



© 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

**TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL RESTORAN *HENRY'S KITCHEN*
SEBAGAI STRATEGI PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE***



Diajukan sebagai Persyaratan Kelulusan
Sarjana Terapan Program Studi Desain Grafis

Jurusan Teknik Grafika Penerbitan
Politeknik Negeri Jakarta

Oleh:
MUHAMMAD ALIEV IKRAAM
2106422006

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
DEPOK
2025**



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

**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas Visual Restoran *Henry's Kitchen*
Sebagai Strategi Pembentukan *Brand Image*

Penulis : Muhammad Aliev Ikraam

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.

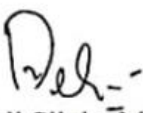
Depok, 1 Juli 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I


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

Dosen Pembimbing II


Deli Silvia, M.Sc
NIP. 198408192019032012



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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL RESTORAN *HENRY'S KITCHEN*
SEBAGAI STRATEGI PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE***

Oleh:

Muhammad Aliev Ikraam
2106422006

Disahkan:

Depok, 18 Juli 2025

Penguji I

Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds.
NIP. 198812152018032001

Penguji II

Iqbal Yamin, M.T.
NIP. 198909292022031005

Kepala Program Studi

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL RESTORAN *HENRY'S KITCHEN*
SEBAGAI STRATEGI PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE***

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 atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam Laporan Tugas Akhir ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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

Depok, 1 Juli 2025

Yang menyatakan,

Muhammad Aliev Ikraam

2106422006



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Industri kuliner di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin gemar mengeksplorasi ragam pengalaman kuliner. Persaingan yang tinggi menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi, tidak hanya dalam hal cita rasa, konsep, dan pelayanan, tetapi juga dalam membangun identitas visual merek yang kuat. Identitas visual memainkan peran penting dalam membentuk persepsi konsumen, membedakan merek dari kompetitor, serta menciptakan daya ingat yang kuat terhadap *brand*. Sayangnya, masih banyak pelaku usaha kuliner yang belum memahami pentingnya elemen visual seperti logo, warna, dan tipografi dalam menciptakan citra merek yang konsisten. Penelitian ini membahas kasus *Henry's Kitchen*, sebuah restoran dan kafe rumahan yang menghadapi tantangan dalam membangun identitas visual yang efektif. Nama *brand* yang mirip dengan kompetitor dan lokasi yang tersembunyi di area perumahan menjadi hambatan dalam membentuk visibilitas dan pengenalan merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan *design thinking* yang berfokus pada pengguna untuk menggali permasalahan dan merancang solusi visual yang tepat. Hasil dari penelitian ini berupa sistem identitas visual yang mencakup elemen-elemen grafis seperti logo baru, palet warna, tipografi, dan aplikasinya pada berbagai media promosi, termasuk *signage*, kemasan, dan media sosial. Keunikan dari proyek ini terletak pada pendekatan naratif yang kontekstual, dengan menyesuaikan strategi visual terhadap karakter bisnis rumahan yang memiliki keterbatasan dalam hal eksposur. Perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik visual, memperkuat konsistensi merek, serta membangun hubungan emosional yang lebih kuat antara *brand* dan konsumennya.

Kata kunci: *Branding*, Identitas Visual, Industri Kuliner, Restoran, Visibilitas Merek

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

The culinary industry in Indonesia has experienced rapid growth in line with lifestyle changes that drive people to seek out diverse and unique culinary experiences. This intense competition encourages business owners to continually innovate, not only in terms of taste, concept, and service, but also in building a strong visual identity. Visual identity plays a crucial role in shaping consumer perception, differentiating brands from competitors, and creating strong brand recall. Unfortunately, many culinary entrepreneurs still overlook the importance of visual elements such as logos, color schemes, and typography in forming a consistent and professional brand image. This study discusses the case of Henry's Kitchen, a home-based restaurant and café facing challenges in establishing an effective and recognizable visual identity. The similarity of its name to competing brands and its hidden location within a residential area pose significant obstacles to brand visibility and recognition. This project employs a design thinking approach focused on user- centered insights to identify problems and develop appropriate visual solutions. The result of this design process is a comprehensive visual identity system that includes a new logo, color palette, typography, and applications across various promotional media such as signage, packaging, and social media content. The novelty of this project lies in its contextual and narrative-based approach, tailoring the visual strategy to the specific characteristics of a small-scale, home-based business with limited exposure. This visual design aims to enhance brand appeal, strengthen visual consistency, and foster a stronger emotional connection between the brand and its target audience.

Keywords: Branding, Brand visibility, Culinary industry, Restaurant, Visual identity

**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

PRAKATA

Puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunianya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik. Laporan ini dibuat dengan kurung waktu 3 bulan.

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan serta bimbingan selama peneliti menyusun laporan tugas akhir. Terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta periode 2020-2025
2. Bapak Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds selaku Ketua Program Studi Desain Grafis
4. Ibu Nabila Fajrina S.I.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing materi tugas akhir yang telah membantu serta mengarahkan peneliti agar dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini selesai dengan baik.
5. Ibu Deli Silvia, M.Sc selaku dosen pembimbing teknis tugas akhir yang telah membantu peneliti laporan tugas akhir agar dapat selesai dengan baik.
6. Keluarga dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan, agar peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik dan tepat waktu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa laporan tugas akhir ini masih memiliki berbagai kekurangan, baik dari segi isi, penyajian, maupun pendekatan analisis yang digunakan. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, peneliti sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak, sebagai upaya untuk terus menyempurnakan karya ini di masa yang akan datang.

Peneliti memiliki harapan besar bahwa laporan ini dapat memberikan kontribusi yang positif, tidak hanya dalam lingkup akademik, tetapi juga bagi para praktisi maupun pihak-pihak yang memiliki ketertarikan terhadap bidang yang dikaji. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi para pembaca, memperluas cakrawala berpikir, serta menjadi sumber inspirasi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang terkait.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

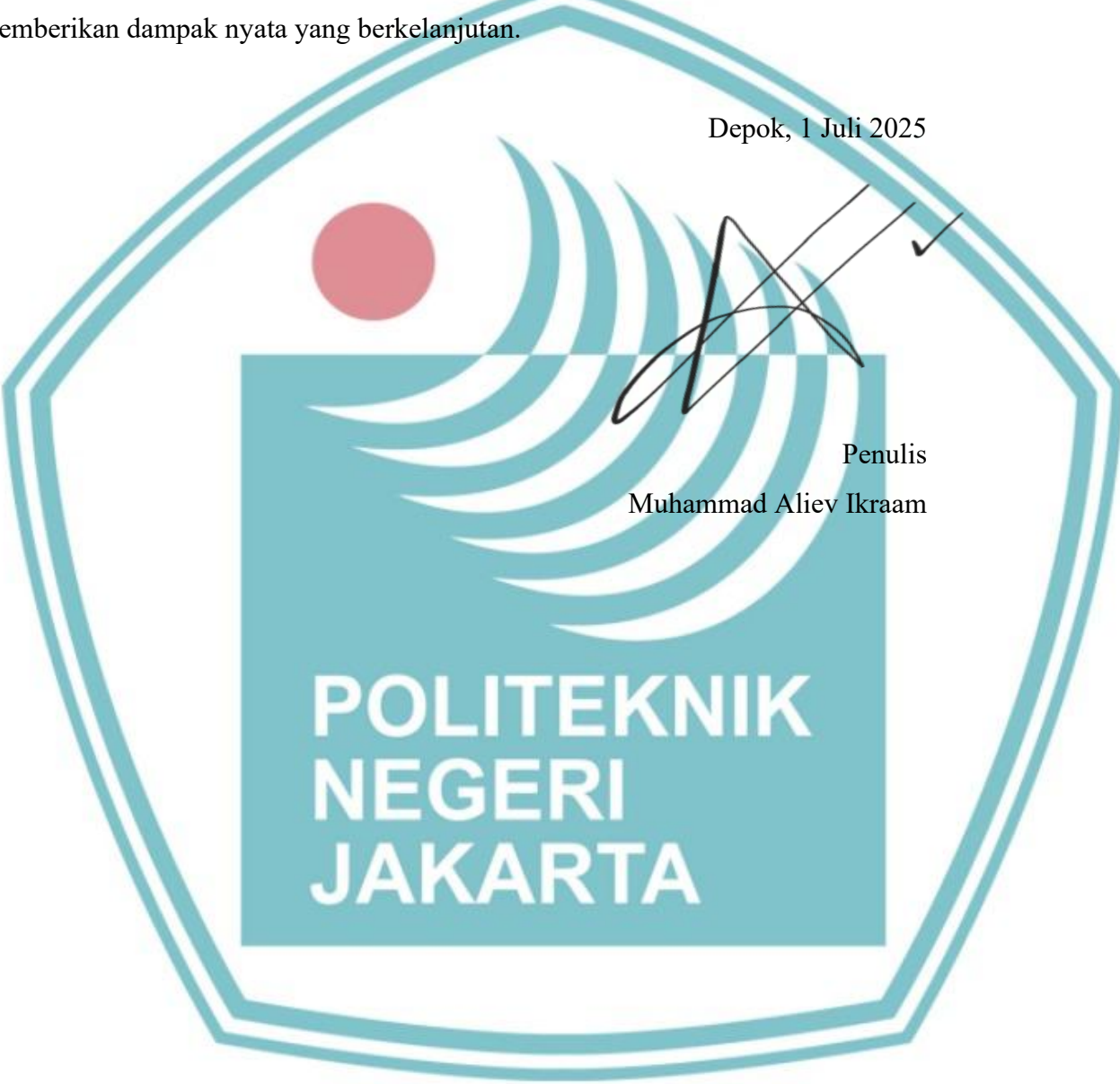
Hak Cipta :

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

Lebih dari itu, peneliti berharap bahwa laporan ini mampu menghadirkan solusi atas permasalahan yang diangkat dan menjadi landasan awal bagi lahirnya gagasan maupun inovasi yang lebih progresif di masa depan. Dengan demikian, karya ini tidak hanya menjadi dokumentasi akademik semata, melainkan juga dapat memberikan dampak nyata yang berkelanjutan.

Depok, 1 Juli 2025

Penulis
Muhammad Aliev Ikraam



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	17
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	17
1.4 Tujuan	17
1.5 Sistematika Penulisan	17
BAB II LANDASAN PERANCANGAN	19
2.1 <i>Rebranding</i>	19
2.2 <i>Brand Image</i>	21
2.3 <i>Media Branding</i>	23
2.4 Identitas Visual	24
2.5 Logo	25
2.6 Teori Desain Grafis	29
2.7 Elemen Desain	30
2.8 Prinsip Desain	33
2.9 Warna	35
2.10 Tipografi	39
2.11 <i>Layout</i>	40
2.12 Ilustrasi	41
2.13 Semiotika Visual	43
2.14 Teori <i>Gestalt</i>	44
2.15 Metode Perancangan	45



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.....	46
3.1 Metode Penelitian	46
3.2 Data dan Analisis	48
3.3 Arahkan Kreatif	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN	62
4.1 Konsep Visual.....	62
4.2 Proses Desain.....	66
4.4 Media Pendukung	83
4.4 Pertimbangan Produksi.....	86
BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	98

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Perbandingan Logo	15
Gambar 2.1 Konsep <i>Rebranding</i>	19
Gambar 2.2 <i>GSM (Graphicn Standard Manual)</i>	22
Gambar 2.3 Logo yang sudah dikenal	25
Gambar 2.4 Contoh logo <i>signature</i>	26
Gambar 2.5 Contoh logo <i>mark</i>	27
Gambar 2.6 Contoh logo <i>word mark</i>	27
Gambar 2.7 Elemen Warna.....	28
Gambar 2.8 Elemen Ilustrasi.....	28
Gambar 2.9 Elemen Tipografi	29
Gambar 2.10 Logo Titik.....	30
Gambar 2.11 Logo Garis.....	30
Gambar 2.12 Logo Bentuk.....	31
Gambar 2.13 Logo Tekstur	31
Gambar 2.14 Logo Ukuran	32
Gambar 2.15 Logo Ruang.....	32
Gambar 2.16 Logo Warna.....	33
Gambar 2.17 Kesatuan.....	33
Gambar 2.18 Keseimbangan.....	34
Gambar 2.19 Proporsi	34
Gambar 2.20 Irama	34
Gambar 2.21 Penekanan	35
Gambar 2.22 Eksperimen prisma <i>Issac newton</i>	35
Gambar 2.23 <i>Color wheel</i>	36
Gambar 2.24 Logo <i>Serif</i>	39
Gambar 2.25 Logo <i>Sans Serif</i>	40
Gambar 2.26 Logo <i>Simetris</i>	40
Gambar 2.27 Logo <i>Asimetris</i>	41
Gambar 2.28 Logo ilustrasi naturalis.....	41
Gambar 2.29 Logo ilustrasi dekoratif	42
Gambar 2.30 Logo ilustrasi kartun	42
Gambar 2.31 Logo ilustrasi karikatur	43



