

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

LAPORAN TUGAS AKHIR

DESAIN IDENTITAS VISUAL DI USAHA BUDIDAYA IKAN LELE TRIA

JAYA DENGAN MENGGUNAKAN METODE ARNTSON



Diajukan Oleh ;

1. RENNI TRIA ASUTI/061200017

2. YEYEN APRILIA/061200036

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat

Mencapai Gelar Ahli Madya

PALEMBANG

2023

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

LAPORAN TUGAS AKHIR

DESAIN IDENTITAS VISUAL DI USAHA BUDIDAYA IKAN LELE TRIA

JAYA DENGAN MENGGUNAKAN METODE ARNTSON



Diajukan Oleh ;

1. RENNI TRIA ASUTI/061200017

2. YEYEN APRILIA/061200036

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat

Mencapai Gelar Ahli Madya

PALEMBANG

2023

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING LAPORAN TUGAS AKHIR

**NAMA : 1. RENNI TRIA ASTUTI/061200017
2. YEYEN APRILIA/061200036**

PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA

**JUDUL LTA : DESAIN IDENTITAS VISUAL DI USAHA
BUDIDAYA IKAN LELE TRIA JAYA
DENGAN MENGGUNAKAN METODE
ARNTSON**

Tanggal: 18 Agustus 2023
Pembimbing

Mengetahui,
Rektor

Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T.,M.Kom
NIDN : 0224048203

Benedictus Effendi, S.T.,M.T.
NIP : 09.PCT.13

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI LAPORAN TUGAS AKHIR

**NAMA : 1. RENNI TRIA ASTUTI/061200017
2. YEYEN APRILIA/061200036**

PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA

**JUDUL LTA : DESAIN IDENTITAS VISUAL DI USAHA
BUDIDAYA IKAN LELE TRIA JAYA
DENGAN MENGGUNAKAN METODE
ARNTSON**

Tanggal : 22 Agustus 2023

Tanggal : 22 Agustus 2023

Penguji 1

Penguji 2

Dini Hari Pertiwi, S.Kom.,M.Kom

Eko Setiawan, S.Kom.,M.Kom

NIDN : 0219078701

NIDN : 0208098703

Menyetujui,

Rektor

Benedictus Effendi, S.T.,M.T.

NIP : 09.PCT.13

MOTTO:

“ Akan Selalu ada jalan menuju sebuah kesuksesan bagi siapapun, Selama orang tersebut mau berusaha dan bekerja keras untuk memaksimalkan kemampuan yang ia miliki”.

–Bambang Pamungkas

Kupersembahkan Kepada :

1. Sang pencipta Tuhan Yang Maha Esa
2. Ayah dan Ibu Tercinta, yang selalu memberikan semangat dan do'a.
3. Dosen Pembimbing yang saya hormati, kepada pak Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T.,M.Kom yang telah memberikan masukan dan pengarahannya sehingga dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
4. Teman-teman Seperjuangan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas nikmat kehadiran Allah SWT. Atas nikmat dan karunia-Nya sehingga Proposal Tugas Akhir yang berjudul **Desain Identitas Visual di Usaha Budidaya Ikan Lele Tria Jaya Dengan Menggunakan Metode Arntson**. Tujuan penulis dalam membuat Proposal Tugas Akhir ini sebagai syarat untuk menyelesaikan program pembelajaran untuk mendapat gelar Ahli Madya (A.Md).

Penulis menyadari dalam penyusunan penyusunan LTA ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- a. **Tuhan Yang Maha Esa**, yang telah memberikan ilmu, akal kesehatan jasmani dan rohani.
- b. **Orang Tua dan Saudara**, tercinta yang telah memberikan do'a dan dukungan.
- c. **Bapak Eka Prasetya Adhy Sugara, S.Kom., M.Kom.** Selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual dan Sekaligus dosen pembimbing Laporan Tugas Akhir yang saya hormati.
- d. **Bapak Mastirto** sebagai pemilik usaha budidaya ikan lele di Tria Jaya Prabumulih
- e. **Dan Teman – Teman Seperjuangan** penulis yang telah memberikan bantuan dan saran yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik dari pembaca untuk mengembangkannya lebih lanjut.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Ruang Lingkup Penelitian.....	2
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
1.5.1. Bagi Pengusaha.....	3
1.5.2. Bagi Penulis.....	3
1.5.3. Bagi Akademik.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	4
2.1.1. Identitas Visual.....	4
2.1.2. Brand.....	4
2.1.3. Logo.....	4

2.1.4. Warna.....	DAFTAR ISI.....	5
2.1.5. Tipografi.....		5
2.1.6. Metode Perancangan Arntson.....		6
2.2. Penelitian Terdahulu		7

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jadwal Penelitian		12
3.2. Tempat Penelitian.....		12
3.3. Teknik Pengumpulan Data		13
3.3.1 Wawancara		13
3.3.2 Observasi		14
3.3.3 Studi Pustaka		14
3.4. Metode Perancangan		15
3.4.1 <i>Research</i>		15
3.4.2 <i>Thumbnails</i>		15
3.4.3 <i>Roughs</i>		19
3.4.4 <i>Comprehensive</i>		20
3.4.5 <i>Ready For Press</i>		20

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil		21
4.1.1. Hasil <i>Research</i>		22
4.1.2. Hasil <i>Thumbnails</i>		22
4.1.3. Hasil <i>Roughs</i>		23
4.1.4. Hasil <i>Comprehensive</i>		25
4.1.5. Hasil <i>Ready for press</i>		28
4.2. Pembahasan		28
4.2.1. Karya Logo Akrilik 3D.....		28
4.2.2. <i>X-Banner</i>		29

4.2.3. <i>T-Shirt</i>	30
4.1.1. Kartu Nama	31
4.1.2. Kwintansi.....	32
4.1.3. Stampel Logo.....	33
4.1.4. Gantungan Kunci dan <i>Sticker</i>	34

BAB V PENUTUP

5.1. Simpulan	36
5.2. Saran.....	37

DAFTAR PUSTAKA	xiv
-----------------------------	------------

HALAMAN LAMPIRAN	xvi
-------------------------------	------------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Wawancara bersama pemilik Tria Jaya Prabumulih	13
Gambar 3.2	Tambak Ikan Lele di Tria Jaya Prabumulih	14
Gambar 3.3	Konsep Logo Tria Jaya Prabumulih.....	17
Gambar 3.4	Palet Warna <i>Metallic Gold Gradient</i>	18
Gambar 3.5	Jenis <i>Font</i> Pada Logo	19
Gambar 4.1	Sketsa kasar logo Tria Jaya Prabumulih	23
Gambar 4.2	Pengembangan Sketsa Ke Ilustrasi Digital	24
Gambar 4.3	Proses <i>Tracing</i> Sketsa	24
Gambar 4.4	Proses Penambahan <i>Logotype</i>	25
Gambar 4.5	Pewarnaan Pada <i>Logogram</i>	26
Gambar 4.6	Pewarnaan Pada <i>Logotype</i>	26
Gambar 4.7	Kombinasi <i>Logogram</i> <u>Dan</u> <i>Logotype</i>	27
Gambar 4.8	Hasil desain logo Tria Jaya Prabumulih	27
Gambar 4.9	Karya Utama Logo Akrilik 3D	29
Gambar 4.10	<i>X-Banner</i>	30
Gambar 4.11	<i>T-Shirt</i>	31
Gambar 4.12	Kartu Nama	32
Gambar 4.13	Kwintansi	33
Gambar 4.14	Stampel Logo	34
Gambar 4.15	Gantungan Kunci	35
Gambar 4.16	<i>Sticker</i>	35

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian	12

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1. Form Topik dan Judul (Fotokopi)
2. Lampiran 2. Surat Balasan Riset (Fotokopi)
3. Lampiran 3. Form Konsultasi (Fotokopi)
4. Lampiran 4. Surat Pernyataan (Fotokopi)
5. Lampiran 5. Surat Pernyataan (Fotokopi)
6. Lampiran 6. Form Revisi Ujian Pra sidang (Fotokopi)
7. Lampiran 7. Form Revisi Ujian Kompre (Asli)

ABSTRACT

RENNI TRIA ASTUTI AND YEYEN APRILIA. Visual Identity Design in Tria Jaya Catfish Farming Business Using the Arntson Method

The purpose of this is to find out and analyze based on the formulation of the problem is to produce a visual identity design for the Tria Jaya brand, namely logos, colors and typography on print media. This research is a type of qualitative research by going through the stages of collecting data taken from various sources such as interviews, observations, and literature studies. The results of this study can introduce catfish products in Tria Jaya and guarantee the authenticity of the product. To buy Tria Jaya catfish, this identity can be recognized by the public. The visual identity design stage for the Tria Jaya brand uses the Arntson method which consists of the Research, Thumbnails, Rough Comprehensive, and Ready For Press stages. With the Arntson method, it can provide general guidelines on how to create a visual identity for a catfish farming business that includes elements and an overall design that reflects the company's image and values. The results of this study resulted in an identity design with the title "Visual Identity Design in Fish Farming Business Tria Jaya catfish using the Arntson method. The Tria Jaya logo design has the shape of a catfish which symbolizes that Tria Jaya is used as a place for catfish farming businesses in the Prabumulih area. This type of logo is a combination of logogram and logotype. A logo like this is very suitable and fitting for the visual identity of a catfish farming business which is symbolically understood by everyone.

Keywords: *Catfish Farming, Arntson Method, Visual Identity, Logos, Prabumulih.*

ABSTRAK

RENNI TRIA ASTUTI DAN YEYEN APRILIA. Desain Identitas Visual di Usaha Budidaya Ikan Lele Tria Jaya Dengan Menggunakan Metode Arntson

Tujuan ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis berdasarkan rumusan masalah tersebut adalah untuk menghasilkan desain identitas visual pada brand Tria Jaya yaitu logo, warna, dan tipografi pada media cetak. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan melewati tahap pengumpulan data yang diambil dari berbagai sumber seperti wawancara, observasi, dan studi Pustaka. Hasil penelitian ini dapat memperkenalkan produk ikan lele di Tria Jaya dan menjamin keaslian produk untuk membeli ikan lele Tria Jaya bahwa identitas tersebut dapat di kenal masyarakat. Tahap desain identitas visual pada brand Tria Jaya menggunakan metode Arntson yang terdiri dari tahapan Research, Thumbnails, Rough Comperhensive, dan Ready For Press. Dengan adanya metode Arntson ini dapat memberikan panduan umum tentang bagaimana membuat identitas visual untuk usaha budidaya ikan lele yang mencakup elemen dan desain keseluruhan yang mencerminkan citra dan nilai perusahaan. Hasil dari penelitian ini menghasilkan sebuah desain identitas dengan judul “Desain Identitas Visual di Usaha Budidaya Ikan Lele Tria Jaya Dengan Menggunakan Metode Arntson”. Desain logo Tria Jaya memiliki bentuk ikan lele yang melambangkan bahwa Tria Jaya digunakan sebagai tempat usaha budidaya ikan lele yang berada di wilayah Prabumulih. Jenis logo ini adalah gabungan dari logogram dan logotype. Logo seperti ini sangat cocok dan pas untuk identitas visual usaha budidaya ikan lele yang secara simbolis difahami oleh semua orang.

Kata kunci: Budidaya Ikan Lele, Metode Arntson, Identitas Visual, Logo, Prabumulih.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dengan zaman yang semakin berkembang, untuk mempromosikan *brand* tentunya ingin menampilkan sesuatu yang berbeda terhadap konsumennya, baik dari segi produk, pelayanan, dan konsep yang akan ditawarkan ke konsumen. *Brand* pada dasarnya adalah komponen yang sangat penting terhadap identitas produk yang dihasilkan oleh suatu usaha atau bisnis, identitas visual inilah yang akan menciptakan aset seperti logo, warna, dan tipografi di media cetak, sehingga menciptakan identitas dari sebuah *brand* untuk mempromosikan *brand* tersebut.

Salah satunya adalah usaha budidaya ikan lele di Tria Jaya Prabumulih yang merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang perikanan yang berfokus pada pembenihan dan pembesaran ikan lele dumbo. Usaha budidaya ikan lele Tria Jaya bertempat di lokasi yang sangat strategis yaitu di kota Prabumulih Desa Kemang Tanduk kecamatan Rambang Kapak Tengah. Usaha budidaya ikan lele Tria Jaya memiliki lokasi yang strategis karena mempunyai siklus perairan yang baik sehingga dapat menjaga kualitas ikan, selain itu kota Prabumulih berada di tengah-tengah perbatasan Pali, Muara Enim, Ogan Ilir, dan Baturaja sehingga dapat memperluas area pemasaran.

Identitas visual yang menarik tentunya sangat dibutuhkan karena, hingga saat ini Tria Jaya belum memiliki identitas meskipun sudah berdiri sejak tahun 2017. Oleh karena itu, berdasarkan dari pemaparan tersebut dibutuhkan solusi

untuk membuat identitas dari *brand* agar bisa memperluas pemasaran ikan lele pada *brand* Tria Jaya.

Dalam penelitian ini penulis memilih menggunakan metode Arntson yang terdiri dari tahapan *Research*, *Thumbnails*, *Rough Comperhensive*, dan *Ready For Press*. Tahap *Research* menentukan solusi desain. Pada tahap *Thumbnails* dilakukan pembuatan beberapa sketsa. Tahap *Rough* memilih *Thumbnails* yang terbaik akan diproses secara digital seperti pemilihan font, bentuk, elemen visual, warna, dan nilai. Tahap *Comperhensive* dilakukan penyusunan proses digital yang sudah dipilih. Tahap *Ready for Press* mempersiapkan beberapa desain digital untuk dicetak. Metode ini merupakan pendekatan untuk memperoleh solusi dari permasalahan yang ada karena, dapat membantu penulis dalam menemukan ide dan konsep terhadap proses pengelolaan desain identitas visual pada usaha budidaya ikan lele Tria Jaya.

Maka berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik dengan mengambil judul Desain Identitas Visual di Usaha Budidaya Ikan Lele Tria Jaya dengan menggunakan Metode Arntson.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana cara mempromosikan usaha budidaya ikan lele di Tria Jaya dengan menggunakan metode Arntson.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu “Desain Identitas

Visual di Usaha Budidaya Ikan Lele Tria Jaya Dengan Menggunakan Metode Arntson” Adapun ruang lingkup penelitian ini hanya dibatasi pada aturan penggunaan logo, warna, dan tipografi saat digunakan pada berbagai media cetak dan digital di *brand* Tria Jaya seperti logo pada *X-banner*, kwintansi, kartu nama, *T-Shirt*, Stampel logo, *sticker*, dan gantungan kunci.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan desain identitas visual pada *brand* Tria Jaya yaitu logo warna, dan tipografi pada media cetak dan digital.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Bagi Pengusaha

Dapat memperkenalkan produk ikan lele di tria jaya dan menjamin keaslian produk untuk membeli ikan lele Tria Jaya bahwa identitas tersebut dapat di kenal masyarakat.

1.5.2 Manfaat Bagi Penulis

Adapun manfaat yang dapat dirasakan penulis yaitu meningkatkan kreatifitas dalam menggunakan aturan untuk membuat sebuah logo, warna dan tipografi untuk digunakan pada sebuah *brand*.

1.5.3 Manfaat Bagi Akademik

Adapun manfaat akademik dari penelitian ini yaitu dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dan memberikan pengetahuan tentang desain identitas visual bagi mahasiswa dan dosen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Identitas Visual

Identitas visual merupakan sebuah identitas dengan memberikan suatu image atau citra pada suatu perusahaan atau identitas. Yang bertujuan untuk menyatukan konteks sebuah perusahaan atau identitas untuk dapat ditunjukkan kepada audiens, dengan citra yang berbeda dari pesaingnya, dalam hal sejarah, visi misi, ataupun yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. (Kurniansyah dan Siswanto, 2018 : 190)

2.1.2 Brand

Brand merupakan tanda dari produk atau jasa. *Brand* memiliki peran penting bagi pelanggan, perusahaan ataupun *stake holder*. Didalamnya terdiri dari berbagai unsur visual seperti logo, *tagline*, kemasan, maskot ataupun unsurverbal seperti nama, jingle yang dapat membedakan dengan pesaing sejenis. Unsur *brand* harus mengesankan, bermakna, menyenangkan, dapat dialihkan, dapat menyesuaikan diri, dan dapat diamankan untuk kedepannya. (Swasty, 2016 : 5). Dapat disimpulkan bahwa tanda, simbol, desain dan kombinasi secara keseluruhan tersebutlah yang nantinya akan menjadi acuan pada perancangan sebuah panduan *brand*,

2.1.3 Logo

Logo berasal dari bahasa Yunani yaitu Logos, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya yang lebih populer adalah istilah

logotype. Istilah ini muncul pertama kali tahun 1810-1840, kemudian diartikan sebagai tulisan nama entitas yang di desain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu (wijayanti, 2019).

2.1.4 Warna

Pemilihan warna memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan identitas pada *brand*. Secara objektif atau fisik, warna adalah sifat cahaya berupa panjang gelombang yang dipancarkan, sedangkan secara subjektif atau psikologis, warna merupakan pengalaman indra penglihatan dan berkaitan dengan persepsi seseorang (Swasty, 2017).

Sebab itu pemilihan warna sangat penting dalam merancang sebuah panduan *brand*. Dalam warna terdapat dua macam dalam merancang identitas visual yaitu warna pada logo dan warna pada *corporate identity* pada penggunaan *template*.

2.1.5 Tipografi

Definisi yang lebih luas dari tipografi ini menggunakan istilah mekanistik karena memang pada awalnya tipografi adalah sebuah keahlian utama untuk para desainer dan para pencetak. Walau kental dengan paradigma ‘lama’, namun konsep tipografi dari Solomon ini tetap menjadi hal yang menarik dengan disinggungnya mengenai elemen, prinsip dan atribut desain.

Solomon menegaskan bahwa tipografi adalah desain, sehingga keahlian dalam mendesain mengandaikan penguasaan tipografi dan dibutuhkan pemahaman desain yang komprehensif untuk dapat menguasai tipografi

(Hananto 2018).

2.1.6 Metode Perancangan Arntson

Hasil penelitian diukur dari tahapan perancangan berdasarkan metode perancangan yang digunakan (Budiman & Wisnu Wijaya, 2020) Mengikuti tahapan yang dikemukakan Amy E. Arntson tentang proses desain yang dapat diaplikasikan untuk desain grafis yakni, *Research, Thumbnails, Roughs, Comprehensives dan ready for press*. Secara umum proses yang dilakukan:

1. **Research**; mempersiapkan solusi desain, dengan mencari tahu target market, target audien, sasaran dan gaya visual.
2. **Thumbnails**; visualisasikan alternatif ide (konsep pemecahan masalah) dengan merancang sketsa desain. Tahapan ini juga membantu dalam menemukan ide (*main mapping*) melalui proses *brainstorming* dari berpikir, pencarian, dan mengklasifikasi.
3. **Roughs**; setelah selesai eksplorasi pilih thumbnail/sketsa terbaik untuk dibuat menjadi master desain. Tahap ini juga untuk memilih elemen yang tidak dapat terlihat jelas pada tahap thumbnails seperti pemilihan font, bentuk, kesesuaian elemen visual dengan format, warna, bahkan membandingkan nilai desain dengan nilai lain. Jangan sampai terjadi salah persepsi karena visualisasi mirip dengan identitas hal lain.
4. **Comprehensives**, adalah proses *approval*. Terlebih dahulu diuji ke klien/stakeholder/publik sebelum dilakukan prose eksekusi final. Ditahapan ini lebih baik dibuatkan *dummy* sebagai contoh master desain.

5. *Ready for Press*, desain siap diproduksi, file harus dipersiapkan dengan baik.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1	Kusumoputri Nugraha	Perancangan Identitas dan Kemasan Pada Produk Ikan Nila PT Indoachery Bangun Insan Sejahtera e-Proceeding of Art & Design : Vol.6, No.2 Agustus 2019	Dilihat dalam hasil penelitian tersebut perancangan identitas dan kemasan produk ikan nila ini, membuat Kemasan yang berfungsi sebagai media penempatan informasi produk seperti merek dan sebagai visual daya tarik untuk konsumen. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah wawancara langsung kepada client.
2	Budiman Wisnu Wijaya	Perancangan Media Komunikasi Visual Pada Museum Uang Sumatera Aksa Jurnal Komunikasi Visual Vol. 3, No.1, November 2019, P. 356-369	Hasil dari penelitian ini menunjukkan Perancangan media komunikasi perlu dilakukan dan diterapkan, sebagai rangkaian penyampaian informasi publik (untuk edukasi) serta <i>branding/citra</i> MUS

