

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK MEMPERKUAT
POSISI JAMU “REMPAH ECO” DI PASARAN



BERNADETA YONA AMELIA KRIS MAHARANI

18.L1.0083

DOSEN PEMBIMBING:

MAYA PUTRI UTAMI, S.SN., M.SN.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2022

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK MEMPERKUAT
POSISI JAMU “REMPAH ECO” DI PASARAN

Diajukan dalam Rangka

Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



BERNADETA YONA AMELIA KRIS MAHARANI

18.L1.0083

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bernadeta Yona Amelia Kris Maharani

NIM : 18.L1.0083

Progdi / Konsentrasi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul Perancangan Identitas Visual Untuk Memperkuat Posisi Jamu “Rempah Eco” Di Pasaran tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.



Semarang, 8 juli 2022

Yang menyatakan,



Bernadeta Yona Amelia Kris Maharani

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : LAPORAN TUGAS AKHIR PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
UNTUK MEMPERKUAT POSISI JAMU BERBAGAI REMPAH ECO-FRIENDLY
PASARAN

Diajukan oleh : Bernadeta Yona Amelia Kris Maharani

NIM : 18.L1.0083

Tanggal disetujui : 29 Juni 2022

Telah setuju oleh

Pembimbing : Maya Putri Utami S.Sn., M.Sn.

Penguji 1 : Arwin Purnama Jati S.Sn., MA

Penguji 2 : Peter Ardianto S.Sn., M.Sn., Ph.D.

Ketua Program Studi : Bayu Widiatoro S.T., M.Sn

Dekan : Dra. B. Tyas Susanti M.A., Ph.D

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.L1.0083

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bernadeta Yona Amelia Kris Maharani

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Jenis Karya : Identitas Visual

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **“Perancangan Identitas Visual Untuk Memperkuat Posisi Jamu “Rempah Eco” Di Pasaran”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 8 Juli 2022

Yang menyatakan



Bernadeta Yona Amelia Kris Maharani

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya, penulis telah dapat menyelesaikan penyusunan laporan perancangan sekaligus melaksanakan sidang tugas akhir dengan lancar. Laporan perancangan ini berisi mengenai pentingnya peran identitas visual bagi suatu perusahaan dalam mengembangkan produk maupun usahanya, dan juga untuk mengenalkan kembali budaya minum jamu kepada remaja saat ini.

Tujuan dari kegiatan penulisan laporan ini adalah merancang identitas visual untuk memperkuat posisi jamu rempah eco di pasaran melalui logo, kemasan, dan label pada kemasan guna menarik minat remaja di solo untuk melestarikan dan mengkonsumsi jamu tradisional yang dikemas secara kekinian sesuai dengan target sasaran yaitu remaja. Laporan ini disusun berdasarkan peristiwa yang terjadi di lingkungan sekitar penulis.

Dalam penyusunan laporan perancangan bertepatan dengan pelaksanaan sidang akhir ini, tentu tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga laporan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu selama proses penyusunan laporan tugas akhir ini. Semoga laporan Tugas Akhir ini dapat membantu dalam proses menyelesaikan penugasan pada proses sidang akhir Unika Soegijapranta.

Semarang, 8 Juli 2022



Bernadeta Yona Amelia Kris Maharani

ABSTRAK

Jamu merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari budaya bangsa Indonesia sejak masa lalu, hingga masa kini, diharapkan dapat terus lestari di masa depan. Jamu digunakan untuk pemelihara kesehatan dan juga pengobatan. Menurut BPOM jamu termasuk dalam kategori obat tradisional yang terbuat dari bahan-bahan atau ramuan tumbuhan, hewan atau mineral yang turun temurun dan telah digunakan untuk pengobatan di masyarakat. Jamu di Indonesia memiliki keunggulan dikarenakan berasal dari keragaman budaya, kearifan lokal, dan keanekaragaman hayati. Saat ini budaya minum jamu sudah mulai hilang terutama dikalangan anak muda, salah satu alasannya adalah karena jamu diasumsikan sebagai minuman orang tua atau kuno alasan lainnya adalah rasa dari jamu yang pahit. Maka untuk menarik kembali minat remaja dalam mengkonsumsi jamu dirancanglah identitas visual yang menggambarkan citra jamu untuk menarik minat beli jamu dikalangan anak muda. Dalam perancangan identitas visual ini menggunakan metode VIEW yaitu *visibility*, *Information*, *Emotional Appeal*, dan *Workability*. Tujuan pada perancangan ini yaitu untuk merancang identitas visual jamu “Rempah Eco”, guna memperkuat posisi di pasaran agar dikenal oleh masyarakat dan konsumen.

