

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala hidayah, dan segala pertolongan dan keridhaan – Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan judul Tugas Akhir “ **PERANCANGAN IDENTITAS MAXI PET SHOP CIJAGRA BANDUNG SELATAN** “.

Adapun Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi Syarat Ujian Sidang Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Kreatif Industri Universitas Telkom Bandung.

Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar yang tidak terlepas dari bantuan dari semua pihak dari lingkungan keluarga, lingkup kampus Fakultas Kreatif Industri Universitas Telkom Bandung maupun dari para sahabat. Maka ungkapan rasa terima kasih serta segala penghargaan yang pantas untuk disampaikan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah, kemudahan dan segala macam nikmatnya kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Kedua orangtua yang teramat sangat dicintai oleh penulis, Ibu Nurwati dan Bapak Agoe Soelistiadi. Tanpa dukungan semangat, kasih sayang, moril dan yang lainnya penulis tidak mungkin dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. “Terima kasih Ibu, Bapak, yang selalu sabar dengan cinta kasih yang tidak pernah berkurang”.
3. Adek - ku tersayang, Dwita Hapsarie Riandhini. Terima kasih atas semangat dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
4. Bapak Didit Widiatmoko, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Telkom University.
5. Kepada dosen pembimbing, Bapak Sonson Nurusholih, S.Sn, selaku pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya, senantiasa sabar dalam membimbing dan mengarahkan hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.

6. Kepada dosen - dosen penguji, Bapak Iman Sumargono, S.Sn. M.Ds dan Bapak Yayat Sudaryat, S.Sn.
7. Kepada keluarga besar yang selalu mendukung dan memberikan semangat.
8. Muhammad Isra Affan Miraza yang selalu bersedia membantu, memberi dukungan dan motivasi dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
9. Teman - teman seperjuangan angkatan 2010 Desain Komunikasi Visual Fakultas Kreatif Industri Universitas Telkom Bandung yang akan penulis rindukan.
10. Cecunguk IMAGI 2009, 2010 dan 2011.
11. Dan semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu - per - satu.

Semoga segala sesuatu yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Bandung, 02 Juni 2014

Penanggung jawab Yudiris/ Penulis

Putri Ayu Aditya

Permatasari

1401100130

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR SKEMA.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Permasalahan.....	4
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Ruang Lingkup.....	4
1.4. Tujuan Perancangan.....	5
1.4.1. Tujuan Umum.....	5
1.4.2. Tujuan Khusus.....	5
1.5. Manfaat Perancangan.....	5
1.5.1. Bagi Perusahaan.....	5
1.5.2. Bagi Konsumen dan Masyarakat Umum.....	5

1.5.3. Bagi Penulis dan Rekan - Rekan Seprofesi.....	6
1.6. Metode Penelitian.....	6
1.6.1. Metode Yang Digunakan.....	6
1.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	6
1.7. Kerangka Perancangan.....	8
1.8. Pembabakan.....	9
BAB II. DASAR PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Identitas.....	10
2.1.2 <i>Corporate Identity</i>	10
2.1.3 Identitas Visual.....	11
2.1.4 <i>Brand</i>	13
2.1.5 Perilaku Konsumen dan Minat Beli.....	15
2.1.6 <i>Repetition</i>	15
2.1.7 Buku Pedoman.....	16
2.1.8 Logo.....	16
2.1.9 Tagline.....	19
2.1.10 Ikon.....	19
2.1.11 Media.....	19
2.1.12.1 Media Komunikasi.....	20
2.1.12 Desain Komunikasi Visual.....	21
2.2 SWOT.....	32

2.3	AIDA.....	35
2.4	Perancangan.....	36
BAB III. DATA DAN ANALISIS MASALAH		
3.1	Data.....	37
3.1.1	Maxi Pet Shop.....	37
3.1.2	Profil Perusahaan dan Produk.....	38
3.1.3	Data Proyek Sejenis.....	41
3.1.4	Target Audiens.....	45
3.1.5	Data Hasil Observasi, Wawancara.....	47
3.2	Analisis	48
3.2.1	Metode Analisis SWOT.....	48
3.2.2	Metode Analisis AIDA.....	53
BAB IV. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		
4.1	Konsep Perancangan.....	54
4.2	Konsep Komunikasi.....	55
4.2.1	Konsep Pesan (Ide Besar)	55
4.2.2	Konsep Kreatif.....	55
4.2.3	Konsep Visual	56
4.2.4	Studi Visual	56
4.2.5	Media Utama	64

4.3 Hasil Perancangan.....	70
BAB V. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan dan Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
SUMBER LAIN.....	89
LAMPIRAN 90	