

**“PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI
JOYHOUSE KEDAI DAN ART SPACE BEKASI”**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

ADHITYA ANDINOV

11171064

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
STRATA 1
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
YOGYAKARTA
2021**

**“PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI
JOYHOUSE KEDAI DAN ART SPACE BEKASI”**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

ADHITYA ANDINOV

11171064

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
STRATA 1
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
YOGYAKARTA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

“PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI JOYHOUSE KEDAI DAN ART SPACE BEKASI”

Disusun Oleh

ADHITYA ANDINOV

11171064

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

DIPLOMA III/STRATA 1

SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

Menyetujui

Dosen Pembimbing

Tanggal: 30 Juli 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Donna Carollina', is written over a stylized graphic element that resembles a flower or a star with three petals.

Donna Carollina, M.Sn

NIK. 17043121

LEMBAR PENGESAHAN

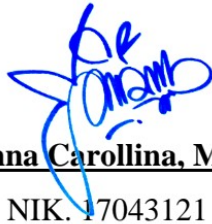
“PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI JOYHOUSE KEDAI DAN ART SPACE BEKASI”

Tugas Akhir/Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan
di hadapan tim penguji Program Studi Desain Komunikasi Visual
Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

Pada tanggal 20 Agustus 2021 di STSRD VISI Yogyakarta

Dewan Penguji

Pembimbing



Donna Carrollina, M.Sn
NIK. 17043121

Ketua Penguji

Dra. Helga K. A Siregar, M. Sn
NIP/NIK. 02093081

Mengetahui,

Ketua STSRD VISI

Sudjadi Tjipto Rahardjo, M.Ds
NIP. 197502132005011001

Ketua Jurusan

Dwisanto Sayogo, M.Ds
NIK. 09123113

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga Penulis dapat menyusun laporan perancangan Tugas Akhir/SKRIPSI ini yang berjudul “PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI JOYHOUSE KEDAI DAN ARTSPACE BEKASI”.

Tugas akhir ini merupakan tugas akhir perkuliahan penulis sebagai syarat guna mencapai gelar sarjana desain Strata Satu (S1) pada program studi Desain Komunikasi Visual. Tentunya tugas akhir ini masih sangat jauh dari kata sempurna, oleh karna itu penulis senantiasa mengharapkan gagasan baru, serta saran yang membangun demi perbaikan kedepan. Dalam penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang tanpa itu semua kemungkinan tugas akhir ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karna itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Sudjadi Tjipto Rahardjo, M. Sn selaku ketua STSRD VISI Indonesia
2. Bapak Dwisanto Sayogo, M. Sn Selaku Ketua Jurusan Desain Komunikasi Visual.
3. Para Dosen STSRD VISI Indonesia yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
4. Ibu Donna Carolina, M. Sn selaku dosen pembimbing akademik dan pembimbing Skripsi / Tugas Akhir.
5. Pihak Kedai Joyhouse yang telah bersedia bekerja sama atas perancangan tugas akhir ini.
6. Almh. Ibu Rosiyati Muji yang telah menjadi ibu terbaik selama hidupnya.
7. Keluarga besar Alipar yang selalu memberikan doa dan semangat.
8. Kelompok pemuda pemudi dari Cemara Sugista yang selalu memberikan semangat.
9. Teman teman semasa perkuliahan di STSRD VISI Indonesia yang senantiasa memberikan ide ide.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari harapan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga tugas akhir ini dapat berguna bagi para pembaca dan membawa manfaat khususnya bagi pengembangan ilmu.

