

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN LEMBAR PERYATAAN	v
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	3
C. TUJUAN PENCIPTAAN DAN MANFAAT PENCIPTAAN	4
1. Tujuan Penciptaan.....	4
2. Manfaat Penciptaan.....	4
D. TINJAUAN KARYA	5
E. LANDASAN TEORI.....	8
1. Tinjauan Umum	8
a. Desain Komuniasi Visual....	8
b. Brand	9
c. Logo	11
d. Promosi	18
e. Prinsip-prinsip Desain.....	19
f. Tipografi.....	20

g. Layout.....	20
h. Warna.....	21
i. Media	22
j. Tentang LPHN Taram.....	22
k. Sereh Harum.....	24
F. METODE PENCIPTAAN.....	25
1. Metode Pengumpulan Data.....	25
a. Observasi	26
b. Wawancara	28
c. Studi Pustaka.....	28
d. Dokumentasi.....	29
2. Segmentasi target audiens.....	31
3. Metode analisis data.....	32
4. Penyajian Karya.....	35
BAB II KONSEP DAN PROSES PENCIPTAAN.....	36
A. Latar Belakang Penciptaan	36
1. Konsep Verbal	36
2. Konsep Visual.....	36
3. Brainstorming	38
B. PROSES PENCIPTAAN	73
1. Media Utama	73
a. Logo	39
b. Kemasan	50
2. Media Pendukung.....	52
a. Poster	52
b. X baner.....	53

c. Paper Bag.....	55
d. Marcendhise.....	56
BAB III HASIL DAN ANALISIS KARYA	58
A. Hasil Kaya	58
1. Media Utama.....	58
a. Logo	58
2. Media Pendukung	63
a. Kemasan	63
b. Poster	63
c. X banner.....	64
d. Paperbag.....	65
e. Marcendhise.....	65
B. Analisis Karya	67
1. Media Utama.....	67
a. Logo	67
2. Media Pendukung	67
a. kemasan	67
b. Poster	67
c. X banner.....	68
d. Paperbag	68
e. Marcendhise.....	68
BAB IV PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
KEPUSTAKAAN.....	72
LAMPIRAN.....	77

ABSTRACT

Minyak Sereh Harum LPHN merupakan Produk yang diproduksi oleh LPHN (Lembaga Pengelolah Hutan Nagari) Taram. Produksi Minyak Sereh Harum ini hanya ada dua di kabupaten 50 Kota, yaitu di Nagari Taram, Kecamatan Harau dan di Nagari Kubang, Kecamatan Gunung Omeh. Di Nagari Taram sendiri produksi minyak Sereh Harum dikelola oleh LPHN Taram. Minyak Sereh Harum sekali produksi mencapai 2 sampai 4 kg dalam seminggu. Dalam satu bulan LPHN Taram bisa memproduksi 8 sampai 10 kg minyak Sereh Harum. Sereh Harum LPHN Taram sendiri belum memiliki Brand Identity, sebagai produk unggulan LPHN Taram maka di rancanglah Brand Identity dari Minyak Sereh Harum LPHN taram. Metode pengumpulan data berupa dari hasil observasi, wawancara, studi pustaka, ke tempat LPHN Taram. Dalam perancangan ini dilakukan analisis dari faktor internal dan eksternal dari Minyak Sereh Harum LPHN Taram melalui analisis, dalam penyampaian suatu pesan ke target audiens menggunakan metode AIDA+S dan melakukan *brainstorming* untuk menentukan *positioning brand* dari Minyak Sereh Harum LPHN Taram.

Setelah mengumpulkan data-data tersebut barulah dilanjutkan ke tahap membuat *brainstorming*. Setelah membuat *brainstorming* maka akan di tentukan kata kunci dari Perancangan Brand Identity Minyak Sereh Harum LPHN. Kata kunci dari Perancangan Brand Identity Minyak Sereh Harum LPHN Taram yakni kealamian, kenyamanan, hijau dan orange. Setelah kata kunci di tentukan maka akan dilanjutkan ke tahap sketsa logo Sereh Harum LPHN Taram. Dan setelah terpilihnya logo Sereh Harum LPHN Taram, logo tersebut akan di aplikasikan ke bauran media seperti ke stiker botol, kemasan, poster produk, xbanner, dan merchandise seperti stiker, pin dan gantungan kunci.

Kata Kunci : Brand Identity, LPHN Taram, Sereh Harum

ABSTRACT

LPHN's Fragrant Lemongrass Oil is a product produced by the LPHN (Nagari Forest Management Institute) Taram. There are only two productions of Citronella Oil in 50 Cities, namely in Nagari Taram, Harau District and in Nagari Kubang, Gunung Omeh District. In Nagari Taram, the production of Lemongrass Harum oil is managed by LPHN Taram. Fragrant Lemongrass Oil once produced reaches 2 to 4 kg in a week. In one month LPHN Taram can produce 8 to 10 kg of fragrant lemongrass oil. Lemongrass Harum LPHN Taram itself does not yet have a Brand Identity, as LPHN Taram's superior product, a Brand Identity was designed from LPHN Taram Lemongrass Oil. The method of collecting data is from the results of observations, interviews, literature studies, to the LPHN Taram place. In this design, an analysis of the internal and external factors of LPHN Taram's Citronella Oil is carried out through analysis, in delivering a message to the target audience using the AIDA+S method and brainstorming to determine the brand positioning of LPHN Taram's Aromatic Citronella Oil.

After collecting the data, then proceed to the stage of making brainstorming. After making a brainstorm, keywords will be determined from LPHN's Fragrant Lemongrass Oil Brand Identity Design. The keywords of the Brand Identity Design for LPHN Taram Lemongrass Oil are naturalness, comfort, green and orange. After the keywords are determined, it will proceed to the stage of sketching the Sereh Harum LPHN Taram logo. And after the selection of the Sereh Harum LPHN Taram logo, the logo will be applied to the media mix such as bottle stickers, packaging, product posters, xbanners, and merchandise such as stickers, pins and key chains .

Keywords : Brand Identity, LPHN Taram, Sereh Harum.