

**PENGANTAR KARYA
TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN *VISUAL BRANDING VAPESTORE*
SPACEVAPE MELALUI MEDIA DESAIN KOMUNIKASI
VISUAL**



Disusun Guna Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Seni Rupa
Program Studi Desain Komunikasi Visual

Disusun Oleh:
AGUNG WIDYAWAN
C0713005

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2017**


LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul:
**PERANCANGAN *VISUAL BRANDING VAPESTORE* SPACEVAPE
MELALUI MEDIA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

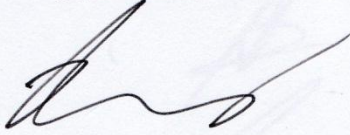
Telah disetujui untuk dipertahan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir (TA).
Pada tanggal 24 juli 2017

Menyetujui,


Pembimbing I


Drs. Mohamad Suharto, M.Sn.
NIP. 195612201986031003

Pembimbing II


Jazuli Abdin Munib, S.Sn., M.Hum.
NIP. 197505162002121001

Koordinator Tugas Akhir (TA)


Ercilia Rini Octavia, S.Sn., M.Sn.
NIP. 198010112008122001

PENGESAHAN

Proposal Karya Tugas Akhir dengan Judul
PERANCANGAN *VISUAL BRANDING VAPESTORE SPACEVAPE*
MELALUI MEDIA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Telah disahkan dan diterima oleh Panitia dalam Sidang Tugas Akhir
Prodi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain
Universitas Sebelas Maret
Pada tanggal: 24 Juli 2017

Tim Penguji:

Ketua Sidang Tugas Akhir
Drs. Bedjo Rivanto, M.Hum.
NIP. 195811111989031001

()

Sekretaris Sidang Tugas Akhir
Arief Iman Santoso, S.Sn., M.Sn
NIP. 197903272005011002

()

Pembimbing I Tugas Akhir
Drs. Mohamad Suharto, M.Sn.
NIP. 195612201986031003

()

Pembimbing II Tugas Akhir
Jazuli Abdin Munib, S.Sn., M.Hum.
NIP. 197505162002121001

()

Disahkan:



Dekan
Fakultas Sastra dan Seni Rupa
Drs. Ahmad Adib, M.Hum., Ph.D
NIP. 196207081992031001



Ketua Prodi
Desain Komunikasi Visual
Dr. Dedy Tri Ardianto, S.Sn., Dpl.Art.
NIP. 197905212002121002

PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan kepada :
Ayah, Ibu, dan kaka tercinta yang sudah memberikan semangat
dan seluruh sahabat-sahabat yang selalu memberi dukungan.

MOTTO

*“Jadikanlah duniamu terus berlari. jika diam,
itu hanya milik mereka yang tidak bisa berdiri .”*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis bisa menyelesaikan mata kuliah tugas akhir yang berjudul *Perancangan Visual Branding Vapestore Spacevape Melalui Media Komunikasi Visual*. Dalam menyelesaikan Karya Tugas Akhir ini meskipun dengan berbagai hambatan yang ada. Dengan bantuan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikannya. Maka dari itu tidak lupa penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. Ahmad Adib, M.Hum, Ph.D selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Dr. Deny Tri Ardianto, S.Sn, Dipl.Art selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.
3. Drs. Moh. Suharto, M.Sn. selaku Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan bimbingannya.
4. Jazuli Abdin Munib, S.Sn., M.Hum. selaku Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan bimbingannya.
5. Seluruh Staf Pengajar Jurusan S1 Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret yang tulus mendidik serta memberkan bekal ilmu melalui kegiatan perkuliahan.
6. Seluruh Staf Administrasi Jurusan S1 Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret
7. Bapak Galih Sakti selaku Pemilik Spacevape yang telah banyak membantu dalam pencarian data untuk Tugas Akhir ini.
8. Keluarga dan para sahabat yang senantiasa mendukung penulis untuk tetap bersemangat dalam menyelesaikan kuliah dengan baik dan lancar.
9. Teman-teman serta seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Karya Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Pengantar Karya Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan penulis dalam berbagai hal. Oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dari para pembaca. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih dan penulis berharap semoga apa yang telah penulis susun ini dapat bermanfaat serta menambah wawasan bagi pembaca.

Surakarta, Juli 2017

Penulis

Agung Widyawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Batasan Masalah	3
D. Tujuan Perancangan	3
E. Manfaat Penelitian	3
F. Kerangka Pikir	4
G. Metode Penelitian	4
1. Teknik Pengumpulan data	5
2. Teknik Analisa Data	7
3. Sasaran dan Lokasi Penelitian	7
4. Jenis data dan Sumber Data	8
5. Analisa Data	9
H. Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Perancangan	11
1. Definisi Perancangan	11
2. Elemen Perancangan	12
3. Prinsip Perancangan	13
B. Visual	18
1. Pengertian Visual	18
C. <i>Branding</i>	20
1. Definisi <i>Brand</i>	20
2. Karakteristik <i>Brand</i>	20
D. <i>Visual branding</i>	22

1. Menjaga <i>brand identity</i>	23
2. Mengekspresikan emosi	23
E. <i>Vapestore</i>	24
F. Spacevape	28
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	27
A. Identifikasi Objek	27
1. Data Spacevape	27
2. Data Produk	28
B. Target	37
1. <i>Target Audience</i>	37
C. Kompetitor	38
1. Vapeout Cirebon <i>Vapestore</i>	38
2. Imagine Vaporizer	39
D. Analisis SWOT	41
E. <i>Unique Selling Prepositioning (USP)</i>	43
F. <i>Positioning</i>	44
BAB IV KONSEP PEMIKIRAN DESAIN	46
A. Metode Perancangan	46
B. Konsep Kreatif	46
1. <i>Unique Selling Prepositioning (USP)</i>	47
2. <i>positioning</i>	48
C. Standar Visual	48
1. Strategi Visual Verbal dan Non Verbal	48
D. Pemilihan Media dan Media Placement	55
1. Media Utama	55
2. Media Pendukung	57
E. Prediksi Biaya	63
BAB V VISUALISASI KARYA	63
A. Media Utama	64
1. Logo dan Tagline	64
2. <i>Graphic Standard Manual</i>	65
B. Media Pendukung	82

BAB VI PENUTUP	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1 : Dalam Spacevape	27
2. Gambar 2 : <i>Mechanical mod</i>	29
3. Gambar 3 : <i>Electrical mod</i>	30
4. Gambar 4 : <i>Electrical mod</i>	30
5. Gambar 5 : <i>RDA (Rebuildable Dripping Atomizer)</i>	32
6. Gambar 6 : <i>RTA (Rebuildable Tank Atomizer)</i>	33
7. Gambar 7 : <i>RDTA (Rebuildable Dripping Tank Atomizer)</i>	33
8. Gambar 8 : <i>Battery 18650</i>	34
9. Gambar 9 : <i>E-liquid</i>	36
10. Gambar 10 : Kapas untuk vaping	37
11. Gambar 11 : Logo Vapeout	38
12. Gambar 12 : Suasana Vapeout	39
13. Gambar 13 : Logo Imagine Vaporizer Cirebon	40
14. Gambar 14 : Suasana Imagine Vaporizer Cirebon	40

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1 : Analisis SWOT43
2. Tabel 2 : Prediksi Biaya Pembuatan Karya Pendukung62

**PERANCANGAN *VISUAL BRANDING VAPESTORE*
SPACEVAPE MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL**

Agung Widyawan¹

Drs. Moh. Suharto, M.Sn.² Jazuli Abdin Moenib, S.Sn., M.Hum.³

ABSTRAK

Agung Widyawan. 2017. Pengantar karya Tugas Akhir ini Berjudul *Perancangan Visual Branding Vapestore Spacevape Melalui Media Komunikasi Visual*. Perancangan ini dibuat karena Spacevape belum terlalu bisa bersaing dengan kompetitor lainnya. Tujuan perancangan ini yaitu agar masyarakat dapat lebih mudah mengenal dan tertarik pada *Vapestore Spacevape* ini serta meningkatkan penjualannya..Oleh karena itu perlu adanya beberapa media yang dapat memperkenalkan Spacevape guna lebih dikenal. dan dipilihlah *branding* logo dan *tagline* sebagai sarana bagi masyarakat luas untuk mengenal Spacevape. Diharapkan perancangan *Branding Logo* dan *Tagline* dengan menggunakan strategi yang terkonsep melalui media komunikasi visual yang efektif akan dapat mengajak masyarakat untuk lebih mengenali Spacevape dimata konsumen.

¹ Mahasiswa Prodi S1 Deskomvis Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas
Sebelas Maret Surakarta

² Dosen Pembimbing I

³ Dosen Pembimbing II

***DESIGN OF VISUAL BRANDING VAPESTORE SPACEVAPE
THROUGH THE VISUAL COMMUNICATION DESIGN***

Agung Widyawan¹

Drs. Moh. Suharto, M.Sn.² Jazuli Abdin Moenib, S.Sn., M.Hum.³

ABSTRACT

Agung Widyawan. 2017. Introduction to the work of this Thesis Entitled Design Visual Branding Vapestore Spacevape through the medium of Visual communication. This design created for the Spacevape not too be able to compete with other competitors. The purpose of the design so that the public can more easily recognize and are interested in this as well as improved Spacevape Vapestore round. Therefore need for some media that can introduce Spacevape to better known. and the addition of branding your logo and tagline as a means for the public to get to know Spacevape. Logo and Branding Design expected Tagline by using strategies that terkonsep through effective visual communication media will be able to urge people to better recognize Spacevape in the eyes of consumers.

¹ *The student of Visual Communication Design Faculty of Fine Art and Design
Sebelas Maret Unyversity*

² Dosen Pembimbing I

³ Dosen Pembimbing II