

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

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DISTRO

A'CLOTHING DI PALEMBANG



Diajukan Oleh:

- 1. ANDIKA RANGGA PRATAMA /061210031**
- 2. NUR ALIM /061210011**

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat

Mencapai Gelar Ahli Madya

PALEMBANG

2024

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

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DISTRO

A'CLOTHING DI PALEMBANG



Diajukan Oleh:

- 3. ANDIKA RANGGA PRATAMA /061210031**
- 4. NUR ALIM /061210011**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat
Mencapai Gelar Ahli Madya**

PALEMBANG

2024

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

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING LAPORAN TUGAS AKHIR

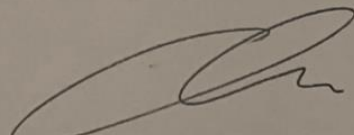
NAMA/NPM : 1. ANDIKA RANGGA PRATAMA /061210031
2. NUR ALIM / 061210011

PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL


JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA

JUDUL : PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
DISTRO A'CLOTHING DI PALEMBANG

Tanggal : 25 Juni 2024
Pembimbing


Didiek Prasetya S.Pd., M.Sn
NIDN : : 0226028201

Mengetahui,
Rektor


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

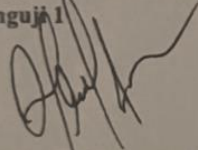
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI LAPORAN TUGAS AKHIR

NAMA/NPM : 1. ANDIKA RANGGA PRATAMA /061210031
2. NUR ALIM / 061210011

PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA
JUDUL : PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
DISTRO A'CLOTHING DI PALEMBANG

Tanggal : 25 Juni 2024
Penguji 1



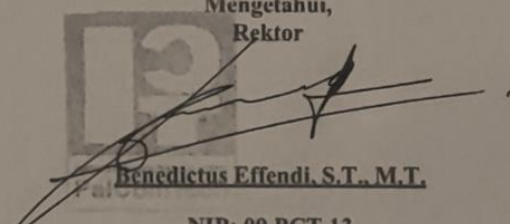
Hendra Hadiwijaya, S.E., M.Si.
NIDN: 0229108302

Tanggal : 25 Juni 2024
Penguji 2



M. Jhonsen Syafrandi, S.Kom., M.Kom
NIDN: 0229069301

Mengetahui,
Rektor



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

NIP: 09.PCT.13

MOTTO :

*"Bila mimpi tak sejalan dengan apa yang kau
tuju Tak sesuai dengan apa yang kau mau
Lepaskanlah beban pikiranmu, dengarkan hatimu
Dunia ini lebih luas dari ruang kelas"*

(Kunto Aji)

Kupersembahkan kepada :

Allah yang Maha Esa

Ayah dan Ibu tercinta

Orang-orang terkasih

Guru yang ku hormati

Teman-teman seperjuangan

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat Nya sehingga Proposal Tugas Akhir yang berjudul **PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DISTRO A'CLOTHING DI PALEMBANG** dapat dilakukan dengan baik oleh penulis dandiselesaikan tepat pada waktunya.

Laporan Tugas Akhir ini merupakan syarat yang diberikan olehprogram studi untuk menyelesaikan studi diploma 3 di Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech.

Selama melakukan penulisan dan penyusunan laporan ini, penulis mendapat banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, sudah menjadi kewajiban bagi Penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada:

- a. **Tuhan Yang Maha Esa**, yang telah memberikan ilmu, akal kesehatan jasmani dan rohani.
- b. **Kedua Orang Tua dan keluarga**, yang telah memberikan dukungan dan doa.
- c. **Bapak Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom**, Selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual.
- d. **Bapak Didiek Prasetya S.Pd., M.Sn**, Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing dan meluangkan waktu agar penulis memahami kajian Proposal Tugas Akhir ini.
- e. **Teman-teman dan sahabat**, yang telah banyak membantu dan memberi dukungan.

Demikian kata pengantar dari penulis, dengan harapan bahwa Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat untuk pembaca, bermanfaat bagi perkembangan dan peningkatan ilmu pengetahuan.

Palembang, 25 Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRACT.....	x
ABSTRAK.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Bagi Umum.....	12
1.5.2 Manfaat Bagi Penulis.....	12
1.5.3 Manfaat Bagi Akademik.....	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Distro.....	13

2.1.1.1. Pengertian Distribution Store	13
2.1.1.2. Sejarah Perkembangan Distribution Store	13
2.1.2 Pengertian Identitas Visual	14
2.1.2.1. Elemen Identitas Visual	15
2.1.2.1.1. Nama	15
2.1.2.1.2. Logo	16
2.1.2.1.3 Tagline.....	16
2.1.2.1.4 Warna	17
2.1.2.1.5. Tipografi.....	17
2.1.2.1.6. Gambar	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Penelitian	30
2.4 Identifikasi Masalah.....	31
2.5 Teori Pendukung.....	32
2.6 Metode Penelitian	32
2.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	32
2.6.2 Metode Perancangan.....	33
2.7 Hasil Peneltian Yang Diharapkan	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	34
3.2 Teknik Pengumpulan Data dan Waktu Penelitian	34
3.3 Metode Perancangan	39
3.3.1 Pra Produksi	39
3.3.2 Teknik Perancangan.....	43

3.3.3 <i>Orientation</i>	43
3.3.4 <i>Analysis</i>	44
3.3.5 <i>Concepts</i>	44
3.3.6 <i>Konsep Visual</i>	44
3.3.7 <i>Design Development</i>	47
3.3.8 <i>Implementation</i>	48
3.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	48
3.5 Alat Dan Bahan.....	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil.....	52
4.1.1 Hasil <i>Orientation</i>	52
4.1.2 Hasil <i>Analysis</i>	52
4.1.3 Hasil <i>Concepts</i>	53
4.1.4 Hasil <i>Design Development</i>	54
4.1.5. Hasil <i>Implementation</i>	59
4.2 Pembahasan.....	59
4.2.1 Kaos Biasa Dan Kaos Lengan Panjang.....	60
4.2.2 Logo Poster A3.....	62
4.3 Media Pendukung.....	63
4.4 Pembahasan Hasil.....	69

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 70
5.2 Saran 70

DAFTAR PUSTAKA xii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	31
Gambar 3.1 Wawancara	35
Gambar 3.2 Identitas Visual.....	36
Gambar 3.3 Palet Warna Putih, Hitam dan Kuning	41
Gambar 3,4 Sketsa Logo A'Clothing.....	45
Gambar 3.5 Sketsa Desain Baju <i>A'Clothing</i>	46
Gambar 3.6 Sketsa Desain Baju Kaos Lengan Panjang.....	47
Gambar 4.1 Desain Logo <i>A'Clothing</i>	54
Gambar 4.2 Warna Logo <i>A'Clothing</i>	55
Gambar 4.3 Detail Desain <i>Logo A'Clothing</i>	56
Gambar 4.4 Desain Kaos <i>A'Clothing</i>	57
Gambar 4.5 Desain Kaos <i>A'Clothing</i>	57
Gambar 4.6 Desain Baju <i>T-Shirt Long Sleeves</i>	58
Gambar 4.7 Desain Baju <i>Tshirt Long Sleeves</i>	59
Gambar 4.8 Hasil Jadi Kaos.....	60
Gambar 4.9 Hasil Jadi Kaos Lengan Panjang	61

Gambar 4.10 Hasil Jadi Poster A3	62
Gambar 4.11 Hasil Jadi <i>X-Banner</i>	63
Gambar 4.12 Hasil Jadi Stiker	64
Gambar 4.13 Hasil Jadi Gantungan Kunci.....	64
Gambar 4.14 Hasil Jadi Mug	65
Gambar 4.15 Hasil Jadi Nota	65
Gambar 4.16 Hasil Jadi Paperbag	66
Gambar 4.17 Hasil Jadi Seragam Karyawan Crew	67
Gambar 4.18 Hasil Jadi Tumbler	68
Gambar 4.19 Hasil Jadi 3d room	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1. Form Topik dan Judul (*Fotocopy*)
2. Lampiran 2. Surat Balasan dari Perusahaan
3. Lampiran 3. Form Konsultasi (*Fotocopy*)
4. Lampiran 4. Surat Pernyataan Ujian Tugas Akhir Andika Rangga Pratama (*Fotocopy*)
5. Lampiran 5. Surat Pernyataan Ujian Tugas Akhir Nur Alim(*Fotocopy*)
6. Lampiran 6. Form Revisi Ujian Pra Sidang (*Fotocopy*)
7. Lampiran 7. Revisi Ujian Kompre (Asli)

ABSTRACT

ANDIKA RANGGA PRATAMA NUR ALIM. *Visual Identity Design of Distro A'Clothing Palembang.*

Distro A'Clothing is one of the distros in the South Sumatra region located in the city of Palembang. The background of this research problem is the lack of Visual Identity Design as a form of logo in the hope of creating a strong and easily recognizable identity by the public with the formulation of the problem of how to design Visual Identity Distro A'Clothing by considering several aspects, and later it is hoped that the visual identity of Distro A'Clothing can be known or differentiated from competitors, building an image in consumers and public awareness This research aims to: produce an effective Visual Identity Design for A'Clothing Distro in Palembang. The research method used is a qualitative method which is a data collection technique in the form of observation, interviews and literature studies. In the results of the observation, the author got information by visiting the A'Clothing distro and found problems in each distro that had a visual identity but was not too conspicuous or visible. So it is necessary to rebrand the visual identity as a form of the company, it can be in the form of a logo or emblem with the aim of making it easy to remember. There are five stages of design in this visual identity design, namely orientation, analysis, concepts, design development, and implementation, then from these five stages, the final design is produced. This design resulted in several designs, namely the T-shirt logo and Long Sleeves T-shirt, which have different functions and are placed in the A'Clothing Palembang department according to the needs of the community and visitors at the A'Clothing Palembang Distro.

Keywords : *Keywords : Logo, T-shirt, T-shirt Long Sleeves.*

ABSTRAK

ANDIKA RANGGA PRATAMA NUR ALIM Perancangan Identitas Visual Distro *A'Clothing* Palembang.

Distro *A'Clothing* merupakan salah satu distro di wilayah Sumatera Selatan yang terletak di Kota Palembang. Latar belakang masalah penelitian ini adalah kurangnya Perancangan Identitas Visual sebagai bentuk logo dengan harapan menciptakan identitas yang kuat dan mudah dikenali oleh publik dengan rumusan masalah bagaimana merancang Identitas Visual Distro *A'Clothing* dengan mempertimbangkan beberapa aspek, dan nantinya diharapkan identitas visual Distro *A'Clothing* bisa dikenal atau dibedakan dengan kompetitor, membangun citra pada konsumen dan kesadaran masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan suatu Rancangan Identitas Visual yang efektif untuk Distro *A'Clothing* di Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang merupakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan studi pustaka. Pada hasil observasi penulis mendapatkan informasi dengan berkunjung ke distro *A'Clothing* dan menemukan masalah di setiap distro yang memiliki identitas visual tetapi tidak terlalu mencolok atau nampak. Sehingga diperlukan Rebranding identitas visual sebagai bentuk perusahaan, bisa berbentuk logo maupun lambang dengan tujuan agar mudah diingat. Terdapat lima tahap perancangan dalam desain identitas visual ini yaitu orientation, analysis, concepts, desain development, dan implementation, kemudian dari lima tahapan tersebut maka dihasilkan desain final. Perancangan ini menghasilkan beberapa desain yaitu logo Kaos dan Kaos Long Sleeves, memiliki fungsi yang berbeda dan ditempatkan di distro *A'Clothing* Palembang sesuai kebutuhan masyarakat dan pengunjung di Distro *A'Clothing* Palembang.

Kata kunci : *Logo, Kaos, Kaos Long Sleeves.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dunia usaha di bidang fashion memang tidak pernah ada matinya, hal ini karena mode di dunia fashion tidak pernah berhenti berputar dan terus berkembang bahkan semakin pesat dari tahun ke tahun. Begitu pula dengan para pengusahanya, mereka selalu membuat inovasi dan ide-ide cemerlang untuk menarik minat para pembelinya. Dengan menganalisa ini juga dapat mengetahui kekuatan pembelinya (Hadiani, 2020).

Fashion distro lebih menjadi pilihan dan incaran banyak anak muda karena memberikan desain yang cenderung eksklusif, personal, dan tidak pasaran. Karena produsen memproduksinya dengan edisi yang terbatas. Bahkan ada beberapa distro yang memproduksi hanya satu buah saja. Meski keberadaanya terus bertambah setiap hari, distro ternyata tetap menarik banyak kalangan pembisnis untuk mencoba meraup keuntungan dari bisnis di bidang fashion ini (Wiranata, 2023).

Hal tersebut tidak lepas dari karakteristik bisnis distro yang lebih menawarkan kreativitas desain serta modis sesuai dengan karakter jiwa muda. Beberapa gaya dan perilaku remaja serta ucapan-ucapan seringkali menjadi

populer. Demikian pula cara berpakaian yang unik dan aneh-aneh sering menjadi sumber inspirasi bagi perancang busana (Satya, 2023).

Selain menawarkan kreativitas desain dan modis, kalangan entrepreneur distro juga mengusahakan dan membuat hal-hal yang dapat menarik perhatian konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Antara lain menciptakan kenyamanan pembeli yang didukung oleh penampilan toko yang menyenangkan. Menciptakan pencahayaan dengan warna-warna yang nyaman, pelayanan yang ramah, serta membuat identitas visual toko yang menarik (Agung, 2017).

Berdasarkan pengamatan dilapangan terhadap bisnis dibidang *fashion*, para pembisnis menciptakan bentuk-bentuk yang dapat menarik perhatian konsumen terhadap produk-produk yang dipasarkannya. Dengan menunjukkan sebuah distro yang memiliki suasana yang baik dan elegan, maka distro tersebut dapat memberikan kesan sosial yang baik di mata konsumen. Misalnya menata tampilan, pencahayaan termasuk identitas visual pada Distro A'Clothing Palembang (Amelia, 2017). Insentif merupakan suatu penghargaan dalam bentuk uang yang diberikan oleh pihak pemimpin organisasi kepada karyawan agar mereka bekerja dengan motivasi yang tinggi dan berprestasi dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi atau dengan kata lain, insentif merupakan pemberian uang diluar gaji yang dilakukan oleh pihak pemimpin organisasi sebagai pengakuan terhadap prestasi kerja dan kontribusi karyawan kepada organisasi."Pengaruh Insentif dan Pengembangan

Karir Terhadap Kepuasan Kerja Melalui Kinerja Karyawan Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus Pada PT. Smartfren Telecom Palembang)." (Hadiwijaya, Hendra 2015),Usaha Batu Bata Daslan yang dimiliki oleh Bapak Daslan ini berdiri sejak tahun 2005, memiliki 13 pekerja tetap. Hasil produksi dipasarkan disekitar wilayah dan juga sampai ke Kota Palembang, Kota Prabumulih, dan Kabupaten Muba. Omset usaha yang dicapaisebulannya rata-rata hanya 60% dan menurun saat bulan puasa dan lebaran dikarena pada saat tersebut masyarakat tidak melakukan permintaan batu bata (masyarakat sedikit yang melakukan pembangunan rumah). (Hadiwijaya, Hendra, Febrianty Febrianty, and Darmawi Darmawi. "Pendampingan manajemen usaha dan permodalan pada UKM batu bata." *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2.2 (2020). Insentif merupakan suatu penghargaan dalam bentuk uang yang diberikan oleh pihak pemimpin organisasi kepada karyawan agar mereka bekerja dengan motivasi yang tinggi dan berprestasi dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi atau dengan kata lain, insentif merupakan pemberian uang diluar gaji yang dilakukan oleh pihak pemimpin organisasi sebagai pengakuan terhadap prestasi kerja dan kontribusi karyawan kepada organisasi Hadiwijaya, Hendra. "Pengaruh Insentif dan Disiplin Terhadap Prestasi Kerja Pegawai (Studi Kasus pada Inspektorat Provinsi Sumatera Selatan)." (2015) Perkembangan UMKM di Kota Lubuklinggau cukup bagus. Terlihat dari data UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Lubuk Linggau pada tahun 2021 sebanyak 5.348.