Kata Kunci : Identitas visual, Jamu, Remaja

ABSTRACT

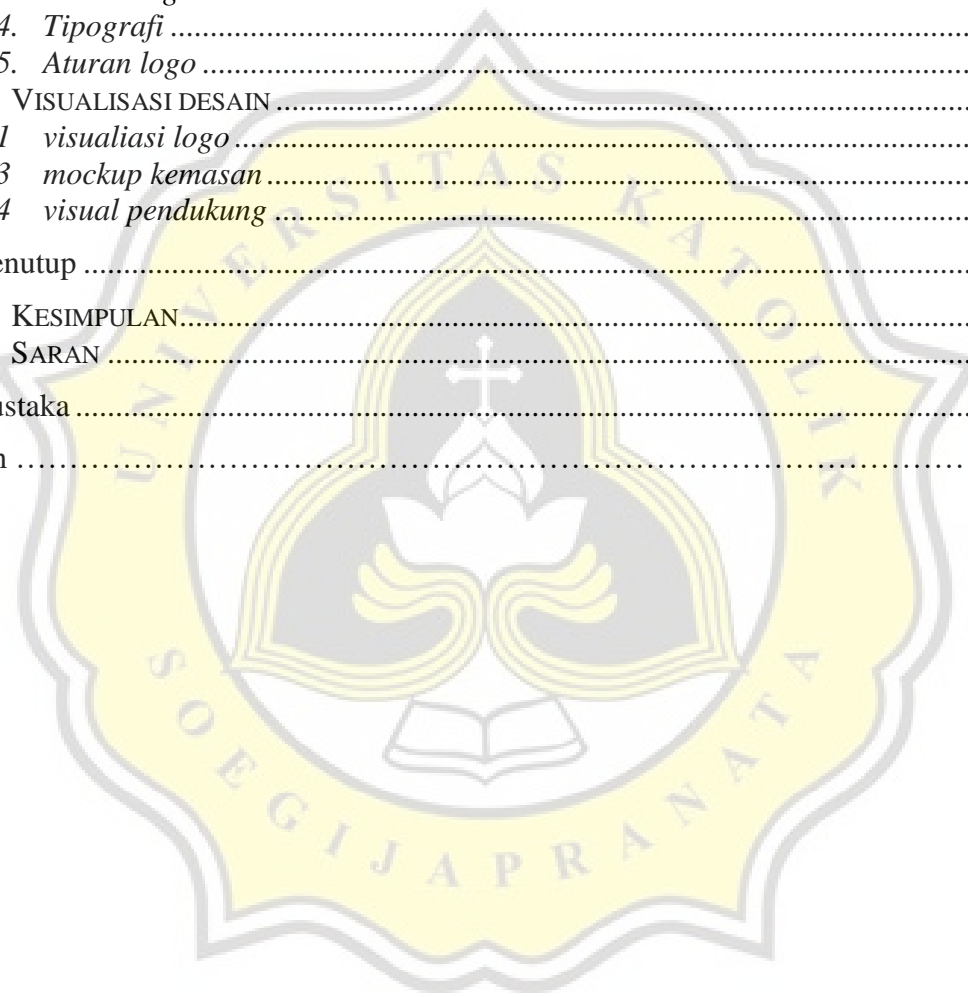
Herbal medicine is used for health maintenance as well as treatment. According to BPOM, herbal medicine is included in the category of traditional medicine made from ingredients or ingredients of plants, animals or minerals that have been passed down from generation to generation and have been used for treatment in the community. Herbal medicine in Indonesia has advantages because it comes from cultural diversity, local wisdom, and biodiversity. Currently, the culture of drinking herbal medicine has begun to disappear, especially among young people, one reason is because herbal medicine is considered an old or ancient drink, another reason is the bitter taste of herbal medicine. So to attract youth's interest in consuming herbal medicine, a visual identity was designed that depicts the image of herbal medicine to attract interest in buying herbal medicine among young people. In designing this visual identity, the VIEW method is used, namely visibility, information, Emotional Appeal, and Workability. The purpose of this design is to design the visual identity of herbal "Rempah Eco", in order to strengthen its position in the market so that it is known by the public and consumers.

