



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# **PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL**

## **TOKO DARING DAIFRON**

### **Laporan Tugas Akhir**

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Nama : Christian Theodore Wibowo

NIM : 14120210363

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2018**

## LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Christian Theodore Wibowo

NIM : 141020210363

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

### PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL TOKO DARING DAIFRON

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 15 Januari 2018



Christian Theodore Wibowo

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL**  
**TOKO DARING DAIFRON**

Oleh

Nama : Christian Theodore Wibowo

NIM : 14120210363

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 25 Januari 2018

Pembimbing



Erwin Alfian, S.Sn. M.Ds.

Penguji



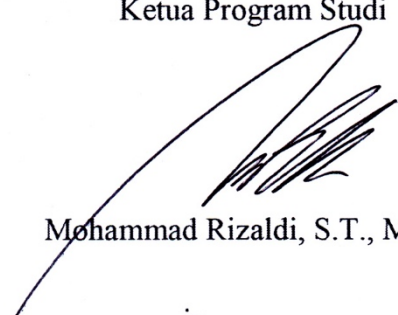
Adhreza Brahma, M.Ds.

Ketua Sidang



Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi



Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

## KATA PENGANTAR

Topik ini berawal dari tempat penulis melakukan praktek kerja magang. Dari Juli hingga September 2017 penulis melakukan kerja magang di Rofina Creative, tempat PT Rofina Indah Jaya mendesain pakaian untuk *brand* 126 dan Posh. Selama menjalani pekerjaan, penulis merasakan kesulitan dalam mendesain ketika suatu *brand* tidak memiliki ide yang menjadi ciri khas *brand* tersebut. Selain itu PT Rofina juga mempunyai urgensi untuk membangun toko daring Daifron sebagai tempat utama untuk menjual produknya. Berangkat dari situ, sebagai desainer visual penulis ingin membantu PT Rofina untuk mengembangkan identitas visual *toko daring* Daifron.

Merancang suatu identitas visual bukan hal yang baru. Namun dalam perancangan ini identitas visual yang penulis buat berhubungan dengan toko daring. Belum banyak buku teori yang membahas mengenai perancangan identitas visual untuk toko daring. Dalam perancangan ini penulis berusaha mencari ilmu baru mengenai *user interface*. Penulis sadar akan kekurangan dari laporan ini. Maka dari itu penulis mengharapkan masukan dari pembaca untuk pengembangan laporan ini kedepannya.

Sebelum menutup pengantar ini, penulis ingin berterimakasih kepada orang-orang yang telah berkontribusi membantu penulis dalam perancangan ini:

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. sebagai Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
2. Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds. sebagai pembimbing akademik
3. Irwan Widjaja sebagai pemilik PT Rofina Indah Jaya

4. Jan Darmadi sebagai *creative director* Posh dan 126
5. Teman-teman di Rofina Creative
6. Keluarga di rumah

Tangerang, 15 Januari 2018



Christian Theodore Wibowo

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## ABSTRAKSI

Daifron merupakan suatu *online store* (toko daring) yang dimiliki PT Rofina Indah Jaya. Sebelumnya PT Rofina Indah Jaya terkenal dengan *brand* pakaian bernama Poshboy. PT Rofina Indah Jaya berencana akan menjadikan internet sebagai media utama untuk berjualan produk salah satu *brand* yang dibuatnya yaitu Posh. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk membuat identitas visual toko daring Daifron sebagai tempat PT Rofina Indah Jaya menjual produk *brand* Posh. Hasil dari perancangan ini berupa *graphic standard manual* yang berisi mengenai aturan identitas visual toko daring Daifron. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mencari data mengenai Daifron.

Kata kunci: identitas visual, toko daring, fesyen, pakaian

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## ***ABSTRACT***

*Daifron is an online store that owned by PT Rofina Indah Jaya, which is known for its popular brand called Poshboy. Daifron will be a marketplace for PT Rofina Indah Jaya to sell its brand-new product called Posh. Meanwhile, the internet can be a bussiness or a medium. The two are quite different. If we want to build an online brand, we should treat internet as a bussiness. Therefore, we need a different identity and a different name from its product. The aim of this study is to design a visual identity of Daifron online store as a main place for PT Rofina Indah Jaya to sell its product. This study uses both method, quantitative and qualitative, to find information about Daifron's and Posh's target market.*

*Keywords: visual identity, toko daring, e-commerce, fashion, apparel*

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	II
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAKSI.....	VII
<i>ABSTRACT</i> .....	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL .....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN .....	XV
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir.....	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1. <i>Branding</i> .....	5
2.1.1. <i>Internet Branding</i> .....	8
2.2. Identitas Visual.....	9