Perhatian pemerintah sangat serius bagi pelaku UMKM dengan diadakan pelatihan-pelatihan melalui dinas terkait seperti Pelatihan Manajerial bagi UMKM Produktif di Kota Lubuklinggau yang di selenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Lubuklinggau. Dengan adanya pelatihan Manajerial bagi UMKM produktif dapat mengatasi permasalahan yang sering dialami oleh UMKM.

Hadiwijaya, Hendra. "Manajerial Bagi UMKM Produktif di Kota Lubuklinggau." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien* 2.1 (2023).Gaya kepemimpinan merupakan pola tingkah laku yang dirancang untuk mengintegrasikan tujuan organisasi dengan tujuan individu untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Setiap pemimpin bisa mempunyai gaya kepemimpinan yang berbeda antara yang satu dengan yang lain, dan tidak mesti suatu gaya kepemimpinan lebih baik atau lebih jelek dari pada gaya kepemimpinan yang lainnya Hanafi, Agustina, and Hendra Hadiwijaya. " Pengaruh Transformational Leadership Dan Quality Of Work Life Terhadap Interpersonal Communication Implikasinya Pada Performance Karyawan." (2017). Edukasi dan dunia game menjadi salah satu kolaborasi untuk membangun media pembelajaran. Didukung dengan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) yang membawa dampak terhadap seluruh aspek kehidupan. Termasuk di dunia pendidikan, kini dengan IPTEK telah dibuat berbagai media pembelajaran interaktif, salah satunya menggunakan komputer, tablet pc dan smartphone. Syaftriandi, Muhammad Jhonsen, and Rendy Almaheri Adhi Pratama. "Rancang Bangun Edugame

Pembelajaran Information Technology Menggunakan Adobe Flash Actionsript 3.0." *Teknomatika* 12.02 (2022). Desain grafis pada awalnya diterapkan untuk media-media statis, seperti buku, majalah, dan brosur. Sebagai tambahan, sejalan dengan perkembangan zaman, desain grafis juga diterapkan dalam media elektronik, yang sering kali disebut sebagai desain interaktif atau desain multimedia Syaftriandi, Muhammad Jhonsen, Rendy Pratama, and Muhammad Tegar Prasetya. "Pelatihan Desain Grafis Lanjutan untuk Media Promosi dan Kebutuhan Konten Sosial Media di Balai Diklat Keagamaan Kota Palembang." *Prosiding ABDIMAS CORISINDO 2023* (2023). Aplikasi Rekapitulasi Data Pengiriman Artikel, Tutorial, Society dan Info Akademik PalComTech" yang bertujuan agar pemantauan bisa dilakukan setiap hari, setiap minggu atau setiap bulan. mengukur kontribusi para warga PalComTech demi memajukan kinerja portal-portal tersebut. Syaftriandi, M. Jhonsen. *Aplikasi Rekapitulasi Data Pengiriman Artikel Info Akademik dan Tutorial Palcomtech*. Diss. STMIK Palcomtech, (2015). Blended Learning yang di praktikkan Institut Teknologi serta Bisnis PalComTech pada sistem kegiatan belajar mengajar menggambarkan perpaduan dari 3 sistem kegiatan belajar mengajar lewat tatap muka (offline), daring (online) serta dukungan aplikasi. Aplikasi AndroidPalComTech Online Learningdiperuntukan sebagai penunjang sarana kegiatan belajar mengajar yang dipakai oleh Institut Teknologi serta Bisnis PalComTech dalam mendukung kemudahan proses kegiatan belajar mengajar

dengan cara daring (online) dan dapat pula digunakan sebagai dukungan proses pembelajaran tatap muka (offline) dikelas sejak masa awal pengembangan aplikasi di tahun 2020 bertepatan dengan berkembangnya pandemi Covid-19. Untuk menunjang kegiatan belajar mengajar dengan cara digital, pada aplikasi ini dengan menyediakan modul belajar berbentuk materi video serta materi pdf. Penerapan kecanggihan teknologi bersamaan dengan pengembangan Aplikasi Android PalComTech Online Learning yang ramah pengguna bakal berjalan lebih bagus dalam melangsungkan proses belajar mengajar serta pelatihan dengan mudah dan juga sanggup menciptakan generasi peserta didik yang sadar akan pemanfaatan teknologi digital. Pratama, R. A. A., Aprizal, Y., Syaftriandi, M. J., & Setiawan, E. (2023). BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu Pengujian Tingkat Usability Pada Penggunaan Aplikasi Android PalComTech Online Learning dengan Metode PACMAD. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(01). PT Trimega Jaya Medika merupakan salah distributor alat kesehatan yang ada di Kota Palembang. PT Trimega Jaya Medika sendiri didirikan berdasarkan kebutuhan instansi pelayanan kesehatan yang diharapkan dapat membantu lancarnya proses tindakan pengobatan kepada pasien. Perusahaan ini juga menjunjung tinggi kualitas kerjanya sehingga dapat memegang kepercayaan antara vendor dan customer. Pratama, R. A. A., Mahmud, M., Aprizal, Y., Syaftriandi, M. J., Setiawan, E., & Rieni, N. E. (2023). Penerapan Metode Black Box dalam Pengujian Aplikasi Informasi Stok Barang pada PT. Trimega Jaya Medika Berbasis Web. *Jurnal*

Teknologi Informatika dan Komputer, 9(1), Dalam perancangan ini penulis akan membahas kampanye sosial dampak bermain game online bagi remaja di Kota Palembang, pembahasan ini muncul dari banyaknya kasus kecanduan game online di negara-negara seperti Taiwan, dan Jepang hingga menimbulkan kematian saat bermain game online, di Indonesia sendiri kasus kecanduan game online mengakibatkan remaja mengalami gangguan mental akibat terlalu banyak interaksi dengan dunia virtual. Dengan adanya kampanye ini diharapkan mampu menyadarkan, mengurangi, dan menekan remaja untuk tidak bermain game online yang berlebihan, sampai mengakibatkan kematian supaya tidak terjadi di Indonesia khususnya kota Palembang Junoko, Sapar, Yosef Yulius, and Didiék Prasetya. "Perancangan Kampanye Sosial Dampak Game Online Bagi Remaja Di Kota Palembang." Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya 5.2 (2020) Perancangan packaging/Kemasan gula puan makanan khas traditional Palembang ini diharapkan dapat menjadi daya tarik penjualan melalui kemasan yang menarik serta dapat mengangkat dan membentuk sebuah brand image Gulo Puan sehingga mudah dikenali oleh masyarakat luas sebagai salah satu usaha yang menjual kuliner khas kota Palembang. Septiandi, Riski, Aji Windu Viatra, and Didiék Prasetya. " Perancangan Packaging Gulo Puan Makanan Tradisional Palembang." *Educrat: Journal Of Craft Education, Craft Design And Creative Industries* 1.1 (2021). penulis melakukan penelitian ini untuk membuat kemasan yang menarik, dalam hal ini penulis akan membuat kemasan untuk kue suri yang dibuat oleh toko "MonKoee" milik ibu

Agustina. Karena kemasan yang digunakan ibu Agustina dalam pengemasan kue suri masih menggunakan plastik mika dan tanpa diberi identitas toko maupun produknya. Penggunaan plastik mika kurang baik untuk produk makanan. Dengan perancangan desain kemasan ini, dapat dijadikan sebagai salah satu upaya marketing, karena kemasan dapat dijadikan media promosi dan penyampai informasi[6][7]. Kemasan baru yang penulis akan buat menggunakan kertas konstruk 260gsm. Pratiwi, S. L., Andrispa, B., & Prasetya, D. (2023, April). Perancangan Desain Kemasan Kue Suri Makanan Khas Palembang. In *MDP Student Conference*. Perancangan Iklan Layanan Masyarakat ini bertujuan untuk dapat memberikan informasi akan pentingnya dan manfaat mendidik anak di usia dini yang menarik, sehingga dapat memajukan dunia pendidikan di Indonesia. Rancangan iklan layanan masyarakat tersebut diberi judul Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Pentingnya Pendidikan Anak di Usia Dini. Iklan Layanan Masyarakat Pentingnya Pendidikan Anak di Usia Dini dinilai dapat memecahkan masalah yang ada di masyarakat. Dengan memanfaatkan media iklan televisi dalam menyampaikan informasi dan memiliki konsep animasi dan ilustrasi mengenai beberapa hal penting mendidik anak di usia dini, iklan layanan masyarakat ini dapat memberikan inspirasi dan dorongan bagi masyarakat terutama orang tua agar dapat ikut serta mendidik anak-anak mereka di masa emas atau di usia dini. Sehingga menghasilkan putera dan puteri yang unggul dan berprestasi di masa mendatang. Sutopo, Habel,

Didiek Prasetya, and Yayan Hariansyah. " Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Pentingnya Pendidikan Anak Di Usia Dini." *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya* 1.3 (2016). Pengenalan cerita rakyat Bagus Kuning terhadap anak-anak, pada dasarnya merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan guna melestarikan cerita rakyat yang ada di kota Palembang. Secara umum, anak-anak merupakan cikal bakal lahirnya suatu generasi baru yang merupakan penerus cita-cita perjuangan bangsa. Masa depan suatu bangsa tergantung pada anak-anak sekarang. Semakin baik kepribadian anak sekarang maka semakin baik pula kehidupan masa depan. Sebaliknya pula semakin buruk kepribadian anak sekarang maka semakin buruk pula masa depan mereka. Anam, Syaroful, Husni Mubarat, and Didiek Prasetya. " Perancangan Buku Pop-Up Cerita Rakyat Bagus Kuning Untuk Anak-Anak." *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya* 3.1 (2018).

Distro A'Clothing adalah sebuah Distro yang berada di kawasan kota Palembang tepatnya di Jl. Sukawinatan RT. 54 RW. 07 Kecamatan Sukarami, Kelurahan Sukajaya, Palembang. Distro ini menjual produk pakaian laki-laki dan merchandise. Distro A'Clothing adalah milik Rio Wijaya yang didirikan pada tanggal 11 Nopember 2023, nama dari A'Clothing ini memiliki arti yang diambil dari bahasa Inggris yang artinya pakaian yang memproduksi sendiri semua produk mereka dengan label sendiri pula. Sebuah A'Clothing bisa memiliki toko sendiri atau hanya sekedar menitipkan produk mereka ke distro. Secara spesifik, clothing mudah dikenal sebagai barang yang proses pembuatannya menggunakan kainserta

melekat pada tubuh.

Distro A'Clothing ini di buka setiap hari pada pukul 10.00-21.00 WIB. Produk yang dijual yaitu baju kaos, kaos custom dan design kaos. Namun demikian pengelola menyadari kurangnya penonjolan dalam identitas visual Distro A'Clothing Palembang. Sebab itu diperlukan perancangan identitas visual dengan tujuan untuk menginformasikan produk yang dijual oleh Distro A'Clothing Palembang.

Tujuan perancangan identitas visual ini adalah agar dapat membantu bisnis berkembang sesuai dengan target pasar yang sudah ditentukan dan dapat menciptakan kepercayaan serta kredibilitas. Sebab, sebuah produk atau merek yang terlihat konsisten dalam penampilan visualnya cenderung lebih dipercaya oleh pelanggan. Ketika pelanggan melihat visual yang menarik mereka akan mengasosiasikannya dengan kualitas dari produk tersebut (Seruni, 2023).

Identitas visual adalah semua citra dan informasi grafis yang mengekspresikan identitas dari *brand* dan apa yang membedakannya dari yang lain. Identitas visual yang berhasil dapat membantu pasar memperkuat citra auntetik dan menarik perhatian pengunjung modern serta pelanggan potensial sesuai dengan ekspektasi pasar yang terus berkembang (Levanier, 2020). Sebagai bentuk visual, identitas visual menampilkan simbol yang mencerminkan citra yang hendak diatampilkan. Identitas visual juga harus selaras dengan nilai-nilai, karakteristik dan visi-misi sebuah perusahaan. identitas visual disebut juga sebagai simbol

perusahaan, bisa berbentuk logo maupun lambang dengan tujuan agar mudah diingat (Kurniansyah, 2021).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa identitas visual adalah citra visual dalam bentuk logo dan turunan-turunannya yang menggambarkan nilai-nilai, karakteristik dan visi-misi sebuah usaha. Citra ini yang menjadi pembeda antara satu distro dengan distro lainnya. Keunikan dari karakteristik yang ditampilkan menjadi sebuah penguat bagi usaha distro agar lebih mudah dikenali khalayak. Oleh karena itu, Distro A'Clothing memerlukan sebuah identitas visual, perlu dirancang sebuah identitas visual untuk meningkatkan dan membentuk *brand* orang terhadap Distro A'Clothing ini. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Identitas Visual Distro A'Clothing di Palembang”.

1.2.Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu: Bagaimana perancangan identitas visual yang efektif untuk Distro A'Clothing di Palembang?

1.3.Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu “Perancangan Identitas Visual Distro A'Clothing di Palembang” adapun ruang lingkup penelitian ini adalah membahas desain logo, pemilihan warna, jenis font, dan elemen visual lainnya.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah dan ruang lingkup penelitian maka tujuan utama dilakukan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui bagaimana perancangan identitas visual yang efektif untuk Distro A'Clothing di Palembang.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Bagi Umum

Penelitian ini diharapkan akan memberikan pemahaman tentang perancangan identitas visual bagi masyarakat umum, sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan.

1.5.2. Manfaat Bagi Penulis

Untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech dengan membuat laporan tugas akhir secara ilmiah dan sistematis.

1.5.3. Manfaat Bagi Akademik

Dapat dijadikan bahan referensi untuk menambah wawasan dalam rangka mendokumentasikan dan menginformasikan hasil penelitian di Program Studi Desain Komunikasi Visual di Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech Palembang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. *Distribution Store* (Distro)

2.1.1.1. Pengertian *Distribution Store* (Distro)

Distro berasal dari kata *Distribution Store* yang bisa diartikan sebagai tempat, outlet atau toko yang secara khusus mendistribusikan produk dari suatu komunitas. Biasanya berasal dari komunitas musik band independent atau istilahnya band indie dan komunitas skateboard. Produk-produknya biasanya terdiri dari album band indie sampai ke pernikernya seperti kaos dan aksesoris dan produk apparel untuk skateboard (Rottensoul, 2013).

Distro umumnya merupakan industri kecil dan menengah (IKM) yang sandang dengan merk independent yang dikembangkan kalangan muda. Mereka lahir dari komunitas para pecinta tertentu. Produk yang dijual cenderung terbatas dan waktunya pun tidak lama. Mereka menghadirkan tren baru baik dari siluet maupun desain. Namun yang pasti, jumlah produk lebih banyak dari butik.

2.1.1.2. Sejarah Perkembangan *Distribution Store* (Distro)

Konsep bisnis *fashoin* distro di Indonesia pertama kali muncul di Kota Bandung. Dimana pada era 90-an, sudah muncul gelit anak muda untuk bisa

berekpresi dengan apa yang mereka suka. Alasan utamanya adalah dari inisiatif para pecinta musik indie.

