

ABSTRAK

Jovita Linggo :

Corporate Identity

Perancangan branding "PETIK" sebagai perhiasan perak dengan motif batik khas Tegal

PETIK adalah sebuah usaha kecil di Surabaya yang membuat perhiasan logam perak dengan kadar 925. Koleksi PETIK adalah ornamen yang diadopsi dari motif batik Indonesia. Salah satu koleksi PETIK terinspirasi dari batik khas Kota Tegal, Jawa Tengah yang pernah terancam punah. Selama ini, PETIK belum mempunyai identitas yang jelas dan strategi promosi yang tepat. Perancangan branding PETIK ini bertujuan untuk membentuk strategi kreatif branding PETIK sebagai perhiasan perak dengan motif batik khas Tegal untuk membangun brand awareness dikalangan generasi muda. Dalam pembuatan perancangan ini, dilakukan penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mencari data mengenai batik Tegal dan selera bentuk desain sesuai target audience. Perancangan ini mencakup pembentukan identitas usaha melalui logo, perancangan media promosi, packaging, serta strategi promosi efektif yang disesuaikan dengan target sasaran yang dituju.

Kata kunci : PETIK, branding, perancangan.

ABSTRACT

Jovita Linggo :

Corporate Identity

Branding design "PETIK" as silver jewelry with Tegal batik motif

PETIK is a small business in Surabaya that makes silver metal jewelry with 925 levels. PETIK collection is an ornament that is adopted from Indonesian batik motif. One of the collections of PETIK inspired from batik typical of Tegal City, Central Java which was once threatened with extinction. So far, PETIK has not had clear identity and proper promotion strategy. This PETIK branding design aims to form creative strategy of PETIK branding as silver jewelry with typical Tegal batik motif to build brand awareness among young generation. In making this design, conducted research using qualitative descriptive method to find data about Tegal batik and taste design form according to target audience. This design includes the establishment of business identity through the logo, the design of media campaigns, packaging, and effective promotional strategies tailored to the target.

Key words: PETIK, branding, design

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah	3
1.3.Tujuan Perancangan	3
1.4.Lingkup Perancangan.....	3
1.5.Manfaat Perancangan	4
1.6.Definisi Operasional.....	4
1.7.Metode Perancangan	5
1.7.1. Data yang dibutuhkan	5
1.7.1.1. Data Primer.....	5

1.7.1.2. Data Sekunder.....	6
1.7.2. Metode Pengumpulan Data	6
1.7.3. Instrumen/ Alat Pengumpulan Data	6
1.7.4. Metode Analisis Data	7
1.8.Konsep Perancangan	7
1.9. Skematika Perancangan	8
2. LANDASAN TEORI DAN IDENTIFIKASI DATA	
2.1.Studi literatur.....	9
2.1.1. <i>Brand</i>	9
2.1.1.1.Definisi <i>Brand</i>	9
2.1.1.2.Sejarah <i>Brand</i>	9
2.1.1.3. Jenis dan Macam <i>Brand</i>	11
2.1.1.4. Fungsi <i>Brand</i>	11
2.1.1.5. Pengertian <i>Brand</i>	12
2.1.1.6. <i>Brand Awareness</i>	13
2.1.1.7.Elemen <i>Branding</i>	14
2.1.1.8. Manfaat <i>Branding</i>	15
2.1.1.9. <i>Positioning</i>	17
2.2. Tinjauan Tentang Perusahaan	
2.2.1. Nama Perusahaan	17
2.2.2. Informasi Produk	18
2.2.3. Informasi Wilayah Operasional Pemasaran	19
2.2.4. Informasi Karakteristik Konsumen	20
2.2.5. Informasi Kompetitor	20
2.2.5.1. Nama Perusahaan	20
2.2.5.2. Produk-Produk yang Dipasarkan.....	21
2.2.5.3. Konsumen.....	22
2.2.5.4. Lokasi Perusahaan	23
2.2.5.5. Analisis Data Kompetitor	23
2.2.6. Citra Perusahaan	24

2.3. Tinjauan Permasalahan	24
2.4. Analisa <i>Positioning</i> Perusahaan.....	24
2.5. Analisi Desain	25
2.5.1. <i>Visibility</i>	25
2.5.2. <i>Symbolic</i>	25
2.5.3. <i>Uniqueness</i>	25
2.5.4. <i>Originality and Distinctiveness</i>	25
2.5.5. <i>Legability</i>	25
2.5.6. <i>Simplicity</i>	26
2.5.7. <i>Cathy</i>	26
2.5.8. <i>Representation</i>	26
2.5.9. <i>Applicable</i>	26
2.6. Kesimpulan	27
 3. KONSEP PERANCANGAN	
3.1 Konsep Kreatif	28
3.1.1. Identitas yang Ingin Ditonjolkan.....	28
3.1.2. Citra Visual yang Ingin Ditampilkan	28
3.2 Strategi Kreatif	29
3.2.2. Warna Dasar.....	29
3.2.3. Tipe atau Jenis Huruf	29
3.2.4. Gaya Penampilan Grafis	30
3.3. Kriteria Desain	30
3.3.1. Kriteria Umum	30
3.3.2. Kriteria Khusus	30
3.4. Rencana Aplikasi Logo dalam Sistem <i>Corporate Identity</i>	30
3.5. Media <i>Budgeting</i>	31

