



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL CANNOLI YANG
PLAYFUL SEBAGAI STRATEGI *BRANDING***



Diajukan sebagai Persyaratan Kelulusan
Sarjana Terapan Program Studi Desain Grafis
Jurusan Teknik Grafika Penerbitan
Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:

FAUZAN ZUFAR AULIA

2106421012

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2025**



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

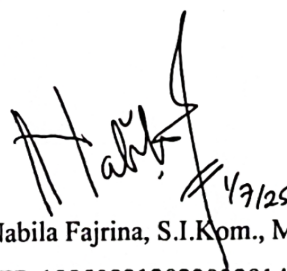
Judul Tugas Akhir : Perancangan Ulang Identitas Visual Cannoli Yang Playful Sebagai Strategi Branding
Penulis : Fauzan Zufar Aulia
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 1 Juli 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si
NIP. 199509212022032014


Amalia Rizky Patonah, S.S., M.I.Kom
NIP. 199407302022032008



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL CANNOLI YANG PLAYFUL SEBAGAI STRATEGI BRANDING

Oleh:

FAUZAN ZUFAR AULIA

2106421012

Disahkan:

Depok, 9 Juli 2025

Penguji I

Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds.

NIP. 520000000000000090

Penguji II

Fitri Nur Ardiantika, S.I.Kom., M.Si.

NIP. 199004032022032011

Kepala Program Studi

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds.

NIP. 198812152018032001

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



Dr. Zulkarnain, S.T, M.Eng

NIP. 198405292012121002



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 mengumunkan 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 Ulang Identitas Visual Cannoli Yang *Playful*
Sebagai Strategi *Branding***

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.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 1 Juli 2025



Fauzan Zufar Aulia
2106421012



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang identitas visual Cannoli yang *playful* sebagai strategi *branding*, Cannoli merupakan sebuah usaha mikro di bidang *cake & pastry* berbasis rumahan yang telah berkembang melalui media sosial. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah identitas visual Cannoli sebelumnya dinilai kurang menarik, tidak konsisten, serta belum mampu merepresentasikan karakter produk secara optimal. Hal tersebut berdampak pada rendahnya ketertarikan konsumen terhadap produk dan lemahnya citra *brand* di tengah persaingan pasar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dengan pemilik *brand*, studi literatur, serta penyebaran kuesioner kepada target pasar. Analisis dilakukan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap identitas visual sebelumnya serta preferensi visual yang diinginkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai tampilan visual Cannoli belum menarik, kurang memiliki keunikan, dan tidak mencerminkan bisnis *cake & pastry* secara maksimal. Oleh karena itu, dilakukan proses perancangan ulang dengan pendekatan gaya *playful* untuk merepresentasikan karakter *brand* yang ceria, ramah, dan dekat dengan konsumen. Logo baru dirancang dengan warna dominan *orange* dan *cocoa brown*, dipadukan dengan tipografi dekoratif serta elemen supergrafis yang menggambarkan dunia baking. Penerapan teori Gestalt seperti *proximity*, *similarity*, dan *continuity* digunakan untuk memperkuat struktur visual dan keterpaduan elemen desain. Diharapkan, strategi *rebranding* ini mampu membangun citra *brand* Cannoli yang lebih kuat, menarik perhatian target pasar, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk secara keseluruhan.

Kata kunci: Identitas Visual, *Rebranding*, *Playful*, Strategi *Branding*, UMKM, *Cake & Pastry*



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

This study aims to redesign the visual identity of Cannoli with a playful approach as a branding strategy. Cannoli is a home-based micro-business in the cake and pastry sector that has grown through social media. The problem addressed in this research is that Cannoli's previous visual identity was considered unattractive, inconsistent, and unable to optimally represent the brand's character. This resulted in low consumer interest in the products and a weak brand image in the midst of market competition. The method used in this research is qualitative descriptive, with data collection techniques including observation, interviews with the brand owner, literature studies, and questionnaires distributed to the target market. The analysis was conducted to understand consumer perceptions of the previous visual identity as well as the visual preferences desired by the audience. The results show that the majority of respondents perceived Cannoli's previous visual appearance as unappealing, lacking uniqueness, and not effectively representing the cake and pastry business. Therefore, a redesign process was carried out using a playful visual style to reflect the brand's cheerful, friendly, and approachable character. The new logo was designed with dominant colors of orange and cocoa brown, combined with decorative typography and supergraphic elements that visually represent the world of baking. The application of Gestalt principles such as proximity, similarity, and continuity was used to strengthen the visual structure and coherence of the design elements. This rebranding strategy is expected to build a stronger brand image for Cannoli, attract its target market, increase consumer trust, and serve as a sustainable visual foundation for the brand's future growth.

Keywords: Visual Identity, Rebranding, Playful, Branding Strategy, MSME, Cake & Pastry



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PRAKATA

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, dan juga saya berterimakasih kepada kedua orang tua saya karena atas doa serta dukungannya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Cannoli Yang *Playful* Sebagai Strategi *Branding*” ini disusun guna menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Jakarta tepatnya di jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan pada program studi Desain Grafis.

Saya menyadari dalam penyelesaian tugas akhir ini banyak pihak yang telah membantu, oleh karena itu pada kesempatan ini saya mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta yang telah berupaya keras menjadikan Kampus semakin berkualitas.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta.
4. Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing materi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dukungan, nasehat dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan saya dalam penyusunan tugas akhir ini serta memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat sejak awal pelaksanaan tugas akhir hingga selesai.
5. Amalia Rizky Fatonah, S.S., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing teknis penulisan yang telah membantu saya dalam pembuatan laporan tugas akhir ini.



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6. Ibu Lestarina, sebagai klien yang bersedia untuk dijadikan pada penelitian saya.
7. Muhammad Gilang Pradito, Theodore Rocky, Kalista Hiswari, Puspa Arie, selaku rekan yang selalu membantu dan memberi dukungan selama saya menyusun laporan tugas akhir ini.
8. Malina Najla Khairunnisa, selaku partner yang selalu membantu dan memberi dukungan saat saya mengalami kesulitan selama menyusun laporan tugas akhir ini.

Sebagai penutup, saya menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyusunan tugas akhir ini. saya juga berharap semoga karya ini dapat memberikan manfaat, menjadi sumber inspirasi yang baik, serta turut berkontribusi sebagai bahan pertimbangan dalam dunia pendidikan.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 1 Juli 2025

Fauzan Zufar Aulia



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 Branding.....	7
2.1.1 Brand Image.....	7
2.3 Identitas Visual.....	9
2.3.1 Logo.....	10
2.3.2 Warna.....	13
2.3.3 Tipografi.....	18
2.3.4 Super Grafis.....	21
2.3.5 Brand Guidelines.....	22
2.4 Teori Gestalt.....	22
2.5 Metode Riset.....	24
BAB III.....	28
METODE PERANCANGAN.....	28
3.1 Metode Penelitian.....	28
3.1.1 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.1.2 Metode Riset.....	28
3.2 Data dan Analisis.....	30
3.2.1 Profil Klien.....	30
3.2.2 Product Knowledge.....	31
3.2.3 Kompetitor.....	34
3.2.4 Consumer Insight.....	36



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.3.3 Analisis SWOT.....	38
3.3 Arahkan Kreatif.....	41
BAB IV.....	44
HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....	44
4.1 Konsep Visual.....	44
4.1.1 Mind Mapping.....	44
4.1.2 Moodboard.....	45
4.2 Proses Desain.....	50
4.2.1 Sketsa Manual.....	50
1. Sketsa Kasar.....	50
4.2.2 Digitalisasi.....	51
4.2.3 Desain Terpilih.....	56
4.2.4 Test.....	57
4.2.5 Teori Gestalt.....	60
4.3 Graphic Standard Manual.....	61
4.3.1 Logo Clear Space.....	62
4.3.2 Acceptable Use.....	62
4.3.3 Unacceptable Use.....	63
4.3.4 Brand Colors.....	64
4.3.5 Color Proportion.....	66
4.3.6 Brand Typeface.....	66
4.3.6 Supergrafis.....	68
4.3.7 Elemen Pendukung.....	69
4.5 Media pendukung.....	70
4.5.1 Graphic Standard Manual.....	70
4.5.2 Label Kemasan.....	71
4.5.3 Apron.....	72
4.5.4 Social Media.....	72
4.5.5 Poster.....	73
4.6 Pertimbangan Produksi.....	74
BAB V.....	76
PENUTUP.....	76
5.1 Simpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR REFERENSI.....	79
LAMPIRAN.....	75



