

**PENERAPAN TEORI *LETTER MARK* DALAM PEMBUATAN
LOGO SEBAGAI CORPORATE IDENTITY PADA
FORTUNA WEDDING GALLERY
DAN DEKORASI**

SKRIPSI SKEMA ARTIS



Oleh :

Rifka Surya Abdi 21.96.2297

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA**

2025

**PENERAPAN TEORI *LETTER MARK* DALAM PEMBUATAN
LOGO SEBAGAI CORPORATE IDENTITY PADA
FORTUNA WEDDING GALLERY
DAN DEKORASI**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

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



Oleh :

Rifka Surya Abdi 21.96.2297

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENERAPAN TEORI *LETTER MARK* DALAM PEMBUATAN LOGO
SEBAGAI CORPORATE IDENTITY PADA FORTUNA WEDDING
GALLERY DAN DEKORASI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rifka Surya Abdi

NIM 21.96.2297

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 04 Agustus 2025

Dosen Pembimbing



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

NIK.190302445

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENERAPAN TEORI *LETTER MARK* DALAM PEMBUATAN LOGO
SEBAGAI CORPORATE IDENTITY PADA FORTUNA WEDDING
GALLERY DAN DEKORASI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rifka Surya Abdi

NIM 21.96.2297

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 25 Juli 2025

Nama Penguji

Wiwid Adiyanto, A.Md., S.I.Kom., M.I.Kom.

NIK. 190302477

Riski Damastuti, S.Sos., M.A.

NIK. 190302475

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

NIK. 190302445

Tanda Tangan



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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Lutfi, S.T., M.Kom., P.hd

NIK.19030212

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 07 Agustus 2025



Rifka Surya Abdi

NIM: 21.96.2297

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. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T. M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng selaku Kaprodi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A selaku Dosen Pembimbing.
5. Fortuna Wedding Gallery dan Dekorasi sebagai Pihak instansi/objek penelitian.

Yogyakarta, 07 Agustus 2025



Rifka Surya Abdi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Pembuatan Karya	5
1.3 Manfaat Penciptaan Karya	5
1.3.1 Manfaat Karya Secara Akademis	5
1.3.2 Manfaat Karya Secara Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Referensi Karya Sebelumnya	6
2.2.1 Logo Sebagai Elemen Utama <i>Corporate Identity</i>	11
2.2.2 Teori <i>Letter mark</i>	13
2.2.3 Penerapan Teori <i>Letter mark</i> Dalam Pembuatan Logo.....	14
BAB III METODE PEMBUATAN KARYA.....	16
3.1 Riset Dalam Pra Produksi.....	16