© 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

Gambar 2.32 <i>Ikon, Indeks, Symbol</i>	44
Gambar 3.1 Restoran <i>Henry's Kitchen</i>	50
Gambar 3.2 Foto Menu	50
Gambar 3.3 Restoran <i>Henri's Kitchen</i>	51
Gambar 3.4 Restoran <i>Kedai Kita</i>	52
Gambar 3.5 Restoran <i>Tutto Bene</i>	53
Gambar 4.1 <i>Mind Mapping</i>	63
Gambar 4.2 <i>Key Visual</i>	63
Gambar 4.3 <i>Moodboard</i>	64
Gambar 4.4 <i>Sketsa Manual</i>	65
Gambar 4.5 Logo Alternatif 1	67
Gambar 4.6 Logo Alternatif 2.....	67
Gambar 4.7 Logo Alternatif 3	68
Gambar 4.8 Logo Alternatif 4.....	68
Gambar 4.9 Logo Alternatif 5.....	69
Gambar 4.10 Logo terpilih.....	70
Gambar 4.11 <i>Mockup Graphic Standard Manual</i>	72
Gambar 4.12 <i>Warna Brand</i>	73
Gambar 4.13 <i>Typography</i>	74
Gambar 4.14 <i>Supergraphic</i>	75
Gambar 4.15 <i>Clear Space</i>	76
Gambar 4.16 <i>Ukuran Logo</i>	76
Gambar 4.17 <i>Do & Dont's</i>	77
Gambar 4.18 <i>Testing</i>	78
Gambar 4.19 <i>Similarity Logo</i>	83
Gambar 4.20 <i>Kartu Nama</i>	84
Gambar 4.21 <i>Kemasan Pizza</i>	85
Gambar 4.22 <i>Kemasan Lunch Box</i>	85
Gambar 4.23 <i>Signage</i>	86



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel <i>SWOT</i>	56
Tabel 3.2 Tabel <i>Creative Brief</i>	59
Tabel 4.1 Konsep Logo	72





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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner terus berkembang pesat seiring gaya hidup masyarakat yang gemar berwisata dan mencari pengalaman kuliner baru. Dengan maraknya restoran yang bermunculan di Indonesia. Persaingan yang semakin ketat mendorong pelaku usaha untuk berinovasi dalam cita rasa, konsep, dan pelayanan guna menarik minat pelanggan dan mempertahankan eksistensi di pasar (Setiyono, 2016). Maka dari itu wajar saja industri kuliner semakin marak, mulai dari restoran, warung makan, hingga pusat kuliner. Melansir data dari Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa pada tahun 2022 terdapat 10.900 usaha penyedia makanan dan minuman berskala menengah besar di Indonesia. Dari jumlah tersebut, 50,44 persen beroperasi di mal atau pertokoan besar. Provinsi dengan jumlah usaha terbanyak adalah DKI Jakarta dan Jawa Barat, disusul oleh Sumatera Selatan serta Bali (Purwanto, 2024).

Menjalankan bisnis di industri kuliner kini tidak hanya mengutamakan rasa, tetapi juga harus menarik secara visual agar lebih menjual (Patricia, 2021). Ketertarikan konsumen dalam memilih sesuatu didukung dari beberapa aspek salah satunya adalah identitas visual (Ibrahim et al., 2025). banyak dari konsumen sudah mengenal restoran dari identitas yang kuat bahkan mungkin membuat ketertarikan para konsumen untuk menjadi pilihan konsumsi sehari-hari mereka. Dengan memiliki identitas yang dipatenkan dalam suatu *brand*, *brand* dapat dikenali maupun diingat oleh konsumen. Identitas visual adalah sekumpulan elemen grafis yang berperan dalam mewakili serta membedakan suatu merek dari kompetitor atau merek lainnya (Yoselinus et al., 2022).

Identitas visual terdiri dari berbagai elemen yang berfungsi untuk menyampaikan identitas sebuah *brand* kepada konsumen, seperti logo, warna, tipografi, grafik, serta elemen desain lainnya (Seruni, 2023). Banyak *brand* yang belum menyadari pentingnya identitas visual, sehingga menimbulkan kesan bahwa mereka tidak memiliki perbedaan yang signifikan dari para pesaing. Hal ini dapat

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

membuat *brand* sulit menonjol dan kehilangan daya tarik di mata konsumen (Sary et al., 2025).

Namun, tantangan dalam membangun identitas visual dialami oleh *Henry's Kitchen*, sebuah restoran dan kafe rumahan yang didirikan pada tahun 2019. Restoran ini menyajikan berbagai hidangan *western*, seperti *steak* dan *pizza*, serta minuman kekinian. Salah satu permasalahan yang dihadapi adalah minimnya identitas yang kuat, sehingga menyulitkan pelanggan dalam mengenali *Henry's Kitchen*. Hal ini diperburuk oleh keberadaan kompetitor dengan nama hampir serupa, yang menyebabkan pelanggan kerap salah mengidentifikasi restoran yang dituju. Selain itu, lokasi *Henry's Kitchen* yang berada di dalam kawasan perumahan semakin menambah tantangan dalam membangun visibilitas merek.



Gambar 1.1 Perbandingan Logo
Sumber: Klien

Menurut penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, identitas visual memiliki dampak signifikan dalam bisnis kuliner. Meninjau beberapa penelitian utama yang menjadi referensi, salah satunya penelitian dari Farid & Aggalih (2023) menyatakan bahwa identitas visual yang kuat dapat menciptakan kesan yang konsisten serta menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen. Dengan demikian, konsumen dapat mengenali sebuah *brand* hanya dalam sekali pandang. Riandra & Islam (2021) juga mendukung pandangan ini dengan menyatakan bahwa membangun identitas visual dalam bisnis kuliner berperan penting dalam menarik minat konsumen, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta menjadi strategi yang efektif untuk mendorong penjualan. Berdasarkan kedua penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam mengembangkan bisnis kuliner, memiliki 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

visual yang kuat sangatlah penting, sebagaimana dampak yang telah diungkapkan oleh Farih & Aggalih sebelumnya. Sementara itu, Chadra & Ningrum (2024) berpendapat sedikit berbeda dengan menekankan bahwa dalam pengembangan bisnis kuliner, aspek yang lebih diutamakan adalah faktor internal, seperti menciptakan menu yang inovatif, unik, dan menarik, serta menyediakan interior yang nyaman bagi konsumen.

Tetapi, penelitian sebelumnya lebih banyak membahas identitas visual restoran besar, sementara restoran rumahan seperti *Henry's Kitchen* menghadapi tantangan dalam membangun *brand* image yang unik. Banyak restoran rumahan menggunakan ikon seperti sendok, piring, atau rumah, tetapi sedikit yang meneliti bagaimana ilustrasi tertentu dapat memperkuat konsep "*homey*". Identitas visual *Henry's Kitchen* yang kurang menonjol serta adanya pesaing bernama serupa berpotensi membingungkan konsumen. Penelitian ini menawarkan pendekatan baru dalam perancangan identitas visual restoran rumahan dengan eksplorasi elemen ilustratif yang memperkuat konsep "*homey*" dan membedakan dari kompetitor yang sering menggunakan ikon generik seperti sendok dan piring.

Dengan demikian, perancangan identitas visual menjadi langkah strategis dalam membangun *brand Henry's Kitchen* agar lebih dikenal oleh konsumen serta memiliki ciri khas yang autentik dibandingkan dengan merek lain. Dengan mengusung strategi *branding* yang solid, identitas visual yang dirancang diharapkan mampu memperkuat citra *Henry's Kitchen* di benak pelanggan, membedakannya dari kompetitor, serta menciptakan hubungan emosional yang lebih erat dengan konsumennya.



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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, pertanyaan utama yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana strategi perancangan ulang identitas visual yang dapat membentuk *brand image Henry’s Kitchen* agar lebih menonjol dan mudah dikenali oleh konsumen?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan dalam proposal ini mencakup perancangan elemen visual, seperti logo, warna, *font*, dan *supergrafis*, untuk memperkuat identitas *brand Henry’s Kitchen*. Fokusnya adalah membentuk *brand image*, guna mendukung pertumbuhan bisnis serta memperkuat posisi restoran di pasar.

1.4 Tujuan

Tujuan penulisan penelitian ini, berperan untuk menganalisa perancangan identitas visual restoran *Henry’s Kitchen*, dengan merancang identitas yang lebih kuat, sehingga dapat membentuk *brand image*.

1.4.1 Manfaat

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini berkontribusi pada ilmu desain komunikasi visual, khususnya dalam strategi pembentukan *brand image* melalui identitas visual. Hasilnya dapat menjadi referensi bagi akademisi dan penelitian selanjutnya terkait *branding* dan desain visual di industri kuliner.

2. Manfaat Praktis

Dengan identitas visual yang lebih kuat dan konsisten, diharapkan restoran *Henry’s Kitchen* dapat lebih dikenal oleh target pasar, sehingga berkontribusi pada peningkatan bisnis dan daya saingnya.

1.5 Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab tersebut menjelaskan beberapa hal dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat sampai sistematika penulisan.



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

2. BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini membahas kajian teoretis secara umum mengenai desain grafis serta disiplin ilmu terkait yang mendukung proses pembuatan karya Tugas Akhir. Teori-teori yang disajikan berfungsi sebagai acuan dalam merancang solusi desain, dengan penyusunan yang sistematis, terstruktur, dan logis, serta disesuaikan dengan relevansi teori terhadap judul Tugas Akhir.

3. BAB III METODE PERANCANGAN

Bagian ini membahas metode yang digunakan dalam proses penelitian, mulai dari teknik pengumpulan data, metode analisis, eksplorasi ide, hingga eksekusi desain. Selain itu, bagian ini memuat hasil riset mengenai profil klien, *product knowledge*, kompetitor, *consumer insight*, dan *positioning*, serta hasil analisis data yang diperoleh. Berdasarkan analisis tersebut, disusun arahan kreatif yang berfungsi sebagai acuan dasar dalam mengidentifikasi permasalahan serta merancang solusi desain yang tepat.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bagian ini menguraikan tahapan perancangan identitas visual secara menyeluruh, mulai dari penyusunan *mindmap*, *moodboard*, dan sketsa manual, hingga pengembangan desain komprehensif. Desain kemudian diwujudkan dalam bentuk prototipe untuk menguji penerapan, dilanjutkan ke tahap *Final Artwork* (FAW) sebagai hasil akhir. Proses ini juga mencakup pengujian (testing) serta pengembangan desain turunan untuk berbagai media aplikasi visual.

5. BAB V PENUTUP

Bagian ini menyajikan kesimpulan dari keseluruhan proses perancangan identitas visual yang telah dilakukan, mencakup pencapaian, temuan, serta implikasi dari desain yang dihasilkan. Selain itu, bagian ini juga memuat saran-saran yang ditujukan kepada klien sebagai masukan dalam pengelolaan identitas visual ke depan, serta kepada mahasiswa atau peneliti selanjutnya yang akan melakukan studi sejenis, sebagai bahan pertimbangan dan referensi untuk pengembangan penelitian di masa mendatang..

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

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan serta temuan dari penelitian terkait perancangan identitas visual *Henry's Kitchen* sebagai strategi pembentukan *brand image*, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan metode wawancara, observasi, serta studi literatur sebagai dasar dalam menggali kebutuhan *brand* dan persepsi target *audiens* terhadap *Henry's Kitchen*. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha dan beberapa konsumen terpilih untuk mengetahui harapan, preferensi visual, serta citra ideal yang diinginkan dari *brand*. Dari hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa *Henry's Kitchen* diharapkan mampu menghadirkan kesan yang *homey*, hangat, dan mencerminkan kualitas kuliner rumahan yang otentik. Selain itu, proses observasi terhadap *brand* kompetitor dilakukan untuk mengidentifikasi tren visual yang umum digunakan, serta menemukan celah untuk menciptakan diferensiasi visual yang kuat dan khas bagi *Henry's Kitchen*. Observasi ini menunjukkan pentingnya pendekatan desain yang unik agar *brand* mampu tampil menonjol di tengah persaingan industri kuliner. Sementara itu, studi literatur digunakan untuk memperkuat dasar teori mengenai strategi perancangan identitas visual. Melalui kajian literatur, diperoleh pemahaman bahwa konsistensi dalam penggunaan elemen visual seperti logo, tipografi, warna, dan ilustrasi berperan penting dalam membentuk persepsi dan *brand image* yang kokoh di benak konsumen.
2. Proses perancangan identitas visual *Henry's Kitchen* dilakukan berdasarkan tahapan *Design Thinking*, yang terdiri dari lima tahap utama. Pada tahap *Empathize*, dilakukan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi guna memahami kebutuhan emosional dan fungsional dari target *audiens* serta pemilik *brand*. Informasi ini menjadi dasar untuk merumuskan



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

permasalahan utama pada tahap *Define*, yaitu belum terbentuknya identitas visual yang mampu merepresentasikan nilai-nilai inti *brand* secara menyeluruh. Tahap selanjutnya, *Ideate*, difokuskan pada pengembangan berbagai konsep visual, termasuk eksplorasi sketsa logo, pemilihan palet warna, dan tipografi yang dapat menciptakan kesan rumahan, hangat, serta *handmade*. Hasil dari proses tersebut kemudian dituangkan dalam bentuk beberapa alternatif desain pada tahap *Prototype*, yang selanjutnya diuji secara internal maupun langsung kepada pemilik usaha. Terakhir, pada tahap *Test*, dilakukan uji coba desain melalui wawancara lanjutan dengan pemilik dan beberapa konsumen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa desain yang terpilih memiliki tingkat keterbacaan yang baik, visual yang menarik, serta mampu menyampaikan karakter *brand* secara efektif dan komunikatif.

