

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL T&T BEAUTY SALON



LAPORAN TUGAS AKHIR

NICHOLAS CHRISTOPHER

00000060239

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL T&T BEAUTY SALON



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)**

NICHOLAS CHRISTOPHER

00000060239

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nicholas Christopher
Nomor Induk Mahasiswa : 00000060239
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL T&T BEAUTY SALON

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 9 Juni 2025



Nicholas Christopher

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL T&T BEAUTY SALON

Oleh

Nama Lengkap : Nicholas Christopher
Nomor Induk Mahasiswa : 00000060239
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 16 Juni 2025

Pukul 16.45 s.d. 17.30 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds.
0311118807 / 100049

Penguji



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

Pembimbing



Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/ L00011

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

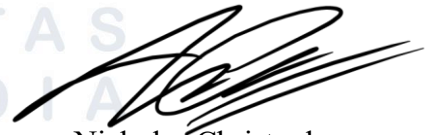
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nicholas Christopher
Nomor Induk Mahasiswa : 00000060239
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
T&T BEAUTY SALON

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/ Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/ konferensi nasional/ internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 16 Juni 2025



Nicholas Christopher

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat, kesempatan, dan penyertaan oleh Tuhan Yang Maha Esa dalam melaksanakan Tugas Akhir yang berjudul “PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL T&T BEAUTY SALON” dengan baik. Tujuan utama dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan serta meraih gelar Sarjana Desain di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis sadar bahwa tanpa adanya dukungan, proses penyusunan Tugas Akhir ini tidak bisa berjalan dengan maksimal. Maka dari itu, penulis dengan hormat berterima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Erny Sunarto, sebagai narasumber yang telah membantu memberikan informasi mengenai T&T Beauty Salon kepada penulis dalam perancangan Tugas Akhir ini.
7. Teman-teman yang telah memberikan motivasi dan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini,

Semoga karya Tugas Akhir ini menjadi bermanfaat bagi para mahasiswa dan pembaca lainnya serta menjadi inspirasi bagi mereka yang membutuhkan.

Tangerang, 16 Juni 2025



Nicholas Christopher

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL T&T BEAUTY SALON

Nicholas Christopher

ABSTRAK

T&T Beauty Salon merupakan sebuah usaha salon kecantikan yang melayani perawatan dan penataan rambut, manikur, pedikur, pijat tubuh, dan tata rias wajah. T&T Beauty Salon sudah berdiri sejak 2017 yang terletak di Mangga Dua Square, Jakarta Utara. Salon tersebut ingin melakukan ekspansi untuk menjangkau pasar dewasa muda dengan lebih luas. Namun, identitas yang digunakan belum sesuai dengan target pasar. Selain itu, identitas visual yang digunakan belum mencerminkan visi dan misi milik perusahaan tersebut. Hal tersebut menyimpulkan bahwa T&T Beauty Salon belum memiliki identitas visual yang mampu meraih target pasar yang dipilih mereka. Berdasarkan hal tersebut, perancangan identitas visual untuk T&T Beauty Salon dibutuhkan agar T&T Beauty Salon memiliki identitas visual yang mampu meningkatkan *brand awareness* dan mencerminkan *brand image* milik T&T Beauty Salon terhadap target pasar. Proses perancangan identitas visual T&T Beauty Salon mengacu kepada metode perancangan yang dikemukakan oleh Alina Wheeler melalui bukunya *Designing Brand Identity* yang menjabarkan lima tahapan yaitu, *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, dan *managing assets*. Perancangan tersebut meliputi rancangan identitas visual, *Graphic Standard Manual* sebagai panduan, serta media pendukung untuk menopang kegiatan bisnis salon kecantikan tersebut.

Kata kunci: T&T Beauty Salon, Kecantikan, Merek, Identitas Visual



DESIGNING VISUAL IDENTITY FOR T&T BEAUTY SALON

Nicholas Christopher

ABSTRACT (English)

T&T Beauty Salon is a beauty salon business that serves hair styling and treatment as well as treatment for the body and face such as manicure, pedicure, massage, and makeup. T&T Beauty Salon has been established since 2017 which located at Mangga Dua Square, at the North Jakarta region. T&T Beauty Salon wants to expand their business by reaching the young adults market. However, the visual identity used does not match with the target market. Moreover, the visual identity that is being used does not reflect the company's vision and mission. This concludes that T&T Beauty Salon does not have a visual identity that able to reach the target market. Therefore, designing a visual identity for T&T Beauty Salon is necessary so that T&T Beauty Salon has a consistent identity implementation which able to build brand awareness and visualize their brand image effectively. The visual identity design process refers to the design methods founded by Alina Wheeler in her book 'Designing Brand Identity' which consist of five steps started by conducting research, claryfing strategy, designing identity, creating touchpoints, and followed by managing assets. The designs includes a visual identity, Graphic Standard Manual as a brand guide, as well as secondary media to support the salon business flow.

