd**

**NIP. 19620815.199001.1.001**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, \*Kripsi/Karya Akhir dengan judul  
Rebranding Kom's Collection

Adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah di tulis atau di publikasikan orang lain, kecuali di kutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 27 Januari 2023

Saya yang menyatakan,



Richard Antigo Hattami

NIM. 17027031

## **REBRANDING**

### **TOM'S COLLECTIONS**

Richard Antigo Hattami

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Universitas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang

Email : richardantigo10@gmail.com

### **ABSTRAK**

Tom's Collections adalah sebuah *brand* lokal yang memproduksi berbagai macam produk *fashion* terutama sepatu semuanya berbahan baku dari kulit sapi asli, Tom's Collections sudah memiliki *brand image* namun belum memiliki identitas sepenuhnya mewakili *brand*, dan Tom's Collections belum memiliki *tagline* yang berfungsi sebagai *diferensiasi*, memperkuat *Personality*, dan peningkat *awareness* terhadap *brand*. Oleh karena itu, sangat diperlukan Rebranding Tom' Collections yang bertujuan menghasilkan *brand image* yang mewakili karakter dan *personality*, penerapan *tagline* untuk memperjelas diferensiasi dengan produk sejenis, dan program branding yang disusun berdasarkan brand personality.

Perancangan *Rebranding* Tom's Collections menggunakan metode perancangan *Glass Book* merupakan metode berpikir rasional yang secara obyektif dan sistematis menelaah sesuatu hal secara logis dan terbebas dari pikiran dan pertimbangan yang tidak rasional. Perancangan menggunakan metode *Glass Box* memiliki tahapan perancangan yaitu persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi. Metode analisis yang digunakan adalah metode SWOT guna meminimalkan segi negatif yang menghambat dalam proses perancangan.

Brand image dan Tagline merupakan hasil akhir perancangan, media utama yang dipakai dalam perancangan ini yaitu manual book. Manual Book digunakan agar menjadi panduan dalam menggunakan brand image Tom's Collections dan dilengkapi oleh media pendukung seperti poster, intagram, stiker, hang tag, kartu ucapan terimakasih, paper bag, dan kemasan.

**Kata Kunci : Rebranding Tom's Collections**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang membuat penulis dapat menyelesaikan Laporan Karya Akhir ini yang berjudul: “Rebranding Tom’s Collections”. Laporan karya akhir ini disajikan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Program Studi Desain Komunikasi Visual Strata Satu (S1) Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.

Banyak hambatan yang menimbulkan kesulitan dalam penyelesaian tugas akhir ini, namun berkat bantuan dan dorongan serta petunjuk dari berbagai pihak sehingga kegiatan penelitian dan penulisan tugas akhir ini dapat terwujud. Dengan demikian penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Mediagus, M.Pd selaku ketua jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang .
2. Ibu Dini Faisal ,M.Ds. selaku ketua prodi Desain Komunikasi Visual.
3. Ibu Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn. selaku sekretaris jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
4. Bapak San Ahdi, S.Sn, M.Ds. selaku dosen pembimbing karya akhir yang telah membimbing penulis dengan sabar dan maksimal, begitu banyak memberikan bantuan, dorongan dan motivasi sehingga terlaksananya penulisan Tugas Akhir ini.
5. Ibu Dra. Zubaidah, M.Sn. selaku dosen penguji I yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.

6. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing akademis dan selaku penguji II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.

Dan tidak lupa pula ucapan terima kasih kepada seluruh rekan-rekan Jurusan Seni Rupa yang telah membantu penulis dalam pembuatan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini mungkin masih ada kelemahan dan kekurangannya. Oleh karena itu, segala kritik dan saran untuk kesempurnaan tugas akhir ini sangat penulis harapkan, semoga penulisan tugas akhir ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan dunia pendidikan khususnya.

Atas segala bantuan dan dorongan dari berbagai pihak penulis mendoakan semoga Allah S.W.T memberikan imbalan yang setimpal, Amin.

