

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yuvita Putri Aulya
NIM : 16176029
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty – Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENCIPTAAN IDENTITAS VISUAL RANGKAIAN BUNGA MACHALETTA GIFT

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi
Pada Tanggal : Agustus 2020

Yang Menyatakan,

materai

Yuvita Putri Aulya
NIM. 16176029

ABSTRACT

Machaletta Gift is a business that is engaged in the creative industry, providing various types of flower arrangements for various events and celebrations. Internally, Machaletta Gift does not yet have a good and consistent visual identity to be recognized by the public. In order to compete with competitors, Machaletta Gift requires a visual identity that remains as an image of identity and differentiates it from other competitors.

The creation method used in the creation of a visual identity for Machaletta Gift is taken from several sources which include design briefs, research, brainstorming, mood boards, the manufacturing process, and finishing. This final project is compiled on the basis of data received from companies and research results with the end result of many competitors in similar fields who are more creative and innovative, requiring the Machaletta gift to strengthen its visual identity.

The orientation for the development of the idea of creating a visual identity includes the main media in the form of logos and supporting media in the form of hang tags, stickers, ribbons, packaging pins, key chains and t-shirts. It is hoped that the creation of this visual identity can make a meaningful contribution through positioning, in addition to strengthening competitiveness for other competitors that have developed at this time.

Keywords: Visual identity, logo, Machaletta Gift.

ABSTRAK

Machaletta Gift adalah usaha yang bergerak di bidang industri kreatif, menyediakan rangkaian bunga dalam beragam tipe untuk berbagai macam acara maupun perayaan. Dari sisi internal, Machaletta Gift belum memiliki identitas visual yang baik dan konsisten untuk dikenal masyarakat. Agar dapat bersaing dengan para kompetitor, Machaletta Gift membutuhkan identitas visual yang tetap sebagai citra identitas dan pembeda dari kompetitor lain.

Metode penciptaan yang digunakan dalam penciptaan identitas visual Machaletta Gift diambil dari beberapa sumber yang memuat design brief, riset, brainstorming, mood board, proses pembuatan, dan finishing. Tugas akhir ini disusun atas dasar data yang di terima dari perusahaan dan hasil riset dengan hasil akhir banyaknya kompetitor dibidang sejenis yang lebih kreatif dan inovatif mengharuskan Machaletta gift memperkuat identitas visualnya.

Orientasi pengembangan ide penciptaan identitas visual ini meliputi media utama berupa logo dan media pendukung berupa hang tag, stiker, pita, kemasan pin, gantungan kunci dan kaos. Diharapkan dengan adanya penciptaan identitas visual ini dapat memberi kontribusi yang berarti melalui *positioning*, di samping memperkuat daya saing bagi kompetitor lain yang telah berkembang pada saat ini.

Kata kunci: Identitas visual, logo, Machaletta Gift.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia kewirausahaan memiliki persentase yang cukup tinggi. Kementerian Koperasi dan UKM telah mencatat data statistik wirausaha yang ada di Indonesia, di sana telah terdaftar sekitar 36.885 wirausaha. Itu artinya semakin banyak brand-brand yang lahir kepermukaan, persaingan semakin ketat dan pergerakan tren bergerak dengan cepat.

Pada zaman sekarang, memasuki dunia industri tidak cukup dengan hanya mengenalkan sebuah produk dan membangun sebuah bisnis saja, karena setiap bisnis sudah ada kompetitornya (*Soebiantoro:3.06*). Jadi, perlu adanya suntikan brand dalam bisnis tersebut, pendapat itu dikemukakan oleh *Arto Soebiantoro*, seorang *brand activist Indonesia*.

Identitas selalu menjadi *key element* dalam proses membangun brand ditahap awal (*Soebiantoro:4.24*). Sebuah bisnis atau perusahaan perlu memiliki nilai dan rasa yang dapat kita bagikan pada mereka yang membeli produk/jasa kita. Memiliki nilai yang menjadikan bisnis/perusahaan tersebut dikenal dan diingat dalam setiap benak konsumen.

Penyampaian pesan dan nilai dapat dilakukan lewat elemen-elemen yang dapat diaplikasikan pada area-area medium yang tidak hanya dirasakan tetapi juga dapat dilihat, disentuh bahkan ditekan. Hal itu dilakukan agar persepsi yang disampaikan brand semakin dapat terlihat jelas karena visual yang menjadi penerapannya.

Salah satu brand baru yang ikut meramaikan perindustrian Indonesia adalah Machaletta gift yaitu sebuah usaha yang bergerak dibidang industri kreatif. Sebuah usaha yang berdiri pada pertengahan tahun 2019 ini menawarkan produk yang diharapkan dapat menjadi salah satu pilihan untuk mereka yang ingin menyampaikan pesan secara visual. Machaletta Gift menjadikan bunga sebagai bahan utama yang ditawarkan, dengan pengemasan kreatif sehingga menghasilkan sebuah buket bunga yang menarik.

