

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	.iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN SURAT PERNYATAAN.....	vi
HALAMAN UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
HALAMAN ABSTRAK.....	xvi
HALAMAN GLOSARIUM.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Penciptaan.....	7
C. Tujuan Dan Manfaat Penciptaan Karya.....	7
D. Tinjauan Karya.....	9
E. Landasan Teori.....	12
F. Metode Penciptaan.....	37
1. Pengumpulan Data.....	37
2. Metode Analisis.....	43
3. Perancangan.....	47
4. Struktur Perancangan.....	48
5. Perwujudan.....	48
BAB II KONSEP DAN PROSES PENCIPTAAN	51
A. Konsep Penciptaan.....	51

B. Proses Penciptaan.....	55
BAB III HASIL DAN ANALISI KARYA.....	76
A. Hasil Karya.....	76
B. Analisis Karya.....	87
BAB IV PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN DATA.....	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	3
Gambar 2.	5
Gambar 3.	9
Gambar 4.	10
Gambar 5.	11
Gambar 6.	30
Gambar 7.	31
Gambar 8.	32
Gambar 9.	32
Gambar 10.	33
Gambar 11.	34
Gambar 12.	36
Gambar 13.	40
Gambar 14.	40
Gambar 15.	41
Gambar 16.	41
Gambar 17.	42
Gambar 18.	42
Gambar 19.	43
Gambar 20.	50
Gambar 21.	53
Gambar 22.	54
Gambar 23.	56
Gambar 24.	58
Gambar 25.	59
Gambar 26.	60
Gambar 27.	60
Gambar 28.	61
Gambar 29.	61
Gambar 30.	62

Gambar 31.	63
Gambar 32.	63
Gambar 33.	64
Gambar 34.	65
Gambar 35.	65
Gambar 36.	66
Gambar 37.	66
Gambar 38.	67
Gambar 39.	67
Gambar 40.	68
Gambar 41.	69
Gambar 42.	69
Gambar 43.	71
Gambar 44.	71
Gambar 45.	71
Gambar 46.	72
Gambar 47.	72
Gambar 48.	73
Gambar 49.	73
Gambar 50.	73
Gambar 51.	74
Gambar 52.	74
Gambar 53.	74
Gambar 54.	75
Gambar 55.	75
Gambar 56.	76
Gambar 57.	77
Gambar 58.	78
Gambar 59.	79
Gambar 60.	80
Gambar 61.	80

Gambar 62.	81
Gambar 63.	81
Gambar 64.	82
Gambar 65.	82
Gambar 66.	83
Gambar 67.	83
Gambar 68.	84
Gambar 69.	85
Gambar 70.	85
Gambar 71.	86
Gambar 72.	86
Gambar 73.	87
Gambar 74.	93
Gambar 75.	94
Gambar 76.	95
Gambar 77.	96
Gambar 78.	97



DAFTAR TABEL

Tabel 1.	4
Tabel 2.	48



ABSTRAK

Salah satu Pertanian Hidroponik yang ada di Kota Padang adalah Arif Hidrofarm, Arif hidrofarm merupakan usaha pribadi yang di kelola oleh Arif Abdul putra, berlokasi di Kecamatan Pauh Kota Padang Sumatra Barat. Sebelumnya identitas usaha bernama Arif Hidroponik, kemudian pada Tahun 2021 berganti nama menjadi Arif Hidrofarm. Dalam sebuah usaha sangat penting nya Identitas usaha yang jelas sebagai Deskripsi dari usaha tersebut. Arif Hidrofarm saat ini memiliki identitas *brand* yang lemah, karena itu tujuan dari tugas akhir ini adalah menghasilkan rancangan grafis ulang *brand identity* yang di aplikasikan sesuai dengan kebutuhan Arif Hidrofarm. *Brand identity* berguna untuk membangun identitas *brand* yang lebih *fresh* dan kuat, Dengan *Brand Identity* yang baru Arif Hidrofarm ini dapat mengangkat potensi yang ada di *brand* ini. . Perancangan yang disajikan dalam karya ini adalah Logo, Office set, Printed Communications, Online Communications, Tradeshow Graphics, Packaging, dan Merchandise. Proses perancangan *Redesign Brand Identity* melalui beberapa tahapan proses berkarya dengan urutan proses pengumpulan data, proses brainstorming proses sketsa dan proses digitalisasi. Ide perancangan ini adalah membangun Ciri khas dan karakter dari Arif Hidrofarm.

Kata kunci : Pertanian, Hidroponik, Brand Identity, Logo, Grafis

ABSTRAK

One of the Hydroponic Farms in Padang City is Arif Hidrofarm. Arif Hidrofarm is a private business managed by Arif Abdul Putra, located in Pauh District, Padang City, West Sumatra. Previously, the business identity was named Arif Hidroponik, then in 2021 it changed its name to Arif Hidrofarm. In a business, it is very important to have a clear business identity as a description of the business. Arif Hidrofarm currently has a weak brand identity, therefore the aim of this final project is to produce a redesigned brand identity graphic that is applied according to Arif Hidrofarm's needs. Brand identity is useful for building a fresher and stronger brand identity. With Arif Hidrofarm's new Brand Identity, it can elevate the potential that exists in this brand. . The designs presented in this work are Logo, Office set, Printed Communications, Online Communications, Tradeshow Graphics, Packaging, and Merchandise. The process of designing Redesign Brand Identity goes through several stages of the work process with the sequence of data collection processes, brainstorming processes, sketching processes and digitization processes. The design idea is to build the characteristics and character of Arif Hidrofarm.

Keywords: Agriculture, Hydroponics, Brand Identity, Logo, Graphic

GLOSARIUM

Brand	: Identitas dari sebuah produk, jasa, atau sesuatu yang sifatnya personalitas
Brand Identity	: elemen kasat mata yang menyampaikan karakter, komitmen, dan nilai-nilai sebuah perusahaan atau tempat wisata
Brand personality	: kegiatan dalam rangka membangun dan membesarkan Brand
Brand positioning	: cara untuk mendemonstrasikan keunggulan dari suatu merek dan perbedaan dari kompetitor lain
Branding	: suatu kumpulan dari aspek-aspek untuk menyampaikan merek
Desain/Design	: perancangan
Hidroponik	: Pertanian modern tanpa tanah
Hidrofarm	: air dan farm pertanian
Lighting	: pencahayaan
Logo	: gambar atau sketsa yang memiliki makna
Merchandise	: produk yang biasa digunakan untuk promosi
Observasi	: Pengamatan
Redesign	: mendesain/merancang ulang
RGB	: Red Green Blue
Stationary set	: peralatan untuk mendesain