3. Hasil akhir dari proses perancangan ini berupa identitas visual baru untuk *Henry's Kitchen* yang dirancang untuk merepresentasikan karakter *brand* secara kuat dan konsisten. Identitas visual tersebut mencakup logo berbentuk rumah dengan cerobong asap, yang menggambarkan suasana dapur rumahan khas Barat dan memperkuat kesan hangat serta akrab. Tipografi yang digunakan adalah kombinasi antara *Butler (serif)* dan *Poppins (sans-serif)*, yang bersama-sama menghadirkan kesan elegan sekaligus *handmade*. Pemilihan warna-warna hangat dan natural turut memperkuat nuansa *homey* dan nyaman, sesuai dengan nilai yang ingin disampaikan oleh *brand*. Selain itu, ilustrasi pendukung bergaya guratan tangan digunakan untuk menekankan aspek *homemade* yang menjadi ciri khas dari *Henry's Kitchen*. Identitas visual ini kemudian diterapkan ke berbagai media, seperti kemasan produk (termasuk *lunch box* dan *pizza box*), serta materi promosi digital dan cetak, guna menciptakan konsistensi visual dalam seluruh elemen komunikasi *brand*.
4. Identitas visual yang dirancang berhasil membentuk citra *Henry's Kitchen* sebagai usaha kuliner yang menghadirkan nuansa rumahan, hangat, dan otentik. Elemen-elemen visual yang konsisten dan komunikatif tidak hanya



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

memperkuat posisi *brand* di benak konsumen, tetapi juga menciptakan diferensiasi yang jelas dibandingkan dengan kompetitor sejenis. Penyampaian visual yang selaras dengan karakter *brand* turut membangun keterhubungan emosional dengan target pasar, sehingga memperkuat loyalitas serta daya tarik *brand* secara keseluruhan. Proyek ini membuktikan bahwa pendekatan desain grafis yang terstruktur dan berbasis riset mampu memberikan kontribusi nyata dalam membangun *brand image* secara efektif dan berkelanjutan

5.2 Saran

1. Disarankan agar pihak *Henry's Kitchen* menerapkan identitas visual secara konsisten di seluruh media komunikasi, baik cetak maupun digital. Konsistensi ini penting untuk memperkuat *brand image* dan mempermudah konsumen dalam mengenali serta mengingat *brand*.
2. Untuk ke depannya, identitas visual yang telah dirancang dapat dikembangkan lebih luas ke dalam berbagai bentuk media pendukung lainnya, seperti seragam karyawan, *merchandise*, hingga desain interior, guna memperkuat atmosfer dan pengalaman merek secara menyeluruh.
3. Untuk penelitian lanjutan agar mendalami efektivitas identitas visual dalam membentuk persepsi konsumen dalam jangka panjang, disarankan dilakukan penelitian lanjutan yang melibatkan metode kuantitatif, seperti survei persepsi konsumen terhadap elemen visual dan dampaknya terhadap loyalitas *brand*. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi perbandingan dengan *brand* sejenis guna memperkaya strategi visual yang lebih kompetitif.



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, I. W. (2021). *ANALISIS KARAKTERISTIK GAMBAR ILUSTRASI DWIKY K.A PADA POSTER KONSER MUSIK PERIODE 2015-2020*. 9(3).
- Ahdiyat, A. N. (2021). Analisis Semiotika Visual Pada Ilustrasi Sampul Majalah Tempo Edisi “Jerat Kedua.” *Logika : Journal of Multidisciplinary Studies*, 12(02), 156–175. <https://doi.org/10.25134/logika.v12i2.5492>
- Ainun, N. (2023). PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRANDING PADA UMKM. *Jesya*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Andirani, F. (2019). *REBRANDING SOFYAN HOTEL CUT MEUTIA DALAM MENINGKATKAN CITRA*. 2(1).
- Arifah, N. L. (2023). *PENGARUH ELEMEN VISUAL PADA KONTEN INSTAGRAM RINTIK SEDU DALAM MERAHAI ENGAGEMENT AUDIENS*. 4(3).
- Ayu, T. B. (2023). Penerapan Metode Design Thinking pada Perancangan Prototype Aplikasi Payoprint Berbasis Android. *MDP Student Conference*, 2(1), 68–75. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i1.4065>
- Chandra, H. R. D., Ningrum, M. P. W., & Ikaningtyas, M. (2024). *Strategi Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Kuliner di Indonesia*.
- Darmawanto. (2019). *Desain Komunikasi Visual II Perancangan Identitas Visual* (1st ed.). UNISNU PRESS.
- de Riandra, C. N., & Islam, M. A. (2021). *PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL CATERING & BAKERY CHERRY*. 2(2).
- Dewi, N. K. T. (2023). PEMBUATAN DESIGN LOGO DALAM PENUNJANGAN UMKM “ENTIL” MAKANAN KHAS DESA PENATAHAN. *Abdimas Galuh*, 5(1), 617. <https://doi.org/10.25157/ag.v5i1.9973>
- Erpurini, W. (2023). Strategi Promosi Digital dalam Menarik Minat Beli Konsumen PT Sinverho Energi Indonesia. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(1), 95–107. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v2i1.1761>
- Farih, F. N., & Anggalih, N. N. (2023). *PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UMKM IBU MUSRIANI DI KABUPATEN NGANJUK*. 1(1).
- Fauzi, A., Netrawati, & Karneli, Y. (2022). PENERAPAN TEORI GESTALT DALAM PEMAHAMAN PEMBELAJARAN SISWA DI SEKOLAH. *Algebra : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Sains*, 2(1), 33–37. <https://doi.org/10.58432/algebra.v2i1.71>
- Hahury, R. M. S. (2022). *Analisis Pengaplikasian Teori Warna dan Penggunaan Siluet dalam Desain Karakter*.
- Hidayat, A. (2023). *Teori Desain dan Perancangan Logo*. Open Science Framework. <https://doi.org/10.31219/osf.io/g36hj>
- Ibrahim, Olivia Dolorosa Tambunan, & Abdul Husenudin. (2025). Analisis Pengaruh Branding Visual terhadap Minat Beli Konsumen. *MES Management Journal*, 4(1). <https://doi.org/10.56709/mesman.v4i1.606>



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

- Indika, D. R. (2018). ANALISIS REBRANDING UNTUK MEMBENTUK FAVORABLE BRAND IMAGE PADA RADIO PLAY 99ers. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 15(2), 121–135. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i2.4177>
- Irawan, P. R. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HOME INDUSTRY SANDAL KULIT KANDANGWESI COLLECTION GARUT. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2), 61. <https://doi.org/10.24853/jmmb.3.2.61-68>
- Iswanto. (2023a). Buku Ajar Tipografi. Universitas Ciputra.
- Iswanto, R. (2023b). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>
- Khotimah. (2023). Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image Taman Impian Jaya Ancol. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(3), 236–248. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i3.456>
- Kurniansyah, M. A. (2021). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN PENERAPANNYA DALAM MEDIA PROMOSI MUSEUM ANJUK LADANG. 3(1).
- Lombok, V. V. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK EMINA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Maheni. (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>
- Monica, M. (2010). Pengaruh Warna, Tipografi, dan Layout pada Desain Situs. *Humaniora*, 1(2), 459. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v1i2.2887>
- Mubarak, F. S. (2023). Penerapan Prinsip Gestalt Dalam Desain Visual Untuk Meningkatkan Memori Dan Pemahaman Pesan. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 152. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.33002>
- Mujib. (2021). *School Branding: Strategi di Era Disrutif*. Bumi Aksara.
- Mursalina, H. (2019). Pengembangan Media Cetak dan Digital untuk Dellsand Kreasi Kaos Nama Sebagai Media Promosi. *PINTER : Jurnal Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer*, 3(2), 127–131. <https://doi.org/10.21009/pinter.3.2.7>
- Nathanael, T. (2022). *STUDI PERBANDINGAN TEORI DAN PRAKTEK PROSES DESAIN KEMASAN SAAT INTERNSHIP. Vol. 11 No. 1 (2022): JANUARY 2022.*
- Patricia. (2021). *Tak Hanya Rasa, Visual Produk Juga Menentukan dalam Bisnis Kuliner.* https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/02/02/bisnis-kuliner-lewat-visual-dalam-normal-baru?status=sukses_login&login=1742373919513&open_from=header_button&loc=header_button



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

- Prasetyo. (2020). Strategi *Branding* Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis. Universitas Brawijaya Press.
- Pratama. (2024). *Penerapan Metode Design Thinking Dalam Implementasi User Interface Berbasis Website Studi Kasus JRO Sandat Property*. 7. file:///D:/Tugas%20Kuliah/Semester%208/Jurnal%20Teori/1635-3961-1-PB.pdf
- Purwanto. (2024). *Bagaimana Memahami Perkembangan, Tren, dan Lanskap Bisnis Kuliner Indonesia Kini?* <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/08/26/bagaimana-memahami-perkembangan-tren-dan-lanskap-bisnis-kuliner-di-indonesia-saat-ini>
- Ritonga, S. B. P. (2023). *PERANCANGAN VISUAL GRAPHIC STANDARD MANUAL UNTUK LOGO VARION FARM*. 3.
- Rumijati, A. (2021). *Rebranding* untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk di Kelompok Usaha Mikro Olahan Susu pada Ikatan Pengusaha ‘Aisyiyah (IPAS). *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(1). <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i1.1792>
- Sary, K. A., Boer, K. M., Agustian, J. F., Sanjaya, M. N., & Maudi, M. (2025). Perancangan Visual *Branding* untuk Meningkatkan Identitas dan Daya Saing UMKM Binaan Otorita Ibu Kota Nusantara (IKN). *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(1), 200–211. <https://doi.org/10.29407/ja.v9i1.24029>
- Sayekti, P. (2024). Penerapan Graphic Standard Manual pada Visual Identity Produk Komoditi Batik Berpotensi Ekspor. *Indonesian Journal for Social Responsibility*, 6(1), 13–25. <https://doi.org/10.36782/ijsr.v6i01.224>
- Seruni. (2023). *Membangun Identitas Visual yang Kuat untuk Bisnis Anda*. <https://www.ruangkerja.id/blog/identitas-visual-untuk-bisnis>
- Setiasih, N. W. (2022). Komparasi Elemen Pembentuk Logo pada Logo KFC dan Logo JFC. *Ars: Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 25(1), 1–6. <https://doi.org/10.24821/ars.v25i1.6114>
- Setiyono, J. (2016). Analisis Teks dan Konteks Pada Iklan Operator Seluler (XL dengan Kartu AS). *Pedagogia: Jurnal Pendidikan*, 5(2), 297–310. <https://doi.org/10.21070/pedagogia.v5i2.263>
- Thejahanjaya, D. (2022). *PENERAPAN PSIKOLOGI WARNA DALAM COLOR GRADING UNTUK MENYAMPAIKAN TUJUAN DIBALIK FOTO*.
- Tjandra, S. J. (2022). *Perbandingan Teori dan Praktik Perancangan Desain Grafis pada Proyek Internship di Studio Grafis*.
- Udilawaty. (2023). SEMIOTIKA VISUAL LOGO UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO. *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 16(2), 172–179. <https://doi.org/10.51903/pixel.v16i2.1549>
- Waruwu, M. (2023). *Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi*. 7.
- Wheeller. (2017). *Designing Brand Identity An Essential Guide for the Whole Branding Team*. Wiley.
- Widya. (2016). *PENGANTAR DESAIN GRAFIS* (1st ed.). <https://repositori.kemdikbud.go.id/11838/1/9-Desain-Grafis-OK.pdf>



Yoselinus, R. F., Irwan Harnoko, & Nugroho Widya Prio Utomo. (2022). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI GRIYA SARANA LABEL. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 7(2), 235–246. <https://doi.org/10.25105/jdd.v7i2.12474>

© 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





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
Dosen Pembimbing 1

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA Muhammad Aliev Ikraam

NAMA PEMBIMBING Nabila Fajrina, M.Si

JUDUL TUGAS AKHIR Perancangan Identitas visual Restoran Henry's Kitchen Untuk Meperkuat Brand Awareness dan Daya Ingat Konsumen

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	Memberikan arahan untuk mengerjakan ketahap selanjutnya	Membuat proposal bab I dan mencari referensi jurnal sebanyak-banyaknya
2	5, Maret 2025	Memberikan arahan mengenai cara pembuatan latar belakang yang benar	Revisi latar belakang 1. fenomena yg diangkat sesuai kan dengan judul yang di angkat (Restoran). 2.data terlalu banyak di singkatkan dengan beberapa. 3.jangan simpulkan sendiri,cari yang benar-benar ada sumbernya.
3	30, Maret 2025	Beberapa pertanyaan wawancara sudah oke, terutama yang menggali kesan pertama dan daya tarik visual restoran. Tapi masih kurang mendalam dalam menggali preferensi desain spesifik yang bisa jadi insight untuk branding dan pengembangan visual Henry's Kitchen.	Revisi: Membuat pertanyaan lebih dalam mengenai sepesifik tentan desain
4	7 Apr 2025	Penggunaan kata belum sesuai pada bab 3 metode penelitian dan Swot yang masih kurang spesifik	Revisi: Memperbaiki kalimat dan analisis SWOT
5	10 Apr 2025	identifikasi faktor S,W,O,T nya sudah benar. Tapi seluruh strategi hasil kali SWOT-nya (SO, ST, WO, WT) masih cenderung ke strategi komunikasi atau marketing secara umum. Padahal karena topik tugas akhirnya adalah perancangan identitas visual, maka semestinya seluruh strategi yang muncul diarahkan ke strategi desain.	Revisi: Membuat matrix SWOT lebih mengacu kepada perancangan identitas Visual
6	20 Mei 2025	Pengerjaan desain Komprehensif, dan pemilihan FAW	Revisi: Membahkan 3 digitalisasi sebagai alternatif desain
7	23 juni 2025	Memaparkan hasil FAW yang telah terpilih	Revisi: Mengubah penggunaan font pada logo
8	1 Juli 2025	Laporan disetujui oleh dosen	Melakukan perapihan laporan dan pengumpulan



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

Dosen Pembimbing 2

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA, Muhammad Aliev Ikraam

NAMA PEMBIMBING Deli Silvia, M.Sc.

