

**PERANCANGAN ULANG DAN IMPLEMENTASI IDENTITAS
VISUAL KALANDRA DALAM MEMBANGUN *BRAND*
*AWARENESS***

SKRIPSI SKEMA VISUAL *CONTENT CREATOR*

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

Universitas Amikom Yogyakarta



Disusun oleh:

DESINTA MAHARANI
22.96.3268

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 - ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

**PERANCANGAN ULANG DAN IMPLEMENTASI IDENTITAS VISUAL
KALANDRA DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

SKRIPSI SKEMA VISUAL *CONTENT CREATOR*

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



Disusun oleh:

DESINTA MAHARANI
22.96.3268

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 - ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI SKEMA VISUAL CONTENT CREATOR

**PERANCANGAN ULANG DAN IMPLEMENTASI IDENTITAS VISUAL
KALANDRA DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Desinta Maharani
22.96.3268

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 23 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



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

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI SKEMA VISUAL CONTENT CREATOR

PERANCANGAN ULANG DAN IMPLEMENTASI IDENTITAS VISUAL KALANDRA DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Desinta Maharani
22.96.3268

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 23 Februari 2026

Nama Penguji

Zahrotus Sa'idah, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302448

Dr. Nurbayti, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302363

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

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
23 Februari 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D.
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, 09 Februari 2026



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Desinta Maharani'.

Desinta Maharani
NIM. 22.96.3268

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. Rivga Agusta, S.IP., M.A. (Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Sheila Lestari Giza Pudrianisa, S.I.Kom., M.I.Kom. (Pembimbing)
5. Dimas (Pengelola KALANDRA)
6. Orang tua penulis
7. Dan semua pihak yang sudah mendukung penulis untuk menyelesaikan karya ini.