Keywords: *T&T Beauty Salon, Beauty, Brand, Visual Identity*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Brand.....	4
2.1.1 Branding.....	4
2.1.2 Brand Equity.....	5
2.1.3 Brand Identity	6
2.2 Identitas Visual	7
2.2.1 Jenis Identitas Visual	7
2.2.2 Collateral	9
2.2.3 Guidelines/ Graphic Standard Manual	10
2.3 Salon	26
2.3.1 Fungsi dan Tujuan Salon	26
2.3.2 Jenis Salon	27
2.3.3 Jenis Perawatan	29
2.4 Penelitian yang Relevan	35

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	38
3.1 Subjek Perancangan	38
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	40
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	42
3.3.1 Observasi	42
3.3.2 Wawancara	43
3.3.3 Kuesioner	48
3.3.4 Studi Eksisting	50
3.3.5 Studi Referensi	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	52
4.1 Hasil Perancangan	52
4.1.1 Tahap 1: <i>Conducting Research</i>	52
4.1.2 Tahap 2: <i>Clarifying Strategy</i>	69
4.1.3 Tahap 3: <i>Designing Identity</i>	74
4.1.4 Tahap 4: <i>Creating Touchpoints</i>	87
4.1.5 Tahap 5: <i>Managing Assets</i>	97
4.1.6 Bimbingan Spesialis	99
4.2 Pembahasan Perancangan	101
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	101
4.2.2 Analisis Logo Identitas	103
4.2.3 Analisis <i>Supergraphic</i>	106
4.2.4 Analisis <i>Stationery Media</i>	106
4.2.5 Analisis <i>Environment Media</i>	108
4.2.6 Analisis Media Promosi	109
4.2.7 Analisis <i>Graphic Standard Manual</i>	111
4.2.8 Analisis Anggaran	111
BAB V PENUTUP	113
5.1 Simpulan	113
5.2 Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	xv

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	35
Tabel 4.1 Kuesioner	65
Tabel 4.2 Penulisan <i>Brand Brief</i>	72
Tabel 4.3 Analisis Anggaran	111



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Samsung.....	7
Gambar 2.2 Logo Hyundai.....	8
Gambar 2.3 Logo NBC	8
Gambar 2.4 Logo LSO.....	8
Gambar 2.5 Logo Genesis.....	9
Gambar 2.6 Bentuk Dasar	10
Gambar 2.7 Kategori Bentuk.....	11
Gambar 2.8 Penggunaan Keseimbangan.....	12
Gambar 2.9 Penggunaan <i>Emphasis</i>	13
Gambar 2.10 Penggunaan Kesatuan	14
Gambar 2.11 Model Warna <i>Additive</i>	15
Gambar 2.12 Model Warna <i>Subtractive</i>	16
Gambar 2.13 Penggunaan Saturasi Warna.....	17
Gambar 2.14 Klasifikasi Tipografi.....	18
Gambar 2.15 Komponen Utama <i>Grid</i>	19
Gambar 2.16 Penggunaan <i>Grouping</i> dan <i>Negative Space</i>	20
Gambar 2.17 Bentuk <i>Single-column Grid</i>	20
Gambar 2.18 Bentuk <i>Multi-column Grid</i>	21
Gambar 2.19 Proses Kamera Analog.....	22
Gambar 2.20 Proses Kamera Digital	23
Gambar 2.21 <i>Aperture</i> pada Lensa Kamera	24
Gambar 2.22 Proses Buka-tutup <i>Shutter</i>	25
Gambar 2.23 Teknik Komposisi <i>Rule of Thirds</i>	26
Gambar 4.1 Tampak Luar dan Dalam Salon.....	53
Gambar 4.2 Tata Letak Interior Salon	53
Gambar 4.3 Logo T&T Beauty Salon.....	54
Gambar 4.4 Logo T&T Beauty Salon yang Lain	54
Gambar 4.5 Wawancara dengan Pemilik Usaha	55
Gambar 4.6 Wawancara dengan Pelanggan Salon	58
Gambar 4.7 Wawancara dengan Calon Pengguna Salon.....	60
Gambar 4.8 Wawancara dengan Ahli <i>Branding</i>	62
Gambar 4.9 Logo HABB Hair Gallery	66
Gambar 4.10 Perubahan Logo HABB Hair Gallery	67
Gambar 4.11 Logo MOIR Salon	67
Gambar 4.12 Logo innisfree (2024)	68
Gambar 4.13 Logo Bang & Olufsen (2025).....	69
Gambar 4.14 Hasil Proses <i>Mindmapping</i>	70
Gambar 4.15 Penyusunan <i>Moodboard</i>	75
Gambar 4.16 Pemilihan Palet Warna.....	75
Gambar 4.17 Proses Pemilihan <i>Typeface</i>	76

