

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK
MEMPERKUAT IDENTITAS MEREK CLEANSHOES23
YOGYAKARTA

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh:

Rendi Bayu Pratama 17.96.0005

Dosen Pembimbing:

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
(2023)

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK
MEMPERKUAT IDENTITAS MEREK CLEANSHOES23
YOGYAKARTA

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh:

Rendi Bayu Pratama 17.96.0005

Dosen Pembimbing:

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
(2023)

LEMBAR PERSETUJUAN

SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK MEMPERKUAT
IDENTITAS MEREK CLEANSHOES23 YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rendi Bayu Pratama
NIM. 17.96.0005

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 06 Juni 2023

Dosen Pembimbing.



Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.IKom
NIK. 190302437

LEMBAR PENGESAHAN

SKEMA ARTIS CONTENT CREATOR

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK MEMPERKUAT
IDENTITAS MEREK CLEANSHOES23 YOGYAKARTA**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rendi Bayu Pratama
NIM. 17.96.0005

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 20 Juni 2023

Nama Penguji

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK. 190302437

Yulinda Erlistyarini, S.Ikom., M.Med.Kom
NIK. 190302485

Monika Pretty Aprilia, S.I.P., M.Si
NIK. 190302478

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
20 Juni 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 16 Juni 2023



Rendi Bayu Pratama

NIM. 17.96.0005

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Erik Hadi Saputra S.Kom., M. Eng Universitas Amikom Yogyakarta
4. Pembimbing Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom yang telah membantu hingga sejauh ini, tanpanya skripsi ini mungkin tidak akan cepat selesai.
5. Fandy Widiatmoko selaku pemilik Cleanshoes23 yang sudah memfasilitasi penulis selama proses perancangan identitas visual Cleanshoes23.
6. Keluarga, Saudara, dan Kedua Orang Tua penulis yang senantiasa sabar dan mendukung dalam segala aspek baik materi maupun non materi untuk menyelesaikan skripsi.
7. Adenzha Rizqi Besatyalovu yang sudah menemani, memberi semangat, dan teguran dalam proses penulisan skripsi.
8. Teman-teman KOLASE PRODUCTION Gilang, Gelar, Gio, Adit, Arip, Adenzha, Vicka, Isti, yang sudah berjuang Bersama semasa kuliah.
9. Teman-Teman *Bachelor Communication Science 2017* Khususnya Grup Whatsapp Wishuda bareng, bang Herry, Gelar, Gio, Ndaru, Jul, Komang,

Kevin, Yospino, Sultan, Geos, Abidaly, Adit, Arfin, Arip, Dedi, Imam, Fendi, Yunar, yang sudah memberikan semangat serta menghibur kepada penulis.

10. Teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi di smeseter dua belas, Januar Gelar Wijanarko dan Muhammad Gilang Radifan Salman, yang senantiasa menemani proses skripsi, memberi masukan juga semangat supaya skripsi dapat diselesaikan.
11. Mas Amar, Rizky, seluruh penghuni dan pengelola Kost Putra Aslan 6A yang sudah menemani ngobrol serta mengisi kekosongan kegiatan dari penulis.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah mendukung, mendoakan dengan tulus dan ikhlas serta motivasi yang membantu untuk tetap menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini tentunya penulis masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan sangat membantu untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini dan tentunya dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Yogyakarta, 16 Juni 2023

Penulis,

Rendi Bayu Pratama

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penciptaan.....	4
1.4 Manfaat Penciptaan.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Referensi Karya.....	6
2.1.1 Brodo.....	9
2.1.2 Vast Store.....	10
2.2 Landasan Teori Karya.....	11
2.2.1 Identitas Visual.....	11
2.2.2 Komposisi Dalam Desain.....	27
BAB III RENCANA PERANCANGAN	33
3.1 Gambaran Rancangan Karya.....	33
3.1.1 Perancangan Identitas Visual Untuk Memperkuat Identitas Merek Cleanshoes23 Yogyakarta Kategori Skema <i>Visual Content Creator</i>	33
3.1.2 Format Media.....	34
3.1.3 Volume Konten.....	35
3.1.4 Target <i>Audience</i>	37
3.2 Periode Publikasi Konten.....	38
3.3 Gambaran Isi Pesan Karya.....	38
BAB IV ULASAN PERANCANGAN KARYA	39
4.1 Deskripsi Karya.....	39
4.1.1 Logo.....	41
4.1.2 <i>Stationery</i>	47
4.1.3 <i>Merchandise</i>	52

4.1.4 Reklame.....	54
4.2 Uraian Proses Produksi	56
4.3 Kendala dan Pemecahan Masalah	57
4.3.1 Kendala dalam Proses Perancangan Identitas Visual	57
4.3.2 Solusi dalam Proses Perancangan Identitas Visual.....	57
BAB V KESIMPULAN.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63
1. Tautan Karya.....	63
2. Kebutuhan Peralatan dan Properti.....	63
3. Timeline Kerja	63
4. Rencana Anggaran.....	65
5. Laporan Keuangan (rill)	65
6. Dokumentasi	66
7. Surat Izin.....	68
8. Bukti Hak Kekayaan Intelektual.....	69

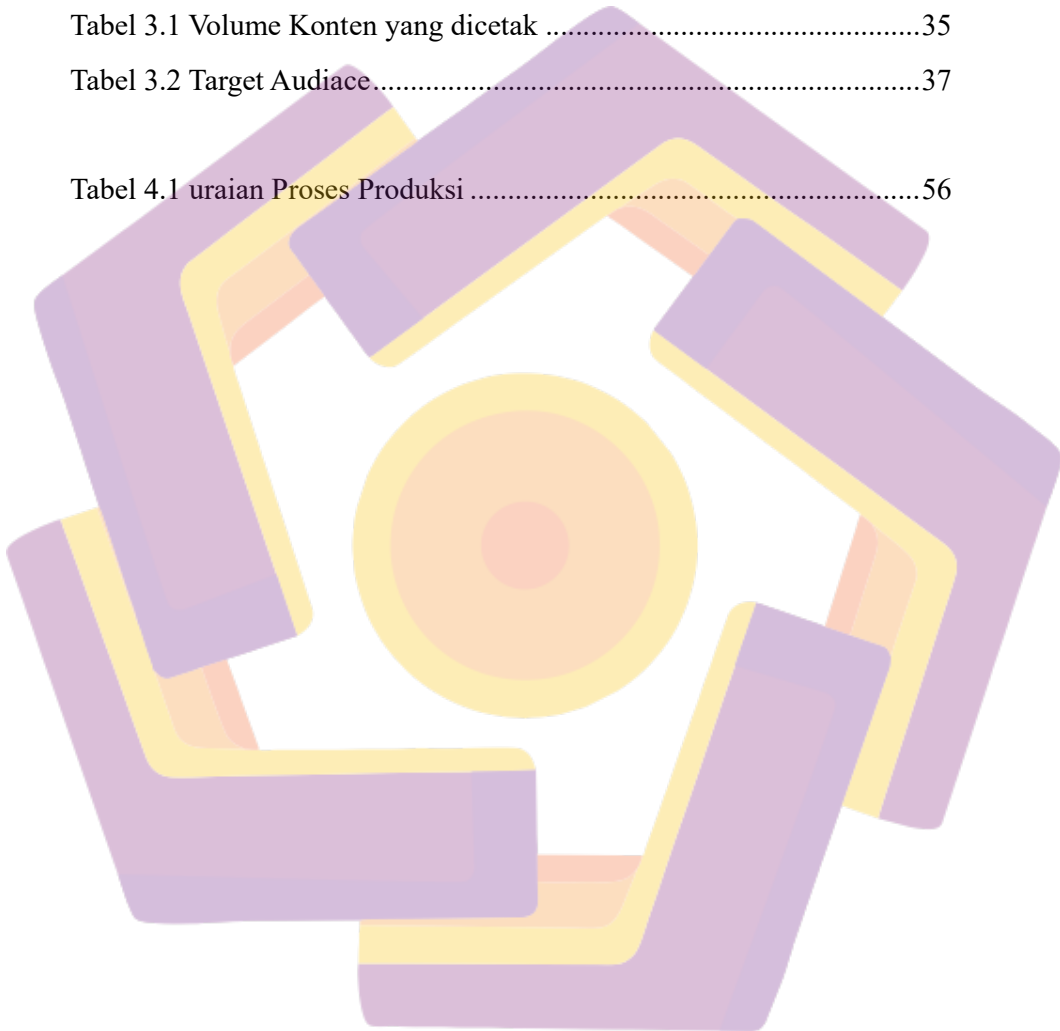
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Insight Instagram Cleanshoes23.....	3
Gambar 2.1 Brodo Store	9
Gambar 2.2 Brodo Store	9
Gambar 2.3 Vast Store.....	10
Gambar 2.4 Logo Apple.....	12
Gambar 2.5 Logo Goggle.....	13
Gambar 2.6 Logo hp	13
Gambar 2.7 Logo Pringles	14
Gambar 2.8 Logo Adidas	14
Gambar 2.9 Logo Burgerking	15
Gambar 2.10 Logo Starbucks.....	15
Gambar 2.11 Logo Levi's.....	16
Gambar 2.12 Serif Font Playfair Display.....	17
Gambar 2.13 Sans Serif Font Montserrat.....	17
Gambar 2.14 Script Font Pacifico.....	18
Gambar 2.15 Display Font Alfa Slab One	18
Gambar 2.16 Monospace Font Chivo Mono.....	19
Gambar 2.17 Warna Premier.....	20
Gambar 2.18 Warna Sekunder	21
Gambar 2.19 Warna tersier.....	21
Gambar 2.20 Temperatur Warna	22
Gambar 2.21 Warna Merah	22
Gambar 2.22 Warna Hijau.....	23
Gambar 2.23 Warna Biru	23
Gambar 2.24 Warna Orange.....	24
Gambar 2.25 Warna Kuning.....	24