JUDUL TUGAS AKHIR Perancangan Identitas visual Restoran Henry's Kitchen Untuk Meperkuat Brand Awareness dan Daya Ingat Konsumen

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	28, Februari 2025	Pengenalan project yang diangkat serta sedikit arahan pembuatan bab 1	pembuatan bab 1
2	5 Maret 2025	Penataan paragraf masih ada yang belum konsisten	Merevisi penataan paragraf
3	7 Apr 2025	Penggunaan kapital masih ada yang salah, penggunaan bahasa inggris di italic, siltasi menggunakan satu style	Merevisi penulisan yang masih salah
4	23 Juni 2025	Penggunaan sumber pada data pribadi dihapus, dan penggunaan italic pada nama produk	Merevisi penulisan yang masih salah
5	25 Juni 2025	Daftar pustaka masih salah penulisannya, serta acc dosen dengan tanda tangan	Merapihkan penulisan daftar pustaka
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

LAMPIRAN 2 TRANSKRIP WAWANCARA

Owner: Wiwik

Umur: 49

Pekerjaan: Owner *Henry's Kitchen*

Penulis: “Halo Ibu, boleh jelaskan nggak nih, kira-kira *Henry's Kitchen* itu apa sih?

Owner: “*Henry's Kitchen* ini adalah resto ala rumahan yang saya dan suami saya buat. Kami di *Henry's Kitchen* dari tahun 2019, tapi waktu itu kami baru bukanya di rumah, Dan kebetulan itu kan lagi masa-masa corona ya, jadi kami belum bisa memberanikan untuk membuka di tempat lain. Nah mulai 2024 kami baru memberanikan diri pindah di rumah yang depan terasnya itu lega. Jadi kami bisa membuka resto ala rumahan itu di depan teras rumah kami. Kami menjual aneka ragam makanan *western* kurang lebih kebanyakan dari negara Itali. Seperti *pizza*, kami membuat *pizza* ala *pizza* Itali yang tipis tapi toppingnya banyak. Dan kami mempunyai menu *western* yang paling favorit adalah disini wagyunya. Kita memakai wagyu premium yang kami jual dengan harga terjangkau. Terus kami juga ada chicken *steak* dan juga ada beef finger *steak* juga. Dengan harga yang sangat terjangkau juga tentunya. Dan gak lupa kami membuat minuman yang sangat digemari oleh orang orang yaitu green tea, Thai tea, light tea, lemon tea, dan lain-lainnya. Dan kami juga ada kopinya juga, gak hanya non-koffee. Dan kami juga sudah, Alhamdulillah sudah membuka cabang di Cipete di Jakarta. Itu ada di Ryan's Pool & Bar. Jadi kami kerjasama antara Hendrix Kitchen dan tempat Ryan's Billyard gitu.”

Penulis: “Aku pengen nanya deh Bu, ada gak masalah-masalah dalam bisnis *Henry's Kitchen* ini yang pada akhirnya cukup menjadi masalah gitu di dalam bisnis *Henry's Kitchen* ini?”

Owner: “Ada sih, sebelumnya kami belum tahu ya, ternyata ada namanya *Henry's Kitchen* juga, dan dia seorang mantan master chef Indonesia. Tiba-tiba ada customer kami yang datang bilang ke waitress kami, ini *Henry's Kitchen* Masterchef ya. Saya pas dikasih tau sama karyawan pegawai saya, saya agak kaget karena saya gak begitu mendalami nonton Masterchef Indonesia kebetulan. Dari situ pas saya cek ternyata emang beneran ada, tapi cuma beda di nama Henry's nya



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

aja. Kan kalau kita Henry's pakai Y, tapi kalau dia pakai I gitu. Permasalahannya cuma di situ aja sih. dan masalah satu lagi mungkin di desain visualnya ya kebetulan kami kan belum mempunyai desain visual yang membuat orang tahu *Henry's Kitchen* sama Henri's Kitchen Masterchef itu berbeda gitu dan adanya desain visual mungkin akan bisa memberi menginfokan kepada customer kami kalau *Henry's Kitchen* sama Henri's Kitchen itu berbeda dan agar media sosial kami agar lebih menarik aja untuk adanya desain visualnya sih

Penulis: "Oke aku pengen tau deh uu nanti kira-kira *Henry's Kitchen* ketika di *rebranding* kembali, itu desainnya mau dibawa ke tema yang seperti apa sih?"

Owner: "Saya sih pengennya dibawa ke tema yang berkaitan dengan homie, terus kekeluargaan, dan vintage modern sih. yang intinya agar menggambarkan sebuah *Henry's Kitchen* nya aja gitu intinya yang saya harapkan adalah dengan adanya *rebranding* logo *Henry's Kitchen* untuk untuk mengubah logo kami yang sebelumnya hanya sebuah tulisan *Henry's Kitchen* aja bisa lebih diperkembangkan agar menggambarkan sebuah restoran kecil *Henry's Kitchen* yang bakal dikenal banyak orang"

Penulis: "Oke mungkin itu saja ya bu yang bisa dijelaskan dari *Henry's Kitchen*?"

Owner: "Iya itu aja sih"

Penulis: Oke baik ibu, terimakasih atas waktunya"

Owner: "Iya sama-sama"

Narasumber 1: Ryan

Umur: 27

Pekerjaan: Pegawai Swasta

Penulis: "Halo selamat malam mas, boleh minta waktunya sebentar?"

Narasumber 1: "Oh oke silahkan"

Penulis: "Berapa sering sih mas mengunjungi restoran dalam seminggu biasanya?"

Narasumber 1: "Hampir seminggu dua kali sih"

Penulis: "Nah biasanya itu buat makan pagi, siang, sore atau malam?"

Narasumber 1: "lebih enaknye sore sama malam sih cuma biasanya kalau pagi kayak nyokap belum masak biasanya suka order diantar gitu"



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

Penulis: “Terus biasanya mas mencari apa nih di suatu restoran gitu yang menjadi ketertarikan mas selain makanannya ,ya mungkin darim, desain interiornya,suasana,harga”

Narasumber 1: “Pertama sih dari gambar foto makanan ya Kalau saya sih kalau misalnya terlihat menarik tuh pasti saya ingin mencobanya, Terus sama dari apa namanya Dari kenyamanannya juga gitu Apakah enak buat makan di tempat atau enggak gitu”

Penulis: “Terus kesan pertama kali ini masnya datang ke *Henry’s Kitchen* Kira-kira apa hal yang pertama kali buat masnya menarik nih untuk dilihat?”

Narasumber 1: “Yang pertama kalau untuk dilihat ya ya makanannya sih tampak makanannya apa yang saya lihatnya sesuai gak sama apa yang saya lihat di sosial media kayak gitu”

Penulis: “Kita ngomongin Ke desainnya ya Menurut masnya Visual yang ditampilkan Seperti mungkin logo Atau desain promosinya Itu tuh udah Menggambarkan dari Restoran Hanry’s kitchennya belum?”

Narasumber 1: “Kalau menurut saya sih ya cukup sudah ya cuma mungkin ada yang perlu ditambahkan karena kalau dari looknya ini kan makanannya lebih ke Italia ya kalau dari nuansanya juga dari desain rumahnya juga udah klasik banget kan kayak Eropa banget gitu cuma mungkin perlu dikasih tambahan desain apa gitu mungkin buat biar lebih menarik”

Penulis: “Nah terus misalnya nih Masnya mau ngasih tiga kata untuk *Henry’s Kitchen* Untuk yang menggambarkan *Henry’s Kitchen* Kira-kira apa tiga katanya?”

Narasumber 1: “Enak Nyaman Adem”

Penulis: “Jika masnya melihat tampilan restoran tanpa mengetahui namanya apakah menurut masnya restoran Harris Kitchen ini sudah terlihat menarik atau belum mungkin”

Narasumber 1: “Sebenarnya kalau dibilang menarik sih bisa dibilang sudah ya. Cuma ya sepertinya kalau akan lebih menarik lagi. Kalau misalnya punya restoran sendiri sih. Wajib sih kalau Henry’s gitu. Karena kan makanannya seenak ini ya. Agak diluar ekspektasi kan ya. Jadi... Hmm... harus pindah keluar buat didesain sesuai dengan makanan khas italianya kayak gitu kalau menurut saya ya”



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

Penulis: “Terus masnya apakah identitas visual kayak misalnya logo terus desain-desain ilustrasinya itu tuh mempengaruhi mas buat tertarik gitu dengan *Henry’s Kitchen*”

Narasumber 1: “Sebenarnya gak begitu berpengaruh ya karena tujuan awalnya kan cari makan bukan lihat logo mungkin buat saya yang tertarik dari lihat dari gambar makanan yang ada di sosial media itu sih yang membuat saya tertarik tapi kalau untuk dilihat logonya sih gak mempengaruhi saya untuk membeli makanan atau tidak ya. cuma mungkin kalau misalnya di restoran lain kayak kita belum tahu atau apa kayak di pinggir jalan cuma ada terlihat tulisan dong mungkin kurang menarik ya kayak gitu”

Penulis: “Menurut masnya dari segi *branding* desainnya sebuah restoran agak terlihat lebih berkesan dan mudah diingat Itu tuh warna yang ditampilkan. Terus ada *font* dan juga ada logo. Itu tuh membantu gak? Membantu restoran ini agar terlihat lebih berkesan?”

Narasumber 1: “Mungkin ada Mungkin dari *font*nya sih ya ,bukan lebih ke berkesan ya Biar lebih enak dilihat aja sih. Kalau misalnya saya boleh menilai sendiri secara pribadi sih Kalau dari tulisan kitchennya agak sulit dibaca Jadi mungkin lebih enak lagi Kayak tulisan *font*nya tuh kayak biasa aja Kayak misalnya kayak kalau kita lihat *brand-brand* mewah itu kan *font*nya biasa-biasa aja kan kayak LV, Dior, tuh kan Luz Vitong, Gucci itu kan *font*nya biasa banget kayak Times New Roman dong udah jadi gitu langsung luksurinya dapet”

Penulis: “Terus buat penyebutan sebuah *brand* jika *brand* itu namanya lebih disingkat contohnya kayak KFC, MCD apakah itu memudahkan customer untuk mengingat suatu restoran gitu?”

Narasumber 1: “Ya pastinya ya Kalo disingkat tuh jadi lebih enak Gak ribet aja kan Cuma memang kalo untuk ganti nama sih Untuk kayak jadi HK doang gitu kurang sih Lebih bagus *Henry’s Kitchen* Cuma kalo untuk kita yang mau ngajak temen nongkrong Kayak yuk HK yuk, HK apa? Baru jelasin paling kayak gitu sih”

Penulis: “Nah emasnya pernah mengalami enggak kebingungan atau kesalahan dalam mengenali restoran ini kalau punya pengalamannya boleh diceritakan kalau enggak ya enggak apa-apa?”



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

Narasumber 1: “Enggak sih, enggak ada yang kurang kalau dari nama sih menurut saya udah oke, udah cukup, keren Enggak ada sih kalau dari saya, udah cukup”

Penulis: “Nah terus Bagaimana kira-kira *Henry’s Kitchen* bisa lebih mudah dikenali dibandingkan dengan kompetitornya. Dengan kompetitornya yang memiliki nama yang hampir serupa Mungkinkah warna ataupun logo itu bisa jadi solusi untuk membedakan dari kompetitornya?”

Narasumber 1: “Oh iya pasti dong karena dari logo tersebut kan kita bisa jadi bedain kan karena keliatannya dari situ”

Penulis: “Nah jika masnya melihat elemen-elemen yang ada nih elemen desain yang ada di *Henry’s Kitchen* elemen visualnya kayak misalnya logo tadi terus atau mungkin ilustrasi kira-kira ada gak satu elemen yang menurut kakak ini kayaknya harus diubah deh?”

Narasumber 1: “Ya itu sih yang tadi saya bilang balik lagi ke yang tadi di tulisan kitchennya itu agak kurang ya Apalagi kalau misalnya kita kayak masih dari radius 100 meter itu tulisan kitchennya itu gak keliatan *Henry’s* nya sih udah oke cuma paling perlu *font*nya perlu disatuin aja sih yang kitchennya itu sama si *Henry’s* nya sama lebih-lebih baik lagi kalau menurut saya jangan atas bawah tulisannya manjang aja ke samping gitu”

Penulis: “Menurut Masnya apakah warna Terus mungkin tipografinya Atau logonya sudah menggambarkan Konsep dari *Henry’s Kitchen* Yang digambarkan mungkin *homey* Atau elegan Mungkin itu sudah menggambarkan belum dari yang sudah ditampilkan sekarang oleh *Henry’s Kitchen*?”

Narasumber 1: “Sudah sih Karena tadi saya udah bilang yang tiga kata itu cukup lumayan oke sih tinggal perlu *Henry’s Kitchen* kalau menurut saya tinggal apa, perlu pindah tempat sih karena parkirannya juga makan jalan kan perlu banget buat pindah keluar”

Penulis: “dibandingkan dengan restoran lain yang memiliki mungkin konsep serupa apakah desain visual *Henry’s Kitchen* ini sudah lebih menarik atau mungkin ada yang kurang menonjol?”

Narasumber 1: “Yang kurang menonjol menurut saya ,yang kurang menonjol itu apa ya hampir gak ada sih paling ini ini agak diluar pertanyaannya yang menurut



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 yang perlu dikeluarin ditonjolin tuh nasi gorengnya juga enak banget ternyata guys “

Penulis: “. Adakah menurut mas restoran yang memiliki *branding* yang sangat kuat di pandangan mas sendiri?

Narasumber 1: “Ada sih, cuma itu lebih ke entertaint ya, tapia ada restoran nya juga, itu Holywings grup”

Penulis: “Dan menurut masnya, jika *Henry’s Kitchen* menguba desain, mungkin dari logo, atau menu . Apa menurut mas yang perlu di pertahankan, jadi gak usah diganti deh kayakanya?”

Narasumber 1: “Menurut saya sih rasa makanan nya aja ya”

Penulis: “Oke kalo begitu, terimakasih banyak mas atas waktunya”

Narasumber 1: “Iya sama-sama”

Narasumber 2: Fira

Umur: 23

Pekerjaan: Pegawai Swasta

Penulis: “Selamat malam kak, aku boleh minta waktunya gak untuk mewawancarai kakak?”