No.	Nama	Judul	Hasil Penelitian
			<p>sendiri. Melalui penelitian ini dirancang aspek komunikasi visual Museum Uang Sumatera berbasis identitas (<i>brand identity</i>) dengan mengedepankan kekuatan dari karakteristik MUS. Yakni identitas museum dalam bentuk kumpulan elemen visual. Metode penelitian yang dilakukan mengikuti tahapan yang dikemukakan Amy E. Arntson (9-14:2007) tentang proses desain yang dapat diaplikasikan untuk desain grafis.</p>
3	Soleh Pratama Wijaya	Perancangan Ulang Identitas Visual Dan Media Promosi Susu Kedelai <i>My Soya</i> Jurnal <i>SelarasRupa</i> Vol. 2 No 1- Mei 2021	<p>Dalam hasil penelitian ini, susu kedelai <i>My Soya</i> sudah memiliki identitas sebelumnya dan dirancang ulang untuk promosikan Susu Kedelai <i>My soya</i> agar dapat memperkenalkan Susu Kedelai <i>My Soya</i> di masyarakat.. Dalam menentukan konsep desain, penelitian ini menggunakan</p>

No.	Nama	Judul	Hasil Penelitian
			<p><i>brainstorming</i> untuk membantu memetakan pikiran sehingga menemukan <i>keyword</i> yang membentuk konsep. Konsep yang telah didapat dari proses perancangan ulang identitas visual ini adalah “<i>Healthy Family Friendly</i>”</p> <p>Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode campuran berupa wawancara langsung kepada client dan membagikan kuesioner kepada target.</p>

Berkaitan dengan penelitian dalam membuat identitas pada *brand* yang akan dijadikan referensi. Berikut beberapa jurnal yang dapat menunjang karya ilmiah penulis.

Penelitian (Kusumoputri & Nugraha, 2019) Penelitian pertama berasal dari jurnal yang berjudul Perancangan Identitas dan Kemasan Pada Produk Ikan Nila PT Indoachery Bangun Insan Sejahtera. Dalam jurnal tersebut penulis mendapatkan kesimpulan bahwa di zaman yang makin berkembang, masyarakat lebih sering ke pasar modern karena lebih nyaman ada banyak cara untuk solusi melalui sebuah perancangan identitas yang berpengaruh

agar dapat mengangkat potensi ikan budidaya untuk dikonsumsi dan dikenal. Hasil yang diperoleh menunjukkan identitas yang dirancang untuk membentuk citra produk perusahaan tersebut dan dapat menarik minat masyarakat untuk membeli dan mengonsumsi ikan budidaya lokal.

Penelitian (Budiman & Wisnu Wijaya, 2019) Penelitian kedua berasal dari jurnal yang berjudul Perancangan Media Komunikasi Visual Pada Museum Uang Sumatera. Dalam jurnal tersebut terdapat permasalahan dalam visual yang dibutuhkan untuk mewujudkan museum ramah informasi bagi kalangan anak muda milenial identitas museum dalam bentuk kumpulan elemen visual seperti logo berbasis identitas (*brand identity*), maka penulis mendapatkan kesimpulan bahwa dapat menemukan banyak cara dalam menggunakan metode perancangan Arnston, Hasil penelitiannya diukur dari tahapan perancangan berdasarkan metode perancangan yang digunakan Untuk mewujudkan perancangan media komunikasi visual Museum Uang Kertas Sumatera berbasis identitas (*brand identity*).

Penelitian (Soleh, Pratama, & Wijaya, 2021) Penelitian kedua berasal dari jurnal yang berjudul Perancangan Ulang Identitas Visual Dan Media Promosi Susu Kedelai *My Soya*. Dalam proses penelitian ini, Susu Kedelai *My Soya* memiliki permasalahan pada Visual *brand identity* yang merupakan sebuah kebutuhan bagi setiap pelaku usaha agar *brand* tersebut dapat memudahkan konsumen dalam membedakan suatu produk. Hingga saat ini *My Soya* belum memiliki identitas visual dan media promosi yang efektif dan menarik dilihat dari desain produk yang kurang menarik serta kurangnya

promosi yang dilakukan oleh *My Soya*, membuat Susu Kedelai *My Soya* kurang dikenal di masyarakat dan hanya mengandalkan omongan dari mulut ke mulut saja. Hasil penelitian ini memiliki identitas visual dan media promosi yang akan dipadukan dengan menggunakan gaya visual *minimalist design* yang memiliki kesan simpel, modern, dan elegan serta menggunakan perpaduan warna putih yang merepresentasikan kemurnian dari Susu Kedelai *My Soya* dan merah yang merepresentasikan kasih sayang yang diberikan Susu Kedelai *My Soya*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jadwal Penelitian

Penelitian mulai dilakukan Ketika penulis memutuskan untuk melakukan desain logo Tria Jaya. Jadwal penelitian bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2023																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Wawancara																								
2	Observasi																								
3	Pengajuan Judul TA																								
4	Pengerjaan Proposal																								
5	Ujian Proposal																								
7	Pengerjaan Laporan TA																								
8	Tahap <i>Thumbnails & Roughts</i>																								
9	Tahap <i>Comprehensives</i>																								
10	Tahap <i>Ready for press</i>																								
11	Pameran TA																								
1	Sidang Hasil																								
2	Laporan TA																								

3.2 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan kolam ternak ikan lele Tria Jaya yang beralamat di dusun IV Desa Kemang Tanduk Kec. Rambang Kapak Tengah Kota

Prabumulih, Sumatera Selatan. Di kolam ternak ikan lele Tria Jaya, penulis melakukan wawancara langsung tak berstruktur Bersama Bapak Mastirto, dan observasi atau melakukan pengamatan budidaya ikan lele

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan oleh penulis untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang di butuhkan dalam rangka tujuan penulis.

3.3.1 Wawancara

wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewer*) untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan (Eleuwarin, 2022).

Berdasarkan penjelasan diatas penulis melakukan wawancara untuk mendapatkan data yang relevan. Wawancara ini dilakukan terhadap pemilik dari *brand* Tria jaya sehingga dapat dikatakan bahwa ikan lele memiliki potensi yang sangat besar untuk masuk di pasaran khususnya Prabumulih.



Gambar 3.1 Wawancara bersama pemilik Tria Jaya Prabumulih

(Sumber : Yeyen Aprilia 2023)

3.3.2 Observasi

Observasi adalah data yang diperoleh dengan cara pengamatan secara langsung ke lokasi pelaporan. Data ini berguna untuk mengetahui kondisi objek pelaporan. Adapun alasan mengadakan observasi ini adalah agar dapat terjun langsung pada obyek pelaporan (Herawarti & Mulyani, 2016).

Dapat penulis simpulkan bahwa observasi merupakan metode untuk mencapai hasil maksimal dengan mengamati kegiatan langsung ke lokasi dan memperhatikan setiap hal dan peristiwa yang terjadi selama proses penelitian berlangsung.



Gambar 3.2 Tambak Ikan Lele di Tria Jaya Prabumulih

(Sumber : Yeyen Aprilia 2023)

3.3.3 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan langkah awal dalam penelitian ini, studi pustaka ini dilakukan untuk melengkapi pengetahuan dasar dan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini (Wanto & Windarto, 2017)

Berdasarkan penjelasan diatas penulis menggunakan metode studi pustaka ini untuk memperoleh data dan informasi dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan desain logo pada *brand*, serta perancangan menggunakan

metode Arntson.

3.4 Metode Perancangan

Penulis menggunakan tahapan perancangan berdasarkan metode perancangan Mengikuti tahapan metode Arntson tentang proses desain yang dapat digunakan sebagai berikut :

3.4.1. *Research*

Mempersiapkan solusi desain, dengan mencari tahu target market, target audien, sasaran dan gaya visual. *Research* dilakukan terlebih dahulu dengan mengumpulkan data-data yang terkait.

3.4.2. *Thumbnails*

Tahapan ini membantu peneliti dalam menemukan ide melalui proses *brainstorming* dari berpikir, pencarian, dan mengklasifikasi. Proses awal *Thumbnails* dilakukan dengan mendesain logo lalu menentukan elemen warna dan tipografi sebagai identitas visual *brand* Tria Jaya.

a. Konsep Visual

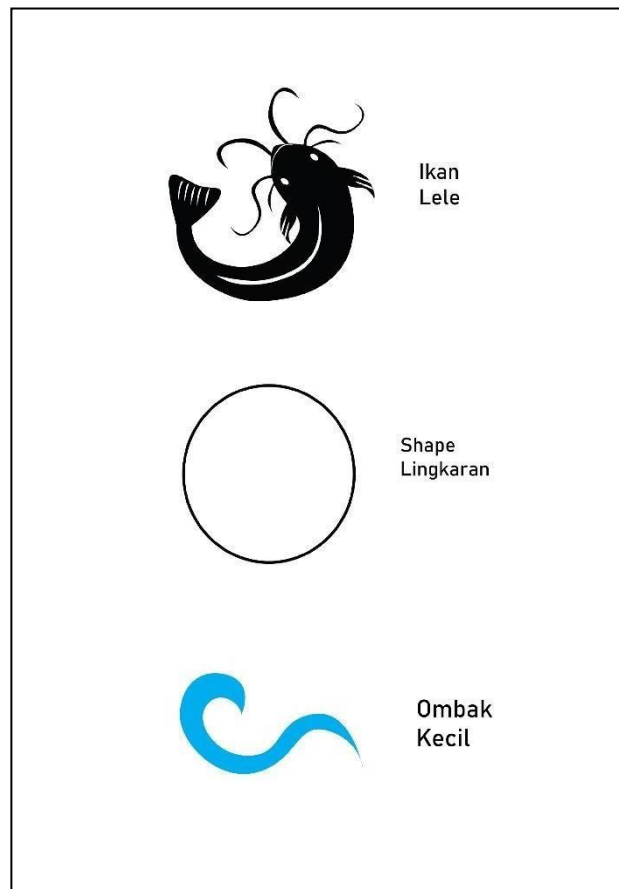
Pembuatan sebuah karya visual tentu diperlukan suatu konsep. Konsep ini dibutuhkan agar ide dari karya visual yang akan diterapkan kepada media memiliki batasan yang terarah dan memiliki alasan yang kuat dalam penerapannya, seperti tujuan dari perancangan *brand* Tria Jaya ini yaitu konsep dalam pemilihan warna dan tipografi, secara keseluruhan dengan konsep tersebut maka pesan dan kesan yang ditujukan kepada audiens dapat

tersampaikan dengan baik.

Setiap bagian dari logo mengandung makna seperti, ikan lele melambangkan keunggulan bagi masyarakat Prabumulih, dimana Prabumulih merupakan daerah berkembang dan tempat pengembangan perikanan budidaya dan dianggap sebagai kampung budidaya lele. Kedua lingkaran yang membentuk ombak kecil berwarna kuning keemasan melambangkan kota prabumulih sebagai kota minyak yang memiliki jejak sejarah industri perminyakan dan kondisi geografis kota Prabumulih yang terdiri dari daerah pesisir pantai timur.

b. Konsep Logo

Proses ide untuk perancangan logo, tipe logo yang digunakan dalam Tria Jaya ini adalah perpaduan antara logogram dan *logotype*, untuk logogram sendiri, ilustrasi yang digunakan adalah transformasi bentuk dari ikan lele dan lingkaran yang merupakan produk yang di jual dari *brand* Tria Jaya. Bentuk dasar logo terdiri dari simbol ikan lele membentuk lingkaran dengan garis yang melengkung dan lancip seperti ombak kecil, garis ini memberikan karakter yang ringan dan dinamis yang mengartikan aliran air berasal dari sumber kehidupan ikan lele yang mana diharapkan sesuai dengan filosofi tersebut, Tria Jaya dapat terus tumbuh dan berkembang untuk masa yang akan datang. Kemudian logogram tersebut akan dipadukan dengan *logotype* yang tentunya sesuai dan serasi.



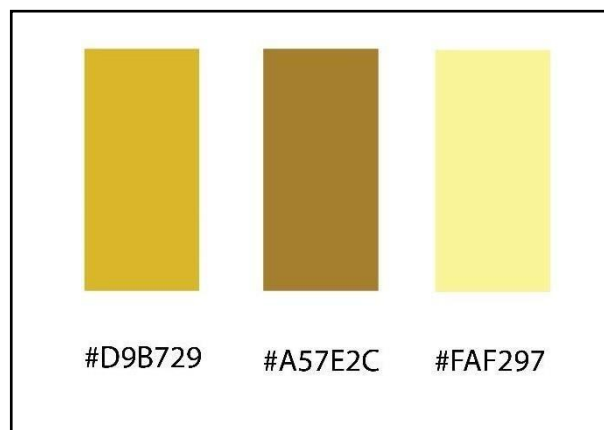
Gambar 3.3 Konsep Logo Tria Jaya Prabumulih

(Sumber : Yeyen Aprilia, 2023)

c. Konsep Warna

Konsep warna sendiri tentu diharapkan dapat merepresentasikan filosofi dari Tria Jaya. Dalam penerapannya penulis menggunakan kombinasi warna kuning keemasan yaitu warna *metallic gold gradient* sebagai warnadasarnya, tentunya didukung dengan warna netral lain seperti hitam dan putih. warna *metallic gold gradient* adalah warna yang dianggap sebagai lambang kemewahan, warna kuning keemasan ini juga mempunyai arti kemakmuran,

kebahagiaan, kesuksesan dan kejayaan sesuai dengan arti dan nama *brand* Tria Jaya. Warna ini juga merupakan arti bahwa Tria Jaya dapat masih menggunakan cara tradisional dalam membangun usaha budidaya ternak ikan lele, serta memberikan nuansa mewah yang nantinya juga akan digunakan sebagai warna dasar dari *brand* Tria Jaya



Gambar 3.4 Palet Warna *Metallic Gold Gradient*

(Sumber : Yeyen Aprilia, 2023)

d. Konsep Tipografi

Penulis menggunakan “Calisto MT” dikarenakan memiliki bentuk yang bersih, desain yang kompak, lebar dan tebal. Calisto MT akan digunakan untuk pengetikan pada desain logo karna memiliki bentuk terstruktur dan mudah dibaca oleh siapapun sehingga pesan yang disampaikan ataupun tuliskan yang di gunakan mudah dibaca. Tipografi yang digunakan pada *logotype* menggunakan font "Calisto Mt". font Calisto tersebut memiliki kesan tajam, anggun dan menarik. Pengaplikasian *logotype* ini akan

berada dibawah logo.

