



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MATAKA



**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2022**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

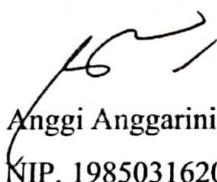
**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas Visual Mataka
Penulis : Azizah Tahija Matar
Jurusan : Teknik Grafika dan Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

Penulisan Laporan Tugas Akhir ini dilakukan melalui proses bimbingan dan telah layak untuk mengikuti Ujian Sidang Tugas Akhir.

Depok, 14 Juli 2022

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I


Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 19850316201012200

Dosen Pembimbing II


Drs. Cecep Gunawan, M.Si
NIP. 196104261997021001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MATAKA

Oleh:

AZIZAH TAHIJA MATAR
1806421025

Disahkan:

Depok, 2 Agustus 2022
Penguji I

Dwi Agnes Natalia Bangun, M. Ds
NIP. 198812152018032001

Penguji II

Rina Ningtyas, M.Si
NIP. 198902242020122011

Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan



Dra. Wiwi Prastiwinarti, M.M
NIP. 196407191997022001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MATAKA

adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam Laporan Tugas Akhir ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya siap menerima sanksi akademik yang berlaku.

Depok, 3 Agustus 2022



Azizah Tahija Matar
1806421025



ABSTRAK

Fashion merupakan salah satu bisnis industri kreatif yang sangat pesat perkembangannya. Dunia *entertainment* menjadi salah satu faktor terbesar dalam penyebarluasan trend fashion. Mataka merupakan salah satu brand fashion yang sudah berdiri sejak tahun 2019 lalu. Koleksi pakaiannya sudah pernah dipakai untuk kebutuhan acara pertelevisian, *photoshoot*, dan *fashion show*. Dalam persaingan fashion yang ketat, sebuah brand membutuhkan suatu identitas visual untuk membedakan satu brand dengan brand lainnya. Walaupun sudah berdiri lebih dari satu tahun, Mataka masih belum memiliki identitas visual yang komprehensif. Karena itu Mataka membutuhkan perancangan identitas visual agar dapat diterapkan pada media turunan secara konsisten. Perancangan ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pengumpulan data berupa wawancara, observasi, studi literatur, dan kuisioner. Adapun metode perancangan yang digunakan adalah metode *design thinking* yang terbagi menjadi *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Perancangan identitas visual Mataka menggunakan konsep visual dengan *key message* “desain pakaian yang dibuat berdasarkan cerita”. *Tone and manner* yang digunakan diambil dari ciri khas desain produk Mataka yaitu abstrak, *unfinished*, dan asimetris siluet. Setelah konsep visual, perancangan dilanjutkan dengan membuat sketsa manual hingga digitalisasi yang menghasilkan tiga alternatif desain komprehensif. Dari ketiga alternatif tersebut dipilihlah satu desain yang menjadi desain akhir untuk logo Mataka. Desain terpilih beserta elemen desain lainnya lalu diterapkan pada media turunan yang berupa label, kartu nama, *hang tag*, *paper bag*, dan stiker. *Graphic Standard Manual* (GSM) juga dibuat untuk memberikan arahan dan ketentuan mengenai penggunaan logo dan elemen identitas visual lainnya.

Kata Kunci : Logo, Identitas Visual, *Fashion*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

Fashion is one of the most rapidly developing creative industry businesses. The entertainment world is one of the biggest factors in the dissemination of fashion trends. Mataka is a fashion brand that has been around since 2019. His clothing collection has been used for television shows, photoshoots, and fashion shows. In the intense fashion competition, a brand needs a visual identity to distinguish one brand from another. Even though it has been established for more than a year, Mataka still does not have a comprehensive visual identity. That's why Mataka needs a visual identity design so that it can be applied consistently to derived media. This design uses qualitative research methods using data collection in the form of interviews, observations, literature studies, and questionnaires. The design method used is the design thinking method which is divided into empathize, define, ideate, prototype, and test. Mataka's visual identity design used a visual concept with the key message "clothing design based on stories". The tone and manner are taken from the design characteristics of Mataka products, namely abstract, unfinished, and asymmetrical silhouettes. After the visual concept, the design was continued by making manual sketches to digitizing which resulted in three comprehensive design alternatives. From the three alternatives, one design was chosen which became the final design for the Mataka logo. The selected design along with other design elements is then applied to derivative media in the form of labels, business cards, hang tags, paper bags, and stickers. The Graphic Standard Manual (GSM) was also created to provide direction and provisions regarding the use of logos and other visual identity elements.

Keywords : *Logo, Visual Identity, Fashion*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PRAKATA

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan berkah serta rahmatnya sehingga saya dapat menyusun Tugas Akhir ini yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Mataka” dengan baik dalam kurun waktu yang telah ditentukan. Tidak lupa ucapan terima kasih kepada kedua orang tua yang senantiasa memberikan dukungan serta doa hingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini dibuat sebagai langkah awal dalam dalam membuat tugas akhir yang nantinya dibuat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.

Setiap proses dan langkah yang telah dilalui hingga selesainya penyusunan Tugas Akhir ini, selalu ada orang yang ikut terlibat dalam membantu dan memberikan ilmunya sehingga penyusunan Tugas Akhir ini dapat selesai pada waktunya. Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, maka kritik dan saran dapat membantu untuk kedepannya. Dengan selesainya Tugas Akhir ini, saya mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Dr. sc. H., Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dra. Wiwi Pratiwinarti, M.M., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Ibu Anggi Anggarini, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis dan Dosen Pembimbing I
4. Drs. Cecep Gunawan, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II
5. Dosen Teknik Grafika dan Penerbitan khususnya program studi Desain Grafis, yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan bimbingan selama menempuh perkuliahan
6. Keluarga saya, terutama orang tua yang telah memberikan dukungan dan semangat agar pembuatan Tugas Akhir dapat berjalan dengan lancar dan selesai dengan baik.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Teman-teman di kelas Desain Grafis A, yang selalu menemani, mengingatkan, mendukung, membantu serta memberi semangat selama masa perkuliahan.

Maria Tasya Kamilah, selaku klien sekaligus pemilik *brand* Mataka yang telah bersedia membantu dan menjadi klien dalam *project* Perancangan Identitas Visual Mataka untuk Tugas Akhir.

