



© 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 ULANG IDENTITAS VISUAL CV DUCT AIR COOL UNTUK MEREPRESENTASIKAN NILAI PERUSAHAAN



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

Oleh:
MOHAMMAD ABIB MAULANA
2106421057

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA DAN 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 Ulang Identitas Visual CV Duct Air
Cool untuk Merepresentasikan Nilai Perusahaan
Penulis : Mohammad Abib Maulana
Jurusan : Teknik Grafika dan Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 4 Juli 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si
NIP. 197209021995122001

Fani Nur Jannah, S.T., M.Si.
NIP. 199106232022032014



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 ULANG IDENTITAS VISUAL CV DUCT AIR COOL UNTUK MEREPRESENTASIKAN NILAI PERUSAHAAN

Oleh:

MOHAMMAD ABIB MAULANA
2106421057

Disahkan:
Depok, 15 Juli 2025

Penguji I

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

Penguji II

Deli Silvia, S.Si., M.Sc.
NIP. 198408192019032012

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 Ulang Identitas Visual CV Duct Air Cool
untuk Merepresentasikan Nilai Perusahaan**

adalah hasil karya saya.

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

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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAK**



Depok, 4 Juli 2025
Yang menyatakan,

Mohammad Abib Maulana
2106421057



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

ABSTRAK

Banyak perusahaan dalam industri konstruksi yang masih kurang memperhatikan pemanfaatan identitas visual, sehingga kesulitan membedakan diri dari kompetitor dan membangun reputasi yang kokoh di mata klien. Sebagai akibatnya, identitas visual yang diciptakan sering kali tidak dapat memperkuat pengenalan merek dan tidak berhasil menciptakan perbedaan yang berarti di pasar yang kompetitif. Komponen desain perlu dengan jelas menyampaikan karakter serta prinsip perusahaan, menciptakan ikatan yang kuat antara identitas visual dan inti esensi merek. Demikian pula dengan CV Duct Air Cool, sebuah perusahaan yang bergerak di sektor *Heating, Ventilation, and Air Conditioning* (HVAC), menyadari pentingnya penerapan identitas visual yang mewakili bagi konsumen sebagai langkah awal dalam pertumbuhan perusahaan, karena identitas visual yang ada saat ini tidak dapat mencerminkan nilai-nilai perusahaan, sehingga menyebabkan kebingungan dari sisi mitra klien yang berasumsi bahwa logo tersebut adalah lambang dari sebuah masjid setempat, serta banyak kritik dan saran dari mitra klien untuk merubah identitas visual saat ini agar lebih sesuai dengan bidang usaha perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan identitas visual yang mencerminkan nilai perusahaan cepat dan profesional. Metode penelitian yang diaplikasikan adalah gabungan kualitatif dan kuantitatif (*mixed-method*) yang datanya diperoleh melalui wawancara, observasi, survei, dan studi pustaka dengan menerapkan pendekatan *design thinking*. Hasil penelitian ini berupa desain logo yang mencerminkan profesionalisme dan kecepatan sebagai identitas visual perusahaan saluran udara yang dapat menciptakan koneksi emosional antara perusahaan dan pelanggan.

Kata kunci: *branding*, identitas visual, saluran udara

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

Many companies in the construction industry still pay little attention to the utilization of visual identity, making it difficult to differentiate themselves from competitors and build a solid reputation in the eyes of clients. As a result, the visual identity created is often unable to strengthen brand recognition and fails to create meaningful differences in a competitive market. The design component needs to clearly convey the character and principles of the company, creating a strong bond between the visual identity and the core essence of the brand. Similarly, CV Duct Air Cool, a company engaged in the Heating, Ventilation, and Air Conditioning (HVAC) sector, realized the importance of implementing a representative visual identity for consumers as a first step in the company's growth, because the current visual identity could not reflect the company's values, causing confusion from the client partners side who assumed that the logo was the symbol of a local mosque, as well as many criticisms and suggestions from client partners to change the current visual identity to be more in line with the company's business field. This research aims to create a visual identity that reflects the company's values quickly and professionally. The research method applied is a combination of qualitative and quantitative (mixed-method) whose data is obtained through interviews, observations, surveys, and literature studies by applying a design thinking approach. The result of this research is a logo design that reflects professionalism and speed as the visual identity of an airline company that can create an emotional connection between the company and customers.

Keywords: air duct, branding, 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 dan Syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat dan kasih karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual CV Duct Air Cool untuk Merepresentasikan Nilai Perusahaan”. Tujuan dari penyusunan laporan ini sesuai dengan kewajiban mahasiswa semester 8 pada Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan program studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta untuk memenuhi kebutuhan sebagai syarat kelulusan Program Sarjana Terapan Desain Grafis. Penyusunan laporan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini praktikan menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis
4. Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Materi
5. Fani Nur Jannah, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Teknis
6. Sayid Abdullah sebagai pemilik dari perusahaan CV Duct Air Cool yang telah mempercayai saya untuk menjalankan proyek kerja sama sebagai klien.
7. Keluarga dan teman-teman yang selalu memberikan semangat positif kepada saya selama proses perkuliahan dan pengerjaan tugas akhir.

Saya menyadari bahwa penulisan laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Namun saya berharap laporan yang saya tulis ini dapat memberikan manfaat besar bagi pembaca dan dalam penerapannya di masyarakat. Oleh karena itu, saya memohon segala kritik dan saran demi menciptakan hasil lebih baik.