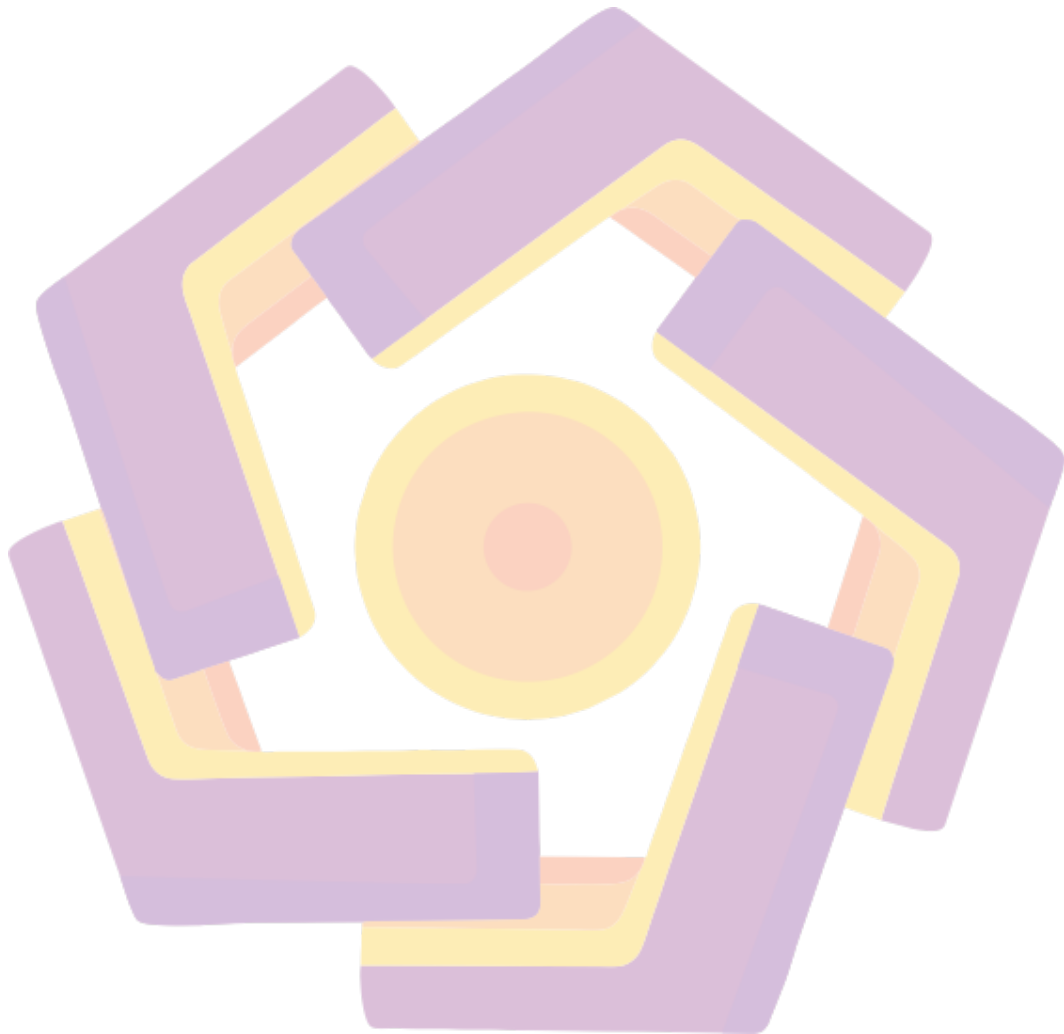
3.2 Deskripsi Karya	16
3.2.1 Format Media	16
3.2.2 Ukuran dan perbandingan proporsional logo	17
3.2.3 Latar Belakang Desain Logo	17
3.2.4 Proses Perancangan	18
3.2.5 Elemen Desain	18
3.2.6 Hasil Akhir	19
3.2.7 Kesimpulan	19
BAB IV PEMBAHASAN HASIL KARYA	20
4.1 Logo Sebagai Corporate Identity	20
4.2 Filosofi Logo	23
4.2.1 Elemen Siluet wajah Wanita	23
4.2.2 Elemen Helai rambut	24
4.2.3 Elemen Daun	25
4.2.4 Letter mark pada logo	26
4.3 Tipografi	28
4.3.1 Beauty Luxury	29
4.3.2 Adobe Devanagari	30
4.3 Pemilihan Warna	31
4.3.1 Gradiasi Warna Emas Pada Logo Versi 1	34
4.3.2 Warna Hitam Pada Logo Versi 1	35
4.3.3 Warna Hitam Pada Logo Versi 2	36
4.3.4 Warna Putih Pada Logo Versi 2	37
4.4 Alasan Penggunaan Bahasa Indonesia dan Inggris dalam Logo	38
4.4 Proses Perancangan	38

4.5 Implementasi Karya.....	40
4.5.1 <i>Polo Shirt</i>	40
4.5.2 <i>Tumbler</i>	41
4.5.3 <i>ID Card</i>	43
4.5.4 <i>Mug</i>	45
4.5.4 Gantungan Kunci	46
BAB V PENUTUP	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	49
5.2.1 Saran Akademis	49
5.2.2 Saran Praktis	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	51

