

DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1. Latar Belakang	2
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Perancangan	6
1.5. Manfaat Perancangan	6
BAB II TINJAUAN LITERATUR	7
2.1. Identitas Visual.....	7
2.1.1. <i>Vision</i>	7
2.1.2. <i>Meaning</i>	8
2.1.3. <i>Authenticity</i>	8
2.1.4. <i>Coherence</i>	9
2.1.5. <i>Flexibility</i>	10
2.1.6. <i>Commitment</i>	11
2.1.7. <i>Value</i>	11
2.1.8. <i>Differentiation</i>	11
2.1.9. <i>Sustainability</i>	12
2.2. Desain Kemasan.....	12
2.2.1. <i>Purpose</i>	12
2.2.2. <i>Intent</i>	13
2.3. Peran Ilustrasi dalam Periklanan	14
2.4. Pemilihan <i>Typeface</i>	16
2.4.1. <i>Idea</i>	16
2.4.2. <i>Communication</i>	17
2.4.3. <i>Audience</i>	17
2.4.4. <i>Integration with Images</i>	17

2.4.5. <i>Context and Media</i>	18
2.5. Warna	18
2.6. <i>Marketing Model : AIDA</i>	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1. Tahapan Perancangan.....	21
3.2. Metode Perancangan	22
3.2.1. <i>Conducting Research</i>	22
3.2.2. <i>Clarifying Strategy</i>	23
3.2.3. <i>Designing Identity</i>	23
3.2.4. <i>Creating Touchpoints</i>	24
3.2.5. <i>Managing Assets</i>	25
3.3. Waktu dan Tempat Perancangan.....	25
BAB IV PERANCANGAN.....	27
4.1. Saturday Looks.....	27
4.1.1. Latar Belakang	27
4.1.2. Hasil Wawancara dan Observasi	28
4.1.3. Target Pasar	30
4.1.4. Persona Model	31
4.1.5. SWOT, Kompetitor, dan <i>Perceptual Mapping</i>	36
4.2. Analisis Visual	39
4.2.1. Logo.....	39
4.2.2. Kemasan Produk dan Pengiriman	40
4.2.3. Media Sosial	41
4.3. Perancangan Identitas Visual	42
4.3.1. <i>Mindmapping</i>	42
4.3.2. <i>Keywords</i>	43
4.3.3. <i>Moodboard</i>	43
4.3.4. Referensi Visual	44
4.4. <i>Morphological Matrix</i>	45
4.5. Eksplorasi Sketsa Logo	47
4.6. Digitalisasi Logo	48
4.6.1. Alternatif Logo 1	49
4.6.2. Alternatif Logo 2	51
4.6.3. Alternatif Logo 3	54
4.7. Desain Final.....	57
4.7.1. Logo.....	57
4.7.2. Sistem Warna	62
4.7.3. Sistem <i>Layout</i>	64
4.7.4. Gaya Ilustrasi.....	65

4.7.5. Aplikasi Desain Utama - Kemasan Produk.....	69
4.7.6. Aplikasi Desain B2B.....	81
4.7.7. Sosial Media Instagram.....	85
4.8. Graphic Standard Manual.....	91
BAB V KESIMPULAN.....	95
5.1. Kesimpulan.....	95
5.2. Rekomendasi.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Hasil Survei Wanita Pengguna <i>Skincare</i> di Indonesia	2
Gambar 1.2. Logo Saturday Looks	3
Gambar 1.3. Kemasan Produk Saturday Looks	4
Gambar 2.1. Contoh Koherensi Identitas Visual pada Merek Laneige.....	10
Gambar 2.2. Perkembangan Logo The Body Shop.....	11
Gambar 2.3. Kemasan Perawatan Wajah <i>Serum</i>	13
Gambar 2.4. Kemasan <i>Hand Cream</i> Innis Free	14
Gambar 2.5. Produk Perawatan Wajah kolaborasi Kakao Talk.....	15
Gambar 2.6. Kesan <i>Vintage</i> dari Produk Buly.....	15
Gambar 2.7. Gaya Ilustrasi Ikonik Nathalie Lete	16
Gambar 2.8 Contoh Gambar dan Tulisan yang Saling Menyatu pada Too Faced.	17
Gambar 2.9 Clarins yang Menggunakan Warna Beragam pada Produknya sesuai Jam Pemakaian Produknya	19
Gambar 2.10. Penerapan Warna Biru pada <i>Booth</i> merek Laneige	19
Gambar 3.1. Diagram Tahapan Perancangan.....	21
Gambar 4.1. Perbandingan Produk Saturday Looks dan Kompetitor	30
Gambar 4.2 Opsi <i>Moodboard</i> ke-1	31
Gambar 4.3 Opsi <i>Moodboard</i> ke-2	32
Gambar 4.4. Clarissa Celecia Wijaya	32
Gambar 4.5. Gwendolyn Lim.....	33
Gambar 4.6. Livia Laurence.....	34

