

DKV Identitas Visual

By: Bebay Hana Balqis, S.Ds., M.Ds.





DKV Identitas Visual [DKV23452]

WhatsApp group



**masuk
grup
wassap**

Join the DKV Identitas Visual 5DK1 Discord Server!

Check out the DKV Identitas Visual 5DK1 community on Discord - hang out with 8 other members and enjoy free voice and text chat.



Discord

<https://discord.gg/S5gV44nNC>

table of contents

1

tata tertib perkuliahan

2

Definisi

3

Mengapa Identitas Visual
Penting ?

4

kesimpulan

1. Tata tertib perkuliahan (Luring & Daring)

Seluruh perkuliahan dilaksanakan secara luring, namun jika satu dan lain hal dosen pengampu tidak dapat hadir berkenaan dengan tugas institusional maka perkuliahan akan dilaksanakan secara daring menggunakan platform ZOOM. Ketentuan pelaksanaan perkuliahan (secara kondisional) adalah sebagai berikut:

*Mahasiswa diwajibkan mengunduh materi di LMS (e-learning Darmajaya).

Luring



Setiap mahasiswa wajib menghadiri sesi perkuliahan dan mengisi Daftar Presensi (fisik) SERTA mengisi Presensi Mandiri di laman absen digital sesuai jadwal perkuliahan yang berlaku.

Ketidakhadiran dalam perkuliahan lebih dari 4 (empat) kali tanpa keterangan yang jelas, maka secara otomatis mahasiswa ybs dinyatakan tidak lulus dan mendapatkan nilai E

Daring

Setiap mahasiswa wajib menghadiri sesi perkuliahan dan mengisi Daftar Presensi (fisik) SERTA mengisi Presensi Mandiri di Informasi meeting ID dan passcode akan disampaikan selambat-lambatnya 1 (satu) jam sebelum jadwal perkuliahan dimulai. Ketentuan perkuliahan daring adalah sbb:

Masuk 10 menit sebelum jadwal dengan format Nama_NIM. **Dilarang menggunakan nama alias/panggilan yang tidak sesuai daftar presensi.**

Toleransi Keterlambatan Maks 15 menit. Lebih dari itu, mahasiswa dianggap tidak hadir dan dilarang masuk ruang Zoom.

Video wajib ON dan audio OFF. Jika video mati lebih dari 15 menit (tanpa alasan teknis yang sah), mahasiswa dianggap tidak hadir dan akan dikeluarkan dari sesi.

Izin ?

Mahasiswa yang Izin sakit wajib menyertakan bukti surat keterangan dokter atau orang tua/wali menghubungi dosen.

Mahasiswa izin via whatapps wajib menyertakan bukti foto alasan izin.

**Pernah dengar istilah
“Identitas Visual ?”**

2. *main point* / definisi :

kumpulan elemen visual (logo, warna, tipografi, ikon, dll)
yang merepresentasikan identitas suatu entitas (brand,
institusi, individu).

Perbedaan istilah yang sering tertukar:

Brand

persepsi/perasaan yang tinggal di benak audiens

Branding

proses membangun persepsi tersebut

Identitas Visual

wujud visual yang konsisten dari brand

Logo

hanya salah satu elemen dari identitas visual (bukan keseluruhan)

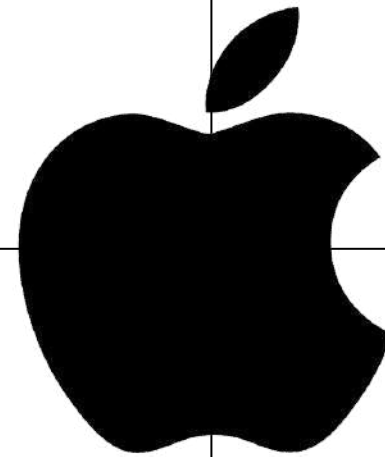


Brand

apa persepsi/perasaan
yang tinggal di benak
audiens?

Branding

apa proses membangun
persepsi tersebut?



Identitas Visual

apa wujud visual yang
konsisten dari brand?

Logo

..... ?

