

## **TUGAS AKHIR**

# **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL FORHER COSMECEUTICAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat  
dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Disusun Oleh :

**Aliah Sakinah**

**42321010096**

Dosen Pembimbing :

**Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds, M.Sn**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2025**

|                                                                                                  |                                                                                                                                                           |   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| <br>MERCU BUANA | <b>LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA<br/>         KOMPREHENSIF LOKAL<br/>         FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF<br/>         UNIVERSITAS MERCUBUANA</b> | Q |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aliah Sakinah  
 Nomor Induk Mahasiswa : 42321010096  
 Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
 Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 28 Juli 2025

Yang memberikan pernyataan,



Aliah Sakinah (42321010096)

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aliah Sakinah  
NIM : 42321010096  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Tugas Akhir : Perancangan Ulang Identitas Visual Forher  
Cosmeceuticals Sebagai Upaya Meningkatkan  
Brand Awareness

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds, M.Sn

NIDN : 0306088302

Ketua Penguji : Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds, M.Sn

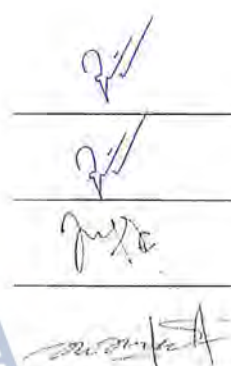
NIDN : 0306088302

Penguji 1 : Anggi Almira Rahma, S.Ds, M.Ds

NIDN : 0307079304

Penguji 2 : Dr. Ariani Kusumo Wardhani, M.Ds,CS

NIDN : 0324078004



Jakarta, 8 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Desain dan Seni Kreatif



(Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn.)

Ketua Program Studi  
Desain Komunikasi Visual



(Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn.)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah S.W.T. karena berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan Laporan Penulisan Tugas Akhir ini dengan judul **Perancangan Identitas Visual pada Forher Cosmeceutical Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness**. Penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih berkat doa, usaha, serta dukungan dari semua pihak yang terlibat, sehingga laporan ini dapat diselesaikan dengan baik, antara lain:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk diberikan kemampuan dan Kesehatan.
2. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat baik secara moril maupun materil.
3. Aisyah Chika Putri selaku pemilik Forher Cosmeceuticals.
4. Bapak Dr. Agus Budi Setyawan selaku Dosen Pembimbing yang selalu membantu bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan dengan baik.
5. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
6. Bapak Rizal Bay Khaqi, S.Ds selaku dosen koodinator Tugas Akhir yang telah memberikan arahan selama Menyusun laporan Tugas Akhir.
7. Teman-teman dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam masa perkuliahan.

8. Terima kasih kepada diri sendiri atas keteguhan dalam menghadapi tantangan dan tidak menyerah.

Terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan laporan ini. Penulis menyadari adanya berbagai keterbatasan yang dimiliki, diharapkan masukan, kritik, dan saran dari semua pihak untuk menyempurnakan laporan ini. Semoga laporan ini dapat menjadi pedoman yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan dan memberikan manfaat bagi semua.



Jakarta, 29 Juli 2025

Aliah Sakinah

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

# PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL FORHER COSMECEUTICAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

ALIAH SAKINAH

42321010096

## ABSTRAK

Industri skincare di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, menciptakan peluang bagi merek-merek baru untuk bersaing. Forher *Cosmeceutical*, yang menawarkan produk perawatan kulit berbasis medis, perlu memperkuat identitas visualnya untuk menonjol di pasar yang kompetitif. Oleh karena itu, perancangan ulang identitas visual Forher *Cosmeceutical* menjadi langkah krusial untuk menciptakan citra yang lebih menarik dan mudah diingat oleh konsumen. Proses perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking*, yang mencakup tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*, serta penerapan identitas visual di berbagai platform untuk meningkatkan *brand awareness* dan daya saing Forher *Cosmeceutical* di industri *skincare*.

**Kata Kunci : Kecantikan, Forher Cosmeceuticals,  
Perancangan logo**



# **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL FORHER COSMECEUTICAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

ALIAH SAKINAH

42321010096

## **ABSTRACT**

*The skincare industry in Indonesia is experiencing significant growth, creating opportunities for new brands to compete. Forher Cosmeceuticals, which offers medical-based skincare products, needed to strengthen its visual identity to stand out in the competitive market. Therefore, redesigning Forher Cosmeceutical visual identity became a crucial step to create a more attractive and memorable image for consumers. This design process used the Design Thinking method, which includes the stages of Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test, as well as the application of visual identity on various platforms to increase Forher Cosmeceutical brand awareness and competitiveness in the skincare industry.*