4. PROSES DESAIN	33
4.1. Penjaringan Ide.....	33
4.1.1. Data Visual Bentuk Ikonik dan Bentuk Simbolik	33
4.1.2. Data Visual Bentuk atau Tipe atau Jenis Huruf.....	33
4.2. Pengembangan Ide Logo.....	34
4.2.1. Pengolahan Bentuk Ikonik Menjadi Bentuk Simbolik	34
4.2.2. Pengolahan Bentuk Huruf Menjadi Bentuk <i>Logotype</i>	35
4.3. Evaluasi Untuk Menentukan Atau Memilih Alternatif yang Terbaik.....	36
4.4. Penyajian Dalam Bentuk Artwork Dari Logo yang Terpilih.....	37
4.4.1. Logo Positif-Negatif.....	37
4.4.2. Logo Monochrome.....	38
4.4.3. Variasi Ukuran (Hingga ukuran terkecil min. 2 cm x 2 cm).....	39
4.4.4. Mekanikal Desain.....	39
4.4.5. Minimum <i>Clear Area</i>	39
4.4.6. Aturan-Aturan Logo.....	40
4.5. Studi Perancangan Warna	43
4.6. Elemen Grafis.....	43
4.7. Penyajian <i>Final Artwork</i>	44
5. APLIKASI LOGO DALAM SISTEM <i>CORPORATE IDENTITY</i>	
5.1. <i>Stationary</i>	45
5.1.1. Kartu Nama	45
5.1.2. Notes	45
5.1.3. Kartu Service.....	46
5.2. <i>Merchandise</i>	46
5.2.1. <i>Voucher</i>	46

5.2.2. Kartu Ucapan Terima Kasih.....	47
5.2.3. Cara Merawat Perhiasan	47
5.2.4. Pin	48
5.2.5. <i>Shopping Bag</i>	48
5.3. Seragam.....	48
5.4. <i>Packaging</i>	49
5.5. Media Iklan	49
5.5.1. X-banner.....	49
5.5.2. Poster.....	50
5.6. Media Interaktif	
5.6.1. <i>Instagram</i>	51
5.6.2. <i>Facebook</i>	52
5.7. Company Profile	53
5.8. GSM	54
5.9 Katalog Pameran Tugas Akhir	58
6. PENUTUP	
6.1. Kesimpulan	59
6.2. Saran.....	59
DAFTAR REFERENSI	60
LAMPIRAN	62

DAFTAR GAMBAR

2.1. Logo PETIK.....	17
2.2. Foto Produk PETIK.....	18
2.3. Foto Produk PETIK.....	18
2.4. Foto Produk PETIK.....	19
2.5. Foto Produk PETIK.....	19
2.6. Logo Sunaka <i>Jewelry</i>	20
2.7. Produk Sunaka <i>Jewelry</i>	21
2.8. Produk Sunaka <i>Jewelry</i>	22
2.9. Produk Sunaka <i>Jewelry</i>	22
4.1. Data Visual Ikonik Simbolik.....	33
4.2. Font “Sanctuary Playground”	33
4.3. Font “Gill Sans MT”	34
4.4. <i>Pattern</i>	34
4.5. Logo 1	35
4.6. Logo 2	35
4.7. Logo Final	36
4.8. Logo Positif- Negatif.....	36
4.9. Logo <i>Monochrome</i>	37
4.10. Variasi Ukuran	37
4.11. Logo Mekanikal Desain	38
4.12. <i>Minimum Clear Area</i>	38
4.13. Logo Latar Belakang Putih	39
4.14. Logo Latar Belakang Berwarna-warni.....	39
4.15. Logo Latar Belakang Gelap	40
4.16. Logo Latar Belakang Warna Logo.....	40
4.17. Logo Latar Belakang Gambar atau Foto	41
4.18. Warna <i>Brand</i> PETIK.....	42
4.19. <i>Pattern</i>	42

4.20. <i>Final Artwork</i>	43
5.1. Kartu Nama	44
5.2. Notes	44
5.3.Kartu Service.....	45
5.4. <i>Voucher</i>	45
5.5.Kartu Ucapan Terima Kasih.....	46
5.6. Cara Merawat Perhiasan	46
5.7. Pin	47
5.8. <i>Shopping Bag</i>	47
5.9. Seragam.....	47
5.10. <i>Packaging</i> Perhiasan	48
5.11. <i>X-banner</i> Meja	48
5.12. Poster.....	49
5.13. <i>Instagram</i>	50
5.14. <i>Facebook</i>	51
5.15. <i>Company Profile</i>	52
5.16. GSM	56
5.17. Katalog.....	57

DAFTAR TABEL

Analisis Data SWOT	23
--------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Form Kelengkapan Karya Tugas Akhir	62
2. Form Kelayakan Mengikuti Sidang Akhir	64
3. Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir.....	65