Gambar 4.18 Finalisasi Penentuan <i>Typeface</i>	76
Gambar 4.19 <i>Typeface</i> Caveat.....	77
Gambar 4.20 <i>Typeface</i> Figtree	77
Gambar 4.21 Proses Sketsa Logo	78
Gambar 4.22 Sketsa Alternatif 2	79
Gambar 4.23 Sketsa Alternatif 3	79
Gambar 4.24 Proses Digitalisasi Logo.....	80
Gambar 4.25 Penggunaan Alat Bantu.....	80
Gambar 4.26 Penggunaan <i>Grid</i>	81
Gambar 4.27 Filosofi Logo	81
Gambar 4.28 Varian Format Logo.....	82
Gambar 4.29 Jarak Aman Logo Utama	83
Gambar 4.30 Jarak Aman Logo Ramping (Vertikal)	83
Gambar 4.31 Ukuran Minimal Logo	84
Gambar 4.32 Proses Sketsa <i>Supergraphic</i>	85
Gambar 4.33 Penggunaan Alat Bantu.....	85
Gambar 4.34 Bentuk Elemen <i>Supergraphic</i>	86
Gambar 4.35 Penggunaan <i>Supergraphic</i>	86
Gambar 4.36 Proses Sketsa Komposisi & Sudut Pandang	87
Gambar 4.37 Hasil Pemotretan.....	87
Gambar 4.38 Sketsa Perancangan Kartu Nama.....	88
Gambar 4.39 Proses <i>Layouting</i> Kartu Nama.....	89
Gambar 4.40 Hasil Rancangan Kartu Nama	89
Gambar 4.41 Sketsa Perancangan <i>Loyalty Card</i>	89
Gambar 4.42 Penggunaan <i>Grid</i> dalam <i>Layouting</i>	90
Gambar 4.43 Hasil Rancangan <i>Loyalty Card</i>	90
Gambar 4.44 Proses Perancangan Stempel.....	91
Gambar 4.45 Hasil Rancangan Stempel	91
Gambar 4.46 Proses Perancangan Seragam	91
Gambar 4.47 Hasil Rancangan Seragam.....	92
Gambar 4.48 Sketsa Perancangan <i>Signbox & Window Sticker</i>	92
Gambar 4.49 Hasil Rancangan <i>Signbox & Window Sticker</i>	93
Gambar 4.50 Sketsa Perancangan Brosur A5	93
Gambar 4.51 Proses <i>Layouting</i> Brosur dengan <i>Grid</i>	94
Gambar 4.52 Hasil Rancangan Brosur A5	94
Gambar 4.53 Hasil Rancangan <i>Homepage</i> Instagram	95
Gambar 4.54 Proses Perancangan <i>IG Feeds</i>	95
Gambar 4.55 Proses <i>Layouting</i> <i>IG Feeds</i>	96
Gambar 4.56 Hasil Rancangan <i>IG Feeds</i>	96
Gambar 4.57 Sketsa Perancangan <i>Pouch Bag</i>	97
Gambar 4.58 Hasil Rancangan <i>Pouch Bag</i>	97
Gambar 4.59 Sketsa <i>Layout</i> Konten Buku GSM.....	98
Gambar 4.60 Proses <i>Layouting</i> dengan <i>Grid</i>	98

Gambar 4.61 Hasil Rancangan Konten Buku GSM	99
Gambar 4.62 Bentuk Awal Perancangan Logo Identitas	99
Gambar 4.63 Rekomendasi Bentuk Logo Identitas	100
Gambar 4.64 Bentuk Final Logo Identitas	100
Gambar 4.65 Proses <i>Market Validation</i>	101
Gambar 4.66 Bentuk Logo Identitas Sebelum Revisi.....	102
Gambar 4.67 Perubahan Bentuk "&" dan Pemilihan Warna	102
Gambar 4.68 Perubahan Komposisi <i>IG Feeds</i>	103
Gambar 4.69 Perubahan Palet Warna Brosur.....	103
Gambar 4.70 Logo <i>Lettermark</i> T&T Beauty Salon.....	104
Gambar 4.71 Varian Format Logo.....	104
Gambar 4.72 Analisis Pemilihan Palet Warna	105
Gambar 4.73 Analisis Pemilihan <i>Typeface</i>	105
Gambar 4.74 Analisis Bentuk <i>Supergraphic</i>	106
Gambar 4.75 Analisis Rancangan Kartu Nama.....	107
Gambar 4.76 Analisis Rancangan <i>Loyalty Card</i>	107
Gambar 4.77 Analisis Rancangan Stempel	108
Gambar 4.78 Analisis Rancangan Seragam	108
Gambar 4.79 Analisis Rancangan <i>Signbox & Window Sticker</i>	109
Gambar 4.80 Analisis Rancangan Brosur A5	109
Gambar 4.81 Analisis Rancangan Instagram <i>Homepage & Feeds</i>	110
Gambar 4.82 Analisis Rancangan <i>Gimmick Pouch Bag</i>	110
Gambar 4.83 Analisis Rancangan Buku GSM	111



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin	xv
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	xvi
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xvii
Lampiran <i>Consent Form</i>	xviii
Lampiran Kuesioner.....	xix
Lampiran Transkrip Wawancara	xxvii