DAFTAR GAMBAR

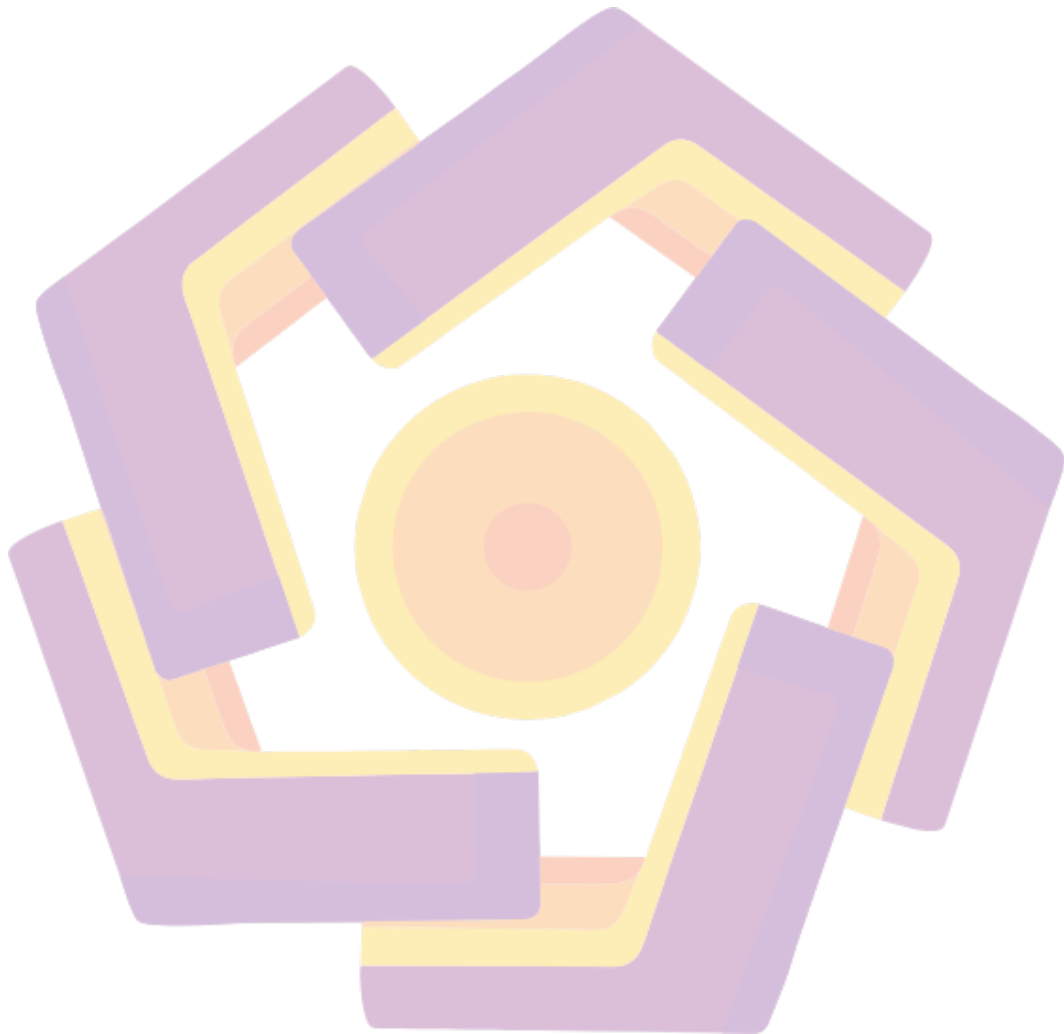
Gambar 1. 1 Perubahan logo Facebook	3
Gambar 1. 2 Logo-logo Fortuna Wedding Gallery dan Dekorasi.....	4
Gambar 2. 1 Logo Louis Vuitton	6
Gambar 2. 2 Logo DRWSkincare	7
Gambar 2. 3 Logo Risye Wedding Gallery.....	8
Gambar 2. 4 Contoh Logo Kategori Logotype	12
Gambar 2. 5 Contoh Logo Kategori Logogram	12
Gambar 2. 6 Contoh Logo Kategori Combination Mark	13
Gambar 2. 7 Contoh Logo Letter Mark	14
Gambar 4. 1 Logo Fortuna Wedding dan Dekorasi Versi 1	22
Gambar 4. 2 Logo Fortuna Wedding dan Dekorasi Versi 1	22
Gambar 4. 3 Filosofi Elemen Siluet Wajah Wanita.....	24
Gambar 4. 4 Filosofi Elemen Helai Rambut.....	25
Gambar 4. 5 Filosofi Elemen Daun	26
Gambar 4. 6 Letter Mark Pada Logo	27
Gambar 4. 7 Font Beauty Luxury	29
Gambar 4. 8 Tipografi FORTUNA Pada Logo.....	30
Gambar 4. 9 Font Adobe Devanagari	30
Gambar 4. 10 Tipografi WEDDING GALLERY & DEKORASI Pada Logo "Fortuna Wedding Gallery dan Dekorasi"	31
Gambar 4. 11 Color Palette Logo	32
Gambar 4. 12 Color Palette Logo	33
Gambar 4. 13 Gradiasi Warna Emas Pada Logo.....	34
Gambar 4. 14 Warna Hitam Pada Logo	35
Gambar 4. 15 Warna Hitam Pada Logo	36
Gambar 4. 16 Warna Putih Pada Logo.....	37
Gambar 4. 17 Desain logo sebelum direvisi	40
Gambar 4. 18 Desain akhir logo	40
Gambar 4. 19 Implementasi Polo Shirt.....	41

