

PERANCANGAN LOGO DAN IDENTITAS VISUAL

PERUSAHAAN AKSESORIS NAWIDJI



Pondra Gilang Rinaji

11171039

STRATA I

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

YOGYAKARTA

2020

LEMBAR PENGESAHAN



Yogyakarta, 18 Juli 2020

Telah disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dian Prajarini'.

Dian Prajarini, S.T, M.Eng

PERANCANGAN LOGO DAN IDENTITAS VISUAL PERUSAHAAN AKSESORIS NAWIDJI

Penyajian akhir ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Program Studi Desain Komunikasi Visual Jenjang Strata 1 Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia Pada Tanggal 03 Agustus 2020 di STSRD VISI Indonesia



Dian Prajarini, S.T, M.Eng

Pembimbing/ Anggota

Budi Yuwono, S.Sos, M.Sn

Penguji/Ketua

Mengetahui

Sudjadi Tjipto R, M.Ds
Ketua STSRD Visi

Dwisanto Sayogo, M.Ds
Ketua Program Studi

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau tulisan yang diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 18 Juli 2020



Ponda Gilang Rinaji



STSRD VISI

ABSTRACT

According to Bekraf, the contribution of creative economic growth in Indonesia is currently the most coming from SMEs. This significant economic growth is also a role and a government that has begun to pay attention to the creative economy sector, especially SMEs. Based on data Bekraf Indonesia has 16 creative economic subsectors with the focus of the development of its features is a craft, culinary, and fashion. Nawidji is one of the MSMEs that is engaged in metal craft crafts that produce products-jewelry products such as earrings and rings. However, many products of local handicrafts still do not get a place in the country community. Because industry actors do not understand how to present their products in a decent way to be accepted by consumers who will be targeted. Therefore, it needs a design that will break the logo and visual identity that can support the efforts to promote the results of SMEs handicraft products.

The design uses the methods of interviewing, libraries, the Internet, and a qualitative method of research to obtain visual and verbal data. In the process of analysis and the implementation is done using the principles and rules of graphic design that refers to the study of logo design, application of design, layout, and typography.

This design results in the form of a logo and visual identity Nawidji applied to support media such as stationery kits, packaging, labels, signage, and catalogs, etc. Nawidji's logo and visual identity design aim to build Nawidji's image and brand awareness according to its entity and strive to foster confidence in local products so that they can expand the market and get new buyers because of a product's look or identity will greatly determine the purchasing decision.

Keywords: Logo, visual identity, crafts, jewelry, flora, culture.

ABSTRAK

Menurut Bekraf kontribusi pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia saat ini yang terbanyak berasal dari para pelaku UMKM. Pertumbuhan ekonomi yang signifikan ini juga merupakan peran serta pemerintah yang mulai memperhatikan sektor ekonomi kreatif khususnya para pelaku UMKM. Berdasarkan data Bekraf Indonesia memiliki 16 subsektor ekonomi kreatif dengan fokus pengembangan unggulannya adalah kriya, kuliner, dan *fashion*. Nawidji merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang kriya kerajinan logam yang menghasilkan produk –produk berupa perhiasan contohnya anting dan cincin. Akan tetapi banyak produk hasil kerajinan lokal masih tidak mendapat tempat dihati masyarakat dalam negeri. Karena para pelaku industri kurang memahami bagaimanapun cara mempresentasikan produk mereka secara layak agar dapat diterima oleh konsumen yang akan ditargetkan. Oleh sebab itu dibutuhkan perancangan yang akan menghasilkan logo dan identitas visual yang dapat menunjang upaya promosi hasil produk kerajinan UMKM.

Perancangan ini menggunakan metode wawancara, kepustakaan, internet dan metode penelitian kualitatif untuk mendapatkan data visual dan verbal. Dalam proses analisa dan perancangan ini dilakukan menggunakan prinsip dan kaidah desain grafis yang mengacu pada kajian perancangan logo, penerapan desain, layout dan tipografi.