Jenis font ini tepat digunakan sebagai perpaduan logogram dari Tria Jaya, selain memberikan kesan yang elegan namun casual memiliki bentuk yang tidak macam-macam sehingga audies yang melihat dapat langsung membaca dengan jelas informasi apa yang disajikan.



Gambar 3.5 Jenis *Font* Pada Logo

(Sumber : Yeyen Aprilia, 2023)

3.4.3. *Roughs*

Dikerjakan dengan mendesain logo *brand* Tria Jaya yang belum ada sebagai identitas pada *brand* tersebut. Tahapan ini digunakan untuk memillih bentuk, warna, tata letak, pemilihan *font* yang akan digunakan pada logo agar sesuai dengan visi misi dan tujuan *brand*, bahkan tidak sama dengan *brand* lain. Pada tahapan ini penulis menggunakan *software adobe illustrator* untuk proses pembuatan logo.

3.4.4. *Comprehensive*

Tahap ini dilakukan dengan hasil desain logo yang nantinya akan dimintai untuk diterima oleh *brand* kepada publik terutama konsumen. Hasil yang diperoleh dari desain logo tersebut harus meminta persetujuan dari *brand* sebagai identitas.

Dalam tahapan ini penulis membuat tampilan desain sesuai dengan sketsa, baik itu dari warnanya, penempatan setiap elemen maupun bentuk. Tahapan ini merupakan kunci untuk tahapan selanjutnya, karena pada tahap ini sketsa telah dipilih tadi hasilnya akan dibuat secara digital. Proses pembuatan di kerjakan menggunakan *software Adobe Illustrator 2020*. Pembuatan identitas visual logo tersebut menggunakan lima warna kombinasi yang telah dipilih dan diriset sebelumnya.

3.4.5. *Ready for Press*

Tahapan yang dilalui selanjutnya ialah *ready for press*. Proses desain yang siap dicetak ini dibutuhkan koordinasi dengan jasa percetakan. Terutama terkait material cetak seperti jenis mesin cetak, kertas dan tinta yang digunakan. Lalu menyelesaikan proses cetak dan melakukan evaluasi kepada pemilik usaha budidaya ikan lele Tria Jaya.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

Hasil desain logo Tria Jaya berbentuk ikan lele yang melambangkan bahwa Tria Jaya digunakan sebagai tempat usaha budidaya ikan lele yang berada di wilayah Prabumulih. Jenis logo ini adalah gabungan dari *logogram* dan *logotype* karena menggunakan gambar dan tulisan. Pada sisi warna, logo Tria Jaya menggunakan warna *metallic gold gradient* warna ini dapat memberikan kemakmuran, kebahagiaan, kesuksesan dan kejayaan. Tipografi menggunakan jenis huruf *Calisto MT* menimbulkan memiliki kesan tajam, nggun dan menarik saat di lihat oleh mata, serta mudah di baca.

Namun secara khusus jenis logo ini terbentuk dari gambar ikan lele yang melambangkan sikap ulet, sabar, dan tahan menderita. Ikan lele juga merupakan produk utama yang dipasarkan leh *brand* Tria Jaya. Bentuk ombak kecil berwarna kuning keemasan yang menyatu dengan symbol ikan lele melambangkan kota prabumulih sebagai kota minyak yang memiliki jejak sejarah industri perminyakan. *Balance Asimetris* pada logo Tria Jaya terlihat jelas karena perpaduan dari beberapa elemen yang hampir membentuk lingkaran. Ini menjadikan logo tampak sederhana. Proporsi warna juga menjadi seimbang. Logo seperti ini sangat cocok dan pas untuk identitas visual usaha budidaya ikan lele yang secara simbolis difahami oleh semua orang.

4.1.1. Hasil Research

Research, mempersiapkan solusi desain, dengan mencari tahu target market, Target market ialah target pemasaran yang merupakan suatu kelompok konsumen yang menjadi sasaran pendekatan bisnis untuk membeli produk yang hendak ditawarkan. target audien, Target audien ialah perusahaan hanya berkomunikasi untuk mempengaruhi ideal customer agar membeli produk atau jasa yang dijual. Target pemasaran . Target pemasaran ialah kelompok konsumen yang menjadi sasaran pendekatan bisnis untuk membeli produk yang ditawarkan

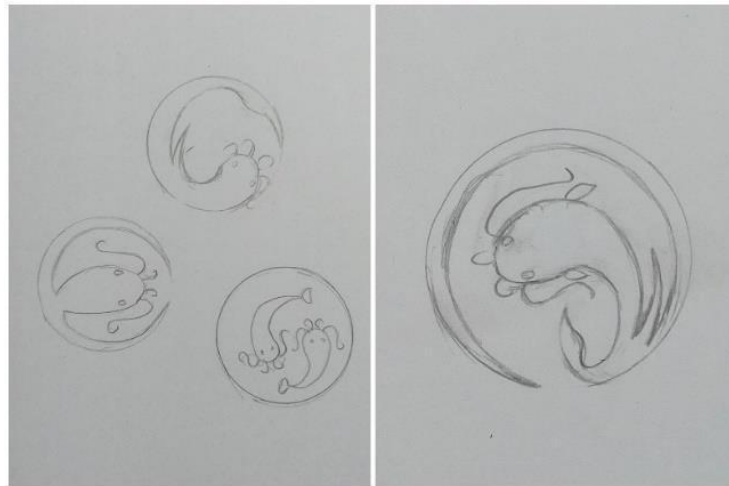
Desain logo ini dibuat untuk dikenal sebagai kampungnya budidaya ikan lele di Prabumulih, dalam memperkenalkan *brand* tria jaya dan menjamin keaslian produknya bahwa identitas tersebut dapat di kenal oleh target *audiens*.

4.1.2. Hasil Thumbnails

Thumbnails, visualisasikan alternatif ide (konsep pemecahan masalah) dengan merancang sketsa desain. Tahapan ini juga membantu dalam menemukan ide (*main mapping*) melalui proses *brainstorming* dari berpikir, pencarian, dan mengklasifikasi.

Proses awal dilakukan *Thumbnails* dengan penelitian langsung survey ke usaha budidaya ikan lele Tria Jaya di Prabumulih untuk mendapatkan konsep dan pemecahan masalah yang ada. Penulis membuat beberapa sketsa awal yang nantinya akan digunakan untuk identitas visual dari Tria

Jaya. Dari beberapa sketsa dipilih hanya satu, ini berdasarkan konsep dan filosofi logo yang nanti akan dirancang.



Gambar 4.1 Sketsa Kasar Logo Tria Jaya Prabumulih

(Sumber : Penulis, 2023)

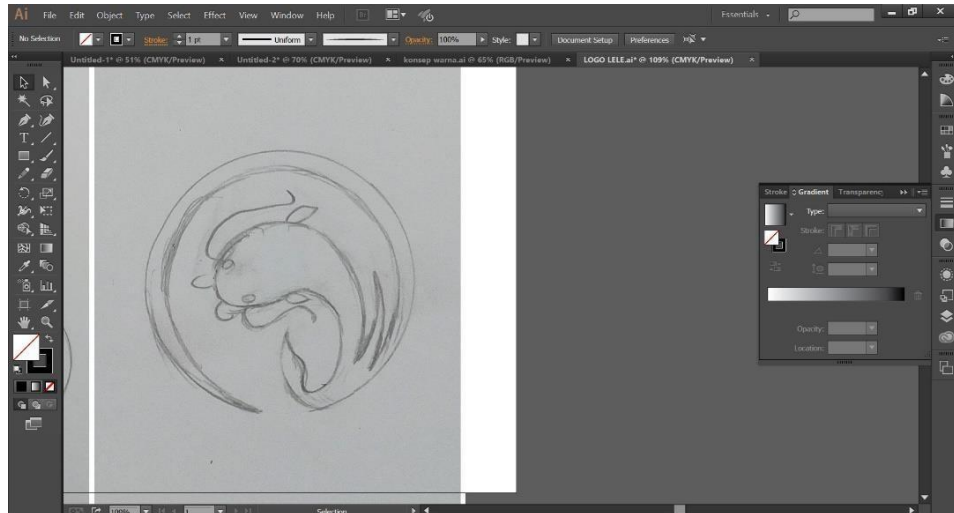
4.1.3. Hasil Roughs

Roughs, setelah selesai eksplorasi pilih thumbnail/sketsa terbaik untuk dibuat menjadi master desain. Tahap ini juga untuk memilih elemen yang tidak dapat terlihat jelas pada tahap thumbnails seperti pemilihan font, bentuk, kesesuaian elemen visual dengan format, warna, bahkan membandingkan nilai (value) desain dengan nilai lain. Jangan sampai terjadi salah persepsi karena visualisasi mirip dengan identitas hal lain.

Proses pada tahap ini dikerjakan dengan membuat desain logo Tria Jaya yang akan digunakan sebagai identitas visual usaha budidaya ikan lele di Tria Jaya.

Setelah desain logo dibuat maka dilanjutkan dengan pemilihan logo terbaik yang akan digunakan sebagai identitas *brand* Tria Jaya. Berikut

dibawah ini merupakan hasil sketsa desain logo yang sudah dibuat menggunakan *software adobe illustrator*.



Gambar 4.2 Pengembangan Sketsa Ke Ilustrasi Digital

(Sumber : Penulis, 2023)

Pada gambar 4.2 selanjutnya pengembangan layout dari sketsa menjadi ilustrasi digital. Dalam tahapan ini penulis membuat tampilan desain sesuai dengan sketsa menggunakan *pentool* pada *software adobe illustrator 2020*.



Gambar 4.3 Proses *Tracing* Sketsa

(Sumber : Penulis, 2023)

Pada gambar 4.3 selanjutnya dilakukan tahap tracing, dalam dunia desain grafis, tracing bermakna menggambar ulang dengan menggunakan acuan atau contoh yang sudah ada. Maka secara sederhana tracing bisa berarti menjiplak gambar.



Gambar 4.4 Proses Penambahan *Logotype*

(Sumber : Penulis, 2023)

Pada gambar 4.4 dilakukan tahap menambahkan *logotype* berupa tulisan “Tria Jaya” yang mana merupakan identitas visual dari usaha budidaya ikan lele. Font yang digunakan adalah *Calisto MT*, Pengaplikasian *logotype* ini akan diposisikan berada dibawah logogram. Pesan yang ditimbulkan menyampaikan kesan memiliki kesan tajam, nggun dan menarik saat di lihat oleh mata.

4.1.4. Hasil *Comprehensive*

Comprehensive merupakan tahap proses *approval*. Terlebih dahulu diuji sebelum dilakukan prose eksekusi final. Pada tahapan ini penulis meminta persetujuan dan konfirmasi dari pemilik *brand* Tria Jaya untuk

disetujui dengan sedikit perbaikan dan penambahan warna. Proses dan hasil pewarnaan logo yang ditetapkan adalah sebagai berikut :



Gambar 4.5 Pewarnaan Pada Logogram

(Sumber : Penulis, 2023)

Pada Gambar 4.5 setelah proses *tracing* sudah dilakukan, selanjutnya tahap dalam proses memberi warna. Warna yang diberikan pada logo adalah warna gradiasi yang disesuaikan dengan makna pada bentuk logo tersebut yaitu *metallic gold gradient*, terdiri dari kode warna



Gambar 4.6 Pewarnaan Pada Logotype

(Sumber : Penulis, 2023)

Pada gambar 4.6 penulis menambahkan logotype berupa tulisan “Tria Jaya” yang merupakan identitas visual usaha budidaya ikan lele, *Font* yang digunakan adalah *Calisto MT* memberikan kesan yang tradisional, jelas dan tajam saat dilihat oleh mata.



Gambar 4.7 Kombinasi *Logogram* Dan *Logotype*

Pada gambar 4.7 selanjutnya dilakukan proses scale up pada logo, Proses ini bertujuan untuk mencari visual yang terbaik yang akan di aplikasi di berbagai media. Kedua kombinasi logo harus disejajarkan agar terlihat persisi setiap elemennya.



Gambar 4.8 Hasil Desain Logo Tria Jaya Prabumulih

(Sumber : Penulis, 2023)

Gambar 4.8 selanjutnya di lakukan pemberian warna *background* hitam yang merupakan kombinasi serasi dengan warna *gold*. Hasil desain logo Tria Jaya ini nantinya akan digunakan sebagai promosi dalam bentuk logo akrilik 3D, X-Banner, T-Shirt, kwintansi, kartu nama, Stampel logo, gantungan kunci, dan stiker.

4.1.5. Hasil Ready for Press

Ready for Press, desain siap diproduksi, file harus dipersiapkan dengan baik. Tahapan Proses cetak logo ini dibutuhkan koordinasi dengan jasa percetakan. Setelah proses cetak seperti Logo Akrilik 3D, *X-banner*, kwintansi, kartu nama, *T-Shirt*, Stampel logo, *sticker*, dan gantungan kunci selesai, selanjutnya pembahasan mengenai koordinasi pada pihak pemilik *brand* Tria Jaya, bahwa hasil cetak desain tersebut akan dikonfirmasi dan digunakan sebagai identitas visual pada *brand* tersebut.

4.2. Pembahasan

Hasil dari desain Laporan Tugas Akhir ini ditampilkan dalam bentuk cetak logo akrilik 3D sebagai karya utama dan beberapa karya pendukung lainnya.

4.2.1. Karya Utama Logo Akrilik 3D

Pada bagian karya utama, penulis mencetak logo Akrilik 3D dengan memiliki huruf dan simbol timbul berwarna *gold* dan *background* hitam yang berbahan dasar akrilik, ini berguna sebagai visual branding untuk promosi tempat usaha budidaya ikan lele. Tampilannya yang menyerupai

kaca pada bagian belakang memberikan tampilan kesan yang sangat elegan bagi *brand* Tria Jaya.



Gambar 4.9 Karya Utama Logo Akrilik 3D

(Sumber : Penulis, 2023)

4.2.2. X-Banner

X-Banner merupakan media cetak yang biasa digunakan untuk mempromosikan usaha yang berisikan logo dan informasi alamat dan juga nomor yang bisa dihubungi sebagai identitas usaha budidaya ikan lele Tria Jaya. *X-banner* berwujud stand banner karena memiliki kerangka sendiri yang berbentuk *X-banner* dan memiliki penyangga dengan ukuran 60x160 cm.



Gambar 4.10 X-Banner

(Sumber : Penulis, 2023)

4.2.3. *T-Shirt*

T-Shirt merupakan jenis pakaian yang biasa dipakaai sehari – hari di setiap aktivitas manapun. Pada umumnya, kaus oblong berlengan pendek dan berleher bundar, menggunakan bahan katun atau poliester. Pada *TShirt* penulis membuat tiga desain dan terdiri dari dua desain baju dengan posisi logo di samping dan posisi logo di tengah.



Gambar 4.11 *T-Shirt*

(Sumber : Penulis, 2023)

4.2.4. Kartu Nama

Kartu Nama biasa digunakan untuk memberikan informasi kontak sebagai alat *marketing* yang bisa bantu tentang bisnis, agar lebih mudah untuk dikenali dan diingat melalui kartu nama yang berkesan. Jenis kertas yang digunakan adalah *art paper* yang tahan air dengan ukuran 9 cm x 5,6 cm.



Gambar 4.12 Kartu Nama

(Sumber : Penulis, 2023)

4.2.5. Kwintansi

Kwintansi merupakan bukti transaksi keuangan dalam kegiatan ekonomi berbentuk selembar kertas. Pada umumnya, kwintansi digunakan oleh pengusaha Ketika membeli atau membayar barang dagangan dalam jumlah besar.



Gambar 4.14 Stampel Logo

(Sumber : Penulis, 2023)

4.2.7. Gantungan Kunci dan *Sticker*

Gantungan kunci dan stiker dijadikan souvenir sebagai barang kenang-kenangan atau pengingat akan suatu objek pada tamu perusahaan. Gantungan kunci kecil digunakan untuk mengaitkan suatu benda kecil kedalam lubang kunci, bahan gantungan kunci yang dipakai terbuat dari bahan akrilik. Stiker adalah jenis label yang berbentuk selembar kertas cetak dengan perekat di satu sisi, dapat digunakan untuk dekorasi atau hiasan.



Gambar 4.15 Gantungan Kunci

(Sumber : Penulis, 2023)



Gambar 4.16 Sticker

(Sumber : Penulis, 2023)

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari data yang telah dikumpulkan dari Desain Identitas Visual Usaha Budidaya Ikan Lele Tria Jaya Dengan Menggunakan Metode Arntson maka dapat disimpulkan Brand pada dasarnya adalah komponen yang sangat penting terhadap identitas produk yang dihasilkan oleh suatu usaha atau bisnis, identitas visual inilah yang akan menciptakan aset seperti logo, warna, dan tipografi baik di media cetak. sehingga menciptakan identitas dari sebuah brand untuk mempromosikan brand tersebut. Dengan didesainnya identitas visual yang memiliki ciri khas Tria Jaya mengenai produk ikan lele yang dipasarkan. diharapkan dapat mengenalkan dan mempromosikan Usaha Budidaya Ikan Lele Tria Jaya Prabumulih sehingga memperkenalkan secara luas baik di Sumatra Selatan.

Dengan adanya metode Arntson yang terkait dengan budidaya ikan lele atau identitas visual usaha. Penulis dapat memberikan panduan umum tentang bagaimana membuat identitas visual untuk usaha budidaya ikan lele, menggunakan informasi khusus tentang metode Arntson. Identitas visual usaha mencakup elemen seperti logo, warna, tipografi, dan desain keseluruhan yang mencerminkan citra dan nilai perusahaan.

Desain logo yang menggambarkan ikan lele dan juga mencerminkan karakteristik unik usaha Anda. Logo ini akan menjadi wajah visual perusahaan Anda

Setelah identitas visual dibuat, uji reaksinya dengan beberapa orang untuk mendapatkan identitas visual perusahaan adalah representasi visual dari *brand* Tria Jaya. Setiap unsur yang dipilih harus mencerminkan nilai dan karakteristik yang ingin disampaikan kepada pelanggan. Jika metode Arntson memiliki aspek khusus yang ingin diterapkan.

5.2 Saran

Desain identitas visual usaha budidaya ikan lele tria jaya dengan menggunakan metode arntson ini masih memiliki kekurangan kreatifitas dalam mendesain logo dan media pendukung seperti media digital dan perlu untuk dikembangkan. dan harus dilakukan secara terus-menerus agar identitas visual Tria Jaya yang sudah didesain dapat dimanfaatkan secara baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, A., & Wisnu Wijaya, P. (2020). Perancangan Media Komunikasi Visual Pada Museum Uang Sumatera. *AKSA: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 3(1). <https://doi.org/10.37505/aksa.v3i1.28>
- Eleuwarin, D. S. (2022). *Dampak Game Online Terhadap Perilaku Sosial Mahasiswa Proram Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Ambon* (Doctoral dissertation, IAIN Ambon).
- Hananto, B. A. (2018). MELIHAT KESEIMBANGAN VISUAL DALAM TIPOGRAFI (STUDI KASUS DESAIN LOGOTYPE PADA MATA KULIAH TIPOGRAFI DASAR). *Titik Imaji*, 1(2).
- Herawati, H., & Mulyani, D. (2016). Pengaruh kualitas bahan baku dan proses produksi terhadap kualitas produk pada UD. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo. *UNEJ e-Proceeding*, 463-482.
- Kurniansyah, O., & Siswanto, R. A. (2018). *Perancangan Identitas Visual Kawasan Wisata Mandeh Sebagai Objek Wisata Bahari Di Provinsi Sumatera Barat*. *eProceedings of Art & Design*, 5(1).
- Kusumoputri, R. A., & Nugraha, N. D. (2019). Perancangan Identitas Dan Kemasan Pada Produk Ikan Nila PT. indoachery Bangun Insan Sejahtera. *eProceedings of Art & Design*, 6(2)
- Soleh, A. M., Pratama, I. G. Y., & Wijaya, A. (2021). PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI SUSU KEDELAI MY SOYA. *Jurnal Selaras Rupa*, 2(1), 1-10
- Swasty, W., & Utama, J. (2017). Warna sebagai identitas merek pada website. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 3(01), 1-16.
- Swasty, Wirania. 2016. *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: Rosda Karya.

- Wanto, A., & Windarto, A. P. (2017). Analisis prediksi indeks harga konsumen berdasarkan kelompok kesehatan dengan menggunakan metode backpropagation. *Sinkron: jurnal dan penelitian teknik informatika*, 2(2), 37-43.
- Wijayanti, I. G. A. N. (2019, February). ANALISIS SEMIOTIKA LOGO PT. WIJAYA TRIBWANA INTERNATIONAL. In *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi)* (Vol. 2, pp.266-271)