

**SKRIPSI**  
**SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MEDIA MUSIK  
ALTERNATIF RESONANSIA (@\_RESONANSIA)**

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

Universitas Amikom Yogyakarta



**Oleh:**  
Fidho Robbani Sucipto 17.96.0173

**Dosen Pembimbing:**  
Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A

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

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL**

**MEDIA MUSIK ALTERNATIF RESONANSIA (@\_RESONANSIA)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fidho Robbani Sucipto  
17.96.0173

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 30 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,



Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A  
NIK. 190302360

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL**

**MEDIA MUSIK ALTERNATIF RESONANSIA (@\_RESONANSIA)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fidho Robbani Sucipto  
17.96.0173

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada 18 Oktober 2023

**Nama Penguji**

Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A  
NIK. 190302360

Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A  
NIK. 190302445

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

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
22 Desember 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Fidho Robbani Sucipto  
NIM : 17.96.0173  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Sosial  
Universitas : Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 23 Agustus 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Fidho Robbani Sucipto

NIM. 17.96.0173

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas beragam nikmat dan rahmat-Nya untuk penulis dari awal menjalani studi di Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta, hingga akhirnya dapat menyelesaikan tahap akhir sebagai mahasiswa yakni penyusunan skripsi. Sungguh membahagiakan bagi penulis untuk mau mengerahkan energi hidup yang tersisa demi menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis harap dengan skripsi yang telah dibuat dapat membantuk diri penulis sendiri untuk melangkah ke fase yang lebih baik dalam meraih cita, juga dapat berguna bagi orang lain, terutama siapapun yang memiliki minat di dunia industri kreatif, dan juga berguna bagi pembelajaran dalam perkuliahan mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta. Tidak lupa ucapan terima kasih penulis haturkan kepada:

1. Orang tua penulis yang selalu mendukung naik-turunnya penulisan skripsi ini.
2. Teman-teman penulis yang selalu menyindir supaya cepat lulus.
3. Ibu Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A (Dosen Pembimbing) yang membantu memuluskan pengerjaan skripsi ini.
4. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
5. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
6. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. (Kaprosdi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta)

Yogyakarta, 10 Oktober 2023

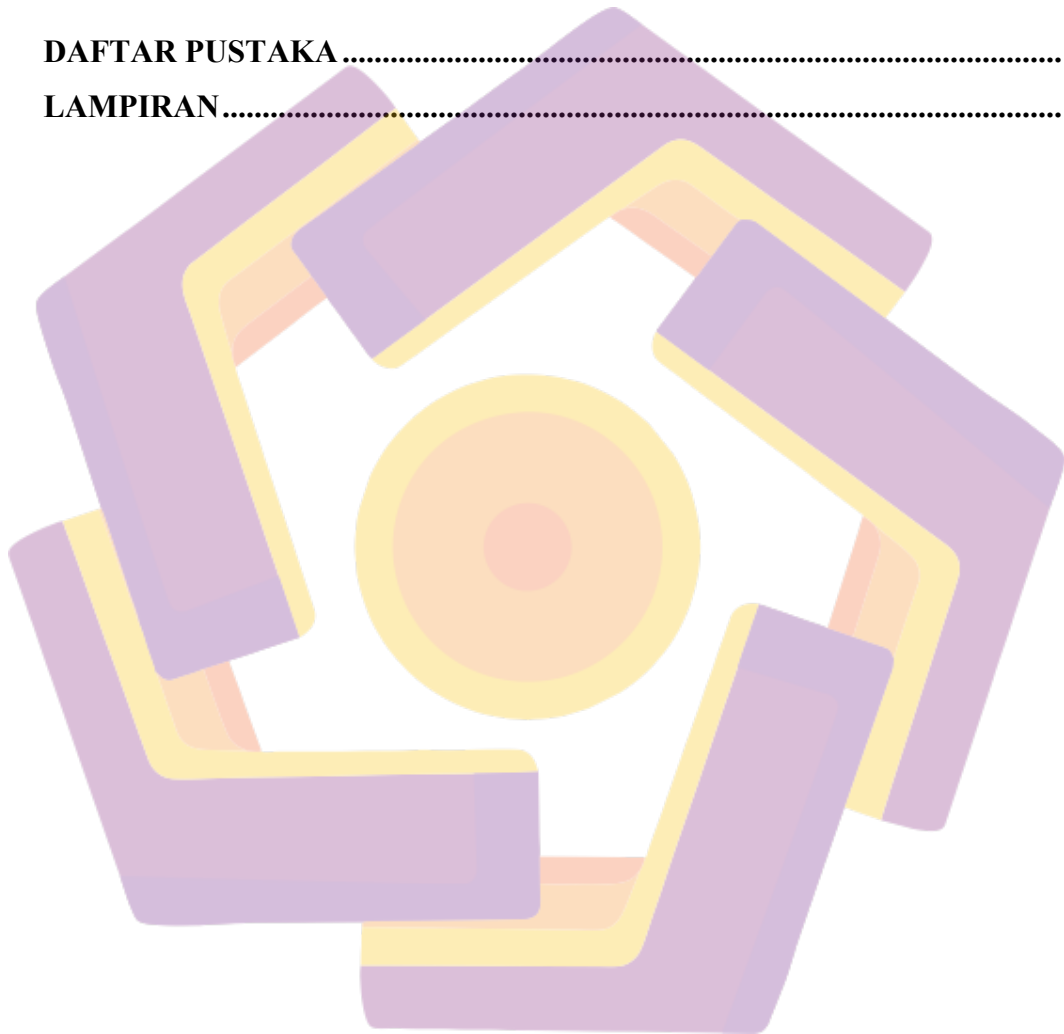
Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Referensi Karya .....	7
2.1.1 Referensi Ilmiah .....	7
2.1.2 Referensi Media .....	8
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1 <i>Webzine</i> .....	10
2.2.2 <i>Branding</i> .....	11
2.2.3 Identitas Visual.....	12

<b>BAB III RENCANA PERANCANGAN KARYA.....</b>	<b>15</b>
3.1 Gambaran Rancangan Karya.....	15
3.1.1 Judul Konten dan Kategori.....	15
3.1.2 Format Konten.....	15
3.1.3 Format Media.....	15
3.1.4 Volume Konten.....	15
3.1.5 Target Auidens.....	16
3.1.6 Periode Publikasi Konten.....	16
3.2 Gambaran Isi Pesan Karya.....	16
<b>BAB IV ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM</b>	
<b>PRODUKSI.....</b>	<b>18</b>
4.1 Deskripsi Karya.....	18
4.1.1 Latar Belakang.....	18
4.1.2 Kata Kunci.....	19
4.1.3 Logo.....	20
4.1.4 <i>Clearspace</i> .....	20
4.1.5 Warna dan Kombinasi.....	21
4.1.6 Identitas Grafis.....	22
4.1.7 Tipografi.....	22
4.1.8 Konten Visual.....	23
4.1.9 <i>Imagery</i> .....	29
4.2 Uraian Proses Produksi.....	34
4.2.1 Gagasan Ide, Nama, dan Tujuan dibentuknya <i>Resonansia</i> .....	35
4.2.2 Mencari Referensi Media Sejenis.....	35
4.2.3 Mencari Referensi Visual.....	35
4.2.4 Memetakan Konten-Konten yang Akan Disajikan.....	35
4.2.5 Mendaftar Kebutuhan-Kebutuhan Visual.....	35
4.2.6 Eksekusi Elemen-Elemn Visual.....	36
4.2.7 Merancang Format GSM.....	36
4.2.8 Publikasi.....	36

4.3 Kendala dan Pemecahan Masalah .....	36
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>37</b>
5.1 Kesimpulan.....	37
5.2 Saran .....	37
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>38</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>40</b>





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-Rata Waktu yang Dhabiskan Konsumen untuk Megakses Media (Kuartal II 2022) .....	3
Gambar 1.2 Media Sosial dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Oktober 2022) .....	3
Gambar 1.3 Tampilan Sosial Media Pophariini .....	4
Gambar 2.1 Visual dari Konten-Konten pada Situs <i>Pophariini</i> .....	8
Gambar 2.2 Tampilan Visual Sorotan dari Mojok (@mojokdotco) .....	9
Gambar 2.1 Visual dari Konten-Konten pada Situs <i>Pophariini</i> .....	10
Gambar 4.1 Ilustrasi dari Latar Belakang .....	18
Gambar 4.2 Ilustrasi dari Kata Kunci.....	19
Gambar 4.3 Logo Resonansia .....	20
Gambar 4.4 <i>Clearspace</i> Resonansia .....	20
Gambar 4.5 Warna dan Kombinasi .....	21
Gambar 4.6 Contoh Ilustrasi Resonansia .....	22
Gambar 4.7 Tipografi.....	22
Gambar 4.8 Ikon-Ikon Konten .....	22
Gambar 4.9 Tampilan <i>New View</i> .....	24
Gambar 4.10 Tampilan <i>Artist Highlights</i> .....	24
Gambar 4.11 Tampilan <i>Month Mix</i> .....	25
Gambar 4.12 Tampilan <i>Wawancara</i> .....	26
Gambar 4.13 Tampilan <i>Ada Musik di Kota</i> .....	26
Gambar 4.14 Tampilan <i>Trivia</i> .....	27
Gambar 4.15 Tampilan <i>Reselectsia</i> .....	28
Gambar 4.16 <i>Imagery Instagram Feeds</i> .....	29
Gambar 4.17 <i>Imagery Instagram Highlights</i> .....	30
Gambar 4.18 <i>Imagery Instagram Story</i> .....	30
Gambar 4.19 <i>Imagery Instagram Post</i> .....	31
Gambar 4.20 <i>Imagery Instagram Guide</i> .....	32
Gambar 4.21 Uraian Proses Produksi .....	34

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Ilmiah.....	7
Tabel 3.1 Volume Konten.....	15



## ABSTRAK

Media musik di Indonesia kembali bersinar 5 tahun belakangan ini (2018-2023). Setelah sebelumnya sempat meredup setelah era jayanya saat media cetak jadi pilihan utama masyarakat dalam konsumsi berbagai hal soal ulasan dana trivia soal musik. Kini dengan kemudahan berinternet dan berbagai media yang ditawarkan di dalamnya menjadikan pelaku *rock journalism* tidak hanya milik perusahaan media saja, namun juga merambah ke kelompok-kelompok (kolektif) bahkan perorangan (mandiri). Maka dari itu muncul lah berbagai media alternatif yang muncul diberbagai *platform* media yang dapat dibentuk secara mandiri. Dalam praktiknya, media musik tidak hanya punya peran dalam menghadirkan ulasan-ulasan menarik dalam berbagai tulisan yang diterbitkan. Media musik juga membutuhkan identitas visual sebagai daya tarik dan bentuk komunikasi visual sehingga kemudian dapat menarik pembaca untuk membaca tulisan-tulisannya juga mengikuti media tersebut sebagai sebuah *brand*. Hal-hal tersebut menjadi alasan dalam perancangan identitas visual Resonansia baik secara *brand* dan konten-konten yang akan dihadirkan. Sebagai media yang diciptakan secara mandiri, perancangan identitas visual menjadi titik awal yang penting agar Resonansia menjadi media yang *sustainable* dan menciptakan pasar yang jelas, tepat sasaran, dan dapat dinikmati berbagai sajiannya. Dapat disimpulkan perancangan ini dapat menjadi referensi dan membantu Resonansia dan media-media lain agar memiliki identitasnya visual sendiri dan menjadikannya sebagai salah satu promosi untuk menarik pembaca dari konten-konten yang dibuat.

**Kata Kunci:** media musik, identitas visual, komunikasi visual, *rock journalisme*

## **ABSTRACT**

*Music media in Indonesia has shone again in the last 5 years (2018-2023). After previously fading after its heyday when print media became the public's main choice for consuming various things, reviews and trivia about music. Now, with the ease of internet and the various media offered in it, rock journalism practitioners do not only belong to media companies, but also spread to groups (collectives) and even individuals (independent). Therefore, various alternative media emerged on various media platforms that could be formed independently. In practice, music media does not only have a role in presenting interesting reviews in various published articles. Music media also needs a visual identity as an attraction and form of visual communication so that it can attract readers to read the writings and also follow the media as a brand. These things are the reasons for designing Resonansia's visual identity, both in terms of brand and the content that will be presented. As media that is created independently, designing a visual identity is an important starting point so that Resonansia becomes a sustainable media and creates a market that is clear, targeted, and can be enjoyed by its various offerings. It can be concluded that this design can be a reference and help Resonansia and other media to have their own visual identity and use it as a promotion to attract readers from the content created.*

**Keywords:** *music media, visual identity, visual communication, rock journalism*