

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN BRAND COLLATERAL**  
**SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI**  
**PADA BRAND HELM “UPRIDE HELMET”**  
**YOGYAKARTA**

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk  
memperoleh gelar Ahli Madya**



Disusun oleh :

**KRISNA RADIKA RAWANAGIRI PUTRA RIYADI**

NIM : 21100082

**PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS**  
**JURUSAN DESAIN**  
**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA**  
**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN BRAND COLLATERAL SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI PADA BRAND  
HELM "UPRIDE HELMET YOGYAKARTA  
Penulis : Krisna Radika Rawanagiri Putra Riyadi  
NIM : 21100082  
Program Studi : Desain Grafis  
Jurusan : Desain

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa tanggal 23 Juli 2024

Disahkan oleh,  
Ketua Penguji



Drs. Hari Purnomo, M.Sn.  
NIP. 196611271994031001

Anggota I



Andriyana, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 199312162020121007

Anggota II



Jati Raharjo, M. Sn  
NIP. 19810720201012002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Desain



Tri Fajar Yurmama Supiyanti, S.Kom., MT  
NIP. 198011122010122003

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di Jakarta, 11 Juli 2021 .....

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN BRAND COLLATERAL  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN  
INFORMASI PADA BRAND HELM UPRIDE  
HELMET YOGYAKARTA

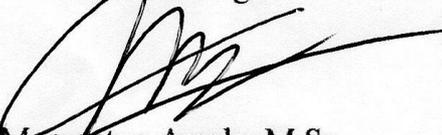
Penulis : Krisna Radika Rawanagiri Putra Riyadi

NIM : 21100082

Program Studi : Desain Grafis

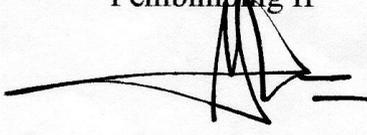
Jurusan : Desain

Pembimbing I



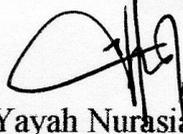
Marventyo Amala, M.Sn.  
NIP. 199103072020121009

Pembimbing II



Mohammad Ismed. ST, M.I.Kom.  
NIP. 199103072020121009

Koordinator Program Studi



Yayah Nurasih M.Pd.  
NIP. 199308012020122013

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademika Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Demi  
Nama : Krisna Radika Rawanagiri Putra  
Riyadi  
NIM : 21100082  
Program Studi : Desain Grafis  
Jurusaan : Desain  
Tahun Akademik : 2023/2024

pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: “PERANCANGAN BRAND COLLATERAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI PADA BRAND HELM UPRIDE HELMET YOGYAKARTA”.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak-Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 5 Juli 2024

Yang m

Krisna I  
Riyadi  
NIM: 21100082



## PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Penulis : Krisna Radika Rawanagiri Putra Riyadi  
NIM : 21100082  
Program Studi : Desain Grafis  
Jurusan : Desain  
Tahun Akademik : 2023/2024

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“PERANCANGAN BRAND COLLATERAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI  
PADA BRAND HELM UPRIDE HELMET YOGYAKARTA”

**adalah Original, belum pernah dibuat oleh pihak lain dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 5 Juli 2024

Yang menyatakan

Krisna Radika R

Riyadi

NIM: 21100082



## ABSTRAK

*The automotive hobby, especially motorcycles, is very popular in Indonesia, with the number of motorcycles reaching 110.1 million units by 2022 according to BPS. Custom motorcycle culture, which is modifying motorcycles for appearance and comfort, is an important part of this hobby. Helmets, as key safety accessories, not only for safety but also aesthetics, play an important role. Upride Helmet, a local helmet manufacturer from Yogyakarta, produces the Slimhead 500TX helmet specifically designed for custom motorcycle enthusiasts. It offers an aerodynamic design and high comfort with removable interior padding. Despite being a home production, the quality of this helmet is on par with major manufacturers. To strengthen the brand identity and attract consumers, Upride Helmet needed effective Brand Collateral. The Look Book was chosen as the main media because it is able to present the product in a Visually appealing and creative way. The Look Book combines photography, design, and an attractive layout, effective in attracting consumer interest. This research designs Brand Collateral in the form of a Look Book as a promotional and informational media for Upride Helmet, with a focus on strong Visual delivery to increase product appeal in the eyes of consumers.*

**Keyword: automotive, brand, helmet, collateral, promotion**

Hobi otomotif, terutama sepeda motor, sangat populer di Indonesia, dengan jumlah sepeda motor mencapai 110,1 juta unit pada tahun 2022 menurut BPS. Custom culture motor, yaitu memodifikasi sepeda motor untuk penampilan dan kenyamanan, menjadi bagian penting dari hobi ini. Helm, sebagai aksesoris keselamatan utama, tidak hanya untuk keamanan tetapi juga estetika, memainkan peran penting. Upride Helmet, produsen helm lokal dari Yogyakarta, memproduksi helm Slimhead 500TX yang dirancang khusus untuk penggemar motor custom. Helm ini menawarkan desain aerodinamis dan kenyamanan tinggi dengan bantalan interior yang dapat dilepas. Meskipun merupakan produksi rumahan, kualitas helm ini setara dengan produsen besar. Untuk memperkuat identitas merek dan menarik konsumen, Upride Helmet membutuhkan Brand Collateral yang efektif. *Look Book* dipilih sebagai media utama karena mampu menyajikan produk secara *Visual* menarik dan kreatif. *Look Book* menggabungkan fotografi, desain, dan tata letak yang menarik, efektif dalam menarik minat konsumen. Penelitian ini merancang Brand Collateral dalam bentuk *Look Book* sebagai media promosi dan informasi bagi Upride Helmet, dengan fokus pada penyampaian *Visual* yang kuat untuk meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

**Kata Kunci: otomotif, merek, helm, collateral, promosi**

## PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah menganugerahkan nikmat yang luar biasa, memberi kekuatan serta kemampuan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal tugas akhir ini. Proposal ini berisi perancangan mengenai pengenalan sebagai sumber informasi mengenai celana selvedge denim.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan penuh atas tugas akhir perancangan *Brand Collateral* sebagai media promosi dan informasi pada brand helm Upride Helmet Yogyakarta. Proposal tugas akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang - orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, MM., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, S.Si., M.Si. selaku Wakil Direktur I Bidang Akademik.
3. M. Yunus Fitriady, S.E.,MM selaku Wakil Direktur II Bidang Keuangan dan Umum.
4. Suratni, S.S., M.Hum selaku Wakil Direktur III Bidang Kemahasiswaan.
5. Trifajar Yurmama S., S.KOM., MT selaku Ketua Jurusan Desain
6. Lani Siti Noor Aisyah, S.Ds., M.Ds selaku Sekretaris Jurusan Desain
7. Yayah Nurashah, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Desain Grafis.
8. Marventyo Amala, M.Sn. selaku Pembimbing karya penulis.
9. Mohammad Ismed. ST, M.I.Kom selaku Pembimbing penulisan ilmiah penulis.
10. Aty Haerisya selaku ibunda penulis yang senantiasa memotivasi dan memberikan kasih sayang yang tak terhingga, serta menyertai langkah penulis dengan doa sejak dilahirkan hingga saat ini.
11. Sugeng Riyadi selaku ayahanda penulis yang senantiasa memotivasi dan memberikan pembelajaran hidup yang bermakna bagi penulis hingga saat ini.
12. Kedua adik penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis hingga saat ini.

13. Rifdah Maulidina selaku pacar penulis yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan dukungan penuh, serta kesabaran dalam menemani penulis melalui berbagai tantangan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
14. Mohammad Haeakal, Dearafi Hafizhan, Aisyah, Ibnu Abdillah, Kirana Alif Arrafi selaku sahabat penulis yang selalu mendorong penulis untuk lulus tepat waktu.
15. Bagas Restu Triandi, Alpin Riyadi, Fidelis Duan, Nathan dan, MNTX STUDIO selaku teman-teman penulis yang membantu dalam proses pengerjaan karya tugas akhir ini.
16. Teman-teman Degradia 14 yang memberikan motivasi, dan bantuan dalam hal apapun.
17. Para Dosen dan Staf Jurusan Desain serta karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama kurang dari 3(tiga) tahun penulis menempuh pendidikan di sini. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan serta doa kepada penulis.
18. Teman-teman yang ikut berjuang bersama dan ikut serta dalam berbagai hal. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dari penyusunan proposal tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini agar lebih baik.

Jakarta, 23 Juli 2024

Krisna Radika Rawanagiri Putra Riyadi

21100082

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
PRAKATA .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	3
C. Batasan Masalah .....	3
D. Rumusan Masalah .....	3
E. Tujuan Penulisan .....	3
F. Manfaat Penulisan .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	5
A. Teori Umum .....	5
4. Media Cetak .....	8
B. Teori Khusus .....	10
BAB III METODE PELAKSANAAN .....	14
A. Data atau Objek Penulisan .....	14
B. Media Pendukung .....	15
C. Analisis Khalayak Sasaran .....	15
D. Teknik Pengumpulan Data .....	16
E. Ruang Lingkup .....	17
BAB IV PEMBAHASAN .....	20
A. Jenis Rancangan .....	20
B. <i>Look Book</i> .....	20
C. Media Pendukung .....	23
D. Langkah Kerja .....	26

BAB V PENUTUP.....	37
DAFTAR PUSTAKA .....	40
LAMPIRAN .....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Upride Helmet.....	14
Gambar 4. 1 Layout <i>Look Book</i> .....	21
Gambar 4. 2 Tentang brand.....	21
Gambar 4. 3 Tentang Pemilik .....	22
Gambar 4. 4 Photo Model .....	22
Gambar 4. 5 Photo Produk .....	23
Gambar 4. 6 X-banner.....	23
Gambar 4. 7 Flyer .....	24
Gambar 4. 8 Brosur .....	24
Gambar 4. 9 Kartu nama .....	25
Gambar 4. 10 Slayer.....	25
Gambar 4. 11 <i>Feed Instagram</i> .....	26
Gambar 4. 12 Stiker .....	26
Gambar 4. 13 <i>Mindmapping</i> .....	26
Gambar 4. 14 <i>Moodboard</i> .....	26
Gambar 4. 15 Sketsa tata letak.....	26
Gambar 4. 16 <i>Adobe Photoshop</i> .....	26
Gambar 4. 17 <i>Adobe Illustrator</i> .....	26
Gambar 4. 18 <i>Adobe Indesign</i> .....	26
Gambar 4. 19 Procreate.....	26
Gambar 4. 20 Font Utama.....	26
Gambar 4. 21 Font Sekunder .....	26
Gambar 4. 22 Font <i>Alternative</i> .....	26
Gambar 4. 23 Stok foto .....	26
Gambar 4. 24 <i>Editing</i> .....	26
Gambar 4. 25 <i>Grading</i> .....	26
Gambar 4. 26 <i>Layouting</i> .....	26

## DAFTAR TABEL

Table 1 Analisa SWOT .....	18
----------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

BIODATA MAHASISWA .....	41
HASIL KUESIONER .....	42
SALINAN LEMBAR PEMBIMBING .....	42
SALINAN LEMBAR PEMBIMBING .....	42
TRANSKRIP WAWANCARA .....	42
DOKUMENTASI SIDANG .....	42

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hobi otomotif di Indonesia, terutama sepeda motor, merupakan salah satu hobi yang paling populer. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah sepeda motor yang ada di Indonesia, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kendaraan bermotor di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 147,6 juta unit. Dari jumlah tersebut, 110,1 juta unit merupakan sepeda motor.

