

PERANCANGAN LOGO DAN MEDIA PROMOSI CETAK

PERUSAHAAN HERBAL

UD RACHMA SARI



TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Dalam Mencapai Derajat Sarjana S-1 (S-1)

Desain Komunikasi Visual

Disusun oleh :

FAJAR ARI YULIYANTO

NIM. 2008021005

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA

2013

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN LOGO DAN MEDIA PROMOSI CETAK
PERUSAHAAN HERBAL
UD RACHMA SARI

Nama : FAJAR ARI YULIYANTO

Nim : 2008021005

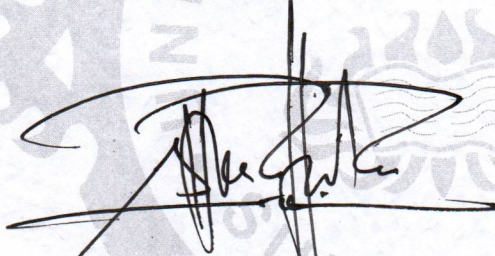
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

Disetujui dan disahkan :

Hari : Selasa

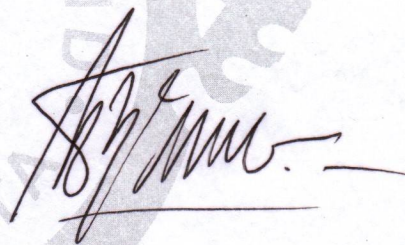
Tanggal : 17 September 2013

Pembimbing I



Ahmad Khoirul A.S. S. Sn.M.Sn

Pembimbing II



Drs. Alip Supar Junaidi.

Mengetahui,

Kepada Program Studi



Drs. Soegeng Toekio M., Mag. SR

HALAMAN PENGESAHAN

PERANCANGAN LOGO DAN MEDIA PROMOSI CETAK PERUSAHAAN UD RACHMASARI

Disusun Oleh :

FAJAR ARI YULIYANTO
2008021005

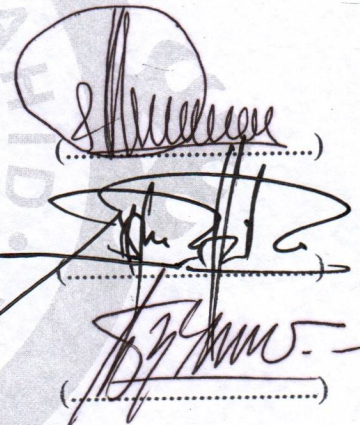
Skripsi ini telah diterima dan disahkan
oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Sahid Surakarta
Pada hari Selasa tanggal 17 September 2013

Dewan Penguji :

Ketua : Drs. Soegeng Toekio M., Mag. SR

Penguji I : Ahmad Khoirul Anwar S.Sn., M.Sn

Penguji II : Drs. Alip Supar Junaidi.



Mengetahui,

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

(Drs. Soegeng Toekio M., Mag. SR)
NIDN. 0605124202

Dekan
Fakultas Seni

(Drs. Soegeng Toekio M., Mag. SR)
NIDN. 0605124202

MOTTO

“Dalam dunia yang kompetitif, menggunakan strategi adalah sama dengan bagaimana bertahan hidup”.(Jack Trout)



PERSEMBAHAN

Aku Persembahkan karya ini kepada :

1. Keluarga Tercinta
2. Teman – teman Usahid



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik

Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan memperoleh Gelar sarjana S1 pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Sahid Surakarta.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis banyak sekali menemui hambatan, tetapi berkat bantuan berbagai pihak yang bersifat secara langsung maupun tidak langsung, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan YME
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Kohar Sulistyadi MSIE selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta
3. Bapak Drs. Soegeng Toekio, Mag. SR selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta.
4. Bapak Ahmad Khoirul A.S.Sn,M.Sn selaku Dosen Pembimbing I
5. Bapak Drs.Alip Supar Junaidi selaku Dosen Pembimbing II
6. Orang tua tercinta dan segenap keluarga, yang telah memberikan kesempatan, dorongan semangat dan doa untuk menyelesaikan kerja praktek.
7. Teman-teman seperjuangan S1 Desain Komunikasi Visual 2008.
8. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penyusunan tugas akhir.

Penyusun menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna banyak kekurangan baik materi maupun tekniknya. Oleh karena itu,

penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki dimasa mendatang. Penyusun hanya berharap bahwa Tugas Akhir ini dapat berguna bagi para pembaca dan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surakarta, September 2013

Penyusun



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Perancangan	7
E. Manfaat Perancangan	7
F. Target Market	8
G. Target Audiens.....	9
H. Metode Pengumpulan Data dan Analisa Data.....	10
I. USP (Unique Selling Proposition).....	14
J. Positioning.....	14
K. Skematika Perancangan.....	15
BAB II.LANDASAN TEORI	16
A. Sejarah Perkembangan Logo	16
B. Definisi Logo	25
C. Istilah – istilah dalam Logo	28
D. Klasifikasi Bentuk Logo.....	30
E. Logo Bagi Perusahaan.....	31
F. Elemen Logo.....	32
G. Definisi Media Promosi Cetak.....	42

H. Herbal	46
I. Jamu	47
J. Data Perusahaan	47
K. Data Kompetitor	56
BAB III. LANDASAN TEORI	60
A. Analisa SWOT	60
B. Target Audience	63
C. USP (Unique Selling Proposition)	63
D. Positioning	64
E. Konsep Estetik	64
1. Strategi Kreatif	64
2. Strategi Visual	64
3. Pemilihan Media	66
F. Konsep Teknik	68
1. Pengumpulan Data	68
2. Alat dan Media	68
G. Eksplorasi Bentuk	69
BAB IV. PEMBAHASAN KARYA	71
A. Pra Produksi	71
1. Perancangan Logo	71
B. Produksi	71
a. Warna Logo CMYK	77
b. Warna Logo Greyscale	78
c. Warna Logo Black and White	78
d. Grid Sistem	78
e. Ruang Minimum Logo	79

f. Ukuran Terkecil Logo	79
g. Filosofi Logo	80
h. Target Audien Logo	81
i. Perancangan Elemen Grafis	81
C. Pasca Produksi	83
2. Aplkasi Logo dan Media Promosi Cetak	83
1. Kartu Nama	83
2. Kop Surat	84
3. Amplop	86
4. Stopmap	87
5. ID Card	88
6. Sticker	89
7. Pin	90
8. Mug	91
9. Kaos	92
10. Jam	93
11. Poster	94
12. Banner	95
13. Note Book	96
BAB V. PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
DAFTAR ISTULAH	102
LAMPIRAN KARYA	