Gambar 2.26 Warna Pink	25
Gambar 2.27 Warna Ungu.....	25
Gambar 2.28 Warna Hitam.....	26
Gambar 2.29 Warna Putih	26
Gambar 2.30 Pattern.....	27
Gambar 4.1 Instagram cleanshoes23.....	39
Gambar 4.2 Poster promosi cleanshoes23	40
Gambar 4.3 Poster promosi cleanshoes23	40
Gambar 4.4 Poster promosi cleanshoes23	41
Gambar 4.5 Logo Cleanshoes23	42
Gambar 4.6 Filosofi Logo Cleanshoes23.....	42
Gambar 4.7 Sketsa Logo Cleanshoes23.....	44
Gambar 4.8 Konfigurasi Logo Cleanshoes23	44
Gambar 4.9 Font yang digunakan Cleanshoes23	45
Gambar 4.10 Warna dan Aplikasi Warna Cleanshoes23	46
Gambar 4.11 Pattern Cleanshoes23	47
Gambar 4.12 Komposisi Pattern Cleanshoes23	47
Gambar 4.13 Kartu Nama	48
Gambar 4.14 Kop Surat.....	49
Gambar 4.15 Stample.....	50
Gambar 4.16 Name Tag	50
Gambar 4.17 Pricelist.....	51
Gambar 4.18 Kantong Plastik	52
Gambar 4.19 Stiker	52
Gambar 4.20 T-shirt Crew.....	53
Gambar 4.21 Banner	54
Gambar 4.22 X-Banner	54
Gambar 4.23 Brosur	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya terdahulu.....	6
Tabel 3.1 Volume Konten yang dicetak	35
Tabel 3.2 Target Audiace.....	37
Tabel 4.1 uraian Proses Produksi	56



ABSTRAK

Sejak 2019, Cleanshoes23 telah menjadi salah satu penyedia layanan cuci sepatu di Godean, Yogyakarta. Namun, sejak awal berdirinya, toko ini tidak memiliki identitas visual yang kuat, sehingga sulit bagi masyarakat untuk mengenali layanan yang mereka tawarkan. Hal ini menyebabkan toko kurang dikenal oleh konsumen karena tidak menampilkan identitas yang jelas. Oleh karena itu, perancangan identitas visual dapat membantu pemilik layanan cuci sepatu ini memperkenalkan toko mereka dengan identitas yang dimiliki. Perancangan identitas visual melibatkan komposisi desain yang mencakup logo, warna, tipografi, dan *pattern* dengan acuan dari hasil diskusi antara penulis dan mitra yang mengacu pada *target audience*, *domisili*, dan jasa yang ditawarkan, serta referensi yang telah disepakati. *Graphic Standard Manual* menjadi hasil dari perancangan yang akan diimplementasikan pada *Stationery*, *Merchandise*, dan reklame. Dengan demikian, diharapkan perancangan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih luas kepada masyarakat melalui identitas visual yang disampaikan. Hal ini akan membuka peluang bagi pemilik layanan untuk memperluas pengenalan merek dan memudahkan masyarakat dalam mengingat Cleanshoes23.

Kata Kunci: *Identitas Visual, Graphic Standart Manual, Identitas Merek.*

ABSTRACT

Since 2019, Cleanshoes23 has been a provider of shoe cleaning services in Godean, Yogyakarta. However, since its establishment, the store has lacked a strong visual identity, making it difficult for the public to recognize the services they offer. This has resulted in the store being less known to consumers due to the absence of a clear identity. Therefore, the design of a visual identity can assist the owners of this shoe cleaning service in introducing their store with a distinct identity. The design of the visual identity involves the composition of elements such as the logo, colors, typography, and patterns, guided by discussions between the author and partners that consider the target audience, location, services offered, and agreed-upon references. The Graphic Standard Manual serves as the outcome of the design and will be implemented in stationery, merchandise, and advertisements. Consequently, it is expected that this design will provide a broader understanding to the public through the conveyed visual identity. This will create opportunities for the service owners to expand brand recognition and facilitate easy recall of Cleanshoes23 by the public.

Kata Kunci: *Visual Identity, Graphic Standart Manual, Brand Identity.*