Hasil perancangan ini berupa logo dan identitas visual Nawidji yang diaplikasikan pada media pendukung seperti *stationery kit*, *packaging*, label, papan nama dan katalog dll. Perancangan logo dan identitas visual Nawidji ini bertujuan untuk membangun citra dan *brand awareness* Nawidji sesuai dengan entitasnya serta berupaya menumbuhkan rasa percaya terhadap produk lokal sehingga dapat memperluas pasar dan mendapatkan pembeli baru, karena sebuah tampilan atau identitas produk akan sangat menentukan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Logo, identitas visual, kerajinan, perhiasan, flora, budaya.

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan Rahmat dan KaruniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Desain di STSRD Visi Indonesia.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan moral dan materil. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Sudjadi Tjipto R, M.Ds selaku ketua STSRD Visi Indonesia
2. Bapak Dwisanto Sayogo, M.Ds selaku ketua program studi
3. Ibu Dian Prajarini, S.T, M.Eng selaku dosen pembimbing
4. Bapak Wahyu Tri Widadijo, M.Sn selaku dosen wali
5. Seluruh jajaran dosen dan staf STSRD Visi Yogyakarta
6. Kedua orangtua, Bapak Yosep Syahroni dan Ibu Putri Bekti Irianti.
7. Teman-teman yang telah mengingatkan dan memberi semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi tugas akhir ini dengan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan terbatasnya pengalaman dan wawasan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran, masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak terutama pihak Nawidji.

Yogyakarta, 10 Agustus 2020

Penulis



Pandra Gilang Rinaji

DAFTAR GAMBAR

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERANCANGAN LOGO DAN IDENTITAS VISUAL PERUSAHAAN AKSESORIS NAWIDJI	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah	4
I.3 Batasan Perancangan	4
I.4 Tujuan Perancangan	5
I.5 Manfaat Perancangan	5
1. Bagi Lembaga.....	5
2. Bagi Keilmuan	5
3. Bagi Penulis.....	5
4. Bagi Nawidji	6
I.6 Metode Perancangan	6
1. Data Yang Dibutuhkan	6
2. Metode Pengumpulan Data.....	6
I.7 Metode Analisa Data	7
I.8 Kerangka Perancangan	8
BAB II.....	9
DATA DAN ANALISA	9

II.1. Data Objek	9
II.1.1 Sejarah Nawidji <i>Craft</i>	9
II.1.2 Perhiasan	13
II.1.3 Perhiasan Zaman Tradisional	15
II.1.4 Perhiasan Zaman Modern	16
II.1.5 Pembuatan Perhiasan	17
II.1.6 Bentuk Perhiasan	19
II.1.7 Data Pesaing	22
II.2. Referensi Perancangan	24
II.3. Analisa Objek	26
II.3.1 Analisa SWOT	26
II.3.2 USP (Unique Selling Preposition)	29
II.3.3 ESP (Emotional Selling Preposition)	29
II.3.4 Taget Audiens	29
II.3.5 Kesimpulan	31
II.4. Landasan Teori	32
II.4.1 Identitas Visual	32
II.4.2 Tinjauan Identitas Visual	33
II.4.3 Elemen Identitas Visual	33
1. Pemberian Nama Sebuah <i>Brand</i>	34
2. Logo	36
3. Tipografi	38
4. Warna	38
5. Teori <i>Gestalt</i>	45
6. Media Pengaplikasian Identitas	47
BAB III	50
KONSEP PERANCANGAN	50
III.1 Konsep Verbal	50
A. <i>Big Idea</i>	50
B. Brandname	50
III.2 Konsep Visual	51

1. Brainstorming	51
2. Studi Ikon	52
3. <i>Rough Layout</i>	54
4. Studi Warna	55
5. Studi Tipografi.....	57
6. Digitalisasi Logo.....	58
7. Evaluasi Logo.....	59
8. Logo Terpilih	59
BAB IV	66
APLIKASI DESAIN	66
IV. 1 Master Logo	66
A. <i>Final Logo</i>	66
B. <i>Grid System</i>	67
C. Ukuran Minimum.....	68
D. Tipografi	68
E. Aplikasi Warna	69
IV. 2 Aplikasi Media	70
A. Pengaplikasian Logo Pada <i>Stationary</i>	70
B. Pengaplikasian Logo pada <i>Merchandise</i>	77
BAB V	78
PENUTUP	78
V.1 Kesimpulan	78
V.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
DAFTAR PUSTAKA SUREL	81
LAMPIRAN	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka perancangan	8
Gambar 2. 1 Proses pembuatan produk di workshop Nawidji.....	9
Gambar 2. 2 Proses teknik finishing produk Nawidji.....	10
Gambar 2. 3 Produk anting Nawidji	12
Gambar 2. 4 Perhiasan rambut Sirkam Hias.....	15
Gambar 2. 5 Produk anting Nawidji	16
Gambar 2. 6 Proses pembuatan perhiasan	18
Gambar 2. 7 Produk anting Nawidji	20
Gambar 2. 8 Produk Massicot.....	22
Gambar 2. 9 Logo Massicot.....	23
Gambar 2. 10 Logo Dimension Gym & Cafe	25
Gambar 2. 11 Logo picture mark dan letter mark.....	37
Gambar 2. 12 Logo picture mark sekaligus letter mark.....	37
Gambar 2. 13 Logo letter mark.....	37
Gambar 2. 14 Warna abu - abu	39
Gambar 2. 15 Warna putih.....	40
Gambar 2. 16 Warna hitam.....	40
Gambar 2. 17 Warna merah.....	41
Gambar 2. 18 Warna biru.....	41
Gambar 2. 19 Warna hijau	42
Gambar 2. 20 Warna kuning.....	42
Gambar 2. 21 Warna ungu	43
Gambar 2. 22 Warna jingga.....	43
Gambar 2. 23 Warna cokelat	44
Gambar 2. 24 Warna pink.....	44
Gambar 2. 25 Contoh visual yang menggunakan prinsip similariy.....	46
Gambar 2. 26 Contoh visual yang menggunakan prinsip clouser	46
Gambar 2. 27 Contoh visual yang menggunakan prinsip figure/ground	47
Gambar 2. 28 Stationery Warner Bros.....	48
Gambar 2. 29 Packaging Tiffany & Co	49
Gambar 3. 1 Mind Mapping.....	51
Gambar 3. 2 Studi ikon	54
Gambar 3. 3 Rough layout.....	55

Gambar 3. 4 Ukiran bangunan Keraton Yogyakarta	56
Gambar 3. 5 Studi warna	56
Gambar 3. 6 Studi tipografi	57
Gambar 3. 7 Digitalisasi logo	58
Gambar 3. 8 Evaluasi logo.....	59
Gambar 3. 9 Logo terpilih.....	59
Gambar 3. 10 Filosofi logo 1	60
Gambar 3. 11 Filosofi logo 2	62
Gambar 3. 12 Filosofi logo 3	63
Gambar 3. 13 Filosofi warna emas	64
Gambar 3. 14 Filosofi warna hijau	65
Gambar 4. 1 Komponen logo Nawidji.....	66
Gambar 4. 2 Grid system logo Nawidji	67
Gambar 4. 3 Aplikasi warna logo Nawidji	68
Gambar 4. 4 Aplikasi tipografi logo Nawidji	68
Gambar 4. 5 Aplikasi warna emas logo Nawidji	69
Gambar 4. 6 Aplikasi warna hijau logo Nawidji	69
Gambar 4. 7 Aplikasi warna logo Nawidji	70
Gambar 4. 8 Bussiness card Nawidji	71
Gambar 4. 9 Envelope Nawidji.....	72
Gambar 4. 10 Letterhead Nawidji.....	72
Gambar 4. 11 Kuitansi Nawidji	73
Gambar 4. 12 Stamp Nawidji.....	73
Gambar 4. 13 Packaging Nawidji	74
Gambar 4. 14 Label Nawidji.....	74
Gambar 4. 15 Shoopingbag Nawidji.....	75
Gambar 4. 16 Catalog Nawidji	75
Gambar 4. 17 Instagram story Nawidji.....	76
Gambar 4. 18 Signage Nawidji.....	76
Gambar 4. 19 Totebag Nawidji.....	77
Gambar 4. 20 Sticker Nawidji	77