Narasumber 2: “Iya silahkan aja”

Penulis: “Seberapa sering sih kak mengunjungi restoran dalam seminggu biasanya?”

Narasumber 2: “Satu sampai dua kali sih biasanya soalnya kan rame juga ya jadi pas ada waktu pasti itu biasanya weekend sih tapi lebih seringnya”

Penulis: “Nah itu biasanya pilihannya pagi, siang, sore atau malam?”

Narasumber 2: “Aku sih lebih sering sore atau malem ya kalau siang itu soalnya aku kurang suka aja sih kalau siang-siang. Terus kalau di sini suasananya lebih enak aja kalau malem.”

Penulis: “Nah, biasanya nih, kalau mencari tempat makan atau restoran, itu selain makanan. Biasanya itu yang bikin tertarik, itu dari suasana, atau dari harga, atau mungkin layanan, desain interior, atau faktor lainnya?”



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Narasumber 2: “Ini selain makanan ya paling utama sih kadang yang bisa kita lihat aja dulu sih suasananya nyaman atau enggak tempatnya enak atau enggak bersih atau enggak terus kemudian layanan tuh penting buat aku karena kalau gak enak layanannya kan kadang gak nyaman ya makan kayak gitu terus harga juga sih ya pasti harusnya sesuai juga”

Penulis: “Tapi kira-kira kalau diruntunin paling nomor satu kira-kira apa yang dipilih?”

Narasumber 2: “Suasana. Suasana ya, oke.”

Penulis: “Kakaknya pertama kali datang ke *Henry’s Kitchen*. Kira-kira apa yang pertama kali buat kakak tertarik saat datang ke *Henry’s Kitchen*?”

Narasumber 2: “Kalau di *Henry’s Kitchen* makanannya sih kalau untuk *Henry’s Kitchen* soalnya emang menurut aku disini keliatan makanannya tuh somehow keliatan pricey tapi dengan harganya nggak begitu pricey jadi menurut aku kalau makan di *Henry’s Kitchen* tuh bukan sesuatu yang kita dapat harga yang murah tapi untuk rasa kualitas yang mahal”

Penulis: “Terus nih ngomongin visual atau desain ya kayak misalnya mungkin logo terus desain promosinya kayak sekarang dipegang menu gitu kan atau mungkin ya suasana restoran *Henry’s Kitchen* sendiri nih kira-kira dari semua yang udah ditampilkan itu udah mencerminkan gak konsep dari restoran *Henry’s Kitchen*?”

Narasumber 2: “Kalau untuk suasana menurut aku cocok sih ya yang menurut aku masih bisa dikembangkan mungkin dari logonya kali ya karena maksudnya kan kalau sekarang kayak tulisan aja gitu mungkin bisa di lebih kayak dikasih style yang menunjukkan image nya lebih *Henry’s kitchen*

Penulis: “Oke deh aku pengen nanya nih kak kira-kira Tiga kata nih, tiga kata yang menurut kakaknya paling menggambarkan *Henry’s Kitchen* untuk tampilan visual itu apa?”

Narasumber 2: “Westerny vibe kayak gitu jadi kayak lebih ke barat-baratan karena kan banyak makanannya yang lebih sebenarnya ke barat gitu kan terus kayak aku lebih kesannya vintage karena kan suasananya lebih mendukung ke arah sana satu lagi *homey* karena tempatnya *homey* banget jadi kalau bisa desainnya segala macam itu lebih ditunjukan gitu?”



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

Penulis: “Oke nah jika kakaknya nih melihat tampilan restoran tanpa mengetahui namanya Menurut kakak, restoran *Henry’s Kitchen* ini terlihat menarik nggak?

Tanpa mengetahui awalnya ini tuh *Henry’s Kitchen*.”

Narasumber 2: “Ini aku tahu menunya atau nggak? ”

Penulis: mungkin tahu menunya. Kayak tahu tempatnya aja, tapi nggak tahu *branding*nya dari *Henry’s Kitchen* ini”

Narasumber 2: “Gini ya, kalau misalnya dibilang aku nggak tahu apa-apa tentang *Henry’s Kitchen*, aku tahu menunya, mungkin aku tertarik. Tapi kalau dibilang aku cuma tahu kayak... Oh, denger *Henry’s Kitchen*. Atau aku cuma ngeliat logonya *Henry’s Kitchen* tanpa aku tau menu-nya mungkin karena sebenarnya kurang menunjukkan ya apa yang diperjualkan, ditawarkan. Jadi mungkin agak skeptis sekali ya bahasanya ya kalau misalnya kita gak tau menu-nya ya. Tapi karena kalau tau menu-nya sih emang kita lihat itu gitu kan”

Penulis: “Terus nih berkenaan dengan yang namanya identitas visual identitas visual ini kan ada yang namanya dari logo atau mungkin ornamen-ornamen desain yang udah dipasarkan oleh si *Henry’s Kitchen*, itu kira-kira bisa jadi apa ya ,pengaruh buat keputusan konsumen jadi tertarik dengan *Henry’s Kitchen* gak kira-kira menurut kakaknya?”

Narasumber 2: “Kalau menurut aku kayak gitu tuh penting banget. Karena gini, kalau aku mau belanja online aja, ngeliat suatu barang, aku biasanya ngeliat dulu presentasi toko mereka di sosial media tuh kayak gimana sih, bagus atau enggak. Kalau misalnya keliatan kayak sketchy kayak gitu, pasti aku akan ngerasa kayak ragu, kok ini orang niat apa nggak jualannya, kayak gitu. Jadi menurut aku bener-bener gitu banget sih, kayak *branding* tuh penting banget buat suatu usaha.”

Penulis: Kalau boleh tanya nih kira-kira apa ya elemen mana yang paling pengaruh kalau aku boleh sebutin kayak misalnya ada logo terus mungkin ilustrasi yang diberikan mungkin lihat gambar menu atau gambar promosi yang udah disampaikan lewat sosial media gitu kan nah kira-kira mana menurut kakak yang paling pengaruh gitu?”

Narasumber 2: “kalau aku pribadi paling pengaruh di visual yang menu tadi kayak gitu-gitu kalau logo kan langsung kita ngeliat logo yang memang harus bagus logo



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tapi kadang Apalagi kalau aku ngeliat menu tuh aku suka yang ada gambarnya. Karena aku ngeliat dulu, oh ini menu, kalau bisa aku baca menu nih. Aku gak ngerti dong ini. Kalau ini kan kayak sekarang lumayan gitu kan. Aku bisa liat gambar, aku bisa ini, ini. Kayak gitu tuh aku lebih senang yang kayak gitu. Karena kan kalau logo paling kata cuma liat pas masuk atau pas gitu. Kalau yang penting menurut aku ya yang kedua tadi.”

Penulis: “Nah kira-kira dari segi *branding* dari *Henry’s Kitchen* nih agar lebih *Henry’s Kitchen* terkesan mudah diingat terus menarik di mata konsumen itu tuh kira-kira apakah itu dari logonya atau warna yang sekarang *Henry’s Kitchen* tampilkan terus atau mungkin *font* nah kira-kira dari segi *branding* yang membuat kakaknya nih mudah diingat oh ini nih *Henry’s Kitchen* nih itu apa kira-kira?”

Narasumber 2: “Karena udah maksudnya bukan baru ya ke *Henry’s Kitchen* tapi mungkin jadi karena udah terbiasa emang aku cenderung ngeliat *Henry’s Kitchen* tuh hijau kayak dimana-mana ngeliatnya warna hijau gitu kan tapi kalau aku bilang misalnya aku liat buku menu nih kalau aku tuh ngerasa agak gelap gitu kalau untuk yang tadi dibilang *font* kayak gitu-gitu aku ngerasa untuk aku sebagai yang biasa membaca udah nyaman untuk ukuran untuk pilihan *font*nya aku merasa nyaman aja bacanya cuma kalau ngeliat gambarnya tuh kayak terlalu kayak misalnya kan ini di plastik ada pantulan cahaya tuh jadi gelap kayak gitu sih lebih kayak gitu aja”

Penulis: “Nah, sekarang nih, menurut kakaknya nih, untuk penyebutan sebuah *brand*, agar lebih mudah, kayak misalnya, kasih contoh, yang mungkin terkenal sekarang kan ada KFC, atau MCD, AW, nah kira-kira kalau *Henry’s Kitchen* di*branding* dengan seperti itu, apakah lebih mudah diingat kalau menurut kakak?”

Narasumber 2: “Enggak, soalnya kan berarti kalau misalnya disingkat gitu ya kayak *Henry’s Kitchen*, HK. HK tuh udah banyak banget menurut aku dari Hong Kong aja dibilangnya HK. Papa HK kayak gitu ya udah terlalu banyak ya untuk huruf itu. Jadi enggak sih kalau menurut aku enggak akan mempermudah.”

Penulis: “Nih, apakah kakak pernah mengalami kebingungan atau kesalahan untuk mengenali sebuah restoran? Jika pernah, boleh diceritakan? Kayak maksudnya aku, oh ini tuh ternyata *brand* ini gitu loh”



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

Narasumber 2: “Iya. Enggak sih, kalau itu gak pernah ketukar. Karena kebetulan belum pernah nemu restoran yang benar-benar mirip gitu ya. Cuma paling ada, oh ini versinya mirip gini. Cuma kalau aku pernahnya kayak salah baca nama. Restoran gitu, Itu jadi... Tau Nenis Pavilion. Itu selama ini aku pikirnya tulisan Nenis Pavilion. Ternyata itu pavilion. Tuh aja sih.”

Penulis: “Terus menurut kakaknya bagaimana cara *Henry’s Kitchen* bisa lebih mudah dikenali dibandingkan kompetitor kalau aku boleh kasih tau sebenarnya *Henry’s Kitchen* ini punya kompetitor yang dimana namanya ini hampir sama *Henry’s Kitchen* menggunakan Y dan yang satu lagi sama *Henry’s Kitchen* tapi menggunakan I kira-kira untuk lebih bisa Membedakannya lagi dari kompetitornya Itu tuh Bisa dari logo Warna atau mungkin *Henry’s Kitchen* butuh tagline Tagline kira-kira kakaknya tau gak?”

Narasumber 2: “Warnanya sama emangnya sama kompetitor?”

Penulis: “Kalo ngomongin warna sih Beda sih ya Kalo kompetitor kayaknya lebih ke oren”

Narasumber 2: “Kalau menurut aku sih sebenarnya ya lebih ke... Ini kan tadi aku bilang kayak logonya tuh lebih kayak tulisan doang kan. Dibikin stand out dan kayak... Kalau ini maksudnya aku ngeliat *font* ini tuh familiar kita pake di mana-mana. Jadi maksud aku dibikin kayak lebih ada style dari logo itu yang bikin orang... Oh, kayak misalnya kalau kita ngeliat KFC, kita ngeliat curve... M-nya McDonald aja, udah tau itu pasti McDonald gitu kan. *Henry’s Kitchen* nggak perlu disingkat, nggak apa-apa. Tapi kalau dia punya style dari logonya itu, aku rasa orang juga akan tahu, oh yang ini tuh ini, kayak gitu. Walaupun namanya pun hampir sama.”

Penulis: “Terus menurut kakak kalau misalnya Harris Kitchen ini mungkin lebih di *rebranding* lagi dengan kesan yang lebih *homey* tapi ngasih perspektif kalau ini tuh elegan gitu nah kira-kira cocok gak Harris Kitchen dikasih karakter seperti itu?”

Narasumber 2: “Cocok sih menurut aku karena aku rasa gak tau ya aku tuh jadi kayak vibesnya kalo makan ini tuh lebih sering kayak dapet aku tuh nonton video pernah nonton vlog orang Itali yang istilahnya bukan ekstravagan jadi kayak somehow di rumah-rumah mereka makan bersama-sama keluarganya kayak gitu



© 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

jadi kita kan kadang sebuah keeleganan tuh gak selalu yang bling-bling apa segala macam kayak gitu karena itu aku rasa sih bisa sih soalnya kalau tempat emang mendukung homie-nya gitu untuk elegan karena dia makanannya menurut aku cukup gitu”

Penulis: “Oke terus menurut kakaknya nih jika bisa mengubah satu elemen yang kayak tadi aku sebutin ada logo atau mungkin warna *font* kira-kira apa yang jadi pilihan kakak untuk diubah?”

Narasumber 2: “Font di logo oke”

Penulis: “Untuk warna dan tipografi kira-kira mereka sudah sesuai enggak dengan konsep restoran?”

Narasumber 2: “Warna sih aku udah suka ya kalau ngeliat, maksudnya kayak aku liat menu kayak gini, ngeliatnya tuh udah enak aja warnanya. Cuman aku tadi kayak foto makanannya aja menurut aku terlalu, ini kontras kali ya, apa namanya sih agak gelap menurut aku. Kalau *font*nya udah bagus sebenarnya, cuma kayak keliatan *font* yang sering banget dipake gitu. Tapi sebenarnya kalau dibaca enak-enak aja buat mata. Aku bacanya tuh mudah gitu, walau tanpa kacamata juga.”

Penulis: “Nah dibandingkan dengan restoran lain nih kak dengan konsep mungkin serupa gitu homie ya kan apakah desain visual nih yang ditampilkan sama *Henry’s Kitchen* ini tuh udah bisa terasa lebih menarik atau mungkin kurang menonjol?”