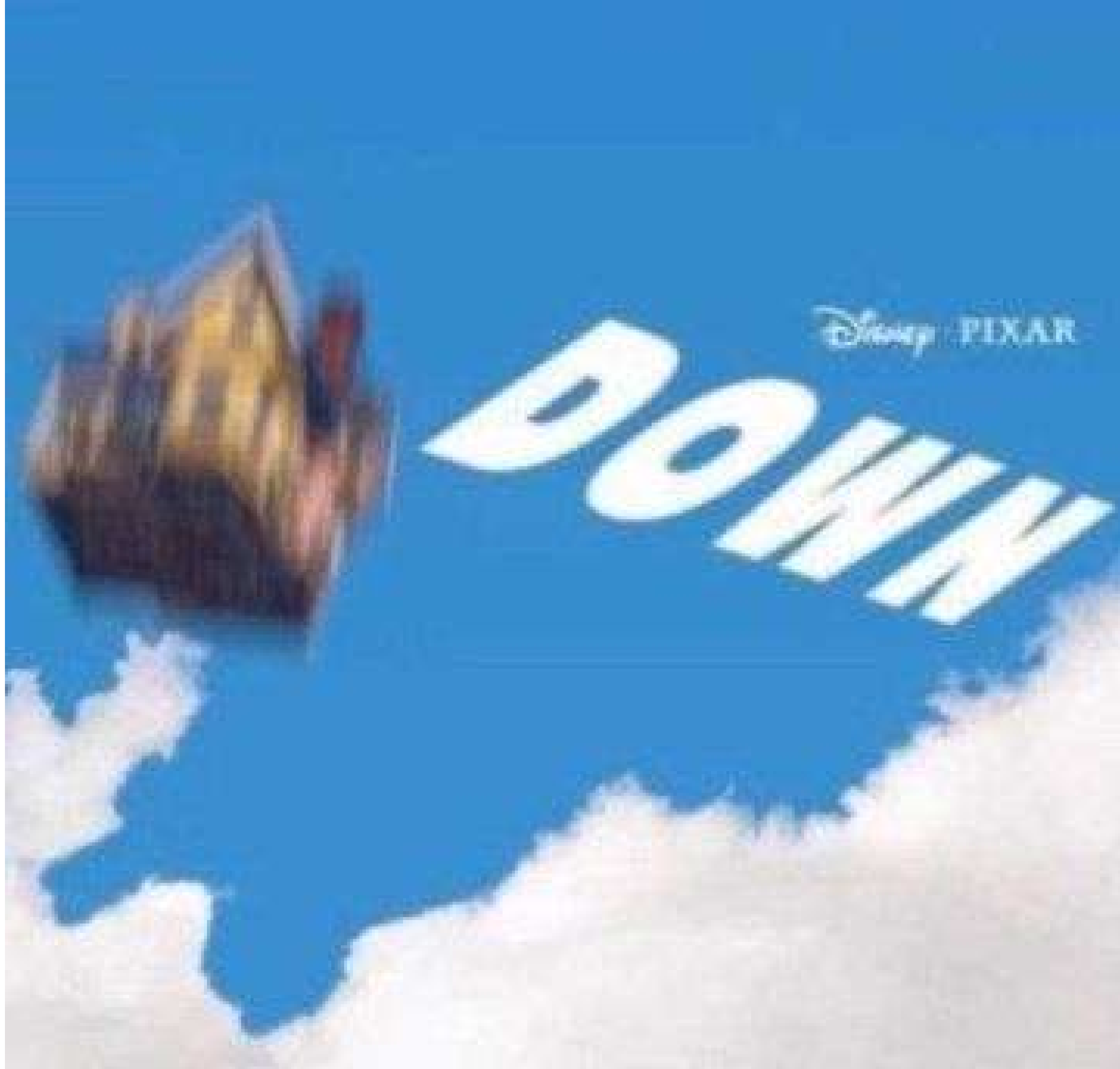
3. Mengapa Identitas Visual Penting ?



**Membangun
pengenalan
(recognition) dan
kepercayaan.**

Google®





Logo...

Burung...

Warna Hijau...



Membangun pengenalan (*recognition*)

Identitas visual yang konsisten membuat audiens bisa mengenali brand hanya dari sekilas

dan kepercayaan.

memberi kesan brand tersebut kredibel dan serius

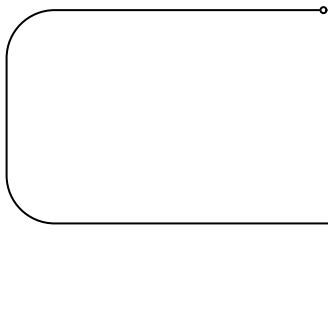
**Menciptakan
konsistensi di
semua titik kontak
(*touchpoint*)**





Menciptakan konsistensi di semua titik kontak (*touchpoint*)

konsistensi di semua touchpoint: setiap titik pertemuan audiens dengan brand terasa "menyatu", bukan tercerai-berai.



Identitas visual jadi "benang merah" yang menyatukan semua pengalaman itu jadi satu kesan yang utuh

Tanpa **ini**, brand terasa "pecah" (apa yang di iklankan ga seperti kenyataan yang di lapangan).

**Membedakan
dari kompetitor
(diferensiasi)**



NESCAFÉ

Café Du Monde

KAHAWA
1893

EQUAL EXCHANGE
FAIRLY TRADED



gëvalia

COFFEE
EST. 1999
STUMPTOWN
ROASTED DAILY
ROASTERS



WIDE
AWAKE
COFFEE CO.



CAFÉ
BUSTELO



Peet's Coffee



Tim Hortons



La COLOMBE
COFFEE ROASTERS



Yuban

ALLEGRO
COFFEE

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Chock full o' Nuts



**Menyampaikan
nilai & kepribadian
brand secara
instan**

Mengingat kembali elemen Dasar Identitas Visual (slide 5)

- Logo & logotype
- Palet warna
- Tipografi
- Ikonografi/pattern
- Grid & tata letak



BRAND COLOUR PSYCHOLOGY

Colours speak louder than words.
They influence how we feel, think and connect with brands.

COLOUR	PSYCHOLOGY	BRAND EXAMPLES
 RED	Energy, excitement, passion, urgency Creates a sense of excitement and grabs attention.	 Coca-Cola YouTube Netflix Pinterest
 BLUE	Trust, reliability, security, calm Builds trust and conveys dependability and confidence.	 Facebook IBM PayPal LinkedIn
 GREEN	Nature, health, growth, sustainability Represents freshness, harmony and a connection to nature.	 Starbucks Whole Foods Spotify John Deere
 YELLOW	Happiness, optimism, warmth, friendliness Brings positivity and creates a feeling of cheerfulness.	 McDonald's IKEA Snapchat DHL
 ORANGE	Creativity, enthusiasm, energy, affordability Encourages action and conveys creativity and enthusiasm.	 Fanta The Home Depot SoundCloud Reddit
 PURPLE	Luxury, creativity, wisdom, imagination Conveys sophistication and a sense of luxury and mystery.	 Cadbury Hallmark Yahoo! Twitch
 PINK	Care, compassion, femininity, playfulness Represents kindness, nurturing and a sense of fun.	 Barbie Victoria's Secret Lyft Dunkin'
 BLACK	Sophistication, elegance, power, exclusivity Creates a sense of authority, sophistication and timeless style.	 CHANEL Nike Apple Uber
 WHITE	Simplicity, cleanliness, purity, minimalism Conveys simplicity, clarity and a clean, modern look.	 Apple Tesla Nike Google
 BROWN	Warmth, reliability, stability, authenticity Represents comfort, earthiness and reliability.	 UPS M&M's Nescafé Hershey's
 GREY	Balance, neutrality, professionalism, conservative Conveys calm, balance and professionalism.	 Mercedes-Benz Wikipedia Apple Dell

Colours shape perceptions and influence decisions.
The right colour choice can build a strong, unforgettable brand.

Logo Shape Psychology



Circle

Unity
Wholeness
Friendly



Square

Stability
Balance
Strength



Triangle

Power
Progress
Innovation



Hexagon

Efficiency
Cooperation
Structure



Oval

Continuity
Motion
Timelessness



Abstract

Creativity
Uniqueness
Flexibility



Logos & Fonts

THE PSYCHOLOGY BEHIND LOGOTYPE STYLES

Sans Serif

Clean. Modern. Approachable.

Spotify LinkedIn

Serif

Elegant. Timeless. Trustworthy.

ROLEX TIME

Script

Expressive. Personal. Emotional.

Coca-Cola Cartier

Slab Serif

Strong. Confident. Grounded.

SONY HONDA

Glyphic

Refined. Classic. Sculptural

VICTORIA'S SECRET ASSASSIN'S CREED

Geometric

Precise. Balanced. Forward-looking.

Google airbnb

Blackletter

Traditional. Authoritative. Distinctive.

The New York Times



Kenny Song
Brand Designer



Kenny Song
Brand Designer



4. Kesimpulan

Identitas visual yang kuat dan konsisten memiliki peran krusial bagi sebuah entitas, yaitu untuk membangun **pengenalan dan kepercayaan** audiens, **membedakan diri dari kompetitor**, **menjaga konsistensi (*touchpoint*)**, serta **menyampaikan nilai dan kepribadian brand secara instan** bahkan sebelum audiens membaca atau memahami detail produk/jasanya.

Dengan memahami dasar-dasar ini, mahasiswa diharapkan mampu serta menyadari bahwa merancang identitas visual bukan sekadar membuat logo yang "bagus", melainkan membangun sebuah **sistem visual yang konsisten dan bermakna** untuk merepresentasikan sebuah entitas secara utuh.

Terimakasih
Thankyou
Danke
ありがとう

You're Amazing.