YOGYAKARTA

ANDINOV ADHITYA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
LEMBAR PERSETUJUAN	II
LEMBAR PENGESAHAN	III
KATA PENGANTAR	IV
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR GAMBAR	IX
ABSTRAK.....	XII
<i>ABSTRACT</i>	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.Latar belakang.....	2
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Perancangan.....	5
E. Manfaat Perancangan.....	6
F. Skema Perancangan.....	7
BAB II DATA DAN ANALISA	8
A. Data Objek.....	9
B. Analisa Objek.....	9
1. Analisis SWOT.....	9
2. Analisa 5w+ih.....	10
3. <i>Target Audience</i>	11
C. Refrensi Perancangan.....	12
D. <i>State Of The Art</i> / Referensi Terdahulu.....	18
E. Tinjauan Teori.....	19
1. Teori Desain Komunikasi Visual.....	19
2. Teori Branding.....	19
3. Teori Logo.....	20

4. Teori <i>Layout</i>	22
5. Teori <i>Font & Typography</i>	22
6. Teori <i>Copywriting</i>	23
7. Teori Warna.....	24
8. Teori Media Sosial dalam Pemasaran.....	25
BAB III KONSEP PERANCANGAN	26
A. Logo.....	26
1. Konsep Verbal.....	26
2. Konsep Visual.....	27
3. Evaluasi Logo.....	30
4. Desain Logo Terpilih.....	33
5. Standard Manual Logo.....	31
B. <i>Feeds Instagram</i> (Media Promosi).....	37
1. Strategi Kreatif.....	37
A. <i>What and how to say</i>	37
B. <i>Big idea</i>	37
C. Konsep Kreatif.....	37
D. <i>Tone And Maner</i>	37
E. <i>Desire And Response</i>	38
F. <i>Copywriting</i>	38
2. Strategi Media.....	39
3. Program Media.....	39
4. <i>Layout</i> Awal.....	39
5. <i>Layout</i> Komprehensif.....	40
C. Lembar Menu.....	47
1. <i>Font</i>	47
2. Elemen Grafis.....	49
3. Desain.....	50
BAB IV DESAIN	51
A. Logo.....	51

B. Lembar Menu.....	55
C. <i>Feeds Instagram</i>	56
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 LOGO JOYHOUSE	2
GAMBAR 2 LEMBAR MENU JOYHOUSE	3
GAMBAR 3 FEEDS INSTAGRAM JOYHOUSE	4
GAMBAR 4 FOTO KEDAI JOYHOUSE	8
GAMBAR 5 LOGO MANDATE COFFEE	12
GAMBAR 6 PENGAPLIKASIAN LOGO 1	13
GAMBAR 7 PENGAPLIKASIAN LOGO 2	13
GAMBAR 8 LOGO LABARRE	14
GAMBAR 9 PENGAPLIKASIAN LOGO 1	14
GAMBAR 10 PENGAPLIKASIAN LOGO 2	15
GAMBAR 11 PENGAPLIKASIAN LOGO 3	15
GAMBAR 12 LOGO OH! TEA	16
GAMBAR 13 DESAIN KONTEN MEDIA SOSIAL	17
GAMBAR 14 PENGAPLIKASIAN LOGO 1	18
GAMBAR 15 PENGAPLIKASIAN LOGO 2	18
GAMBAR 16 ELEMEN LOGO JOYHOUSE	27
GAMBAR 17 ELEMEN LOGO JOYHOUSE	27
GAMBAR 18 ELEMEN LOGO JOYHOUSE	27
GAMBAR 19 PALETTE WARNA	28
GAMBAR 20 ALTERNATIF LOGO JOYHOUSE	29
GAMBAR 21 LOGO A <i>GUIDE</i>	30
GAMBAR 22 LOGO B <i>GUIDE</i>	31
GAMBAR 23 LOGO C <i>GUIDE</i>	32
GAMBAR 24 LOGO TERPILIH	33
GAMBAR 25 LOGO TERPILIH BW	34
GAMBAR 26 LOGO TERPILIH <i>GRID</i>	35
GAMBAR 27 LOGO TERPILIH <i>PRINT TEST</i>	35
GAMBAR 28 SKALA LOGO TERPILIH	36

GAMBAR 29 FORMULASI WARNA LOGO TERPILIH.....	36
GAMBAR 30 <i>DISPLAY FONT: COOPER BLACK STD</i>	38
GAMBAR 31 SKETSA <i>LAYOUT FEEDS INSTAGRAM</i>	39
GAMBAR 32 <i>LAYOUT FEEDS INSTAGRAM</i>	40
GAMBAR 33 <i>LAYOUT FEEDS INSTAGRAM 1</i>	41
GAMBAR 34 <i>LAYOUT FEEDS INSTAGRAM 2</i>	41
GAMBAR 35 <i>LAYOUT FEEDS INSTAGRAM 3</i>	42
GAMBAR 36 <i>LAYOUT FEEDS INSTAGRAM 4</i>	43
GAMBAR 37 <i>LAYOUT FEEDS INSTAGRAM 5</i>	43
GAMBAR 38 <i>LAYOUT FEEDS INSTAGRAM 6</i>	44
GAMBAR 39 <i>LAYOUT FEEDS INSTAGRAM 7</i>	45
GAMBAR 40 <i>LAYOUT FEEDS INSTAGRAM 8</i>	45
GAMBAR 41 <i>LAYOUT FEEDS INSTAGRAM 9</i>	46
GAMBAR 42 <i>FONT RALEWAY</i>	47
GAMBAR 43 <i>FONT COURIER</i>	48
GAMBAR 44 ELEMEN GRAFIS.....	49
GAMBAR 45 RANCANGAN LEMBARAN MENU.....	50
GAMBAR 46 PENGAPLIKASIAN LOGO KARTU NAMA.....	51
GAMBAR 47 PENGAPLIKASIAN LOGO <i>NEON BOX</i>	51
GAMBAR 48 PENGAPLIKASIAN LOGO KEMASAN.....	52
GAMBAR 49 PENGAPLIKASIAN LOGO <i>MUG</i>	52
GAMBAR 50 PENGAPLIKASIAN LOGO <i>ENAMEL MUG</i>	52
GAMBAR 51 PENGAPLIKASIAN LOGO BOTOL.....	53
GAMBAR 52 PENGAPLIKASIAN LOGO TATAKAN GELAS.....	53
GAMBAR 53 PENGAPLIKASIAN LOGO CELMEK.....	54
GAMBAR 54 PENGAPLIKASIAN LOGO NOTA.....	54
GAMBAR 55 PENGAPLIKASIAN LEMBAR MENU.....	55
GAMBAR 54 PENGAPLIKASIAN <i>FEEDS INSTAGRAM</i>	56

ABSTRAK

Ketertarikan masyarakat dengan sebuah ruang publik terutama kafe yang saat ini semakin menjamur menjadikan kafe tidak hanya sebagai tempat melepas lelah atau sekedar mencicipi kudapan yang tersedia. Masing masing kafe memiliki keunikan atau ciri khas yang berbeda yang dapat dilihat secara visual terhadap pengunjung. Kehadiran sebuah kedai Joyhouse ini menjadi satu pilihan dimana kedai tersebut memiliki konsep kedai yang berbeda dari kafe kafe pada umumnya. Terutama untuk para peminat atau penggiat seni. Yang dimana kedai tersebut memiliki fungsi lain yaitu sebagai penyedia forum untuk berdiskusi maupun mengeksekusi sebuah kegiatan berkesanian.

Dengan perancangan ini kedai tersebut akan memberikan sebuah wajah baru yang akan ditampilkan di masyarakat. Pemilihan tema atau gaya *Memphis* ala 90an pada perancangan diharapkan menjadi sebuah ciri khas yang mungkin jarang ditemui pada kedai kedai pada umumnya yang menekankan sebuah nilai ke estetikan pada rancangan visualnya.

Kata Kunci: Identitas Visual, Joyhouse, Media Promosi, *Feeds*.

ABSTRACT

The public's interest in a public space, especially cafes, which is currently increasingly mushrooming, makes cafes not only as a place to relax or just taste the snacks available. Each cafe has a unique or different characteristic that can be seen visually to visitors. The presence of a Joyhouse shop is an option where the shop has a different shop concept from cafe cafes in general. Especially for art enthusiasts or activists. Where the shop has another function, namely as a forum provider to discuss and execute an impressive activity.

With this design, the shop will give a new face that will be displayed in the community. The choice of a 90s-style Memphis theme or style in the design is expected to be a characteristic that may rarely be found in shops in general which emphasizes an aesthetic value in its visual design.

Keywords: *Visual Identity, Joyhouse, Promotional Media, Feeds.*