Gambar 4. 20 Implementasi Tumbler	42
Gambar 4. 21 Implementasi ID Card	44
Gambar 4. 22 Implementasi ID Card	45
Gambar 4. 23 Implementasi Mug.....	46
Gambar 4. 24 Implementasi Gantungan Kunci.....	47



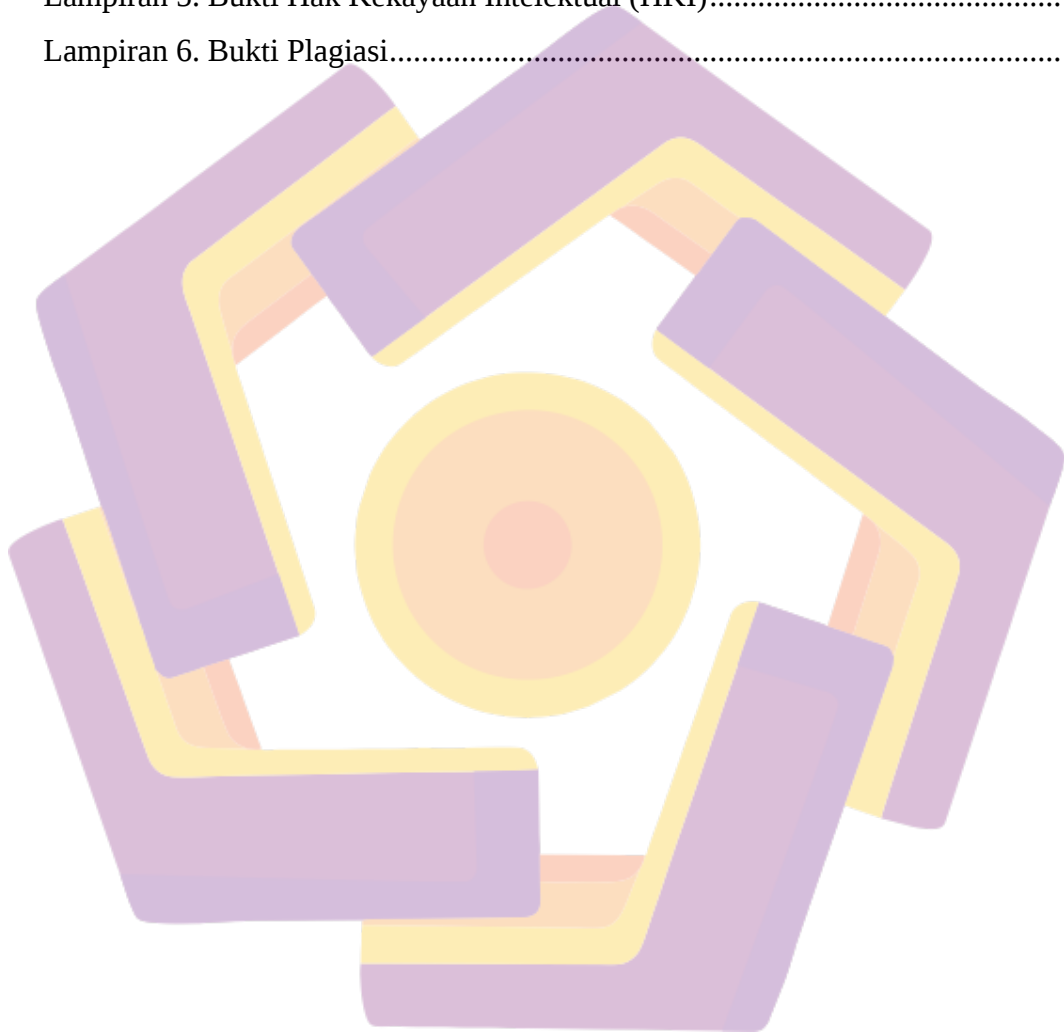
DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Ukuran dan perbandingan proporsional logo.....	17
Tabel 4. 1 Proses Perancangan Pembuatan Logo.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tautan Karya	53
Lampiran 2. Kebutuhan Peralatan dan Properti	53
Lampiran 3. Timeline.....	53
Lampiran 4. Dokumentasi.....	55
Lampiran 5. Bukti Hak Kekayaan Intelektual (HKI).....	56
Lampiran 6. Bukti Plagiasi.....	57



