

ABSTRAK

Dengan berkembangnya Bandung menjadi salah satu lokasi wisata belanja bagi para wisatawan domestik, maka dengan bertambahnya volume orang yang ada di Bandung kebutuhan akan *fashion* pun akan meningkat dan perkembangan dunia *fashion* di Bandung pun akan ikut berkembang. Sehingga bisnis dalam dunia *fashion* sangat menjamur di berbagai tempat terutama di Bandung dan daerah sekitarnya. Tetapi sangat disayangkan banyak butik yang kurang berkonsep dalam menjual barang yang ditawarkan dalam dunia *fashion*. Dari latar belakang tersebut, akan dibuat suatu branding sebuah studio yang berisi butik, salon dan studio foto yang unik, bebas, berani dan kreatif.

Branding yang diberi nama “Harajuku Studio” memiliki konsep keseluruhan yang bertema Harajuku dari Jepang. Pada butik menjual baju-baju, sepatu, sampai aksesoris yang bertema Harajuku. Sedangkan pada Salon Harajuku Studio, konsumen akan dilayani semuanya mengenai gaya potongan rambut dan *make-up* wajah. Dalam Studio Harajuku ini juga terdapat studio foto sebagai tempat untuk mengabadikan gaya *fashion* Harajuku dan gaya *make-up* Harajuku di depan kamera. Di dalam Harajuku Studio ini juga terdapat ruangan kantor (*office*) sebagai tempat untuk mendapatkan informasi-informasi dan konsultasi.

Harajuku Studio ini bertempat di *Ciwalk Extention*. Perancangan Harajuku Studio meliputi Logo, *Branding*, *Corporate Identity*, dan aplikasi kepada media-media. Media kreatif yang dipergunakan antara lain media utama berupa poster; media pendukung lini atas (*Above The Line*) berupa *website* dan iklan di majalah; dan media pendukung lini bawah (*Below The Line*) berupa brosur, selebaran/ *leaflet*, *billboard*, *corporate identity*, *x-banner*, umbul-umbul, *shopping bag*, mobil, *price tag*, seragam pelayan, dan *souvenir* (pin dan gantungan boneka *handphone*).

Kata Kunci : Logo, *Branding*, *Corporate Identity*, Aplikasi Media

ABSTRACT

By growing it Bandung to become one of shopping tourism site to all domestic tourist, hence with increasing of the man volume in Bandung requirement fashion would also will increase and development of world fashion in Bandung also will grow. So business in world fashion hardly be spread evenly in various places especially in Bandung and vicinity area. But hardly regrettably many boutiques that is unsatisfying concept in selling goods that is on the market in world fashion. From the background, will be made a branding a studio containing boutique, unique saloon and photograph studio, free, dare, and creative.

Branding which called “Harajuku Studio” has entirely concept having theme Harajuku from Japan. At boutique sells clothes, shoe, until accesories having theme Harajuku. While at Harajuku Saloon Studio, costumer will be served altogether about haircut style and make up face. In Harajuku Studio there is photograph studio as place of immortalize style fashion Harajuku and style make-up Harajuku in front of camera. In Harajuku Studio there is office room as place of get information and consultancy.

Harajuku Studio having place of in Ciwalk Extention. Scheme of Harajuku Studio covers logo, branding, corporate identity, and application to medias. Creatic media utilized for example main media in the form of poster: upper line supporter media (above the line) in the form of website and advertisement in magazine; and the line supporter media under (below the line) in the form of brochure, leaflet, bilboard, corporate identity, x-banner, long flag, shopping bag, car, price tag, steward uniform, and souvenir (pin and doll hanger handphone).

Keyword : Logo, Branding, Corporate Identity, the application of media.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS LAPORAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	12
1.3. Rumusan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Perancangan.....	13
1.5. Ruang Lingkup Perancangan.....	14
1.6. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	14
1.6.1. Sumber Data.....	14
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data.....	16
1.7. Kerangka Berpikir.....	17

BAB II TINJAUAN MASALAH

2.1. Kajian Pustaka (Teoritik).....	18
2.1.1. Pengertian Desain Grafis.....	18
2.1.2. Prinsip dan Unsur Desain.....	19
2.1.3. Kelengkapan Desain Grafis.....	19
2.1.4. Pengertian Branding.....	22
2.1.5. Jenis Branding.....	23
2.1.5.1. Branding Internal.....	23
2.1.5.2. Branding Eksternal.....	25
2.1.6. Corporate Identity.....	26

