



CORPORATE IDENTITY FARIDA BUTIK JAKARTA BARAT

SKRIPSI APLIKATIF

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar

Sarjana 1 (S-1) Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
Disusun oleh :
MERCU BUANA
MEGA RIZKIAH

44411010061

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2015

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : ***CORPORATE IDENTITY FARIDA BUTIK JAKARTA BARAT***
Nama : Mega Rizkiah
NIM : 44411010061
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Visual and Art Communication

Jakarta, 06 April 2015

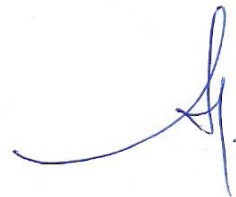
Mengetahui,

Pembimbing I



(Ety Sujanti, M.Ikom)

Pembimbing II



(Agus Nursidhi, SPd, MDs.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : ***CORPORATE IDENTITY FARIDA BUTIK JAKARTA BARAT***

Nama : Mega Rizkiah

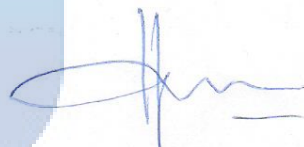
NIM : 44411010061

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual and Art Communication

Jakarta, 06 April 2015

Ketua Sidang,
Ira Purwitasari, M.Ikom



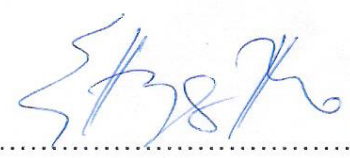
(.....)

Penguji Ahli,
Ananta Hari Noorsasetya, M.Ikom



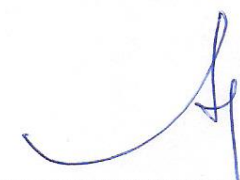
(.....)

Pembimbing I
Ety Sujanti, M.Ikom



(.....)

Pembimbing II
Agus Nursidhi, SPd, M.Ds



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : ***CORPORATE IDENTITY FARIDA BUTIK JAKARTA BARAT***
Nama : Mega Rizkiah
NIM : 44411010061
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Visual and Art Communication

Jakarta, 06 April 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I



(Ety Sujanti, M.Ikom)

Pembimbing II



(Agus Nursidhi, SPd, M.Ds)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

**Ketua Bidang Studi
Visual and Art Communication**



(Dr. Dadan Iskandar., M.Si)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Alhamdulillah Rabbi ‘Alamin, puji syukur saya tujukan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga sampai detik ini saya masih diberikan kesehatan untuk dapat menyelesaikan Skripsi Aplikatif yang berjudul **“Corporate Identity Farida Butik Jakarta Barat”** .

Penyusunan skripsi aplikatif ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Dan penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi aplikatif ini.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dan memberikan dukungan , pendidikan, bimbingan, semangat serta doa yang memicu penulis untuk semangat menyelesaikan skripsi aplikatif ini dari awal sampai akhir, terutama kepada :

1. Ety Sujanti, M.Ikom selaku dosen pembimbing I yang telah berkenan untuk meluangkan waktu dan terima kasih atas semua saran, masukan, dan bimbingan dari ibu terutama secara teknis dalam proses *corporate identity* farida butik jakarta barat ini sehingga penulis mampu untuk dapat menyelesaikan skripsi aplikatif ini..
2. Agus Nursidhi, SPd, MDs. selaku pembimbing II terima kasih atas segala bimbingan, saran serta masukannya kepada penulis terutama tentang teknis dalam proses *corporate identity* farida butik jakarta barat ini sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi aplikatif ini.
3. Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang menjadi tempat bagi penulis dalam menuntut ilmu selama masa perkuliahan.

