

**PERANCANGAN *WEBSITE*
SWEDA *CUSTOMRING* SEBAGAI UPAYA
MEMBANGUN *BRAND IMAGE***



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

SUDI ANANG TRIANA

NIM 1410113124

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DESAIN

FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2019

**PERANCANGAN *WEBSITE*
SWEDA *CUSTOMRING* SEBAGAI UPAYA
MEMBANGUN *BRAND IMAGE***



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

SUDI ANANG TRIANA

NIM 1410113124

**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
2019**

Tugas Akhir Penciptaan berjudul:

PERANCANGAN *WEBSITE SWEDA CUSTOMRING* SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN BRAND IMAGE diajukan oleh Sudi Anang Triana, NIM 1410113124, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 17 Juni 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota,



Drs. Wilowo, M.Sn.

NIP. 19570318 198703 1 002

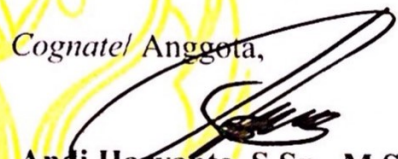
Pembimbing II/ Anggota,



Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.

NIP 19821113 201404 1 001

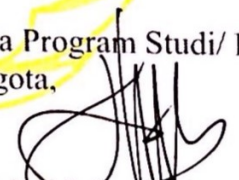
Cognate/ Anggota,



Andi Harvanto, S.Sn., M.Sn.

NIP 19801125 200812 1 003

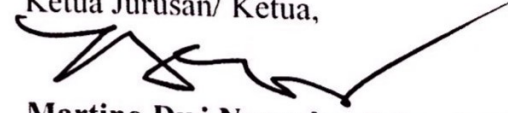
Ketua Program Studi/ Ketua/
Anggota,



Indiria Mahatsi, S.Sn., M.Sn.

NIP 19720909 200812 1 001

Ketua Jurusan/ Ketua,



Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MT.

NIP. 19770315 200212 1 005



Mengesahkan,
Rektor Institut Seni Rupa, ISI Yogyakarta

Dr. Suastiyi, M.Des.

NIP. 19590802 198803 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sudi Anang Triana

NIM : 1410113124

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh materi dalam tugas akhir saya yang berjudul **PERANCANGAN *WEBSITE SWEDA CUSTOMRING* SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN BRAND IMAGE**, adalah hasil karya tulis saya sendiri dan belum pernah diajukan oleh pihak lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 18 Juli 2019

Penulis,

Sudi Anang Triana

NIM. 1410113124

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk:

Ibuk dan Bapak dirumah.

“The future is deterministic in principle, but not in practice.”

- Gilmour 'PinkFloyd'

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sudi Anang Triana

NIM : 1410113124

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang DKV dengan ini saya memberikan tugas akhir perancangan yang berjudul **PERANCANGAN *WEBSITE SWEDA CUSTOMRING* SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN BRAND IMAGE**, kepada ISI Yogyakarta untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelola dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas dan mempublikasikannya di internet untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin selama mencantumkan nama penulis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 18 Juli 2019

Penulis,

Sudi Anang Triana

NIM. 1410113124

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karuniaNya sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir perancangan yang berjudul Perancangan *Website Sweda Customring* Sebagai Upaya membangun *Brand Image* yang dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar pendidikan sarjana strata 1 di Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta. terselesaikannya tugas akhir perancangan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik dalam proses perancangan maupun selama penulisan. Ucapan terima kasih ini disampaikan kepada:

1. Allah SWT. Terimakasih atas rahmat serta karunia-Nya dengan begitu berlimpah yang terus-menerus Engkau berikan
2. Bapak Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., selaku Rektor ISI Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Suastiwi, M.Des, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
4. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA., selaku Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
5. Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual jurusan Desain Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
6. Bapak Drs. Wibowo, M.Sn., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan selama perancangan tugas akhir ini serta atas ilmu yang diberikan selama kuliah.
7. Bapak Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds., selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan saran, pencerahan, dan ilmu selama ini.
8. Bapak Drs. Arif Agung Suwasono M.Sn, M.Sn., selaku dosen wali selama kuliah S-1 Desain Komunikasi Visual, ISI Yogyakarta.
9. Segenap jajaran dosen S-1 program studi Desain Komunikasi Visual beserta Staf Akademik ISI Yogyakarta yang telah membimbing mahasiswa dengan baik.

10. Kepada Ibuku dan Bapakku dirumah yang telah memberikan segala-galanya dengan begitu sempurna. Maaf sudah membuat kalian menunggu lama. Semoga ini menjadi salah satu dari sekian banyak yang ingin aku persembahkan, serta dapat membuat kalian sedikit bahagia.
11. Cak Ncop, masku. Banyak sekali ucapan terimakasih yang ingin aku tulis dilebaran ini untuknya. Tapi pasti gak cukup. Intinya terimakasih telah memberikan banyak pelajaran.
12. Cak Ato, terimakasih dukungan dan ketulusannya, aku sudah bisa ngasi foto wisuda juga ke Bapak sama Ibuk.
13. Saudara-saudaraku satu atap 'Suena Ex House'. Hanafi rembol, Very gepeng, Defri yusro, Irmas rizky, Raka adit, Doni singo, Gufron vedian, Agung budi, Irvan Yaenudin, Raja harahap, Siwek, akbar. yang telah berbagi cerita selama ini. *Home Sweet Home!*
14. Partner *gas-gasan* tugas akhirku. Yeremias NJ, Tia Sukmasari, Widi Gomboltz, Hanafi Kurniawan, Jauhari Aziz. terimakasih sudah membantuku dalam kondisi apapun. Kalian adalah bagian perjalananku sekarang dan nanti.
15. Keluarga besar SWEDA di kotagede, ibuk, Surya, Mas rizal, Taufik hidayat, dan semua yang berada di studio.
16. Soviana Risky Ramadanti. Terimakasih supportnya. Aku udah lulus sekarang.
17. Teman-teman *perjathilan* bernama "WastedTalentKrew". Ketut, Jalu, Adam, Harryjow, Angga, Tino, Rangga, Ajeng, Yusa. Terima kasih atas kebersamaanya. terus berkarya meski orang banyak tak suka karya kalian.
18. Teman-teman yang sudah membantuku, Teguh setiarso, Putri Pf, Agus handoyo, Witantra H, Jauhari A, kontrakan Bedeng night club, kontrakan Fine House, Kontrakan Krapyak, Fresco Photography, Sumur Crative, Royal INK studio, dan masih banyak lagi.
19. Teman-teman sekolahku, Luwing '2014' dan mahasiswa Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan tambahan ilmu dan pengalaman.
20. Mungkin masih banyak yang belum saya sebut namanya satu-persatu. Saudara, guru, kawan, lawan, siapapun itu. Atas nama kehidupan yang fana, aku ucapkan banyak terimakasih. Kalian adalah saudaraku kini dan kelak.

ABSTRAK

Membangun Brand Image merupakan upaya penting dalam meningkatkan citra suatu perusahaan. Lewat rancangan komunikasi visual yang ditujukan kepada *target audience*. Upaya dalam membangun *Brand image* bukanlah suatu hal yang sulit, namun membuat orang menyadari hal tersebutlah yang tidak mudah. SWEDA CUSTOMRING merupakan salah satu *brand* yang menerapkan promosi maupun pemasaran melalui sosial media Instagram, yang tertarik mencoba strategi baru melalui media online lain yaitu *Website*. Hal ini dikarenakan *Website* mampu memberikan tampilan secara luas dan memberikan fitur yang lebih banyak cangkupan-nya daripada media sosial Instagram. Tujuannya adalah meningkatkan *Brand Image* perusahaan yang lebih baik lagi melalui langkah keilmuan Desain Komunikasi Visual sebagai bentuk solusi dari masalah yang dihadapi.

Seiring dengan perkembangan internet yang semakin pesat serta persaingan industri serupa yang semakin ketat. perancang menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan metode SWOT. Teori yang digunakan mengacu pada teori *Brand Image* Sangadji, E.M. dan Sopiah, dan konsep perancangan visual yang mengacu pada gaya visual yang sederhana namun berkesan eksklusif seperti beberapa *website Jewelry* yang telah dipilih sebagai referensi. Hasil akhir perancangan ini adalah *website*, dan media pendukung lainnya.

Kata Kunci : *Website, Brand Image, Sweda Customring, Jewelry Custom.*

ABSTRACT

Building a Brand Image is an important effort in improving the image of a company. Through the design of visual communication aimed at the target audience. The effort to build a Brand image is not a difficult thing, but it makes people realize that. is not easy. SWEDA CUSTOMRING is one brand that implements online promotion and marketing through Instagram, interested to trying new strategies through other online media that is Website. because Website is able to provide a broad display and provide more features than Instagram. The aim is to improve the brand image of a company that is better through the scientific steps of Visual Communication Design as a solution to the problems faced.

Along with the development of the internet that is increasingly rapid and similar industry competition that is getting tighter. the designer uses a qualitative approach method uses is SWOT method. The theory used refers to the theory of Brand Image Sangadji, E.M. and Sopiah, and a visual design concept that refers to a simple yet impressive visual style. such as some Jewelry websites that have been chosen as references. The final result of this design is a website, and other supporting media.

Keywords : Website, Brand Image, Sweda Customring, Jewelry Custom.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Perancangan	4
E. Manfaat Perancangan.....	4
F. Metode Perancangan.....	5
G. Skematika Perancangan.....	7
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	8
A. Landasan Teori	8
1. <i>Brand</i> (Merk)	9
2. <i>Brand Image</i>	9
3. Marketing	11
4. Promosi	11
B. Studi Pustaka.....	13
1. Pengertian <i>Website</i>	13
2. (UI) dan (UX)	13
3. Fungsi <i>Website</i>	14
4. Jenis Situs Web <i>E-commerese</i>	15
5. Desain <i>Website</i>	16
6. Prinsip Desain <i>Website</i>	17
7. Dasar-dasar Desain <i>Website</i>	20
C. Data	27
1. Sweda Customring	27

2. Data Perusahaan	28
D. Analisis Data	28
1. Analisis SWOT	28
2. Kesimpulan Analisis	30
BAB III KONSEP MEDIA	31
A. Konsep Media	31
1. Tujuan Media	31
2. Strategi Media	31
B. Program Media.....	37
C. Konsep Kreatif.....	38
1. Tujuan Kreatif	38
2. Strategi Kreatif	38
3. Program Kreatif.....	42
4. Tahapan Perancangan.....	48
5. Konten / Isi	50
6. Uraian Website	52
D. Proses Perancangan.....	55
1. Web Editing Tools.....	55
2. Image, Foto & Video Editing.....	55
3. Text Editing Tools.....	56
E. Biaya Perancangan	57
BAB IV PERANCANGAN.....	58
A. Visual Logo.....	58
1. Logo	58
2. Logogram.....	58
3. Logotype.....	58
B. Data Visual	59
C. Visualisasi <i>Website</i>	63
1. <i>Rought Sketch Website</i>	63
2. <i>Final Desain Website</i>	67
3. <i>Media Pendukung</i>	74

BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
Buku	78
Jurnal	79
Webtografi	80
LAMPIRAN	82

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Tabel 1.1 Skematika Perancangan.....	7
Gambar 3.1 Instagram Online Marketing	33
Gambar 3.2 Stiker Produk.....	34
Gambar 3.3 Kartu Nama Perusahaan.....	35
Gambar 3.4 <i>Lookbook</i> atau Katalog Produk.....	36
Gambar 3.5 Tabel Program Media	37
Gambar 3.6 Palet Warna <i>Website</i>	44
Gambar 3.7 Jenis Font <i>Website</i>	44
Gambar 3.8 Referensi <i>Website Jewelry</i> 1.....	45
Gambar 3.9 Referensi <i>Website Jewelry</i> 2.....	46
Gambar 3.10 Referensi <i>Website Jewelry</i> 3.....	46
Gambar 3.11 Referensi <i>Website Jewelry</i> 4.....	47
Gambar 3.12 Tabel Pra produksi	48
Gambar 3.13 Tabel produksi	49
Gambar 3.14 Tabel Pasca Produksi.....	50
Gambar 3.15 Tabel Navigasi <i>Website</i>	52
Gambar 3.16 Tampilan <i>Welcome Screen</i>	52
Gambar 3.17 Tabel Biaya Produksi <i>Website</i>	57
Gambar 3.18 Tabel Biaya Desain.....	57
Gambar 4.1 Logo.....	58

Gambar 4.2 Logogram.....	58
Gambar 4.3 Logotype.....	58
Gambar 4.4 Data Visual 1.....	59
Gambar 4.5 Data Visual 2.....	61
Gambar 4.6 Data Visual 3.....	62
Gambar 4.7 Data Visual 4.....	62
Gambar 4.8 Sketsa Halamn <i>Home 1</i>	63
Gambar 4.9 Sketsa Halamn <i>Home 2</i>	63
Gambar 4.10 Sketsa Halamn <i>Collection</i>	64
Gambar 4.11 Sketsa <i>About</i>	64
Gambar 4.12 Sketsa Halamn <i>Jewelry Info</i>	65
Gambar 4.13 Sketsa Halamn <i>Custom Order</i>	65
Gambar 4.14 Sketsa Halamn <i>Workshop</i>	66
Gambar 4.15 Sketsa Halamn <i>Header Bar</i>	66
Gambar 4.16 Desain <i>Welcome Screen</i>	67
Gambar 4.17 Final Desain <i>Home</i>	67
Gambar 4.18 Final Desain <i>Collection</i>	68
Gambar 4.19 Final Desain <i>Custom Order</i>	69
Gambar 4.20 Final Desain <i>About</i>	70
Gambar 4.21 Final Desain <i>Jewelry Info</i>	71
Gambar 4.21 Final Desain <i>Workshop</i>	71
Gambar 4.22 Final Desain <i>Header Bar (Login & Register)</i>	71
Gambar 4.23 Final Desain <i>Header Bar (Cart)</i>	72
Gambar 4.24 Final Desain <i>Header Bar (Search)</i>	73
Gambar 4.25 Instagram.....	74
Gambar 4.26 <i>Sitcker</i>	74
Gambar 4.27 Kartu Nama.....	75
Gambar 4.28 <i>Lookbook</i>	75
Gambar 6.1 Dokumentasi <i>Display 1</i>	82
Gambar 6.2 Dokumentasi <i>Display 2</i>	82
Gambar 6.3 Dokumentasi Pameran 1.....	83

Gambar 6.4 Dokumentasi Pameran 2.....	83
Gambar 6.5 Dokumentasi Pameran 3.....	84
Gambar 6.6 Dokumentasi Pameran 4.....	84
Gambar 6.7 Dokumentasi Pameran 5.....	85
Gambar 6.8 Dokumentasi Pameran 6.....	85
Gambar 6.9 Poster Pameran.....	86