Keywords: visual identity, herbal medicine, teenager

DAFTAR ISI

Laporan tugas akhir.....	II
Halaman pernyataan orisinalitas	III
Halaman pengesahan	IV
Halaman pernyataan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis	V
Kata pengantar	VI
Abstrak.....	VII
<i>Abstract</i>	VIII
Daftar isi.....	IX
Daftar gambar	xi
Daftar diagram	XIII
Daftar garfik.....	XIV
Bab I pendahuluan	1
1.1. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2. IDENTIFIKASI MASALAH	2
1.3. PEMBATASAN MASALAH	3
1.4. RUMUSAN MASALAH.....	3
1.5. TUJUAN PERANCANGAN	3
1.6. MANFAAT PERANCANGAN	3
1.7. METODE PERANCANGAN.....	3
1.8. SISTEMATIKA PERANCANGAN	4
Bab II tinjauan umum	5
2.1. STUDI KOMPARASI DESAIN	5
2.2. SISTEMATIKA PERANCANGAN	6
2.3. LANDASAN TEORI.....	7
2.3.1. <i>Identitas visual</i>	7
2.3.2. <i>Tujuan identitas visual</i>	7
2.3.3. <i>Fungsi identitas visual</i>	7
2.3.4. <i>Elemen identitas visual</i>	8
2.3.5. <i>Penerapan identitas visual</i>	9
2.3.6. <i>Prinsip desain</i>	10
2.3.7. <i>Elemen desain</i>	13
2.3.8. <i>Layout dan grid</i>	17
Bab III strategi komunikasi.....	18
3.1. IDENTIFIKASI STUDI KASUS	18
3.2. TARGET SASARAN	18
3.2.1. <i>Geografis</i>	18
3.2.2. <i>Demografis</i>	18
3.2.3. <i>psikografis</i>	18
3.3. ANALISA DATA	19
3.3.1. <i>kuesioner</i>	19
3.3.2. <i>data wawancara</i>	23
3.4. ANALISIS SWOT	23

