

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Nusa Putra, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sahila Muna Atalina

NIM : 16176011

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 :

**“Perancangan Visual Branding Produk Kerajinan Berbahan Dasar Bambu
(Muna98Craft di Sukabumi)”**

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 dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada tanggal : Agustus 2020

Yang menyatakan

Materai 6000

Sahila Muna Atalina

16176011

ABSTRACT

Visual Design of Branding Products Muna98Craft Bamboo Based Crafts in Sukabumi is intended to introduce muna98craft brand. The design of the logo of visual branding is taken from a signature form that resembles a boat product that is featured from muna98craft handicraft products. As well as the use of the concept and mission vision of the company Muna98Craft. The main design is the logo. Then the supporting media in the form of online media including Youtube, Instagram, Facebook.

Keyword: Visual Branding, Muna98Craft, Media.



ABSTRAK

Perancangan Visual Branding Produk Kerajinan Berbahan Dasar Bambu Muna98Craft di Sukabumi ditujukan untuk memperkenalkan brand Muna98Craft. Perancangan logo dari visual branding diambil dari bentuk tanda tangan yang menyerupai produk perahu yang diunggulkan dari produk kerajinan Muna98Craft. Serta penggunaan konsep dan visi misi dari perusahaan Muna98Craft. Perancangan utama adalah logo. Kemudian media pendukungnya berupa media *Online* di antaranya Youtube, Instagram, Facebook.

Kata Kunci : Visual Branding, Muna98Craft, Media.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	v
HALAMAN PERUNTUKAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	2
1.3.Batasan Masalah	2

1.4.Tujuan Penciptaan	3
1.5.Manfaat Penciptaan	3
1.6.Metode Penciptaan	4
1.7.Sistematika Penulisan	5
1.8.Jadwal Penciptaan dan Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Industri Kreatif di Indonesia	7
2.2 Craft	17
2.3 Bambu	20
2.4 Desain	25
2.5 Desain Komunikasi Visual	35
2.6 Branding	49
2.7 Visual Branding	55
2.8 Media Sosial	61
2.9 Fotografi	62
2.10 Videografi	63
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	60
3.1 Metode Penelitian	65
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	65
3.3 Muna98Craft	66
3.4 Ide	67
3.5 Visi dan Misi	67
3.6 Data Produk Muna98Craft	68
3.7 Analisis S.W.O.T	68
3.8 Target Audiens	69
3.9 Data Followers	71
3.10 Pengolahan Ide	71
3.11 Alat dan Bahan	71
3.12 Proses Berkarya	73
3.13 Wawancara	74
3.14 Angket	75

BAB IV ANALISIS	77
4.1 Analisis Konsep	77
4.2 Logo	77
4.3 Aplikasi Logo Pada Media Promosi	79
4.4 Analisis Visual	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95



Library Innovation Unit
LIU

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Timeline Penciptaan.....	6
Tabel 4.1 Kode Warna Pada Logo.....	78



Library Innovation Unit
LIU

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Periklanan.....	8
Gambar 2.2 Arsitektur.....	9
Gambar 2.3 Pasar Seni dan Barang Antik.....	10
Gambar 2.4 Kerajinan Bambu miniatur bulldozer.....	11
Gambar 2.5 Kerajinan Bambu Miniatur Perahu.....	11
Gambar 2.6 Kerajinan Bambu Miniatur Kereta Tenaga Uap.....	11
Gambar 2.7 Kerajinan Bambu Miniatur Teng baja.....	12
Gambar 2.8 Kerajinan Bambu Miniatur Mobil Uap.....	12
Gambar 2.9 Desain.....	13
Gambar 2.10 Fesyen.....	13
Gambar 2.11 Video.....	14
Gambar 2.12 Musik.....	14
Gambar 2.13 Seni Pertunjukan.....	15
Gambar 2.14 Kerajinan Bambu.....	17
Gambar 2.15 Kerajinan Anyaman.....	17
Gambar 2.16 Kerajinan Alat Rumah Tangga.....	18
Gambar 2.17 INACRAFT.....	18

