

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN VISUAL BRANDING OM CUPPU BARBERSHOP DI GONDANGREJO, KARANGANYAR

Diajukan Untuk Menempuh Ujian Akhir Tugas Akhir/Kekaryaan
Dalam rangka Memenuhi Syarat Meraih Gelar
Sarjana pada Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh :
MUHAMMAD UMAR ILHAM H
NIM. 2015021023

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PERANCANGAN VISUAL BRANDING OM CUPPU BARBERSHOP DI
GONDANGREJO, KARANGANYAR**

Disusun oleh :

**MUHAMMAD UMAR ILHAM HARTADI
2015021023**

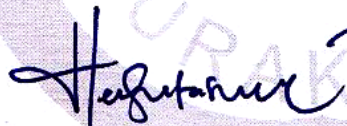
Tugas Akhir / Kekaryaannya ini telah di setujui untuk di pertahankan
Dihadapan dewan penguji Tugas Akhir / Kekaryaannya
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Sahid Surakarta

Pada tanggal 13 Juli 2022

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

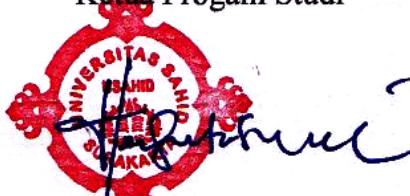


Evelyne Henny Lukitasari, S.Sn, M.Sn
NIDN. 0630017802



Arif Yulianto, S.Sn, M.Sn
NIDN. 0606077302

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Evelyne Henny Lukitasari, S.Sn, M.Sn
NIDN. 0630017802

LEMBAR PENGESAHAN

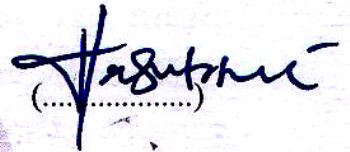
**PERANCANGAN VISUAL BRANDING OM CUPPU BARBERSHOP DI
GONDANGREJO, KARANGANYAR**

Disusun oleh :

**MUHAMMAD UMAR ILHAM HARTADI
2015021023**

Tugas Akhir / Kekaryaan ini telah di terima dan disahkan
Oleh dewan penguji Tugas Akhir / Kekaryaaan
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Sahid Surakarta

1. Dewan Penguji
Penguji I Nama : Evelyne Henny Lukitasari, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0630017802
2. Dewan Penguji
Penguji II Nama : Arif Yulianto, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0606077302
3. Dewan Penguji
Penguji III Nama : Ahmad Khoirul Anwar, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0610068302

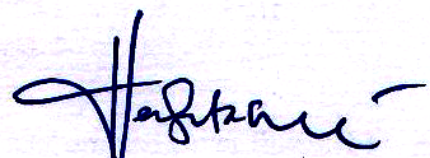


Dekan
Fakultas, Humaniora Dan Seni

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



Marwahyudi, S.Pd, M.T
NIDN. 0607107103



Evelyne Henny Lukitasari, S.Sn, M.Sn
NIDN. 0630017802

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya mahasiswa Program Desain Komunikasi Visual Fakultas Sosial Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Muhammad Umar Ilham Hartadi**

NIM : **2015021020**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir / Skripsi

Judul : **Perancangan *Visual Branding* Om Cuppu Barbershop**

adalah benar-benar karya yang saya susun sendiri. Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan / karya orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas termasuk pencabutan gelar yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terbukti melakukan kebohongan maka saya sanggup menanggung segala konsekuensinya.

Surakarta, 22 Juni 2020



Yang Menyatakan

(Muhammad Umar Ilham H)

NIM : 2015021023

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas Akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Muhammad Umar Ilham Hartadi**
NIM : **2015021023**
Program Studi: **Desain Komunikasi Visual**
Fakultas : **Sosial Humanioran dan Seni**
Jenis Karya : **Tugas Akhir**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya yang berjudul: **PERANCANGAN VISUAL BRANDING OM CUPPU BARBERSHOP.**

Beserta instrument/ desain/perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap menyantumkan nama saya sebagai penulis (*author*) dan pembimbing sebagai co-author atau pencipta dan sebagai pemilih Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di:

Surakarta Pada Tanggal: 22 Juni 2022

yang membuat pernyataan,



(Muhammad Umar I.H)
NIM. 2015021023

MOTTO

“Di setiap kesulitan pasti ada kemudahan”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji Allah SWT dengan kemurahan dan ridho-Nya, Tugas Akhir ini dapat ditulis dengan baik dan lancar hingga selesai. Dengan ini akan kupersembahkan skripsi ini kepada :

Nabi ku, Nabi Muhammad SAW sebagai panutan umat muslim yang penuh dengan kemuliaan dan ketaatan kepada Allah SWT memberiku motivasi tentang kehidupan dan mengajari ku hidup melalui sunnah-sunnahnya.

Kedua orang tua ku tersayang **Alm Hartadi** (Bapak) dan **Eny Sunarti** (Ibu) yang selalu memberikan ku ketenangan, kenyamanan, motivasi, doa terbaik dan menyisihkan finansial nya, sehingga aku bisa menyelesaikan studi ku. Kalian sangat berarti bagiku.

Kakak dan adik-adik ku, **Octaviani** (Kakak 1), **Dwi** (Kakak 2), **Aziz** (Kakak 3), **Khusnul** (Kakak 4), **Fahrul** (Kakak 5), **Amin** (Kakak 6), **Tifah** (Adik 1), **Azizah** (Adik 2) yang telah memberikan doa dan semangat sepanjang hari.

RINGKASAN

Om Cuppu Barbershop merupakan usaha di bidang barbershop yang menjual jasa pangkas rambut, menawarkan berbagai servise dan menjual berbagai produk lainnya yaitu pomade dan hair tonic. Dari segala kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh Om Cuppu Barbershop ternyata masih belum cukup untuk menanamkan loyalitas di benak konsumen agar datang ke Om Cuppu Barbershop ini meski sudah cukup dikenal di Gondangrejo tetapi kebanyakan orang menganggap Om Cuppu barbershop ini sama saja dari tempat potong rambut laki-laki pada umumnya karena para pengunjung Barbershop ini lebih banyak berasal dari *base of community* nya saja dan cara promosinya pun masih dari berita mulut ke mulut sehingga konsep unik serta kelebihan-kelebihan dari Barbershop ini tidak terlalu bisa di representasikan dengan baik kelebihan-kelebihan dari Om Cuppu Barbershop ini jika penyebarannya hanya disebar dari mulut ke mulut tanpa visualisasi yang bisa menarik perhatian orang untuk datang potong rambut ke tempat ini. Berdasarkan permasalahan yang ada, Solusi yang tepat untuk membuat promosi Om Cuppu Barbershop ini melalui Perancangan Visual Branding sebagai sarana promosi yang efektif dan menarik. Dibuatnya media promosi Om Cuppu Barbershop ini bertujuan agar mampu menarik konsumen lebih banyak lagi untuk menggunakan jasa dari Om Cuppu Barbershop ini. Perancangan visual branding Om Cuppu Barbershop di lakukan karena belum adanya citra merk, identitas, dan posisi segmentasi yang jelas di benak masyarakat sehingga masyarakat menjadi kurang tertarik untuk datang memakai jasa potong Om Cuppu Barbershop. Perancangan visual branding Om Cuppu Barbershop menggunakan analisa SWOT untuk mendapatkan visual brand yang sesuai dengan karakter Om Cuppu Barbershop yang ingin di munculkan. Perancangan visual branding di lakukan dengan menciptakan identitas merk (Warna, bentuk huruf, elemen grafis) dan merubah logo kemudian mengaplikasikan pada media plan. Visual branding yang di lakukan ini di harapkan dapat menciptakan citra Om Cuppu Barbershop yang nyaman dan elegan di benak masyarakat tentunya di Gondangrejo. Metode perancangan di mulai dengan memikirkan ide untuk perancangan, lalu melakukan survey kepada Om Cuppu Barbershop untuk mengambil foto yang di butuhkan, kemudian melakukan brief dengan mengumpulkan data – data dari hasil observasi, setelah itu kita lakukan brainstorming yang merupakan upaya pengembangan ide dengan konsultasi oleh dosen pembimbing, kemudian melakukan creative brief untuk menghasilkan rancangan yang sesuai dengan latar belakang.

Kata Kunci: Om Cuppu Barbershop , Visual Branding, Merk, Citra, Identitas.

ABSTRACT

Om Cuppu Barbershop is a barbershop that provides barber services, offers various services, and sells various other products, namely pomade and hair tonic. The various virtue of Om Cuppu Barbershop is not enough to instil consumer loyalty to come, even though they are already well known in Gondangrejo. However, most people think that Om Cuppu barbershop is the same as other barbershops because most of the visitors come from the community base and the promotion method is still through word of mouth. The unique concept and virtue of Om Cuppu Barbershop can't be represented very well if the distribution is only spread by word of mouth without visualization that can attract people's attention to come. Based on the existing problems, the proper solution to promote Om Cuppu Barbershop is through Visual Branding Design as an effective and attractive promotional tool. This promotional media for Om Cuppu Barbershop aims to be able to attract more consumers to use the services of Om Cuppu Barbershop. The design of the visual branding of Om Cuppu Barbershop was carried out because there was no clear brand image, identity, and segmentation position in the minds of the public, so people became less interested in coming to use the cutting services of Om Cuppu Barbershop. Om Cuppu Barbershop's visual branding design uses SWOT analysis to get a visual brand that matches the character of Om Cuppu Barbershop. The visual branding design is done by creating a brand identity (colour, letter shape, graphic elements), changing the logo, and applying it to the media plan. It is hoped that this visual branding can create a comfortable and elegant image of Om Cuppu Barbershop in the minds of the people in Gondangrejo. The design method starts with thinking about ideas for design, surveying Om Cuppu Barbershop to take the required photos, conducting a brief by collecting data from observations, conducting brainstorming, which is an effort to develop ideas with consultation by the supervisor, and doing creative brief to produce a design that fits the background.

Keywords: Om Cuppu Barbershop, Visual Branding, Brand, Image, Identity



KATA PENGANTAR

Rasa syukur penulis panjatkan kehadirat Yang Maha Esa, Allah SWT, atas anugerah rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Prposal Tugas Akhir ini dengan baik dengan judul: “PERANCANGAN VISUAL BRANDING OM CUPPU BARBERSHOP DI GONDANGREJO, KARANGANYAR”

Adapun tujuan penulisan proposal ini adalah untuk memenuhi syarat mnelanjutkan proses dalam mendapat gelar sarjana Strata Satu (S1) pada jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta.

Sesungguhnya penulis menyadari bahwa penulisan proposal Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik karena adanya bantuan dari beberapa pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Mohamad Harisudin M.Si, selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Ibu Destina Paningrum, S.E., M.M selaku Wakil Rektor Bidang Sumberdaya, Keuangan dan Pengembangan Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Dr. Erwin Kartinawati, S.Sos, M.I.Kom, selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Universitas Sahid Surakarta.
4. Bapak Marwahyudi.Pd, M.T, IPP. Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni.
5. Ibu Evelyne Henny Lukitasari Selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta dan Dosen Pembimbing

Pertama yang telah meluangkan waktu memberikan bimbingan, dukungan, saran dan kritik arahnya dalam proses penyusunan proposal dan menguji.

6. Bapak Arif Yulianto, selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, dukungan, saran dan kritik demi kesempurnaan proposal tugas akhir ini.
7. Untuk Ibu Saya tersayang, yang selalu menjadi penyemangat dalam hati saya dalam melakukan aktivitas.
8. Bapak Ayahanda saya yang selalu sabar dalam menemani langkah – langkah perjalanan hidup ini serta memberikan dukungan, kesabaran kepada putra tercintanya dalam menyelesaikan proposal ini.
9. Untuk kekasih yang selalu memberikan dukungan saya dalam Kerjasama, saling membantu baik material maupun moril sampai terselesainya skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan prodi DKV Universitas Sahid Surakarta yang memberikan semangat selama proses penyusunan Proposal ini.
11. Sahabat – sahabat saya yang membantu dan mensupport demi kelancaran penulis dalam menyusun proposal ini,
12. Semua pihak yang turut serta mendo'akan penulis dalam menyusun proposal ini baik karyawan dan staff Universitas Sahid Surakarta maupun pihak-pihak lainnya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat

memberikan manfaat kepada semua pihak, baik untuk akademis, praktisi, maupun masyarakat umum.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RINGKASAN	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan	6
D. Manfaat	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Landasan Teori	10
G. Metode Perancangan	17
H. Sistematika Penulisan.....	21
BAB II IDENTIFIKASI DATA	23
A. Awal Mula.....	23
B. Profil Perusahaan.....	25
C. Kompetitor.....	25
D. Analisa SWOT	26
BAB III KONSEP PERANCANGAN	30
A. Analisa Data	30
B. Strategi Kreatif	33
C. Media Plan	46

BAB IV PERWUJUDAN KARYA	50
A. Pembahasan Karya	50
B. Media Plan	61
BAB V PENUTUP	102
A. Simpulan	102
B. Saran	103
Daftar Pustaka	104
Glosarium	105
Lampiran	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Om Cuppu Barbershop.....	23
Gambar 2. Denah Om Cuppu Barbershop	24
Gambar 3. Contoh Gambar Visual Ruang.....	24
Gambar 4. Contoh Gambar Visual Tembok Barbershop.....	35
Gambar 5. Contoh Gambar Poster	36
Gambar 6. Contoh Gambar Visual Warna	37
Gambar 7. Contoh Font Crochet	38
Gambar 8. Contoh Font Langdon	38
Gambar 9. Contoh Font Franklin Ghotic Medium	39
Gambar 10. Contoh Visual Logo	39
Gambar 11. Kertas A4.....	42
Gambar 12. Pensil	42
Gambar 13. Penghapus	43
Gambar 14. Penggaris	43
Gambar 15. Rautan	44
Gambar 16. Laptop.....	44
Gambar 17. Mouse	45
Gambar 18. CorelDraw x7	46
Gambar 19. Sketsa Logo Primer	50
Gambar 20. Logo Primer.....	51
Gambar 21. Logo Sekunder	52
Gambar 22. Grid Logo Primer	53
Gambar 23. Grid Logo Sekunder	53
Gambar 24. Skala Logo Primer	54
Gambar 25. Skala Logo Sekunder	55
Gambar 26. Zona Aman Logo Primer	56
Gambar 27. Zona Aman Logo Sekunderr	56
Gambar 28. Warna Logo Hitam.....	56
Gambar 29. Warna Logo Reverse.....	57
Gambar 30. Menghilangkan Elemen Logo	58

Gambar 31. Outline Logo	58
Gambar 32. Logo dengan komposisi yang salah	59
Gambar 33. Logo terbalik	59
Gambar 34. Logo dengan ukuran skala yang salah.....	60
Gambar 35. Logo dengan gradien.....	60
Gambar 36. Sketsa Neon Box	61
Gambar 37. Guidline Neon Box	62
Gambar 38. Color Guide Neon Box.....	62
Gambar 39. Hasil Desain Neon Box	63
Gambar 40. Penempatan Produk Neon Box,	64
Gambar 41. Sketsa Kartu Nama.....	65
Gambar 42. Guidline Kartu Nama	66
Gambar 43. Hasil Desain Kartu Nama.....	67
Gambar 44. Colorguide Kartu Nama	68
Gambar 45. Sketsa Nota.....	69
Gambar 46. Guidline Nota	69
Gambar 47 Color Guide Nota	70
Gambar 48. Hasil Desain Nota.....	70
Gambar 49. Penempatan Produk Nota.....	71
Gambar 50. Sketsa Stampel	72
Gambar 51. Guidline Stampel.....	72
Gambar 52. Colour Guide Stempel.....	72
Gambar 53. Hasil Desain Stampel	73
Gambar 54. Penempatan Desain Stampel	73
Gambar 55. Sketsa Poster	74
Gambar 56. Guidline Poster.....	74
Gambar 57. Color Gride Poster.....	75
Gambar 58. Hasil Desain Poster	75
Gambar 59. Penempatan Poster	76
Gambar 60. Sketsa Brosur.....	77
Gambar 61. Guidline Brosur	78

Gambar 62. Color Grid Brosur.....	78
Gambar 63. Hasil Desain	79
Gambar 64. Penempatan Produk Brosur.....	80
Gambar 65. Sketsa Roll Banner	81
Gambar 66. Guidline Roll Banner	82
Gambar 67. Color Roll Banner	82
Gambar 68. Hasil Desain Roll Banner.....	83
Gambar 69. Penempatan Produk Roll Banner	84
Gambar 70. Sketsa Stiker.....	85
Gambar 71. Guidline Stiker	85
Gambar 72. Color Guide Stiker	86
Gambar 73. Hasil Desain Stiker.....	86
Gambar 74. Penempatan Produk Stiker	86
Gambar 75. Sketsa T- Shirt.....	87
Gambar 76. Color Guide T- Shirt	88
Gambar 77. Hasil Desain T- Shirt.....	88
Gambar 78. Penempatan Produk T- Shirt	89
Gambar 79. Sketsa Apron	90
Gambar 80. Guideline Apron.....	90
Gambar 81. Color Guide Apron.....	91
Gambar 82. Hasil Desain Apron	91
Gambar 83. Penempatan Produk Apron.....	92
Gambar 84. Sketsa Kain Kep	93
Gambar 85. Guideline Kain Kep.....	93
Gambar 86. Color Guide Kain Kep.....	94
Gambar 87. Hasil Desain Kain Kep.....	94
Gambar 88. Penempatan Produk Kain Kep	95
Gambar 89. Sketsa Pomade.....	96
Gambar 90. Guideline Pomade	96
Gambar 91. Color Guide Pomade	97
Gambar 92. Hasil Desain Pomade	97

Gambar 93. Penempatan Produk Pomade.....	98
Gambar 94. Sketsa Hair Tonic.....	99
Gambar 95. Guideline Hair Tonic.....	99
Gambar 96. Color Guide Hair Tonic.....	100
Gambar 97. Hasil Desain Hair Tonic.....	100
Gambar 98. Penempatan Produk Hair Tonic.....	101

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar Lampiran 1. Surat Penelitian	106
---	-----