2.2. Tinjauan Faktual (Empirik).....	29
2.3. Gagasan Awal.....	29

BAB III PEMECAHAN MASALAH

3.1. Objek Perancangan.....	31
3.2. Target Audience.....	32
3.3. Konsep Perancangan.....	32
3.3.1. Perancangan Media (Strategi Media).....	32
3.3.1.1. Tujuan Media.....	33
3.3.1.2. Kelemahan dan Keunggulan Media.....	34
3.3.1.3. Program Media.....	39
3.3.2. Perencanaan Kreatif (Strategi Kreatif).....	42
3.3.2.1. Konsep Kreatif.....	43
3.3.3. Konsep Verbal/ Bahasa.....	45
3.3.4. Konsep Visual.....	46
3.3.5. Biaya Media/ <i>Budgeting</i>	50
3.3.6. Visualisasi Karya.....	52

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan.....	76
4.2. Saran.....	77
4.2.1. Untuk diri sendiri dan civitas Akademi Maranatha.....	77
4.2.2. Untuk masyarakat secara umum.....	77
4.2.3. Untuk masukan pada penelitian selanjutnya.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Cosplay.....	5
Gambar 1.2. Ganguro dan Kogal.....	6
Gambar 1.3. Gothic Lolita.....	7
Gambar 1.4. Sweet Lolita.....	8
Gambar 1.5. Classic Lolita.....	8
Gambar 1.6. Maid Cafe.....	9
Gambar 1.7. Gwen Stefani terpengaruh dengan street fashion Jepang.....	10
Gambar 1.8. Peta Lokasi Ciwalk Extention.....	12
Gambar 1.9. Bagan Kerangka Berpikir.....	17
Gambar 3.1. Logo Harajuku Studio.....	47
Gambar 3.2. Ukuran Minimum Logo.....	47
Gambar 3.3. Warna asli Logo.....	48
Gambar 3.4. Warna Grayscale Logo.....	49
Gambar 3.5. Warna hitam putih Logo.....	49
Gambar 3.6. Stationery.....	52
Gambar 3.7. Tampilan kartu nama.....	53
Gambar 3.8. Kartu nama depan.....	53
Gambar 3.9. Kartu nama belakang.....	53
Gambar 3.10. Tampilan Letterhead.....	54
Gambar 3.11. Letterhead bagian depan.....	55
Gambar 3.12. Letterhead bagian belakang.....	55
Gambar 3.13. Tampilan amplop.....	56
Gambar 3.14. Poster 1.....	57
Gambar 3.15. Poster 2.....	58
Gambar 3.16. Poster 3.....	58
Gambar 3.17. Desain Billboard.....	59
Gambar 3.18. Tampilan Billboard.....	60
Gambar 3.19. Contoh foto Billboard yang dipasang di jalan.....	60
Gambar 3.20. Iklan majalah versi 1.....	61

Gambar 3.21. Iklan majalah versi 2.....	62
Gambar 3.22. Umbul-umbul yang diletakkan dibagian kiri dan kanan.....	63
Gambar 3.23. Contoh pemasangan umbul-umbul.....	63
Gambar 3.24. Tampilan HOME dalam Website Harajuku Studio.....	64
Gambar 3.25. Tampilan GALLERY dalam Website Harajuku Studio.....	64
Gambar 3.26. Tampilan brosur yang dilipat.....	65
Gambar 3.27. Brosur bagian belakang dan bagian depan.....	65
Gambar 3.28. Leaflet bagian depan.....	66
Gambar 3.29. Leaflet bagian belakang.....	66
Gambar 3.30. Mobil Harajuku Studio.....	67
Gambar 3.31. Baju seragam perempuan dan laki-laki.....	68
Gambar 3.32. Shopping Bag bagian depan.....	69
Gambar 3.33. Shopping Bag bagian belakang.....	69
Gambar 3.34. X-Banner untuk Butik.....	70
Gambar 3.35. X-Banner untuk Salon.....	71
Gambar 3.36. X-Banner untuk Foto Studio.....	72
Gambar 3.37. Price Tag bagian depan dan belakang.....	73
Gambar 3.38. Berbagai macam desain pada pin.....	74
Gambar 3.39. Souvenir berupa gantungan boneka Handphone.....	75