Diri saya sendiri yang tetap bangkit dimasa – masa sulit, yang masih berjuang sampai saat ini, dan selalu percaya.

Pihak lain yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberi dukungan selama penyusunan Tugas Akhir ini.



Depok, 30 Juli 2022

Azizah Tahija Matar



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

PRAKATA	1
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	3
1.5 Sistematika Penyusunan	4
BAB II	5
2.1 Brand	5
2.1.2 Brand Identity	5
2.2 Identitas Visual	6
2.3 Logo	6
2.3.1 Tujuan dan Fungsi Logo	7
2.3.2 Jenis Logo	8
2.4 Tipografi	10
2.4.1 Anatomi Huruf	10
2.4.2 Jenis - Jenis Huruf	12
2.5 Warna	14
2.5.1 Jenis - Jenis Warna	14
2.5.2 Karakter dan Simbolisasi Warna	15
2.6 Teori Gestalt	17
2.7 Metode Riset Desain	18
2.7.1 Design Thinking	18
BAB III	20
3.1 Metode Riset Desain	20
3.1.1 Design Thinking	20



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2 Metode Pengumpulan Data	22
3.2.1 Wawancara.....	23
3.2.2 Observasi	23
3.2.3 Studi Literatur	23
3.2.4 Kuisisioner.....	23
3.3 Data dan Analisis.....	24
3.3.1 Profil Klien	24
3.3.2 <i>Product Knowledge</i>	25
3.3.3 Kompetitor	27
3.3.4 <i>Consumer Insight</i>	29
3.3.5 Analisis SWOT	33
3.3.6 Analisis STP	34
3.4 Arahan Kreatif.....	35
BAB IV	37
4.1 <i>Ideate</i>	37
4.1.1 Mind mapping.....	37
4.1.2 Moodboard.....	40
4.1.3 Sketsa Manual.....	42
4.1.4 Digitalisasi	46
4.2 <i>Prototype</i> (Desain Terpilih).....	50
4.2.1 Graphic Standard Manual (GSM).....	52
4.2.2 Media Pendukung	60
4.3 <i>Testing</i>	66
4.3.1 <i>Testing</i> Cetak Hasil Desain Logo	66
4.3.2 <i>Testing</i> Keterbacaan Logo	71
4.3.3 <i>Testing Similarity</i> Logo	73
4.4 Pertimbangan Produksi.....	74
BAB V	76
5.1 Simpulan.....	76
5.2 Saran	77
Daftar Referensi	79

Lampiran

**© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta****Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.3 Logo Chivvy Me	27
Gambar 3.4 Logo Prettycia	28
Gambar 3.5 Logo Meg Contemporer	29
Gambar 3.6 Halaman Instagram Mataka	31
Gambar 3.7 Screenshot pilihan jawaban no.7	32
Gambar 3.8 Screenshot pilihan jawaban no.8	32
Gambar 4.1 Mind Map	38
Gambar 4.2 Konsep Dynamic Logo	39
Gambar 4.3 Moodboard	40
Gambar 4.4 Moodboard Dynamic Logo	41
Gambar 4.5 Sketsa Manual Logo	42
Gambar 4.6 Sketsa thumbnail 1	43
Gambar 4.7 Sketsa thumbnail 2	44
Gambar 4.8 Sketsa Manual Supergraphic	45
Gambar 4.9 Sketsa Manual Dynamic Logo (Basic)	45
Gambar 4.10 Sketsa Manual Dynamic Logo	46
Gambar 4.11 Alternatif 1	47
Gambar 4.12 Alternatif 2	48
Gambar 4.13 Dynamic Logo (Alt 2)	48
Gambar 4.14 Alternatif 3	49
Gambar 4.15 Alternatif Supergraphic	49
Gambar 4.16 Logo Utama Mataka	50
Gambar 4.17 Secondary Logo 1	51
Gambar 4.18 Secondary Logo 2	51
Gambar 4.19 Brand Moodboard	52
Gambar 4.20 Mockup Graphic Standard Manual	52
Gambar 4.21 Colors	54
Gambar 4.22 Typeface	55

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

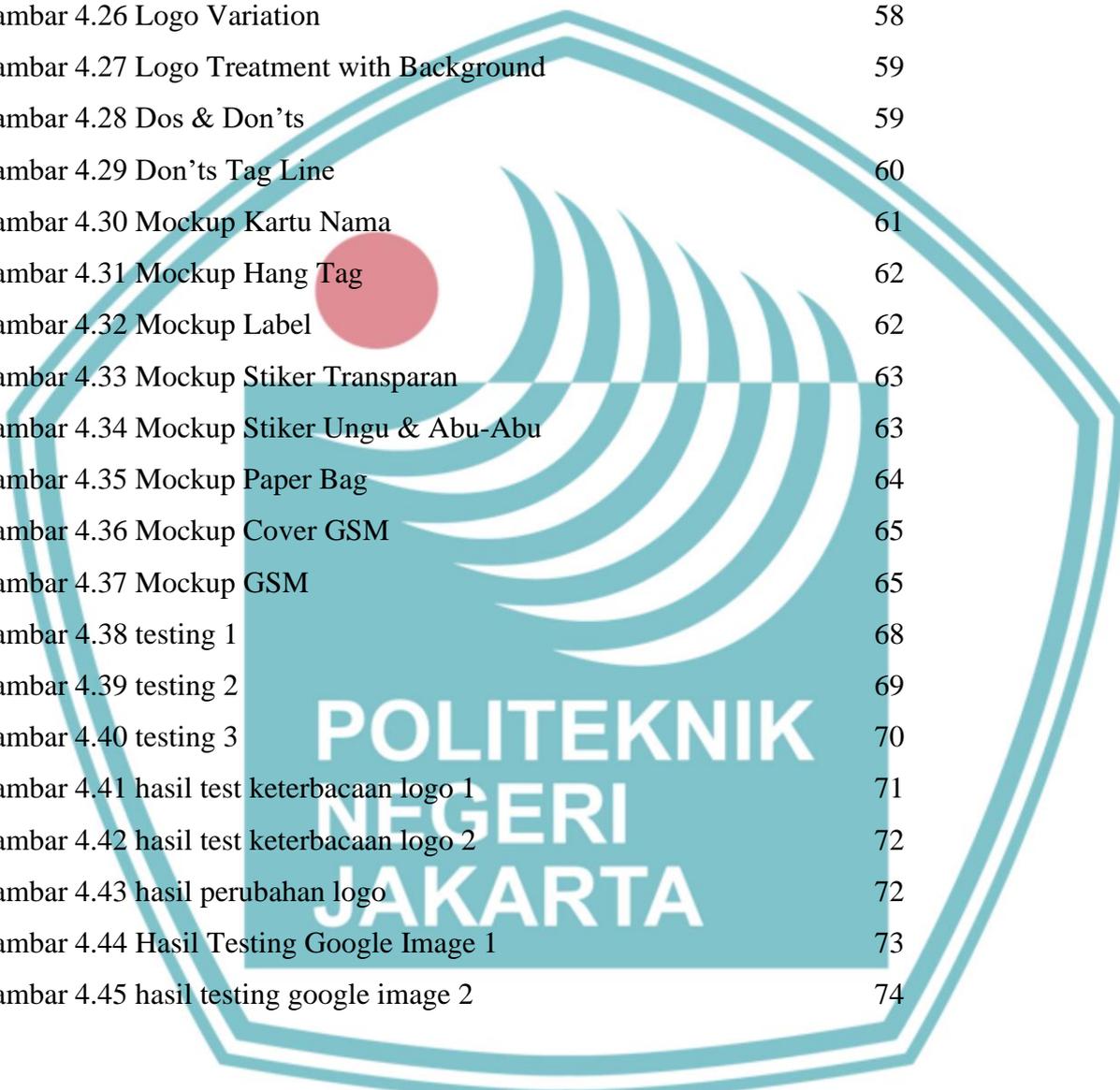


Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 4.23 Supergraphic	56
Gambar 4.24 Clear Space & Grid	57
Gambar 4.25 Minimum Size	57
Gambar 4.26 Logo Variation	58
Gambar 4.27 Logo Treatment with Background	59
Gambar 4.28 Dos & Don'ts	59
Gambar 4.29 Don'ts Tag Line	60
Gambar 4.30 Mockup Kartu Nama	61
Gambar 4.31 Mockup Hang Tag	62
Gambar 4.32 Mockup Label	62
Gambar 4.33 Mockup Stiker Transparan	63
Gambar 4.34 Mockup Stiker Ungu & Abu-Abu	63
Gambar 4.35 Mockup Paper Bag	64
Gambar 4.36 Mockup Cover GSM	65
Gambar 4.37 Mockup GSM	65
Gambar 4.38 testing 1	68
Gambar 4.39 testing 2	69
Gambar 4.40 testing 3	70
Gambar 4.41 hasil test keterbacaan logo 1	71
Gambar 4.42 hasil test keterbacaan logo 2	72
Gambar 4.43 hasil perubahan logo	72
Gambar 4.44 Hasil Testing Google Image 1	73
Gambar 4.45 hasil testing google image 2	74



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matriks Analisis SWOT	33
Tabel 3.2 Creative Brief Mataka	35
Tabel 4.1 Pemaknaan Logo	53



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir
2. Transkrip wawancara
3. Hasil Kuisisioner
4. Mindmap
5. CV



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fashion dalam bisnis merupakan pakaian modis sebagai industri kreatif yang dihasilkan oleh para perancang busana. *Trend fashion* di Indonesia didorong oleh Media Massa, Dunia *Entertainment*, Dunia Bisnis, dan Internet. Dunia *Entertainment* menjadi faktor terbesar dalam penyebarluasan *trend fashion*. Selebritas yang muncul di berbagai media selalu berganti mode busana mengikuti *trend fashion*, mereka tampil dengan menyajikan pakaian yang berbeda setiap harinya. Hal itu menjadi hal yang wajar karna para artis dan entertainer tersebut menjadi sorotan dan idola yang akan dilihat dan diikuti oleh masyarakat (Mega, 2017).

Kebutuhan *fashion* yang tinggi dalam Dunia *Entertainment*, menjadikan desainer berlomba-lomba membuat pakaian untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Para desainer papan atas hingga desainer baru memiliki koleksi baju mereka masing-masing dan dengan ciri khas *brand* mereka masing-masing. Beragam nama *brand* desain *fashion* bersaing memamerkan koleksi pakaiannya di acara *fashion show* yang digelar setiap tahunnya.

Untuk dapat dikenali oleh masyarakat luas, setiap *brand* haruslah memiliki identitas visual agar dapat dengan mudah dikenali dan dibedakan produknya dengan produk *brand* lain. Identitas visual yang kuat juga dapat memberikan citra yang baik pada pandangan masyarakat. Dengan adanya identitas visual, masyarakat dapat mengetahui produk, dan ciri khas dari suatu *brand* (Ismi, 2021).

Identitas visual menjadi hal penting dalam suatu *brand* atau perusahaan dimana untuk membuat konsumen mengenali dan mengingat dengan mudah nama serta produk atau jasa yang ditawarkan, dibutuhkan suatu tanda pengenal yang berupa visual, gambar, tulisan, yang memberikan citra tersendiri dan semua itu terangkum dalam identitas visual. Penggunaan identitas visual pun harus konsisten dalam artian identitas visual tersebut diterapkan pada media – media pendukung



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

yang dibutuhkan oleh suatu *brand* atau perusahaan. Identitas visual sendiri memiliki elemen yang berupa logo, tipografi, warna, hingga elemen visual. (Landa, 2019)

Mataka merupakan salah satu *brand* desain busana yang baru berdiri pada tahun 2019 lalu. Walaupun merupakan *brand* baru, koleksinya sudah pernah dipakai untuk memenuhi kebutuhan acara pertelevisian, *photoshoot*, dan *fashion show*. Mataka sendiri memiliki produk busana yang mempunyai ciri khas dimana rancangan bajunya terinspirasi dari cerita sedih, bahagia, masalah sosial, bahkan politik sekitar, sehingga setiap desain baju Mataka memiliki nilai cerita tersendiri.

Produk Mataka tersedia untuk *ready to rent* dan Mataka juga menyediakan jasa *custom made system*. Pakaian yang tersedia untuk disewa merupakan koleksi Mataka yang telah dibuat sebelumnya. Mataka menggelar *fashion show*-nya sendiri untuk mengeluarkan koleksi – koleksi terbarunya. Hal itu dilakukan dalam rentan waktu 1-2 tahun. Pakaian yang ditampilkan pada *fashion show* itulah yang biasanya disewakan untuk keperluan *entertainment* dan *photoshoot*. *Fashion show* Mataka biasanya diadakan mengikuti *event fashion* yang sedang berlangsung seperti JFFF (*Jakarta Fashion & Food Festival*), ITFW (*Indonesia Teen Fashion Week*) dan *event fashion* lainnya.

Walaupun merupakan *brand* yang sudah berdiri lebih dari setahun, sayangnya Mataka belum memiliki identitas visual yang komprehensif. Selama menjalani bisnisnya hingga saat ini, Mataka tidak memiliki identitas visual yang konsisten untuk diterapkan.

Melihat hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mataka membutuhkan identitas visual yang komprehensif untuk dapat diterapkan secara konsisten. Dengan dibuatnya identitas visual, maka penggunaan identitas visual dapat diterapkan pada media – media turunan sehingga dapat meningkatkan *awareness* yang kemudian memudahkan *audiens* mengenali dan membedakan *brand* Mataka dengan *brand fashion* lainnya.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu bagaimana merancang identitas visual Mataka yang komprehensif agar dapat diterapkan secara konsisten.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunan tugas akhir ini, terdapat pembatasan masalah agar pembahasan tidak keluar dari topik utama yang akan dibahas. Beberapa pembahasan pokoknya yaitu :

- a. Proses perancangan identitas visual Mataka
- b. Penggunaan teori-teori desain untuk mendukung pembuatan identitas visual.
- c. Penerapan identitas visual berupa logo, tipografi, *corporate colors*, dan *supergraphic* pada beberapa media turunan.

1.4 Tujuan dan Manfaat

- a. Tujuan
 1. Memaparkan proses serta hasil perancangan identitas visual Mataka
 2. Menjelaskan teori-teori desain yang berkaitan dalam perancangan identitas visual Mataka
 3. Menjelaskan penerapan hasil identitas visual Mataka pada media pendukung.
- b. Manfaat
 1. Manfaat praktis :
Mataka mempunyai identitas visual yang komprehensif sehingga dapat digunakan dengan mudah dan dapat diterapkan secara konsisten pada media yang dibutuhkan.
 2. Manfaat teoritis :
Menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi dan pembelajaran bagi akademisi tentang perancangan identitas visual suatu *brand*, khususnya *brand* yang bergerak dibidang *fashion*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.5 Sistematika Penyusunan

Tugas Akhir ini dibagi ke dalam 5 (lima) bab yang disusun secara berurutan dan sistematis agar pembahasan dan penyajian materi terpapar dengan baik sehingga mudah dipahami. Adapun susunan penyusunannya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab satu dijelaskan mengenai latar belakang perancangan identitas visual Mataka. Setelah itu penjelasan tentang rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan, manfaat penyusunan, serta penjelasan mengenai sistematika penyusunan tugas akhir ini.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Pada bab dua ini berisi teori - teori yang digunakan untuk mendukung perancangan identitas visual Mataka. Teori yang digunakan berdasarkan teori yang ada pada buku - buku dan jurnal yang ada kaitannya dengan topik pembahasan tugas akhir ini.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab tiga menjelaskan tentang metode perancangan yang digunakan dalam perancangan identitas visual Mataka, dari mulai metode riset desain, metode pengumpulan data, data dan analisis, serta terakhir arahan kreatif.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab empat menjelaskan tentang hasil dan pembahasan desain identitas visual Mataka. Pembahasan dimulai dari konsep visual, proses desain, media pendukung, hingga pertimbangan produksi.

BAB V PENUTUP

Bab lima merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dari keseluruhan perancangan identitas visual Mataka dan saran yang dapat diambil dari penulisan tugas akhir ini.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil Perancangan Identitas Visual Mataka yang telah dilakukan sebelumnya, dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu :

- a) Perancangan identitas visual Mataka diawali dengan pencarian data yang dilakukan dengan cara wawancara, observasi, kuisisioner, serta studi literatur. Berdasarkan data yang diperoleh diketahui bahwa Mataka menginginkan identitas visual yang dapat menggambarkan ciri khas dan keunikan brand Mataka yaitu ‘mendesain baju berdasarkan cerita’. Dari data-data yang telah didapatkan dibuatlah konsep visual dengan key message “desain pakaian yang dibuat berdasarkan cerita” serta *tone and manner abstract, unfinish, dan asimetris siluet*.

Berdasarkan konsep tersebut dihasilkan tiga alternatif logo yaitu Alternatif 1 (*word mark logo*), Alternatif 2 (*dynamic logo*), dan Alternatif 3 (*letter form logo*). Dari ketiga pilihan desain logo tersebut, Alternatif 1 (*word mark logo*) dipilih sebagai desain akhir. Logo tersebut berupa tulisan ‘Mataka’ dengan *font script*, lalu dibuat sedemikian rupa sehingga terdapat bentuk objek gunting, jarum, ujung pena, dan tulisan itu sendiri. Logo tersebut dipilih berdasarkan keputusan klien, karna dirasa terlihat simple namun memiliki bentuk yang unik dan tidak biasa. Alternatif 2 tidak dipilih karna merupakan logo campuran yang terdiri dari *logogram* dan *word mark logo*. Walaupun memiliki *dynamic logo* yang unik, tetapi klien merasa bentuk *logogram*-nya kurang sesuai jika dijadikan logo *brand* Mataka. Untuk Alternatif 3 tidak dipilih karna bentuk huruf ‘M’ yang menjadi *letter form logo* terlihat terlalu simple walaupun bentuknya unik.

- b) Logo yang dipilih sebagai desain akhir merupakan *word mark logo* yang berupa tulisan ‘Mataka’. Unsur-unsur desain yang digunakan pada logo



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

merupakan garis, warna, tipografi, dan bentuk. Sedangkan untuk prinsip desain yang digunakan merupakan proporsi, dan irama.

- c) Hasil perancangan identitas visual kemudian diturunkan pada media pendukung. Penerapan logo dilakukan sesuai media masing-masing. Logo utama diterapkan pada label, stiker, dan *paper bag*. Logo sekunder (dengan *tag line*) diterapkan pada cover GSM, kartu nama, dan stiker. Logo sekunder 2 (tanpa *tag line*) diterapkan pada *hang tag*, dan stiker transparan. Selain penerapan logo, media pendukung juga menggunakan warna-warna *brand* dengan dominasi warna *mulberry purple* dan putih. Elemen *supergraphic* juga ditambahkan pada media kartu nama, *hang tag*, stiker, dan GSM.

Setelah desain media turunan dibuat, dilakukan *testing* untuk mendapatkan gambaran mengenai hasil desain sebelum nantinya dicetak dengan benar, dan mengurangi kesalahan yang mungkin terjadi. Berdasarkan hasil *testing* yang dilakukan pada media kertas HVS A4, terdapat hasil desain yang kurang sesuai pada *tag line* logo dengan warna putih dan ukuran kecil. Oleh karena itu dilakukan penyesuaian desain kembali pada media turunan dan GSM.

5.2 Saran

Setelah melalui proses Perancangan Identitas Visual Mataka, berikut merupakan saran yang bisa diambil jika melakukan perancangan yang serupa :

- a) Untuk merancang sebuah identitas visual, pendekatan yang digunakan bisa menggunakan pendekatan lain diluar pendekatan yang tertera pada perancangan ini.
- b) Jika ingin menerapkan identitas visual pada media pendukung, tanyakan pada klien media apa yang memang dibutuhkan untuk penerapan logo dan identitas visual. Setelah itu boleh juga menambahkan desain media pendukung tambahan untuk kedepannya jika sewaktu waktu dibutuhkan.
- c) Dalam merancang logo, terkadang pesan dan kesan yang ingin disampaikan dapat mengecoh pembuatan bentuk logo sehingga hasil logonya tidak menggambarkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh *brand* yang dapat

membuat orang yang melihat salah mengartikan logo tersebut. Oleh karena itu, penting untuk tetap memperhatikan bagaimana merancang logo yang juga menggambarkan produk atau jasa *brand* tersebut.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Daftar Referensi

- Al Fariz, H. H. (2021). *Makna Logo Pondok Pesantren Fatkhul Mu'in Purwokerto (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)*. 88.
- Anggraini S, L., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*. NUANSA CENDEKIA.
- Bima Sapriilla, R., & Hidayat, S. (2019). *Perancangan Identitas Visual dan Media Informasi Kampung Batik Laweyan*.
- Ismi, T. (2021, January 22). Visual Identity, Faktor Penting dalam Membentuk Persepsi Konsumen. *Glints Blog*. <https://glints.com/id/lowongan/visual-identity-adalah/>
- Iswanto, I., & Roniwijaya, P. (2017). PEMBELAJARAN MODEL MIND MAP UNTUK MENINGKATKAN AKTIVITAS DAN HASIL BELAJAR KOMPETENSI SISTEM KELISTRIKAN DAN INSTRUMEN SISWA KELAS XI TEKNIK SEPEDA MOTOR SMK DIPONEGORO DEPOK SLEMAN. *TAMAN VOKASI*, 5(1), 92. <https://doi.org/10.30738/jtvok.v5i1.1541>
- Januariyansah, S. (2017). *ANALISIS DESAIN LOGO BERDASARKAN TEORI: EFEKTIF DAN EFISIEN*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20543.97448>
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. B. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>
- Khasanah, N. (2019). *Pengembangan Media Moodboard pada Mata Kuliah Desain Busana Lanjut Prodi Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Semarang*.
- Khofifah, M. (2017). *Program Studi Seni Rupa Konsentrasi Desain Komunikasi Visual*. 64.
- Laksono, A. A. (2020). *Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual*. 52.
- Landa, R. (2019). *Graphic Design Solutions, Sixth Edition (06 Edition)*. Cengage.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Maharsi, I. (2013). *Tipografi: Tiap font memiliki nyawa dan arti* (Cetakan pertama). CAPS (Center for Academic Publishing Center).
- Mega, A. (2017, January 21). Perkembangan Trend Fashion di Indonesia. *Kompasiana Beyond Blogging*. <https://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/p/erkembangan-trend-fashion-di-indonesia>
- Nugroho, S. (2015). *Manajemen Warna dan Desain*. ANDI.
- Onaindia, C., & Resnick, B. (2013). *Designing B2B Brands: Lessons from Deloitte and 195,000 Brand Managers*. John Wiley & Sons, Inc.
- Prawita, R., Swasty, W., & Aditia, P. (2017). *MEMBANGUN IDENTITAS VISUAL UNTUK MEDIA PROMOSI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH*. 16.
- Rahman, Y., Triani, A. R., & Yuldinawati, L. (2019). Perancangan Ulang Identitas Visual BDC (Business Development Center) dan Implementasinya pada Media Promosi. *Charity*, 3(1). <https://doi.org/10.25124/charity.v3i1.2183>
- Ramdani, G. (2019). *Desain Grafis* (Edisi Revisi). IPB Press.
- Rizky Rabbani, A., Muftiadi, A., & Sukoco, I. (2021). PENERAPAN DESIGN THINKING TERHADAP USAHA BAJU DI TOKO SETAL PANGKALPINANG DENGAN MENGGUNAKAN WEBSITE SEBAGAI SALAH SATU SOLUSI. *Rainstek Jurnal Terapan Sains dan Teknologi*, 3(3), 167–175. <https://doi.org/10.21067/jtst.v3i3.6046>
- Setiawati, S. D. (n.d.). *Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah*. 12.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran

i) Lembar Bimbingan Tugas Akhir

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Azizah Tahija Matar	
NAMA PEMBIMBING		Anggi Anggarini, M.Ds	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Ulang Identitas Visual Mataka	
KETERANGAN:			
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	8 April 2022		1. Menyusun bab 1, 2. Melakukan wawancara mendalam pada klien 3. Menyusun pertanyaan wawancara terstruktur
2	15 April	pada latar belakang kurang penjelasan mengenai identitas visual, penjelasan lengkap masalah klien, dan terlalu banyak fenomena. Masalah yang diangkat masih kurang terfokus	1. Menyelesaikan bab 1 2. Menanyakan kembali kepada klien tentang fokus usaha yang ingin dibuatkan identitas visual, sehingga permasalahan yang diangkat jelas 3. Melanjutkan bab 2, membuat kerangka teori
3	5 Mei 2022	pada bab 2, teori yang disajikan kurang lengkap. pada bab 3 bagian metode riset desain, prosesnya ada yang kurang. cari responden yang bisa menjadi calon konsumen Mataka, mengerti fashion dan dapat memberikan insight	1. Menyelesaikan revisi yang diberikan 2. Melakukan wawancara untuk consumer insight 3. Melanjutkan matriks SWOT
4	17 Juni 2022	ubah judul menjadi perancangan identitas visual mataka saja, latar belakang disesuaikan. untuk mind map breakdown lagi bagian 'desain pakaian dibuat berdasarkan cerita' dan yg lain sampai ketemu objek-objek, moodboardnya menyesuaikan.	1. latar belakang sudah direvisi 2. Mindmap dan moodboard sudah direvisi 3. Lanjut ke proses sketsa
5	22 Juni 2022	cari objek yang merepresentasikan bagaimana mataka membuat cerita tersebut, ceritanya direpresentasikan dengan suatu bentuk	1. mindmap, moodboard disesuaikan kembali dengan idenya. 2 lanjutkan lagi proses sketsa
6	6 July 2022	stroke pada huruf logo dibalkan sedikit, beri lubang pada jarumnya	menyelesaikan gsm, mockup, lanjut ke penulisan
7	12 July 2022	cover gsm diubah, alternatif logo masuk ke proses digitalisasi, penulisan proses testing setelah media pendukung	menyelesaikan bab 4 dan bab 5. proses lakukan testing, dan hasil testing yang tidak sesuai dilakukan penyesuaian kembali pada gsm
8	14 July 2022	masukan semua sketsa manual. kesimpulan berisi pemaparan proses perancangan desain (tidak usah terlalu mendetail), apa hasil desainnya, mengapa desain tersebut dipilih, penjelasan prinsip desain dan teori lain, bagaimana penerapan hasil desain pada media pendukung.	menyelesaikan revisi-revisi yang diberikan
			*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- ii) Transkrip Wawancara

Wawancara dengan klien

1. Sudah sejak kapan Mataka berdiri?

Mataka sudah ada sejak 2019

2. Bisa dijelaskan deskripsi usaha Mataka? (bergerak dibidang apa, berdiri sejak kapan, produk/jasa apa yang ditawarkan, penjelasan singkat mengenai pembagian tenaga kerja (misalnya terdiri dari satu desainer, asisten desainer, sosial media manager, fotografer), jam kerja (buka setiap hari apa), dan hal lainnya yang ingin dijelaskan).

Nama mataka merupakan singkatan dari nama ownernya sendiri MArIA TAsya KAmilah. mataka adalah sebuah brand fashion yang mengangkat konsep "every design has a story" dengan menjadikan sebuah cerita sedih, bahagia, kecewa, traumatis, masalah sosial, politik sekitar atau apapun menjadi sebuah karya fashion yang indah. singkatnya mengubah kisah dramatic, traumatic menjadi fashion. setiap design mataka memiliki nilai nilai cerita tersendiri.

Mataka memiliki ready to wear dan custom made system sehingga orang orang dapat memakai karya secara langsung ataupun membuat design eksklusif. Mataka juga menyewakan koleksinya untuk photoshoot dan juga acara televisi dan keperluan media.

Mataka terdiri dari 1 designer dan 2 asisten designer. Mataka saat ini online service, produk yang dipasarkan melalui online dan melayani consul fashion di hari senin-jumat jam 9 pagi hingga 5 sore begitu pula untuk waktu produksinya. ada 2 tukang jahit dan 1 tukang payet.

3. Siapa target pasar untuk Mataka? (contoh : untuk orang" di jabodetabek, usia 18-25, kalangan menengah keatas, orang yg ingin tampil unik, dsb)

Kebanyakan design mataka dibuat untuk wanita berusia 17 tahun hingga 30 tahun yang ingin mengekspresikan diri mereka melalui fashion dan lebih percaya diri. mataka juga menyediakan custom made untuk kids fashion. sebenarnya mataka bukan brand yg menjual fashion kaya di shoppee" gtu zaa yg sekali bikin banyak. jadi aku buat brand mataka ini bertujuan agar orang" pakai bajunya itu ga sama kaya orang lain. jadi semua di buay eksklusif. 1 design 1 baju dibuat. gaada copy" lainnya.

Untuk yg ready to wear saat ini jg sama dibuatnya 1 design 1 baju aja. kalau custom made sesuai ukuran client dan design yg diinginkan. ini siap pakai ukurannya bisa M,L,XL tapi aku seringnya buat ukuran M yg biasa di sewa untuk acara televisi. nah nanti mataka lagi proses buat anaknya ni namanya



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

once by mataka. dia lebih ke baju simple sehari" yang 1 desigannya bisa 5-10 baju untuk di jual di toko commercial. mataka skrg biasanya baju yg fashion bgt untuk fashion show, acara" gitu bukan yg sehari". intinya yg orang" PD berbusananya karna agak out of the box ga simple casual.

4. Usaha yang sekarang ada konsumennya orang-orang tv dan model, Maria sendiri nanti ada rencana buat bikin "Once by Mataka" yang pasarnya juga beda. Nah untuk sekarang Maria ingin fokus ke bisnis yang mana untuk dibuat brandingnya, apakah branding yang ingin dibuat hanya untuk mataka atau bagaimana?

Aku fokusin mataka dulu zaa yang baju-baju buat photoshoot, acara tv atau fashion show, si Once itu masih planning soalnya dia lebih ke baju-baju simpe sehari-hari kan, jadi aku fokus branding brand utamanya dulu, Mataka.

5. Maria ingin terlihat seperti apa logo Mataka nya? Kesan apa yang ingin ditampilkan, dan gaya desain yang seperti apa yang Maria inginkan?

Aku pengen kesan yang simple tapi ada uniknya. Aku juga pengen banget kaya simbol gitu tapi kayanya impossible gak si dari nama mataka aja simbol atau nama yang simple tapi gak biasa gitu Zaa.

6. Untuk warna kamu pengen warna apa Mar? kalo yang lama kan lebih ke warna ungu, maroon, dan kesannya jadi agak *dark misterius* ya.

Kayanya masih ini aja za tapi tulisannya itu dominan item supaya keliatan? item, ungu, pink gitu. maroon gak. Warnanya yang kalem-kalem ya. Pokoknya yang *tonenya* gelap kalem.

7. Dari contoh logo yang Maria kirim kesannya elegan, modern, apakah ingin seperti itu juga?

Iya si elegan tapi gak biasa soalnya baju-baju mataka itu kebanyakan yang finishingnya gak rapi, kebanyakan *abstract* atau *unfinish*, dan siluetnya juga yang asimetris. banyak *fabric manipulation* yang *abstract* juga.

8. Siapa kompetitor terdekat dari brand Mataka?

Chivvy Me

9. Apa ciri khas dan keunikan yang ingin ditonjolkan dari brand Mataka?

Ciri khas brand mataka, asimetris siluet, fabric manipulation, sequins details

10. Bagaimana Mataka memasarkan koleksi baju-bajunya?

Lewat instagram, lewat koneksi sendiri ke *stylist-stylist* kalau misalnya bajunya disewa untuk acara media atau *photoshoot*.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

11. Media details apa yang dibutuhkan nantinya untuk penerapan identitas visual Mataka?

Kartu nama, hang tag, label, sticker





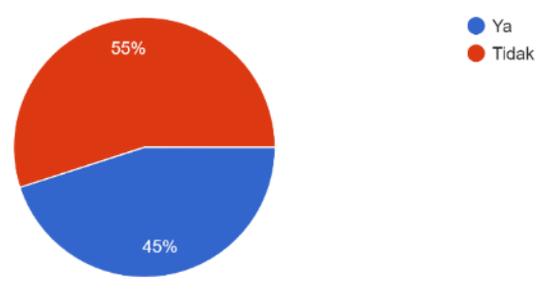
Hak Cipta :

- 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
- 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

iii) Kuisisioner

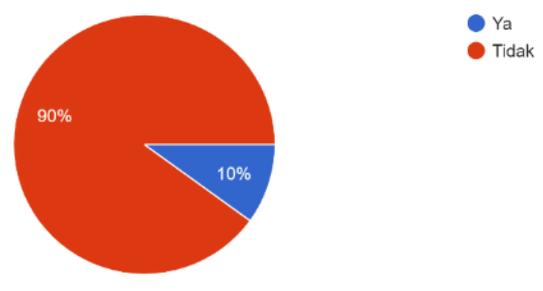
1. Apakah anda pernah mendengar mengenai brand Mataka?

20 responses



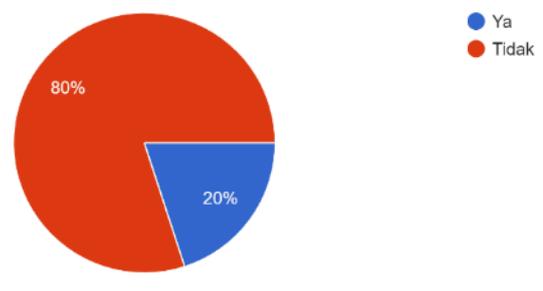
2. Apakah anda pernah menggunakan jasa dari brand Mataka?

20 responses



3. Dari gambar berikut, apakah anda dapat menemukan logo dari Mataka?

20 responses





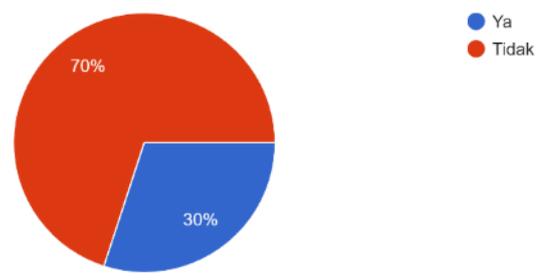
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

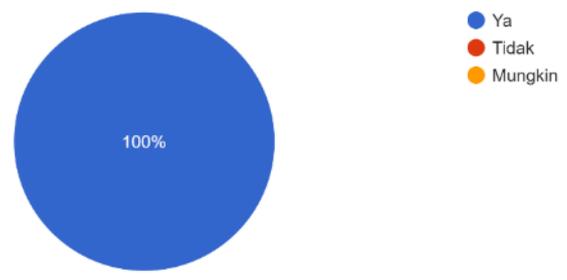
4. Jika anda pergi ke Instagram @mataka_official apakah anda dapat menemukan logo dari Mataka?(https://www.instagram.com/mataka_official/)

20 responses



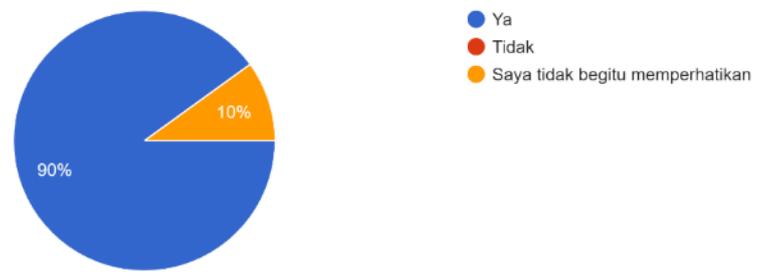
5. Menurut anda apakah setiap brand fashion membutuhkan identitas visual yang baik?

20 responses



6. Apakah dengan adanya logo pada sebuah brand fashion, memudahkan anda dalam memilih dan mencari produk yang anda inginkan?

20 responses



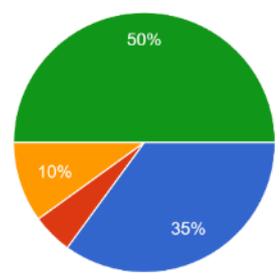


Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

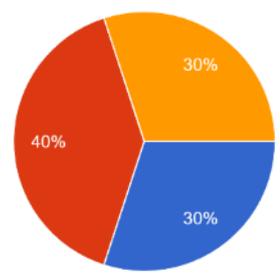
- 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Logo jenis apa yang lebih memudahkan anda mengenali suatu brand fashion?
20 responses



- Logotype (nama/inisial)
- Logo gambar/symbol (gambar benda/hewan/tumbuhan yang ada wujudnya)
- Abstract Mark logo (bentuk abstrak, ciri khas dari brand)
- Logo kombinasi (gabungan antara gambar dan tulisan)

8. Berdasarkan Instagram Mataka yang telah anda kunjungi, menurut anda logo seperti apa yang cocok dengan brand Mataka?
20 responses



- Simbol
- Lettermark Logo
- Wordmark Logo





Hak Cipta :

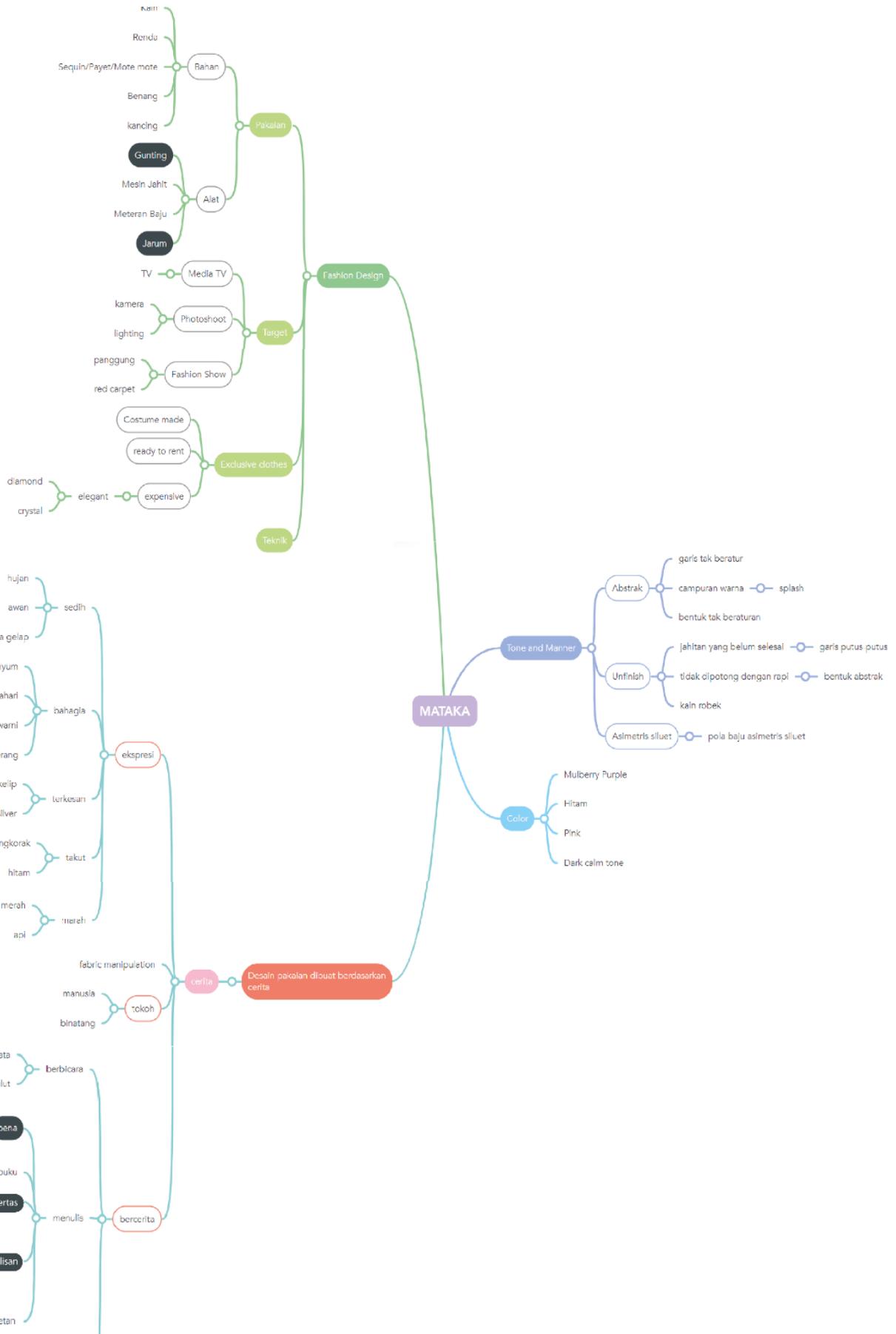
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

iv) Mindmap





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

v) CV

CURRICULUM VITAE



AZIZAH TAHIJA MATAR
Graphic Designer

Making some art is one of my hobbies, but when I learn about graphic design, I can create more meaningful and useful art

Hobbies



Drawing



Gaming



Photography

Achievements

- 1st Winner of Wall Magazine Comp. (2014)
- 2nd Winner of Wall Magazine (2013, 2014)
- 2nd Winner of Calligraphy Comp. (2014)

Jakarta, 25 January 2000



+62 896 0122 2725



tahiyamatar.id@gmail.com



Jl. Lapangan Bola
Gg.Musholla II No.23 004/10
Kebon Jeruk, Jakarta Barat



@azzizah.fm

Education

- Politeknik Negeri Jakarta (2018-Now)
- SMAN 112 Jakarta (2015-2018)
- MTs N 12 Jakarta (2012-2015)
- MI Al-Fakhriyyah (2006-2012)

Software Skills



Soft Skills

Researcher

Creative

Team Working

Learner

Activities

College :

- Committee of Graphic Design Public Lecture (2019)
- Security of UMPN (2019)
- Talent of Big Boss (2019, 2018)
- Public Relation of Bidikmisi Goes to School (2019)

High School :

- Head of Public Relation of Islamic Leadership (2017)
- Head of Public Relation Prophet's Birthday (2017)
- Calligraphy Project Officer of Muharram Feast Day (2016)
- Jamboree Districk (2016)
- Secretary of the Prophet's Birthday Committee (2015)