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Cannoli.....	2
Gambar 2.1 Graphic Standard Manual (GSM).....	9
Gambar 2.2 Logotype/wordmark.....	11
Gambar 2.3 Iconic atau Symbolic (Logomark).....	11
Gambar 2.4 (Combination Mark).....	12
Gambar 2.5 Spektrum Warna.....	13
Gambar 2.6 Skema Warna Monochromatic.....	15
Gambar 2.7 Skema Warna complementary.....	15
Gambar 2.8 Skema Warna analogous.....	16
Gambar 2.9 Skema Warna triadic.....	16
Gambar 2.10 Skema Warna split-complementary.....	17
Gambar 2.11 Skema Warna tetradic.....	17
Gambar 2.12 Logo dengan Huruf Serif.....	18
Gambar 2.13 Logo dengan Huruf Sans Serif.....	19
Gambar 2.14 Logo dengan Huruf Script.....	19
Gambar 2.15 Logo dengan Huruf Decorative/display.....	20
Gambar 2.16 Supergrafis HUT KE-75 RI.....	21
Gambar 2.17 Brand Guidelines /GSM.....	22
Gambar 2.18 Gestalt Rule: Proximity.....	23
Gambar 2.19 Gestalt Rule: Similarity.....	23
Gambar 2.20 Gestalt Rule: Continuity.....	24
Gambar 3.1 Logo Cannoli.....	30
Gambar 3.2 Produk Cannoli.....	31
Gambar 3.3 Profil Instagram Cannoli.....	32
Gambar 3.4 Tampilan Packaging Label Cannoli.....	33
Gambar 3.5 Logo Dapur Manies.....	34
Gambar 3.6 Logo Kue Lebaranku (Wiin Cookies).....	35
Gambar 3.7 Logo Kue Koe.....	36
Gambar 4.1 Mind Mapping.....	44
Gambar 4.2 Project Profile Board.....	45
Gambar 4.3 Past Project Profile.....	46
Gambar 4.4 Consumer Profile Board.....	47
Gambar 4.5 Partner Profile Board.....	48
Gambar 4.6 Moodboard Referensi Desain.....	49
Gambar 4.7 Sketsa Kasar.....	51
Gambar 4.4 Sketsa Halus.....	51



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 4.8 Desain Komperhensif 1.....	52
Gambar 4.9 Desain Komperhensif 2.....	52
Gambar 4.10 Desain Komperhensif 3.....	53
Gambar 4.11 Desain Komperhensif 4.....	54
Gambar 4.12 Desain Komperhensif 5.....	54
Gambar 4.13 Desain Komperhensif 6.....	55
Gambar 4.14 Desain Komperhensif 7.....	55
Gambar 4.15 Logo Terpilih Cannoli.....	56
Gambar 4.16 Konsep Logo.....	56
Gambar 4.18 Mockup GSM.....	61
Gambar 4.19 Logo Clear Space.....	62
Gambar 4.20 Logo on Background.....	62
Gambar 4.21 Logo on Photography.....	63
Gambar 4.22 Visual Element.....	63
Gambar 4.23 Unacceptable Use on logo.....	64
Gambar 4.24 Primary Color.....	64
Gambar 4.25 Secondary Color.....	65
Gambar 4.26 Color Proporation.....	66
Gambar 4.27 Typeface Lilita One.....	67
Gambar 4.29 Supergrafis.....	68
Gambar 4.32 Mockup Label Kemasan.....	71
Gambar 4.33 Mockup Apron.....	72
Gambar 4.34 Social Media.....	72
Gambar 4.35 Poster.....	73



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Makna Warna.....	14
Table 2.2 Tabel SWOT.....	39
Table 2.3 Creative Brief.....	41





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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Bimbingan Tugas Akhir.....	75
Lampiran 2 : Transkrip Wawancara.....	77
Lampiran 3 : Transkrip Wawancara Testing Logo.....	79
Lampiran 4 : Transkrip Kuisioner Consumer Insight.....	88
Lampiran 5: Hasil Cek Plagiarisme.....	97
Lampiran 6 : Riwayat Hidup.....	98





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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan memiliki peluang besar untuk terus berkembang karena merupakan kebutuhan utama manusia. Jenis makanan yang dikonsumsi umumnya terbagi menjadi dua kategori, yaitu makanan berat dan makanan ringan. Salah satu sektor industri makanan ringan yang saat ini mengalami pertumbuhan pesat yaitu *cake & pastry*. Dalam beberapa tahun terakhir, industri kuliner di bidang *cake & pastry* di Indonesia telah berkembang pesat, terutama pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Menurut Maza et al., (2025), pada penelitiannya, sektor UMKM makanan dan minuman, termasuk usaha *cake dan pastry*, berkontribusi sebesar 39,91% terhadap total PDB sektor UMKM, atau sekitar 6,47% dari keseluruhan PDB nasional. Survei terhadap pelaku usaha kuliner di Surabaya dan Jakarta menunjukkan bahwa 94% UMKM terdampak pandemi COVID-19, tetapi tetap berkontribusi dalam pemulihan ekonomi (Wahyunti, 2020). Meskipun memiliki kontribusi ekonomi yang besar, UMKM khususnya pada sektor kuliner masih banyak yang belum memiliki identitas visual yang jelas atau representatif, sehingga citra merek yang mereka bangun di pasar masih belum kuat (Maheni Dk et al., 2023) Penerapan strategi identitas visual dengan baik, UMKM dapat mampu meningkatkan produk serta memperkuat loyalitas pelanggan (Azmi et al., 2024).

Sebagai salah satu UMKM yang belum memiliki identitas visual yang menarik, Cannoli menghadapi tantangan dalam membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan daya saing di industri *cake & pastry*. Tanpa identitas visual yang konsisten dan menarik, UMKM seperti Cannoli sering kali mengalami kesulitan dalam menarik perhatian pelanggan, membangun loyalitas konsumen, serta membedakan dari kompetitor. Cannoli merupakan UMKM di bidang *cake &*



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pastry yang menjual beragam kue dengan rasa autentik. Saat ini, Cannoli menghadapi permasalahan karena identitas visualnya yang kurang optimal, terutama dalam penggunaan logo yang menggunakan jenis *logotype* namun font yang digunakan tidak berlisensi untuk komersil serta rencana pembukaan toko *offline*, sehingga dapat menimbulkan risiko hukum terkait hak cipta.



Gambar 1.1 Logo Cannoli

Sumber : [Instagram.com/cannoli_id](https://www.instagram.com/cannoli_id)

Akibatnya, produk Cannoli sulit dibedakan dari kompetitor, yang pada akhirnya dapat menghambat pertumbuhan penjualan dan mengurangi peluang memperluas jangkauan pasar (Batubara et al., 2023). Selain itu, identitas visual Cannoli yang ada saat ini, termasuk pada media promosi seperti Instagram dan desain label, belum terlihat cukup menarik di mata audiens. Hal ini menyebabkan rendahnya ketertarikan konsumen untuk membeli produk, meskipun Cannoli bergerak di bidang *cake & pastry* yang seharusnya memiliki daya tarik visual yang kuat. Oleh karena itu, diperlukan perancangan ulang identitas visual Cannoli yang lebih *playful* sebagai strategi *branding*, sesuai dengan keinginan klien, untuk memperbaiki tampilan visual *brand*. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Wijaya & Erlyana (2022) perancangan ulang identitas visual dapat menjadi solusi bagi UMKM guna meningkatkan daya saing agar menarik lebih banyak pelanggan.



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Penelitian terdahulu telah menyoroti peran penting identitas visual dalam *branding* UMKM kuliner. Prakasa et al., (2023) menemukan bahwa identitas visual yang sesuai dengan konsep bisnis dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Prawidi et al., (2024) dalam studi *rebranding* Restoran Fukudako menunjukkan bahwa desain visual yang profesional mampu meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek estetika, tanpa membahas legalitas desain serta konsistensi identitas visual di berbagai media pemasaran. Selain itu, kajian tentang strategi identitas visual khusus untuk UMKM di sektor *cake & pastry* masih terbatas. Sehingga, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan pendekatan Desain Komunikasi Visual, yang tidak hanya memperbarui identitas visual Cannoli, tetapi juga memastikan legalitas elemen desain, konsistensi *branding*, serta efektivitas dalam meningkatkan *brand awareness* dan daya saing di industri kuliner.

Berdasarkan hasil observasi mengenai logo sebelumnya terhadap 56 responden, 52% menyatakan logo dan identitas visual yang digunakan masih kurang menarik dan belum mampu merepresentasikan bisnis di bidang *cake & pastry*. Oleh karena itu, perubahan identitas visual Cannoli menjadi langkah strategis dalam upaya memperkuat branding serta meningkatkan daya saing di industri *cake & pastry*. Dengan perancangan ulang logo serta elemen visual yang profesional dan sesuai standar hukum, Cannoli dapat lebih menonjol, menarik perhatian pelanggan baru, serta membangun loyalitas pelanggan lama. Selain itu, identitas visual yang dirancang dengan baik juga dapat didaftarkan sebagai Hak Kekayaan Intelektual (HAKI), memberikan perlindungan hukum terhadap merek, dan mencegah penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada perancangan ulang identitas visual Cannoli agar lebih menarik, *playful*, berlisensi, dan efektif dalam membangun *brand awareness* serta keunggulan kompetitif di pasar.



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya dapat disimpulkan rumusan masalah pada tugas akhir ini adalah “Bagaimana perancangan ulang identitas visual Cannoli yang dapat mencerminkan kesan *playful* sebagai strategi *branding* untuk meningkatkan daya saing di industri *cake & pastry*?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, penulis telah menentukan ruang lingkup pembahasan yang akan mencakup beberapa aspek utama, yaitu:

1. Proses perancangan ulang identitas visual Cannoli berupa logo, warna, tipografi, dan *supergraphic*.
2. Penerapan teori desain dalam perancangan ulang identitas visual Cannoli
3. Penyusunan *Graphic Standard Manual* (GSM) dan penerapan identitas visual ke berbagai media
4. Memastikan legalitas desain beserta elemen lainnya tidak melanggar hak cipta.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

1. Menjelaskan mengenai proses perancangan ulang identitas visual Cannoli.
2. Menjelaskan penerapan teori desain grafis dalam perancangan ulang identitas visual Cannoli.
3. Mengaplikasikan identitas visual pada berbagai media pendukung dengan mengacu pada *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai pedoman desain Cannoli agar dapat merepresentasikan citra merek secara optimal.