**Key Words : Beauty, Forher Cosmeceuticals, Logo Design**

## DAFTAR ISI

|                                            |             |
|--------------------------------------------|-------------|
| <b>COVER DALAM.....</b>                    | <b>I</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>            | <b>II</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>            | <b>III</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                 | <b>IV</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                        | <b>VI</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                      | <b>VII</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                    | <b>VIII</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                   | <b>X</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                 | <b>XI</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                | <b>XIII</b> |
| <b>BAB I .....</b>                         | <b>1</b>    |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>                    | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....                   | 1           |
| 1.2 Tujuan Perancangan .....               | 4           |
| 1.3 Manfaat Perancangan .....              | 4           |
| 1.4 Perumusan Masalah.....                 | 5           |
| <b>BAB II .....</b>                        | <b>6</b>    |
| <b>METODE PERANCANGAN.....</b>             | <b>6</b>    |
| 2.1 Orisinalitas .....                     | 6           |
| 2.2 Target Perancangan.....                | 11          |
| 2.3 Relevansi dan Konsekuensi Studi .....  | 12          |
| 2.3.1 Pengetahuan .....                    | 13          |
| 2.3.2 Keterampilan .....                   | 13          |
| 2.3.3 Perlengkapan yang dibutuhkan .....   | 13          |
| 2.3.4 Biaya Perancangan dan Produksi ..... | 14          |
| 2.3.5 Studi Estetika .....                 | 15          |
| 2.3.6 Studi Komunikasi.....                | 20          |
| 2.4 Skema Proses Desain .....              | 22          |



|                                              |           |
|----------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB III .....</b>                         | <b>36</b> |
| <b>ANALISIS DATA &amp; PERANCANGAN .....</b> | <b>36</b> |
| 3.1 Positioning & Konsep Desain .....        | 36        |
| 3.2 Strategi Pesan .....                     | 39        |
| 3.3 Strategi Visual .....                    | 41        |
| 3.4 Strategi Distribusi Karya .....          | 44        |
| <b>BAB IV .....</b>                          | <b>47</b> |
| <b>ANALISA DATA &amp; PERANCANGAN .....</b>  | <b>47</b> |
| 4.1 Deskripsi Karya .....                    | 47        |
| 4.3 Pameran Karya .....                      | 63        |
| 4.4 Hasil Uji Desain .....                   | 66        |
| 4.5 Evaluasi Perancangan Karya .....         | 68        |
| <b>BAB V .....</b>                           | <b>71</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>            | <b>71</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                         | 71        |
| 5.2 Saran .....                              | 72        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                  | <b>73</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                        | <b>75</b> |

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1 Referensi Karya Terdahulu.....               | 11 |
| Tabel 2 Biaya Perancangan dan Produksi.....          | 15 |
| Tabel 3 Hasil Analisis Siklus Hidup Produk .....     | 38 |
| Tabel 4 Alur Strategi Distribusi Karya.....          | 46 |
| Tabel 5 Umpan balik secara detail dari Pameran ..... | 67 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1 Referensi Desain logo .....                              | 19 |
| Gambar 2 Design Thinking Method .....                             | 22 |
| Gambar 3 Mind Mapping .....                                       | 25 |
| Gambar 4 Mood Board .....                                         | 28 |
| Gambar 5 Mood Board .....                                         | 29 |
| Gambar 6 Sketsa Manual, Digital .....                             | 32 |
| Gambar 7 Logo Final Terpilih .....                                | 34 |
| Gambar 8 Dokumentasi Pelaksanaan Pameran .....                    | 35 |
| Gambar 9 Warna Identitas Visual Forher Cosmeceutical .....        | 43 |
| Gambar 10 Tipografi Identitas Visual Forher Cosmeceutical .       | 43 |
| Gambar 11 Layout GSM Optik Forher Cosmeceuticals .....            | 54 |
| Gambar 12 Graphic Standard Manual Book .....                      | 58 |
| Gambar 13 Kemasan Primer Forher Cosmeceuticals.....               | 59 |
| Gambar 14 Kemasan Sekunder Forher Cosmeceuticals.....             | 59 |
| Gambar 15 Kemasan Tersier Forher Cosmeceuticals .....             | 60 |
| Gambar 16 Merchandise .....                                       | 60 |
| Gambar 17 Media Promosi Forher Cosmeceuticals .....               | 61 |
| Gambar 18 Stationery .....                                        | 61 |
| Gambar 19 Instagram Forher Cosmeceuticals .....                   | 62 |
| Gambar 20 Gambar Display Booth Acara .....                        | 63 |
| Gambar 21 Persiapan Pameran .....                                 | 64 |
| Gambar 22 Pembukaan Pameran .....                                 | 64 |
| Gambar 23 Display Pameran .....                                   | 65 |
| Gambar 24 Interaksi dengan Pengunjung saat Pameran Karya<br>..... | 65 |

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| Gambar 25 Bukti Data Audiens .....         | 67 |
| Gambar 26 Kutipan Bukti Data Audiens ..... | 68 |
| Gambar 27 Booth .....                      | 70 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Bukti Bimbingan/Asistensi Dosen Pembimbing<br>Tugas Akhir.....             | 75 |
| Lampiran 2 Surat Keterangan Hasil Sidang.....                                         | 76 |
| Lampiran 3 Komentar Perbaikan Dosen Pembimbing dan<br>Dosen Penguji Sidang Akhir..... | 77 |
| Lampiran 4 Bukti Hasil Turnitin dan Lembar Similarity Check.                          | 78 |
| Lampiran 5 Dokumentasi Pameran .....                                                  | 79 |
| Lampiran 6 Bukti Wawancara Mitra & Pelanggan Forher<br>Cosmeceutical.....             | 80 |
| Lampiran 7 Kuesioner Survei dan Tugas Akhir.....                                      | 81 |