*Custom culture* motor di Indonesia merupakan salah satu bentuk hobi otomotif yang populer di Indonesia. *Custom culture* motor adalah kegiatan memodifikasi sepeda motor untuk mengubah penampilan, performa, atau kenyamanannya. Kegiatan ini sering kali dilakukan oleh para penggemar sepeda motor yang ingin tampil beda dan mengekspresikan diri mereka.

Aksesoris kelengkapan berkendara di dunia hobi otomotif di Indonesia merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan modifikasi sepeda motor. Aksesoris ini tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan penampilan sepeda motor, tetapi juga untuk meningkatkan keselamatan dan kenyamanan berkendara.

Helm adalah aksesoris keselamatan yang paling penting bagi pengendara sepeda motor. Helm berfungsi untuk melindungi kepala pengendara dari benturan saat terjadi kecelakaan. Helm yang digunakan dalam dunia *custom culture* motor biasanya memiliki desain yang unik dan menarik.

*Helm Slimhead 500TX* adalah salah satu helm yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan para pengendara sepeda motor yang mengutamakan kenyamanan dan keamanan, terutama untuk para penggiat hobi otomotif motor *custom*. *Helm Slimhead 500TX* memiliki desain yang aerodinamis dan ramping, yang tidak hanya memberikan penampilan yang modern dan *stylish*, tetapi juga membantu mengurangi hambatan angin saat berkendara. Helm ini dirancang agar pas di kepala, dengan bantalan interior yang dapat dilepas dan dicuci, memberikan kenyamanan ekstra bagi penggunanya.

Media promosi dan informasi adalah alat yang sangat penting dalam mengkomunikasikan pesan kepada khalayak luas. Melalui berbagai saluran seperti iklan cetak, digital, media sosial, dan event marketing, perusahaan dapat memperkenalkan produk atau layanan mereka, membangun brand awareness, dan menjalin hubungan dengan konsumen. Media ini tidak hanya berfungsi untuk mempromosikan penjualan tetapi juga memberikan informasi yang relevan dan edukatif, membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik. Dengan strategi yang tepat, media promosi dan informasi dapat meningkatkan keterlibatan, loyalitas, dan kepercayaan konsumen terhadap merek.

Upride Helmet merupakan produsen helm lokal asal Yogyakarta yang berfokus memproduksi *helm slimhead 500TX*. Upride Helmet didirikan oleh Bagas Restu Triandi pada bulan Mei tahun 2023. Walaupun Upride Helmet merupakan helm produksi rumahan, bahan dan kualitas yang di gunakan untuk memproduksi helm sama seperti produsen helm besar. Sebuah produsen yang menyediakan suatu produk tentu saja membutuhkan Brand Collateral untuk membantu meningkatkan minat calon konsumen.

Saat ini, Upride Helmet masih kurang dikenal dan kalah bersaing dengan para kompetitor yang memiliki media promosi dan informasi yang lebih lengkap. Hingga saat ini, Upride Helmet belum sepenuhnya memaksimalkan penggunaan media informasi dan promosi untuk meningkatkan pengenalan merek mereka. Keterbatasan dalam strategi promosi ini menyebabkan merek Upride Helmet sulit untuk menonjol di pasar yang kompetitif. Dengan adanya upaya lebih lanjut dalam mengembangkan dan mengoptimalkan media promosi, diharapkan Upride Helmet dapat meningkatkan visibilitas dan daya saingnya.

*Brand collateral* adalah kumpulan aset berwujud dan digital yang digunakan untuk mendukung dan mempromosikan identitas merek perusahaan. Ini bisa dianggap sebagai elemen *Visual* yang meninggalkan kesan pertama yang kuat pada calon pelanggan.

Di karenakan masih sedikit merek lokal yang menggunakan *Brand Collateral* sebagai media informasi dan promosi, penulis akan merancang *Brand Collateral* sebagai media informasi dan promosi pada brand helm Upride Helmet

Yogyakarta tersebut. Penulis memilih *Look Book* sebagai media utama karena *Look Book* adalah presentasi *Visual* dari produk dalam format yang menarik dan kreatif. Selain itu *Look Book* juga merupakan media cetak informasi yang menyajikan *Visual* dan menggunakan unsur pendukung fotografi, desain, *layout* guna membuat tampilan dari *Look Book* tersebut menarik untuk dilihat dan dibaca.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya informasi mengenai produk *Upride Helmet*.
2. Kurang maksimalnya menggunakan media cetak dan media digital dalam menyampaikan informasi dan promosi.
3. Belum adanya sebuah informasi tentang produk *Upride Helmet* kepada calon-calon pembeli.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan data diatas, maka dapat disimpulkan beberapa batasan masalah yaitu :

1. Perancangan media yang dapat menambah informasi tentang produk *Upride Helmet*
2. Perancangan *Brand Collateral* untuk *Upride Helmet* dengan media yang mudah didapatkan oleh target pasar

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana merancang desain *Brand Collateral* yang efektif sebagai media informasi dan promosi?

## **E. Tujuan Penulisan**

Berdasarkan data yang ada diatas, maka terdapat beberapa tujuan penulisan yaitu :

1. Membuat *Brand Collateral* yang efektif sebagai media informasi dan promosi

2. Bagaimana merancang dan mengolah konten dan *Visual* yang sesuai untuk media informasi dan promosi Upride Helmet?

#### **F. Manfaat Penulisan**

Manfaat dari penulisan ini dapat digunakan oleh beberapa pihak, yaitu:

1. Manfaat umum

Diharapkan hasil dari perancangan media informasi ini dapat memberikan pengetahuan serta mengubah pola pikir untuk memilih produk-produk dari *Upride Helmet* dibandingkan brand competitor

2. Manfaat bagi Akademis

Diharapkan bisa menjadi bahan referensi yang baik bagi mahasiswa berikutnya yang akan membuat laporan perancangan tugas akhir.

3. Manfaat bagi Penulis

Menambah ilmu pengetahuan tentang merancang desain Brand Collateral sebagai media informasi dan informasi serta menjadi sarana untuk mempunyai pengalaman terhadap klien dibidang yang bersangkutan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam perancangan sebuah karya, banyak faktor penunjang yang menjadikan karya itu layak dinikmati serta relevan untuk umum, salah satunya adalah teori-teori yang digunakan. Pada bab ini memuat teori yang mendasari masalah yang dibahas atau dikaji dalam perancangan karya Tugas Akhir ini, diantaranya:.

#### **A. Teori Umum**

##### **1. Desain Grafis**

Desain grafis adalah salah satu bentuk komunikasi yang memanfaatkan elemen *Visual* seperti bentuk, foto, tulisan, dan elemen lainnya. Tujuannya adalah untuk menyampaikan ide atau gagasan ke orang lain menggunakan elemen-elemen tersebut. (Enterprise. J, 2018). Dalam buku Pengantar Desain Grafis (2016) desain grafis didefinisikan sebagai kombinasi kompleks kata-kata dan gambar, angka angka dan grafik, serta foto-foto dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang individu yang bisa menggabungkan elemen-elemen ini sehingga dapat menghasilkan suatu yang khusus, sangat berguna, mengejutkan, subversive, atau suatu yang mudah diingat.

Desain komunikasi *Visual* atau yang lazim dikenal dengan istilah DKV adalah ilmu yang mempelajari dan mengulas secara mendalam konsep komunikasi dan ungkapan kreatif yang dapat diaplikasikan di berbagai media komunikasi *Visual*. Media ini dapat berupa elemen desain grafis yang terdiri dari gambar, huruf, warna komposisi dan layout. (Sumbo Tinarbuko, 2015)

##### **2. Tata Letak**

Layout adalah istilah bahasa inggris yang diartikan sebagai tata letak dari elemen elemennya berdasarkan prinsip desain. Penggunaan layout tersebut diterapkan dalam hampir semua produk desain grafis, sehingga kemampuan dalam menggunakan layout adalah salah satu kompetensi dasar yang harus dimiliki desainer grafis.

Secara garis besar, ada dua fungsi layout, yaitu fungsi komunikasi dan fungsi estetika. Salah satu fungsi utamanya adalah menjadi sebuah sistem yang mengatur peletakan elemen elemen desain dalam rangka memudahkan penyampaian informasi. Dengan layout yang baik, pesan akan cepat ditangkap dengan mudah. Selanjutnya, sebuah layout harus ditata dan dipetakan secara baik agar pengguna dapat berpindah dari satu bagian ke bagian yang lain dengan mudah dan cepat. Akhirnya, sebuah layout harus menarik untuk mendapatkan perhatian yang cukup dari penggunanya.

Secara garis besar, elemen layout terdiri dari tiga jenis, yaitu: elemen teks, elemen *Visual* dan elemen tidak terlihat (*invisible element*). Elemen tidak terlihat (*invisible element*) mengacu pada margin dan grid. Disebut *invisible element* karena elemen-elemen tersebut tidak terlihat setelah desain layout diproduksi.

Seperti halnya mendesain, penyusunan layout pada hakikatnya memiliki prinsip-prinsip yang harus diterapkan.

Prinsip-prinsip *layout* tersebut antara lain:

a. *Sequence*/urutan

Adalah hierarki/flow/aliran atau urutan perhatian. *Sequence* Diperlukan untuk membantu pembaca dalam mengurutkan pandangan matanya sesuai dengan yang kita inginkan, sehingga pembaca tidak mengalami kesulitan dalam menangkap pesan.

b. *Emphasis*/penekanan

Memberi penekanan tertentu. *Emphasis* diciptakan dengan berbagai cara dengan menggunakan perbedaan ukuran, warna, ataupun peletakan elemen dan bentuk yang berbeda dengan elemen sekitarnya.

c. *Balance*/keseimbangan

Menunjuk pada pembagian berat ruang, termasuk ruang isi dan kosong (ruang sela). Ada dua macam *balance*, yaitu *balance* simetris yang member kesan formal dan kokoh, dan *balance*

asimetris yang member kesan adanya movement sehingga lebih dinamis dan tidak statis.

d. *Unity/kesatuan*

Tidak berarti hanya kesatuan dari elemen-elemen yang terlihat secara fisik, namun juga kesatuan antara yang fisik dan non-fisik, yaitu pesan atau komunikasi yang dibawa dalam konsep desain tersebut.

e. *Konsistensi*

Menunjuk pada kontrol estetik tampilan keseluruhan. Konsistensi kian terasa pada penerbitan berkala. Konsistensi selain sebagai kontrol estetik terutama berguna bagi koordinasi keseluruhan material yang di layout.

(Anggarini. A, 2021)

### 3. Tipografi

Tipografi adalah suatu Ilmu atau seni atau teknik dalam menyusun elemen elemen huruf ataupun teks agar dapat dibaca dan maknanya tersampaikan dengan jelas dan memiliki nilai estetika. Secara umum tipografi dapat juga dianggap sebagai Ilmu yang membahas Teknik dalam pemilihan dan penataan huruf serta pengaturan distribusi huruf atau teks pada ruang atau media yang tersedia agar dapat menyampaikan makna dari teks tersebut dan juga untuk menciptakan suatu kesan tertentu yang membantu pembaca agar dapat membaca teks tersebut dengan nyaman.

Tipografi merupakan salah satu elemen desain yang mempunyai dua fungsi, yaitu fungsi sebagai “tulisan” yang dibaca dan fungsi sebagai “image” (gambar). Banyak yang dapat dikembangkan melalui karya tipografi.

Dalam tipografi terdapat wawasan tentang anatomi huruf, seri atau keluarga huruf, jenis huruf, serta berbagai prinsip huruf. Anatomi huruf adalah tentang bagian-bagian pada huruf seperti stroke atau garis, tail atau ekor, serif atau kaki, dan lain sebagainya. Terdapat pula wawasan tentang struktur huruf seperti tinggi huruf atau x-height, batas bawah atau baseline, batas atas huruf kapital atau capline. Wawasan tentang keluarga atau seri

huruf yang umum dikenal yakni huruf berkait (serif) dan tidak berkait (sans serif). Tiap jenis huruf tersebut terdapat seri atau keluarga huruf seperti huruf versi regular, bold (tebal), italic (miring), dan bold italic (tebal miring). (Iswanto. R, 2023)

#### 4. Media Cetak

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi ketiga, media cetak merupakan sebuah sarana media massa yang mana dicetak dan diterbitkan secara berkala, seperti surat kabar, atau majalah. Media cetak adalah semua barang cetakan yang digunakan sebagai sarana penyampaian pesan seperti yang telah disebutkan sebelumnya, berbagai media cetak pada umumnya. (Kaer. A, Khoir. N, Hidayati. Y. A, 2021)

Kelebihan media cetak adalah sebagai berikut:

- a. Dapat dibaca berkali kali dengan menyimpannya.
- b. Dapat membuat orang berpikir lebih spesifik tentang isi tulisan.
- c. Dapat disimpan atau dikumpulkan isi informasinya.
- d. Harganya lebih mahal terjangkau dan dalam pendistribusiannya.
- e. Lebih mampu menjelaskan hal-hal yang kompleks atau kaku.

(Wahyudin, 2016)

Media cetak memiliki karakteristik tersendiri karena penggunaan media ini sebagai sarana pembelajaran. Selain itu keunggulan dari bahan cetak adalah sifat luwes atau flexibility yang dimiliki. Penggunaan media cetak tidak memerlukan alat atau sarana lain seperti listrik dan media jenis ini dapat digunakan dimana saja dan kapan saja oleh penggunanya (Pribadi, 2014:106-107).

Dapat disimpulkan, bahwa media cetak adalah suatu media yang didalamnya berisikan informasi dan juga terkait dengan kepentingan masyarakat luas dan bukan hanya terbatas pada suatu kelompok tertentu. Media massa atau media cetak pun telah menjadi suatu sarana bagi pengembangan kebudayaan, namun bukan hanya budaya yang mengandung seni dan simbol, tapi juga dalam pengembangan mode, norma-norma, gaya hidup dan tata-cara.

## 5. Media Promosi

Media promosi dan presentasi pada desain grafis yang berbentuk iklan atau advertensi meliputi pada dua media. Pertama, media Lini-atas (Above the line media) terdiri dari iklan-iklan yang dimuat dalam media cetak, media elektronik (radio, televisi dan bioskop) serta media luar ruang (billboard dan bus panel). Kedua, media Lini bawah (Below the line media) terdiri dari seluruh media selain media di atas seperti direct mail, brosur, pameran, point of sale display material, kalender, agenda ataupun souvenir. (Kasali, 1995)

## 6. Media Informasi

Media informasi terus berkembang dan sangat diperlukan setiap saat karena melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi yang sedang berkembang, selain itu manusia juga bisa saling berinteraksi satu samalain. Melalui media informasi juga sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik jika media yang dibuat tepat kepada sasaran dan informasi yang disampaikan bermanfaat bagi pembuat dan target. Demikian pentingnya media informasi pada masa ini, dikarenakan melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi dan dapat bertukar pikiran serta berinteraksi satu samalainnya. Kata media merupakan bentuk jamak dari kata medium. Medium dapat didefinisikan sebagai perantara atau pengantar terjadinya komunikasi dari pengirim menuju penerima (Heinich et.al., 2002; Ibrahim, 1997; Ibrahim et.al., 2001).

Media merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari komunikator menuju komunikan (Criticos, 1996). Sedangkan pengertian dari informasi secara umum informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang (Gordon B. Davis 1990; 11).

Maka pengertian dari media informasi dapat disimpulkan sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi, adapun penjelasan

Sobur (2006) media informasi adalah “alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi *Visual*”.

## **B. Teori Khusus**

### 1. *Branding collateral*

*Branding collateral* atau *brand collateral* adalah seperangkat media dan materi promosi yang digunakan untuk memperkenalkan brand di pasar. *Brand collateral* dirancang untuk membentuk kesan pertama kepada target audiens. Contohnya, ketika seseorang membeli sebuah produk, kemasan produk tersebut akan menciptakan kesan pertama. Begitu pun ketika Anda membagikan kartu nama Anda dengan seseorang.

Elemen ini bekerja sebagai bukti nyata dari sebuah brand, yang biasanya sudah direncanakan, dirancang, dan dilaksanakan sesuai dengan nilai inti dan image perusahaan. Ketika ingin menciptakan suatu konsistensi brand, elemen ini adalah cara terbaik karena dapat menggunakan warna, logo, jenis huruf, pola, dan citra yang sama secara berulang.

Seiring berjalannya waktu, *branding collateral* juga akan mendukung penjualan dan pemasaran produk, sekaligus memainkan peran penting dalam pengembangan merek.

Umumnya, sebuah perusahaan akan lebih mempekerjakan in-house desainer dan content writer-nya dalam merancang *brand collateral* agar sesuai dengan nilai inti perusahaan. Dalam hal ini, beberapa contoh bentuk atau jenis *brand collateral* yang umum digunakan oleh perusahaan ialah:

#### a. *Look Book*

*Look Book* adalah alat pemasaran *Visual* yang digunakan oleh merek untuk memamerkan produk mereka dalam konteks gaya hidup tertentu. Ini biasanya berupa kumpulan foto yang dirancang secara profesional dan sering kali disertai dengan deskripsi produk, gaya, atau tema tertentu. *Look Book* bertujuan untuk menginspirasi

dan memberikan gambaran kepada konsumen tentang bagaimana produk dapat digunakan atau dipadupadankan dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam *brand collateral*, *Look Book* berperan penting sebagai elemen *Visual* yang memperkuat identitas dan pesan merek. Beberapa fungsi utama *Look Book* dalam *brand collateral* adalah

- 1) Menyampaikan Identitas Merek: *Look Book* membantu menyampaikan estetika dan filosofi merek melalui gambar-gambar yang dipilih dengan cermat. Ini menciptakan kesan *Visual* yang konsisten dan mendalam tentang merek tersebut.
- 2) Menginspirasi Konsumen: Dengan menunjukkan berbagai cara produk dapat digunakan atau dipadupadankan, *Look Book* menginspirasi konsumen dan memberikan ide-ide baru untuk gaya pribadi mereka. Ini dapat meningkatkan minat dan keinginan untuk membeli produk.
- 3) Menunjukkan Kualitas Produk: Foto-foto dalam *Look Book* biasanya diambil oleh fotografer profesional dengan penekanan pada detail dan kualitas produk. Ini membantu menunjukkan kepada konsumen bahwa produk yang ditawarkan adalah berkualitas tinggi.