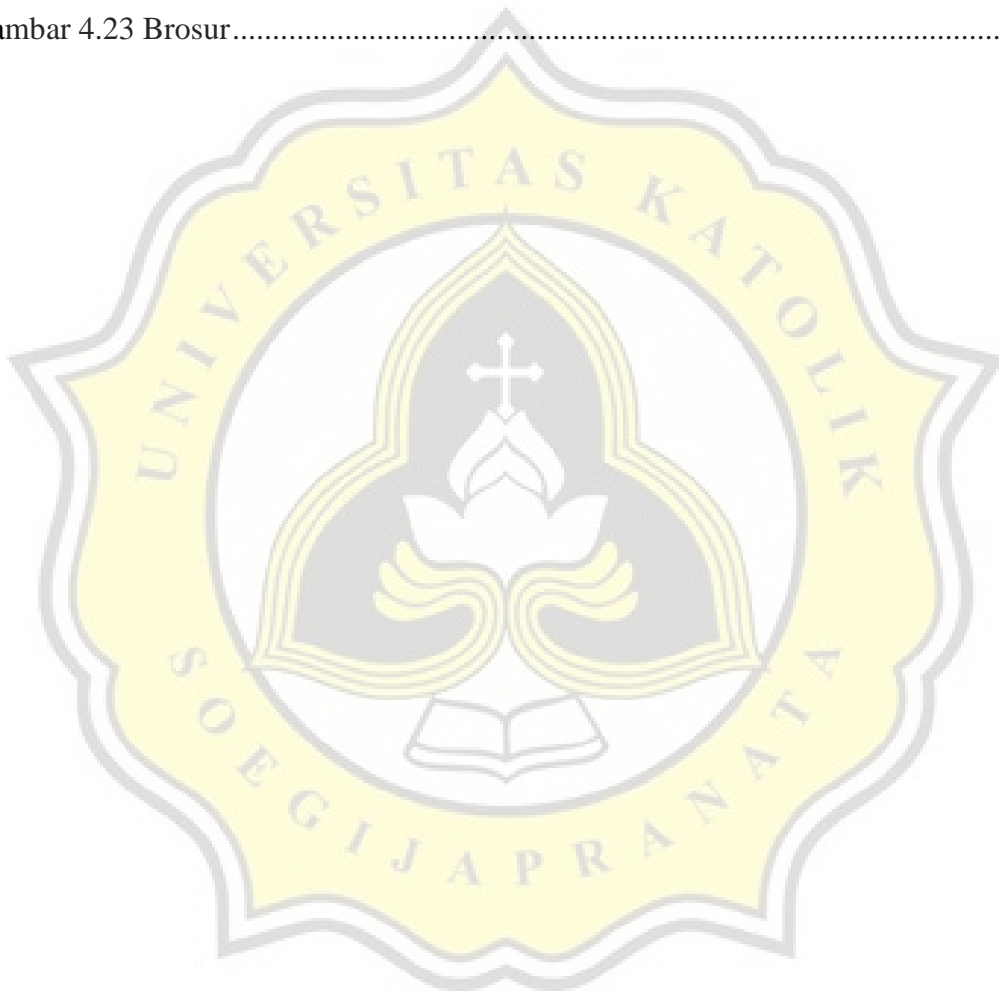
3.5.	STRATEGI KOMUNIKASI.....	24
3.5.1.	<i>Strategi media</i>	24
3.5.2.	<i>Strategi verbal</i>	24
3.5.3.	<i>Strategi visual</i>	24
3.6.	PERENCANAAN BIAYA KREATIF.....	25
Bab IV	strategi kreatif.....	26
4.1.	KONSEP VERBAL KEMASAN.....	26
4.2.	KONSEP VISUAL	26
4.2.1.	<i>Logo brand</i>	26
4.2.2.	<i>Dasar bentuk logo</i>	26
4.2.3.	<i>Warna logo</i>	29
4.2.4.	<i>Tipografi</i>	30
4.2.5.	<i>Aturan logo</i>	31
4.3.	VISUALISASI DESAIN	33
4.3.1	<i>visualiasi logo</i>	33
4.3.3	<i>mockup kemasan</i>	34
4.3.4	<i>visual pendukung</i>	37
Bab V	penutup	39
5.1.	KESIMPULAN.....	39
5.2.	SARAN	39
Daftar	pustaka	40
Lampiran	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 logotype (sumber : google.com)	8
Gambar 2.2 logogram (sumber: google.com)	8
Gambar 2.3 Brand color (sumber : google.com)	9
Gambar 2.4 Graphic Standard Manual (Sumber: Pinterest.com)	10
Gambar 2.5 Keseimbangan (sumber:google.com).....	11
Gambar 2.6 hirarki visual (sumber:google.com)	11
Gambar 2.7 Ritme (sumber:google)	12
Gambar 2.8 Macam Garis (sumber: idpinterest.com).....	14
Gambar 2.9 Bentuk (sumber: Google.com).....	14
Gambar 2.10 Color Wheel (sumber: Google.com).....	15
Gambar 2.11 Warm and Cool color (sumber: Google.com).....	16
Gambar 2.12 RGB & CMYK (sumber: Google.com)	16
Gambar 2.13 Value (sumber: Google.com).....	16
Gambar 2.14 Saturation color wheel (sumber: google.com)	17
Gambar 3.1 Color Palet Jamu (sumber: Google.com).....	25
Gambar 4.1 Logo Rempah Eco.....	26
Gambar 4.2 Dasar bentuk logo	27
Gambar 4.3 Dasar bentuk logo	27
Gambar 4.4 Dasar bentuk	28
Gambar 4.5 Dasar bentuk logo	28
Gambar 4.6 Dasar bentuk logo	29
Gambar 4.7 panduan warna	29
Gambar 4.8 logo warna putih.....	30
Gambar 4.9 Logo warna hitam	30
Gambar 4.10 tipografi pada logo	30
Gambar 4.11 Font HelloDarling	31
Gambar 4.12 Grid logo	31
Gambar 4.13 Minimum Clear Area	32
Gambar 4.14 Aturan pada logo	32
Gambar 4.15 Logo jamu Rempah Eco.....	33
Gambar 4.16 label kemasan jamu serbuk	33

Gambar 4.17 segel kemasan jamu serbuk	33
Gambar 4.18 Label kemasan jamu siap minum.....	34
Gambar 4.19 Mockup kemasan jamu serbuk jahe merah	34
Gambar 4.20 Mockup kemasan jamu serbuk temu lawak	35
Gambar 4.21 Mockup kemasan jamu siap minum beras kencur	36
Gambar 4.22 Mockup kemasan jamu siap minum kunit asam	36
Gambar 4.23 Paper bag	37
Gambar 4.22 Poster.....	37
Gambar 4.23 Brosur.....	38



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Usia Responden (sumber: Dokumen pribadi 2022).....	19
Diagram 3.2 pengalaman konsumen (sumber: Dokumen pribadi 2022)	20
Diagram 3.3 pengalaman konsumen (sumber: Dokumen pribadi 2022)	21
Diagram 3.4 pengalaman konsumen (sumber: Dokumen pribadi 2022)	21
Diagram 3.5 jenis kemasan botol (sumber: Dokumen pribadi 2022)	22
Diagram 3.6 jenis kemasan serbuk (sumber: Dokumen pribadi 2022).....	22



DAFTAR GARFIK

garfik 3.1 Pendapat Responden (sumber: Dokumen pribadi 2022).....	19
Grafik 3.2 ketertarikan responden dengan jamu (sumber: Dokumen pribadi 2022)	20
Garfik 3.3 pendapat responden mengenai identitas visual (sumber: Dokumen pribadi 2022)	21