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.4.2 Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Memberikan referensi kepada pembaca untuk memperluas wawasan mengenai proses perancangan ulang identitas visual dari tahap awal hingga akhir.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya perancangan ulang identitas visual ini, diharapkan akan membantu Cannoli untuk membangun *brand awareness* serta meningkatkan daya saing.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan laporan tugas akhir ini terbagi menjadi lima bab yang meliputi :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab ini mencakup Latar Belakang yang membahas mengapa diperlukannya perancangan ulang identitas visual, kemudian bab ini juga terdapat rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II : LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini membahas mengenai definisi serta teori-teori dasar dalam bidang desain grafis secara umum, termasuk landasan teori yang berkaitan langsung dengan perancangan identitas visual. Selain itu, dijelaskan pula teori-teori khusus yang relevan dan mendukung arah perancangan serta hasil akhir dari 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB III : METODE PERANCANGAN

Bab ini memaparkan langkah-langkah penelitian yang dilakukan berdasarkan metode yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan data dalam “Perancangan Ulang Identitas Visual Cannoli”. Pembahasan mencakup metode pengumpulan data, metode riset desain, analisis data, serta perumusan arahan kreatif sebagai dasar dalam proses perancangan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini berisi penjelasan secara rinci mengenai proses perancangan dan hasil dari Perancangan Ulang Identitas Visual Cannoli. Pembahasan meliputi pengembangan ide dan konsep visual, tahapan dalam proses perancangan desain, proses uji dan evaluasi, hingga penyajian desain akhir yang mencakup alternatif desain, desain terpilih, serta aplikasi desain pada berbagai media pendukung.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan serta saran yang berkaitan dengan seluruh proses Perancangan Ulang Identitas Visual Cannoli yang telah dibuat.

**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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan seluruh rangkaian proses *Perancangan Ulang Identitas Visual Cannoli yang Playful Sebagai Strategi Branding*, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Perancangan ulang identitas visual Cannoli dilakukan sebagai strategi *branding* untuk memperkuat citra *brand* agar lebih profesional, konsisten, dan mudah dikenali oleh target audiens. Melalui riset yang mencakup wawancara dengan pemilik *brand*, observasi media sosial, penyebaran kuesioner kepada 56 responden, serta studi literatur dan analisis SWOT, ditemukan bahwa identitas visual sebelumnya kurang menarik, belum memiliki keunikan, dan belum mampu merepresentasikan karakter *brand* Cannoli yang *playful* dan ramah. Temuan tersebut menjadi dasar untuk menentukan arah desain baru yang dapat membedakan Cannoli dari kompetitor dan sesuai dengan citra bisnis *cake & pastry*.
2. Proses perancangan dilakukan secara bertahap dan terstruktur, dimulai dari penyusunan *mind map* untuk merumuskan kata kunci seperti “gigitan”, “ceria”, dan “minimalis” yang mencerminkan karakter *brand*. Dilanjutkan dengan pembuatan *moodboard* sebagai acuan visual, eksplorasi sketsa manual sebanyak 50 alternatif desain logo, hingga seleksi dan digitalisasi 7 desain terbaik. Tahap selanjutnya adalah uji desain bersama pemilik *brand* dan target audiens untuk menentukan satu logo utama yang dinilai paling komunikatif, mudah diingat, serta sesuai dengan citra Cannoli yang diinginkan.
3. Hasil akhir perancangan adalah identitas visual baru yang mengusung gaya *playful* melalui ilustrasi *cookies* bertekstur renyah yang dipadukan dengan tipografi dekoratif *custom*, dilengkapi elemen pendukung berupa supergrafis abstrak yang memperkuat kesan ceria dan ramah. Dalam



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pengembangan desain ini, diterapkan beberapa prinsip dari teori *Gestalt*, yaitu *proximity*, *similarity*, dan *continuity*. Prinsip *proximity* digunakan untuk menyusun elemen-elemen visual dalam satu kesatuan komposisi yang harmonis, sedangkan *similarity* dimanfaatkan untuk menciptakan keterkaitan bentuk dan warna yang konsisten di seluruh elemen identitas visual. Adapun prinsip *continuity* diterapkan untuk mengarahkan alur pandangan audiens secara alami melalui alur visual yang mengalir, sehingga elemen-elemen desain terasa lebih hidup dan mudah dipahami. Identitas visual ini dirangkum dalam buku *Graphic Standard Manual* (GSM) agar dapat diterapkan secara konsisten, dan diaplikasikan ke berbagai media seperti label kemasan, apron, konten media sosial, hingga poster. Identitas visual baru ini diharapkan mampu memperkuat strategi *branding*, membangun loyalitas pelanggan, serta menjadi pondasi visual yang legal dan berkelanjutan bagi perkembangan bisnis Cannoli ke depan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari proses perancangan ulang identitas visual Cannoli, beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian dan implementasi selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk pengembangan desain identitas visual Cannoli ke depan, disarankan agar tetap mempertahankan gaya *playful* yang menjadi ciri khas *brand*, namun tetap fleksibel mengikuti tren desain dan selera konsumen yang selalu berkembang. Desain visual juga dapat diperkaya dengan elemen pendukung tambahan seperti *pattern*, ilustrasi, atau ikonografi khusus yang tetap selaras dengan karakter *brand*, sehingga komunikasi visual semakin variatif dan menarik.
2. Identitas visual baru sebaiknya diterapkan lebih luas tidak hanya pada media digital dan kemasan, tetapi juga pada desain interior toko, *signage*, merchandise, serta materi kampanye promosi seperti katalog, hampers, dan konten media sosial. Selain itu, pembuatan *template* desain untuk Instagram, TikTok, atau media digital lainnya akan membantu menjaga



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

konsistensi visual dan memudahkan tim internal dalam proses produksi konten. Evaluasi secara berkala juga penting dilakukan agar desain selalu relevan dan mampu memperkuat citra *brand Cannoli* sebagai *brand cake & pastry* yang ramah, dan *playful*.

3. Disarankan untuk penelitian serupa, penting untuk mengembangkan identitas visual yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mencerminkan karakter *brand* secara konsisten di berbagai media. Penggunaan gaya visual yang selaras dengan kepribadian *brand* seperti pendekatan *playful* dalam kasus Cannoli dapat menjadi strategi komunikasi yang efektif untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens. Selain itu, proses desain yang mencakup tahapan riset, eksplorasi visual, hingga finalisasi, dapat terus digunakan dalam penelitian sejenis karena mampu menghasilkan solusi desain yang relevan dan terarah. Kolaborasi dengan pihak pendukung seperti *influencer*, UMKM lain, maupun *event* lokal juga direkomendasikan untuk memperkuat eksposur *brand* serta memperluas jangkauan pasar secara nyata.

**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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR REFERENSI

- Adams, S., Noreen Morioka, & Terry Stone. (2004). *Logo Design Workbook: A Hands-On Guide To Creating Logos*.
- Aditya, V. (2021, August 17). Mengenal Moodboard dan Manfaatnya dalam Proses Berkarya. *Medium*.
<https://vincentaditya.medium.com/mengenal-moodboard-dan-manfaatnya-dalam-proses-berkarya-e1082ad5fef>
- Azkiya, G. (2024). *Mind Mapping: Pengertian, Cara Membuat, dan Contohnya*.
<https://blog.skillacademy.com/cara-membuat-mind-mapping>
- Azmi, H. N., Nugraha, N. D., & Soedewi, S. (2024). PERANCANGAN DESAIN KEMASAN POTENSI WISATA KULINER DESA NAGREG KENDAN KABUPATEN BANDUNG. *e-Proceeding of Art & Design, Vol.II, No.4*, 5837.
- Batubara, C., Safitri, D., Sari, D. P., Luthfiah, H. T., & Putra, U. (2023). Strategi Pengembangan Identitas Visual UMKM Melalui Pembuatan Logo: Studi Kasus Pada Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di Desa Aras. *Journal of Human And Education, Volume 3, No. 2*.
<https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>
- Faizal, F. A., & Ibrahim, A. M. (2021). *PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL RUMAH MAKAN PADANG SABANA KAPAU DI KOTA BANDUNG*. 03(01).
- Hahury, R. M. S. (2022). *Analisis Pengaplikasian Teori Warna dan Penggunaan Siluet dalam Desain Karakter*.



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hananto, B. A. (2019). PERANCANGAN LOGO DAN IDENTITAS VISUAL UNTUK KOTA BOGOR. *JURNAL TITIK IMAJI, Volume 2 Nomor 1*: 19-32. <http://journal.ubm.ac.id/index.php/titik-imaji/>

Hanindharputri, M. A., & Pradnyanita, A. A. S. I. (2018). *ELEMEN VISUAL SEBAGAI PEMBENTUK KEKUATAN LOGO*.

Jannata, N. F., Fadhilah, & Mukhirah. (2023). *PENGEMBANGAN DESAIN BUSANA MODIFIKASI ADAT GAYO MELALUI MEDIA PEMBELAJARAN MOODBOARD*. 3.

Laksono, Y. T. A., & Islam, M. A. (2020). *PENERAPAN DESIGN THINKING DENGAN MENGGUNAKAN GAYA DESAIN MONOLINE PADA PERANCANGAN LOGO D'PAPO SURABAYA*. 1(2).

Lestyowati, J. (2019). ANALISIS PENGARUH DIMENSI BRAND IMAGE TERHADAP BRAND IMAGE DAN PERSEPSI PENGGUNA KEMENKEU CORPU. *Jurnal BPPK : Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan*, 12(2), 59–73. <https://doi.org/10.48108/jurnalbppk.v12i2.360>

Maulida, L., Joselin, R. F., & Rizkizha, D. F. (2024). Rebranding Agen Travel “Jajantiket” Melalui Perancangan Identitas Visual Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 8(01), 29–40. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v8i01.993>

Maza, A. A. S., Salsabilla, Z., Salsabila, Z. M., Kirani, N., Winata, W. S., Akbar, N., Habibie, G., & Febrianti, D. (2025). Pendampingan Manajemen Operasional serta Keuangan UMKM dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing pada UMKM BestCake Bakery. *Capacitarea: Jurnal Pengabdian*



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kepada Masyarakat, Vol. 5, No. 1,.

