

**PENERAPAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI
SARANA *BRANDING IMAGE* STUDIO UNDANGAN KITA**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Edo Tya Rosadi

19.96.1459

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

PENERAPAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA *BRANDING IMAGE* STUDIO UNDANGAN KITA

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Edo Tya Rosadi
19.96.1459

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENERAPAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA BRANDING
IMAGE STUDIO UNDANGAN KITA**

Yang disusun dan diajukan oleh

Edo Tya Rosadi

19.96.1459

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 16 Mei 2025

Dosen Pembimbing



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

(NIK.190302444)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENERAPAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA BRANDING IMAGE STUDIO UNDANGAN KITA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Edo Tya Rosadi

19.96.1459

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

Pada tanggal 27 Februari 2024

Nama Penguji

Tanda Tangan

Nurbayti, S.I.Kom., M.A., Dr.

NIK 190302363

Andreas Tri Pamungkas S.Sos., M.A.

NIK : 190302522

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

NIK 190302444

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

23 Juni 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D.

NIK 190302125

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Edo Tya Rosadi
NIM : 19.96.1459
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, 25 Mei 2025



Edo Tya Rosadi

19.96.1459

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya berupa kesehatan dan umur panjang serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan Desain Komunikasi Visual Sebagai Sarana Branding Image Studio Undangan Kita”.

Sesungguhnya penyusunan skripsi ini tidak dapat selesai tanpa adanya bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Kartika Sari Yudaningsar, M.A selaku dosen pembimbing skripsi saya yang dengan ikhlas membimbing serta meluangkan waktunya.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Sosial khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta, yang telah memberikan ilmu pengetahuan.
5. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan yang tidak ada batasnya.
6. Kepada teman-teman penulis yang turut memberikan dukungan moral dan meluangkan waktunya untuk membantu penulis.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan saran dan kritik untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 24 Mei 2025

Penulis

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan Hidayahnya saya mempersembahkan karya ilmiah saya kepada:

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat, kemudahan dan kelancaran kepada saya, sehingga skripsi ini bisa selesai dengan baik, dan tidak lupa sholawat dan salam saya haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW.
2. Ibu, Bapak saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Terima kasih kepada Ibu Kartika Sari Yudaningsar, M.A sebagai dosen pembimbing skripsi, saya mengucapkan terima kasih atas masukan dan saran sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik dan lancar.
4. Terima kasih kepada Febriana Elsa Stefany yang selalu membantu, menghibur dan menyemangati saya selama pembuatan skripsi.
5. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang mampu berjuang sampai sejauh ini.

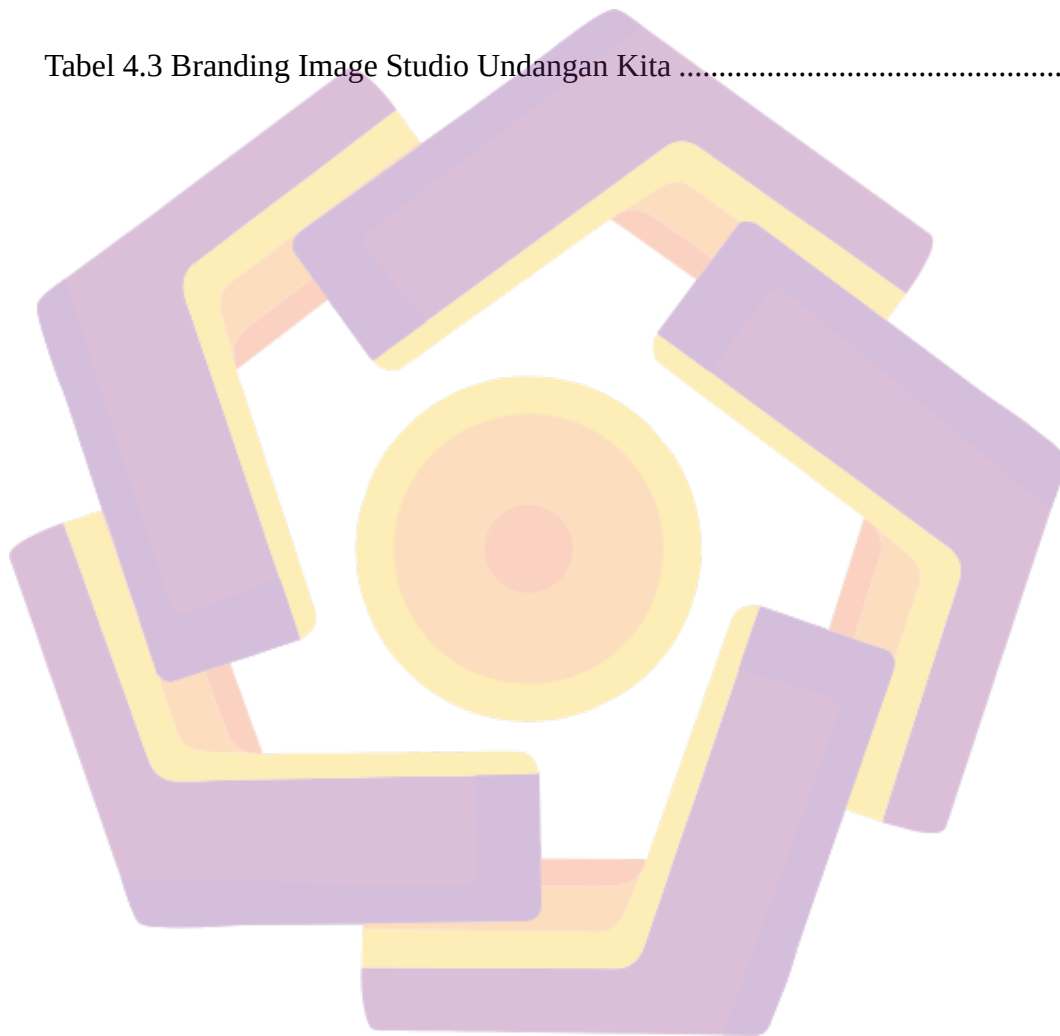
DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Pembahasan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Studi Literatur	9
2.2 Kerangka Berpikir	19
2.3 Dasar Teori	20
2.3.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	20

2.3.2 Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual	22
2.3.3 Prinsip Desain Komunikasi Visual.....	28
2.3.4 Brand Image	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Subjek dan Objek Penelitian	34
3.2 Jenis Penelitian.....	34
3.3 Sumber Data	35
3.4 Metode Pengumpulan Data	36
3.5 Pengumpulan Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Obyek Penelitian	43
4.2 Hasil Temuan Penelitian.....	45
BAB V PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Keaslian Penelitian	9
Tabel 4.1 Penerapan Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual.....	46
Tabel 4.2 Penerapan Prinsip Desain Komunikasi Visual	49
Tabel 4.3 Branding Image Studio Undangan Kita	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	19
Gambar 2.1 Warna Komplementer.....	24
Gambar 2.2 Warna Analogous.....	25
Gambar 2.3 Warna Triadic.....	25
Gambar 2.4 Warna Split Komplementer.....	26
Gambar 2.5 Warna Tetradik.....	26
Gambar 3.1 Tahapan dan Alur Teknik Analisis Data Model Interaktif.....	40
Gambar 4.1 Logo studio Undangan Kita.....	44
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	45
Gambar 4.3 Dokumentasi produk Undangan Kita.....	46
Gambar 4.4 Dokumentasi produk Undangan Kita.....	46
Gambar 4.5 Dokumentasi produk Undangan Kita.....	47
Gambar 4.6 Dokumentasi produk Undangan Kita.....	47
Gambar 4.7 Foto Produk Undangan Kita.....	48
Gambar 4.8 Foto Produk Undangan Kita.....	49
Gambar 4.9 Foto Produk Undangan Kita.....	50
Gambar 4.10 Foto Produk Undangan Kita.....	50

ABSTRAK

Digital printing adalah salah satu sub kategori dari printing komersial yang mempunyai keunggulan pada kecepatan pencetakan lembaran dokumen secara langsung melalui komputer tanpa melalui bantuan perantara seperti film atau pencetakan pelat seperti yang ada pada percetakan offset konvensional. Pesatnya industri tersebut menjadi latar belakang untuk menjalankan bisnisnya pada bidang percetakan salah satunya adalah Studio Undangan Kita. Setiap usaha (UMKM) akan memiliki ciri khas atau keunikan tersendiri yang mereka tawarkan kepada konsumennya agar menarik daya beli mereka terhadap produk yang dijual, oleh sebab itu perlu adanya *branding image* yang dilakukan oleh suatu perusahaan salah satunya melalui penerapan desain komunikasi visual yang tepat. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan cara pendekatan kualitatif. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi dengan pemilik usaha, admin serta customer studio Undangan Kita. Hasil dari penelitian ini Studio Undangan Kita sebagai UMKM kreatif yang bergerak di bidang percetakan undangan telah menggunakan setiap unsur Desain Komunikasi Visual.

Kata Kunci: Digital Printing, Desain Komunikasi Visual, UMKM, Branding Image

ABSTRACT

Digital printing is one of the subcategories of commercial printing that has the advantage of printing document sheets directly through a computer without the help of intermediaries such as film or plate printing as in conventional offset printing. The rapid growth of the industry is the background for running its business in the printing sector, one of which is Studio Undangan Kita. Every business (UMKM) will have its own characteristics or uniqueness that they offer to consumers in order to attract their purchasing power for the products sold, therefore there needs to be a branding image carried out by a company, one of which is through the application of appropriate visual communication design. This research is a descriptive study with a qualitative approach. Researchers collect data through interviews and documentation with business owners, admins and customers of Studio Undangan Kita. The results of this study Studio Undangan Kita as a creative UMKM engaged in the field of invitation printing has used every element of Visual Communication Design.

Keywords: Digital Printing, Visual Communication Design, UMKM, Branding Image