*Look Book* adalah alat yang sangat efektif dalam *brand collateral* karena memberikan Visualisasi yang kuat tentang bagaimana produk dapat digunakan dan dilihat dalam kehidupan nyata. Ini membantu membangun citra merek, menginspirasi konsumen, dan meningkatkan minat dan penjualan produk.

a. Kartu Bisnis

Kartu bisnis merupakan bentuk *branding collateral* yang dicetak oleh perusahaan dan dibagikan kepada pihak eksternal. Kartu

bisnis ini secara nyata dipertukarkan selama pertemuan dengan berbagai investor, vendor, dan pihak luar.

b. Brosur Perusahaan

Brosur perusahaan dapat secara khusus menampilkan perjalanan sebuah brand sejak awal. Biasanya, hal ini dilakukan dengan memaparkan profil promotor dan anggota kunci manajemen, pernyataan misi, pernyataan visi, nilai inti brand, tujuan, fundamental, serta rincian produk dan layanan yang ditawarkan perusahaan.

c. *Flyer* adalah alat pemasaran cetak yang sederhana, sering kali berukuran kecil dan mudah dibagikan, yang digunakan untuk menyampaikan pesan promosi secara cepat dan efektif. *Flyer* biasanya mencakup informasi tentang produk, layanan, acara, atau penawaran khusus, dan dirancang untuk menarik perhatian dengan *Visual* yang mencolok dan pesan yang jelas.

2. Custom Helm Slimhead 500TX

Custom Helm Slimhead 500TX adalah jenis helm yang dirancang khusus untuk para penggemar sepeda motor yang menginginkan tampilan vintage dan klasik. Helm ini terkenal di kalangan komunitas motor custom seperti chopper, bobber, dan café racer. Berikut adalah beberapa aspek penting dari helm Slimhead 500TX yang dikustomisasi:

a. Material dan Konstruksi

Helm Slimhead 500TX biasanya dibuat dari bahan fiberglass yang ringan namun kuat. Ini memberikan perlindungan optimal sambil memastikan kenyamanan bagi pengendara. Beberapa model juga menggunakan bahan lain seperti serat karbon untuk meningkatkan daya tahan dan mengurangi berat helm.

b. Interior dan Fitur

Helm ini dilengkapi dengan lapisan dalam yang dapat dilepas dan dicuci, terbuat dari bahan poliester yang nyaman dan higienis. Sistem

penguncian Double D-ring sering digunakan pada helm ini untuk memberikan penyesuaian yang aman dan nyaman. Helm Slimhead 500TX juga sering memiliki fitur tambahan seperti bantalan pipi yang dapat disesuaikan dan ventilasi untuk kenyamanan maksimal.

c. Desain dan Kustomisasi

Salah satu keunggulan utama helm Slimhead 500TX adalah kemampuannya untuk dikustomisasi. Banyak pengendara memilih untuk menambahkan desain khusus pada helm mereka, mulai dari pola cat yang rumit hingga grafis unik. Helm ini dapat dipersonalisasi dengan berbagai warna, pola, dan tekstur, sesuai dengan selera dan gaya pengendara. Beberapa desain populer termasuk motif api marmer, efek patina, dan berbagai ilustrasi artistik lainnya

d. Kegunaan dan Aplikasi

Helm Slimhead 500TX cocok digunakan baik untuk aktivitas on-road maupun off-road. Desainnya yang klasik dan elegan membuatnya populer di kalangan pengendara motor yang ingin tampil gaya sambil tetap mengutamakan keselamatan. Helm ini sering digunakan oleh penggemar motor custom yang berpartisipasi dalam acara-acara otomotif dan pameran motor.

## BAB III

### METODE PELAKSANAAN

#### A. Data atau Objek Penulisan

##### 1. Objek Penulisan atau Klien

Instansi/lembaga/komunitas :

- a. Nama Lembaga : UPRIDE HELMET
- b. Logo Lembaga :



*Gambar 3. 1 Logo Upride Helmet*

*Sumber: Arsip Pribadi*

- c. Alamat : Jl. Garon, Garon, Panggunharjo, Kec. Sewon, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55188
  - d. Nomor Telepon : 0812-2699-2401
  - e. Sosial Media : @upridehelmet (Instagram)
  - f. Deskripsi : UPRIDE HELMET merupakan brand helm lokal asal kota Yogyakarta yang berfokus memproduksi helm bertipe slimhead 500TX & shorty.
2. Objek Karya : Pemilihan *Look Book* sebagai objek karya utama dalam pengembangan brand collateral dilandaskan pada efektivitasnya dalam menarik perhatian, menyampaikan informasi produk secara *Visual*, dan meningkatkan pemahaman calon pembeli. *Look Book* terbukti efektif dalam menarik perhatian dan menyampaikan informasi

produk secara *Visual* yang menarik. *Look Book* juga dapat menyajikan informasi produk secara jelas dan mudah dipahami, baik melalui gambar maupun teks.

3. Spesifikasi Karya : *Look Book* ini menyajikan materi yang runtut, mulai dari tentang merk, hingga panduan untuk mengukur lingkaran kepala agar sesuai dengan ukuran produk. Buku modul ini beberapa topik, dengan topik sebagai berikut:
  - a. Tentang merk
  - b. Tentang pemilik merk
  - c. Spesifikasi produk

## **B. Media Pendukung**

Adapun media pendukung yang akan menguatkan karya utama ini diantara lain :

- a. Brosur
- b. Poster
- c. Kartu nama
- d. T-Shirt
- e. Work Shirt
- f. Laman sosial media (Instagram)

## **C. Analisis Khalayak Sasaran**

Target perancangan Tugas Akhir ini adalah:

### 1. Demografi

Usia:

- a. Remaja Usia 17 – 26 Tahun
- b. Dewasa 30 – 35 Tahun

Jenis Kelamin : Pria – Wanita

Kelas Sosial : A B C

2. Psikografi
  - a. Orang-orang penggelut hobi Classic Custom Culture
  - b. Masyarakat yang menggunakan kendaraan roda dua

3. Geografis

Setelah dilihat segi segmentasi geografis, sasaran khalayak yang dituju adalah masyarakat di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta dan Bali, masyarakat seluruh Indonesia.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

1. Studi Pustaka

Referensi yang digunakan mencakup teori-teori desain grafis seperti tata letak, tipografi, dan modul buku. Studi pustaka ini dapat diperoleh dari jurnal penelitian, artikel, atau buku yang membahas topik atau objek yang sedang diteliti.

2. Wawancara

Penulis akan mengadakan wawancara langsung untuk mengumpulkan informasi terkait penyelesaian masalah dalam penelitian ini. Wawancara akan dilakukan dengan pemilik merek UPRIDE HELMET sebagai klien. Informasi yang dikumpulkan akan mencakup pembahasan mengenai pengemasan yang sesuai dengan target audiens, isi konten karya yang akan dibuat, serta informasi tentang merek itu sendiri.

3. Kuisisioner

Penulis membuat kuisisioner secara daring yang disebar ke target khalayak yang sudah penulis tetapkan. Informasi yang dikumpulkan akan digunakan sebagai alat validasi pembuatan *Look Book* sebagai sarana media promosi dan informasi pada merk UPRIDE HELMET akan menaikkan minat membeli calon pembeli pada merk ini.

## E. Ruang Lingkup

### 1. Peran penulis

Penulis memiliki peran sebagai seorang Desainer Grafis yang merangkap sebagai Fotografer, Editor.

### 2. Kategori karya

Karya yang penulis buat adalah *Look Book* yang menampilkan photo product dan photo model dari merk UPRIDE HELMET dengan *Visual* yang dapat diterima masyarakat serta isi yang informatif sehingga dapat menarik minat para calon pembeli.

### 3. Ide Kreatif

Tema yang dipilih untuk *Look Book* UPRIDE HELMET adalah "kesederhanaan." Konsep ini menekankan pada desain yang bersih dan minimalis, tanpa mengurangi fungsi utamanya sebagai media promosi dan informasi. *Look Book* ini akan dirancang dengan fokus pada elemen-elemen *Visual* yang kuat dan informatif, memamerkan produk helm Slimhead 500TX dan Shorty dengan gaya yang elegan dan mudah dipahami.

Secara keseluruhan, konsep *Look Book* UPRIDE HELMET yang sederhana namun efektif ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan minat terhadap brand, serta mendorong peningkatan penjualan melalui presentasi yang profesional dan informative.

#### 4. Analisis SWOT

Table 1 Analisa SWOT

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
<p>1. Kualitas Produk Tinggi: UPRIDE HELMET menawarkan helm dengan kualitas dan standar keselamatan yang tinggi.</p> <p>2. Fleksibilitas Kustomisasi: Kemampuan untuk menyesuaikan helm sesuai preferensi pengguna meningkatkan daya tarik produk.</p> <p>3. Desain Unik dan Klasik: Terinspirasi oleh Classic Custom Culture, desain helm UPRIDE HELMET menarik bagi penggemar gaya vintage dan klasik.</p>	<p>1. Brand Awareness Terbatas: Sebagai brand lokal yang relatif baru, UPRIDE HELMET mungkin belum dikenal secara luas di luar komunitas motor klasik.</p> <p>2. Sumber Daya Pemasaran: Terbatasnya sumber daya untuk kampanye pemasaran yang luas dapat membatasi jangkauan brand.</p> <p>3. Skala Produksi: Kapasitas produksi yang mungkin terbatas bisa menjadi hambatan dalam memenuhi permintaan pasar yang meningkat.</p>
Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)
<p>1. Pertumbuhan Pasar Motor Klasik: Meningkatnya minat terhadap motor klasik dan custom culture di Indonesia dan global memberikan peluang besar untuk pertumbuhan.</p>	<p>1. Kompetisi yang Ketat: Banyaknya brand helm, baik lokal maupun internasional, meningkatkan persaingan di pasar.</p>

<p>2. E-commerce dan Penjualan Online: Memanfaatkan platform e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.</p> <p>3. Kolaborasi dengan Komunitas Motor: Bekerja sama dengan komunitas motor klasik dan influencer dapat membantu meningkatkan visibilitas dan reputasi brand.</p>	<p>2. Perubahan Tren Konsumen: Perubahan tren dan preferensi konsumen yang cepat dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk helm klasik.</p> <p>3. Regulasi Keselamatan: Perubahan dalam regulasi keselamatan helm bisa mempengaruhi desain dan produksi, memerlukan penyesuaian cepat dari pihak UPRIDE HELMET.</p>
---	---

## **BAB IV**

### **PEMABAHASAN**

#### **A. Jenis Rancangan**

Penulis merancang brand collateral sebagai media promosi dan informasi untuk merek helm UPRIDE HELMET Yogyakarta. Tujuannya adalah untuk mempromosikan merek UPRIDE HELMET kepada para penggemar Classic Custom Culture dan khalayak yang lebih luas. Selain *Look Book*, penulis juga menambahkan beberapa media pendukung sebagai informasi tambahan yang akan digunakan saat penerbitan *Look Book*. Berikut adalah penjelasan proses pembuatan karya tersebut.

#### **B. *Look Book***

*Look Book* ini berperan untuk menjadi media promosi dan informasi kepada public bahwa adanya merk helm lokal dari Yogyakarta yang berfokus pada memproduksi helm bertipe Slimhead dan Shorty, dengan menggabungkan teknik fotografi, layout dan desain grafis. Pada *Look Book* ini juga disertai dengan photo-photo model untuk memberikan referensi pada pembaca dan juga adanya packshot produk agar terlihat jelas oleh pembaca produk dari merek ini.

Teknik-teknik pengambilan gambar dan aset grafis dalam *Look Book* ini dibuat untuk menunjukkan gambaran dalam penggunaan produk UPRIDE HELMET, buku ini memiliki ukuran 20x22.



Gambar 4. 1 Layout Look Book  
Sumber: Arsip Pribadi

Dalam perancangan *Look Book* ini didalamnya dibagi menjadi beberapa bagian, berikut adalah penjelasan bagian buku ini:

#### 1. Tentang Brand

Pada bagian ini penulis menjelaskan tentang latar belakang merek UPRIDE HELMET secara singkat. Penulis menambahkan foto model pada bagian halaman kanan dengan menampilkan model sedang mengendari motor di pantai.



Gambar 4. 2 Tentang brand  
Sumber: Arsip Pribadi

## 2. Tentang Pemilik Merk

Pada bagian ini penulis menjelaskan tentang latar belakang pemilik merek UPRIDE HELMET secara singkat. Penulis menambahkan foto dari pemilik merek itu sendiri dengan teknik *framing* agar terlihat lebih dinamis.



Gambar 4. 3 Tentang Pemilik  
Sumber: Arsip Pribadi

## 3. Photo Model

Pada bagian ini penulis menampilkan *photo model* dengan memperlihatkan model yang sedang menggunakan helm disertai motor custom dan classic sebagai property tambahan agar hasil foto terlihat lebih natural dan hidup.



Gambar 4. 4 Photo Model  
Sumber: Arsip Pribadi

#### 4. Foto Produk

Pada bagian ini penulis menampilkan photo produk dengan *angle* 3/4 agar



Gambar 4. 5 Photo Produk  
Sumber: Arsip Pribadi

### C. Media Pendukung

#### 1. X-banner

Media x-banner ini berperan sebagai sarana informasi dan publikasi untuk karya utama dengan ukuran dimensi 160 x 60 cm dan orientasi potret. Banner ini akan digunakan oleh pemilik merek saat membuka stan di acara tertentu. X-banner ini menggunakan bahan albatros dengan finishing doff.



Gamar 4. 6 X-banner  
Sumber: Arsip Pribadi

## 2. Flyer

Flyer yang ditampilkan memiliki ukuran A4 dengan orientasi potret, berfungsi sebagai pendukung brand collateral dari karya utama. Material yang digunakan untuk flyer ini adalah art carton dengan laminasi doff.



Gambar 4. 7 Flyer  
Sumber: Arsip Pribadi

## 3. Brosur

Format dari brosur yang ditampilkan berjenis trifold dengan ukuran A4 dengan material art paper dengan laminasi doff. Berfungsi sebagai media informasi dan publikasi tambahan dari karya utama.



Gambar 4. 8 Brosur  
Sumber: Arsip Pribadi

#### 4. Kartu Nama

Kartu nama ini berfungsi sebagai media informasi untuk calon pembeli dengan ukuran 88x55 mm. Kartu nama bertipe kartu nama translucent.



Gambar 4. 9 Kartu nama  
Sumber: Arsip Pribadi

#### 5. Slayer

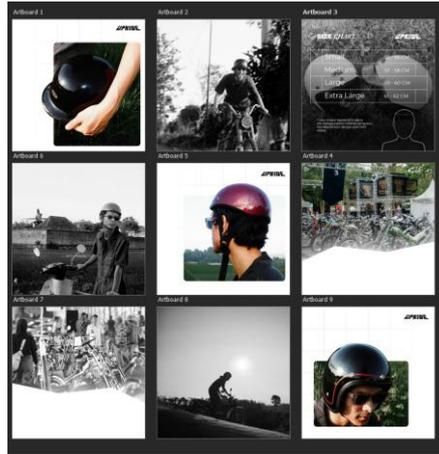
*Slayer* dibuat sebagai media promosi dan keperluan merchandise. *Slayer* ini dibuat dengan bahan kain katun dengan ukuran 55 cm x 55 cm dan dicetak dengan metode cetak DTF. *Slayer* ini memvisualkan pattern lokal yang dibuat sesuai dengan tema dari karya penulis.



Gambar 4. 10 *Slayer*  
Sumber: Arsip Pribadi

#### 6. *Feed Instagram*

Penulis membuat desain *feed Instagram* sebagai media informasi untuk menambahkan publikasi secara daring dengan rasio 1:1.



Gambar 4. 11 Feed Instagram  
Sumber: Arsip Pribadi

## 7. Stiker

Stiker ini diciptakan sebagai sarana promosi dan untuk tujuan estetika yang mendukung. Stiker akan diproduksi dengan teknik cutting menggunakan bahan dasar vinyl dengan ukuran A6. Desain stiker menampilkan nama dan elemen grafis yang sesuai dengan tema dari karya yang ditulis.



Gambar 4. 12 Stiker  
Sumber: Arsip Pribadi

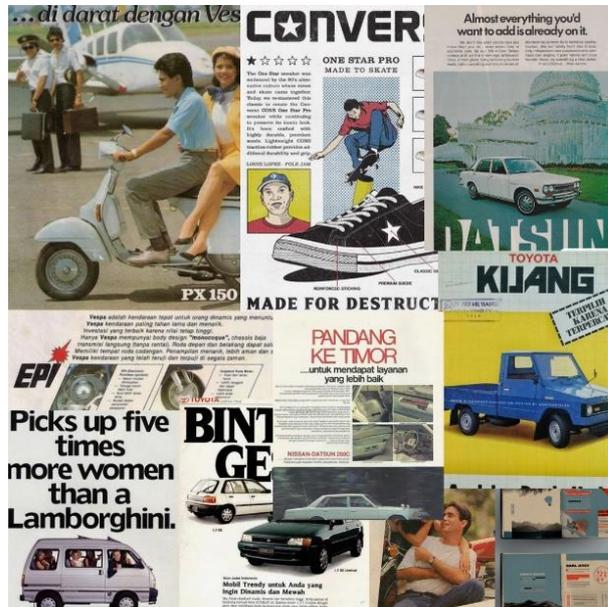
## D. Langkah Kerja

### 1. Pra Produksi

Pra-produksi merupakan tahap awal sebelum dilakukannya produksi pemotretan. Penulis akan mengumpulkan data dari hasil studi pustaka



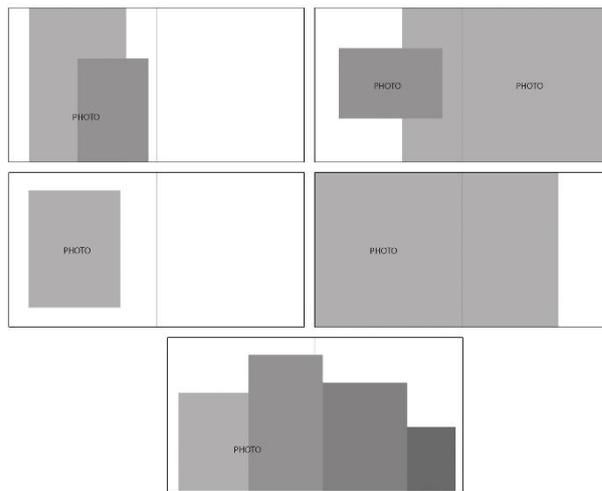
konsep yang telah direncanakan. Moodboard ini juga membantu dalam mengkomunikasikan visi desain secara lebih jelas kepada semua pihak yang terlibat dalam proses produksi.



Gambar 4. 12 Mood Board  
Sumber: Arsip Pribadi

c. Sketsa tata letak

Setelah menyelesaikan pembuatan moodboard, penulis akan melanjutkan proses dengan menggambar sketsa tata letak untuk desain yang akan dikembangkan. Sketsa ini mencakup penempatan berbagai elemen seperti materi, ilustrasi, serta elemen grafis lainnya dengan cermat. Langkah ini sangat penting karena akan memberikan panduan yang terstruktur bagi penulis saat memasuki tahap produksi nantinya, memastikan setiap detail sesuai dengan konsep awal. Berikut ini adalah sketsa tata letak yang telah disiapkan oleh penulis sebagai referensi dalam proses produksi yang akan datang.



Gambar 4. 13 Skesta tata letak  
Sumber: Arsip Pribadi

d. Perangkat lunak & keras

1) *Adobe Photoshop*

Penulis menggunakan Adobe Photoshop untuk melakukan grading foto agar sesuai dengan tone warna yang telah ditetapkan sebelumnya. Penggunaan Adobe Photoshop memungkinkan penulis untuk secara detail menyesuaikan setiap foto agar sejalan dengan tone warna yang diinginkan.



Gambar 4. 12 Logo Adobe Photoshop  
Sumber: [www.pngwing.com/free-png-azuib](http://www.pngwing.com/free-png-azuib)

## 2) *Adobe Illustrator*

Penulis memanfaatkan Adobe Illustrator untuk membuat dan menetapkan sketsa layout *Look Book* sebelum memindahkannya ke Adobe InDesign. Penggunaan Adobe Illustrator dalam tahap awal ini memungkinkan penulis untuk merancang tata letak dengan presisi tinggi, mengatur elemen-elemen *Visual* dengan cermat sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya.