Muncul pertama kali pada tahun 1994, sebuah distro bernama *Reverse* hadir sebagai toko distribusi untuk ragam *merchandise* dari lokal dan mancanegara. Namun sayangnya mereka harus tutup 5 tahun kemudian. Lalumuncullah satu nama yang dibangun oleh salah satu alumni *Reverse* (Helvi), dengan nama *Airplane*.

Dua tahun sebelumnya (1996), Dendy Darman sudah merintis pakaian bernama 347 boadriider.co—sekarang UNKL 347. Lalu pada tahun 1997 disusul dengan hadirnya Ouval Research. Kemudian muncul pula nama seperti Harder, No Labels (NL's), Monik, dan Two Clothes pada tahun 1998.

Seiring berjalannya waktu tren distro mulai bermunculan. Bahkan konsep bisnis ini sudah mulai dikontek oleh anak muda dari kota lainnya. Berangkat dari kumpulan komunitas, akhirnya distro sudah menjadi satu dari banyak warisan paling berpengaruh di industri fashion Indonesia.

2.1.2. Pengertian Identitas Visual

Identitas yang ditampilkan secara konsisten akan memberikan citra kepada khalayak bahwa entitas tersebut memiliki konsekuensi dan profesionalisme. Berdasarkan hal tersebut, diharapkan identitas dapat meningkatkan brand awareness dan citra positif di masyarakat.

Visual adalah apa yang dapat dilihat dan terdiri dari beberapa tahap, yaitu tahap persepsi, tahap seleksi dan tahap pemahaman. Fase deteksi memungkinkan cahaya yang cukup untuk masuk ke mata sehingga dapat melihat objek di sekitarnya. Tahap seleksi terdiri dari mengisolasi dan melihat bagian tertentu dari objek atau bagian dari objek, menjadikannya hasil kombinasi dari iluminasi dan fokus mata dengan fungsi otak tingkat lanjut. Tahap pemahaman adalah tentang memahami apa yang harus dipilih untuk memproses gambar secara psikologis pada tingkat kesadaran yang lebih dalam (Wahyuningsih, 2015).

Identitas visual merupakan cerminan dari visi dan misi perusahaan yang dituangkan dalam logo perusahaan. Pengertian logo ini adalah sesuatu yang nyata yang merupakan cerminan tak terlihat dari sebuah perusahaan yang direpresentasikan dalam bentuk visual (Putra, 2020).

2.1.2.1. Elemen Identitas Visual

Elemen identitas visual mencakup pada berbagai elemen grafis yang mendukung dalam perancangan identitas visual (Rustan, 2013). Elemen-elemen identitas visual tersebut adalah sebagai berikut:

2.1.2.1.1. Nama

Elemen-elemen yang terkait dengan identitas visual (logo, tipografi, gambar, warna) dibangun di atas nama (Rustan, 2013). Berdasarkan penjelasan

berikut dapat dikatakan bahwa nama merupakan bagian yang sangat penting dari identitas, karena nama digunakan sebagai dasar identifikasi entitas.

2.1.2.1.2. Logo

Logo adalah elemen identifikasi visual yang berupa gambar dan simbol. Kata logo berasal dari bahasa Yunani “logos”, yang berarti kata, pikiran, ucapan atau akal. Istilah logo muncul sekitar tahun 1937 sebagai penyederhanaan dari istilah logo sebelumnya. Logo sendiri muncul sekitar 1810-1840, dan dimaksudkan untuk mengeja nama entitas yang dirancang khusus dengan teknologi hiruf. Logo asli hanya menyertakan teks, tetapi seiring perkembangannya, beberapa elemen tambahan ditambahkan ke desain logo (Rustan, 2013).

Elemen terpenting dalam pengenalan visual adalah logo. Logo tersebut selalu diterapkan pada aplikasi pengenalan visual lainnya. Oleh karena itu, penting untuk mendesain logo yang dapat mencerminkan kepribadian dan jiwa brand.

2.1.2.1.3. Tagline

Tagline adalah frasa singkat yang menangkap esensi merek, kepribadian, dan posisi perusahaan, serta membedakan perusahaan dari pesaingnya. Singkatnya, *tagline* ini tidak asal-asalan. *Tagline* tumbuh dalam proses strategis dan kreatif yang intens (Wheeler, 2013).

Tagline termasuk salah satu atribut identitas visual. *Tagline* ini terdiri dari satu atau lebih kata, yang menggambarkan esensi, kepribadian dan *positioning* merek.

2.1.2.1.4. Warna

Warna digunakan secara objektif atau fisik sebagai atribut cahaya yang dipancarkan, atau secara subyektif sebagai bagian dari pengalaman mata atau penglihatan. Secara obyektif, warna dapat diberikan oleh panjang gelombang (Sanyoto, 2009).

Memilih warna yang tepat adalah proses yang sangat penting dalam identitas visual. Memilih warna yang tepat memerlukan penelitian mendalam untuk menghubungkannya. Berbagai bidang seperti psikologi, budaya, dan komunikasi.

2.1.2.1.5. Tipografi

Tipografi merupakan salah satu pilar pendukung identitas visual yang efektif. Tanpa tipografi yang unik dan mudah dibaca, tidak akan ada citra perusahaan yang terpadu dan koheren. Penyusunan hiruf juga harus mendukung strategi pemosisian dan hierarki informasi. tipografi dalam sistem pengenalan visual juga membutuhkan konsistensi dan keseriusan (Wheeler, 2009).

2.1.2.1.6. Gambar

Peran elemen gambar atau ilustrasi juga digunakan sebagai konteks pengenalan produk atau perusahaan (Putra, 2020). Elemen gambar dapat digunakan untuk media *offline*, pengemasan, titik penjualan dan lain-lain. Selain identitas merek, elemen gambar juga dapat digunakan untuk identitas visual perusahaan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ricky Aditya Ramadhan (2023)	Perancangan Identitas Visual Sister's Kitchen Surabaya	Hasil dari penelitian ini berupa logo sister's kitchen dan graphic standart manual serta media pendukung diantaranya label kemasan dan template sosial media. Dengan adanya perancangan ini Sister's Kitchen mampu dikenal oleh masyarakat sehingga dapat bersaing dengan berbagai UMKM sejenis di Kota Surabaya.
2.	Anindya Wiraprasasta (2023)	Perancangan Identitas Visual untuk Copen Media	Berdasarkan data dari wawancara, kuesioner, observasi, dan studi pustaka, Copen Media membutuhkan strategi desain sebagai solusi untuk mengatasi masalahbisnis dan penerapan desain. Diharapkan perancangan strategi tersebut dapat meningkatkanpemasaran B2B dan memperkuat identitas visual dari Copen Media.

			Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan saran untuk meningkatkan penjualan dan <i>brand awareness</i> dari Copen Media. Media.
3.	Nabila Rosyita (2023)	Perancangan identitas Visual Lembaga Sosial Pembina Penyantun Anak yatim Baiturrohman	Hasil penelitian ini adalah identitas visual berupa logo Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yang sesuai dengan citra dan value lembaga. Logo diimplementasikan pada beberapa media seperti: GSM, <i>Company Profile</i> , Banner, Rompi Seragam, <i>Goodiebag</i> , <i>Stationary</i> , dan <i>Merchandise</i> .
4.	Joko Bintarto (2023)	Perancangan Identitas Warung Teras Kopi Untuk Membangun Brand Awareness	Penelitian ini menggunakan Graphic Standard Manual (GSM) yang akan diaplikasikan pada media-media pendukung dengan baik dan konsisten, sesuai dengan visi dan misi Warung eras Kopi, sehingga dapat menjadi identitas visual baru berupa Logo baru beserta rancangan identitas visual yang baru dibuat dengan nilai-nilai dari Warung kopi teras kopiyaitu kopi, nikmat, sederhana, dan nyaman.

5.	MRR Tiyas Maheni (2023)	Pembuatan Desain Identitas Visual Sebagai Salah satu Kekuatan Brand untuk Mendukung Daya Saing Produk pada Komunitas Sahabat UMKM	Hasil dari penelitian ini, peserta mendapatkan desain identitas visual yang baru berupa logo, kartu nama, sticker, dan banner yang dapat merepresentasikan citra brand. Peserta pun lebih memahami akan pentingnya identitas visual untuk sebuah brand. Kegiatan berlangsung baik dan saran yang diberikan adalah agar kegiatan seperti ini rutin dilakukan dan dapat menjangkau lebih banyak UMKM.
6.	Meilani (2023)	Perancangan Identitas Visual Short Film Binus Screening	Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk menjaga identitas visual, Logotype dirancang menggunakan metode pengumpulan data sekunder yang hasilnya diteruskan pada tahap analisa data visual, brainstorming dan mind mapping. Logotype sudah berhasil diimplementasikan pada media promosi acara tersebut tahun 2019 dan 2020 sebelum Pandemi Covid-19.
7.	Gabriel Rico Adhitya (2023)	Perancangan Identitas Visual pada Media Promosi Event Open Studio 7 di Florto Studio	Hasil dari yang di peroleh dari penelitian ini bahwa dengan identitas visual pada media promosi yang sesuai agar dikenal banyak masyarakat luas dan akan berdampak pada peningkatan peserta mengikuti Event ini.

8.	Farico Edwardi (2023)	Perancangan Identitas Visual Rumah Makan Stujuh di Dukuh Zamrud Bekasi	Perancangan identitas visual rumah makan Situjuh di Dukuh Zamrud, Bekasi, akan menghasilkan manual book sebagai media utama, yang berfungsi sebagai petunjuk pengaplikasian merek agar tetap terjaga dan konsisten, berupa logo/ identitas visual, jenis huruf, sebagai media utama, dan pengaplikasian logo sebagai media penunjang promosi seperti banner, stationary set, poster, kalender, baju, dan sebagainya.
9.	Sharon Hardjono (2023)	Perancangan Ulang Identitas Visual dan Desain Kemasan UMKM Fesyen KonnuKU	Hasil penelitian didapatkan bahwa penulis mengembangkan sebanyak tiga alternatif pilihan komprehensif untuk brand yang akan disertai dengan penjabaran alternatif dan filosofinya. Dari ketiga alternatif pilihan tersebut akan dipilih satu yang kemudian akan melewati proses finalisasi dan kemudian diimplementasikan menjadi identitas baru KonnuKu. Mencerminkan identitas yang tepat adalah tujuan utama dari pelaksanaan proyek ini.
10.	Isra Hidayati (2023)	Perancangan Ulang Identitas Visual dan Aplikasinya pada Media Promosi Nursalam Travel di Karawang	Penelitian ini menghasilkan perancangan identitas visual dan aplikasinya untuk media promosi bagi “Nursalam Travel” sehingga diharapkan mampu menampilkan citra brand yang positif dan profesional pada masyarakat. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan dampak yang positif bagi pemilik usaha dalam memasarkan jasanya.

Sumber: Data Olahan, 2024

Penulis menggunakan tiga jurnal penelitian terdahulu sebagai referensi. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

1. Hasil Penelitian Ricky Aditya Ramadhan (2023)

Judul penelitiannya yaitu Perancangan Identitas Visual Sister's Kitchen Surabaya. Melalui perancangan identitas visual Sister's Kitchen ini dapat disimpulkan bahwa sebuah identitas secara visual itu sangat penting untuk mendukung perkembangan suatu produk atau usaha, apalagi saat ini semuanya terjun secara online ke media sosial untuk strategi marketing mereka seperti berjualan dan promosi yang kita ketahui bahwa media sosial semuanya menampilkan bentuk visual seperti foto produk, desain Instagram, *e-flyer*, dan media lainnya. Sehingga sangat diperlukan visual yang menarik agar suatu produk nantinya bisa tampil menarik dihadapan para pengguna media sosial dan juga bisa membedakannya dari kompetitor yang turut bersaing, harapannya ketika audiens melihat visual tersebut dapat meningkatkan awareness terhadap brand dalam hal ini yakni Sister's Kitchen. Saat ini juga pemerintah Indonesia khususnya Kota Surabaya sangat menargetkan usaha lokal daerah atau UMKM sejenis untuk terjun ke dunia digital karena dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan dapat dikenal hingga ke berbagai daerah di Indonesia maupun luar negeri.

2. Hasil Penelitian Wiraprasasta (2023)

Judul penelitiannya Perancangan Identitas Visual untuk Copen Media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Copen Media menghadapi dua permasalahan utama, yaitu strategi pemasaran B2B yang kurang efektif dalam menjangkau pemilik coffee shop untuk bekerja sama dan belum adanya GSM (Graphic Standard Manual) yang mengakibatkan penerapan identitas visual yang belum maksimal. Akibatnya, citra Copen Media belum tersampaikan dengan baik, sehingga pemilik kopi kurang menyadari fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan. Dalam penelitian ini, metode strategi desain digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut dan mencapai keunggulan kompetitif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa desain memainkan peran penting dalam mencapai tujuan bisnis dan diharapkan dapat menjadi panduan dalam pengambilan keputusan terkait aspek desain dan bisnis. Output desain diharapkan tidak hanya estetis, tetapi juga dapat berkontribusi strategis dalam mencapai visi, misi, dan tujuan Copen Media dalam industri kopi.

3. Hasil Penelitian Nabila Rosyita (2023)

Judul penelitiannya yaitu Perancangan Identitas Visual Lembaga Sosial Pembina Penyantun Anak Yatim Baiturrohman. Hasil penelitian ini berupa identitas Visual Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yang tepat dan konsisiten. Tepat karena proses perancangan dibuat berdasarkan

pengumpulan data dan analisis data sehingga menghasilkan sebuah konsep perancangan yang diambil dari visi misi dan value lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yaitu "Peduli Menyejahterkan Kehidupan Yatim". Konsep ini tercermin pada bentuk visual dari identitas visual yang tervalidasi. Peduli divisualkan dengan elemen tangan yang menengadahkan, Menyejahterkan kehidupan divisualkan dengan susunan elemen anak-anak yatim yang bertingkat dari rendah menjadi lebih tinggi, Anak Yatim divisualkan dengan elemen anak-anak yatim yang bersorak. Konsisten karena dalam proses perancangan logo ini juga dibuatkan buku panduan penggunaan logo yang dirangkum dalam Graphic Standard Manual (GSM). Sehingga penggunaan logo diterapkan dengan konsistensi dan tidak semena-mena. Penerapan logo dalam media disesuaikan dengan kebutuhan Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman.

4. Hasil Penelitian Bintarto (2023)

Judul penelitiannya yaitu Perancangan Identitas Visual Warung Teras Kopi Untuk Membangun Brand Awareness. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk perancangan identitas visual yang mencerminkan Warung Teras Kopi saat ini perlu adanya riset terlebih dahulu mengenai Warung Teras Kopi. Seperti menganalisa target market, segmentasi, positioning, kelebihan, serta kekurangan, dan lain sebagainya. Yang kemudian dilanjutkan dengan membuat mind mapping, dan

5. Hasil Penelitian Bintarto (2023)

Judul penelitiannya yaitu Perancangan Identitas Visual Warung Teras Kopi Untuk Membangun Brand Awareness. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk perancangan identitas visual yang mencerminkan Warung Teras Kopi saat ini perlu adanya riset terlebih dahulu mengenai Warung Teras Kopi. Seperti menganalisa target market, segmentasi, positioning, kelebihan, serta kekurangan, dan lain sebagainya. Yang kemudian dilanjutkan dengan membuat mind mapping, dan keyword, yang setelahnya dapat dijadikan acuan dalam membuat identitas visual yang baru. Sehingga identitas visual yang baru ini dapat dimanfaatkan oleh Monotype, agar dapat menghasilkan identitas yang konsisten untuk membangun brand awareness terhadap konsumen. Sebagai upaya mendukung penjualan produk Warung teras kopi.

6. Hasil Penelitian MRR Tiyas Maheni DK (2023)

Judul penelitiannya yaitu Pembuatan Desain Identitas Visual Sebagai Salah Satu Kekuatan Brand untuk Mendukung Daya Saing Produk pada Komunitas Sahabat UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kegiatan PkM untuk menyusun desain identitas visual dari tahap wawancara, pembuatan konsep, tahap cetak hingga tahap serah terima telah terlaksana dengan baik dan sesuai dengan rencana kegiatan yang disusun oleh tim pengabdian. 2) Peserta yang tergabung di dalam Komunitas

Sahabat UMKM menghadiri proses serah terima dan mengaku puas dengan hasil desain identitas visual yang diberikan. Hasil identitas visual berupa logo, kartu nama, sticker, dan banner akan digunakan oleh pelaku UMKM untuk kegiatan promosinya. 3) Hasil survei menyebutkan bahwa seluruh peserta berpendapat bahwa kegiatan berlangsung baik dan ingin kegiatan PkM ini rutin dilakukan untuk membantu pelaku UMKM yang lebih banyak lagi.

7. Hasil Penelitian Meilani (2023)

Judul penelitiannya yaitu Perancangan Identitas *Visual Short Film Binus Screening*. Hasil penelitian didapatkan penggunaan Logotype yang sudah menjadi identitas visual untuk pemutaran berikutnya, perlu dievaluasi dan dikaji ulang jika festival ini menjadi berkembang dan beradaptasi dengan pemutaran online karena beradaptasi dengan situasi Pandemi Covid-19. Perlu diperhatikan kebutuhan desain yang responsif sehingga bisa diterapkan pada aplikasi telpon genggam pintar ataupun website yang memerlukan adaptasi identitas pada ukuran visual yang lebih kecil. Dengan perkembangan teknologi yang melonjak sejak 2017, pengguna internet naik secara signifikan hingga 75,5% dan hal itu memberikan dampak yang positif dalam penyebaran informasi melalui sosial media maupun penggunaan user interface dalam mempromosikan suatu produk ataupun acara melalui identitas visual lewat telepon genggam pintar. Penulis mengusulkan

Logotype ini perlu direbranding agar menjadi logo yang inovatif mengikuti perkembangan teknologi dalam memaksimalkan Internet of Thing dalam mengkomunikasikan identitas visual yang baru dengan mempertimbangkan style monogram minimalis, simplicity serta bentuk geometris yang merupakan trend logo untuk UI/UX2023.

8. Hasil Penelitian Meilani (2023)

Judul penelitiannya yaitu Perancangan Identitas *Visual Short Film Binus Screening*. Hasil penelitian didapatkan penggunaan Logotype yang sudah menjadi identitas visual untuk pemutaran berikutnya, perlu dievaluasi dan dikaji ulang jika festival ini menjadi berkembang dan beradaptasi dengan pemutaran online karena beradaptasi dengan situasi Pandemi Covid-19. Perlu diperhatikan kebutuhan desain yang responsif sehingga bisa diterapkan pada aplikasi telepon genggam pintar ataupun website yang memerlukan adaptasi identitas pada ukuran visual yang lebih kecil. Dengan perkembangan teknologi yang melonjak sejak 2017, pengguna internet naik secara signifikan hingga 75,5% dan hal itu memberikan dampak yang positif dalam penyebaran informasi melalui sosial media maupun penggunaan user interface dalam mempromosikan suatu produk ataupun acara melalui identitas visual lewat telepon genggam pintar. Penulis mengusulkan Logotype ini perlu direbranding agar menjadi logo yang inovatif mengikuti perkembangan teknologi dalam memaksimalkan Internet of Thing dalam

mengkomunikasikan identitas visual yang baru dengan mempertimbangkan style monogram minimalis, simplicity serta bentuk geometris yang merupakan trend logo untuk UI/UX2023.

9. Hasil Penelitian (Gabriel Rico Adhitya (2023))

Judul penelitiannya yaitu Perancangan Identitas Visual pada Media Promosi Event Open Studio 7 di Florto Studio. Hasil penelitian dari proses perancangan ini didapatkan sebuah Identitas visual yang memiliki keseragaman yang baik dalam ilustrasi, warna serta tipografi yang dapat menggambarkan citra brand Event Open Studio 7. Dalam penerapan identitas visual di media promosi yaitu instagram untuk pertama kalinya didapatkan penambahan peserta dan ketertarikan dalam bentuk like dan impresi di media sosial instagram. Diharapkan penggunaan identitas visual yang konsisten dapat meningkatkan ketertarikan peserta. Identitas visual ini diterapkan untuk event selanjutnya.

10. Hasil Penelitian Fariko Edwardi (2023)

Judul penelitiannya yaitu Perancangan Identitas Visual Rumah Makan Stujuh di Dukuh Zamrud Bekasi. Hasil penelitian didapatkan manual book sebagai media utama, yang berfungsi sebagai petunjuk pengaplikasian merek agar tetap terjaga dan konsisten, berupa logo/ identitas visual, jenis huruf, sebagai media utama, dan pengaplikasian logo sebagai media penunjang promosi seperti banner, stationary set, poster,

kalender, baju, dan sebagainya. Pengembangan identitas visual Masakan Situjuh - salero kampung penting dilakukan untuk menambah referensi materi mengenai branding identity, dikarenakan dapat memberikan image/citra dari rumah makan tersebut. Ditemui dari observasi yang telah penulis rasakan, dari pilihan menu masakannya memang terbukti mengobati rasa kangen dari masakan ala kampung halaman, yang berarti untuk kualitas masakan sudah dapat bersaing dengan restoran padang kelas menengah ke atas, seperti Sederhana dan Padang Merdeka.

11. Hasil Penelitian Sharon Hardjono (2023)

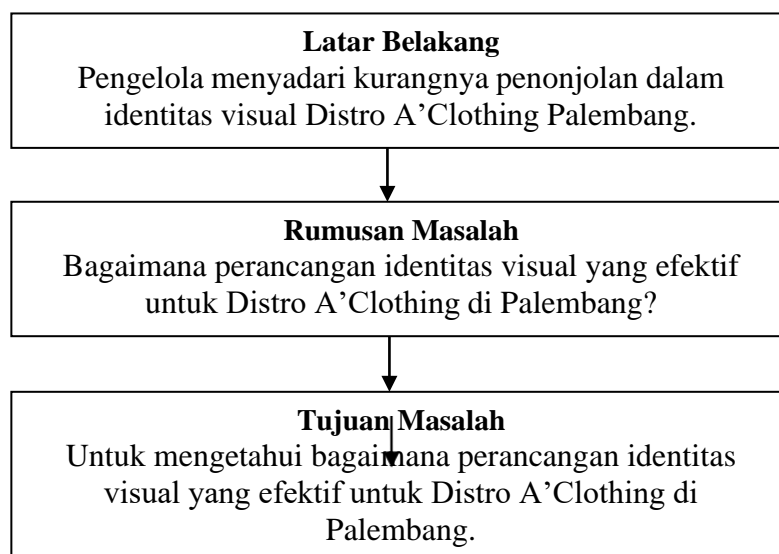
Judul penelitiannya yaitu Perancangan Ulang Identitas Visual dan Desain Kemasan UMKM Fesyen KonnuKu. Hasil penelitian didapatkan bahwa proses perancangan desain KonnuKu menggunakan tahapan Eric Karjaluoto, yang terdiri dari 4 tahapan, *Discovery, Planning, Creative, dan Application*. Tidak hanya mengandalkan tahap ini penulis juga menggunakan metode desain lain seperti *Concept Mapping* dan *Metode Triading*. Penulis menyadari bahwa dalam melakukan perancangan ini, proses desain tidak terjadi secara linear, refinalisasi dilakukan secara berulang kali dengan harapan dapat membangun persepsi yang tepat kepada masyarakat. Penulis berharap dengan terbentuknya desain ini, KonnuKu dapat menceritakan identitas mereka dengan tepat, dan KonnuKu menjadi salah satu brand yang dapat dikenal publik.

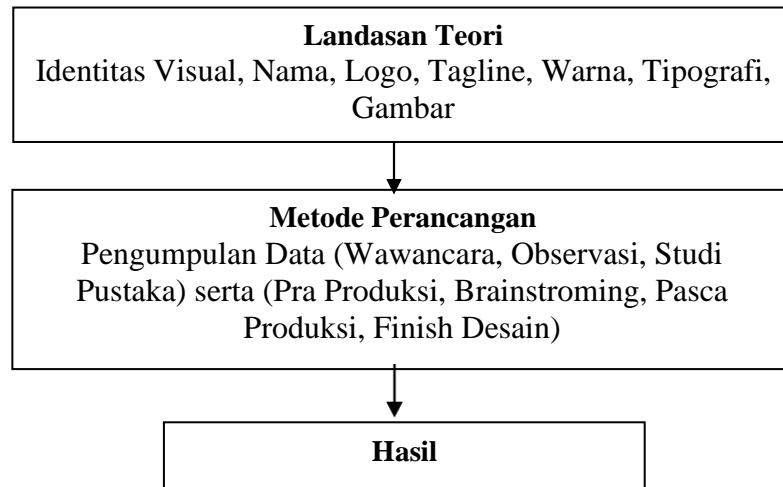
12. Hasil penelitian Isra Hidayati (2023)

Judul penelitiannya yaitu Perancangan Ulang Identitas Visual dan Aplikasinya pada Media Promosi Nursalam Travel di Karawang. Penelitian menghasilkan perancangan identitas visual dan contoh penerapannya pada media komunikasi Nursalam Travel di Karawang melalui proyek studi berupa logo, *stationery*, *merchandise*, *vehicle*, dan media publikasi lainnya yang dirancang dengan selalu mengaplikasikan logo dan menggunakan satu tema warna yang sama. Semua media tersebut dirancang menggunakan konsep yang konsisten dan bersih pada beberapa media diantaranya adalah leaflet, banner, dan stationary.

2.3. Kerangka Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu yang kaitannya mengenai distro a'clothing dengan perancangan desain visual, maka pembahasan mengenai alasan dan penyajian kerangka penelitian yaitu sebagai berikut:





Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

(Sumber: Andika Rangga Pratama, 2024)

2.4. Identifikasi Masalah

Pada penelitian ini dapat diidentifikasi permasalahan terkait identitas visual yang di miliki Distro A'Clothing masih kurang dalam penonjolan identitas visual, cenderung belum bisa memudahkan masyarakat dalam mengidentifikasi dan mengenali ciri entitas.

Kemudian penulis merancang terkait identitas visual Distro A'Clothing dengan mempertimbangkan beberapa aspek, dan nantinya diharapkan identitas visual Distro A'Clothing bisa dikenal atau dibedakan dengan kompetitor, membangun citra pada konsumen dan kesadaran masyarakat.

2.5. Teori Pendukung

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori identitas visual, warna, tipografi, nama, *tagline* dan gambar. Kemudian untuk menunjang teori utama penulis menggunakan teori pendukung *Brand Image* dari Distro A'Clothing.

2.6. Metode Penelitian

2.6.1. Pengumpulan Data

Salah satu komponen yang penting dalam penelitian adalah proses peneliti dalam pengumpulan data. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode wawancara, observasi dan studi pustaka.

1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2022).

2. Observasi

Melalui observasi peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku secara langsung dilokasi untuk mengetahui apa yang terjadi dan membuktikan kebenaran dari penelitian yang akan dilakukan (Sugiyono, 2019).

3. Studi Pustaka

Studi pustaka berkaitan dengan kajian secara teori melalui referensi-referensi terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Penelitian pustaka ini tidak terlepas dari literatur-literatur (Sugiyono, 2021).

2.6.2. Metode Perancangan

Pada perancangan identitas visual Distro A'Clothing, penulis memilih desain yang sederhana namun tetap menarik. Penulis mempresentasikan dalam bentuk logo dengan harapan menciptakan identitas yang kuat dan mudah dikenali oleh publik. Identitas yang kuat dan konsisten dalam logo membantu entitas membedakan dirinya dari yang lain dan membuatnya lebih dikenal. Logo nantinya menggunakan konsep tipografi *elegant classic*. Menggunakan jenis tulisan yang dirancang dengan baik akan membuat logo lebih mudah diingat. Konsep nama yang akan di tampilkan nanti merupakan nama Distro A'Clothing. Warna yang digunakan dalam perancangan identitas visual Distro A'Clothing ini menggunakan warna elegan. Tagline bertujuan untuk meningkatkan branding yang menarik perhatian masyarakat mengenai Distro A'Clothing.

2.7. Hasil Penelitian yang Diharapkan

Penelitian ini dilakukan agar Distro A'Clothing diharapkan dapat dikenal oleh masyarakat luas melalui desain logo serta memiliki karakter perancangan desain yang elegan, sederhana dan menarik.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dalam mengumpulkan data, data yang dibutuhkan berupa informasi yang detail. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi di mana data yang diperoleh berkaitan dengan Distro A'Clothing di Palembang. Peneliti menggunakan metode kualitatif dikarenakan metode ini bertujuan untuk mendapatkan data yang mendalam dan suatu data yang mengandung makna.

Menurut Sugiyono menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada data yang pasti atau ilmiah. Menjadikan peneliti sebagai kunci dari penelitian, sumber, dan pengambilan data dilakukan secara deskriptif atau pengambilan data dengan mengungkapkan kejadian yang sebenarnya. Oleh karena itu, hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2021).

3.2. Teknik Pengumpulan Data dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Wawancara dilakukan ketika peneliti bertujuan untuk mendalami lebih jauh mengenai sikap, keyakinan, perilaku, atau pengalaman yang dimiliki oleh penjawab. Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara terhadap pemilik Distro A'Clothing di Palembang. Dokumentasi wawancara dapat dilihat pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Wawancara

(Sumber: Data Olahan, 2024)

Pada wawancara tersebut, terungkap bahwa Distro A'Clothing adalah milik Rio Wijaya yang didirikan pada tanggal 11 Nopember 2023. Nama A'Clothing ini memiliki arti yang diambil dari bahasa Inggris artinya sebuah pakaian yang memproduksi sendiri semua produk mereka dengan label mereka sendiri pula. Distro A'Clothing ini buka setiap hari pukul 10.00-21.00 WIB.

Produk yang dijual diantaranya yaitu baju kaos, kaos custom dan desain kaos.

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.

3. Studi Pustaka

Dalam perancangan identitas visual ini, objek penelitian adalah Distro A'Clothing di Palembang. Oleh karena itu penulis mencari segala informasi dan melakukan analisa terkait dengan objek penelitian melalui jurnal terdahulu serta karya-karya ilmiah terdahulu yang berkaitan dengan identitas visual distro, yang memiliki tujuan untuk memahami lebih baik lagi mengenai permasalahan dalam mempresentasikan identitas visual yang saat ini berada dalam dunia industri *fashion* khususnya pengenalan identitas sebuah brand kepada masyarakat luas. Berdasarkan studi pustaka yang penulis lakukan, selain dari jurnal dan penelitian terdahulu sebagai identitas visual atau pedoman penggunaan logo.