<https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/capacitarea>

Mrr Tiyas Maheni Dk, Fajrina, N., Susilawati, Rachmadita Dwi Pramesti, & Andriyanto. (2023). Pembuatan Desain Identitas Visual Sebagai Salah Satu Kekuatan Brand Untuk Mendukung Daya Saing Produk Pada Komunitas Sahabat UMKM. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 7(01), 148–162. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v7.i01.a7344>

Nurchahyo, M. (2022). KAJIAN PERAN SKETSA DALAM PROSES KREATIF DAN PENDIDIKAN DESAIN (Kasus Pengalaman Belajar Desain di Era Digital). *Lintas Ruang: Jurnal Pengetahuan dan Perancangan Desain Interior*, 10(2), 86–97. <https://doi.org/10.24821/lintas.v10i2.7199>

Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>

Prakasa, N. T., Anggarini, A., & Pratama, Y. P. (2023). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL TOKO ROTI DARI DARI. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa dan Desain*, 8(2), 167–184. <https://doi.org/10.25105/jdd.v8i2.18395>

Prawidi, P. B. K. A., Pratama, I. G. Y., & Lestari, N. P. E. B. (2024). PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI RESTORAN FUKUDAKO DI DENPASAR. *JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL INSTITUT DESAIN DAN BISNIS BALI*. <http://repository.idbbali.ac.id>

Putri, R. D. L. & Widyasari. (2023). Pengembangan Konsep Desain Identitas



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Visual Melalui Penggunaan Supergrafis pada Media Sosial Diskominfo.

SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual, Vol.1, No. 2.

<https://doi.org/10.59581/seniman-widyakarya.v1i2.1853>

Raja, T. M., Abdulhadi, R. H. W., & Ramadhan, M. D. (2022). Application of brand visual identity in interior design. Case study: Block71 Bandung. In *Embracing the Future: Creative Industries for Environment and Advanced Society 5.0 in a Post-Pandemic Era*. Routledge.

Said, A. A. (2019). MENDESAIN LOGO. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain –Unm.*, volume 6 nomor 3.

Sayatman, S., Soewito, B. M., & Noordyanto, N. (2021). Pengembangan Konsep Brand Identity dan Visual System ITS yang Lebih Terintegrasi. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 20(1), 10.

https://doi.org/10.12962/iptek_desain.v20i1.9329

Sindarto, J., & Ellitan, L. (2023). Peran Citra Merek dan Inovasi Produk dalam Membangun Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Ulang: Sebuah Kajian Teoritis. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol.2, No.3.

Wahyuni, S. (2021). Strategi Bussiness Model Canvas (BMC) Bagi Pelaku Usaha Samarinda Dalam Upaya Pengembangan Brand Dan Digitalisasi Produk. *Jurnal Pustaka Mitra*, Vol. 1. No. 2 (2021) 81-86(2).

Wahyunti, sRI. (2020). PERAN STRATEGIS UMKM DALAM MENOPANG PEREKONOMIAN INDONESIA DI TENGAH PANDEMI COVID 19. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, Volume 3, Nomor 2.



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity*.

Wibisono, N. P. (2021). *PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA 202*.

Wijaya, M. P., & Erlyana, Y. (2022). Perancangan Ulang Identitas Visual Yangko Pak Prapto Dengan Kemasan Sebagai Media Utama. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 231–243. <https://doi.org/10.31937/ultimart.v15i2.2788>

Wulandari, W., Listya, A., & Hadiprawiro, Y. (2023). Konsep dan Layout Buku Foto Lullaby Karya Abi Rafdi Aufar. *Jurnal Desain*, 10(2), 385. <https://doi.org/10.30998/jd.v10i2.15937>

**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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Bimbingan Tugas Akhir

1. Pembimbing Materi

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Fauzan Zufar Aulia	
NAMA PEMBIMBING		Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Ulang Identitas Visual Cannoli Guna Memperkuat Citra Merek	
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	24 Februari 2025	Merevisi Outline	Merevisi Outline bagian urgensi dan melanjutkan pembuatan proposal
2	5 Maret 2025	Arahan Pembuatan Bab 1	Mencari referensi jurnal dan pembuatan latar belakang
3	14 Maret 2025	Revisi Latar Belakang	Menambahkan penelitian terdahulu
4	18 Maret 2025	Arahan Pembuatan Bab 2	Membuat kerangka teori
5	25 Maret 2025	Revisi kerangka teori dan arahan pembuatan Bab 3	Mengumpulkan referensi jurnal dan melakukan perancangan bab 2 dan 3
6	9 April 2025	Revisi Bab 3	Membuat swot
7	10 April 2025	Merevisi Swot	Menyelesaikan proposal
8	Senin 1 Juli 2025	Merevisi Bab 4 dan 5	Melakukan tanda tangan lembar pengesahan

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

2. Pembimbing Teknis

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Fauzan Zufar Aulia	
NAMA PEMBIMBING		Amalia Rizky Fatonah, S.S., M.I.Kom	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Ulang Identitas Visual Cannoli Guna Memperkuat Citra Merek	
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	26 Februari 2025	Arahan Teknis Penulisan Proposal	Menyelesaikan Bab 1 yang sudah di acc pembimbing materi
2	27 Maret 2025	Merevisi Bagian Bab 1 Besar Kecil Tulisan	Menyelesaikan Bab 2 - 3 yang telah di acc pembimbing teknis
3	11 April 2025	Merevisi Bagian daftar gambar dan bagian penulisan	Menyelesaikan Proposal Tugas Akhir
4	Senin 2 Juni 2025	Melakukan revisi bagian spasi halaman	Menyelesaikan laporan bab 4 -5
5	Senin 30 Juni 2025	Melakukan revisi bagian italic bahasa inggris dan rapihkan lagi	Melakukan tanda tangan lembar pengesahan setelah revisi
6			
7			
8			

*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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

Nama Narasumber : Lestarina
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Pemilik Cannoli
Tanggal Wawancara : 30 Januari 2025

1. Bisa ceritakan bagaimana awal mula berdirinya Cannoli?

Awal mula berdirinya Cannoli berawal dari kegemaran saya dalam membuat kue, khususnya kue kering. Dari dulu saya senang menonton video-video pembuatan kue di media sosial, lalu mulai mencoba membuatnya sendiri di rumah. Awalnya hanya untuk konsumsi pribadi dan dibagikan ke kerabat, tapi ternyata banyak yang suka dan mulai memesan. Dari situ saya mulai melihat potensi bahwa usaha ini bisa dikembangkan lebih luas.

2. Kenapa memilih nama “Cannoli” untuk brand ini?

Saya ingin nama yang unik tapi tetap memiliki makna. Saya waktu itu meminta tolong anak saya untuk mencari nama untuk usaha toko kue ini, nah kebetulan anak saya menyarankan nama “Cannoli” yang sebenarnya itu berasal dari bahasa Italia, artinya semacam kue renyah rumahan. Lalu saya merasa cocok dengan nama itu karena karakter produk saya yang memang buatan rumahan dan mengedepankan cita rasa yang autentik dan hangat.

3. Siapa target pasar Cannoli?

Target pasarnya sih lebih ke orang-orang yang memang suka cake dan pastry ya, entah karena doyan makan manis, hobi cobain cemilan baru, atau sekadar suka ngemil. Nah karena untuk saat ini kita menjualnya hanya via online jadi kita juga nyari orang yang aktif di media sosial dan sering banget belanja online, jadi mereka biasanya nemu Cannoli dari Instagram atau dapet info dari teman. tapi kalo bagian yang ngurusin online - online seperti itu, anak saya yang mengurus karena dia yang lebih tau tentang jual online kaya gitu lewat instagram.

4. Apa keunggulan Cannoli dibanding brand lain?

Yang paling utama sih dari rasa ya. Karena semua kuenya buatan rumahan, jadi ada cita rasa yang lebih hangat dan khas aja gitu, beda sama yang massal. Kita



© 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

juga selalu pakai bahan-bahan yang segar dan tanpa pengawet, jadi lebih aman buat dikonsumsi. Terus Cannoli juga suka ngeluarin edisi khusus kayak pas Lebaran atau Imlek, jadi produknya selalu ada variasi dan ngikutin momen. Dan meskipun kualitasnya bagus, harganya masih terjangkau banget.

5. Apa alasan di balik rencana pembukaan toko offline Cannoli?

Sebenarnya dari dulu udah kepikiran sih pengen punya toko sendiri. Selama ini kan jualannya cuma lewat online, jadi ada aja yang belum bisa dijangkau. Nah, dengan buka toko offline, harapannya orang bisa langsung dateng, nyobain produknya sendiri, terus ngerasain suasananya juga. Biar lebih dekat aja sama pelanggan.