Gambar 2.18 Bambu	20
Gambar 2.19 Bambu Petung.....	22
Gambar 2.20 Bambu Andong.....	22
Gambar 2.21 Bambu Madu atau Bambu Apus.....	23
Gambar 2.22 Bambu <i>Budha Belly Bambusa Ventricosa</i>	24
Gambar 2.23 Bambu Guadua	24
Gambar 2.24 Desain Produk	26
Gambar 2.25 Desain Interior.....	27
Gambar 2.26 <i>Line</i>	28
Gambar 2.27 <i>Shape</i>	28
Gambar 2.28 <i>Texture</i>	29
Gambar 2.29 Gelap Terang	30
Gambar 2.30 <i>Size</i>	31
Gambar 2.31 Warna	32
Gambar 2.32 Prinsip Desain	33
Gambar 2.33 <i>Layout</i>	45
Gambar 2.34 <i>Typography</i>	46
Gambar 2.35 Ilustrasi.....	46
Gambar 2.36 Simbol	47
Gambar 2.37 Warna	47
Gambar 2.38 Suara	47
Gambar 3.1 <i>Software Medibang Paint Pro</i>	62
Gambar 3.2 <i>Software Photoshop</i>	62

Gambar 4.1 Logo Muna98Craft	78
Gambar 4.2 Tifografi Muna98Craft	79
Gambar 4.3 Youtube Muna98Craft	80
Gambar 4.4 Intro Youtube Muna98Craft	80
Gambar 4.5 Facebook Muna98Craft	80
Gambar 4.6 Instagram Muna98Craft	81
Gambar 4.7 Feed 1 Dominasi	82
Gambar 4.8 Feed 2 Keseimbangan	82
Gambar 4.9 Feed 3 Irama	83
Gambar 4.10 Font Crafty Girl	83
Gambar 4.11 Feed 4 Kesatuan	84
Gambar 4.12 Feed 5 Keseimbangan	84
Gambar 4.13 Feed 6 Irama	85
Gambar 4.14 Huruf Lora	85
Gambar 4.15 Intro Youtube	86
Gambar 4.16 Huruf Caveat	86
Gambar 4.17 watermark Youtube	86
Gambar 4.18 Halaman Facebook Muna98Craft	87

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya industri kreatif bukan sesuatu yang baru di Indonesia. Kegiatan-kegiatan ekonomi dan perdagangan yang dilakukan oleh beberapa orang atau kelompok usaha tanpa disadari telah masuk dalam kegiatan industri kreatif. Hal ini terjadi karena istilah industri kreatif tidak dikenal oleh masyarakat.

Pada masa setelah kemerdekaan, pertumbuhan ekonomi kreatif berjalan dengan lambat dan mengalami perubahan, hingga pada tahun 1965, industri kreatif di Indonesia mulai memperluas bentuknya ke bidang ekonomi, sehingga disebut dengan ekonomi kreatif. Kemudian, sejak tahun 1997 mulai terjadi pembagian Industri kreatif dan terbagi menjadi 14 sektor, salah satunya adalah sektor kerajinan.

Kerajinan adalah kegiatan seni dari hasil keterampilan tangan. Kerajinan yang dibuat biasanya dapat terbuat dari berbagai bahan. Salah satunya menggunakan bahan berwujud dasar bambu. Seperti kerajinan yang dibuat oleh Muna98Craft yang bahan utamanya terbuat dari bambu, dan dari kerajinan ini dapat menghasilkan hiasan atau benda seni maupun barang pakai dan juga furnitur atau barang untuk perlengkapan rumah. Selain itu, ketersediaan sumber-sumber daya yang mudah didapat, banyaknya peluang usaha, kondisi lingkungan yang kondusif dan mudah menerima hal baru menjadikan peluang menjadi kota Industri kreatif.