Gambar 4. 13 Logo Adobe Illustrator  
Sumber: [www.pngwing.com/free-png-aaqpe](http://www.pngwing.com/free-png-aaqpe)

## 3) *Adobe InDesign*

Penulis menggunakan Adobe InDesign untuk menetapkan tata letak akhir foto dan tipografi dalam karya *Look Booknya*. Dengan Adobe InDesign, penulis dapat dengan teliti mengatur setiap elemen *Visual* dan teks agar tercipta desain yang harmonis dan profesional.



Gambar 4. 14 logo Adobe InDesign  
Sumber: [www.pngwing.com/en/free-png-aaqpe](http://www.pngwing.com/en/free-png-aaqpe)

#### 4) *Procreate*

Penulis memanfaatkan aplikasi Procreate untuk menciptakan berbagai elemen *Visual* dalam karyanya. Dengan Procreate, penulis dapat menggambar dan merancang elemen-elemen grafis dengan presisi dan kreativitas tinggi.



Gambar 4. 15 Logo Procreate  
Sumber: [www.pnggg.com/png-eandn](http://www.pnggg.com/png-eandn)

## 2. Produksi

### a. Aset foto

Pada tahap ini penulis melakukan pengambilan photo dengan acuan Moodboard yang sudah penulis buat

#### 1) *Font*

Penulis memilih font yang sesuai dengan moodboard yang telah disusun dan audiens yang ditargetkan. Penulis memilih tiga jenis font: font utama, font sekunder, dan font alternatif. Pemilihan font ini dilakukan dengan cermat untuk memastikan bahwa setiap font mendukung konsep *Visual* yang diinginkan dan berkomunikasi efektif dengan target audiens.

#### a) *Font Utama*

Font "Poppins" memiliki tampilannya yang modern, bersih, dan mudah dibaca. Bentuk hurufnya yang geometris dan tegas memberikan kesan profesional dan kontemporer, cocok untuk berbagai media digital maupun cetak.

# Poppins Font

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz 1234567890

Gambar 4. 16 Font Utama  
Sumber : <https://fonts.google.com/>

## b) Font Sekunder

Font "Lora" memiliki keseimbangan yang baik antara keanggunan klasik dan keterbacaan modern. Karakteristik serifnya memberikan tampilan yang profesional dan berwibawa, sementara bentuk hurufnya yang halus dan rapi membuat teks mudah dibaca di berbagai media.

**Lora** is a versatile  
text family of four styles:  
Regular, Italic, **Bold**, & **Bold Italic**  
Its typographic voice is calligraphy inspired

Modern calligraphy ranges from historical hand- written and event variations. Font design, typography, where the elegant expression of the handwritten style may or may not incorporate the legibility of art, announcements, graphic design, calligraphy, the letters (Diederik Kruis). Classical calligraphy art is a fine craft and is more for documents, often from typographic and decorative handsets. It is also used for print and online design for the time being, though a calligrapher may create all of these. and signatures, handwritten, both and their specific characters are historically designed for their own uses, maps and other works including writing specimens, at the moment of being.

Gambar 4. 27 Font Sekunder  
Sumber : <https://fonts.google.com/>

## c) Font Alternative

Font "Anton SC" memiliki tampilannya yang tebal, kuat, dan menarik perhatian. Font ini cocok untuk judul atau headline karena memberikan kesan tegas dan berani, serta mudah dibaca di berbagai media.

**WHEREAS A COMMON  
UNDERSTANDING OF THESE RIGHTS  
AND FREEDOMS IS**

Gambar 4. 28 Font Utama  
Sumber : <https://fonts.google.com/>

d) Ilustrasi

Penulis menciptakan ilustrasi yang erat kaitannya dengan budaya Classic Custom. Setiap ilustrasi dibuat dengan memperhatikan detail dan elemen khas dari budaya tersebut, sehingga dapat menggambarkan esensi dan keunikan yang diinginkan.

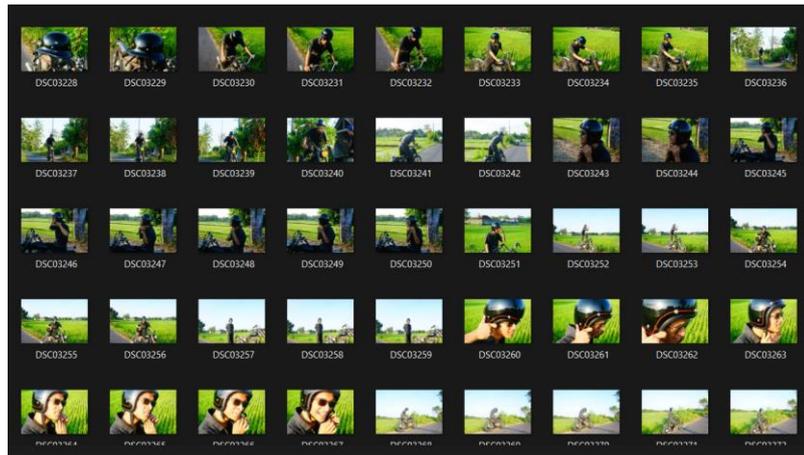
3. Pasca Produksi

Setelah semua tahap produksi, termasuk pengambilan gambar dan video, selesai dilakukan dan dianggap sudah lengkap, penulis akan melanjutkan ke tahap pasca produksi.

a. Pilihin *stock photo*

Pada tahap ini, penulis akan memilih stok foto yang sesuai dengan konsep dan moodboard yang telah disusun. Tujuannya adalah untuk

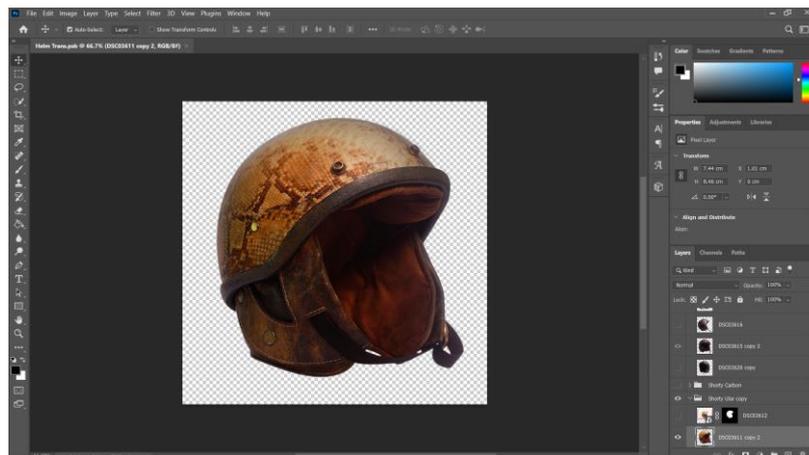
memastikan bahwa foto-foto yang dipilih tetap konsisten dengan konsep yang telah ditetapkan.



Gambar 4. 9 Stock Foto  
Sumber: Arsip Pribadi

### b. Editing

Pada tahap ini, penulis melakukan proses editing foto untuk memastikan bahwa foto-foto yang telah diseleksi sebelumnya terlihat lebih bersih dan profesional.

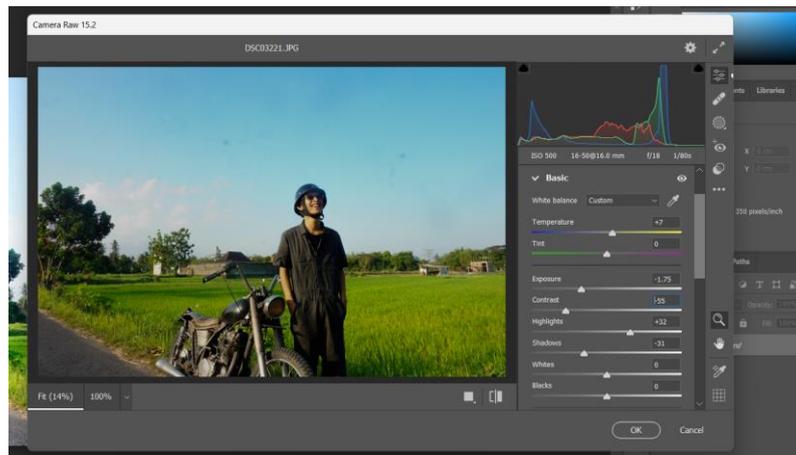


Gambar 4. 10 Editing  
Sumber: Arsip Pribadi

### c. Grading

Pada tahap ini, penulis melakukan proses grading foto untuk memastikan bahwa foto-foto yang telah dipilih sebelumnya sesuai dengan tone warna yang telah ditentukan sebelumnya. Proses ini

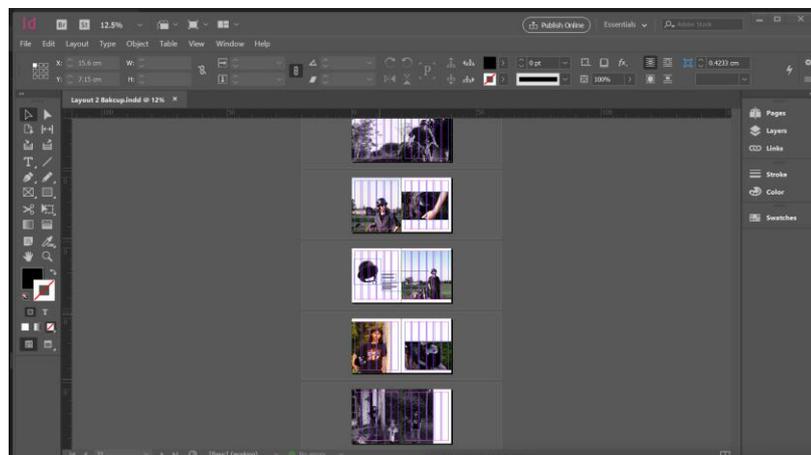
melibatkan penyesuaian intensitas warna, kontras, dan pencahayaan untuk mencapai konsistensi *Visual* yang diinginkan



Gambar 4. 211 Grading  
Sumber: Arsip Pribadi

#### d. *Layouting*

Pada tahap ini, penulis melakukan proses penataan layout dengan teliti sebelum melanjutkan ke tahap finishing. Proses ini melibatkan pengaturan elemen-elemen *Visual* dan teks secara hati-hati untuk memastikan bahwa setiap halaman atau desain karya memiliki struktur yang sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan sebelumnya.



Gambar 4. 12 Layouting  
Sumber: Arsip Pribadi

*e. Finishing*

Tahap selanjutnya, penulis menyiapkan karya final untuk dicetak dalam ukuran kertas 21cm x 20cm. Proses ini melibatkan penyesuaian akhir untuk memastikan bahwa semua elemen desain dan teks terlihat optimal pada ukuran cetak yang ditentukan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Hobi otomotif, khususnya sepeda motor, sangat populer di Indonesia, dengan jumlah sepeda motor yang mencapai 110,1 juta unit dari total 147,6 juta unit kendaraan bermotor pada tahun 2022. Custom culture motor, yaitu kegiatan memodifikasi sepeda motor untuk tujuan estetika dan performa, telah menjadi bagian integral dari hobi ini. Aksesoris berkendara, khususnya helm, memiliki peran penting dalam custom culture motor karena tidak hanya meningkatkan penampilan, tetapi juga menjamin keselamatan pengendara.

Helm Slimhead 500TX, yang diproduksi oleh Upride Helmet asal Yogyakarta, dirancang khusus untuk penggemar custom culture motor. Helm ini menawarkan desain aerodinamis yang stylish serta kenyamanan dengan bantalan interior yang dapat dilepas dan dicuci. Namun, meskipun produk yang ditawarkan berkualitas, Upride Helmet masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan brand awareness dan daya saing di pasar yang kompetitif.

Penggunaan media promosi dan informasi yang efektif adalah kunci dalam membangun brand awareness dan loyalitas konsumen. Dalam upaya untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing Upride Helmet, penulis merancang Brand Collateral sebagai alat promosi dan informasi. *Look Book* dipilih sebagai media utama karena kemampuannya untuk menyajikan produk secara *Visual* yang menarik dan kreatif.

Dengan optimalisasi strategi promosi melalui Brand Collateral, diharapkan Upride Helmet dapat memperkuat posisinya di pasar dan menarik lebih banyak konsumen, sehingga meningkatkan pengenalan merek dan kesetiaan konsumen terhadap produk lokal berkualitas ini.

## B. Saran

1. Saran untuk Penulis:
  - a. Lebih Fokus pada Kejelasan Pesan: Pastikan setiap elemen dalam *Look Book*, mulai dari desain *Visual* hingga teks, jelas dan konsisten dalam *menyampaikan* nilai-nilai dan keunggulan produk UPRIDE HELMET. Kepatuhan terhadap pesan merek akan membantu memperkuat daya tarik dan membangun kohesi merek yang kuat.
  - b. Inovasi dalam Presentasi *Visual*: Cari cara untuk menyampaikan konsep dan desain helm UPRIDE HELMET secara inovatif melalui penggunaan gambar, layout, dan desain grafis yang menarik. Hal ini akan membantu menonjolkan karakter unik produk dan meningkatkan daya tarik *Visual Look Book*.
  - c. Pengujian dan Evaluasi: Sebelum publikasi final, lakukan pengujian terhadap *Look Book* dengan target audiens untuk mendapatkan umpan balik yang berharga. Evaluasi ini dapat membantu memastikan bahwa pesan yang disampaikan efektif dan menarik bagi calon pembeli.
2. Saran untuk Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta:
  - a. Penyediaan Sumber Daya Kreatif: Pastikan mahasiswa memiliki akses yang memadai terhadap sumber daya kreatif, seperti perangkat lunak desain terbaru dan perpustakaan gambar yang luas, untuk mendukung kreativitas dalam pembuatan karya
  - b. Kolaborasi dengan Industri: Bangun lebih banyak kerjasama dengan industri lokal, seperti UPRIDE HELMET, untuk proyek-proyek semacam ini. Ini tidak hanya memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa, tetapi juga memperkaya portfolio kampus dalam mendukung pengembangan merek lokal.

3. Saran Untuk Masyarakat:
  - a. Dukung Produk Lokal: Berikan dukungan kepada produk lokal seperti UPRIDE HELMET dengan memilih untuk membeli produk mereka. Ini tidak hanya mendukung ekonomi lokal tetapi juga membantu mempromosikan keberlanjutan industri kreatif di Indonesia.
  - b. Berpartisipasi dalam Komunitas Otomotif Lokal: Bergabunglah dengan komunitas otomotif lokal di Yogyakarta dan sekitarnya yang mungkin tertarik dengan produk seperti UPRIDE HELMET. Ini dapat meningkatkan pengetahuan tentang merek serta membangun jaringan sosial yang bermanfaat dalam lingkungan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku:

- Enterprise. J. (2018). *Desain Grafis Komplet*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Widya, Leonardo. (2016). *Pengantar Desain Grafis*.
- Tinarbuko, Sumbo. (2015). *DEKAVE Desain Komunikasi Visual—Penanda Akhir Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta
- Kasali, Rhenald. (1995). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: PAU-Ekonomi- UI.
- Heinich, R., et. al. 2002. *Instructional Media and Technologies for Learning*. New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs.

### Referensi Jurnal:

- Iswanto. R. (2023). *Perancangan Buku Ajar Tipografi*.  
Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana,  
Vol. 23, No. 2
- Kaer. A, Khoir. N, Hidayati. Y. A. (2021). *Senjakala Media Cetak: Tantangan Jurnalisme Cetak Di Era Digital*.
- Gordon B. Davis. 1990. *Management Informations System Conceptual Foundations, Structures, and Development*. New York: MacMillan

### Referensi Lainnya:

- Cintya (2022) *Branding Collateral: Pengertian, Jenis, dan Manfaatnya Bagi Perusahaan* Pengertian Custom Helm Slimhead 500TX

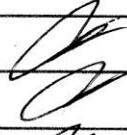
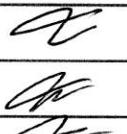
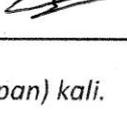
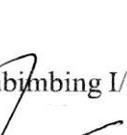
**LAMPIRAN**  
**BIODATA MAHASISWA**



Nama : Krisna Radika Rawanagiri Putra Riyadi  
NIM : 21100082  
Instansi Pendidikan : Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta  
Tingkat/Semester : III/Semester 6  
Program Studi : Desain Grafis  
Jurusan : Desain  
Tempat, Tanggal lahir: Bandung, 13 Oktober 2002  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Alamat : Jl. Sukagalih No. 61 Bandung RT/RW: 001/003  
Nomor Telepon : +62 897 6670 706  
Email : [krsnaradika.email@gmail.com](mailto:krsnaradika.email@gmail.com)

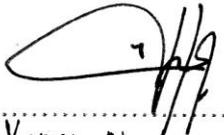
LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Krisna Radika Rawanagiri: Purni Fiyadi  
 NIM : 2100062  
 Program Studi : Desain Grafis  
 Pembimbing I/II : Marventgo Amala  
 Judul TA : Perancangan Brand Collateral Sebagai Media Informasi dan Promosi Pada Brand Helm Upride Helmet Yogya Kartan

No	Waktu	Uraian Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	13 Maret 2024	Pemaparan konsep karya.	
2.	20 Maret 2024	Pemaparan mind map + mood board	
3.	18 April 2024	Pemaparan karya Utama + Revisi	
4.	23 April 2024	Pemaparan karya Pendukung + Revisi	
5.	29 April 2024	Revisi karya.	
6.	10 Juni 2024	Revisi karya	
7.	24 Juni 2024	Revisi karya	
8.	25 Juni 2024	Revisi karya	
9.	1 Juli 2024	Revisi karya.	
10.	2 Juli 2024	Acc.	

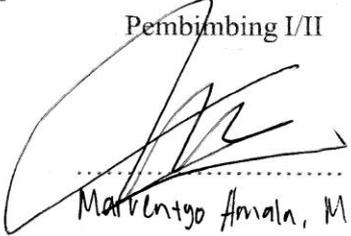
Pembimbingan minimal 8 (delapan) kali.

Koordinator Prodi,

  
 Yagn Nur Asiah M.Pd.

Mengetahui

Pembimbing I/II

  
 Marventgo Amala, M.Sn.

**LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR**

Nama : Krisna Radika Rawangiri Putra Riyadi  
 NIM : 211082  
 Program Studi : Desain Grafis  
 Pembimbing I/II : Mohammad Ismed  
 Judul TA : Perancangan Brand Collateral sebagai media promosi dan informasi pada Brand Helm Upride Helmet Yogyakarta.

No	Waktu	Uraian Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	21 Feb 2024	Review Bab 1	
2.	19 mar 2024	Revisi: Bab 1 + Review Bab 2.	
3.	28 mar 2024	Revisi: Bab 2 + Review Bab 3	
4.	22 April 2024	Revisi Bab 3.	
5.	19 May 2024	Review Bab 4 + Revisi Bab 3.	
6.	10 Jun 2024	Revisi Bab 4 + Bab 5.	
7.	26 Juni 2024	Revisi: Bab 5 + Bab 4.	
8.	1 Juli 2024	Acc.	
9.			
10.			

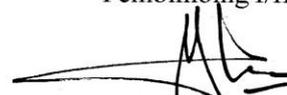
Pembimbingan minimal 8 (delapan) kali.

Mengetahui

Koordinator Prodi,

  
.....Yayah Nuruziah.....

Pembimbing I/II

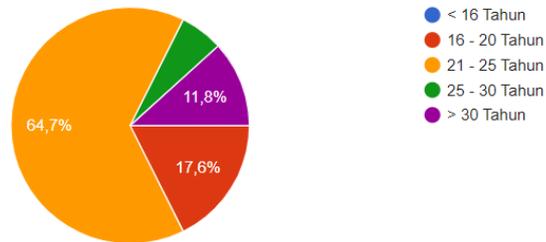
  
.....Mohammad Ismed.....