2.2.1.	<i>Trademark</i> .....	9
2.2.2.	<i>Interface</i> .....	13
2.2.3.	Dokumen Perusahaan.....	15
2.3.	Fesyen.....	16
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>		<b>18</b>
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data .....	18
3.1.1.	Wawancara .....	18
3.1.2.	Kuesioner .....	20
3.2.	Studi Eksisting .....	24
3.2.1.	Logo <i>Brand</i> Fesyen.....	24
3.2.2.	Fotografi Fesyen .....	26
3.2.3.	Struktur Toko Daring .....	27
3.3.	Metodologi Perancangan .....	41
<b>BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS.....</b>		<b>45</b>
4.1.	Perancangan .....	45
4.1.1.	Penelitian.....	45
4.1.2.	Klarifikasi Strategi.....	46
4.1.3.	Perancangan Visual.....	47
4.1.4.	Supergrafis.....	52
4.1.5.	<i>Touchpoint</i> .....	53
4.2.	Analisis .....	55
4.2.1.	<i>Brand</i> Strategi.....	56

4.2.2.	Logo .....	57
4.2.3.	<i>Website</i> .....	60
4.2.4.	Fotografi .....	66
4.3.	<i>Budgeting</i> .....	68
4.3.1.	Design Master .....	68
4.3.2.	Dokumen Perusahaan .....	69
4.3.3.	<i>Website</i> .....	70
4.3.4.	<i>Merchandise</i> .....	71
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>72</b>
5.1.	Kesimpulan .....	72
5.2.	Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>XIV</b>

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Coach .....	10
Gambar 2.2 Logo Prada .....	10
Gambar 2.3 Logo Louis Vuitton .....	11
Gambar 2.4 Logo Levi's.....	11
Gambar 2.5 Logo Lacoste .....	12
Gambar 2.6 Logo Givenchy .....	12
Gambar 2.7 <i>Outline</i> sebuah toko Daring .....	14
Gambar 2.8 Hierarki dasar pasar fesyen .....	17
Gambar 3.1 Grafik rentang umur responden.....	20
Gambar 3.2 Grafik sumber pendapatan .....	21
Gambar 3.3 Grafik tempat membeli pakaian .....	22
Gambar 3.4 Grafik nilai yang diharapkan dalam membeli pakaian.....	23
Gambar 3.5 Grafik nilai yang diharapkan dalam sebuah toko daring.....	23
Gambar 3.6 Kumpulan logo <i>brand</i> fesyen.....	24
Gambar 3.7 Kompilasi <i>fashion photography</i> .....	26
Gambar 3.8 Halaman utama <i>website</i> Zalora .....	28
Gambar 3.9 Bagian <i>footer website</i> Zalora.....	29
Gambar 3.10 Halaman utama Bobobobo .....	30
Gambar 3.11 Bagian <i>footer</i> Bobobobo .....	31
Gambar 3.12 Halaman <i>shopping gallery</i> Zalora .....	32
Gambar 3.13 Halaman <i>shopping gallery</i> Bobobobo .....	33
Gambar 3.14 Halaman <i>detail item</i> Zalora.....	34
Gambar 3.15 Halaman <i>detail item</i> Bobobobo.....	35
Gambar 3.16 Halaman <i>wishlist</i> Zalora.....	36
Gambar 3.17 Halaman <i>wishlist</i> Bobobobo.....	37

Gambar 3.18 Halaman <i>shopping bag</i> Zalora .....	38
Gambar 3.19 Halaman <i>shopping bag</i> Bobobobo .....	39
Gambar 3.20 Halaman <i>checkout</i> Zalora.....	40
Gambar 3.21 Halaman <i>checkout</i> Bobobobo.....	41
Gambar 3.22 Alur menentukan <i>big idea</i> .....	42
Gambar 4.1 <i>Mindmap brand</i> Posh.....	46
Gambar 4.2 <i>Mindmap voice of tone</i> .....	48
Gambar 4.3 Moodboard grafis .....	49
Gambar 4.4 Sketsa logo .....	50
Gambar 4.5 Sketsa logo digital .....	51
Gambar 4.6 Logo <i>final</i> Daifron.....	51
Gambar 4.7 <i>Glitch</i> berupa garis-garis berwarna.....	52
Gambar 4.8 <i>Glitch</i> berupa bayangan berwarna.....	52
Gambar 4.9 Desain <i>glitch</i> Daifron.....	53
Gambar 4.10 Halaman utama <i>website</i> Lady Gaga .....	54
Gambar 4.11 Halaman utama website Rihanna .....	54
Gambar 4.12 Halaman utama Daifron.....	55
Gambar 4.13 Logo Daifron.....	57
Gambar 4.14 Perbandingan logo Daifron dengan logo <i>brand</i> lain.....	59
Gambar 4.15 <i>Wireframe</i> halaman utama Daifron .....	60
Gambar 4.16 <i>Wireframe</i> halaman <i>shopping gallery</i> Daifron.....	61
Gambar 4.17 <i>Wireframe</i> halaman <i>detail item</i> .....	62
Gambar 4.18 <i>Wireframe</i> halaman favorit .....	63
Gambar 4.19 <i>Wireframe</i> halaman <i>shopping bag</i> .....	64
Gambar 4.20 <i>Wireframe</i> halaman konfirmasi / <i>checkout</i> .....	65
Gambar 4.21 Foto <i>campaign</i> Daifron.....	66

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Rincian <i>budget</i> pembuatan dokumen perusahaan .....	69
Tabel 4.2 Rincian <i>budget merchandise</i> Daifron.....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: LEMBAR BIMBINGAN ..... XVI

LAMPIRAN B: HASIL KUISIONER ..... XX



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA