

SKRIPSI
SKEMA VISUAL CONTENT CREATOR
PERANCANGAN BRAND IDENTITY PADA NOBLE
COFFEE YOGYAKARTA



Disusun Oleh :

Wahyudi

17.96.0044

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2022

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PERANCANGAN BRAND IDENTITY PADA NOBLE
COFFEE YOGYAKARTA

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



Oleh:

WAHYUDI 17.96.0044

Dosen Pembimbing:

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
(2022)

**PERSETUJUAN
SKRIPSI
PERANCANGAN BRAND IDENTITY
PADA NOBLE COFFEE YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**WAHYUDI
17.96.0044**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 26 Oktober 2022

Dosen Pembimbing,



Nurfiy Yudhistira, S.I.Kom, M.A.

NIK. 190302435

PENGESAHAN
SKRIPSI
PERANCANGAN BRAND IDENTITY
PADA NOBLE COFFEE YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wahyudi

17.96.0044

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 26 Oktober 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom., M.A.

NIK. 190302435

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.

NIK. 190302476

Kartika Sari Yudaningsgar S.I.Kom., M.A.

NIK. 190302444

Tanda Tangan





Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 26 Oktober 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Lutfhi, S.T., M.Kom

NIK. 190302125

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR* PERANCANGAN BRAND IDENTITY PADA NOBLE COFFEE YOGYAKARTA

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

Diajukan oleh:

WAHYUDI

17.96.0044

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A.

(NIK. 190302435)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng
NIK. 190302107

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : WAHYUDI

NIM : 17.96.0044

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Fakultas : Ekonomi dan Sosial

Universitas : 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, 26 Agustus 2022

Yang Memberikan Pernyataan



Wahyudi

NIM 17.96.0044

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis 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. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng (Kaprosdi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta).
4. Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A. (Pembimbing)
5. Mas Alvin Dwiarta Putra selaku pemilik Noble Coffee yang sudah mengizinkan tempat sebagai tempat penelitian.
6. Kedua orang tua, kepada Bapak Manja Lifa dan Ibu Marhasiah yang telah mendukung saya sampai tahap penyelesaian skripsi dengan semangat.
7. M. Khusainur Rifai, Bayu Damar, Inne Pratiwi, Rekan Noble Coffee, Kak Sumiati, Mas Yudo, M. Rizki Saputra, Iham Jagat, Bagas Yofa, Kak Karin Ramadhani, Dinar, Arkan, Naya, Luqmanul, Ricky Sihombing, Kak Aurelia Ulvi, Kak Angger, Marcel Christofel, Wafiqula, Shery Viane Meira, Meeiw terimakasih banyak yang sudah memberikan dukungan serta motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Dan seluruh pihak yang tidak bisa dituliskan satu persatu oleh penulis, terimakasih banyak atas dukungannya.

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

Yogyakarta, 26 Agustus 2022



Wahyudi

DAFTAR ISI

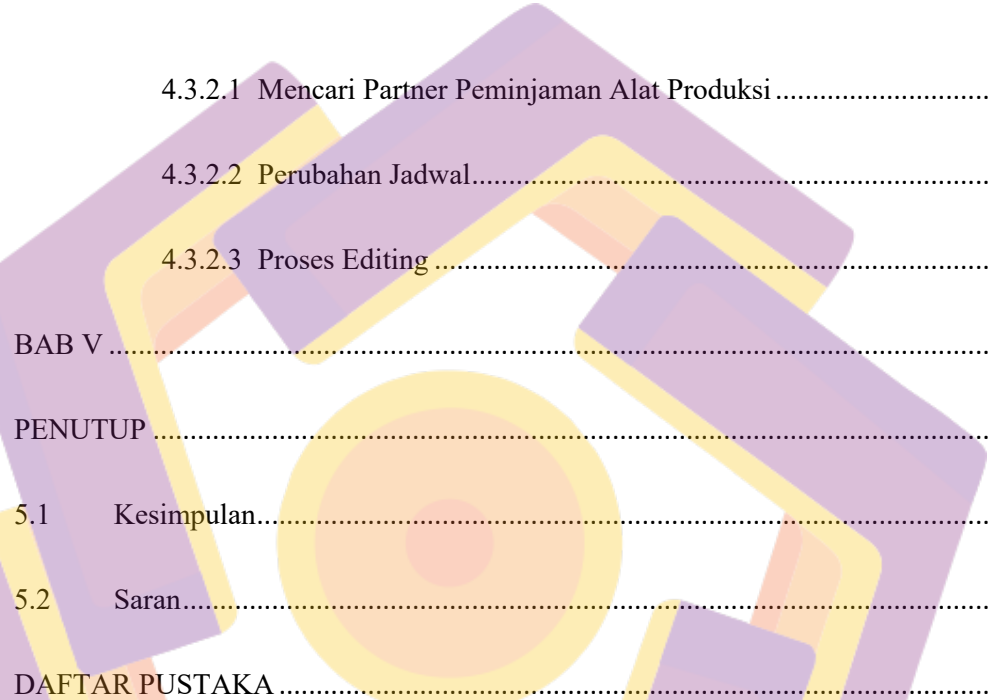
Halaman Sampul

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	vii
LEMBAR PERNYATAAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
ABSTRAK.....	xxi
ABSTRACT.....	xxii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	2
1.4 Manfaat Perancangan.....	2
BAB II.....	4
TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Referensi Karya.....	4
2.2 Landasan Teori.....	5

2.2.1	Tinjauan Brand	5
2.2.2	Prinsip Branding	7
2.2.3	Konsep Branding	7
2.2.4	Tinjauan Rebranding	8
2.2.5	Logo Desain.....	9
2.2.5.1	Logo Letter Mark	10
2.2.5.2	Logo Wordmarks	10
2.2.5.3	Logo Pictorial Mark	11
2.2.5.4	Logo Abstrak	11
2.2.5.5	Logo Maskot	12
2.2.5.6	Logo Lambang	12
2.2.5.7	Logo Kombinasi.....	13
2.2.6	Komposisi Dalam Desain	14
2.2.7	Pengertian Fotografi	15
2.2.8	Still Life Photography.....	15
2.2.9	Sejarah Food Photography.....	17
2.2.9.1	Food Photography	17
2.2.9.2	Tinjauan Food stylist.....	18

2.2.10	Definisi Majalah	18
2.2.10.1	Daftar Menu	19
2.2.10.2	Pengertian Tipografi	20
BAB III		22
RENCANA PERANCANGAN		22
3.1	Gambaran Rancangan Karya	22
3.1.1	Judul Content dan Kategori Content Creator	22
3.1.2	Format Content	22
3.1.3	Format Media	23
3.1.4	Volume Content	24
3.1.5	Target Audience	26
3.1.6	Periode Publikasi Content	27
3.2	Gambaran Isi Pesan Karya	27
BAB IV		30
ULASAN KARYA		30
4.1	Deskripsi Karya	30
4.1.1	Bentuk	30
4.1.2	Warna	31

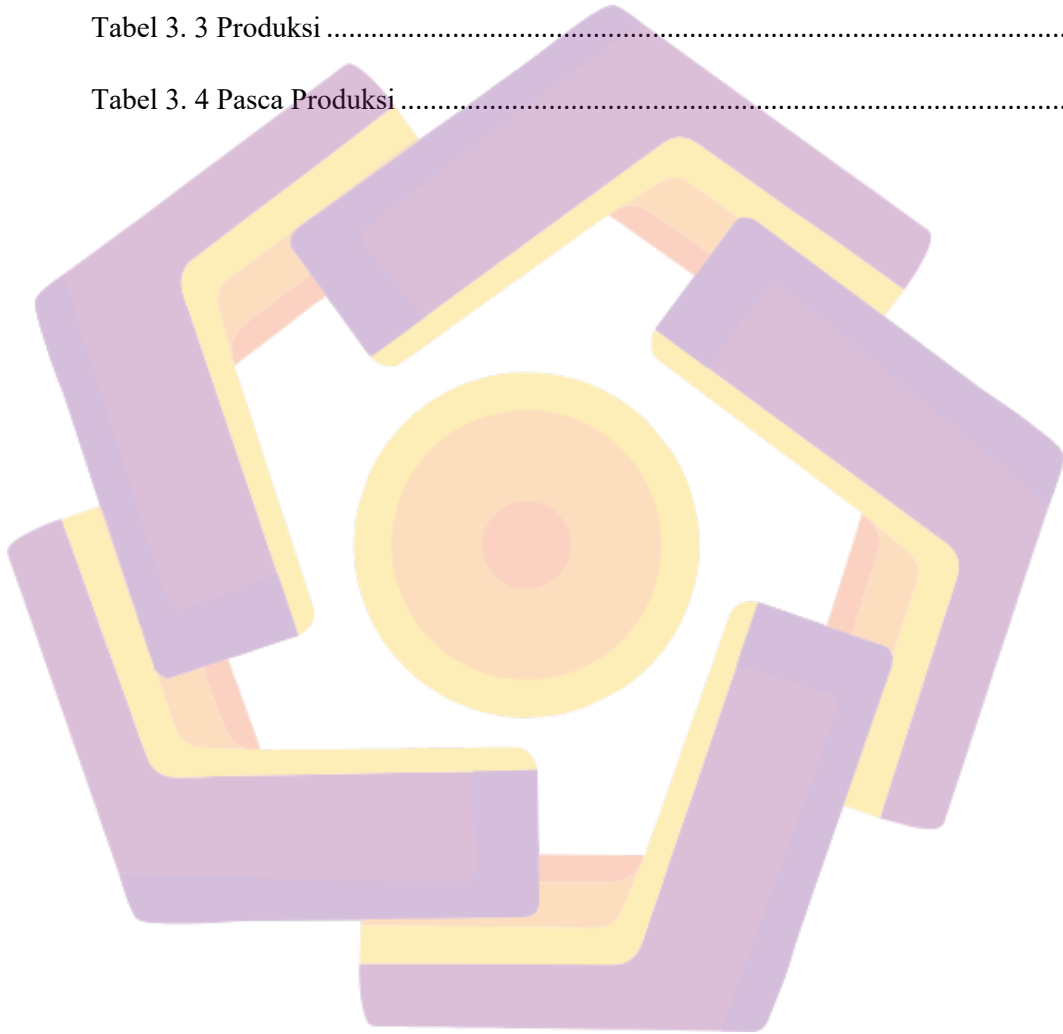
4.1.3	Tipografi	32
4.1.4	Logo Kombinasi	34
4.1.5	Food Pail.....	35
4.1.6	Paper Cup	36
4.1.7	Plastic Cup.....	37
4.1.8	Paper Bag.....	38
4.1.9	Totebag.....	39
4.1.10	Pattern.....	40
4.1.11	Daftar Menu.....	41
4.1.12	Majalah Perusahaan	42
4.2	Uraian Proses Produksi.....	43
4.2.1	Pra Produksi.....	43
4.2.2	Produksi	45
4.2.3	Pasca Produksi	46
4.3	Kendala dan Pemecahan Masalah	47
4.3.1	Kendala dalam proses produksi	47



4.3.1.1	Pendanaan Produksi	47
4.3.1.2	Miss Komunikasi dengan Pihak Bersangkutan	48
4.3.1.3	Proses Editing	48
4.3.2	Solusi Pemecahan Masalah.....	48
4.3.2.1	Mencari Partner Peminjaman Alat Produksi	48
4.3.2.2	Perubahan Jadwal.....	48
4.3.2.3	Proses Editing	49
BAB V	50
PENUTUP	50
5.1	Kesimpulan.....	50
5.2	Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

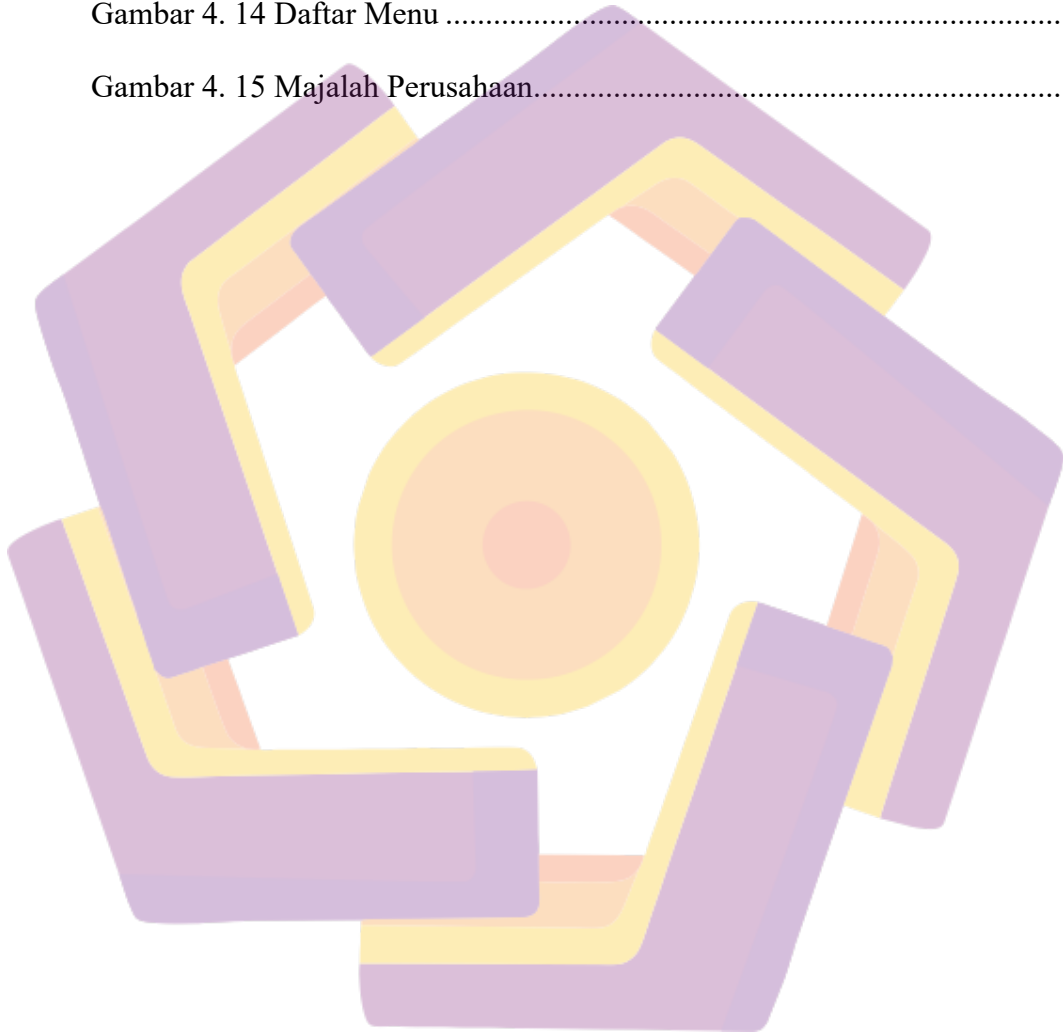
Tabel 3. 1 Volume Content yang di cetak.....	24
Tabel 3. 2 Pra Produksi.....	43
Tabel 3. 3 Produksi	45
Tabel 3. 4 Pasca Produksi	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Toyota	4
Gambar 2. 2 Solopuccino Coffee & Tea.....	5
Gambar 2. 3 Logo JNE.....	10
Gambar 2. 4 Logo NASA.....	11
Gambar 2. 5 Logo NIKE.....	11
Gambar 2. 6 Logo Subaru.....	11
Gambar 2. 7 Logo Michelin.....	12
Gambar 2. 8 Logo Paramount.....	12
Gambar 2. 9 Burger King.....	13
Gambar 3. 1 Logo Lama Noble Coffee.....	27
Gambar 3. 2 Noble Coffee.....	29
Gambar 4. 1 Bentuk dasar dari logo.....	31
Gambar 4. 2 Warna Primer.....	31
Gambar 4. 3 Warna sekunder.....	32
Gambar 4. 4 Font Montserrat.....	33
Gambar 4. 5 Prompt.....	33
Gambar 4. 6 Yellowtail Regular.....	34
Gambar 4. 7 Gambar Kombinasi Logo.....	35
Gambar 4. 8 Food Pail.....	36
Gambar 4. 9 Paper Cup.....	37

Gambar 4. 10 Plastic Cup.....	38
Gambar 4. 11 Paper Bag	39
Gambar 4. 12 Totebag.....	40
Gambar 4. 13 Pattern.....	41
Gambar 4. 14 Daftar Menu	41
Gambar 4. 15 Majalah Perusahaan.....	42



ABSTRAK

Dalam perkembangan visualisasi dari sebuah brand terutama dalam dunia *food and beverage* saat ini merupakan ujung tombak representasi dalam menarik minat pengunjung yang pertama kali datang ke *coffee shop*. Tampilan visual yang memukau dapat menjadi daya Tarik yang memikat serta menyihir dalam berbagai aspek, salah satunya produk-produk yang diciptakan yang, mempunyai peran sangat signifikan. Menambahkan nilai brand image agar mudah tertanam pada pengunjung yang terkait dengan perubahan logo sebagai identitas dan menambah ketertarikan pengunjung pada Noble Coffee dengan terhadap menu-menu makanan maupun minuman yang di sediakan oleh Noble Coffee juga menyediakan tempat yang nyaman dan strategis untuk tempat singgah sementara pelanggan sekedar duduk, ngobrol, ataupun mengerjakan tugas dan pekerjaannya. Penelitian ini menggunakan teori yang dirumuskan oleh Kotler dan Pfroertsch serta ingin membuktikan bahwa tampilan *brand identity* yang cukup efektif dapat meningkatkan jumlah kunjungan tamu. Perancangan ini juga bertujuan untuk menggambarkan *coffee shop* Noble Coffee, yang dimana perlunya perkembangan dalam suatu *visual identity* hingga desain produk Noble Coffee Yogyakarta.

Kata Kunci : Foto Makanan, Buku Menu, Brand Identity, Kedai Kopi

ABSTRACT

In the development of visualization of a brand, especially in the world of food and beverage, it is currently the spearhead of representation in attracting the interest of visitors who come to the coffee shop for the first time. A stunning visual appearance can be an attractive and bewitching attraction in various aspects, one of which is the products created which have a very significant role. Adding brand image value so that it is easily embedded in visitors related to changing the logo as an identity and increasing visitor interest in Noble Coffee with the food and drink menus provided by Noble Coffee also providing a comfortable and strategic place for customers to stop by temporarily. sitting, chatting, or doing assignments and work. This research uses the theory formulated by Kotler and Pfroertsch and wants to prove that an effective brand identity display can increase the number of guest visits. This design also aims to describe the Noble Coffee coffee shop, where there is a need for development in a visual identity as well as the product design of Noble Coffee Yogyakarta.

Keywords: *Food Photography, Menu Book, Brand Identity, Coffee Shop*