Banyaknya bambu yang tumbuh di Indonesia juga menjadikan negara kita termasuk negara yang mempunyai spesies bambu terbanyak di Dunia. Di negara Indonesia terdapat kurang lebih sebanyak 140 jenis bambu. Semua bagian dari tanaman bambu ini mulai dari akar, batang, daun, kelopak bahkan bambu muda dapat dimanfaatkan berbagai macam keperluan misalnya dijadikan bentuk baru salah satunya yaitu dapat menjadi kerajinan dan furnitur ataupun barang yang lainnya seperti yang kita ketahui sekarang.

Muna98Craft merupakan usaha yang bergerak di bidang kreatif berskala industri rumahan yang memproduksi kerajinan tradisional yang berbahan dasar utama bambu. Usaha kreatif ini mulai dirintis sejak tahun 1998 dengan pertama kali hanya memiliki varian produk yang masih sangat minimum. Usaha ini memiliki rumah produksi di Jl. Raya Kalapanunggal, Cisarua, RT 016, RW 003, Berekah , Bojong Genteng, Sukabumi. Pemilik sekaligus pimpinan usaha ini adalah Ahmad Muslih. Selama 22 tahun usaha ini telah dirintis, usaha ini masih belum memiliki identitas visual dan sarana-sarana promosi secara khusus melainkan hanya promosi dari mulut ke mulut, dan hubungan pertemanan saja.

Berkaitan dengan hal tersebut, dibutuhkan sarana-sarana promosi yang terkait dengan kekuatan visual agar menjadi identitas yang dapat mendukung sesuai perkembangan zaman yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan konsumen usaha dari Muna98Craft, guna menghasilkan Perancangan Visual *Branding* Produk Muna98Craft.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka Rumusan Masalah dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Konsep Perancangan Visual Branding produk kerajinan berbahan dasar bambu Muna98Craft?
2. Bagaimana Visualisasi dan proses perancangan Visual Branding produk kerajinan berbahan dasar bambu Muna98Craft?
3. Bagaimana analisis visual Branding produk kerajinan berbahan dasar bambu Muna98Craft?

1.3 Batasan Masalah

Agar Tugas Akhir ini tidak keluar dari jalur pembahasan yang dimaksudkan oleh penulis maka dibuatlah batasan masalah, dari rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas maka batasan masalahnya adalah perancangan hanya berpusat pada perancangan desain media grafis visual untuk Brand Muna98Craft.

1.4 Tujuan Penciptaan

Berdasarkan poin yang ada dari rumusan masalah di atas, maka terdapat dua tujuan sebagai berikut :

1. Dapat mengetahui Konsep perancangan *Visual Branding* produk kerajinan berbahan dasar bambu Muna98Craft.
2. Dapat mengetahui Visualisasi dan proses perancangan *Visual Branding* produk kerajinan berbahan dasar bambu Muna98Craft.
3. Dapat mengetahui analisis *Visual Branding* produk kerajinan berbahan dasar bambu Muna98Craft.

1.5 Manfaat Penciptaan

Manfaat yang diharapkan didapat dari Tugas Akhir yang dilakukan ini di antaranya :

1. Bagi penyusun

Dengan dilakukannya penyusunan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengertian, keterampilan dan pengalaman penyusun khususnya tentang *Branding* produk.

2. Bagi Institusi pendidikan

Sebagai referensi dan acuan yang dapat dipakai untuk penelitian lebih lanjut serta menjadikan *input* untuk menambah wawasan dan pengetahuan khususnya dalam bidang *Branding* produk.

3. Bagi Masyarakat

diharapkan dengan adanya media promosi *Branding* produk kerajinan dan furnitur berbahan dasar bambu masyarakat bisa mengetahui hasil produk kerajinan yang dibuat dan cara pemanfaatannya.

1.6 Metode Penciptaan

Penciptaan ini membahas mengenai Perancangan *Visual Branding* Produk Kerajinan Berbahan Dasar Bambu Muna98craft di Sukabumi. Perancangan ini menggunakan metode kuantitatif dan deskriptif kualitatif.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Data Primer

Wawancara adalah proses yang dilakukan untuk pengumpulan data-data yang terkait produk dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber. Selain itu melakukan kuisisioner dan survey yang dilakukan secara *Online* pada konsumen bisnis *Online* untuk mendapatkan informasi yang terkait dengan produk, pesaing, minat dan ketertarikannya.

1.6.1.2 Data Sekunder

Berupa data yang diperoleh secara *Online* dan juga diperoleh dari literatur buku yang terkait dengan promosi, citra merek, dan teori-teori lain yang mendukung.

1.6.1.3 Dokumentasi

Data yang diperoleh yang berupa foto maupun video yang berkaitan dengan tema yang diangkat dalam perancangan yang dapat mendukung proses perancangan pada promosi *Brand*. Juga berguna untuk melakukan beberapa perbandingan pada identitas visual brand satu dengan lainnya dan untuk riset penempatan media yang akan digunakan.

1.6.2 Metode Analisis Data

1.6.2.1 Analisis Permasalahan

Analisis permasalahan menggunakan metode S.W.O.T. untuk menentukan kelebihan dan kekurangan produk.

1.6.2.2 Analisis Target Audiens.

Analisis target Audiens ditujukan untuk menganalisis pola perilaku konsumen untuk menentukan strategi perancangan dan media apa yang cocok untuk mengenalkan produk. Analisis ini dilakukan dengan melakukan kuisisioner secara *Online*. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang metodenya melalui pembagian pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

1.6.2.3 Analisis 5 W dan 1 H

Metode ini digunakan untuk melakukan analisis dan penelitian pada masalah yang terjadi dalam tahapan proses pembuatan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas mengenai laporan Tugas Akhir ini, maka dilakukan pengelompokan laporan menjadi beberapa sub-sub dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang hal-hal yang melatarbelakangi dalam penciptaan tugas Akhir ini. Menjelaskan apa yang menjadi penyebab, pendorong, dasar atau alasan suatu penciptaan. Terdiri dari Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan penciptaan, Manfaat Penciptaan, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi mengenai ilmu-ilmu teori yang membantu penulis dalam hal perancangan, dan Merujuk pada sumber pustaka ilmiah yang terkait dengan Desain Komunikasi Visual khususnya pada bidang *Branding*. Terdiri dari pengertian, sejarah, elemen, unsur, ruang lingkup Desain Komunikasi Visual. Pengertian, sejarah, bentuk, proses produksi dan *Branding* produk pengertian kerajinan dan macam-macamnya. Teori-teori tersebut sangat membantu penyusun dalam menjawab persoalan yang muncul pada perancangan ini dan merujuk pada sumber pustaka ilmiah yang terkait.

BAB III METODE DAN PROSES PENCIPTAAN

Berisi tentang Metode Perancangan, Teknik Pengumpulan Data, Alat dan Bahan yang digunakan, dan Proses Produksi.

BAB IV ANALISIS

Berisi tentang analisa visual karya yang telah dibuat.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan yaitu hasil yang berhasil diselesaikan sesuai ruang lingkup batasan masalah dan saran terhadap masalah yang belum terselesaikan sebagai pengembangan dan perbaikan.

1.8 Jadwal Penciptaan dan Penulisan

Timeline Penciptaan							
No	Uraian pekerjaan	Waktu Pelaksanaan					
		Feb	Apr	Mei	Jun	Jul	Agtst
1.	Pemilihan Topik						
2.	Studi literatur						
3.	Pembuatan Proposal						
4.	Pengajuan Proposal						
5.	Pengumpulan Data Penelitian						
6.	Bimbingan Tugas Akhir						
7.	Sidang Tugas Akhir						

Tabel 1.1 Timeline Penciptaan

Library Innovation Unit
LIU



Library Innovation Unit
LIU