Narasumber 2: “Yang sekarang ya, desain yang sekarang. Sebenarnya masih bisa ditonjolin lagi sih beberapa aspek menurut aku. Kayak gitu. Kalau menu ini menurut aku udah oke lah ya. Tapi maksudnya kayak... Kalau di Instagram kan aku liat maksudnya kayak paling di akhir video cuma kayak nunjukin logo gitu. Bisa lebih digimanain lagi, dihias-hias lagi. Terus logo tuh... Kalau aku tuh sebenarnya sama *Henry’s Kitchen* tuh lebih kayak... Aku yakin banget logonya tuh bisa di... bikin yang identik oh jadi handless kitchen gitu nggak general cuma tulisan gitu doang oke walaupun cuma tulisan maksudnya tuh kayak stylenya nggak yang orang gampang ngopi kopi gitu”

Penulis: “Oke nah terus adakah restoran lain nih menurut kakak memiliki *branding* yang kuat gitu mungkin nanti bisa dipelajari dari mereka gitu”



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

Narasumber 2: “Sebenarnya kayak restoran-restoran yang MCD gitu-gitu tuh menurut aku itu udah kuat banget. Mau di manapun, mau di copy paste, mau di buhlak balik, semua orang tau itu akan menuju ke MCD”

Penulis: “Jika *Henry’s Kitchen* mengubah *brandingnya*, kira-kira apa yang perlu di perthankankan?”

Narasumber 2: “Kalo menurutku sih, menu ya, yang udah paling aman”

Penulis: “Oke kalo begitu terimakasih banyak waktu yang udah diberikan kak”

Narasumber 2: “Okey sama-sama”

Narasumber 3: Naia

Umur: 21

Pekerjaan: Mahasiswa

Penulis: “Halo kak, aku boleh minta waktunya sebentar gak kak, buat wawancarain kakaknya?”

Narasumber 3:”Boleh banget, silahkan”

Penulis: “Seberapa sering sih kak mengunjungi restoran setiap seminggu mungkin?”

Narasumber 3: “Kalau aku sih biasanya sekali atau dua kali kan ya biasanya tuh malam hari karena kan lebih intimate dan emang lebih pas aja gitu loh dari menumennya kayak gitu sih”

Penulis: “Oke terus. Apa nih, yang biasanya kakak pilih nih, suatu restoran, misalnya kakak mengunjungi suatu restoran nih, selain dari menunya, mungkin dari interiornya yang bagus, terus mungkin dari layanan atau mungkin harga, nah kira-kira pilihan kakak mengunjungi suatu restoran itu apa, selain makanan ya?”

Narasumber 3: “Kalau aku sih mungkin dari servis, kemudian ambiensnya, karena kalau aku sih ngeliat juga ya, apakah itu untuk harga segitu, apakah servisnya oke, terus suasananya oke, kurang lebih kayak gitu sih, Kak”

Penulis: Oke, terus nih, kira-kira saat pertama kali nih, mengunjungi *Henry’s Kitchen*, apa menjadi poin pertama yang membuat Kakak tertarik pas pertama kali kesini?



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

Narasumber 3: “Kalau aku tuh mungkin dari menunya ya kak. Karena jujur pada saat aku lihat menunya ada wagyu tuh tempting banget sih. Jujur menarik banget.”

Penulis:” Nah. Ini kita ngomongin soal desain. Yang dimana pastinya Haris Kitchen punya logo. Terus mungkin ya desain promosinya mungkin dari menu. Atau sosial media. Nah. Kira-kira yang udah ditunjukkan nih dari logonya, dari desain menu, atau dari desain sosial mediana itu udah menunjukkan restoran Harry Kitchen ini nggak?”

Narasumber 3: “Kalau menurut aku sih sudah cukup mendeskripsikan ya, terutama mungkin dari cara mereka manage sosial mediana, mereka emang juga udah nge-point out apa yang mereka ingin jual gitu sih.”

Penulis: “Pengen tau dong kak, tiga kata yang menggambarkan Harris Kitchen kira-kira apa menurut kakak?”

Narasumber 3: “Mungkin homie ya homie terus excellent service gitu satu lagi boleh well done deh”

Penulis: “Jika kakaknya melihat suatu tampilan restoran tanpa mengetahui namanya, kira-kira Hanry’s Kitchen ini terlihat menarik nggak nih mata kakak? Tapi awalnya kakak nggak tahu nih kalau ini tuh Hanry’s kitchen gitu”

Narasumber 3: “Kalau personal dari aku, mungkin aku jujur gak expect ya ternyata restoran rumahan ini bisa jual makanan yang *western* gitu ya, yang mana kayak diluar dugaan juga. Cuma pada saat aku mungkin karena terbantu dengan *brandingnya* yang kuat, jadi itu mungkin jadi daya tarik yang oke juga sih.”

Penulis: Terus kita masuk ke identitasnya nih, identitas dari *Henry’s Kitchen*. menurut kakak identitas dari *Henry’s Kitchen* ini kayak mungkin logonya terus yang kayak tadi aku bilang kan desain-desainnya itu tuh udah mempengaruhi kakaknya untuk memutuskan ah gue tertarik nih ke *Henry’s Kitchen*?”

Narasumber 3: “Karena mungkin daya jual yang diunggulkan dari ini sudah punya apa ya pembeda dari yang lain juga jadi otomatis orang kalau misal mau cari makanan ini udah pasti nyarinya ke *Henry’s Kitchen*”



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

Penulis: “Kalau aku boleh runtutin kayak misalnya tadi ada logo terus ada ya desain menu atau mungkin kemasan gitu menurut kakak apa yang paling menarik di antara yang tadi aku sebutin?”

Narasumber 3: “Aku dari menunya sih, Kak. Dan konsep mungkin yang restoran tapi *homey*. Karena kan emang di rumah sendiri ya, Kak. Jadi kita berasa banget nyamannya ketika makan di sini.”

Penulis: “Menurut kakak dari segi *branding* nih suatu restoran apa yang jadi faktornya restoran itu mudah diingat oleh orang lain mungkinkah dari warna karakter si restoran ini terus mungkin logonya atau mungkin *font* yang dia kasih di menu atau di sosial mediana”

Narasumber 3: “Kalau menurut aku mungkin daya tarik utamanya itu dari *branding* ya karena gak bisa dipungkiri kayak untuk menjual sesuatu kan kita perlu *branding* yang kuat ya apalagi banyak saingan juga harus ada yang bisa ngebuktiin suatu pembeda restoran itu sendiri. dan kebetulan di *Henry’s Kitchen* itu emang dia punya karakter yang kuat dia tau apa yang dia jual gitu loh.”

Penulis: “Oke Mungkin kalau aku boleh nih kasih misalnya tadi ada logo, ada warna dan juga ada *font* ya. Kira-kira yang mana nih di pilihan kakak yang bisa ngebantu *branding* *Henry’s Kitchen* ini biar lebih mudah diingat orang lain?”

Narasumber 3: “Mungkin dari logo itu sendiri ada yang namanya kan tipografi ya Apalagi kayak dari tipografi itu kita membantu kita untuk membaca lebih jelas Karena menurut aku tulisan itu bisa menggambarkan sesuatu objek yang dijualnya”

Penulis: “Terus nih menurut Kakanya, kalau misalnya suatu *brand* penyebutannya tuh dibuat lebih mudah kayak contohnya ada ke FC terus mungkin MCD atau AW nah kira-kira kalau misalnya restoran *Henry’s Kitchen* ini dibuat seperti itu *branding*nya lebih mudah untuk diingat orang lain tidak?”

Narasumber 3: “Menurut aku sebenarnya setuju. Cuma kebetulan untuk *Henry’s Kitchen* ini kan cuma dua kata ya. Jadi menurut aku udah cukup untuk mudah diingat juga. Atau mungkin tidak sesuatu yang untuk sulit disebutkan. Seperti itu sih.”

Penulis: “Apakah kakaknya pernah mengalami kebingungan untuk mengunjungi suatu restoran gitu atau mungkin karena punya *branding* yang sama antar



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

restoran lain atau mungkin punya kemiripan nama yang sama sehingga kakak bingung nih ah gue pengen menuju restoran ini sebenarnya tapi kok salah yang dituju gitu restorannya?”

Narasumber 3: “Pernah sih karena kayak jujur disini kan banyak banget ya pilihan makanannya ya kadang suka bingung mau makan apa nih belum lagi kadang ada yang sama A sama B tuh yang mungkin sama yang dijualnya sama cuma kadang mungkin kita ragu enakan yang mana lebih worth it yang mana gitu”

Penulis: “Terus nih bagaimana cara Hanry’s kitchen bisa lebih mudah dikenali mungkin dibandingkan kompetitornya kalau aku boleh ngasih tau. *Henry’s Kitchen* ini punya kompetitor. Yang dimana namanya hampir mirip. Yang ini pake Y, kompetitornya pake I. Sama-sama *Henry’s Kitchen*. Nah, dari segi itu yang ngebuat mungkin bisa apa ya, menjadi pembeda. Kira-kira menurut kakak mungkin yang diubah logonya. atau mungkin warnanya atau mungkin bisa *Henry’s Kitchen* menambahkan tagline?”

Narasumber 3: “Mungkin bener tadi seperti yang Kakar sebelumnya juga bisa dari tagline-nya juga mungkin dipertegas, diperkuat kebetulan mungkin juga bisa manfaatin mungkin dari Google review seperti itu karena orang-orang kan gak bisa dipungkirin pasti mereka cari tahu juga ya sebelum mereka menuju ke suatu tempat kalau emang dari review itu bagus pasti itu akan menjadi meyakinkan seseorang untuk datang juga gitu”

Penulis: “Oke, jika *Henry’s Kitchen* ini dibuatkan *branding* baru, yaitu homie dan juga elegan, apakah cocok konsep tersebut untuk menggambarkan *Henry’s Kitchen*?”

Narasumber 3: “Mungkin kebetulan menurut aku ya karena ini restoran untuk makan mungkin yang harus diperkuat tagline dari makanan itu sendiri gitu lah dari daya jual dari makanan itu sendiri sih”

Penulis: “Jika mengubah suatu elemen visual nih elemen visual ada logo Ada super grafis-super grafis itu yang bisa kita lihat mungkin ilustrasi-ilustrasi pada desain sosial medianya. Nah, jika disuruh milih salah satu dari elemen desain, kira-kira apa menurut kakak yang perlu diganti dari salah satu elemen desain itu?”



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

Narasumber 3: “Mungkin kalau aku kalau aku mungkin lihat dari desain itu sendiri kan ini terlalu basic ya jadi mungkin bisa ditambahkan ada ornamen-ornamen yang menggambarkan restoran atau makanan misalnya kayak daging *steak* atau mungkin sendok mungkin atau semacam jadi orang tahu bahwa itu restoran gitu”

Penulis: “Terus kalau kakaknya ngeliat dari warnanya nih, warna *Henry’s Kitchen* kan ini hijau. Atau mungkin pemilihan *font*nya nih yang ada di menu. Apakah ini cukup menggambarkan konsep dari *Henry’s Kitchen*?”

Narasumber 3: “Kalau sepengetahuan aku karena warna hijau tuh sebenarnya menarik ya dan aku pernah baca juga kalau warna hijau tuh bisa menjadikan daya tarik yang mana orang tuh jadi mau melihat itu jadi adem gitu loh dan sesuai dengan konsepnya juga dimana juga jual salad atau mungkin dari *font*nya sendiri juga menggambarkan konsep dari restoran itu yang elegan homie dan lain semacamnya dan looks expensive sih jadi oke aja menurut aku”

Penulis: “Terus dibandingkan dengan restoran lainnya Mungkin konsepnya serupa dengan *Henry’s Kitchen* Menjual *steak* Atau mungkin berjualan di restoran ala rumahan gitu Kira-kira *Henry’s Kitchen* ini Udah terlihat menarik belum? Atau mungkin ada yang kurang menonjol dari *Henry’s Kitchen*?”

Narasumber 3: “Mungkin udah, mungkin bisa kalau saran aku bisa ditambahkan di depan, lebih dipertegas ini tuh restoran seperti apa, atau mungkin memasang banner, jadi itu orang tahu ketika lewat. Karena kan kita juga bisa mendapatkan minat pendatang, pengunjung dari situ juga.”

Penulis: “Terus menurut kakaknya, adakah sepenglihatan kakak, restoran, atau mungkin... Intinya yang bergelut di dunia kuliner gitu. Yang memiliki *branding* yang sangat kuat. Nah kira-kira menurut kakak itu apa? Restoran apa? Yang punya *branding* yang sangat kuat gitu

Narasumber 3: “Kalau aku ada satu bakery dari Perancis. Itu Leisure. Dari namanya sendiri pun juga udah menggambarkan. Konsepnya itu adalah bakery atau yang pastry yang menjual dari Paris itu sendiri. Jadi orang udah menarik dan penasaran gitu.”



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

Penulis: “Jika Kakaknya nih Ada kesempatan Mengubah Salah satu Elemen visualnya Mungkin itu dari logonya Atau mungkin dari kemasan Atau mungkin itu bisa jadi dari menu nya Kira-kira Apa yang dipertahankan dari itu semua?”

Narasumber 3: “Kalau menurut aku sih Namanya ya, kalau sampai diganti pasti membuat kebingungan pelanggannya yang udah pernah kesini, apakah ini masih yang dulu atau buka”

Penulis: “Oke kak terimakasih atas kesempatan waktunya”

Narasumber 3: “Baik,sama-sama”

Narasumber 4: April

Umur: 25

Pekerjaan: Pegawai BUMN

Penulis: “Semalat malam kak, aku boleh minta waktunya sebentar ya?”

Narasumber 4: “Iya boleh banget”

Penulis: “Seberapa sering sih kakaknya mengunjungi restoran dalam seminggu?”

Narasumber 4: “Aku biasanya sih seminggu, kadang dua kali, kadang sekali, dan itu biasanya pagi kalau nggak malam, eh sorry, siang kalau nggak malam, karena kalau siang itu kan jam makan kantor ya, terus kalau malam biasanya tuh malam minggu gitu.”