6. Apa yang jadi alasan utama Cannoli ingin merancang ulang identitas visualnya?

Dari awal sebenarnya kita udah punya logo, tapi makin ke sini kerasa banget kalau tampilannya belum benar-benar nunjukin siapa Cannoli itu. Logonya dulu tuh anak saya yang bikin, cuma lewat PicsArt aja. Nah terus anak saya bilang juga, kalau kita bikin logo atau desain buat usaha, harus banget lihat dulu apakah font atau elemen visual yang dipakai itu berlisensi atau nggak. Saya baru ngeh dari situ, karena takut juga ya nantinya kalau kita buka toko offline terus malah kena pelanggaran hak ciptakan repot. Selain itu, beberapa pelanggan juga sempat komen soal label di kemasannya. Katanya logonya kayak nggak kelihatan, bahkan ada yang bilang tampilannya agak aneh gitu, kurang “nempel” lah sama produknya. Jadi ya dari situ makin yakin, udah waktunya kita mau bikin ulang, biar orang-orang lebih tau lagi tentang Cannoli.

7. Adakah saran dari Ibu atau Anaknya maunya nanti dibikin seperti apa identitas visualnya terutama pembuatan logo?

Saya sih maunya yang logonya itu yang simple atau minimalis aja mas, saya juga mau kelihatan yang menyenangkan atau playful ya mas, kalo warnanya saya serahin ke mas aja karena mas mungkin yang lebih ngerti cocoknya gimana. Sama nanti instagramnya saya mau lebih rapih lagi dibanding yang sebelumnya kelihatan berantakan banget mas.



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 : Transkrip Wawancara Testing Logo

1. Puspa (Perempuan, Mahasiswa, Depok)

Saya: Bagaimana kesan pertama kamu saat melihat logo Cannoli yang baru?

Puspa: Menarik dan fresh! Kesan playful-nya langsung terasa dan bikin penasaran.

Saya: Menurut kamu, apakah logo ini sudah sesuai dengan produk cake & pastry?

Puspa: Menurutku cocok banget, walaupun simpel tapi tetap terasa brand makanan.

Saya: Apakah logo ini mudah dibaca?

Puspa: Jelas banget, walaupun ada sentuhan dekoratif tetap gampang dibaca.

Saya: Bagaimana menurutmu soal warna yang digunakan?

Puspa: Warna oranye dan kuningnya hangat, bikin kelihatan ceria dan menggugah selera.

Saya: Kesanmu terhadap desain kemasannya?

Puspa: Rapi dan modern, tapi masih ada nuansa rumahan.

Saya: Apakah ilustrasi seperti cookies dan alat baking cocok?

Puspa: Cocok, cukup mewakili dunia pastry secara keseluruhan.

Saya: Kalau kamu lihat tampilan ini di media sosial, tertarik untuk coba?

Puspa: Iya dong! Visualnya bikin makin penasaran sama rasanya.

Saya: Menurutmu logo baru ini lebih playful dibanding yang lama?

Puspa: Jauh lebih playful dan punya ciri khas.

Saya: Apakah ada saran untuk Identitas Visual yang sekarang?

Puspa: Menjaga konsistensi visual ini di semua media supaya brand-nya makin kuat.

2. Kalila (Perempuan, Mahasiswa, Bekasi)



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Saya: Kesan pertamamu tentang logo baru Cannoli?

Kalila: Playful dan profesional, cocok banget buat target anak muda.

Saya: Apakah cocok untuk brand cake & pastry?

Kalila: Cocok! Meskipun sederhana, tetap ada identitasnya.

Saya: Logo ini mudah dibaca nggak?

Kalila: Iya, “Cannoli”-nya jelas banget.

Saya: Bagaimana kombinasi warnanya?

Kalila: Cerah dan segar, bikin eye-catching.

Saya: Kesanmu tentang desain kemasan?

Kalila: Simple tapi modern, kelihatan sudah siap jual offline.

Saya: Ilustrasi cookies dan alat baking gimana?

Kalila: Pas, walau cookies bukan produk utama tapi tetap relevan.

Saya: Apakah tertarik untuk beli setelah lihat desain ini?

Kalila: Pasti! Desainnya bikin lebih yakin sama produknya.

Saya: Logo baru lebih playful daripada yang lama?

Kalila: Banget! Lebih unik dan gampang diingat.

Saya: Apakah ada saran untuk Identitas Visual yang sekarang?

Kalila: Bisa dibuat juga template story Instagram biar feed lebih rapi.

3. Cut Salma (Perempuan, Mahasiswa, Jakarta Timur)

Saya: Kesan pertamamu tentang logo baru?

Cut Salma: Ceria dan modern, cocok banget buat generasi muda.

Saya: Apakah sesuai dengan produk cake & pastry?

Cut Salma: Ya, sudah pas banget.



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Saya: Keterbacaan logo gimana?

Cut Salma: Sangat jelas, nggak bikin bingung.

Saya: Kombinasi warnanya?

Cut Salma: Bagus, cerah tapi tetap lembut.

Saya: Kesan tentang desain kemasannya?

Cut Salma: Kemasannya lebih premium dan tetap homey.

Saya: Ilustrasi cookies dan alat baking?

Cut Salma: Pas, nggak berlebihan.

Saya: Kalau lihat di media sosial, tertarik coba?

Cut Salma: Pasti! Desain kayak gini bikin percaya sama brand-nya.

Saya: Logo baru lebih playful dibanding yang lama?

Cut Salma: Lebih hidup dan punya karakter.

Saya: Apakah ada saran untuk Identitas Visual yang sekarang?

Cut Salma: Logo dan visualnya bisa disesuaikan kalau ada campaign khusus.

4. Ibu Lestarina (Perempuan, Ibu rumah tangga, Depok, Owner)

Saya: Bagaimana kesan pertama Ibu melihat logo baru Cannoli?

Ibu Lestarina: Terlihat profesional dan cocok dengan target pasar kami.

Saya: Apakah sesuai untuk brand cake & pastry?

Ibu Lestarina: Sangat sesuai, apalagi dengan elemen cookies.

Saya: Logo ini mudah dibaca?

Ibu Lestarina: Mudah sekali, meskipun ada ornamen.



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Saya: Warna yang dipakai gimana Bu?

Ibu Lestarina: Warna oranye dan kuningnya pas, ceria dan hangat.

Saya: Kesan Ibu tentang desain kemasan?

Ibu Lestarina: Lebih siap untuk pasar offline maupun online.

Saya: Ilustrasi seperti rolling pin, whisk cocok nggak Bu?

Ibu Lestarina: Cocok, mewakili kegiatan baking.

Saya: Kalau dibanding logo lama, bagaimana?

Ibu Lestarina: Logo baru jauh lebih lucu saya suka

Saya: Ibu punya saran?

Ibu Lestarina: Harus konsisten diterapkan ke semua media, termasuk interior toko nanti hehe

5. Tika (Perempuan, Mahasiswa, Jakarta Timur)

Saya: Kesan pertama lihat logo baru?

Tika: Fresh, eye-catching, dan modern.

Saya: Cocok nggak untuk brand cake & pastry?

Tika: Sangat cocok.

Saya: Logo mudah dibaca?

Tika: Mudah sekali.

Saya: Bagaimana dengan warnanya?

Tika: Enak dilihat, nggak bikin bosan.

Saya: Desain kemasan?

Tika: Elegan meskipun tetap playful.

Saya: Ilustrasi cookies dan alat baking?

Tika: Pas banget.



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Saya: Tertarik coba?

Tika: Pasti!

Saya: Logo baru lebih playful?

Tika: Iya, lebih punya karakter.

Saya: Apakah ada saran untuk Identitas Visual yang sekarang?

Tika: Visual *branding* juga bagus kalau diterapkan di merchandise.

6. Gilang (Laki-laki, Mahasiswa, Bekasi)

Saya: Gimana kesan pertama kamu pas liat logo baru Cannoli?

Gilang: Keliatan ceria dan ringan, jadi bikin enak diliat.

Saya: Menurutmu cocok nggak sama brand cake & pastry?

Gilang: Cocok banget, walaupun nggak nunjukin produk langsung tapi tetep kerasa suasana bakery-nya.

Saya: Logonya mudah dibaca?

Gilang: Banget! Nggak bikin bingung sama sekali.

Saya: Warna-warnanya gimana?

Gilang: Warm dan playful, bikin nyaman diliat.

Saya: Kemasannya gimana menurut kamu?

Gilang: Sudah profesional, kayak brand yang udah siap jual online juga.

Saya: Ilustrasi cookies dan alat baking pas nggak?

Gilang: Pas, jadi desainnya nggak polos.

Saya: Kalau liat di Instagram, jadi kepengen beli?

Gilang: Tentu! Visualnya ngundang banget.

Saya: Logo baru lebih playful dibanding yang lama?

Gilang: Iya, yang lama terlalu flat.



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Saya: Apakah ada saran untuk Identitas Visual yang sekarang?

Gilang: Bisa bikin juga stiker kecil buat ditempel di kemasan.

7. Raihan (Laki-laki, Mahasiswa, Depok)

Saya: First impression kamu sama logo baru?

Raihan: Playful dan modern, beda sama brand kue lain.

Saya: Cocok nggak sama produk pastry?

Raihan: Cocok banget, kelihatan niat desainnya.

Saya: Logonya kebaca jelas?

Raihan: Jelas banget.

Saya: Warna-warnanya oke?

Raihan: Bagus, nggak terlalu rame tapi tetep ceria.

Saya: Kesan soal kemasannya?

Raihan: Clean, modern, dan tetap homey.

Saya: Ilustrasi kayak rolling pin dan cookies gimana?

Raihan: Bikin desainnya jadi lebih bervariasi.

Saya: Kalau liat kayak gini di medsos, tertarik beli?

Raihan: Iya, jadi penasaran sama rasanya.

Saya: Logo baru lebih playful?

Raihan: Iya banget, lebih punya ciri khas.

Saya: Apakah ada saran untuk Identitas Visual yang sekarang?

Raihan: Mungkin bisa ada versi seasonal pas lebaran atau natal.

8. Rianifian (Laki-laki, Mahasiswa, Depok)

Saya: Kesan pertama liat logo baru Cannoli gimana?

Rianifian: Modern dan tetep ada kesan hangatnya.



© 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

Saya: Cocok sama brand cake & pastry?

Rianifian: Cocok, apalagi vibe-nya dapet banget.

Saya: Logo gampang dibaca?

Rianifian: Sangat gampang.

Saya: Gimana warna-warnanya?

Rianifian: Pas, nggak terlalu norak tapi tetep playful.

Saya: Kemasannya gimana menurutmu?

Rianifian: Keren, keliatan siap dijual offline.

Saya: Ilustrasi yang dipakai cocok?

Rianifian: Cocok, nggak terlalu rame juga.

Saya: Kalau liat di media sosial, jadi kepengen beli?

Rianifian: Pasti, visualnya bikin percaya sama produknya.

Saya: Logo baru lebih playful?

Rianifian: Lebih punya karakter dibanding logo lama.

Saya: Apakah ada saran untuk Identitas Visual yang sekarang?

Rianifian: Bagus juga kalo *branding* ini dipake di website atau katalog.

9. Malik (Laki-laki, Karyawan, Depok)

Saya: Kesan pertama pas liat logo baru?

Malik: Seger dan langsung eye-catching.

Saya: Cocok nggak sama brand pastry?

Malik: Cocok, meskipun simple tetep pas.

Saya: Logo gampang dibaca?

Malik: Banget, nggak ada yang bikin bingung.



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Saya: Warna-warnanya?

Malik: Warm dan friendly.

Saya: Kemasannya gimana?

Malik: Keliatan lebih profesional dan siap jual.

Saya: Ilustrasi kayak cookies cocok?

Malik: Cocok, jadi nggak terlalu polos.

Saya: Kalau liat kayak gini, jadi pengen beli?

Malik: Iya, visualnya bikin percaya sama brand-nya.

Saya: Logo baru lebih playful?

Malik: Lebih punya karakter.

Saya: Pak malik ada saran?

Malik: Tidak ada sudah bagus

10. Ghifari (Laki-laki, Karyawan, Depok)

Saya: Gimana kesan pertama kamu pas liat logo baru Cannoli?

Ghifari: Ceria dan keliatan profesional juga.

Saya: Cocok sama brand cake & pastry?

Ghifari: Cocok, walau simple tetep mewakili pastry.

Saya: Logonya mudah dibaca?

Ghifari: Jelas banget.

Saya: Warna-warnanya gimana?

Ghifari: Pas, nggak bikin sakit mata.

Saya: Kemasannya gimana?

Ghifari: Elegan, cocok buat hampers juga.



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Saya: Ilustrasi kayak cookies dan alat baking cocok?

Ghifari: Pas, jadi desainnya nggak kosong.

Saya: Kalau liat di toko atau medsos, pengen beli?

Ghifari: Iya, kesannya premium tapi tetep friendly.

Saya: Logo baru lebih playful?

Ghifari: Iya, lebih punya ciri khas.

Saya: Apakah ada saran untuk Identitas Visual yang sekarang?

Ghifari: *Branding* kayak gini juga bagus kalo ada versi seasonal packaging.





Lampiran 4 : Transkrip Kuesioner *Consumer Insight*

1. Demografis

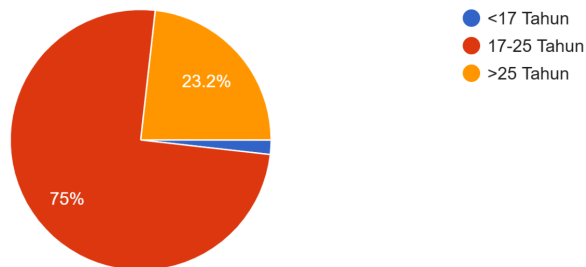
Nama

56 responses

Reza
Nabila
Erlangga Pradipa
Qadarul Vina
Amir
Linda Saputri
Lily
Muhammad Ramadhan
Malina Najla

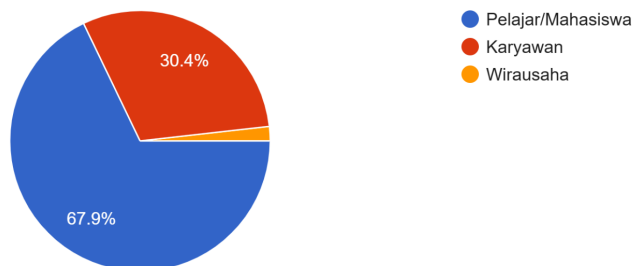
Umur

56 responses



Profesi

56 responses



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

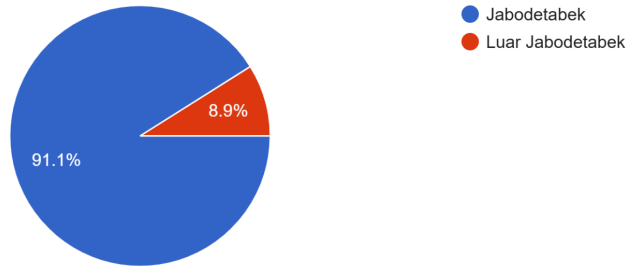


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

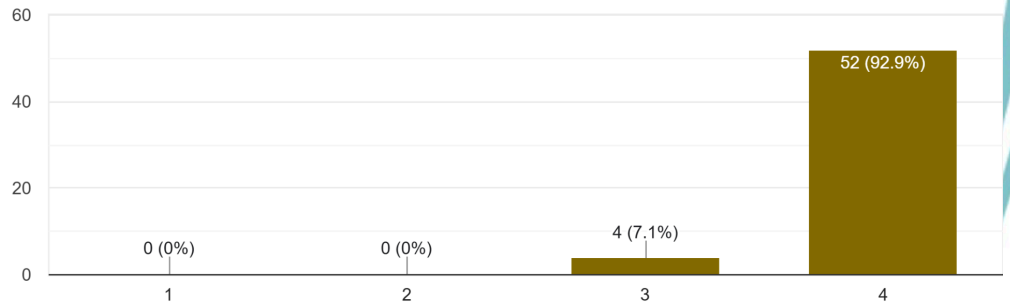
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Domisili
56 responses

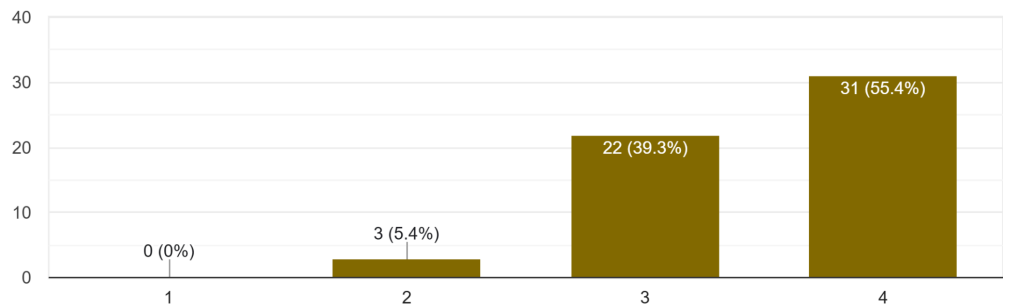


2. Identitas Visual Secara Umum

Identitas visual memiliki peran penting dalam membentuk kesan pertama terhadap sebuah brand
56 responses



Saya memperhatikan identitas visual produk sebelum melakukan pembelian
56 responses



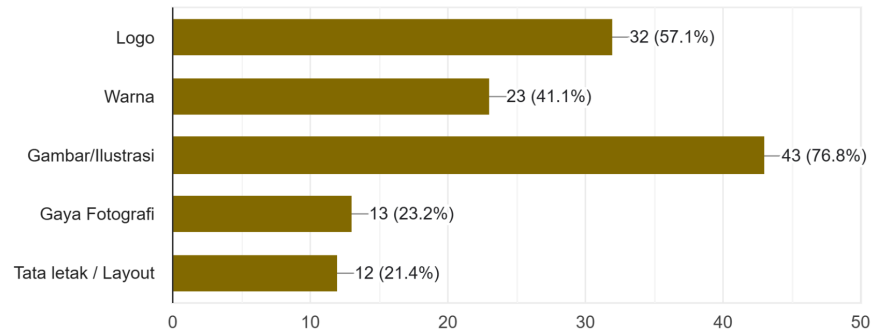


Hak Cipta :

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

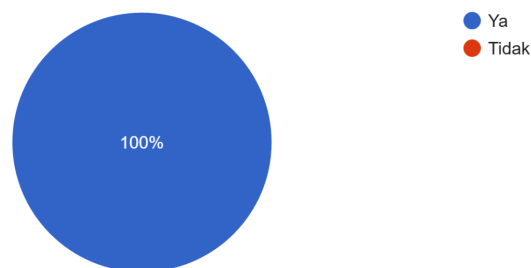
Ketika melihat sebuah brand baru, elemen visual apa yang paling menarik perhatian Anda pertama kali?

56 responses



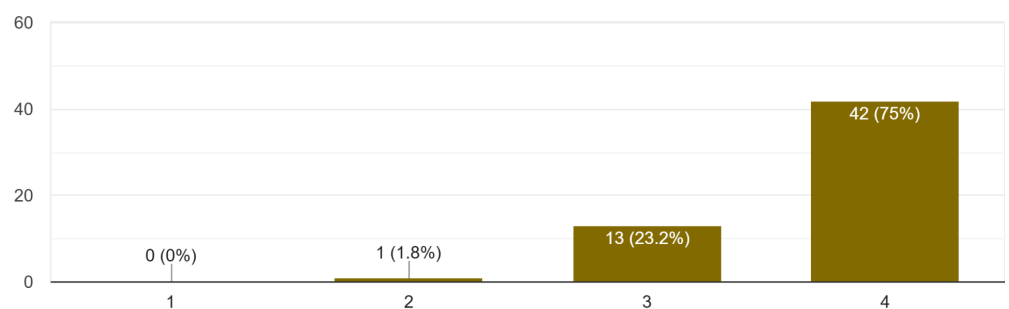
Brand dengan identitas visual yang konsisten lebih mudah dikenali dibandingkan brand yang tidak memiliki konsistensi

56 responses



Aspek legalitas dan kepemilikan lisensi dalam identitas visual, terutama pada logo, merupakan hal yang penting untuk diperhatikan

56 responses





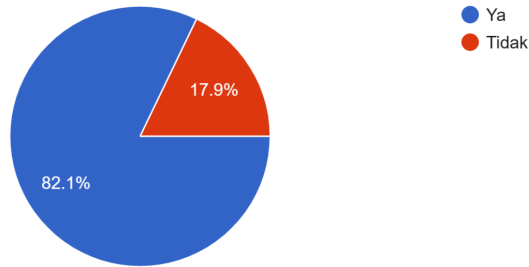
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Perubahan atau rebranding identitas visual dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap suatu brand

56 responses



3. *Cake & Pastry*

Seberapa sering Anda membeli cake & pastry?

56 responses





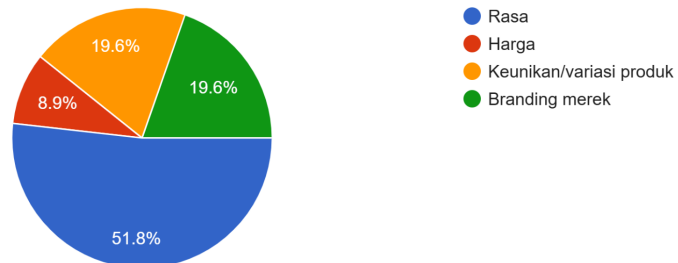
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

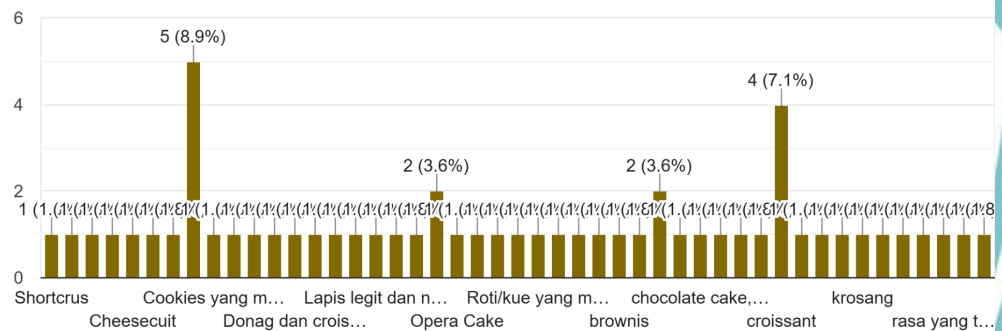
Apa yang menjadi pertimbangan utama Anda dalam membeli cake & pastry?

56 responses



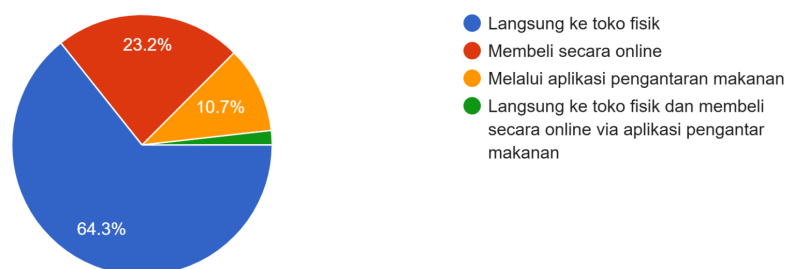
Apa jenis cake atau pastry favorit Anda?

56 responses



Bagaimana Anda biasanya membeli cake & pastry?

56 responses



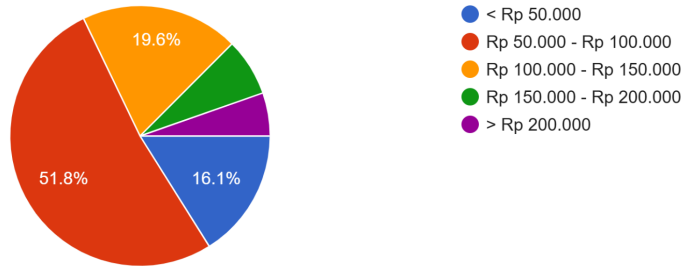


Hak Cipta :

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berapa kisaran harga yang Anda anggap wajar untuk sebuah cake atau pastry ukuran sedang?

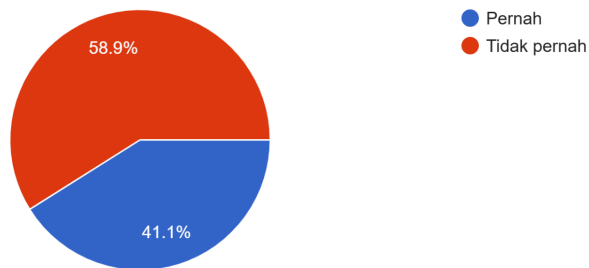
56 responses



4. Pengenalan dan Evaluasi Brand Cannoli

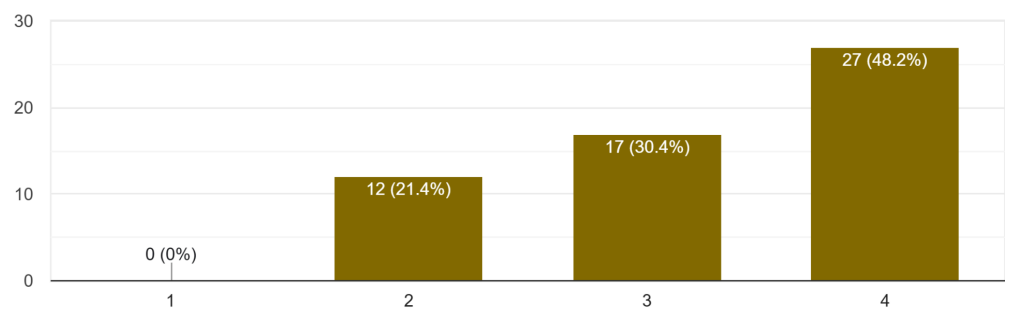
Apakah Anda pernah melihat atau mendengar tentang brand Cannoli?

56 responses



Logo Cannoli kurang memiliki ciri khas yang mudah diingat

56 responses





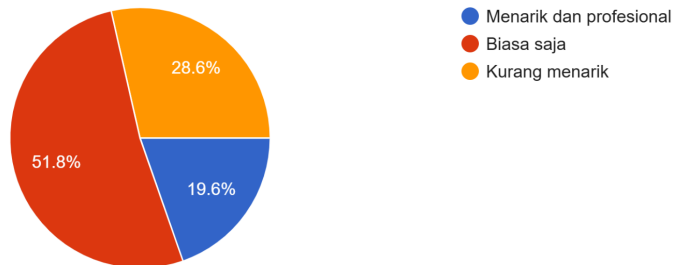
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

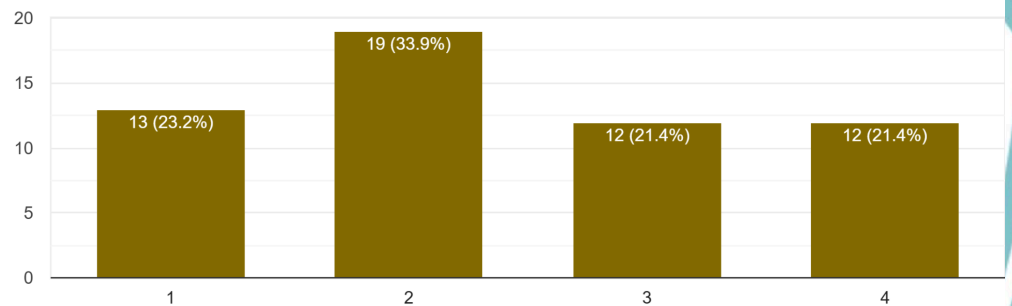
Apa kesan pertama Anda saat melihat logo Cannoli?