ABSTRAK

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, citra perusahaan atau *corporate identity*, khususnya logo, memegang peranan penting dalam membentuk persepsi publik dan daya tarik suatu perusahaan. Fortuna Wedding Gallery dan Dekorasi, sebagai penyedia jasa pernikahan yang berdiri sejak tahun 2019, menghadapi tantangan inkonsistensi identitas visual akibat seringnya perubahan logo. Inkonsistensi ini berpotensi menurunkan nilai merek dan kepercayaan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan logo baru yang bersifat permanen bagi Fortuna Wedding Gallery dan Dekorasi dengan menerapkan teori *letter mark*. Logo ini dirancang untuk membangun identitas perusahaan yang kuat, meningkatkan kesadaran merek, dan memperkuat kepercayaan konsumen melalui filosofi desain yang mendalam. Logo dirancang menggunakan teori *letter mark*, yang memanfaatkan inisial "F" dari nama perusahaan sebagai elemen utama. Elemen ini dipadukan dengan tipografi penjelas, siluet wajah wanita bergelombang, dan bentuk daun yang menyatu. Logo dibuat dalam format vektor (CDR CorelDRAW) untuk memastikan skalabilitas tanpa kehilangan kualitas, serta dapat diekspor ke berbagai format lain untuk keperluan digital maupun cetak. Logo yang dirancang ini kemudian diimplementasikan ke berbagai media promosi seperti kaos, pin *button*, *ID card*, stiker, dan gantungan kunci. Desain logo "Fortuna Wedding Gallery dan Dekorasi" berhasil menciptakan identitas visual yang kuat dan relevan dengan nilai-nilai perusahaan. Melalui elemen-elemen desain yang dipilih, logo ini tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mampu menyampaikan pesan yang mendalam kepada calon konsumen atau publik, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek dan kepercayaan pelanggan.

Kata Kunci: *Corporate Identity, Letter Mark, Logo, Fortuna Wedding Gallery dan Dekorasi*

ABSTRACT

In an era of increasingly competitive business competition, corporate image or corporate identity, especially logos, plays an important role in shaping public perception and the appeal of a company. Fortuna Wedding Gallery and Decoration, as a wedding service provider established in 2019, faces the challenge of inconsistent visual identity due to frequent logo changes. This inconsistency has the potential to reduce brand value and consumer trust. This study aims to create a new, permanent logo for Fortuna Wedding Gallery and Decoration by applying the letter mark theory. This logo is designed to build a strong corporate identity, increase brand awareness, and strengthen consumer trust through a deep design philosophy. The logo is designed using the letter mark theory, which utilizes the initial "F" from the company name as the main element. This element is combined with explanatory typography, a wavy female face silhouette, and a unified leaf shape. The logo is created in vector format (CorelDRAW CDR) to ensure scalability without losing quality, and can be exported to various other formats for digital and print purposes. The designed logo is then implemented into various promotional media such as t-shirts, pin buttons, ID cards, stickers, and key chains. The logo design for "Fortuna Wedding Gallery and Decoration" has succeeded in creating a strong visual identity that is relevant to the company's values. Through the selected design elements, this logo is not only visually appealing but also able to convey a deep message to potential consumers or the public, so that it is expected to increase brand awareness and customer trust.

Keywords: Corporate Identity, Letter Mark, Logo, Fortuna Wedding Gallery and Decoration