



**Skripsi Aplikatif:**

**PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY  
8 KLAMBI INDONESIA**

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

**Nama : Israini Miranda**

**Nim : 44409010052**

**Jurusan : Visual Communication**

**VISUAL COMMUNICATION  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**J A K A R T A**

**2014**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI APLIKATIF**

Nama : Israini Miranda  
NIM : 44409010052  
Bidang Studi : Visual and Art Communication  
Judul Skripsi Aplikatif : Perancangan Corporate Identity 8 Klambi  
Indonesia

Menyetujui,

Pembimbing I

(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)

Pembimbing II

(Rommy Budhnan S. S.T, M.M)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI APLIKATIF**

Nama : Israini Miranda  
NIM : 44409010052  
Bidang Studi : Visual and Art Communication  
Judul Skripsi Aplikatif : Perancangan Corporate Identity 8 Klambi  
Indonesia

Jakarta, Januari 2014

1. Ketua Sidang  
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si  
(.....)
2. Penguji Ahli  
Sunarwati, S.Sn, M.Si  
(.....)
3. Pembimbing I  
Drs. Dadan Iskandar, M.Si  
(.....)
4. Pembimbing II  
Rommy Budiman S. S.T, M.M  
(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI APLIKATIF**

Nama : Israini Miranda  
NIM : 44409010052  
Bidang Studi : Visual and Art Communication  
Judul Skripsi Aplikatif : Perancangan Corporate Identity 8 Klambi  
Indonesia

Jakarta, Januari 2014

Disetujui dan Diterima Oleh,

Pembimbing I

(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)

Pembimbing II

(Rommy Budiman S. S.T, M.M)

Mengetahui,

Dekan Fikom UMB

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Perancangan .....	6
1.4 Manfaat Perancangan .....	6
1.4.1 Manfaat Akademis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Pembatasan Masalah .....	7
1.6 Metodologi Perancangan.....	7
1.6.1 Metode Mengumpulkan Data.....	7
1.6.2 Data Sekunder .....	7
1.6.3 Metode Visualisasi Desain.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
2.1 Komunikasi .....	9
2.1.1 Sifat Komunikasi.....	9
2.2 Komunikasi Visual.....	15
2.3 Corporate Identity .....	18
2.3.1 Definisi Corporate Identity .....	18
2.3.2 Fungsi Corporate Identity .....	24
2.3.3 Mengefektifkan Corporate Identity .....	26
2.4 Teori Logo .....	28
2.4.1 Definisi Logo .....	28
2.4.2 Fungsi Logo .....	30
2.4.3 Sifat – sifat Logo .....	32
2.4.4 Elemen-elemen Pembentuk Logo .....	33
2.4.5 Tahapan Membuat Logo .....	40
2.5 Warna .....	43

2.5.1 Memahami KekuatanWarna.....	44
2.5.2Additive Color (RGB) .....	47
2.5.3 Subtractive Color (CMYK) .....	48
2.6 Typografi .....	49
<b>BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL .....</b>	<b>59</b>
3.1 Tujuan Komunikasi .....	59
3.2 Strategi Komunikasi .....	59
3.3 Beberapa Logo Fashion.....	60
3.4 Analisi Data .....	62
3.4.1 Identifikasi Perusahaan .....	62
3.4.2 Sejarah Perusahaan .....	62
3.4.3 Visi Misi Perusahaan .....	63
3.4.3 Struktur Organisasi.....	64
3.4.5 SWOT .....	64
3.4.6 Identifikasi Produk .....	65
3.4.7 Identifikasi Wilayah Pemasaran.....	66
3.4.8 Segmentasi.....	66
3.4.9 Targeting .....	68
3.4.10 Potitioning.....	68
3.5 Strategi Media .....	68
3.6 Strategi Kreatif .....	69
3.6.1 Isi Pesan.....	69
3.6.2 Konsep Perancangan .....	70
3.6.3 Pengolahan Bentuk Huruf menjadi Bentuk Logotype .....	70
3.7 Logo Yang Terpilih.....	71
3.7.1 Unsur Visual Komunikasi .....	72
3.7.2 Unsur Warna .....	73
3.7.3 Jenis Huruf .....	74
3.7.4 Gaya Penampilan Grafis .....	75

<b>BAB IV KONSEP DAN PENGAPLIKASIAN RANCANGAN .....</b>	<b>76</b>
4.1 Konsep Perancangan .....	76
4.1.1 Identitas yang ingin disampaikan .....	76
4.1.2 Citra Visual yang ingin ditampilkan .....	76
4.2 Teknik Perancangan .....	77
4.2.1 Bentuk Visual Logogram .....	79
4.2.2 Bentuk Visual Logotype.....	80
4.2.3 Hasil Akhir Logo.....	80
4.3 Analisa Logo .....	81
4.3.1 Analisa SWOT Logo .....	82
4.4 Media Utama .....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan .....	91
5.2 Saran.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>CV</b>	