Penulis: “Terus, misalnya nih, mengunjungi sebuah restoran, terlepas dari makanan yang enak, biasanya yang menjadi ketertarikan kakaknya buat mengunjungi suatu restoran itu apa? Atau mungkin misalnya dari interior, atau harga, atau mungkin faktor yang lain.”

Narasumber 4: “Yang pertama sih pasti harga ya karena kan kita nyarinya yang murah tapi enak gitu yang bener-bener bisa dinikmati dan gak begitu mahal terus suasana disini juga di *Henry's Kitchen* ini juga menurut aku lumayan nyaman karena dia homie banget jualannya di teras rumah gitu jadi itu bisa jadi daya Tarik”

Penulis: “Misalnya pertama kali kakaknya datang ke *Henry's Kitchen* apa yang menjadi poin pertama buat kakak tertarik dengan Harris Kitchen?”

Narasumber 4: “Yang pertama karena penasaran, ini kan aku lihat tuh katanya ini tuh yang masak tuh chef internasional ya, jadi aku penasaran, terus pas kesini



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

ternyata bener enak banget rasanya, terus juga tempatnya nyaman banget, harganya juga terbilang affordable ya.”

Penulis: “Terus nih, menurut kakaknya, kita ngomongin visual desainnya. Yang dimana *Henry’s Kitchen* ini udah ada logo. Terus mulai misalnya dari desain menu atau media promosinya lah. Kayak contohnya di sosial medianya. Kira-kira yang udah ditampilin sama *Henry’s Kitchen* ini, mulai dari logonya, desainnya, itu udah mencerminkan si *Henry’s Kitchen* ini belum?”

Narasumber 4: “Kalau untuk dari logo mungkin kalau untuk dari logo mungkin terlalu panjang ya cuman karena saya tahu ini Henry's itu dari nama chefnya jadi oke gitu nama si kitchennya juga masuk sih jadi mungkin orang-orang manggilnya HK gitu ya lebih singkatnya cuman kalau untuk kayak Henry's kitchennya itu emang agak susah karena orang kebanyakan salah manggil Henry atau Henry's atau kayak agak susah disitunya aja sih mungkin ya”

Penulis: “Nah, kakak bisa ngasih tiga kata nggak nih buat *Henry’s Kitchen*?”

Narasumber 4: “Tiga kata ya, yang pertama sih udah pasti nyaman ya Karena kalau makan tuh pasti nyaman gitu Terus juga *Henry’s Kitchen* ini karena jualannya di teras Jadi karena rumahnya juga desainnya klasik Jadi nyambung gitu sama si konsep *Henry’s Kitchen* ini Terus juga *homey* banget Jadi kita yang makan tuh kayak ngerasa lagi makan di depan rumah sendiri gitu Nggak berasa di restoran gitu”

Penulis: “Terus nih, melihat restoran misalnya belum mengetahui namanya. Tapi jika kakaknya melihat tampilan restoran tanpa mengetahui namanya, apakah menurut kakak *Henry’s Kitchen* ini udah terlihat menarik? Sebelum tahu nama *Henry’s Kitchen* ini.”

Narasumber 4: “Oh kalau misalnya gak ada nama *Henry’s Kitchen*-nya gitu, aku tau atau gak ini *Henry’s Kitchen*. Kalau kayaknya enggak ya, karena ini kayak di depan rumah, jadi kita bingung, takutnya salah itu rumah orang gitu. Tiba-tiba kita masukin, kalau gak ada logonya kita gak tau sih gitu.”

Penulis: “Kita ngomongin identitas visual nih identitas visual itu kan ada logo terus mungkin yang bisa disebut super grafis itu ada ilustrasi mungkin ilustrasinya dipasang di menu atau mungkin di sosial media nah kakak dengan identitas visual



© 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

seperti itu tuh mempengaruhi keputusan kakak untuk membeli gak dari mungkin segi logonya?”

Narasumber 4: “Kalau untuk logo sih ini ya mungkin lebih ke iklannya gitu kayak endorsement dari siapa gitu terus juga visual promo itu sih yang aku kayak kadang ada promo apa nih di *Henry's Kitchen* terus kayak kemarin promo Ramadan terus langsung kesini langsung cobain itu kan karena lumayan ya gratis *pizza* juga jadi langsung buru-buru kesini gitu”

Penulis: “Ya, kira-kira nih dari elemen visual tadi, ada logo, ada ya desain menu atau yang lainnya, mungkin desain packaging, itu berpengaruh nggak sih menurut kakaknya buat jadi ketertarikan kakak membeli *Henry's Kitchen*?”

Narasumber 4: “Kalau untuk logo sih menurut aku... Udah bagus ya... Karena dari segi warna sama namanya juga *Henry's Kitchen* udah termasuk nama si ownernya kalau untuk buku menunya juga saya lihat udah jelas disitu ada keterangan ada foto ada harga jadi gak masalah gitu. Visualnya juga bagus. Tapi kalau untuk packaging. Memang kadang aku kayak. Ngerasa ini kok packagingnya polos banget. Cuman ditempelin sticker aja gitu. Jadi kayak. Kurang gimana gitu. Kalau kita mau. Ngasih hampers. Atau ngasih ke temen yang lagi di rumah sakit gitu. Ngririm-ngirim makanan dari *Henry's Kitchen*. Karena. Packagingnya. Sorry ya. B aja gitu. Maksudnya cuman ditempel sticker doang. Jadi kadang kayak. Kurang ini aja sih. Estetik gitu.”

Penulis: “Terus menurut kakaknya kalau misalnya ada *brand* dengan penyebutan yang lebih mudah kita kasih contoh KFC MCD kalau diterapkan di *Henry's Kitchen* apakah ini memudahkan customer untuk mengingat *Henry's Kitchen*?”

Narasumber 4: “Kalau menurut aku sih karena, kalau aku sendiri nggak keberatan ya namanya *Henry's Kitchen*, cuman mungkin untuk kayak orang tua aku atau siapa gitu yang kesulitan baca Henry's gitu, mungkin mereka lebih ke HK. Setuju sih kalau untuk dibikin kayak singkatan kayak KFC gitu”

Penulis: “Pernah gak kakak ngalamin kebingungan mengenali suatu restoran misalnya ada dua restoran mungkin punya karakter yang hampir sama kakak salah untuk menuju ke restoran yang kakak inginkan kira-kira punya pengalaman itu gak?”



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

Narasumber 4: “Kalau sepengalaman saya sih gak pernah ya karena saya selalu cek di instagramnya itu kan disitu ada tertera apa namanya google mapsnya jadi udah pasti kalau tujuannya ke sini udah pasti langsung buka social medianya dan google mapsnya gitu”

Penulis: “Terus menurut kakak nih bagaimana cara *Henry's Kitchen* bisa lebih mudah dikenali dibandingkan kompetitornya kalau boleh saya cerita kompetitor *Henry's Kitchen* ini Punya nama yang hampir mirip Yang dimana *Henry's Kitchen* itu cuma menggunakan huruf Y Sedangkan kompetitornya itu menggunakan huruf I Nah kira-kira menurut kakak Apa yang mungkin bisa dikembangkan Biar jadi lebih mudah diingat Lebih mudah dibedakan Mungkin dari sisi logonya Atau mungkin warna Atau mungkin *Henry's Kitchen* bisa menambahkan taglinenya?”

Narasumber 4: “Kalau untuk logo sih *Henry's Kitchen* sebenarnya gampang dikenal ya sama customer apalagi yang sering kesini tapi kalau untuk ada kompetitor yang mirip-mirip tapi kalau restorannya beda sih menurut aku gak apa-apa tapi kalau Dilihat-lihat emang agak sedikit monoton kali ya logonya *Henry's Kitchen*. Karena warnanya hijau dan putih sama tulisan aja gitu. Mungkin bisa ditambahin ornamen atau kayak visual dari entah makanannya, entah sticknya, atau si *pizzanya* itu juga ikonik kan disini”.

Penulis: “Nah jika bisa mengubah satu elemen desain kayak tadi yang disebutin ada logo atau mungkin desain menunya kira-kira apa yang menurut kakak apa yang diubah gitu dari *Henry's Kitchen* ada gak?”

Narasumber 4: “Ya paling dari si Henrysnya itu ya karena ada yang sama mungkin ya jadi si Henrysnya itu bisa di entah diambil H-nya aja atau tengahnya aja gitu maksudnya dibikin kayak dia kan agak M-nya tapi Iconic gitu loh mungkin kayak gitu ya.”

Penulis: “Terus menurut kakak apakah warna terus tipografi terus logo juga Henry's Kitchen ini udah sesuai gitu dengan konsep restorannya. Menurut kakak, iya nggak? Kayak kalau misalnya tipografi bisa dilihat dari desain menunya, atau mungkin pemasaran lewat sosial medianya, ataupun logonya. Logonya sendiri kan menggunakan tipografi kan? Nah itu udah menggambar konsep dari restaurant Harry's Kitchen belum?”



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

Narasumber 4: “Saya sambil lihat Instagramnya dulu ya Karena kan saya kesini tuh Pertama dari Instagram ya Karena ada yang endorse gitu Kalau yang saya lihat dari Instagramnya sih *Henry’s Kitchen* ini Mungkin kurang konsepnya aja kali ya Kalau untuk fitsnya gitu Kalau logo sih menurut saya udah oke, udah pas. Mungkin tadi tinggal ditambahin entah logo si menunya atau gimana. Menu di resto juga visualnya bagus menurut saya. Nyambung gitu sama konsepnya. Cuma mungkin di Instagramnya aja sih kurang terkonsep gitu maksudnya. Dari feedsnya, postingannya gitu. Masih beda-beda temanya gitu.”

Penulis:” Nah, terus menurut kakak, ada nggak restoran yang memiliki *branding* yang sangat kuat di pandangan kakak?”

Narasumber 4: “Kalo aku sih seneng ngeliatin Instagramnya Giyukaku ya kak Karena dia konsepnya tuh Dari atas sampe bawah tuh Terkonsep gitu Terus juga postingannya rapi Terus fotonya juga rapi Promo-promo setiap Yang dia bikin tuh juga Nyampe ke customer gitu Maksudnya kita yang liatnya juga jadi Oh ada promo ini nih mau nih gitu Gitu aja sih kak”

Penulis: “Yang terahir kak, jika *Henry’s Kitchen* mengubah *branding*nya, kira-kira apa yang perlu dipertahankan?”

Narasumber 4: “Karna menurut aku si buku menunya udah jelas, jadi buku menunya aja sih yang enggak perlu diapa-apain lagi”

Penulis: “Oke makasih banyak kak kalo gitu atas waktunya”

Narasumber 4: “Iya sama-sama”

Narasumber 5: Nayla

Umur: 19

Pekerjaan: Karyawan *Henry’s Kitchen*

Penulis: “Halo kak, aku minta waktunya sebentar boleh ya?”

Narasumber 5: “Boleh Kak”

Penulis: “Mau nanya dong kak, kakak biasanya seberapa sering dalam seminggu mengunjungi sebuah restoran gitu?”

Narasumber 5: “Satu atau dua kali sih”

Penulis: “Biasanya pagi, siang, sore, atau malam?”



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

Narasumber 5: “Paling sering sih malam ya, soalnya kan saya kerja. Tapi kalau misalnya weekend biasanya siang atau nggak sore atau nggak malam.”

Penulis: “Oke, terus biasanya nih dalam suatu restoran yang jadi pilihan kakak mengunjungi restorannya itu Selain makanannya ya apakah mungkin dari suasana, harganya, desain interiornya atau desain visualnya gitu?”

Narasumber 5: “Yang pertama yang aku lihat sih dari suasana tempatnya Yang kedua dari harganya Kalau tempat dan suasananya worth it buat aku Ya aku pilih sih itu sih”

Penulis: “Kesan pertama kakak nih mungkin kakak pertama kali datang atau mendaftar di Harris Kitchen ini dan mungkin pandangan kakak deh terhadap Harris Kitchen yang sekarang ya hmm Apakah ada sesuatu hal yang membuat kakak tertarik dengan Harris Kitchen gitu?”

Narasumber 5: “Yang membuat saya tertarik adalah pas saya lihat... Menunya itu juga ala Italian gitu ya, dan dia menyajikan tempatnya itu di teras rumah yang kelihatannya bener-bener sangat *homey* banget sih. Dan membuat saya tertarik untuk kerja di sini, gitu.”

Penulis: “Menurut kakaknya nih dengan tampilan visual yang udah dipasarkan oleh *Henry's Kitchen*. Mulai dari logonya atau desain promosinya. Apakah menurut kakak sebagai karyawan itu sudah menggambarkan suasana dari *Henry's Kitchen*?”

Narasumber 5: “Kalau yang saya lihat sih sudah ya. Cuma lebih ditonjolkan di logonya aja sih Karena kan itu cuma sekedar tulisan aja ya *Henry's Kitchen* Gak ada icon-icon tambahan Kalau misalnya ditambah icon sendok atau garpu Mungkin itu lebih kelihatan lebih keren kali ya Lebih kelihatan nih kalau ini emang restoran gitu”

Penulis: “Boleh dong Kak kasih tiga kata nih yang menurut kakaknya Bisa menggambarkan *Henry's Kitchen* Berdasarkan tampilan visualnya ya?”

Narasumber 5: “Homie Vintage Sama nyaman banget sih”

Penulis: “Jika kakaknya melihat tampilan suatu restoran Tanpa mengetahui namanya nih Apakah *Henry's Kitchen* ini sudah terlihat menarik di mata kakak?”

Narasumber 5: “Dari warna atau logonya sebenarnya sudah ya cuma yang tadi saya bilang aja logonya tinggal ditambahin icon-icon aja gitu”



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

Penulis: “Identitas visual itu kalau boleh saya kasih tahu kayak logo atau ornamen desainnya itu mempengaruhi keputusan konsumen gak kira-kira untuk tertarik dengan *Henry’s Kitchen*?”