56 responses



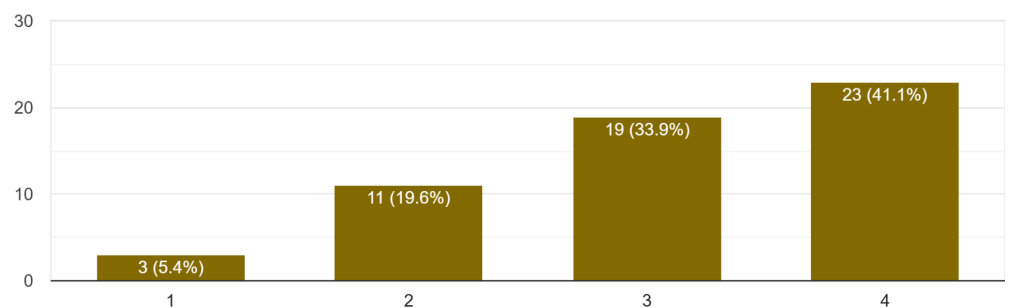
Saya tertarik mencoba produk dari merek ini berdasarkan tampilan logo

56 responses



Identitas visual Cannoli yang berupa logo saat ini kurang mencerminkan bisnis cake & pastry

56 responses





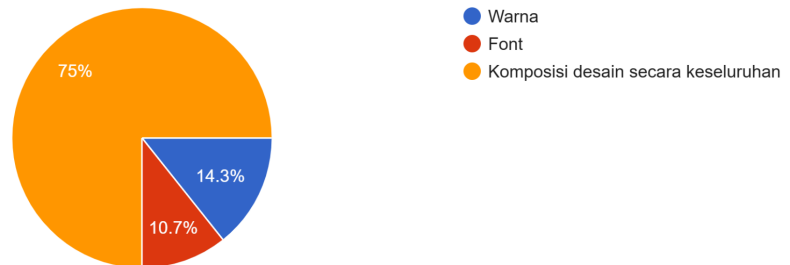
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

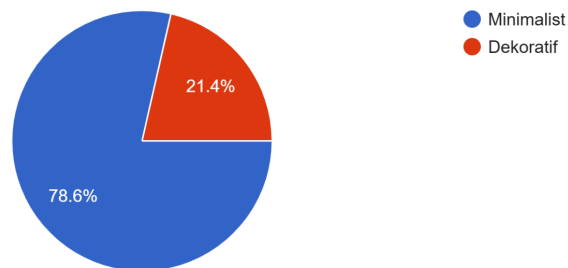
Elemen apa yang perlu diperbaiki pada logo Cannoli?

56 responses



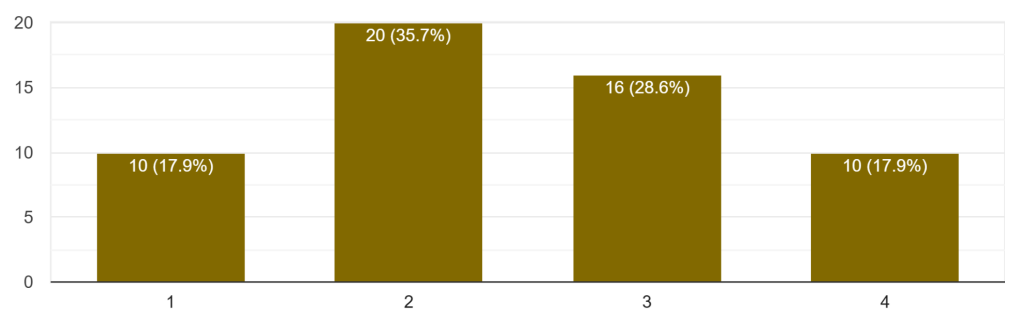
Jenis logo apa yang cocok untuk merepresentasikan Cannoli ?

56 responses



Penggunaan warna kuning pada identitas visual Cannoli saat ini sudah sesuai dengan bidang cake & pastry

56 responses





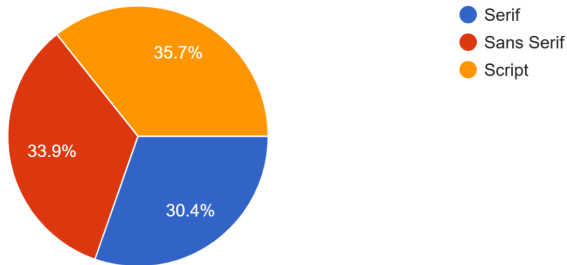
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

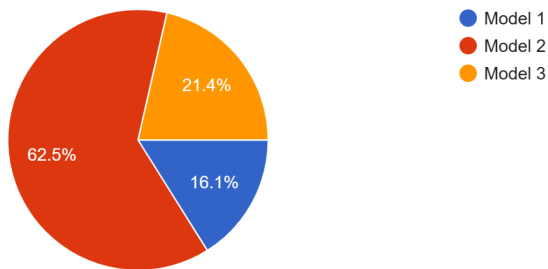
Jenis font yang cocok untuk identitas visual Cannoli yang mencerminkan karakter brand di bidang cake & pastry

56 responses



Model logo yang cocok untuk identitas visual Cannoli dan mencerminkan karakter cake & pastry

56 responses



Apakah Anda memiliki rekomendasi tambahan untuk meningkatkan daya tarik logo Cannoli?

56 responses

perbaiki logo

Biasanya lebih bnyk perempuan yang beli cake pastry utk dimakan sendiri maupun jdi bahan bingkisan. Meski cake pastry itu boleh dimakan oleh gender siapapun, tp lebih baik agak sedikit dibuat lebih elegan dan hindari warna yg bersifat kuat, bagusnya sih sedikit pastel krn ini mengacu kpda siapa saja yg sring aku lihat beli cake and pastry, yaitu lbih bnyk perempuan

Buat agar lebih unik

Gunakan kombinasi warna yang menarik

dibuat unik supaya menarik daya pembeli

Untuk meningkatkan daya tarik logo Cannoli, coba pilih warna hangat dan tipografi elegan. Tambahkan simbol ikonik, jaga desain sederhana dan mudah dikenali, serta pastikan fleksibel di berbagai media.

tambahin lebih banyak elemen



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Apakah Anda memiliki rekomendasi tambahan untuk meningkatkan daya tarik logo Cannoli?

56 responses

Tambahkan deskripsi singkat terkait produk yg dijual

Pakein efek element element like a water, fire, sand, Lighting or something

Design gambar yang unik mungkin bisa membuat konsumen lebih tertarik

jadikan lebih menarik lagi

ditambah kreasi simple agar tidak terlalu polos namun tidak terlalu ramai

Bikin sebuah ikon/maskot di logonya, agar Cannoli bisa mudah diingat

dibuat agar lebih menarik lagi dari segi warna dan elemen lainnya

Logo harus bisa mencerminkan karakter dari brand tersebut

menambahkan aksen warna pastel atau soft tone supaya terlihat manis dan cocok dengan kesan cake & pastry yang lembut



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5: Hasil Cek Plagiarisme

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

Similarity Report ID: oid:3618:102546911

PAPER NAME	AUTHOR
DG8A_Fauzan Zufar Aulia_Perancangan Ulang Identitas Visual Cannoli Yang Playful Sebagai Strategi Bra	Fauzan Zufar Aulia

WORD COUNT	CHARACTER COUNT
11552 Words	73331 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
71 Pages	1.0MB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Jun 26, 2025 1:59 PM GMT+7	Jun 26, 2025 2:01 PM GMT+7

● 8% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

• 7% Internet database

• 2% Publications database

• Crossref database

• Crossref Posted Content database

• 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

• Bibliographic material

• Quoted material

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6 : Riwayat Hidup

FAUZAN ZUFAR AULIA

+6281908883118 | fauzanzufar1@gmail.com | <https://www.linkedin.com/in/fauzanzufaraulia/>
JL.H NAIMUN NO.10

I am a Graphic Design student with a strong focus on developing creative and impactful design skills. Proficient in Adobe Creative Suite, I have successfully completed various design projects, demonstrating adaptability to current trends and a keen eye for detail. I am passionate about continuous learning and growth, and I am seeking opportunities to further enhance my skills and contribute to the graphic design industry.

Work Experiences

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. - Jakarta Pusat <i>Graphic Designer Intern</i> - Designed Instagram social media content for Komunitas Senyum - Created content plans and schedules - Edited video content for social media - Acted as a talent for video content - Designed visual needs for the Unit Micro Business division	Sep 2024 - Feb 2025
Apatis TGP - Depok <i>Graphic Designer</i> - Designing Instagram social media content - Designing flyers - Managing the design team	Jan 2024 - Sep 2024
Sekolah Kak Seto - Kota Tangerang Selatan <i>Graphic Designer Intern</i> - Designing ka seto school's main Instagram social media platform - Designing the marketing needs of kak seto school - Document every school event activity	Feb 2024 - Jul 2024
Teriak Media - Depok <i>Social Media Graphic Designer</i> - Designing Instagram social media content - Designing flyers - Document events	Jan 2023 - Dec 2023
Freelace - Jakarta Selatan <i>Football Photographer</i> Documenting football match activities	Aug 2023
Pizza Hut - Jakarta Barat <i>Birthday Photographer</i> Documenting birthday events	Aug 2022
CV. BINTANG METROSTATIONERY - Cilandak, Kota Jakarta Selatan <i>Graphic Designer</i> - Produces posters in large quantities - Producing books in large quantities - Design business cards - Designing posters	Feb 2020 - Apr 2020

Education Level

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA - Universitas Indonesia, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kукusan, Beji, Depok City, West Java 16425 <i>Bachelor in Graphic Design</i> - Learn Design Basics such as: Design theory, design principles,History of design, Typography,Illustration. - Studying Product Design such as: Product design process, paper materials. - Learn software such as: Use of design tools such as Adobe Creative Suite, 3ds Max. - Learn how to create a brand, create a logo, create packaging.	Apr 2021 - Jul 2025 (Expected)
--	--------------------------------



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Organisational Experience

Lotus Cup 2023 - Kota Jakarta Selatan	Nov 2023
Photographer	
• documenting all lotus cup event activities starting from photos of supporters to players playing football	
TGP Artision 2023 - Kampus Politeknik Negeri Jakarta Depok	Jun 2023 - Nov 2023
Social Media Designer	
• Create designs for content on social media Instagram	
Galaksi TGP 2021 - Depok	Nov 2021 - Jan 2022
Merchandise Designer	
• Create designs for bracelet and sticker merchandise	

Skills, Achievements & Other Experience

- **Software Skills** (2023): Adobe Photoshop, Illustrator, Premiere, After Effect, Indesign,&capcut
- **Personal Skills**: Creativity,Teamwork
- **Soft Skills**: Photography