## Daftar Gambar dan Ilustrasi

Gambar II. 2.1 Toko Perbelanjaan di Korsel .....	14
Gambar II. 2.2 Logo Fancoco .....	44
Gambar II 2.3 RGB.....	48
Gambar II 2.4 CMYK.....	48
Gambar III 3.1 Logo Western Fashion .....	61
Gambar III 3.2 Korean Fashion .....	61
Gambar III 3.3 Indonesia Fashion .....	62
Gambar III 3.4 Alternatif Logo.....	71
Gambar III 3.5 Logo 8 Klambi Indonesia.....	71
Gambar IV 4.1 Proses Perancangan 1 .....	77
Gambar IV 4.2 Proses Perancangan 2.....	73
Gambar IV 4.3 Proses Perancangan 3.....	73
Gambar IV 4.4 Logogram.....	79
Gambar IV 4.5 Logotype .....	80
Gambar IV 4.6 Logo 8 Klambi Indonesia .....	80
Gambar IV 4.7 Logo pada latar hitam .....	80
Gambar IV 4.8 Logo pada latar kuning .....	81
Gambar IV 4.9 Cover Depan .....	83
Gambar IV 4.10 Daftar Isi .....	83
Gambar IV 4.11 Latar Belakang Perusahaan.....	84
Gambar IV 4.12 Visi Misi .....	84
Gambar IV 4.13 Makna Logo (Logogram).....	84



Gambar IV 4.14 Logotype .....	84
Gambar IV 4.15 Logo Landscape Dan Potrait.....	85
Gambar IV 4.16 Ukuran Logo .....	85
Gambar IV 4.17 Proposi Logo.....	85
Gambar IV 4.18 Penerapan Logo Pada Latar .....	85
Gambar IV 4.19 Warna Identitas .....	86
Gambar IV 4.20 Logo Hitam Putih.....	86
Gambar IV 4.21 Ukuran Logo .....	86
Gambar IV 4.22 Penerapan Logo yang tidak tepat.....	86
Gambar IV 4.23 Standarisasi Huruf.....	87
Gambar IV 4.24 Kop Surat .....	87
Gambar IV 4.25 Amplop .....	87
Gambar IV 4.26 Amplop Besar .....	87
Gambar IV 4.27 Kartu Nama .....	88
Gambar IV 4.28 ID Card.....	88
Gambar IV 4.29 Lembar Kerja .....	88
Gambar IV 4.30 Stempel & Label Brand .....	88
Gambar IV 4.31 Label Harga & Neon Box .....	89
Gambar IV 4.32 Paper Bag & T-shirt .....	89
Gambar IV 4.33 Ikaln Majalah .....	89
Gambar IV 4.34 Katalog Promosi .....	89
Gambar IV 4.35 Isi Katalog Promosi .....	90
Gambar IV 4.36 Cover Belakang .....	90

## Daftar Tabel

Tabel II 2.1 Arti Warna.....	45
Tabel IV 4.1 Analisa Logo.....	81
Tabel IV 4.2 Analisa SWOT Logo .....	82



## Daftar Grafik

Grafik II 2.1 Struktur Organisasi 8 Klambi Indonesia.....	64
---	----

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Rabbil Allamin, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat-Nya, hingga sampai saat ini saya masih diberikan kesehatan untuk dapat menyelesaikan skripsi aplikatif yang berjudul “PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY 8 KLAMBI INDONESIA”

Penyusunan skripsi aplikatif ini dilakukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari masih banyaknya kekurangan dalam penyusunan skripsi aplikatif ini.

Selesainya penyusunan skripsi aplikatif ini tidak lepas dari banyaknya pihak yang memberi bimbingan, dukungan, serta pembelajaran bagi saya. Pada kesempatan ini saya sebagai penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang ditunjukkan kepada :

1. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Endrianto dan Ibu Sandra Mariam yang telah memberikan segalanya dengan keikhlasan doa yang tiada henti serta kasih sayang yang melimpah dan dukungan.
2. Bapak Drs. Dadan Iskandar, M.Si, selaku pembimbing I terima kasih atas semua bimbingan, saran, dan masukannya sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi aplikatif ini.
3. Bapak Rommy Budiman S.S.T, M.M, selaku pembimbing II terima kasih atas semua bimbingan, saran, dan masukannya terutama tentang teknis

perancangan sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi aplikatif ini.

4. Ibu Dr. Agustina Zubair M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang menjadi tempat bagi penulis dalam menuntut ilmu selama masa perkuliahan.
5. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Visual and Art Communication yang memberikan nasehat atau masukan.
6. Segenap dosen pengajar program studi Visual and Art Communication yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada saya.
7. Segenap Staff FIKOM yang sudah banyak membantu dalam melancarkan skripsi aplikatif saya.
8. Adik – adikku Novalia dan Nadilla yang menghibur dan menyemangati.
9. Bude Mia yang berada di Hongkong yang selalu mendukung dan memberikan nasehat.
10. Keluarga besar Visual and Art Communication, Universitas Mercu Buana terutama angkatan 2009 Lery, Ayu, Ayu Liza, Vina, Heny, Tya, dll dan Tessy (2011).
11. Sahabatku Kikis (gendut) yang selalu menyemangati dan mendoakan demi kelancaran, dan Mas Amin yang memberikan masukan dan saran dalam pengerjaan skripsi ini.

Penulis mengetahui dan menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi aplikatif ini, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kebaikan penulis.

Semoga dengan keterbatasan penulis dalam mengemukakan isi skripsi aplikatif ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan peneliti lainnya.

Jakarta, Desember 2013

Israini Miranda