Seperti apa yang dikemukakan *Arto Soebiantoro* di atas, *Machaletta gift* juga tentu memiliki kompetitor. Sebagian dari mereka telah memiliki sebuah identitas yang terbentuk dan penerapan elemen yang konsisten pada media yang mereka gunakan hal itu diketahui setelah melakukan sebuah pengamatan pada media online yang juga digunakan oleh *Machaletta gift* dalam menawarkan produknya.

Untuk dapat mempertahankan eksistensinya, *Machaletta gift* perlu membentuk sebuah identitas visual. *Penciptaan Identitas Visual Machaletta Gift* dilakukan dengan mengangkat citra perusahaan yang artistik. Penciptaan ini dilakukan dengan tujuan sebagai penguat *brand image* perusahaan agar semakin dikenal dan dipercaya oleh masyarakat. Dengan *brand* yang kemudian menjadi sebuah citra perusahaan yang baik akan dapat mempertahankan eksistensinya secara konsisten.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang terdapat pada sebuah brand *Machaletta Gift* dan harus diselesaikan dalam sebuah karya yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep identitas visual rangkaian bunga *Machaletta Gift*?
2. Bagaimana proses desain identitas visual rangkaian bunga *Machaletta Gift*?
3. Bagaimana analisis dan pembahasan identitas visual rangkaian bunga *Machaletta Gift*?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah perancangan ini akan terbatas pada *Penciptaan Identitas Visual Machaletta Gift* yaitu dengan mengaplikasikan ilmu *Desain Komunikasi Visual* dalam merancang logo sesuai dengan karakter toko bunga *Machaletta Gift*.

D. Tujuan Penciptaan

Berdasarkan ketiga hal yang ada pada rumusan masalah di atas, maka terdapat tiga tujuan perancangan yaitu sebagai berikut:

1. Menjelaskan konsep penciptaan identitas visual rangkaian bunga Machaletta Gift
2. Mengetahui proses desain penciptaan identitas visual rangkaian bunga Machaletta Gift
3. Menjelaskan analisis penciptaan identitas visual rangkaian bunga Machaletta Gift

E. Manfaat Penciptaan

1. Manfaat Praktis

Memberikan gambaran dan informasi mengenai strategi branding dalam membangun merek dan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman terkait pentingnya melakukan branding.

2. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan dan menambah data teori khususnya mengenai identitas visual.

F. Metode Penciptaan

Metode yang akan digunakan adalah metode penciptaan yang saya temukan dari beberapa sumber diantaranya, buku mendesain logo karya suryanti rustan, Ariefika seorang dosen Desain Komunikasi Visual Unindra, Khoiril Amri seorang brand designer dan Erick Azof seorang *freelancer*. Dari keempat sumber tersebut penulis menemukan metode untuk menyelesaikan permasalahan.

Metode penciptaan yang penulis lakukan untuk melakukan proses penciptaan ini yaitu sebagai berikut.

1. Design Brief

Tahap pertama yaitu design brief atau yang disebut penerangan singkat yang diberikan perusahaan atau perorangan kepada desainer agar mengetahui apa tujuan dari desain logo tersebut. Brief yang diberikan klien dibuat menjadi creative brief yang berisi poin-poin penting dari penerangan tersebut.

2. Riset

Riset merupakan proses analisis yang dilakukan secara sistematis yang bertujuan untuk menemukan suatu fakta. Riset yang dilakukan adalah Analisis SWOT, STP, USP dan studi pustaka.

3. *Brainstorming*

Brainstorming dilakukan untuk mencari *keyword* dan juga *key visual*. Dilakukan dengan cara membuat *mind mapping*. Dari *mind mapping* tersebut kita dapat menemukan konsep dan strategi kreatif untuk penciptaan identitas visual.

4. Mood Board

Mood board adalah media panduan desain. Mood board digunakan pula sebagai studi bentuk, visual dan tipografi.

5. Proses Pembuatan

Proses pembuatan termasuk menentukan alat dan bahan yang digunakan pembuatan sketsa kasar secara manual dan eksekusi digital.

6. Finishing

Tahap akhir penciptaan.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas berkenaan dengan laporan penciptaan karya desain yang berjudul *Penciptaan Identitas Visual Rangkaian Bunga Machaletta Gift*, maka karya tulis ini disusun dalam sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan perancangan, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis, metode penciptaan, serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI

Berisi tentang kajian teoritik yang berkaitan dengan penelitian dan penciptaan yang menjelaskan tentang pengertian, tujuan, konsep, proses serta kajian lain yang berhubungan dengan identitas visual.

BAB III METODE PENCIPTAAN

Menjelaskan metode penciptaan karya desain yang terdiri dari ide, sketsa, alat dan proses pembuatan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang analisis dan pembahasan penciptaan karya desain identitas visual.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari rumusan-rumusan masalah yang telah diselesaikan.

H. Jadwal Penelitian

Timeline Penciptaan					
No	Uraian Pekerjaan	Waktu Pelaksanaan			
		Mei	Juni	Juli	Agts
1	Pembuatan Judul				
2	Pengumpulan referensi				
3	Pengajuan Judul				
4	Pengumpulan data penelitian				
5	Bimbingan Tugas Akhir				
6	Sidang Tugas Akhir				