## HASIL KUESIONER

### Berapa Umur Anda

17 jawaban

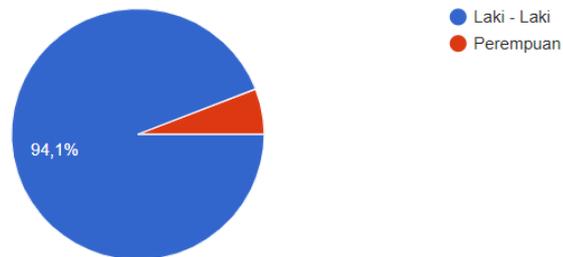
[Salin](#)



### Jenis Kelamin

17 jawaban

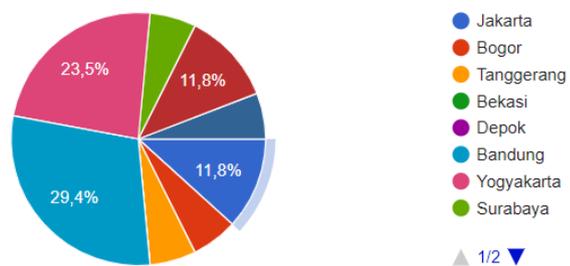
[Salin](#)



### Domisili

17 jawaban

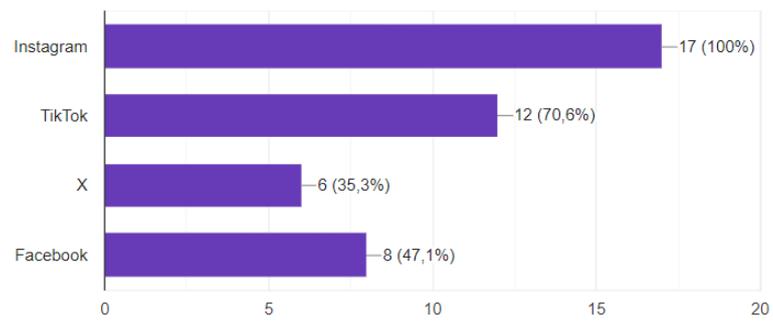
[Salin](#)



### Sosial Media yang anda pakai

Salin

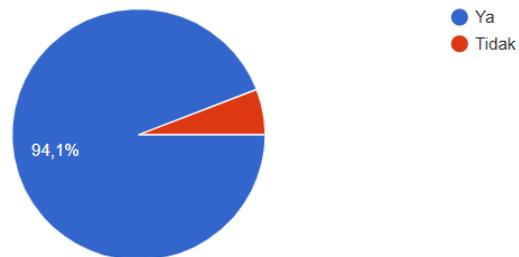
17 jawaban



### Apakah anda peminat hobi "Classic Custom Culture"?

Salin

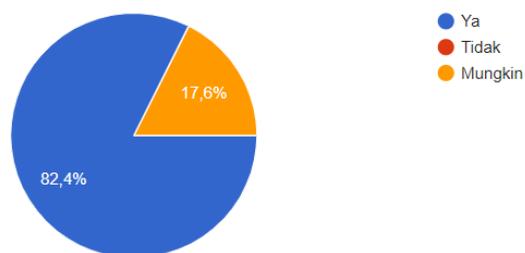
17 jawaban



### Sebagai penggelut hobi "Classic Custom Culture" apakah anda memikirkan penampilan dalam berkendara?

Salin

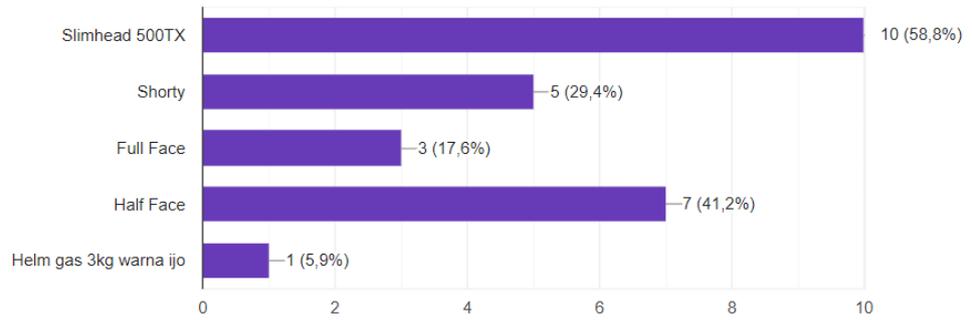
17 jawaban



Tipe helm apa yang anda gunakan untuk berkendara?

Salin

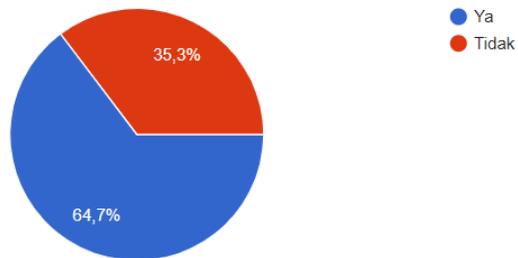
17 jawaban



Apakah sebelumnya anda sudah mengetahui merk ini?

Salin

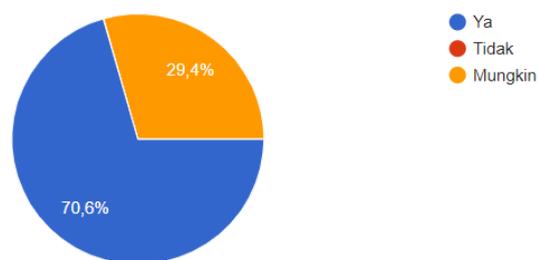
17 jawaban



Setelah melihat produk dari UPRIDE HELMET, apakah anda tertarik untuk membeli produk merk ini?

Salin

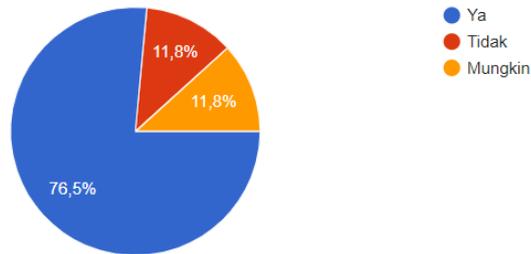
17 jawaban



Menurut anda apa Lookbook ini membantu sebagai media promosi dan informasi untuk memperkenalkan brand UPRIDE HELMET ke pasar yang lebih luas?

Salin

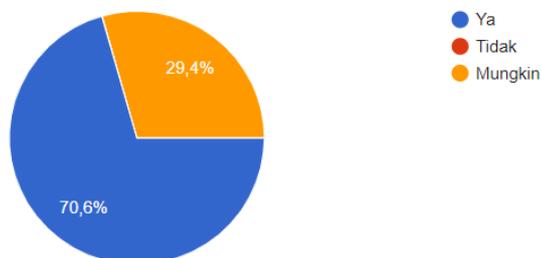
17 jawaban



Jika UPRIDE HELMET membuat media cetak sebagai sarana promosi dan informasi menggunakan layout design diatas, apakah orang-orang akan tertarik untuk membacanya?

Salin

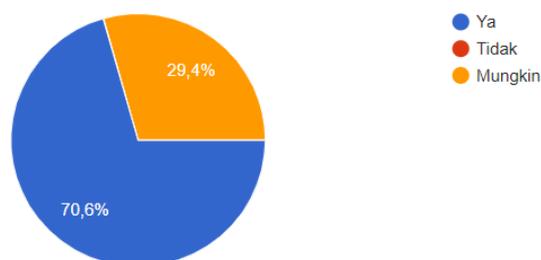
17 jawaban



Apakah jika buku ini terbit, apa anda ingin membacanya?

Salin

17 jawaban



## TRANSKRIP WAWANCARA

**Penulis:** Halo, bisa cerita sedikit tentang sejarah dan visi Upride Helmet?

**Klien:** Upride Helmet didirikan dengan tujuan menghadirkan helm berkualitas yang terinspirasi dari Classic Custom Culture di Indonesia. Kami ingin menyediakan helm yang nggak cuma aman dan nyaman, tapi juga keren dan sesuai dengan selera lokal.

**Penulis:** Menurut Anda, seberapa penting brand collateral dalam strategi pemasaran Upride Helmet?

**Klien:** Brand collateral itu penting banget karena bisa membantu kami menyampaikan identitas dan nilai-nilai merek ke konsumen. Lewat media seperti brosur, *Look Book*, dan materi digital, kami bisa memberikan informasi lengkap dan menarik tentang produk-produk kami. Ini juga membantu memperkuat kehadiran merek di pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

**Penulis:** Produk unggulan apa saja yang ingin Anda tonjolkan dalam brand collateral ini?

**Klien:** Produk unggulan kami saat ini adalah Slimhead 500TX dan Shorty. Kedua helm ini dirancang khusus untuk pengendara motor di Indonesia, menggabungkan desain klasik dengan teknologi modern untuk kenyamanan dan keamanan maksimal.

**Penulis:** Media apa saja yang menurut Anda paling efektif untuk digunakan dalam brand collateral?

**Klien:** Media cetak seperti brosur dan *Look Book* masih sangat efektif, terutama untuk event atau pameran. Tapi media digital seperti, media social juga sangat penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan informasi secara cepat dan interaktif.

**Penulis:** Ada tantangan tertentu yang Anda hadapi dalam mempromosikan Upride Helmet?

**Klien:** Tantangan utama kami adalah meningkatkan kesadaran merek di tengah persaingan yang ketat. Selain itu, kami juga perlu memastikan bahwa informasi tentang keunggulan produk kami bisa tersampaikan dengan jelas dan menarik kepada calon pembeli.

**Penulis:** Apa harapan Anda dengan adanya perancangan brand collateral ini?

**Klien:** Kami berharap brand collateral ini bisa membantu memperkuat identitas merek Upride Helmet, memberikan informasi yang jelas dan menarik kepada konsumen, serta meningkatkan penjualan produk-produk kami. Kami juga berharap bisa menjangkau lebih banyak audiens dan membangun loyalitas pelanggan.

**Penulis:** Terima kasih atas waktunya. Semoga perancangan brand collateral ini sukses dan membawa dampak positif bagi Upride Helmet.

**Klien:** Terima kasih kembali. Kami sangat antusias dengan proyek ini dan berharap hasilnya bisa memenuhi ekspektasi

## DOKUMENTASI SIDANG