4. Drs. A.Rachman, M.Si beserta Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Drs. Dadan Iskandar, M.Si selaku ketua jurusan Visual and Art Communication yang telah berkenan untuk memberikan nasehat dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Seluruh dosen pengajar *Visual and Art Communication* dari semester satu sampai akhir yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga bagi penulis.
7. Ida Farida selaku pemilik Farida Butik yang telah memberikan informasi lengkap mengenai Usaha Butik miliknya.
8. Kedua Orang Tua, serta kakak, adik, dan keluarga besar yang telah memberikan semangat, dukungan, baik dalam bentuk moril maupun material terhadap penulis.
9. Seluruh staff TU Fikom Universitas Mercu Buana, terutama Bapak Hartoyo dan Ibu Lila yang turut membantu dalam surat-surat keperluan penulis hingga akhir masa studi.
10. Sahabat tercinta Lia Nur Aulia, Astuti, dan Indah Nurwasilah yang telah memberikan semangat, selalu support, memberikan masukan serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi aplikatif ini.
11. Seseorang yang special di hati penulis yaitu Muhammad Noval yang selalu memberi semangat, dukungan, serta inspirasi dalam menyelesaikan skripsi aplikatif ini.
12. Seluruh teman-teman seperjuangan *Visual And Art Communication* angkatan 2011, khususnya untuk teman terdekat penulis, Heni Apriati, Nia Khurnia Dewi, Ayudia, Esti Setiawati, Yuriene Kenyo Asri Afrianto, dan Ratna Sari Rizki yang saling memberi semangat, memberi masukan dan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi aplikatif ini.

13. Semua pihak yang ikut andil dalam pembuatan skripsi namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Di dalam penyusunan skripsi aplikatif ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, untuk itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi aplikatif ini.

Demikian kata pengantar penulis, dengan harapan skripsi aplikatif ini berguna untuk semua orang yang membutuhkannya. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya.



Jakarta, April 2015

Penulis

Mega Rizkiah

DAFTAR ISI

Judul.....	i
Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi.....	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi.....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Perancangan.....	7
1.5 Pembatasan Masalah.....	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Akademis	7
1.6.2 Manfaat Praktis	8

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Komunikasi.....	9
2.1.1 Sifat Komunikasi	11

2.1.2	Tujuan Komunikasi.....	14
2.2	Komunikasi Visual.....	15
2.3	Corporate Identity	17
2.3.1	Definisi Corporate Identity	17
2.3.2	Elemen Corporate Identity	18
2.3.3	Fungsi Corporate Identity	18
2.3.4	Mengefektifkan Corporate Identity.....	20
2.4	Logo	22
2.4.1	Fungsi Logo	23
2.3.2	Jenis-Jenis Logo.....	25
2.5	Tipografi	30
2.6	Warna.....	35
2.7	Garis.....	42
2.8	Bentuk	44
2.9	Butik.....	45
2.10	Teori GSM (Graphic Standard Manual)	46

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1	Tujuan Komunikasi.....	49
3.2	Strategi Komunikasi.....	50
3.3	Beberapa Logo Butik	51
3.4	Pesan Utama.....	52
3.5	Strategi Kreatif.....	52
3.5.1	Pendekatan Kreatif Dalam Penyampaian Pesan	52

3.5.2	Pendekatan Visual.....	53
3.6	Strategi Visual.....	54
3.7	Strategi Media.....	54
3.8	Konsep Visual.....	55
3.8.1	Ide Pembuatan Logo	56
3.8.2	Pengolahan Bentuk Logo	56
3.8.3	Menentukan Alternatif Logo yang akan digunakan.....	57
3.8.4	Proses Pengolahan Bentuk	58
3.8.5	Tipografi	59
3.8.6	Warna.....	59
3.9	Identifikasi Biaya dan Jadwal Pembuatan Media Utama	60
3.9.1	Biaya Pra Produksi.....	60
3.9.2	Biaya Pasca Produksi.....	61
3.9.3	Biaya Produksi	61
3.9.4	Jadwal Pembuatan Media Utama.....	62
3.10	Analisis Data.....	62
3.10.1	Identifikasi Usaha Butik	63
3.10.2	Sejarah Usaha Butik.....	63
3.10.3	Visi dan Misi Usaha Butik.....	63
3.10.4	Analisis SWOT	64
3.10.5	Targeting	65
3.10.6	Positioning	65

BAB IV TEKNIS PERANCANGAN DAN MEDIA

4.1	Teknis Perancangan	66
4.1.1	Visual Huruf.....	67
4.1.2	Hasil Akhir Logo	67
4.2	Penjabaran Visual Logo	68
4.3	Media Utama.....	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