Gambar 4.7. Evelyn Laurence.....	35
Gambar 4.8. <i>Perceptual Mapping</i> Saturday Looks dengan Kompetitor.....	38
Gambar 4.9. Logo Saturday Looks & Penerapannya.....	39
Gambar 4.10. Kemasan Pengiriman Saturday Looks	40
Gambar 4.11. Produk Saturday Looks	40
Gambar 4.12 Media Sosial Saturday Looks.....	41
Gambar 4.13. <i>Mindmap</i> pencarian kata kunci	42
Gambar 4.14. <i>Moodboard</i>	44
Gambar 4.15. Referensi Visual Logo dan Kemasan Produk	45
Gambar 4.16. Referensi Visual Kemasan Pengiriman, <i>Card</i> , dan Instagram.....	45
Gambar 4.17. Eksplorasi Tipografi, Warna, Bentuk, Pola, dan Elemen Visual melalui <i>Morphological Matrix</i>	46
Gambar 4.18. Esplorasi Sketsa Logo	47
Gambar 4.19. Digitalisasi Sketsa Logo.....	48
Gambar 4.20. Alternatif Logo Pertama.....	49
Gambar 4.21. <i>Moodboard</i> Identitas Visual Alternatif Pertama	49
Gambar 4.22. Sistem Penerapan Alternatif Identitas Visual Pertama	50
Gambar 4.23. Alternatif Logo Kedua	51
Gambar 4.24. <i>Moodboard</i> Identitas Visual Alternatif Kedua.....	52
Gambar 4.25. Sistem Penerapan Alternatif Identitas Visual Kedua	52
Gambar 4.26. Alternatif Logo Ketiga	54
Gambar 4.27. <i>Moodboard</i> Identitas Visual Alternatif Ketiga.....	54
Gambar 4.28. Sistem Penerapan Alternatif Identitas Visual Ketiga.....	55

Gambar 4.29. Logo Saturday Looks	57
Gambar 4.30. Sistem Logo Saturday Looks	57
Gambar 4.31. <i>Brand Color</i> Saturday Looks	58
Gambar 4.32. Bunga Mawar <i>Pink</i>	59
Gambar 4.33. Tipografi Saturday Looks.....	60
Gambar 4.34. Sistem Warna <i>Brand Color</i>	62
Gambar 4.35. Contoh Penerapan pada <i>Stationery</i>	62
Gambar 4.36. Sumber Warna per Produk	63
Gambar 4.37. <i>Color Coding</i> per Produk	63
Gambar 4.38. Penerapan <i>Layout Centring</i>	64
Gambar 4.38. Penerapan <i>Layout 2 Kolom</i>	64
Gambar 4.39. Referensi Ilustrasi.....	65
Gambar 4.40. Contoh Perbedaan <i>Shade</i> Warna	66
Gambar 4.41. Proses Pembuatan Ilustrasi pada Aplikasi Procreate.....	66
Gambar 4.42. Supergrafis Saturday Looks	67
Gambar 4.43. Contoh Ilustrasi per Produk.....	68
Gambar 4.44. Sistem Desain Label Produk	69
Gambar 4.45. Sistem Penempatan Ilustrasi.....	70
Gambar 4.46. Sistem Desain Box Produk.....	71
Gambar 4.47. Sistem Nama Produk pada Desain Label Produk.....	72
Gambar 4.48. Minty Gentle Scrub	73
Gambar 4.49. Wake Wonderful Sleeping Mask	74
Gambar 4.50. Waterizer Light Weight Cream.....	75

Gambar 4.51. Skin Mate Serum.....	76
Gambar 4.52. Holy Grail Concentrate Serum.....	77
Gambar 4.53. 15 Minutes Peel Off Mask	78
Gambar 4.54. <i>Bundle</i> Produk.....	79
Gambar 4.55. Kartu Petunjuk Penggunaan Produk	80
Gambar 4.56. <i>Letterhead</i> Saturday Looks	81
Gambar 4.57. Kartu Nama Saturday Looks.....	82
Gambar 4.58. Amplop Saturday Looks.....	82
Gambar 4.59. Box Pengiriman Saturday Looks.....	83
Gambar 4.60. Kartu Ucapan Terima Kasih Saturday Looks	84
Gambar 4.61. Tampilan Instagram Saturday Looks	86
Gambar 4.62. Tahapan <i>Attention</i>	87
Gambar 4.63. Tahapan <i>Interest</i>	87
Gambar 4.64. <i>Carousel Post Interest</i>	88
Gambar 4.65. Tahapan <i>Desire</i>	89
Gambar 4.66. <i>Carousel Post Desire</i>	89
Gambar 4.67. Tahapan <i>Action</i>	90
Gambar 4.68. <i>Graphic Standard Manual</i>	91
Gambar 4.69. Bab 1 dari <i>Graphic Standard Manual</i>	91
Gambar 4.70. Bab 2 dari <i>Graphic Standard Manual</i>	92
Gambar 4.71. Bab 3 dari <i>Graphic Standard Manual</i>	93
Gambar 4.72. Bab 4 dari <i>Graphic Standard Manual</i>	93
Gambar 4.73. Bab 5 dari <i>Graphic Standard Manual</i>	94

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. <i>Conducting Research</i>	22
Tabel 3.2. <i>Clarifying Strategy</i>	23
Tabel 3.3. <i>Designing Identity</i>	24
Tabel 3.4 <i>Creating Touchpoints</i>	25
Tabel 3.5 Waktu dan Tempat Perancangan.....	25
Tabel 4.1 Persona Narasumber ke-1	32
Tabel 4.2 Persona Narasumber ke-2	33
Tabel 4.2 Persona Narasumber ke-2	34
Tabel 4.2 Persona Narasumber ke-2	35
Tabel 4.1 Penjabaran SWOT dari Saturday Looks	36
Tabel 4.2 Perbandingan Saturday Looks dengan Kompetitor	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - Transkrip Wawancara.....	A1-A7
Lampiran B - Dokumentasi Penulis	B1
Lampiran C - Lembar <i>Monitoring</i> Bimbingan.....	C1-C5