Gambar 3.2 Identitas Visual

(Sumber Pedoman Identitas Visual Distro Growing Supply Co,2024)

4. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan oleh penulis dalam menjalankan penelitian ini dimulai sejak penelitian terdahulu dilaksanakan. Beberapa rangkaian penelitian dilakukan dengan cermat dan rinci oleh penulis. Pada tahap penyelesaian akhir, penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 5 bulan. Berikut ini merupakan tabel jadwal penelitian yang telah dijalankan oleh penulis:

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	Tahun 2024																															
		Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli							
		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	2	3	4				
1.	Pengumpulan Data - Wawancara - Observasi - Studi Pustaka																																
2.	Pengajuan Judul TA																																
3.	Pembuatan Propos																																

3.3. Metode Perancangan

3.3.1 Pra Produksi

1. *Brainstroming*/Pengembangan Ide

1) Konsep Tampilan Visual

Pembuatan sebuah karya visual tentu diperlukan suatu konsep. Konsep ini dibutuhkan supaya ide dari karya terarah dan memiliki alasan yang kuat dalam penerapannya, seperti tujuan dari perancangan identitas visual ini yaitu konsep pada pemilihan warna, tipografi, *tagline* dan gambaran keseluruhan.

Pada proses ide untuk perancangan logo yang digunakan adalah penggabungan antara huruf A dan C yang membuat singkatan berartikan A'Clothing, ditambahkan kilat sebagai simbol kejayaan, menyala dan cepat. Harapan pemilik memiliki arti simbol perkembangan yang cepat. Dengan konsep tersebut maka pesan dan kesan yang ditunjukkan kepada masyarakat dapat tersampaikan dengan baik.

2) Konsep Logo

Logo Distro A'Clothing belum mampu secara jelas dan kuat mencerminkan identitas dan karakter merek yang ingin disampaikan. Untuk mengatasi identitas yang belum kuat, perlu dilakukan *re-branding* atau perubahan pada logo yang dapat mengautkan dan memperjelas

identitas merek. Hal ini dapat melibatkan penyesuaian elemen visual, seperti simbol, warna, tipografi, atau komposisi, untuk lebih sesuai dengan karakter dan pesan merek yang ingin disampaikan. *Re-branding* juga bisa mencakup pengembangan konsep yang lebih kuat dan relevan dengan nilai inti dan target pasar merek.

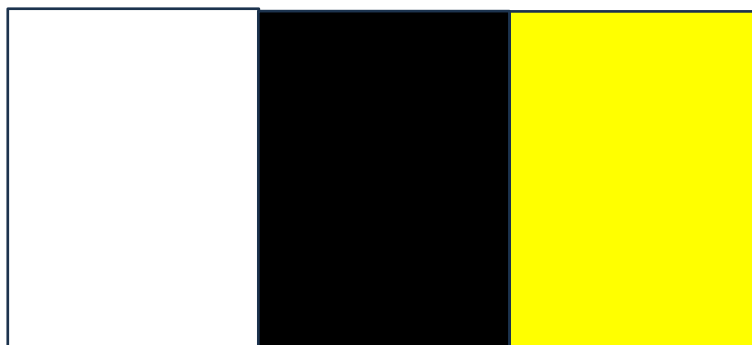
Pada perancangan identitas visual Distro A'Clothing, penulis mempresentasikan dalam bentuk logo dengan harapan sebagai alat yang kuat untuk branding, pemasaran dan komunikasi. Logo nantinya menggunakan konsep piramida yang membentuk huruf A dari kata nama A'Clothing. Menggunakan jenis logo abstrak yang menampilkan bentuk segitiga piramida. Logo abstrak ini cukup unik karena akan membuat orang yang melihatnya akan mencoba menginterpretasikan sesuai imajinasinya masing-masing.

Filosofi dari konsep logo ini terdiri dari penggabungan antara huruf A dan C yang membuat singkatan berartikan A'Clothing. Kemudian ditambahkan kilat sebagai simbol kejayaan, menyala dan cepat. Harapan pemilik memiliki arti simbol perkembangan yang cepat. Warna yang nantinya dipilih dari logo tersebut warna putih dan latar belakang hitam dan diisi warna kuning pada simbol kilat. Putih melambangkan kesegaran, kebersihan dan kesederhanaan. Sedangkan warna hitam mengartikan

kewibawaan, kekuatan dan elegan. Warna kuning pada kilat yang melambangkan pencerahan, kreatifitas dan optimis.

3) Konsep Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan identitas visual Distro A'Clothing yaitu warna minimalis dan elegan juga memperhatikan perpaduan warna yang harmonis. Perpaduan warna yang serasi dan cocok dapat memberikan tampilan yang indah dan menarik perhatian. Pada konsep ini warna secara sederhana untuk memberikan tampilan yang bersih dan elegan. Didalam penerapannya penulis menggunakan kombinasi warna putih, hitam dan kuning untuk memberi kesan konsisten. Warna putih melambangkan kesegaran, kebersihan dan kesederhanaan. Sedangkan warna hitam sebagai latar belakang mengartikan kewibawaan, kekuatan dan elegan. Dan warna kuning pada simbol kilat yang melambangkan pencerahan, kreatifitas dan optimis. Dalam dunia desain logo, warna kuning meninggalkan kesan kebahagiaan dan kejayaan. Oleh karena itu, kuning dipilih sebagai warna logo branding.



Gambar 3.3 Palet Warna Putih, Hitam dan Kuning

(Sumber: Data Olahan, 2024)

4) Konsep Tipografi

Tipografi yang digunakan pada tagline yaitu jenis Egyptian , biasa juga disebut antique, square serif, mechanistic dan slab serif. Merupakan kumpulan jenis huruf yang dapat diidentifikasi oleh bentuknya yang tebal seperti balok atau papan. Ketebalan hurufnya konsisten dalam salah satu contohnya *Egyptian Typography* adalah *Typo Slab-serif, Rockwell dan Courier*. Dengan menggunakan font ini bisa memberikan kesan yang kokoh dan tegas.

5) Konsep *Tagline*

Tagline merupakan salah satu cara sebuah brand untuk memberikan kesan dan ingatan kepada konsumen akan produk dan brand- nya. Konsep tagline pada penelitian ini menggunakan kalimat “A’Clothing” yang merupakan nama dari Distro A’Clothing. Dapat menarik minat konsumen dengan menawarkan berbagai model pakaian dan merchandise yang berbeda dalam suatu tema atau gaya tertentu yang konsisten dengan citra merek. Dengan menawarkan koleksi pakaian dan

merchandise yang menarik dan berkualitas, merek tersebut dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan popularitas mereknya di pasar pakaian dan merchandise yang kompetitif.

2. Referensi

Tahap referensi dilakukan sebagai pertimbangan dalam mendesain logo untuk menemukan apa saja nanti yang dibutuhkan dan apa yang harus ada di dalam desain. Penulis mencari beberapa referensi logo lain yang kiranya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, tahap ini dilakukan sebagai acuan pada saat masuk tahap perancangan identitas visual dilaksanakan. Selain itu, penulis juga harus memperhatikan relevansi desain yang dipilih dengan tren yang ada di masyarakat. Jangan sampai, hasil akhir desain menjadi terlihat kuno atau ketinggalan zaman.

3.3.2. Teknik Perancangan

Pada tahapan ini akan dilakukan proses sketsa baik manual maupun digital, bagian terpenting dari tahap produksi adalah pembuatan desain. Kejelasan tujuan dan sasaran merupakan faktor penting yang memastikan kelancaran tahapan produksi. Proses desain dimulai dengan mengubah referensi yang telah dikumpulkan menjadi bentuk logo yang tervisualisasi. Proses ini mendorong terjadinya inovasi dan kreativitas dari sebuah desain.

3.3.3. Orientation

Pada tahap pertama penulis mendapatkan hasil wawancara dari Rio Wijaya selaku owner distro A'clothing mengenai dibutuhkan perancangan identitas visual sebagai bentuk logo dengan harapan menciptakan identitas yang kuat dan mudah dikenali oleh publik

3.3.4. Analysis

Pada tahap kedua penulis mencari informasi mengenai kondisi dari hasil observasi ke distro A'clothing dan penulis menemukan masalah di setiap distro yang memiliki identitas visual tetapi tidak terlalu mencolok atau nampak. Sehingga diperlukan Rebranding identitas visual sebagai bentuk perusahaan, bisa berbentuk logo maupun lambang dengan tujuan agar mudah diingat.

3.3.5. Concepts

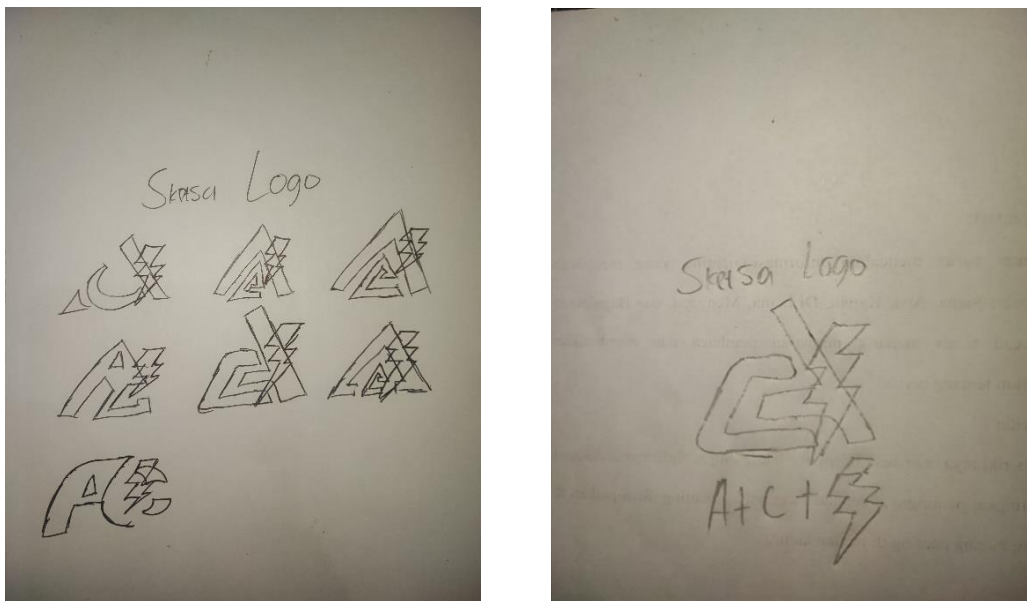
Pada tahap ketiga penulis akan menentukan concepts perancangan Identitas Visual yang memiliki beberapa konsep perancangan agar dapat menjadi acuan dalam desain yang akan dibuat, diantaranya konsep visual, konsep warna, dan konsep huruf.

3.3.6. Konsep Visual

Konsep visual yang dirancang adalah sebagai media informasi mengenai identitas visual di Distro A'Clothing Palembang, sehingga diharapkan identitas dapat meningkatkan brand awareness dan citra positif di masyarakat.

a. Logo

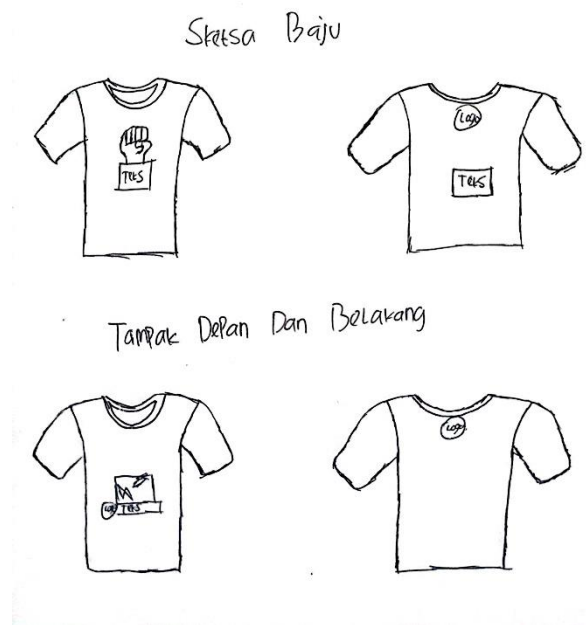
Penulis menghasilkan beberapa sketsa konsep Logo yang berinisial huruf A dan C huruf itu kemudian digabungkan jadi satu dan akan jadi logo A'clothing. Kemudian ditambahkan kilat sebagai simbol kejayaan, menyala dan cepat. Harapan pemilik memiliki arti simbol perkembangan yang cepat.



Gambar 3.4 Sketsa Logo A'Clothing

b. Tshirt

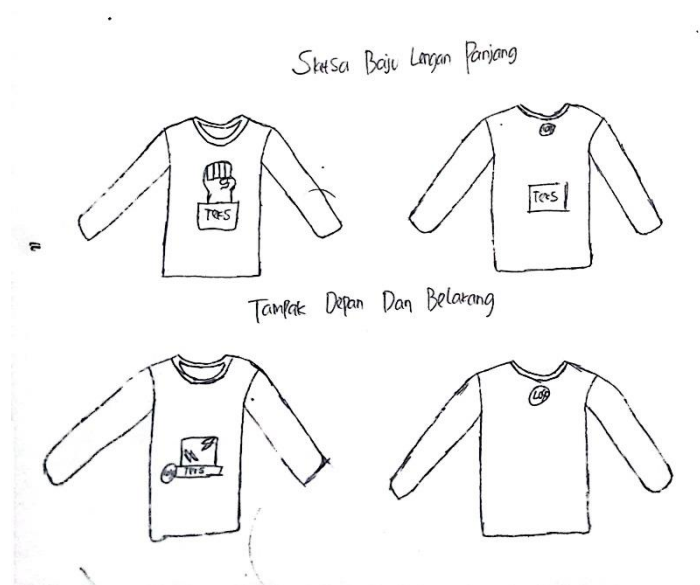
Penulis Menghasilkan Konsep Tshirt,(Kaos) yang tampak depan dengan menambahkan gambar kepalan tangan dan disertai teks dibawahnya serta kaos tampak belakang dengan logo dan teks, ukuran kaos L dan juga menggunakan bahan *cotton combed* sama seperti T-shirt (Kaos) Biasa.



Gambar 3.5 Sketsa Desain Baju A'Clothing

c. *Tshirt Long Sleeves* (Kaos Lengan Panjang)

Penulis Menghasilkan Konsep *T-Shirt Long Sleeves* (Kaos Lengan Panjang) Desain pada kaos lengan Panjang ini pada dasarnya sama yang membedakan hanyalah pada bentuk dan ukuran kaosnya saja, Dengan ukuran kaos L dan juga menggunakan bahan *cotton combed* sama seperti *T-shirt* (Kaos) Biasa.



Gambar 3.6 Sketsa Desain Baju Kaos Lengan Panjang

3.3.7 Design Development

Pada tahap ini penulis mengembangkan desain Identitas Visual ke dalam beberapa tahapan yang dibuat dalam desain visual sebagai berikut.

a. Tahap Pertama

Pada Tahap pertama penulis membuat desain vector dengan konsep yang telah dibuat.pada pembuatan desain vector ini penulis Menggunakan Software *Adobe Illustrator 2020*.

b. Tahap kedua

Pada Tahap kedua penulis Pada tahap kedua penulis memberikan warna

pada desain yang telah digabungkan dalam bentuk *logo, Tshirt, Dan T-shirt Long Sleeves*. penulis menggunakan *Software Adobe Illustrator 2020* Dan *Software Adobe Photoshop 2020*.

3.3.8 Implementation

Pada tahap terakhir ini penulis melakukan proses pencetakan desain yang telah dibuat dan dilanjutkan dengan pembuatan Identitas Visual. Setelah selesai penulis akan menempatkan Identitas Visual di Distro A'Clothing Palembang.

3.4. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang pada bab satu maka penulis memiliki batasan ruang lingkup penelitian yaitu Perancangan Identitas Visual Distro A'Clothing di Palembang.