Narasumber 5: “Jelas, karena saya sendiri pun kalau mau cari tempat makan itu saya selalu lihat dari Foto menunya, makanannya, kalau saya lihat tertarik saya akan datang ke sana gitu, tapi balik lagi sih ke yang tadi. Sebenarnya tuh Hanry’s kitchen tuh udah keliatan di mata saya sih udah bagus sih ya. Cuma tinggal ditambahin icon-icon aja sama tulisannya yang kitchennya itu bisa dirubah biar keliatan lebih jelas. Untuk biasanya orang tua yang udah berumur itu biasanya suka gak kebaca tulisan kitchennya karena terlalu kecil atau terlalu nyambung jadi susah dibaca.”

Penulis: “Menurut kakak, dari segi *branding*an, sebuah restoran agar terlihat lebih berkesan atau mudah diingat, Apakah warna, terus *font*, atau mungkin logo itu membantu?”

Narasumber 5: “Kalau untuk pribadi saya sendiri enggak ya, karena saya juga udah terbiasa ngeliat ikonik dari si Hanry’s Kitchen-nya ini”

Penulis: “Terus menurut kakak dalam penyebutan *brand* yang lebih mudah kayak saya kasih contoh kayak MCD ataupun AW, itu memudahkan enggak untuk konsumen mengingat sebuah nama restoran?”

Narasumber 5: “Kalau untuk saya sih iya ya, apalagi orang tua saya gitu. Kadang beliau suka ngasih tau nih ada restoran enak tapi namanya panjang itu beliau lupa. Tapi kan kalau misalnya kayak McDonald disingkat MCD tuh orang jadi cepet inget ya. Maksudnya nggak mungkin lupa karena tuh dia singkat tapi jelas MCD. Orang-orang juga kalau kita ngomong MCD juga orang-orang langsung tau gitu loh.”

Penulis: “Apakah kakaknya pernah mengalami kebingungan saat ingin menuju suatu restoran? Karena mungkin ada restoran yang memiliki nama serupa gitu”.

Narasumber 5: “Enggak sih”

Penulis: “Aku mungkin pengen nanya sih kak kira-kira nih ada gak customer mungkin bertanya atau mungkin banyak gitu bertanya apakah ini Hanry’s Kitchen di alamat ini karena berdasarkan yang saya cari datanya bahwasannya kompetitor Hanry’s Kitchen ini memiliki nama yang hampir serupa gitu Adakah kendala para



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

konsumen untuk mengenali Hanry's Kitchen gitu? Karena adanya kompetitor dengan nama yang sama.”

Narasumber 5: Iya, sempat ada perkira dua atau tiga orang yang lainnya kayak gitu. Sebenarnya saya awalnya nggak tahu ya, karena kan saya baru kerja di sini juga gitu.

Penulis: “Kira-kira untuk membedakan dengan kompetitor lain apa yang perlu diperkuat dari Hanry’s Kitchen atau mungkin logonya yang lebih diperkuat untuk menggambarkan karakter dari Hanry’s Kitchen atau mungkin warnanya ataupun mungkin Hanry’s Kitchen membutuhkan tagline gitu?”

Narasumber 5: Kalau dari saya sih mungkin di logonya aja sih ya. Tinggal dikasih ornament, icon atau apapun itulah saya kurang paham. Yang bisa ngasih tau ke orang-orang kalau yang punya Hanry’s kitchen sama Handri’s kitchen tuh beda gitu.”

Penulis: “Jika kakaknya mengubah satu elemen dari Harris Kitchen, kayak tadi aku bilang ada logo, ada mungkin desain menunya, atau mungkin desain packaging, atau ilustrasi-ilustrasi yang ditampilkan melalui sosial medianya, apa kira-kira menurut kakak yang perlu diubah dari Harris Kitchen?”

Narasumber 5: “Kalau yang untuk perlu diubahnya sih di logonya sih karena untuk di menunya itu udah lengkap banget ya untuk ada fotonya jenis menunya keterangannya gitu”

Penulis: “Menurut kakak, warna, terus tipografi-tipografi, tulisan-tulisannya yang mungkin di menu atau di sosial medianya. Atau mungkin logo Harris Kitchen ini sudah sesuai gak dengan konsep restorannya?”

Narasumber 5: “Sebenarnya sudah ya, dengan ada kata kitchennya aja orang-orang juga pasti udah tau ini restoran gitu. Tapi kurang... keliatan luxury aja sih terlalu basic dengan kata *Henry’s Kitchen* nya doang”

Penulis: “Dibandingkan dengan restoran lain dengan konsep yang serupa apakah desain visual *Henry’s Kitchen* ini terasa lebih menarik dengan restoran lain atau mungkin ada yang kurang menonjol dari *Henry’s Kitchen*?”

Narasumber 5: “Kurang menonjolnya kayaknya lebih diseringin banyak iklannya aja sih biar orang-orang tuh lebih tau kalau adanya *Henry’s Kitchen* gitu”

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

Penulis: “Menurut kakak nih adakah suatu restoran yang memiliki *branding* yang kuat gitu?”

Narasumber 5: “MCD sih kira-kira”

Penulis: “Apakah yang dapat dipelajari? Yang nantinya bisa di aplikasikan ke *Henry’s Kitchen*. Melalui yang kakak bilang ini MCD punya *branding* yang kuat.”

Narasumber 5: .” Itu pertama dari logonya ya yang simple. Uruf M aja orang-orang tuh udah pada tau gitu. Kedua dari warnanya. Warna kuning sama merah tuh udah melambangkan MCD banget.”

Penulis: “Jika *Henry’s Kitchen* mengubah *branding*nya, apa yang kira-kira tidak perlu diubah?”

Narasumber 5: “Desain menunya sih, karna dia udah detail banget”

Penulis: “Oke makasih ya ka katas waktunya”

Narasumber 5: “Sama-sama”





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN 3 DOKUMENTASI TESTING

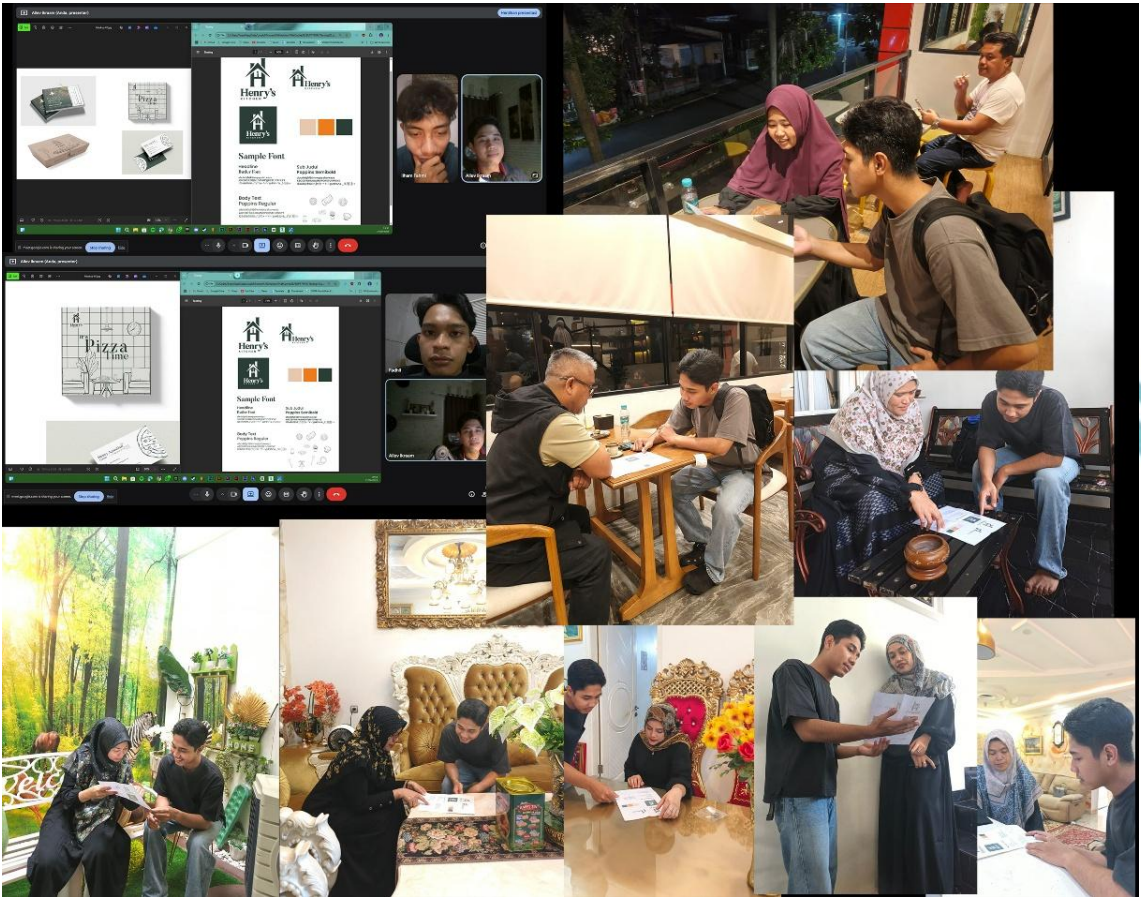
Hak Cipta :

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





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 4 TURNITIN



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102522537

● 8% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 7% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

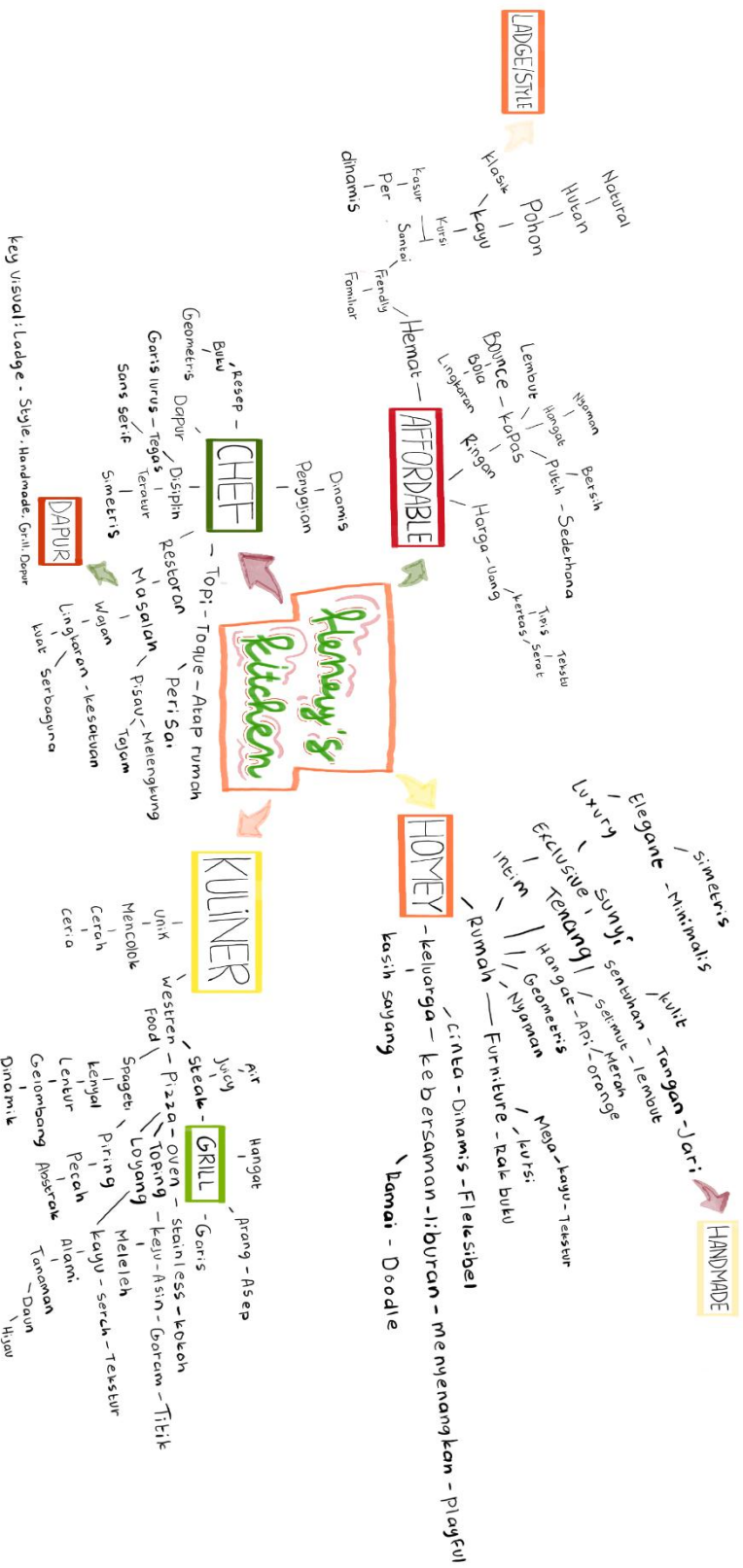
TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	docplayer.info Internet	<1%
2	publication.petra.ac.id Internet	<1%
3	jurnal.umj.ac.id Internet	<1%
4	journal.unhas.ac.id Internet	<1%

JAKARTA

LAMPIRAN 5 MINDMAPPING



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

LAMPIRAN 6 DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PERIBADI

1. Nama Lengkap : Muhammad Aliev Ikraam
2. Tempat, Tanggal Lahir : Tabalong, 21 November 2002
3. Alamat : Villa Bogor Indah
5 Block CD17/3
Cluster Rajawali
Kab. Bogor
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Agama : Islam
6. Telepon : 085717576736
7. Email : ikraamaliev@gmail.com
8. Setatus : Mahasiswa



RIWAYAT PENDIDIKAN

1. (2021-Sekarang) Politeknik Negeri Jakarta
Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan