

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
CORPORATE IDENTITY
JOGJA JOGJA LIFE CAFÉ**



Gustanto Purbowo

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2003**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
CORPORATE IDENTITY
JOGJA JOGJA LIFE CAFÉ**



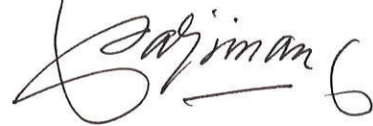
Gustanto Purbowo
NIM 9610845023

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2003

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL CORPORATE IDENTITY JOGJA
JOGJA LIVE CAFÉ diajukan oleh Gustanto Purbowo, NIM 9610845023, Program
Studi Desain Komunikaasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni
Indonesia Yogyakarta, telah dipertahankan di depan penguji Tugas Akhir pada tanggal
1 Juli 2003 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Ketua/ Anggota



Drs. Sadjiman
NIP 130354413

Pembimbing II/ Anggota



Drs. Asnar Zacky
NIP 131474338

Cognate/ Anggota



Drs. Prayanto Widyo Harsanto
NIP 132230373

KPS DKV/ Anggota



Drs. Baskoro Suryo Banindro
NIP 131996632

Ketua Jurusan/ Anggota



Drs. M. Umar Hadi, MS.
NIP 131474284

Mengetahui, Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,



Drs. Sukarman
NIP. 130 521 245

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan yang dengan penuh kasih telah melimpahkan anugrahnya sehingga Tugas Akhir ini dapat terselsaikan sesuai dengan rencana dan kehendaknya. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar kesarjanaan pada Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Disadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan dorongan baik berupa moril maupun materiil dari berbagai pihak, penyusunan Tugas Akhir ini tidak dapat terselsaikan dengan baik. Oleh karena itu penulis pribadi ingin memberikan ucapan trima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. I Made Bandem, selaku Rektor Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Sukarman, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.
3. Bapak Drs. M. Umar Hadi.MS, selaku Ketua Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Baskoro SB, selaku Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.
5. Bapak Drs. Sadjiman, selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, petunjuk dan pengarahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Drs. Asnar Zacky, selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya daalam memberikan bimbingan, petunjuk dan pengarahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Segenap staf pengajar Program Studi Disain Komunikasi Visual, atas ilmu yang diberikan di dalam pengembangan pengetahuan yang saya miliki.
8. Seluruh staf administrasi Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.

9. Bapak Kiatanto dan Bapak Eduward atas ijin dan dukungan penelitiannya.
10. Rekan-rekan dari Borobudur Multi Interprise atas bantuan dan informasinya; Widi Ngapak, Bapak Nizar, Bapak Kuat, Hendratmo, Bapak Wisnu dan seluruh staf lainnya.
11. Orang tuaku, Bapak dan Ibu, Mas Andi dan Rio, atas doa dan restunya selalu.
12. My_Sunflower, atas segala bentuk cintanya yang tidak pernah berhenti.
13. Seluruh keluarga besar Kadipaten, atas segala bantuan, dukungan, dan keramah tamahannya.
14. Bulek Datik atas dana T.A-nya.
15. Najah, atas pinjaman printernya.
16. Fino, Didik, Final, Kris, Aran, Isbudi, Arin, Slamet, Ana, dan segenap rekan – rekan dari Studio Bagasi'97 atas segala bantuan dukungannya selama pameran.
17. Rekan-rekan Diskomvis '96 dan seluruh keluarga besar Mahasiswa Diskomvis lainnya.
18. Rekan-rekan lainnya yang telah membantu langsung maupun tidak langsung dalam Tugas Akhir ini, yang tidak cukup untuk disebutkan satu persatu di sini.

Akhir kata penulis berharap Tugas Akhir Karya Disain ini dapat menjadi wujud ungkap syukur serta bermanfaat bagi almamater dan kita bersama dalam memperkaya wawasan Disain Komunikasi Visual.

Yogyakarta, Juli 2003

Penulis,
Gustanto Purbowo

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	vi
BAB	
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Perancangan	8
D. Batas Lingkup Perancang	9
E. Metode Perancangan	9
F. Sistematika Penulisan Laporan Perancangan	11
G. Skema Perancangan	12
II. IVENTARISASI DAN IDENTIFIKASI DATA	13
A. Pengumpuln Data	13
1. Data Perusahaan	13
2. Data Produk	16
a. Profil Bangunan Jogja Jogj Live Café	17
b. Sistem Oprasional dan Program Acara	24
c. Data Nama Merek (<i>Brand Name</i>)	25
3. Data Lapangan	28
a. Segmentasi Pasar	28
b. Peta Persaingan	29

B.	Analisa Data	43
C.	Kesimpulan Analisa	45
III.	KONSEP KREATIF DISAIN LOGO	46
A.	Tujuan Kreatif Disain	46
1.	Kriteria Umum	46
2.	Kriteria Khusus	55
a.	Identitas	57
b.	Citra dan Positioning	57
c.	Slogan	59
B.	Strategi Kreatif	59
1.	Target Audience	59
2.	Paduan Kreatif Logo	60
a.	Isi Pesan	60
b.	Bentuk Pesan	60
c.	Aspek Pendukung	61
C.	Rencana Aplikasi Logo Dalam Sistem Corporate Identity.....	70
D.	Biaya Kreatif	73
IV.	PROGRAM PERANCANGAN VISUALISASI DISAIN LOGO.	74
A.	Data Visual	74
B.	Pengembangan Ide Bentuk Logo	73
C.	Sintesis	77
D.	Evaluasi	82
E.	Studi Disain Logo Terpilih	85
1.	Deskripsi Singkat Logo	85
2.	Deskripsi Warna Pada Logo	92
V.	APLIKASI LOGO DALAM SISTEM CORPORATE IDENTITY	94
VI	PENUTUP	134
	DAFTAR PUSTAKA	136
	LAMPIRAN – LAMPIRAN	

perlu penanganan secara profesional dan terkonsep dalam perancangan *corporate identity*.

Permasalahannya adalah bagaimana merancang logo dan *corporate identity* yang baik berdasar data yang diperoleh hingga penerapannya pada semua bentuk komunikasi visualnya yang mampu menjadi *basic identity* yang baik dan benar sehingga dapat menjadi bukti bonafiditas dan eksistensi perusahaan, serta dapat menjadi jaminan kualitas produk.

C. Tujuan Perancangan

Tujuan dalam perancangan komunikasi visual *corporate identity*, Jogja Jogja Live Café dan penerapan atau aplikasinya adalah:

1. Memperoleh rancangan logo beserta aplikasinya sebagai *corporate identity* yang sesuai dengan citra dan identitas dari Jogja Jogja Live Café yang akan dibangun serta dari bentuk dan warnanya dapat dimanfaatkan secara maksimal pada media identitas visual-nya, salah satunya sebagai media pendukung promosi dan di dalam persaingan pasar secara umum guna mencapai tingkat penjualan atau keuntungan tertentu.
2. Menanamkan persepsi dan meningkatkan kepercayaan yang kuat pada khalayak sasaran terhadap eksistensi perusahaan, mutu produk, kualitas pelayanan yang dihasilkan, profesionalisme, serta bonafiditas perusahaan.
3. Menciptakan komunikasi visual yang tepat sasaran dan informatif antara perusahaan, produk jasa, dan khalayak sasaran atau konsumen.

Berdasar pada landasan pemikiran tersebut di atas metode perancangan ini akan diurutkan menjadi 4 bagian, yaitu:

1. Metode pengumpulan data

Data didapat melalui *interview*, kepustakaan, brosur, produk dan observasi. Untuk perancangan *corporate identity* diperlukan data lapangan; perusahaan, produk, konsumen, dan pesaing serta data teori *corporate identity*.

2. Metode Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisa melalui metode analisa *SWOT*. Diharap metode tersebut dapat membantu dalam penggambaran konsep disain ke dalam visualisasi disain yang diinginkan.

3. Metode Konsep Disain

Merupakan konsep acuan disain sebelum dirancang ke dalam bentuk visual dan aplikasinya. Metode konsep disain terdiri atas:

- Tujuan kreatif disain logo.
- Strategi kreatif disain.
- Program rencana aplikasi logo dalam sistem *corporate identity*.

4. Metode Visualisasi Disain

Merupakan proses perancangan disain logo ke dalam bentuk visual diharapkan mendapatkan rancangan yang sesuai, serta aplikasi logo ke dalam berbagai bentuk media.