3.5. Alat dan Bahan

Pada tahap pembuatan identitas visual ini tentunya penulis memerlukan alat dan bahan yang dapat menunjang pembuatan ide tersebut. Berikut merupakan beberapa alat dan bahan yang akan digunakan dalam penelitian:

a. Alat

- 1) Leptop
- 2) *Software* Adobe Ilustrator CC 2020 untuk mendesain logo
- 3) *Software* Adobe Photoshop CC 2020 sebagai alat untuk membuat *mockup*

b. Bahan

- 1) *T-Shirt*

T-shirt dari Distro A'Clothing memiliki beberapa ukuran yang menyesuaikan kebutuhan karyawan Distro A'Clothing. Bahan yang digunakan yaitu cotton combed dan tersedia warna baju hitam dan putih.

2) *T-Shirt Long Sleeves*

T-Shirt Long Sleeves dari distro A'clothing Sama seperti kaos biasa, namun yang membedakan adalah **lengannya yang lebih panjang**. Pada bagian tersebut menutupi dari pundak hingga telapak tangan, Dan memiliki ukuran yang sama seperti T-Shirt Biasa, Bahan yang digunakan yaitu juga sama cotton combed dan tersedia warna baju hitam dan putih.

3) *X-Banner*

X-banner adalah banner yang berbentuk huruf X dengan dua tiang penyangga. Biasanya tiang penyangga ini terbuat dari bahan aluminum ringan sehingga mudah dibawa kemana saja. X-banner dapat digunakan berulang kali dan sangat cocok untuk indoor dan outdoor. Biasanya pemasangan X-banner berada di bagian depan toko untuk keperluan promosi. Ukuran X-banner beragam yaitu 80 x 180 cm, 60 x 120 cm, 25 x 40 cm, 60 x 160 cm. Untuk X-banner yang dipakai yaitu ukuran 100 x 50 cm. Bahan yang digunakan biasanya flexi China dan flexi Korea. Informasi yang terdapat pada X-banner biasanya keterangan singkat tentang pelaku usaha yang berisi teks dan atau gambar

4) Logo Poster A3

Karya poster a3 dua buah dengan ukuran A3 lalu kemudian dibingkai dengan menyesuaikan ukuran.

5) Stiker

Jenis label selebar kertas cetak, plastik, vinil, atau bahan lain dengan perekat peka tekanan di satu sisi Stiker adalah media pendukung berupa stiker yang dibuat dengan menggunakan bahan quantac

6) Gantungan Kunci

Gantungan kunci adalah sebuah hiasan kunci yang biasanya dihubungkan dengan rantai kecil dengan ukuran dan bentuk yang bervariasi, Gantungan kunci yang berfungsi sebagai media pendukung dari perancangan identitas visual distro A'Clothing Palembang

7) *Mug*

Mug adalah tipe alat minum sejenis cangkir yang umumnya digunakan untuk meminum minuman panas, seperti kopi, teh, atau coklat panas Mug adalah media pendukung berupa mug yang terbuat dari bahan keramik dan dicetak. Mug dicetak dengan gambar logo dan teks A'clothing

8) Nota

Nota adalah bukti transaksi sah yang memiliki jenis dan fungsinya masing-masing jadi Anda harus memahaminya sebagai penjual maupun pembeli.

9) Paperbag

Paper Bag adalah tas sederhana yang berbahan dasar kertas. Kertas yang digunakan bisa berupa kertas tebal, yakni kertas hard cover, kertas manila, kertas pelangi, kertas kalender, kertas karton dan jenis kertas yang lainnya.

10) Seragam Karyawan/Crew

Seragam kerja karyawan perusahaan adalah pakaian yang harus dikenakan oleh seluruh karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya di perusahaan.

11) Tumbler

Tumbler adalah wadah minum yang terbuat dari bahan berkualitas, seperti stainless steel atau kaca anti panas. Selain itu, desain tumbler biasanya lebih elegan dan modern, dengan tutup yang rapat untuk mencegah minuman di dalamnya tumpah.

12) 3d Room

"3D ruangan" biasanya merujuk pada representasi visual tiga dimensi dari suatu ruang atau lingkungan. Ini bisa berarti penggunaan teknologi 3D untuk membuat model digital dari ruangan atau area tertentu, yang memungkinkan untuk visualisasi yang lebih realistis dan detail dari berbagai sudut pandang. Teknologi ini sering digunakan dalam desain arsitektur, perencanaan interior, permainan komputer, dan simulasi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Pada perancangan identitas visual ini tentunya penulis membutuhkan hasil dan pembahasan setelah penelitian yang telah dilakukan yang A'clothing butuhkan ialah seperti *Logo.T-shirt (Kaos),T-shirt LongSleeves (Kaos Lengan Panjang)*, Pada perancangan identitas visual ini menggunakan tahapan yang terdiri dari beberapa proses sebagai berikut.

4.1.1. Hasil *Orientation*

Pada perancangan identitas visual ini penulis mendapatkan hasil wawancara dari Rio Wijaya selaku owner distro A'clothing mengenai dibutuhkan perancangan identitas visual sebagai bentuk logo dengan harapan menciptakan identitas yang kuat dan mudah dikenali oleh publik.

4.1.2. Hasil *Analysis*

Pada tahap ini penulis mendapatkan informasi dari hasil observasi ke distro A'clothing dan penulis menemukan masalah di setiap distro yang memiliki identitas visual tetapi tidak terlalu mencolok atau nampak. Sehingga diperlukan Rebranding identitas visual sebagai bentuk perusahaan, bisa berbentuk logo maupun lambang dengan tujuan agar mudah diingat.

4.1.3. Hasil Concepts

Pada tahap ini penulis menghasilkan konsep yang telah dihasilkan diantaranya konsep desain logo, t-shirt, t-shirt longsleeves,

a. Logo

Penulis menghasilkan beberapa sketsa konsep Logo yang berinisial huruf A dan C huruf itu kemudian digabungkan jadi satu dan akan jadi logo A'clothing Kemudian ditambahkan kilat sebagai simbol kejayaan, menyala dan cepat. Harapan pemilik memiliki arti simbol perkembangan yang cepat.

b. Tshirt

Penulis Menghasilkan Konsep Tshirt, (Kaos) yang tampak depan dengan menambahkan gambar kepalan tangan dan disertai teks dibawahnya serta kaos tampak belakang dengan logo dan teks, ukuran kaos L dan juga menggunakan bahan *cotton combed* sama seperti T-shirt (Kaos) Biasa.

c. Tshirt Long Sleeves (Kaos Lengan Panjang)

Penulis Menghasilkan Konsep *T-Shirt Long Sleeves* (Kaos Lengan Panjang) Desain pada kaos lengan Panjang ini pada dasarnya sama yang membedakan hanyalah pada bentuk dan ukuran kaosnya saja, Dengan ukuran kaos L dan juga menggunakan bahan *cotton combed* sama seperti *T-shirt*.

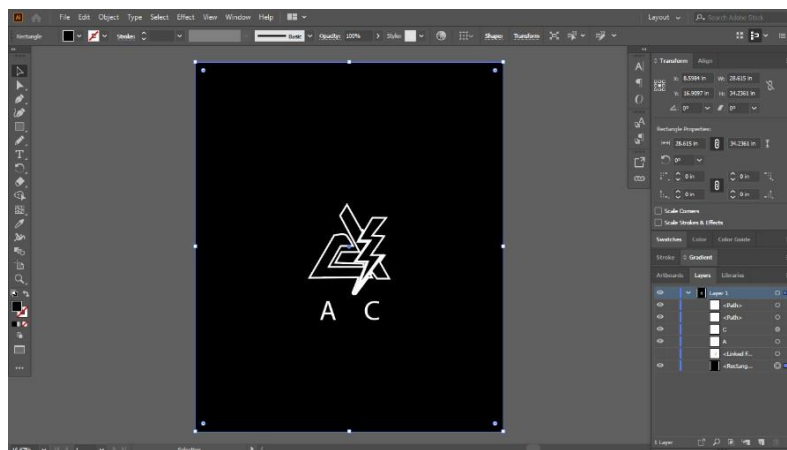
4.1.4. Hasil *Desain Development*

Pada tahap desain development penulis mengembangkan desain *logo, t-shirt, dan t-shirt long sleeves* ke dalam desain visual sebagai berikut.

1. Logo

a. Tahap Pertama

Pada Tahap pertama penulis membuat desain teks dari Huruf A dan C, kemudian membentuk tools shape pyramid seperti huruf a dan c lalu ditambahkan ikon kilat atau petir dengan Menggunakan Software Adobe Illustrator 2020

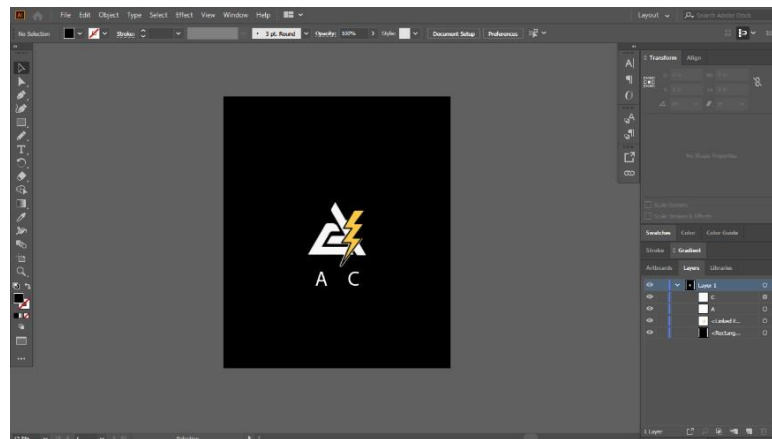


Gambar 4.1 Desain Logo *A'Clothing*

Pada Gambar 4.1 Penulis Membuat desain logo untuk distro *a'clothing* menggunakan software adobe illustrator 2020.

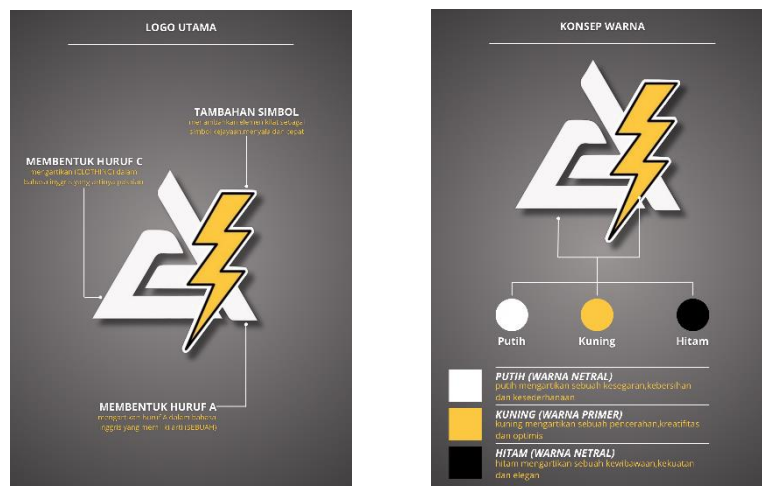
b. Tahap kedua

Pada Tahap kedua penulis menambahkan warna pada desain logo *a'clothing*.selanjutnya penulis memberikan warna ke dalam desain logo warna yang digunakan adalah warna putih dan kuning dengan latar belakang hitam menggunakan software *adobe illustrator 2020*.



Gambar 4.2 Warna Logo *A'Clothing*

Pada Gambar 4.2 Penulis memberikan warna pada logo,warna yang digunakan adalah warna kuning dan putih dengan latar belakang hitam menggunakan software adobe illustrator 2020.



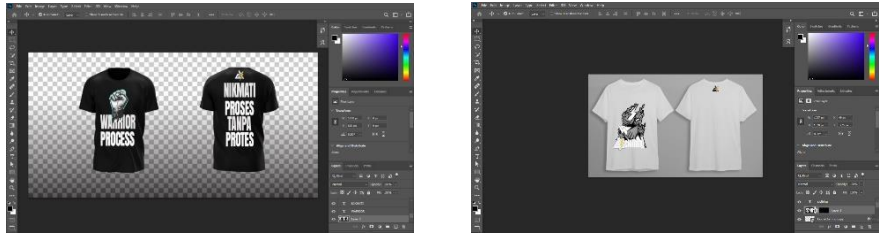
Gambar 4.3 Detail Desain Logo A'Clothing

Pada gambar 4.3 penulis membuat desain yang merinci tentang logo A'Clothing dengan memberikan sedikit penjelasan logo dan konsep warna yang dipakai.

2. T-shirt

a. Tahap pertama

Pada tahap ini penulis menambahkan kepalan tangan dibagian depan kaos dan teks lalu selanjutnya dibagian belakang kaos juga tercantum logo dan teks yang warna kaosnya adalah hitam dan putih. teks lalu selanjutnya dibagian belakang kaos juga tercantum logo dan teks yang warna kaosnya adalah hitam dan putih.

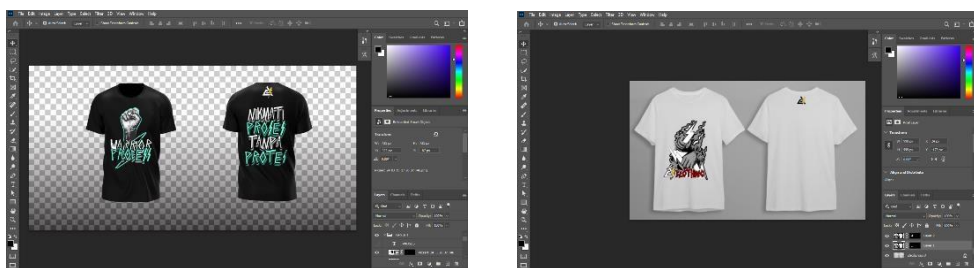


Gambar 4.4 Desain Kaos A'Clothing

Pada gambar 4.4 penulis membuat desain kaos dalam bentuk vector icon kepalan tangan dan menambahkan teks serta logo dibagian belakang kaos untuk distro A'Clothing Menggunakan software *adobe photoshop 2020*.

b. Tahap Kedua

Pada tahap kedua ini penulis menambahkan warna pada teks di kaos dan gambar kilatan petir dan dan kepalan tangan yang memegang kilatan petir tersebut dan dibagian belakang kaos ada gambar logo a'clothing, menggunakan software *adobe photshop 2020*.



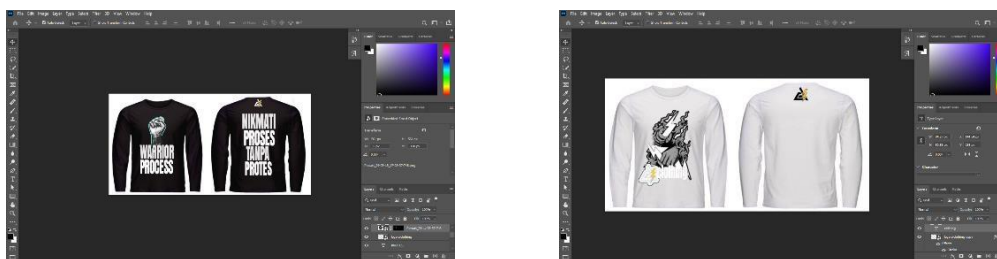
Gambar 4.5 Desain Kaos A'Clothing

Pada gambar 4.5 penulis menambahkan bentuk vector icon kepala tangan dan menambahkan teks serta warna dan juga logo dibagian belakang kaos,tersedia warna hitam dan putih.menggunakan *software adobe photoshop 2020*.

3. *T-Shirt Long Sleeves* (Kaos Lengan Panjang)

a. Tahap Pertama

Pada tahap ini penulis membuat desain kaos *T-shirt Long sleeves* (Kaos Lengan Panjang) desain nya sama seperti T-shirt Biasa Yang membedakannya hanyalah bentuk kaos yang lengannya dibuat Panjang.

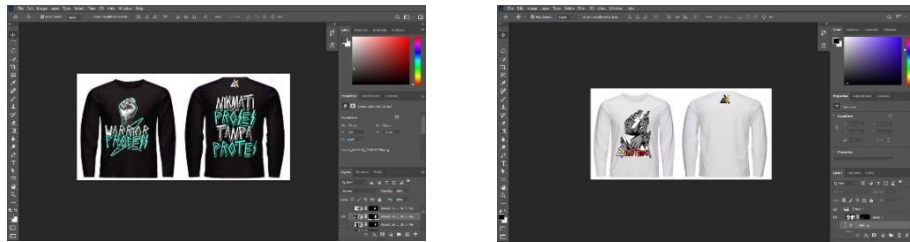


Gambar 4.6 Desain Baju *T-Shirt Long Sleeves*

Pada gambar 4.6 penulis menambahkan bentuk vector icon juga seperti desain *T-Shirt* Biasa,kepala tangan dan menambahkan teks dan juga logo dibagian belakang kaos,tersedia warna hitam dan putih.menggunakan *software adobe photoshop 2020*.

b. Tahap Kedua

Pada tahap ini penulis menambahkan warna pada teks di kaos tersebut dan menambahkan gambar vector icon kepala tangan serta kilatan petir dan logo.



Gambar 4.7 Desain Baju Tshirt Long Sleeves

Pada gambar 4.7 penulis merancang desain sama seperti *T-Shirt* (Kaos) Biasa, membuat bentuk vector icon kepala tangan dan menambahkan teks serta warna dan juga ada logo dibagian belakang kaos, tersedia warna hitam dan putih. menggunakan *software adobe photoshop 2020*.

4.1.5. Hasil Implementation

Pada tahap terakhir penulis melakukan proses pencetakan desain yang telah dibuat kemudian menghasilkan desain hasil akhir.

4.2 Pembahasan

Hasil dari perancangan identitas visual untuk proyek laporan tugas akhir ini ditampilkan dalam bentuk beberapa karya sebagai berikut:

4.2.1 Kaos Biasa Dan Kaos Lengan Panjang

Terdapat beberapa karya kaos biasa dan kaos lengan Panjang dengan ukuran L dan menggunakan warna kaos hitam dan putih.



Gambar 4.8 Hasil Jadi Kaos

Bahan : Cotton Combes 24s

Ukuran : L

Warna : Hitam Dan Putih

Visualisasi : *Adobe Photoshop 2020*

Lokasi Pemasangan : Di dalam distro A'Clothing

Desain kaos diatas menggunakan bahan dan ukuran yang sudah sesuai dengan konsep yang telah dibuat.



Gambar 4.9 Hasil Jadi Kaos Lengan Panjang

Bahan : Cotton Combes 24s

Ukuran : L

Warna : Hitam Dan Putih

Visualisasi : *Adobe Photoshop 2020*

Lokasi Pemasangan : Di dalam distro A'Clothing

Desain kaos lengan panjang diatas menggunakan bahan dan ukuran yang sudah sesuai dengan konsep yang telah dibuat

4.2.2 Logo Poster A3

Terdapat juga beberapa karya poster a3 dua buah dengan ukuran A3 lalu kemudian dibingkai dengan menyesuaikan ukuran.



Gambar 4.10 Hasil Jadi Poster

Bahan : Kayu fiber

Ukuran : A3 29,7 cm x 42 cm

Warna : Abu-abu Hitam Putih Dan Kuning

Visualisasi : *Adobe Illustrator2020*

Lokasi Pemasangan : Di dalam distro A'Clothing

Desain Logo Poster diatas menggunakan bahan dan ukuran yang sudah sesuai dengan konsep yang telah dibuat

4.3 Media Pendukung

a. X-Banner



Gambar 4.11 Hasil Jadi X-Banner

X-Banner adalah media pendukung yang berbentuk huruf X dengan dua tiang penyangga, Penulis menggunakan warna yang sesuai dengan media pendukung lainnya.

b Stiker



Gambar 4.12 Hasil Jadi Stiker

Stiker adalah media pendukung berupa stiker yang dibuat dengan menggunakan bahan quantac. Penulis menggunakan warna yang sesuai dengan media pendukung lainnya.

c. Gantungan Kunci



Gambar 4.13 Hasil Jadi Gantungan Kunci

Gantungan kunci yang berfungsi sebagai media pendukung dari

perancangan identitas visual distro A'Clothing Palembang. penulis menggunakan warna kuning putih dan hitam pada gantungan kunci karena sesuai dengan media lainnya.

d. Mug



Gambar 4.14 Hasil Jadi Mug

Mug adalah media pendukung berupa mug yang terbuat dari bahan keramik dan dicetak. Mug dicetak dengan gambar logo dan teks A'Clothing. Penulis menggunakan warna hitam putih merah dan kuning.

e. Nota

DISTRO A'CLOTHING
J. SUGAMBARA JL. SEKAMBAT RT. 04 RW. 07
Kecamatan Sukajaya, Kelurahan Sukajaya, Palembang

NO. FAKS : 0898388820 NO. HP :
E-MAIL : ACDISTRO@GMAIL.COM NO. TELPON :

NO	REKORD	JUMLAH	UNIT/PAK	AMBI	TOTAL

KETENTUAN KEBIJAKAN PENGEMBALIAN & KONDISI

1. Distro A'Clothing tidak bertanggung jawab atas kerusakan barang yang disebabkan oleh kesalahan pembeli atau pengguna barang.

2. Distro A'Clothing tidak bertanggung jawab atas kerusakan barang yang disebabkan oleh kesalahan pengguna barang.

3. Distro A'Clothing tidak bertanggung jawab atas kerusakan barang yang disebabkan oleh kesalahan pengguna barang.

4. Distro A'Clothing tidak bertanggung jawab atas kerusakan barang yang disebabkan oleh kesalahan pengguna barang.

5. Distro A'Clothing tidak bertanggung jawab atas kerusakan barang yang disebabkan oleh kesalahan pengguna barang.

6. Distro A'Clothing tidak bertanggung jawab atas kerusakan barang yang disebabkan oleh kesalahan pengguna barang.

7. Distro A'Clothing tidak bertanggung jawab atas kerusakan barang yang disebabkan oleh kesalahan pengguna barang.

8. Distro A'Clothing tidak bertanggung jawab atas kerusakan barang yang disebabkan oleh kesalahan pengguna barang.

9. Distro A'Clothing tidak bertanggung jawab atas kerusakan barang yang disebabkan oleh kesalahan pengguna barang.

10. Distro A'Clothing tidak bertanggung jawab atas kerusakan barang yang disebabkan oleh kesalahan pengguna barang.

TANDA TERIMA HORMAT KAMI

(.....) (.....)

Gambar 4.15 Hasil Jadi Nota

Nota adalah bukti transaksi sah yang memiliki jenis dan fungsinya masing-masing jadi Anda harus memahaminya sebagai penjual maupun pembeli. Nota dicetak dengan gambar logo dan nama toko beserta Alamat penulis menggunakan warna yang sesuai dengan media pendukung lainnya.

f. Paperbag



Gambar 4.16 Hasil Jadi Paperbag

Paper Bag adalah tas sederhana yang berbahan dasar kertas. Kertas yang digunakan bisa berupa kertas tebal, yakni kertas hard cover, kertas manila, kertas pelangi, kertas kalender, kertas karton dan jenis kertas yang lainnya. Penulis juga menggunakan warna yang sesuai dengan media pendukung lainnya.

g. Seragam Karyawan/Crew



Gambar 4.17 Hasil Jadi Seragam/Crew

Seragam kerja karyawan perusahaan adalah pakaian yang harus dikenakan oleh seluruh karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya di Perusahaan tersebut. Penulis menggunakan warna yang sesuai juga dengan media pendukung lainnya.

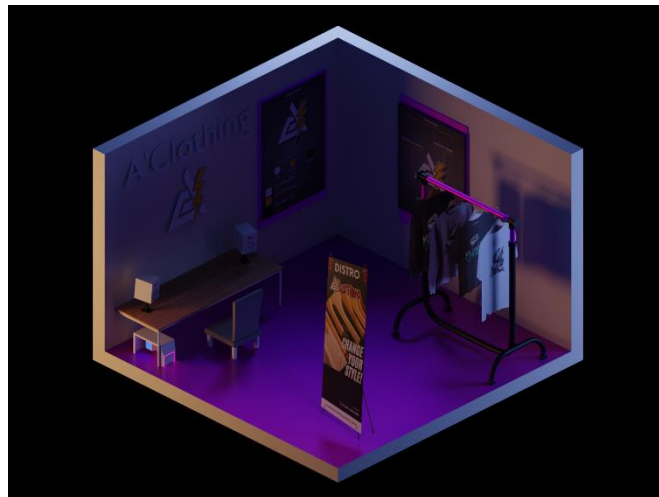
h. Tumbler



Gambar 4.18 Hasil Jadi Tumbler

Tumbler adalah wadah minum yang terbuat dari bahan berkualitas, seperti stainless steel atau kaca anti panas. Selain itu, desain tumbler biasanya lebih elegan dan modern, dengan tutup yang rapat untuk mencegah minuman di dalamnya tumpah. penulis menambahkan logo dan teks dan menggunakan warna yang sesuai dengan media pendukung lainnya.

i. 3d room A'Clothing



Gambar 4.19 3D Room

"3D ruangan" biasanya merujuk pada representasi visual tiga dimensi dari suatu ruang atau lingkungan. Ini bisa berarti penggunaan teknologi 3D untuk membuat model digital dari ruangan atau area tertentu, yang memungkinkan untuk visualisasi yang lebih realistis dan detail dari berbagai sudut pandang. Teknologi ini sering digunakan dalam desain arsitektur, perencanaan interior, permainan komputer, dan simulasi.

4.4 Pembahasan Hasil

Dalam proses pembahasan hasil perancangan identitas visual ini sudah sesuai dengan konsep yang telah dibuat yaitu berupa logo kaos, dan kaos lengan panjang serta media pendukung diantaranya logo poster a3 x-banner stiker gantungan kunci mug nota paperbag seragam crew dan tumbler, dengan adanya identitas visual ini agar mampu untuk dikenal oleh masyarakat dari Palembang maupun luar kota Palembang, Hasil Penelitian Terdahulu yang terkait Dengan Perancangan Identitas Visual Distro A'Clothing Palembang dari Hasil Penelitian Ricky Aditya Ramadhan (2023) Judul penelitiannya yaitu Perancangan Identitas Visual Sister's Kitchen Surabaya. Hasil dari penelitian ini sister's kitchen dan graphic standart manual serta media pendukung diantaranya label kemasan dan template sosial media. Dengan adanya perancangan ini Sister's Kitchen mampu dikenal oleh masyarakat sehingga dapat bersaing dengan berbagai UMKM sejenis di Kota Surabaya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Simpulan dari hasil Perancangan identitas visual distro a'clothing Palembang adalah sebagai berikut:

Perancangan identitas visual distro tersebut telah berhasil menghasilkan sebuah konsep identitas yang kuat dan sesuai dengan nilai-nilai serta visi dari distro A'Clothing. perancangan identitas visual menampilkan hasil visual tulisan/teks logo dan kaos, sehingga masyarakat lebih mudah mengingat distro tersebut. identitas visual yang baik juga dapat meningkatkan citra merek, daya tarik pelanggan, dan mengkomunikasikan pesan-pesan yang diinginkan kepada target pasar dengan lebih efektif.

5.2 Saran

Adapun saran dari penulis yang dapat bermanfaat bagi Distro A'Clothing Palembang terkait adanya identitas visual sebagai bentuk harapan agar dapat dikenal oleh masyarakat melalui desain logo serta memiliki karakter tersendiri. Penulis berharap distro a'clothing Palembang dapat terus berkembang dan dengan adanya identitas visual ini dapat memberikan dampak baik dan bermanfaat bagi kenyamanan pengunjung di Palembang maupun luar kota Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, G. R., Dewi, A. K., & Nuriarta, I. W. (2023). Perancangan Identitas Visual Pada Media Promosi Event Open Studio 7 Di Florito Studio. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(01), 68–75. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i01.1949>
- Agung, M. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro University Institutional Repository*. http://eprints.undip.ac.id/60259/2/BAB_1.pdf
- Amelia, R. (2017). Pengaruh Dimensi Suasana Toko terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada KFC Coffee Kedaton Bandar Lampung. *Digilib Unila*. <http://digilib.unila.ac.id/28129/3>.
- Anam, S., Mubarat, H., & Prasetya, D. (2018). Perancangan Buku Pop-Up Cerita Rakyat Bagus Kuning Untuk Anak-Anak. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 3(1).
- Ariska, K., Mardiana, U., & Banjarharjo, K. (2022). *Imajinasi: Jurnal Seni Perancangan Identitas Visual dan Aplikasinya*. XVI(1).
- Bintarto, J. (2023). *Perancangan Identitas Visual Warung Teras Kopi Untuk Membangun Brand Awareness*. 2(2).
- Edwardi, F. (2023). *Perancangan Identitas Visual Rumah Pendahuluan Masyarakat etnis Minang dikenal sebagai salah satu masyarakat yang*

memiliki adat atau. 1(3), 331–348.

Fiandra, Y. (2023). *Perancangan Motion Graphic Sebagai Upaya Mengatasi Pengaruh Procrastination. 10(2), 2466–2485.*

Hadiani, N. Hu. (2020). Uji Kelayakan Bisnis dalam Bidang Fashion. In *Medium* (p. 1). <https://hadianinaila.medium.com/uji-kelayakan-bisnis-dalam-bidang-fashion-943bacf6a6eb>

Hadiwijaya, Hendra. "Pengaruh Insentif dan Disiplin Terhadap Prestasi Kerja Pegawai (Studi Kasus pada Inspektorat Provinsi Sumatera Selatan)." (2015) 361-372.

Hadiwijaya, H. (2023). Manajerial Bagi UMKM Produktif di Kota Lubuklinggau. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien, 2(1), 40-47.*

Hanafi, A., & Hadiwijaya, H. (2017). Pengaruh Transformational Leadership Dan Quality Of Work Life Terhadap Interpersonal Communication Implikasinya Pada Performance Karyawan. 265-278.

Hardjono, S., Hananto, B. A., & Suwanto, M. (2023). *Perancangan Ulang Identitas Visual dan Desain Kemasan UMKM Fesyen KonnuKu Visual Identity and Packaging Design for Small and Medium Enterprise (SME) Fashion Brand KonnuKu. 6, 10–19.*

Hadiwijaya, Hendra, Febrianty Febrianty, and Darmawi Darmawi. "Pendampingan

manajemen usaha dan permodalan pada UKM batu bata." *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2.2 (2020). 353-359.

Hadiwijaya, Hendra (2015) Pengaruh Insentif dan Pengembangan Karir Terhadap Kepuasan Kerja Melalui Kinerja Karyawan Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus Pada PT. Smartfren Telecom Palembang). 74-79.

Junoko, S., Yulius, Y., & Prasetya, D. (2020). Perancangan Kampanye Sosial Dampak Game Online Bagi Remaja Di Kota Palembang. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 5(2).

Kurniansyah, M. A., Agus, E., & Oemar, B. (2021). Perancangan Identitas Visual Dan Penerapannya Dalam Media Promosi Museum Anjuk Ladang. *Jurnal Barik*, 3(1), 97–110.

Levanier. (2020). *Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Sarana Label. Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*. 7(2), 235–246.

Meilani. (2023). Perancangan identitas visual short films binus screening. *Jurnal Nawala Visual*, 5(2), 116–122.

MRR Tiyas Maheni DK, Fajrina, N., Susilawati, Rachmadita Dwi Pramesti, & Andriyanto. (2023). Pembuatan Desain Identitas Visual Sebagai Salah Satu Kekuatan Brand Untuk Mendukung Daya Saing Produk Pada Komunitas Sahabat UMKM. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 7(01), 148–162.

<https://doi.org/10.36456/abadimas.v7.i01.a7344>

- Pratama, R. A. A., Aprizal, Y., & Setiawan, E. (2023). Pengujian Tingkat Usability Pada Penggunaan Aplikasi Android PalComTech Online Learning dengan Metode PACMAD. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(1), 92-103.
- Pratama, R. A. A., Mahmud, M., Aprizal, Y., Syaftriandi, M. J., Setiawan, E., & Rieni, N. E. (2023). Penerapan Metode Black Box dalam Pengujian Aplikasi Informasi Stok Barang pada PT. Trimega Jaya Medika Berbasis Web. *Jurnal Teknologi Informatika dan Komputer*, 9(1), 174-183.
- Pratiwi, S. L., Andrispa, B., & Prasetya, D. (2023, April). Perancangan Desain Kemasan Kue Suri Makanan Khas Palembang. In MDP Student Conference (Vol. 2, No. 2, pp. 587-592).
- Purwadipura, S., Riyanto, B., & Yuwono, E. C. (2013). Perancangan VisualBrand Identity Kafe Milk Story. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(2), 10. <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/689>
- Ramadhan, R. A., & R'ois Abidin, M. (2023). Perancangan Identitas Visual Sister'S Kitchen Surabaya. *Jurnal Barik*, 4(3), 103–116. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Rottensoul, Deni, M., Heaven, P. (2013). *Bab I Distribution Store Rottensoul Dan Media Promosi. 2013*, 5–19.
- Rustan. (2017). Perancangan Ulang Identitas Visual Fabs Store Solo dan

Aplikasinya pada Media Promosi. *Occupational Medicine*, 53(4), 130.

Sari, N. R., Solicitor, A., Rica, C., Chidtian, E., & Yani, A. R. (2023). *Perancangan Identitas Visual Lembaga Sosial Pembina Penyantun Anak Yatim Baiturrohman Designing the Visual Identity of the Baiturrohman Orphan Care Social Institution Sidoarjo Regency Sasak: Desain Visual Dan Komunikasi*. 5(2), 149–162.

Satya, Y. (2023). Distro dan Butik - Memiliki Karakteristik Bisnis Yang Berbeda. In *Neraca* (p. 1). <https://www.neraca.co.id/article/16924/distro-dan-butik-memiliki-karakteristik-bisnis-yang-berbeda>

Syaftriandi, M. J. (2015). *Aplikasi Rekapitulasi Data Pengiriman Artikel Info Akademik dan Tutorial Palcomtech* (Doctoral dissertation, STMIK Palcomtech).


Syaftriandi, M. J., & Pratama, R. A. A. (2022). Rancang Bangun Edugame Pembelajaran Information Technology Menggunakan Adobe Flash Actionscript 3.0. *Teknomatika*, 12(02), 187-198.

Syaftriandi, M. J., Pratama, R., & Prasetya, M. T. (2023). Pelatihan Desain Grafis Lanjutan untuk Media Promosi dan Kebutuhan Konten Sosial Media di Balai Diklat Keagamaan Kota Palembang. Prosiding ABDIMAS CORISINDO 2023.

Seruni, L. S. (2023). Membangun Identitas Visual yang Kuat untuk Bisnis Anda.

- In *Ruang Kerja*. <https://www.ruangkerja.id/blog/identitas-visual-untuk-bisnis>
- Septiandi, R., Viatra, A. W., & Prasetya, D. (2021). Perancangan Packaging Gulo Puan Makanan Tradisional Palembang. *Educraf: Journal Of Craft Education, Craft Design And Creative Industries*, 1(1), 19-31.
- Sugiyono. (2021). *Studi Pustaka Sugiyono 2019*. 31–49.
- Sugiyono. (2022). *Metodologi Penelitian*. 1–23.
- Sutopo, H., Prasetya, D., & Hariansyah, Y. (2016). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Pentingnya Pendidikan Anak Di Usia Dini Besaung: *Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 1(3).
- Wibowo, A., Utami, B. S., & Pratiwi, P. (n.d.). *Perancangan Visual BrandIdentity Tukang Sayoer Online*. 125–142.
- Wiranata, C. (2023). Apa Itu Distro? Sejarah dan Perkembangannya. In *Wellen Project*. <https://wellenproject.com/apa-itu-distro/>
- Wiraprasasta, A., Arumsari, R. Y., & Komariah, S. H. (2023). *Perancangan identitas visual untuk copen media*. 10(5), 6805–682

HALAMAN LAMPIRAN

 <small>Kode Formuler : FM-IPCT-BAAK-PSB-043</small>	FORMULIR SURAT PERSETUJUAN TOPIK & JUDUL LTA <small>Institusi : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PCCOMTECH</small>
--	---

Palembang, 30 Januari 2024

Kepada Yth.
Ka. Prodi Desain Komunikasi Visual
di tempat.

Dengan hormat,
Saya yang Bertanda tangan di bawah ini :

Program Studi		: Desain Komunikasi Visual				
No	NPM	Nama	IPK	Semester	Sesi Belajar	No.HP
1.	061210031	Andika Rangga Pratama	3.27	6	Pagi	089635689076
2.	061210011	Nur Alim	3.60	6	Pagi	081273639824

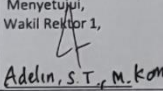
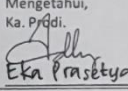
Mengajukan LTA dengan topik :

Desain Grafis

Dengan melampirkan deskripsi awal penelitian yang terdiri dari :

1. Objek Penelitian
2. Apa yang akan diteliti dari objek
3. Metode Pengembangan/analisis yang digunakan
4. Tujuan / hasil yang diharapkan dari penelitian

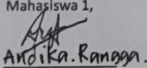
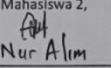
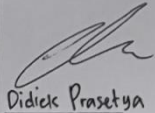
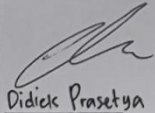
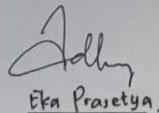
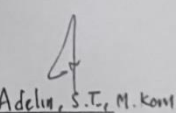
Rekomendasi Nama Pembimbing :

Menyetujui, Wakil Rektor 1,  Adelin, S.T., M.Kom	Mengetahui, Ka. Prodi,  Eka Prasetya
--	---

Judul LTA (dalam bahasa Indonesia dan Inggris):

1. PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DISTRO A' CLOTHING DI PALEMBANG
 & DESIGNING THE VISUAL IDENTITY OF A' CLOTHING DISTRO IN PALEMBANG)

Diusulkan judul nomor :

Pemohon, Mahasiswa 1,  Andika Rangga	Mahasiswa 2,  Nur Alim	Mengetahui, Ka. Prodi, Mengesahkan Wakil Rektor 1  Didiek Prasetya
 Didiek Prasetya	 Eka Prasetya	 Adelin, S.T., M.Kom

- Diperbanyak 1 kali : Asli diserahkan ke BAAK dan copy diarsip Mahasiswa
- Form ini wajib dikembalikan ke BAAK pada saat pengumpulan berkas untuk pengajuan ujian komprehensif

A'CLOTHING

**Jl. Sukawinatan RT.54 RW.07, Kec. Sukarami, Kelurahan Sukajaya Kota Palembang
Sumatera Selatan**

Palembang, 17 Mei 2024

**Kepada Yth :
Kepala Program Studi D3 Desain Komunikasi Visual Bapak
Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom.
Di Tempat.**

Dengan hormat,


Sehubungan dengan kami terima surat permohonan izin dari Program Studi D3 Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech perihal izin melakukan penelitian dalam pencarian informasi/data terkait dengan penyusunan Laporan Tugas Akhir dengan ini menyetujui memberi izin kepada:

No.	Nama	NPM	Program Studi
1.	Andika Rangga Pratama	061210031	Desain Komunikasi Visual
2.	Nur Alim	061210011	Desain Komunikasi Visual












Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan agar sekiranya bermanfaat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya. atas perhatiannya kami mengucapkan terima kasih.

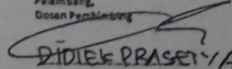
Hormat Kami,
A'Clothing



		FORMULIR NOMOR TANGKAPAN TUGAS AKHIR INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALARCOMTECH	
Kode Formasi PA/ICT-BAAK/PAB/243		Kode AS PAB/01/2024	Institut Teknologi dan Bisnis Palarcomtech
No	NPM	Nama	Prodi
1	061810031	ANINDA RAFFELA MALINDA	Manajemen Visual
2	061810011	YUP ALFA	Manajemen Visual

Judul Laporan Tugas Akhir: **Petancangan Identitas Visual Distro A'CLOTHING Di Palembang**

Pertemuan ke	Tanggal Komplet	Sub Materi / Partaian	Materi (Diklat, Kerja Praktek)	Penget
1	14 Maret 24		Bimbingan BAB 1	
2	26 Maret 24		Bimbingan BAB 2 & 3	
3	17 April 24		Bimbingan Konsep logo	
4	30 April 24		Bimbingan Desain logo	
5	6 Mei 24		Bimbingan Desain logo	
6	3 Juni 24		Revisi Digitalisasi logo	
7	6 Juni 24		Bimbingan Digitalisasi logo	
8	16 Juni 24		Bimbingan BAB 4 & BAB 5	
9	4 Juli 24		Bimbingan BAB 4 & BAB 5	
10	12 Juli 24		Bimbingan BAB 4 & BAB 5	
11	13 Juli 24		Aku Uj-	

Palembang,
 Dosen Pembimbing

DIDIEK PRASETYA

SURAT PERNYATAAN UJIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ANDIKA RANGGA PRATAMA
Tempat/Tanggal Lahir : PALEMBANG / 15 April 2001
Prodi : Desain Komunikasi Visual
NPM : 061210031
Semester : 6
No.Telp/Hp : 089635689076
Alamat : Jl. Sukawinata RT 54 RW 07

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Laporan ini saya buat dengan sebenarnya dan berdasarkan sumber yang benar.
2. Objek tempat saya melaksanakan laporan berbentuk CV/PT/Pemerintahan/SMA sederajat dan dinyatakan masih aktif beroperasi hingga saat ini
3. Data perusahaan dalam laporan LTA ini benar adanya dan bersifat valid.
4. Laporan ini bukan merupakan hasil plagiat/menjiplak karya ilmiah orang lain
5. Laporan ini merupakan hasil kerja saya sendiri (bukan buatan/dibuatkan orang lain)
6. Buku referensi yang saya gunakan untuk laporan LTA ini merupakan buku yang terbit dalam 5 (lima) tahun terakhir ini.
7. Semua dokumen baik berupa dokumen asli maupun salinan yang saya serahkan sebagai syarat untuk mengikuti ujian skripsi adalah dokumen yang sah dan benar.
8. Hasil karya saya yang merupakan hasil dari tugas akhir berupa karya tulis, program, aplikasi atau alat, setelah melalui ujian komprehensif dan revisi, bersedia untuk saya serahkan kepada lembaga melalui Kaprodi untuk dokumentasi dan kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun dan apabila di kemudian hari ternyata saya terbukti secara sah melanggar salah satu dari pernyataan ini, saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan hukum berlaku di negara Republik Indonesia, dan gelar akademik yang saya peroleh dari Perguruan Tinggi ini dapat dibatalkan.

PALEMBANG, 13 Juni 2024

Yang menyatakan,


ANDIKA RANGGA

SURAT PERNYATAAN UJIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Alim
Tempat/Tanggal Lahir : Batujaya / 28-Mai-2002
Prodi : Desain Komunikasi Visual
NPM : 061210011
Semester : 6
No.Telp/Hp : 081273639829
Alamat : Jl. Pa. Mhasamih Lorong Kembaran, Sukarani, Palembang.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Laporan ini saya buat dengan sebenarnya dan berdasarkan sumber yang benar.
2. Objek tempat saya melaksanakan laporan berbentuk CV/PT/Pemerintahan/SMA sederajat dan dinyatakan masih aktif beroperasi hingga saat ini
3. Data perusahaan dalam laporan LTA ini benar adanya dan bersifat valid.
4. Laporan ini bukan merupakan hasil plagiat/menjiplak karya ilmiah orang lain
5. Laporan ini merupakan hasil kerja saya sendiri (bukan buatan/dibuatkan orang lain)
6. Buku referensi yang saya gunakan untuk laporan LTA ini merupakan buku yang terbit dalam 5 (lima) tahun terakhir ini.
7. Semua dokumen baik berupa dokumen asli maupun salinan yang saya serahkan sebagai syarat untuk mengikuti ujian skripsi adalah dokumen yang sah dan benar.
8. Hasil karya saya yang merupakan hasil dari tugas akhir berupa karya tulis, program, aplikasi atau alat, setelah melalui ujian komprehensif dan revisi, bersedia untuk saya serahkan kepada lembaga melalui Kaprodi untuk dokumentasi dan kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun dan apabila di kemudian hari ternyata saya terbukti secara sah melanggar salah satu dari pernyataan ini, saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan hukum berlaku di negara Republik Indonesia, dan gelar akademik yang saya peroleh dari Perguruan Tinggi ini dapat dibatalkan.

Palembang, 13 Juni 2024
Yang menyatakan,





FORMULIR
REVISI UJIAN PROPOSAL
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Kode Formulir
FM-IPCT-BAAK-PSB-127

Institusi : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Revisi Ujian Proposal LTA
Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech

Program Studi : Desain Komunikasi Visual Program Diploma Tiga
Tanggal Pelaksanaan : 26 Maret 2024
Judul Proposal LTA : Perancangan Identitas Visual Distro A'Clothing di Palembang

No.	NPM	Nama	Semester
1	061210031	Andika Rangga Pratama	VI
2	061210011	Nur Alim	VI

No	Revisi	Nama Penguji	Tanda Tangan
1.	Lampir belakang	Haura H	
2.	rumah rumah		
3.	Daftar Pustaka		
4.	Bab 2. Bab 3		
1	perluasan filosofi logo	jwarsun	
2.	identitas warna		
3	perancangan identitas visual		
		DIPLEK	

Perubahan Judul LTA :

Palembang, 26 Maret 2024
Ketua Program Studi,

Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom.

*Fotokopi Form Revisi dikumpul ke BAAK setelah ditandatangani Kaprodi



Kode Formulir
FM-IPCT-BAAR-PSB-055

FORMULIR
REVISI UJIAN LTA
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Institusi : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Revisi Ujian LTA
Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech

Program Studi : Desain Komunikasi Visual Program Diploma Tiga
Topik LTA : Desain Grafis
Ujian ke- : 1 (Satu)
Tanggal Pelaksanaan : 25 Juni 2024

Judul Skripsi : Perancangan Identitas Visual Distro A'Clothing di Palembang

NO	NPM	Nama	Semester
1	061210031	Andika Rangga Pratama	VI (Enam)
2	061210011	Nur Alim	VI (Enam)

Revisi diselesaikan paling lambat tanggal

No	Revisi	Nama Penguji	Tanda Tangan
1.	Revisi teks ujian perubahan - profile resmi dan ada Tambahan - - logo dipake Revisi ke	Jhonan	
2	1. HARI 2. Pembahasan 3. format penulisan 4. kesimpulan 5. Profect	Hansen H	
1	Perbaikan: Ciri warna dan. Png 1 dan 2	DIDIKIE	

Palembang, 25 Juni 2024
Ketua Program Studi,

Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom.