

**ANALISA ELEMEN VISUAL LOGO
KAOS ANGLO PRODUK CEMANI SURAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh :
RADEN NABILA HARWINSYAH PERDANA
NIM: 2015022005

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

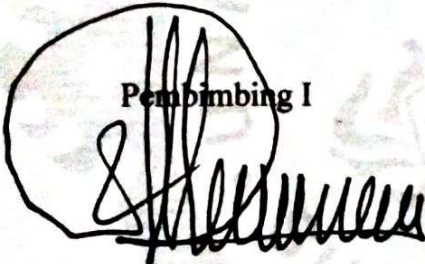
ANALISA ELEMEN VISUAL LOGO KAOS ANGLO PRODUK CEMANI SURAKARTA

Disusun Oleh :

RADEN NABILA HARWINSYAH PERDANA
NIM: 2015022005

Skripsi ini telah disetujui untuk
dipertahankan di hadapan dewan penguji

Pembimbing I



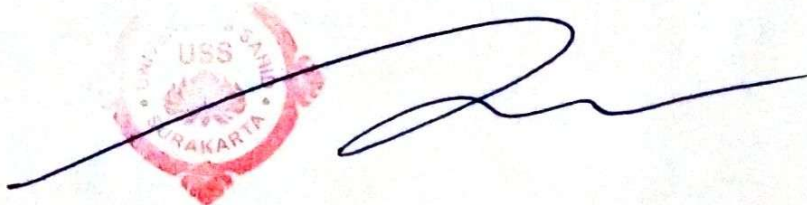
Soegeng Toekio M. Mag. SR.
NIK. 1033151

Pembimbing II



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

Mengetahui,
Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Drs. Asto Adi Sugiharjanto, SH., M.Sn.
NIDN. 0612036602

LEMBAR PENGESAHAN

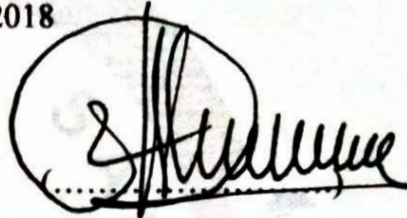
ANALISA ELEMEN VISUAL LOGO KAOS ANGLO PRODUK CEMANI SURAKARTA

Disusun Oleh :
RADEN NABILA HARWINSYAH PERDANA
NIM: 2015022005

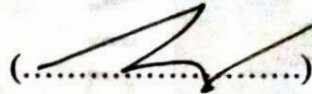
Diterima dan Disetujui oleh Panitia Penguji Skripsi
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Sahid Surakarta
Pada Tanggal 15 Mei 2018

Tim Penguji :

1. Soegeng Tockio M. Mag. SR.



2. Arif Yulianto, S.Sn., M.Sn.



3. Drs. Asto Adi Sugiharjanto, SH., M.Sn.



Mengetahui,

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



Drs. Asto Adi Sugiharjanto, SH., M.Sn.
NIDN. 0612036602

Dekan
Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni



Destina Paningrum, SE, MM.
NIDN. 0624077901
FAKULTAS SOSIAL,
HUMANIORA DAN SENI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya mahasiswa Program Studi DESAIN KOMUNIKASI VISUAL Fakultas SOSIAL, HUMANIORA DAN SENI Universitas Sahid Surakarta yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Raden Nabila Harwinsyah Perdana

NIM : 2015022005

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi

Judul : ANALISA ELEMEN VISUAL LOGO KAOS ANGLO
PRODUK CEMANI SURAKARTA

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 saya peroleh.

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

Surakarta, 15 Mei 2018



Raden Nabila Harwinsyah Perdana

NIM : 2015022005

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Raden Nabila Harwinsyah Perdana

NIM : 2015022005

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberi kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Non-eklusif (*Non-exclusif Royalty - Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

ANALISA ELEMEN VISUAL LOGO KAOS ANGLO PRODUK CEMANI SURAKARTA

beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eklusif ini Universitas Sahid Surakarta berhak menyimpan, mengalih mediakan, mengelola dalam bentuk data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surakarta

Pada tanggal : 15 Agustus 2017



Raden Nabila Harwinsyah Perdana

MOTTO



"Kecerdasan emosi adalah kemampuan merasakan, memahami, dan secara efektif menerapkan daya dan kepekaan emosi sebagai sumber energi, informasi, koneksi, dan pengaruh yang manusiawi."

(Robert K. Cooper)

ABSTRAK

RADEN NABILA HARWINSYAH PERDANA

" ANALISA ELEMEN VISUAL LOGO KAOS ANGLO PRODUK CEMANI SURAKARTA"

Usaha industri kaos semakin berkembang di kota Solo. Hal ini menyebabkan persaingan antar industri kaos di kota Solo semakin ketat. Sehingga para produsen kaos harus memiliki konsep yang kuat untuk meningkatkan peluang bisnis di bidang industri ini. Dengan memberikan nama pada merek (*branding*) akan memudahkan produsen dalam menciptakan identitas. Proses penciptaan identitas merek dapat dimulai dengan membuat logo, yang mana harus meliputi nama, karakter, atau bentuk yang memproyeksikan image perusahaan tersebut. Sebuah logo yang baik dan berhasil akan dapat memberikan sugesti yang kuat, membangun kepercayaan, rasa memiliki, dan menjaga image perusahaan atau lembaga pemilik logo itu. Anglo merupakan nama salah satu perusahaan industri kaos di kota Solo. Perusahaan ini menawarkan produk kaos, sekaligus mengangkat dan melestarikan kebudayaan kota Solo melalui tema desain ilustrasi kaosnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisa serta mengetahui tentang kesesuaian elemen visual logo terhadap *brand identity* pada perusahaan kaos Anglo. Penelitian bersifat deskriptif kualitatif dengan melakukan pengamatan yang menekankan catatan dengan deskripsi kalimat yang rinci, lengkap dan mendalam, yang menggambarkan situasi sebenarnya guna mendukung penyajian data. Metode penelitian ini menggunakan teori Desain Logo, Elemen Visual, dan Prinsip Desain.

Kesimpulan dari penelitian ini secara garis besar adalah elemen visual yang terdapat pada logo Anglo telah memunculkan makna tentang produk kaos yang mengangkat tema kebudayaan. Elemen visual logo telah memperkuat *brand identity* pada perusahaan Anglo, karena kesesuaian bentuk elemen sejalan dengan tujuan dibuatnya produk ini.

Kata kunci : Analisa, Logo, Elemen Visual, Prinsip Desain.

ABSTRACT

RADEN NABILA HARWINSYAH PERDANA

" ANALYSIS OF VISUAL LOGO ELEMENTS ANGLO SHIRTS PRODUCTS CEMANI SURAKARTA "

T-shirt industry business growing in Solo city. This causes competition among t-shirts industry in Solo city increasingly tight. So the t-shirt producers must have a strong concept to improve business opportunities in this industry. By naming the brand (branding) will facilitate the manufacturer in creating an identity. The process of creating a brand identity can be started by creating a logo, which should include the name, character, or form that projects the image of the company. A good and successful logo will be able to provide strong suggestions, build trust, ownership, and keep the image of the company or agency that owns the logo. Anglo is the name of one of the t-shirt industry companies in Solo city. The company offers t-shirt products, as well as lifting and preserving Solo city culture through the design theme of his shirt illustrations.

The purpose of this study is to perform analysis and to know about the suitability of the visual elements of the logo to the brand identity on the Anglo shirt company. The research is descriptive qualitative by making observations that emphasize records with detailed, complete and in-depth sentence description, which describes the actual situation in order to support the presentation of data. This research method uses Logo Design Theory, Visual Element, and Design Principle.

The conclusion of this research is broadly the visual elements contained in the Anglo logo has led to the meaning of the product t-shirts that carry the theme of culture. The visual element of the logo has strengthened the brand identity of the Anglo company, since the suitability of the element form is in line with the purpose of making this product

Keywords: Analysis, Logo, Visual Elements, Design Principles.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala berkah dan rahmat-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik sebagai syarat mendapatkan gelar Sarjana (S1) dalam program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta.

Di dalam penyusunan Skripsi ini penulis banyak sekali mendapatkan dorongan serta bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak, maka dengan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, diantaranya :

1. Bp. Prof. Dr Trisno Martono, MM. selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Bp. Dr. Ir. Mohamad Harisudin, M.Si. selaku Wakil Rektor I Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Sri Huning Anwariningsih, ST, M.Kom. selaku Wakil Rektor II Universitas Sahid Surakarta.
4. Bp. Ir. Dahlan Susilo, M.Kom. selaku Wakil Rektor III Universitas Sahid Surakarta.
5. Ibu Destina Paningrum, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
6. Bp. Drs. Asto Adi Sugiharjanto, SH., M.Sn. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta.
7. Bp. Soegeng Toekio M. Mag. SR. selaku Dosen Pembimbing I Universitas Sahid Surakarta.

8. Bp. Arif Yulianto, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing II Universitas Sahid Surakarta.
9. Bp. Drs. Asto Adi Sugiharjanto, SH., M.Sn. selaku Dosen Penguji Universitas Sahid Surakarta.
10. Bapak dan Ibu penulis yang selalu mengingatkan dan senantiasa bersabar menunggu kelulusan anaknya.
11. Teman-teman Alih Jejang di Universitas Sahid Surakarta.
12. Terima kasih juga untuk Universitas Sahid Surakarta tempat penulis belajar dan menempuh gelar Sarjana (S1).

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak sekali kekurangan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan. Semoga dengan penulisan Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak - pihak yang memerlukan.

Surakarta, 15 Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Metode Penelitian	3
F. Tinjauan Pustaka	4
G. Kerangka Pemikiran.....	21
H. Sistematika Penulisan.....	22
BAB II LANDASAN TEORI..	23
A. Pengertian Logo dan Cakupannya.....	23
B. Klasifikasi Logo	24
C. Bentuk Logo	27
D. Desain Logo	29
E. Prinsip Logo.....	31

F. Fungsi Logo.....	32
G. . Kriteria Logo	32
H. Karakteristik Bentuk Logo.....	33
I. Era dan Perkembangan Logo	34
J. Tipografi	35
K. Warna.....	39
L. Psikologi Warna.....	41
BAB III IDENTIFIKASI DATA.....	45
A. Profil Perusahaan.....	45
B. Visi dan Misi	46
C. Struktur Organisasi.....	46
D. Pemasaran.....	51
E. Jenis Produk.....	52
F. Konsumen.....	54
G. Promosi.....	55
H. Keunggulan Produk.....	56
I. Kompetitor.....	56
J. Logo Anglo.....	61
K. Warna Logo Anglo.....	64
L. Tipografi.....	64
BAB IV ANALISA DATA	65
A. Tipografi.....	66
B. Warna	68
C. Bentuk.....	70
D. Prinsip Desain.....	72
E. Analisa Berdasarkan Konsumen.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA	78
SUMBER LAIN.....	79
GLOSARIUM.....	80