Yogyakarta, 09 Februari 2026



Desinta Maharani

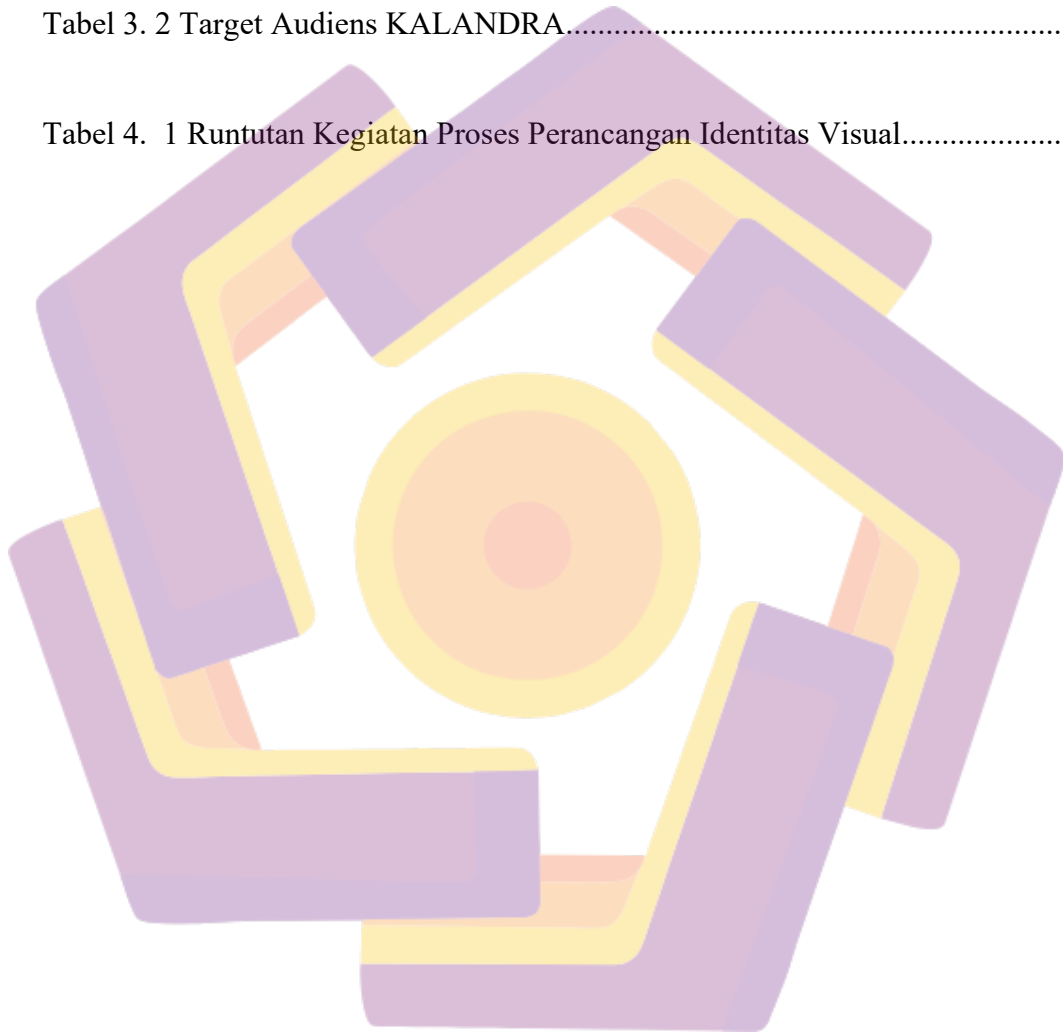
DAFTAR ISI

PERANCANGAN ULANG DAN IMPLEMENTASI IDENTITAS VISUAL KALANDRA DALAM MEMBANGUN <i>BRAND AWARENESS</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Manfaat Penciptaan Karya.....	13
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Referensi Karya Sebelumnya	14
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1. Identitas Visual.....	19
2.2.2. Logo.....	20
2.2.3. Teori Warna	23
2.2.4. Tipografi	34
2.2.5. <i>Brand awareness</i>	38
BAB III.....	41
METODE PEMBUATAN KARYA	41
3.1 Gambaran Rancangan Karya	41
3.1.1 Judul <i>Content</i> dan Kategori <i>Visual Content Creator</i>	42

3.1.2	Format Konten	44
3.1.3	Format Media.....	45
3.1.4	Volume Konten.....	46
3.1.5	Target Audiens.....	51
3.1.6	Periode Publikasi Konten.....	54
3.2	Gambaran Isi Pesan Karya.....	55
BAB IV		58
PEMBAHASAN HASIL KARYA		58
4.1	Deskripsi Karya	58
4.1.1.	Perubahan Logo	61
4.1.2.	Implementasi Karya	76
4.2	Uraian Proses Produksi.....	86
4.3	Kendala dan Pemecahan Masalah	88
BAB V		89
PENUTUP		89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran	90
5.2.1	Saran Akademis	90
5.2.2	Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN		95

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Referensi Karya Sebelumnya.....	14
Tabel 2. 2 Referensi Logo	17
Tabel 3. 1 Output dan Volume Karya	46
Tabel 3. 2 Target Audiens KALANDRA.....	51
Tabel 4. 1 Runtutan Kegiatan Proses Perancangan Identitas Visual.....	86



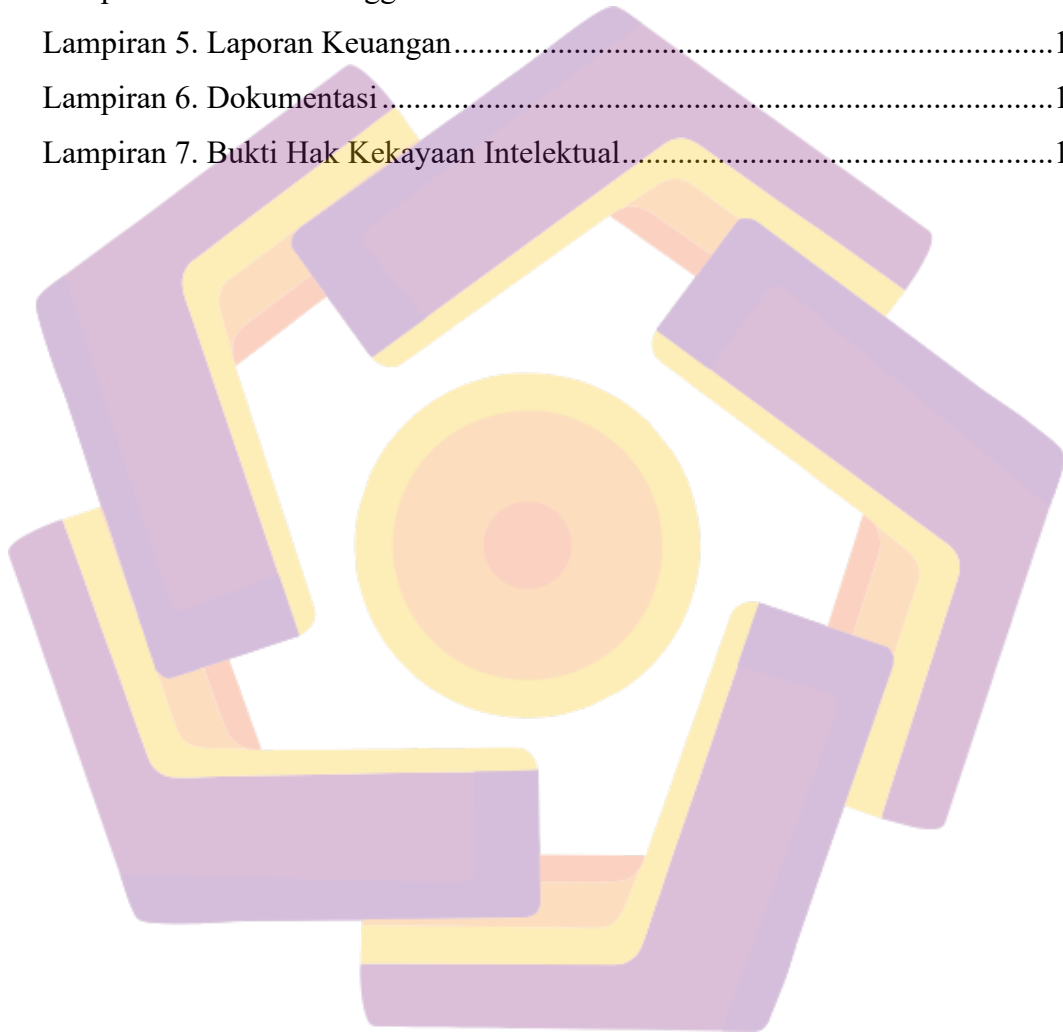
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Indeks Supremasi Hukum Negara ASEAN 2024.....	1
Gambar 1. 2 Peringkat Polda Menurut Jumlah Kejahatan dan Risiko Penduduk Terkena Kejahatan, 2024.....	2
Gambar 1. 3 Kriminalitas DIY Sepanjang 2025	3
Gambar 1. 4 Website KALANDRA	6
Gambar 1. 5 Status Pembentukan Kelurahan/Kalurahan Sadar Hukum di Kabupaten/Kota DIY.....	7
Gambar 1. 6 Dokumentasi Konsultasi Hukum	7
Gambar 1. 7 Fitur Konsultasi Hukum Online	8
Gambar 1. 8 Dokumentasi Penyuluhan Hukum di Kalurahan Plumbon	9
Gambar 1. 9 Penyebaran Organisasi Bantuan Hukum di DIY	10
Gambar 1. 10 Logo KALANDRA	11
Gambar 2. 1 Contoh Logo Logogram	22
Gambar 2. 2 Contoh Logo Logotype	22
Gambar 2. 3 Contoh Logo Combination Mark	23
Gambar 2. 4 Warna Primer	24
Gambar 2. 5 Warna Sekunder	25
Gambar 2. 6 Warna Tersier	26
Gambar 2. 7 Warna Netral	26
Gambar 2. 8 Warna Komplementer	27
Gambar 2. 9 Warna Analogous	28
Gambar 2. 10 Warna Triadic.....	28
Gambar 2. 11 Warna Split Komplementer	29
Gambar 2. 12 Warna Tetradic (Rectangle)	29
Gambar 2. 13 Warna RGB	30
Gambar 2. 14 Warna CMYK	30
Gambar 2. 15 Warna HSB.....	31
Gambar 2. 16 Contoh Huruf <i>Serif</i>	37

Gambar 2. 17 Contoh Huruf <i>Sans Serif</i>	37
Gambar 2. 18 Contoh Huruf Script	38
Gambar 2. 19 Contoh Huruf Decorative	38
Gambar 2. 20 Piramida <i>Brand Awareness</i>	39
Gambar 4. 1 Sketsa Enam (6) Alternatif untuk Redesain Logo KALANDRA	62
Gambar 4. 2 Final Desain Logo KALANDRA.....	63
Gambar 4. 3 Filosofi Pemilihan Karakteristik Pada Logo	63
Gambar 4. 4 Filosofi Api dalam Obor.....	64
Gambar 4. 5 Filosofi Gagang dalam Obor	66
Gambar 4. 6 Filosofi Logotype Logo Baru	68
Gambar 4. 7 Color Pallete Logo.....	71
Gambar 4. 8 Pengimplementasian Logo Baru ke Berbagai Warna.....	74
Gambar 4. 9 <i>Font</i> Gildeon.....	74
Gambar 4. 10 Kop Surat KALANDRA	77
Gambar 4. 11 Stopmap KALANDRA	78
Gambar 4. 12 Stempel KALANDRA	79
Gambar 4. 13 X-banner KALANDRA	79
Gambar 4. 14 Leaflet KALANDRA	80
Gambar 4. 15 Kalender KALANDRA.....	81
Gambar 4. 16 Polo Shirt KALANDRA	82
Gambar 4. 17 Mug KALANDRA.....	82
Gambar 4. 18 Keychain KALANDRA	83
Gambar 4. 19 Stiker KALANDRA.....	84
Gambar 4. 20 Payung KALANDRA.....	84
Gambar 4. 21 Desain Template Instagram KALANDRA	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tautan Karya	96
Lampiran 2. Kebutuhan Peralatan	97
Lampiran 3. Timeline Kerja	97
Lampiran 4. Rencana Anggaran	99
Lampiran 5. Laporan Keuangan	100
Lampiran 6. Dokumentasi	100
Lampiran 7. Bukti Hak Kekayaan Intelektual	101



ABSTRAK

KALANDRA merupakan *platform* layanan hukum digital yang dihadirkan Kantor Wilayah Kementerian Hukum Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai upaya memfasilitasi masyarakat, khususnya di desa, untuk sadar hukum. Namun, identitas visual yang digunakan saat ini belum memiliki sistem visual yang konsisten, kurang merepresentasikan nilai profesionalitas layanan, serta belum mampu membangun kesadaran merek secara optimal di masyarakat yang berakibat pada rendahnya tingkat *brand awareness* KALANDRA sebagai layanan hukum digital. Berdasarkan permasalahan tersebut, karya ini bertujuan untuk merancang ulang dan mengimplementasikan identitas visual KALANDRA melalui pendekatan Desain Komunikasi Visual dalam membangun *brand awareness*. Proses perancangan dilakukan dengan mentransformasikan nilai integritas, profesionalitas, dan aksesibilitas ke dalam elemen visual yang orisinal, didukung penerapan prinsip desain minimalis melalui pemilihan tipografi modern dan palet warna yang membangun rasa aman. Hasil perancangan menghasilkan logo baru berjenis *combination mark*, yaitu perpaduan antara simbol dan *logotype*, yang dipilih merepresentasikan kesan kewibawaan dan kepercayaan. Tipografi yang digunakan memadukan jenis *serif* dan *sans serif* untuk menghadirkan keseimbangan antara kesan formal, kredibel, dan modern. Sementara itu, harmonisasi warna menggunakan skema komplementer yang menciptakan kontras seimbang, sehingga menghasilkan identitas visual yang tegas, mudah dikenali, dan tetap komunikatif. Perancangan ini dilengkapi dengan penyusunan *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai acuan penerapan identitas visual secara konsisten pada berbagai media cetak dan digital, sehingga mampu menjadi strategi komunikasi visual yang efektif dalam membangun *brand awareness* KALANDRA secara berkelanjutan.

Kata kunci: identitas visual, *brand awareness*, kalandra

ABSTRACT

KALANDRA is a digital legal service platform introduced by the Regional Office of the Ministry of Law of the Special Region of Yogyakarta as an initiative to facilitate public legal awareness, particularly in rural areas. However, the current visual identity lacks a consistent visual system, does not adequately represent the professionalism of the service, and has not effectively built brand awareness among the public, resulting in limited recognition of KALANDRA. This condition contributes to the low level of brand awareness of KALANDRA as a digital legal service. Based on these issues, this work aims to redesign and implement KALANDRA's visual identity through a Visual Communication Design approach in order to strengthen brand awareness. The design process transforms the values of integrity, professionalism, and accessibility into original visual elements, supported by the application of minimalist design principles through the selection of modern typography and a color palette that conveys a sense of security. The final design results in a new combination mark logo, integrating a symbol and a logotype to represent authority and trust. The typography combines serif and sans-serif typefaces to create a balance between formality, credibility, and modernity. Meanwhile, the color harmonization applies a complementary scheme to produce balanced contrast, resulting in a visual identity that is firm, recognizable, and communicative. This project is complemented by the development of a Graphic Standard Manual (GSM) as a guideline for consistent implementation across various print and digital media, ensuring its effectiveness as a sustainable visual communication strategy in building KALANDRA's brand awareness.

Keywords: visual identity, brand awareness, kalandra