Padang, 03 Juli 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Orisinalitas.....	4
F. Tujuan Perancangan.....	5
G. Manfaat.....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
A. Kajian Praksis.....	6
B. Kajian Teoritis.....	11
C. Karya Relevan.....	24
D. Kerangka Konseptual.....	26
<b>BAB III METODE PERANCANGAN.....</b>	<b>27</b>
A. Metode Perancangan.....	27
B. Proses Pengumpulan Data.....	30
C. Metode Analisis Data.....	31
D. Pendekatan Kreatif.....	33
E. Media Utama dan Pendukung.....	35
<b>BAB IV PERANCANGAN VISUAL.....</b>	<b>38</b>
A. Pembahasan.....	38
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69
<b>Daftar Rujukan .....</b>	<b>70</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Toko Tom's Collections.....	7
Gambar 2. Tempat Produksi Tom's Collections.....	8
Gambar 3. Bagian Dalam Toko Tom's Collections.....	8
Gambar 4. Logo Tom's Collections.....	9
Gambar 5. Akun Instagram Tom's Collections .....	9
Gambar 6. Postingan Instagram om's Collections.....	10
Gambar 7. Postingan Instagram om's Collections.....	10
Gambar 8. Postingan Instagram om's Collections.....	11
Gambar 9. Piramida Brand.....	15
Gambar 10. Logo Buccheri.....	24
Gambar 11. Mind Mapping Tom's Collections .....	42
Gambar 12. Sapi Dan tanduknya .....	43
Gambar 13. Huruf T.....	44
Gambar 14. Alternatif Tipografi .....	45
Gambar 15. Alternatif Warna.....	46
Gambar 16. Alternatif Logo.....	47
Gambar 17. Alternatif Warna Logo .....	48
Gambar 18. Alternatif Tipografi Logotype.....	48
Gambar 19. Alternatif Layout Logo.....	49
Gambar 20. Alternatif Layout Komprehensif Logo.....	50
Gambar 21. Final Logo .....	51

Gambar 22. Deskripsi Logo Tom’s Collections .....	51
Gambar 23. Logo Hitam dan Putih .....	52
Gambar 24. Skala Logo.....	53
Gambar 25. Alternatif Media Utama .....	54
Gambar 26 .Final Desain Media Utama .....	56
Gambar 27. Alternatif Poster .....	57
Gambar 28. Final Desain Poster.....	57
Gambar 29. Alternatif Instagram .....	59
Gambar 30. Final Desain Instagram.....	59
Gambar 31. Stiker .....	60
Gambar 32. Final Desain Stiker .....	61
Gambar 33. Alternatif Hang Tag .....	62
Gambar 34. Final Desain Hang Tag.....	62
Gambar 35. Alternatif Paper Bag.....	63
Gambar 36. Final Desain Paper Bag .....	64
Gambar 37. Alternatif Kartu Ucapan Terimakasih .....	65
Gambar 38. Final Desain Kartu Ucapan terimakasih.....	65
Gambar 39. Alternatif Kemasan .....	66
Gambar 40. Final Desain kemasan.....	67

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang ini merupakan era digital dimana semuanya menjadi serba instan, dapat kita lihat beberapa perusahaan yang dapat mengoptimalkan perkembangan teknologi akan cepat berkembang, dengan mengamati setiap perkembangan yang terjadi, kreatif dan efektif dalam mengambil suatu tindakan akan lebih diuntungkan.

Sehingga perusahaan yang dapat mengoptimalkan itu semua berhasil dalam melakukan proses *branding* yang mampu menciptakan citra yang bagus kepada konsumen dan berhasil menciptakan *brand awareness*, meningkatkan *value brand* sehingga setiap produk yang dihasilkan akan memiliki *value* yang lebih dan tentunya akan meningkatkan *profit* perusahaan.

*Branding* merupakan kegiatan untuk menciptakan suatu identitas pada produk maupun perusahaan yang bertujuan sebagai pembeda antara perusahaan atau produk yang dipromosikan (Handina, 2018: 2). *Branding* merupakan sebuah studi untuk membangun atas kesadaran *brand* dan mengembangkan loyalitas pelanggan. Membentuk *brand* produk dapat di identifikasikan melalui meningkatnya pada nilai tambah fungsional inti dari produk untuk memebentuk keunikan suatu produk dengan pesaingnya (Listya , 2018: 57).

*Rebranding* adalah suatu upaya atau usaha yang dilakukan oleh lembaga untuk mengubah total atau memperbaharui sebuah *brand* yang telah

ada agar menjadi lebih baik, dengan tidak mengabaikan tujuan awal perusahaan yaitu berorientasi pada *profit*.

Tom's Collections adalah sebuah *brand* lokal yang memproduksi berbagai macam produk *fashion*, Tom's Collections menyediakan berbagai macam produk seperti sepatu, sandal, tas, dan dompet yang semuanya berbahan baku dari kulit sapi asli, Tom's Collections berdiri pada tahun 1996. Pemilik sekaligus pengelolanya adalah Syarifudi dan anaknya Tomi.

Tom's Collections memasarkan produknya sendiri baik secara *online* maupun secara langsung berjualan di toko Tom's Collections sudah memiliki pasar yang cukup luas terutama pada pasar *online*, produk Tom's Collections bahkan sudah masuk ke pasar online di Malaysia yaitu Shoope Malaysia,

Brand image (logo) merupakan suatu hal penting yang harus di perhitungkan oleh sebuah perusahaan dikarenakan logo merupakan sebuah identitas yang menjadi pembeda dengan perusahaan lain dan juga digunakan untuk membangun kepercayaan kepada *brand*, selain itu logo juga mencerminkan visi misi dan budaya dari perusahaan.

Tom's Collections sudah memiliki *brand image* (logo) namun berdasarkan wawancara dengan *owner* dari Tom's Collections *brand image* (logo) yang digunakan ini belum memiliki identitas sepenuhnya mewakili *brand* Tom's Collections dikarenakan *brand image* dibuat tanpa adanya perancangan yang jelas dan sekedar memberi logo saja, dan juga belum memiliki *tagline* yang dapat meningkatkan awareness dari brand Tom's Collections sendiri, oleh karena itu permasalahan ini merupakan permasalahan

yang merugikan *brand* karena *brand image* yang digunakan tidak mewakili karakter dan personality brand Tom's Collections sehingga logo tidak berfungsi dengan baik seperti fungsi logo sebenarnya.

Selain logo sebuah brand biasanya menggunakan tagline untuk meningkatkan awareness dari tidak tahu menjadi tahu dan yang dari tahu menjadi ingat, Tom's Collections belum memiliki tagline yang berfungsi sebagai pembanding dengan kompetitor, memperkuat Personality brand, dan peningkat awareness terhadap brand, oleh karena itu penerapan tagline juga penting untuk sebuah brand, banyak *brand* lain di luar sana yang mungkin memiliki produk yang tidak jauh berbeda akan tetapi mereka memiliki identitas yang jelas dapat membedakan produk mereka dengan orang lain.

Tom's Collections membutuhkan Logo baru dan Tagline yang mewakili karakter dan personality dari *brand* Tom's Collections sendiri dan dapat menanamkan *mindset* kepada para konsumen bahwa ini merupakan *brand* dari Tom's Collections, dan ini akan dapat meningkatkan *value brand* dan jika *value brand* sudah meningkat maka *profit* bisa lebih meningkat.

Melihat permasalahan yang terjadi, Rebranding yang akan dilakukan yaitu merevisi identitas visual dan penyusunan ulang program branding. Adapun rencana ke depan yang akan dilakukan oleh Tom's Collections untuk memperjelas brand image yang mewakili karakter dan personality Tom's Collections, penerapan tagline untuk memperjelas diferensiasi Tom's Collections dengan produk sejenis, dan program branding yang disusun berdasarkan brand personality.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diutarakan di atas ditemukan beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. *Brand image* yang ada kurang mewakili karakter dan personality dari Tom's Collections.
2. Tidak jelasnya diferensiasi Tom's Collections dengan produk sejenis.
3. Belum adanya program branding yang disusun berdasarkan brand personality.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan dari hasil penjabaran dalam identifikasi masalah yang dikemukakan di atas, maka penulis membatasi masalah dengan merancang brand image, penerapan tagline untuk memperjelas karakter, personality, dan diferensiasi produk, dan melakukan branding yang disusun berdasarkan brand personality.

## **D. Rumusan Masalah**

“Bagaimana merancang *brand image*, dan *Tagline* Tom's Collections yang memiliki dan mewakili karakter dan identitas dari Tom's Collections agar target *audience* dapat merasakan personalitas dari produk.

## **E. Orisinalitas**

Keaslian sebuah rancangan sangat diperlukan untuk membedakan dengan kompetitor. Oleh karena itu keaslian perancangan identitas sebuah *brand* harus memiliki ide, gagasan, dan gaya sendiri yang mencerminkan katakter dan visi suatu perusahaa it iri.

Tugas akhir ini adalah suatu rancangan yang sangat orisinal, karena dalam penggarapan karya ini perancang menggarap berdasarkan konsep dan hasil penelitian dan kajian literatur yang berhubungan. Keaslian suatu karya dapat dilihat dari ide dan gagasan, serta gaya yang murni dari perancang itu sendiri.

#### **F. Tujuan Perancangan**

Menghasilkan *brand image* yang lebih mewakili karakter dan personality, menerapkan tagline untuk memperjelas diferensiasi dengan produk sejenis, dan program branding yang disusun berdasarkan brand personality.

#### **G. Manfaat**

Hasil dari tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. Adapun manfaat dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi owner adalah dengan adanya Rebranding ini dapat membantu owner agar memperjelas karakter dan personality pada brand sehingga masyarakat lebih mengenal *brandnya*, dan diharapkan meningkatkan *brand awareness*, dan penjualan produk.
2. Manfaat bagi masyarakat yaitu, dapat memberikan informasi yang lebih jelas pada masyarakat mengenai apa itu Tom's Collections, dan apa saja produk yang ditawarkan.