Depok, 4 Juli 2025


Mohammad Abib Maulana



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

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 <i>Branding</i>	7
2.1.1 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	7
2.2 Identitas Visual.....	8
2.2.1 Logo.....	8
2.2.2 Warna.....	11
2.2.3 Tipografi.....	17
2.2.4 Supergrafis.....	20
2.3 Prinsip Desain Grafis.....	20



Hak Cipta :

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

2.4 <i>Graphic Standard Manual</i>	23
2.5 <i>Design Thinking</i>	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Metode Riset Desain.....	26
3.2 Data dan Analisis.....	29
3.2.1 Profil Klien.....	29
3.2.2 <i>Product Knowledge</i>	30
3.2.3 Target Pasar dan Positioning.....	30
3.2.4 Kompetitor.....	31
3.2.5 <i>Consumer Insight</i>	33
3.2.6 Analisis SWOT.....	34
3.3 Arahkan Kreatif.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Konsep Visual.....	39
4.2 <i>Ideate</i>	39
4.2.1 <i>Mind Map</i>	39
4.2.2 <i>Moodboard</i>	41
4.2.3 Sketsa Manual.....	41
4.2.4 Eksplorasi Warna.....	44
4.2.5 Eksplorasi Tipografi.....	45
4.2.6 Desain Komprehensif.....	47
4.3 Prototype.....	50
4.3.1 Desain Komprehensif Terpilih.....	50
4.3.2 <i>Graphic Standard Manual</i>	51
4.3.3 <i>Testing</i>	57
4.3.3.1 Uji Kesamaan Logo.....	58
4.3.3.2 Pengujian Kepada Klien dan Konsumen.....	58



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

4.4 Media Pendukung.....	59
4.4.1 <i>Graphic Standard Manual</i>	59
4.4.2 Kartu Nama.....	60
4.4.3 Lanyard.....	60
4.4.4 <i>ID Card</i>	61
4.4.5 <i>Wearpack</i>	62
4.4.6 Poster.....	62
4.5 Pertimbangan Produksi.....	63
4.6 <i>Final Artwork</i>	64
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	75

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo CV Duct Air Cool.....	2
Gambar 2.1 Contoh Logo Berjenis <i>Wordmarks</i>	9
Gambar 2.2 Contoh Logo Berjenis <i>Lettermarks</i>	9
Gambar 2.3 Contoh Logo Berjenis <i>Pictorial Marks</i>	9
Gambar 2.4 Contoh Logo Berjenis <i>Abstract Marks</i>	10
Gambar 2.5 Contoh Logo Berjenis <i>Mascots</i>	10
Gambar 2.6 Contoh Logo Berjenis <i>Emblems</i>	10
Gambar 2.7 Contoh Logo Berjenis <i>Combination Marks</i>	11
Gambar 2.8 Warna RGB.....	12
Gambar 2.9 Warna CMYK.....	12
Gambar 2.10 Skema Warna Monokromatik.....	13
Gambar 2.11 Skema Warna Analogus.....	13
Gambar 2.12 Skema Warna Komplementer.....	14
Gambar 2.13 Skema Warna Triadik.....	14
Gambar 2.14 Skema Warna Split Komplementer.....	15
Gambar 2.15 Skema Warna Tetradik.....	15
Gambar 2.16 Logo Menggunakan <i>Font Serif</i>	18
Gambar 2.17 Logo Menggunakan <i>Font Sans Serif</i>	18
Gambar 2.18 Logo Menggunakan <i>Font Script</i>	19
Gambar 2.19 Logo Menggunakan <i>Font Display/Decorative</i>	19
Gambar 2.20 Supergrafis 75 Tahun Kemerdekaan Indonesia.....	20
Gambar 2.21 Contoh Komposisi pada Logo.....	21
Gambar 2.22 Contoh Keseimbangan pada Logo.....	21
Gambar 2.23 Contoh Irama pada Logo.....	22
Gambar 2.24 Contoh Proporsi pada Logo.....	22



© 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 2.25 Contoh Kesatuan pada Logo.....	23
Gambar 2.26 Contoh Graphic Standard Manual.....	24
Gambar 3.1 Foto Observasi di Lapangan.....	27
Gambar 3.2 Logo CV Duct Air Cool.....	29
Gambar 3.3 Produk CV Duct Air Cool.....	30
Gambar 3.4 Logo PT Ciptamitra Selaras.....	31
Gambar 3.5 Logo PT Permata Suksesindo Mandiri.....	32
Gambar 3.6 Logo CV Saut Jaya Environment.....	33
Gambar 4.1 <i>Mind Map</i>	40
Gambar 4.2 <i>Mood Board</i>	41
Gambar 4.3 Sketsa Kasar.....	42
Gambar 4.4 Sketsa Kasar Terpilih.....	42
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif 1.....	43
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif 2.....	43
Gambar 4.7 Sketsa Alternatif 3.....	43
Gambar 4.8 Sketsa Alternatif 4.....	44
Gambar 4.9 Alternatif Warna 1.....	44
Gambar 4.10 Alternatif Warna 2.....	45
Gambar 4.11 Alternatif Warna 3.....	45
Gambar 4.12 Alternatif Tipografi 1.....	46
Gambar 4.13 Alternatif Tipografi 2.....	46
Gambar 4.14 Alternatif Tipografi 3.....	46
Gambar 4.15 Alternatif Tipografi 4.....	47
Gambar 4.16 Desain Komprehensif 1.....	47
Gambar 4.17 Desain Komprehensif 2.....	48
Gambar 4.18 Desain Komprehensif 3.....	49



© 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 4.19 Desain Komprehensif 4.....	49
Gambar 4.20 Desain Komprehensif Terpilih.....	50
Gambar 4.21 Konsep Logo.....	51
Gambar 4.22 Warna <i>Brand</i>	52
Gambar 4.23 Tipografi <i>Brand</i>	53
Gambar 4.24 Ukuran Minimum Logo.....	53
Gambar 4.25 Logo <i>Clear Space</i>	54
Gambar 4.26 Kesalahan Penggunaan Logo.....	55
Gambar 4.27 Supergrafis CV Duct Air Cool.....	56
Gambar 4.28 Makna Supergrafis CV Duct Air Cool.....	56
Gambar 4.29 Uji Kesamaan Logo.....	57
Gambar 4.30 <i>Graphic Standard Manual</i>	59
Gambar 4.31 Kartu Nama.....	60
Gambar 4.32 Lanyard.....	60
Gambar 4.33 <i>ID Card</i>	61
Gambar 4.34 <i>Wearpack</i>	62
Gambar 4.35 Poster.....	62
Gambar 4.36 FAW Logo.....	64
Gambar 4.37 FAW Warna.....	65
Gambar 4.38 FAW Tipografi.....	65
Gambar 4.39 FAW Supergrafis.....	66
Gambar 4.40 FAW <i>Graphic Standard Manual</i>	66



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 2.1 Makna Warna.....	16
Tabel 3.1 Analisis Matriks SWOT CV Duct Air Cool.....	34
Tabel 3.2 Arahan Kreatif.....	36
Tabel 4.1 <i>Key Visual</i>	40





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Bimbingan Materi (Pembimbing 1).....	75
Lampiran 2: Lembar Bimbingan Teknis (Pembimbing 2).....	76
Lampiran 3: Transkrip Wawancara	76
Lampiran 4: Hasil Survey dengan Kuesioner.....	81
Lampiran 5: Pertanyaan Testing.....	86
Lampiran 6: Dokumentasi Testing.....	87
Lampiran 7: Hasil Cek Plagiarisme.....	88





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

Laporan yang dimuat oleh *Next Move Strategy Consulting* menunjukkan bahwa pasar sistem *Heating, Ventilation, and Air Conditioning* (HVAC) Indonesia bernilai sekitar USD 5,35 miliar pada tahun 2023 dan diproyeksikan mencapai USD 10,52 miliar pada tahun 2030, mengalami laju pertumbuhan tahunan majemuk atau *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 9,5% dari tahun 2024 hingga 2030. Dilansir dari laman duniatender.com ketatnya persaingan sektor HVAC di Indonesia ditandai dengan banyaknya perusahaan, baik dalam maupun luar negeri yang menyediakan produk dan layanan yang sebanding. Setiap perusahaan bertujuan untuk mendapatkan proyek, terutama melalui proses penawaran yang sangat kompetitif. Tingginya *volume* penawar menunjukkan bahwa bisnis perlu membuat proposal yang unik, kompetitif, dan inovatif untuk membedakan diri mereka sendiri.

Dalam menghadapi ketatnya sebuah persaingan, perusahaan sering kali menggunakan kemitraan dan aliansi strategis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif di seluruh dunia dan mencapai tujuan mereka (Rahman, 2024). Untuk membangun kemitraan yang kuat dan berjangka panjang membutuhkan komunikasi yang efektif antara perusahaan dan pelanggannya. Perusahaan yang mengkomunikasikan informasi yang jelas, relevan, dan tepat waktu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam ekonomi yang semakin kompetitif (Voorhees et al., 2017). Salah satu cara untuk melakukan hal tersebut adalah dengan melalui perancangan identitas visual sebagai pengantar nilai, misi, dan kepribadian merek kepada audiens yang dibentuk secara konsisten untuk dapat membangun identifikasi merek yang kuat serta komunikasi konsumen yang jelas dan persuasif (Foroudi et al., 2016). Identitas visual yang dibuat secara efektif juga dapat



© 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

menumbuhkan kepercayaan dan kredibilitas dengan konsumen, identitas visual juga mewakili profesionalisme dan ketergantungan, yang keduanya sangat penting untuk membangun hubungan baik dengan klien dan pemangku kepentingan (Foroudi et al., 2018). Identitas visual yang kuat meningkatkan pengenalan dan penguatan merek, sehingga memudahkan konsumen untuk mengidentifikasi dan mengingat merek tersebut. Penggunaan elemen visual yang konsisten seperti logo, warna, dan tipografi di semua *platform* memperkuat kehadiran dan kesadaran merek (Keller, 2016).

Meskipun identitas visual sangat penting untuk merepresentasikan nilai perusahaan, banyak perusahaan di sektor konstruksi yang belum memperhatikan penggunaan identitas visual mereka dengan baik, sehingga kesulitan untuk membedakan diri mereka dengan kompetitor dan membangun citra yang kuat di mata klien (Adynata, 2020). Identitas visual yang tidak konsisten dan tidak representatif adalah masalah yang sering terjadi di banyak perusahaan konstruksi, sehingga perlu didesain ulang untuk meningkatkan citra secara keseluruhan. (Lutan, K. & Djoko, C. 2020). Banyak bisnis yang membuat identitas visual hanya berdasarkan selera subjektif atau tren saat ini, tanpa memperhatikan dasar-dasar ilmiah desain komunikasi visual. Akibatnya, identitas visual yang dihasilkan seringkali tidak berhasil meningkatkan pengenalan merek dan gagal menghasilkan perbedaan yang signifikan dalam pasar yang kompetitif (Foroudi et al., 2017). Sementara itu, Identitas visual harus dapat efektif dan komunikatif dalam mewujudkan nilai-nilai dan tujuan dasar perusahaan. Komponen desain harus secara jelas mengkomunikasikan karakter dan prinsip perusahaan, membangun hubungan yang kuat antara identitas visual dan esensi inti merek (Foroudi et al., 2016).



Gambar 1.1 Logo CV Duct Air Cool

Sumber: CV Duct Air Cool



© 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

Begitu juga dengan CV Duct Air Cool, yaitu salah satu perusahaan yang bergerak di bidang HVAC yang saat ini sudah bekerja sama dengan banyak merek besar. CV Duct Air Cool menyadari pentingnya penggunaan identitas visual yang representatif bagi konsumen sebagai langkah awal perkembangan perusahaan, karena identitas visual yang dimiliki sekarang tidak mampu merepresentasikan nilai perusahaan, sehingga menimbulkan kesalahpahaman dari sisi mitra klien yang mengira bahwa logo tersebut adalah logo dari sebuah masjid setempat, juga banyaknya kritikan dan saran yang diberikan mitra klien untuk mengubah identitas visual yang saat ini agar lebih sesuai dengan bidang perusahaan.

Dalam beberapa penelitian sebelumnya, dilakukan perancangan dengan permasalahan yang tidak berasal dari sudut pandang klien. Sebagai contoh, pada penelitian yang dilakukan oleh Lutan, K. & Djoko, C. (2020), menjelaskan bahwa permasalahan identitas visual pada PT. Maxiair Indosurya adalah logo perusahaan yang kurang mewakili citra dan nilai perusahaan, serta penerapan identitas visual pada elemen-elemen penting, seperti *company profile* dan kendaraan operasional. Lalu pada penelitian yang dilakukan oleh Adynata (2020), menjelaskan bahwa perancangan identitas dibuat PT. Wijaya Mukti digunakan sebagai upaya meningkatkan brand recognition. Penelitian sebelumnya dilakukan dengan akar permasalahan yang berasal dari sudut pandang desainer sebagai upaya peningkatan aspek tertentu, namun pada penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menghasilkan identitas visual yang dapat merepresentasikan nilai-nilai perusahaan yang permasalahannya berasal dari kesalahpahaman dan kritikan mitra klien mengenai identitas visual yang tidak dapat merepresentasikan nilai perusahaan yang seharusnya ditonjolkan.

Dengan begitu, diperlukan sebuah identitas visual yang dapat merepresentasikan nilai perusahaan kepada konsumen. Identitas visual yang dibuat harus dapat merepresentasikan jati diri dan nilai perusahaan sebagai pembeda dengan perusahaan lain, dapat mengkomunikasikan nilai-nilai perusahaan secara efektif, dapat diaplikasikan ke berbagai media, dan juga dapat membangun hubungan emosional antara perusahaan dan konsumen. Oleh karena itu, untuk menghindari ambiguitas atau pandangan yang saling bertentangan,



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

pengembangan identitas visual dilakukan secara konseptual dan teoritis. Dalam hal ini, penerapan teori desain grafis dalam proses desain identitas visual sangat penting dan diperlukan untuk memberikan kerangka kerja yang solid dalam memahami bagaimana komponen visual dapat mengkomunikasikan makna, nilai, dan pesan kepada audiens.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang ulang identitas visual untuk CV Duct Air Cool agar dapat merepresentasikan dan mengkomunikasikan nilai perusahaannya kepada konsumen?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Terdapat beberapa hal yang telah ditentukan dalam ruang lingkup pembahasan agar terdapat acuan dan batasan dalam pembahasan tugas akhir ini, yaitu:

1. Proses perancangan identitas visual untuk CV Duct Air Cool.
2. Penerapan elemen dan prinsip desain grafis pada identitas visual yang dirancang.
3. Pemaknaan dari identitas visual yang dirancang untuk merepresentasikan nilai perusahaan.
4. Penerapan identitas visual di berbagai media utama dan media pendukung perusahaan.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan yang ingin dicapai dalam proyek perancangan ini yaitu untuk menciptakan identitas visual yang dapat merepresentasikan nilai perusahaan kepada konsumen sebagai langkah awal perkembangan perusahaan.

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diambil dari proyek perancangan identitas visual ini yaitu:



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. Manfaat Akademis

Tugas akhir ini dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan baru kepada pembaca dalam tata cara pembuatan identitas visual menggunakan teori *design thinking* melalui kasus yang didapatkan dari keresahan mitra klien.

2. Manfaat Praktis

Membuat CV Duct Air Cool memiliki identitas visual yang dapat merepresentasikan nilai perusahaannya kepada klien. Dengan begitu CV Duct Air Cool dapat meningkatkan pengenalan mereknya, membangun kredibilitas, menaikkan nilai perusahaan, dan memperluas ekspansi pasar.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam perancangan tugas akhir ini, sangat penting untuk memiliki sistematika penulisan yang baik. Hal ini bertujuan agar pembahasan masalah dan penyajian materi dapat disusun dengan jelas, terarah, dan mudah dipahami. Oleh karena itu, sistematika penulisan dalam tugas akhir ini dibagi menjadi lima bagian yang akan dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan terdiri dari lima sub bab. Sub bab pertama, latar belakang, menjelaskan tentang permasalahan yang terjadi dan identitas visual sebagai solusinya. Selanjutnya, sub bab rumusan masalah berfokus pada pengidentifikasian pertanyaan pokok yang menjadi dasar analisis permasalahan identitas visual yang akan dirancang. Pada sub bab ruang lingkup pembahasan berisi batasan-batasan pada masalah identitas visual yang diteliti agar fokus tidak terganggu. Kemudian, pada sub bab tujuan dan manfaat penelitian, berisi tujuan dan hasil yang ingin dicapai setelah melakukan perancangan identitas visual tersebut, serta manfaat yang didapat dari penelitian secara akademis dan praktis mengenai perancangan identitas visual yang dibentuk. Terakhir, sub bab sistematika penyusunan menguraikan tata cara penyusunan laporan secara sistematis dari bab satu hingga bab lima.



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 II LANDASAN TEORI

Pada bab ini, akan dibahas landasan teori yang secara umum digunakan dalam ilmu desain grafis, beserta ilmu-ilmu pendukung yang relevan untuk penelitian mengenai perancangan identitas visual. Teori-teori tersebut disusun sebagai kriteria panduan sebelum memasuki proses penelitian. Penyusunan dilakukan secara sistematis, runtut, dan logis, sehingga selaras dengan relevansi teori terhadap judul penelitian yang diangkat.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini membahas berbagai metode yang digunakan dalam perancangan identitas visual. Metode tersebut mencakup desain riset dari identitas visual, pengumpulan data, analisis data, serta arahan kreatif yang berfungsi sebagai panduan dalam mengidentifikasi masalah dan merumuskan solusi desain.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai hasil dan pembahasan dari hasil yang telah didapatkan dari proses perancangan ulang identitas visual CV Duct Air Cool yang telah dilakukan, dimulai dari penentuan konsep visual, proses eksekusi desain identitas visual sampai menjadi final artwork, pengaplikasian desain pada berbagai media turunan, dan pertimbangan produksi dari media yang diperlukan oleh perusahaan.

BAB V PENUTUPAN

Bab ini mencakup kesimpulan dari segala proses perancangan ulang identitas visual CV Duct Air Cool yang telah dilakukan dan saran yang dapat diberikan untuk pembaca.

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

Setelah melewati proses perancangan identitas visual CV Duct Air Cool dapat diperoleh kesimpulan dari hasil yang telah didapatkan, yaitu proses perancangan identitas visual CV Duct Air Cool dimulai dengan langkah *empathize*, yaitu pengumpulan data melalui wawancara kepada pemilik perusahaan, observasi dengan mendatangi kantor CV Duct Air Cool, survei kepada calon konsumen melalui Google Form untuk mendapatkan *consumer insight*, dan studi literatur untuk memahami permasalahan yang terjadi kepada klien mengenai identitas visual yang dimiliki karena belum mampu merepresentasikan nilai cepat dan profesional, selain itu identitas visual yang dimiliki juga tidak mencerminkan karakteristik perusahaan yang bergerak di bidang HVAC. Tahap selanjutnya adalah *define*, dimana tahapan ini berisikan analisis dari data yang telah didapatkan menjadi analisis SWOT yang kemudian dapat menghasilkan arahan kreatif berisi acuan dan isi yang berfungsi untuk tahap perancangan selanjutnya. Langkah dilanjutkan dengan tahap *ideate* yang dimulai dengan pembuatan mind map yang menghasilkan 3 *key visual* yaitu udara, saluran udara, dan cepat yang kemudian dijadikan acuan pembentukan *moodboard* sebagai referensi desain sehingga dapat dilakukan pembuatan sketsa dan digitalisasi. Selanjutnya adalah tahapan *prototype* yaitu dengan membuat sketsa sebanyak 50 alternatif yang kemudian dipilih 4 sketsa logo untuk dilanjutkan ke proses digitalisasi dan menjadi desain komprehensif. Dari keempat desain komprehensif tersebut dipilih 1 logo yang akan digunakan sebagai logo perusahaan CV Duct Air Cool, yaitu logo yang paling efektif menyampaikan nilai profesionalisme dan cepat, serta karakteristik yang ingin disampaikan perusahaan, hal tersebut juga terbentuk melalui penggunaan *font* berjenis sans serif pada logo dan penggunaan warnanya. Supergrafis dibentuk melalui visualisasi bentuk



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

saluran udara, lubang udara yang merupakan karakteristik produk yang dijual dan diproduksi oleh CV Duct Air Cool, dan ikatan rantai yang menggambarkan keterhubungan. Hasil yang didapatkan dari proses *testing* menyatakan bahwa identitas visual yang dibuat berhasil merepresentasikan nilai cepat dan profesional, serta bidang perusahaan kepada konsumen dengan baik. Identitas visual yang telah dibuat kemudian diimplementasikan ke beberapa media turunan, berupa *graphic standard manual* yang berisi panduan dan tata cara dalam penggunaan identitas visual agar tetap konsisten, menjaga kualitas identitas visual, dan kesatuan desain yang terjaga dengan baik, kartu nama sebagai alat komunikasi langsung, lanyard dan *id card* sebagai tanda pengenal CV Duct Air Cool, *wearpack* yang akan digunakan teknisi pada perusahaan, serta poster sebagai alat penguat identitas visual perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dari proses perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi klien, pembaca, maupun peneliti selanjutnya:

1. Memperhatikan penggunaan dan manfaat identitas visual bagi sebuah perusahaan sebagai alat komunikasi efektif untuk menyampaikan nilai dan bidang perusahaan kepada calon konsumen agar tidak menjadi penyebab hambatan kerja sama antara perusahaan dan klien.
2. Memahami permasalahan yang terjadi kepada klien untuk dapat menentukan solusi dengan baik dan sesuai agar hasil yang dihasilkan pada langkah akhir merupakan hasil terbaik sebagai penyelesaian masalah yang sedang dihadapi oleh klien.
3. Penggalan data yang mendalam agar mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif dari sudut pandang yang lebih luas dan mendalam melalui banyak aspek agar mampu mendapatkan solusi yang tajam, efektif, dan relevan sebagai penyelesaian masalah yang dihadapi.
4. Perhatikan konsistensi dan kesatuan dari identitas visual yang dibuat karena sangat berperan dalam membangun citra dan kredibilitas

perusahaan. Oleh karena itu penting untuk memastikan bahwa setiap elemen desain, mulai dari logo sampai media turunannya memiliki konsistensi dengan nilai yang ingin disampaikan.



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

DAFTAR PUSTAKA

- Adynata, Yerza (2020) TA : Perancangan Identitas Visual PT Wijaya Multi Konstruksi Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Recognition. Universitas Dinamika.
- Al Satria, M. I., & Firmansyah, F. (2024). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Anggota. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 401–414. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3690>
- Bangun, D. A. N. (2023). Dasar-Dasar Desain Grafis: Merancang Karya Desain yang Konseptual. PNJ Press.
- Dian Sari, N. (2024). Analisis Desain Logo Universitas Utpadaka Swastika (UTPAS): *Kajian Semiotika Creativa Scientia*, 1(1), 33–43. <https://doi.org/10.70429/creativascientia.v1i1.91>
- Fairchild, M. D. (2017). Color appearance models (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Foroudi, P., Gupta, S., Sivarajah, U., & Broderick, A. (2018). *Investigating the effects of smart technology on customer dynamics and customer experience. Computers in Human Behavior*, 80, 271–282. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.014>
- Foroudi, P., Jin, Z., Gupta, S., Melewar, T. C., & Foroudi, M. M. (2016). *Influence of innovation capability and customer experience on reputation and loyalty. Journal of Business Research*, 69(11), 4882–4889. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.047>
- Foroudi, P., Melewar, T. C., & Gupta, S. (2017). *Corporate Logo: History, Definition, and Components. International Studies of Management & Organization*, 47(2), 176–196. <https://doi.org/10.1080/00208825.2017.1256166>
- Franzen, G., & Moriarty, S. (2015). *The Science and Art of Branding*. Routledge
- Fraser, B., Murphy, C., & Bunting, F. (2018). *Real world color management (2nd ed.)*. Peachpit Press.
- Hahury, R. M. S. (2022). Analisis Pengaplikasian Teori Warna dan Penggunaan Siluet dalam Desain Karakter.



Hak Cipta :

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

- Hussein, A. S. (2019). Metode *Design Thinking* untuk Inovasi Bisnis. UB Press.
- Iglesias, O., Landgraf, P., Ind, N., Markovic, S., & Koporcic, N. (2020). *Corporate brand identity co-creation in business-to-business contexts. Industrial Marketing Management*, 85, 32–43. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.09.008>
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>
- Keller, K. L. (2016). *Reflections on customer-based brand equity: Perspectives, progress, and priorities. AMS Review*, 6(1–2), 1–16. <https://doi.org/10.1007/s13162-016-0078-z>
- Keller, K. L., & Swaminatha, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (5th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15 [edition]). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I., (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*
- Krisdianto, N., & Pahlevi, A. S. (2024). Optimalisasi Visual Identity dalam Memperkuat Eksistensi NYCKI Group. *JoLLA Journal of Language Literature and Arts*, 4(8), 850–865. <https://doi.org/10.17977/um064v4i82024p850-865>
- Kusumandyoko, T. C. (2023). Perancangan Identitas Visual Tirai Psikologi di *Blank Space Creative*. 4(2).
- Limbong, T., Moloan, A. A., & Manik, J. M. (2022). *Desain Grafis : Teori dan Praktek dengan CorelDRAW X7*. Cattleya Darmaya Fortuna.
- Lupton, E. (Ed.). (2014). *Type on screen: A guide for designers, developers, writers, and students (First Edition)*. Princeton Architectural Press.
- Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). *Graphic design: The new basics (2nd edition, revised and expanded)*. Princeton Architectural Press [u.a.].
- Lutan, K. & Djoko, C. (2020). Perancangan Ulang Desain Identitas Visual PT. Maxiair Indosurya.
- Masdupi, E., Kurniawati, T., Fitra, H., & Faisal, D. (2021). Kedinamisan dalam Kearifan Lokal: Perancangan Identitas Visual Galeri Sulam Pinjaik Patah.



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

Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia, 7(2), 224–239. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i2.4097>

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

Nugraha, A. A., Irfan Arifin, Vionary Surhianto, & Frederico Prataseko. (2024). Perancangan *Graphic Standard Manual Book Logo Festival Gau Maraja. Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 6(1), 40–50. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v6i1.189>

Pappu, R., & Quester, P. G. (2016). *How does brand innovativeness affect brand loyalty? European Journal of Marketing*, 50(1/2), 2–28. <https://doi.org/10.1108/EJM-01-2014-0020>

Prayudha, I. T., Prayitno, H., Bagaskara, F. R., & Agustin, S. (2024). Klasifikasi Jenis Warna Dokumen Berdasarkan Ruang Warna Cmyk Menggunakan Metode K-Means Clustering. 2.

Rahman, N. H. (2024). Aliansi dan Kemitraan Strategis untuk Keunggulan Kompetitif Global.

Rosita, D. Q. (2022). Analisis Tipografi pada Logotype dan Konten Instagram @Souri.Bkk Signature Box. *Jurnal Desain*, 9(3), 415. <https://doi.org/10.30998/jd.v9i3.11983>

Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan *Design Thinking* dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus UPI Cibiru. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.17509/edsence.v2i1.25131>

Sijabat, L., Rantung, D. I., & Mandagi, D. W. (2023). *The Role of Social Media Influencers in Shaping Customer Brand Engagement and Brand Perception. Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 280–288. <https://doi.org/10.33096/jmb.v9i2.459>

Siska Udilawaty, Kemal Ilham Pramudya, & Wicandri Pasambuna. (2023).



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

Semiotika Visual Logo Universitas Ichsan Gorontalo. *Pixel : Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 16(2), 172–179.
<https://doi.org/10.51903/pixel.v16i2.1549>

Supriyanto, B., & Dahlan, K. S. S. (2024). *The Impact of Brand Image and Service Quality on Customer Loyalty, with Customer Satisfaction as A Mediator. International Journal of Social Service and Research*, 4(01), 290–297. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v4i01.709>

Triarnanda, R. A. A. (2021). Analisis Kebutuhan Visual pada *Re-design Brand “Garten Latte-Eatery.” Narada : Jurnal Desain dan Seni*, 8(3), 355. <https://doi.org/10.22441/narada.2021.v8.i3.007>

Voorhees, C. M., Fombelle, P. W., Gregoire, Y., Bone, S., Gustafsson, A., Sousa, R., & Walkowiak, T. (2017). *Service encounters, experiences and the customer journey: Defining the field and a call to expand our lens. Journal of Business Research*, 79, 269–280. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.04.014>

Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team (5th ed.)*. Wiley. (p. 4)

Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J., (2016). Pengantar Desain Grafis. Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan.

Yusa, I. M. M., Priyono, D., Anggara, I. G. A. S., Setiawan, I. N. A. F., Yasa, I. W. A. P., Yasa, N. P. D., Novitasari, D., Mutiarani, R. A., Rizaq, M. C., Jayanegara, I. N., & others. (2023). *Buku Ajar Desain Komunikasi Visual (DKV)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=Mr3lEAAAQBAJ>



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

Lampiran 1: Lembar Bimbingan Materi (Pembimbing 1)

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Mohammad Abib Maulana	
NAMA PEMBIMBING		Susilawati Thabrany, S.I.Kom, <u>MSi</u>	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Ulanag Identitas Visual CV. Duct Air Cool untuk Merepresentasikan Nilai Perusahaan	
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	Outline belum dapat menunjukan permasalahan dan profil klien dengan baik	Menambahkan beberapa data dalam <i>outline</i> agar permasalahan dan profil klien dapat lebih jelas dan sesuai
2	19 Maret 2025	Perlunya <i>bridging</i> pada bagian latar belakang agar menciptakan kalimat yang saling terhubung. Fokuskan latar belakang kepada hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan klien untuk memvalidasi permasalahan yang dialami oleh klien.	Menyesuaikan <i>bridging</i> yang tepat agar hubungan antar kalimat dapat lebih menyatu dan memfokuskan latar belakang kepada hal-hal yang berkaitan dengan industri yang digeluti klien.
3	10 Maret 2025	Kesalahan penulisan isi materi bab dan beberapa kata, menggunakan logo PNI dengan kualitas kurang baik, menggunakan contoh logo yang tidak sama dengan bidang perusahaan yang diteliti.	Memperbaiki penulisan isi materi dan kata yang salah, mengganti logo PNI dengan kualitas yang lebih baik, dan mengganti contoh logo dengan logo perusahaan sejenis.
4	19 Mei 2025	Segera melakukan penyelesaian bab 4 agar dapat segera menyelesaikan abstrak.	Melakukan proses penyelesaian hasil dan pembahasan pada bab 4 yang kemudian akan dimasukkan pada bagian abstrak.
5	20 Mei 2025	<i>Moodboard</i> belum dapat menggambarkan gaya desain yang akan digunakan pada perancangan identitas visual perusahaan.	Mengganti gambar pada <i>moodboard</i> dengan referensi gambar yang senada dari desain yang akan dibuat.
6	29 Mei 2025	Tambahkan bentuk dinamis pada makna logo sesuai dengan <i>tone & manner</i> yang dibuat, ubah kalimat pada abstrak menjadi lebih efektif dan tepat agar seluruh cakupan penelitian dapat terangkum dengan baik.	Menambahkan bentuk dinamis pada makna logo yang telah dibuat dan memperbaiki kalimat pada abstrak menjadi lebih efektif dan menyeluruh.
7	16 Juni 2025	Tambahkan kalimat penjelasan dari bagian-bagian isi poster agar pembaca dapat mengerti proses yang disampaikan.	Menuliskan penjelasan proses perancangan dari bagian-bagian gambar pada poster.
8	1 Juli 2025	Segera menyelesaikan GSM agar dapat melakukan finalisasi karya yang dibuat.	Melakukan penyelesaian pembuatan GSM untuk digunakan pada display karya.



Lampiran 2: Lembar Bimbingan Teknis (Pembimbing 2)

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Mohammad Abib Maulana	
NAMA PEMBIMBING		Fani Nur Jannah, S.T., M.Si.	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Ulanag Identitas Visual CV. Duct Air Cool untuk Merepresentasikan Nilai Perusahaan	
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	18 Maret 2025	Penjelasan tentang mekanisme bimbingan yang akan dilakukan.	Mengirim draft laporan untuk dapat diasistensikan
2	11 Maret 2025	Kesalahan peletakan state of the art dan pada bagian sistematika penulisan. Penambahan beberapa data yang diperlukan dalam penelitian	Penyusunan ulang bagian state of the art dan memperbaiki penulisan di bagian sistematika penulisan, serta menambahkan data yang diperlukan
3	2 Juli 2025	Terdapat beberapa kata dalam bahasa Inggris yang belum dibuat miring, dan kesalahan penulisan kalimat pada bagian testing.	Membuat kata dalam bahasa Inggris menjadi miring sesuai dengan kaidah penulisan dan memperbaiki susunan kalimat pada bagian testing.
4			
5			
6			
7			
8			

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



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 3: Transkrip Wawancara

Wawancara dilakukan dengan *owner* dari CV Duct Air Cool yaitu Bapak Sayid Abdullah di kantor perusahaan yang terletak di Beji, Depok pada tanggal 28 Maret 2025.

P: Penulis

K: Klien (Bapak Sayid)

P: “Sebagai pertanyaan pembuka, saya ingin bertanya bagaimana awal mula CV Duct Air Cool ini berdiri ya pak?”

K: ” Dulu awal mula perusahaan ini dibangun oleh ayah saya yang bernama Umar, beliau dulu mulai merintis usahanya dari menjadi kuli panggul dan ikut orang kesana kemari. Sedikit demi sedikit beliau memahami alur kerja dan keperluan yang diperlukan sebuah perusahaan dalam menjalankan usahanya, dari situlah beliau berinisiatif untuk membuat usahanya sendiri yang bergerak di bidang yang ia geluti, hal itu juga menjadi cita-cita beliau sejak lama, karena melihat teman-temannya di kampung yang masih kesulitan mencari kerja saat itu beliau menjadi termotivasi untuk membantu teman-temannya di kampung dan juga mensejahterakan keluarganya yang saat itu masih hidup dalam kondisi sulit. Kalau tidak salah perusahaan ini mulai berdiri pada tahun 2000, tetapi saya tidak ingat tanggal pastinya, dulu waktu awal perusahaan ini berdiri, saya sebagai anaknya yang saat itu masih berkuliah disuruh untuk ikut kerja bersama agar bisa mempelajari cara berbisnis sendiri, awalnya saya menolak karena sudah memiliki pekerjaan yang menurut saya cukup mapan saat itu, tapi karena terus diminta akhirnya saya keluar dari pekerjaan saya dan menjadi karyawan di perusahaan ayah saya sendiri. Semenjak saat itu saya terus belajar untuk bisa menjalankan bisnis sendiri, hingga pada tanggal 24 Juni 2024 ayah saya meninggal dunia, dan kini perusahaan ini saya yang melanjutkan.”

P: ”Kalau secara nama perusahaan apakah ada maknanya tersendiri pak?”

K: ”Duct Air Cool itu sebenarnya diambil dari nama bidang perusahaan ini, *Duct* itu artinya *ducting*, itu nama produk yang dibuat untuk saluran udaranya. *Air* itu udara, karena memang perusahaan ini bergerak di bidang saluran udara, sehingga



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

ada nama udaranya. Nama *Cool* itu diambil karena itu juga bagian dari bidang perusahaan, yaitu membuat saluran udara untuk keperluan pendinginan ruangan. Saya juga awalnya merasa lucu kenapa nama perusahaanya Duct Air Cool.”

P: ”Produk apa saja yang ditawarkan oleh CV Duct Air Cool pak?”

K: ”Produk yang kita buat adalah saluran udara yang biasanya digunakan untuk proses penyedotan untuk aliran udara. Nah, kalau untuk penyedotan itu biasanya dipakai untuk dapur restoran di dalam mall atau restoran fisik, bahannya terbuat dari seng agar mudah dibengkokan kemudian dihubungkan dengan plat besi, asap kompor itu kan harus tersedot dan dibuang keluar, kalau tidak maka asapnya akan menggumpal di dalam ruangan, bisa membahayakan orang-orang dan merusak kondisi bangunan. Untuk mesin penyedot asapnya itu yang dinamakan *hood*, kita juga memproduksi mesin *hood* dan kita jual paketan juga biasanya dengan *ducting* dan *exhaust*, tapi tergantung kebutuhan klien, tidak jarang juga klien minta produk satuan. Kalau sistem pendinginan itu salurannya biasa disebut *flexible*, itu dipakai untuk menyalurkan angin dingin dari kompresor ac yang kemudian disebarkan ke banyak ruangan-ruangan di sebuah gedung, mungkin banyak orang lebih familiar dengan penyebutan *ac central*. Seperti yang waktu itu saya perlihatkan ke kamu di PIK 2.”

P: ”Biasanya produk dan jasa yang ditawarkan CV Duct Air Cool ini ditargetkan kepada siapa ya pak?”

K: ”Tentunya kita menyasar orang-orang yang memiliki usaha atau ingin membuka usaha ya, tetapi sering juga kita mendapat klien dari pegawai perusahaan yang bekerja pada bidang konstruksi. Kalau dulu orang yang memiliki usaha itu kebanyakan orang tua yang mungkin umurnya diatas 40-50 tahun, tapi sekarang banyak sekali pengusaha muda yang umurnya 30 tahunan, senang sih karena peluang proyeknya semakin besar dengan banyaknya pengusaha-pengusaha muda ini. Paling sering saya mendapat klien itu di daerah Jabodetabek, karena memang pertumbuhan usaha di daerah ini cukup signifikan dan proses pengirimannya akan lebih mudah, walaupun kadang agak sepi juga. Pernah juga saya mendapat klien untuk mengerjakan proyek di Thailand dan



© 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

Papua, namun sayangnya harus saya tolak karena kita belum punya pengalaman yang cukup untuk pergi kesana, belum lagi biayanya yang akan sangat besar dan proses pengiriman barang yang akan sulit.”

P: ”Jika dibandingkan dengan perusahaan pesaing, apa keunggulan yang bisa diberikan perusahaan CV Duct Air Cool pak?”

K: ”Tidak jarang sih klien mengatakan bahwa perusahaan ini bekerja dengan lebih cepat dibanding perusahaan sejenis lain, memang saya cukup ketat mengenai waktu, karena jika teledor dalam waktu maka bisa berimbas ke proyek-proyek lain kedepan. *Ducting* yang kita jual juga bisa dikustomisasi berdasarkan keinginan klien, biasanya kita datang dulu ke tempat instalasi untuk mengukur ukuran bangunan kemudian menentukan ukuran *ducting* yang akan dipasang, klien mengatakan jika di perusahaan lain biasanya produk langsung jadi dan tinggal pasang, hal itu yang membuatnya justru kesulitan karena harus menyesuaikan tempatnya dan harus bongkar sana-sini. Setelah itu pun kita juga menawarkan jasa perawatan, tapi sekarang sih kita menawarkan jasa *service* khusus ke produk yang kita buat saja, karena pernah malah menjadi kambing hitam dari produk perusahaan lain yang kualitasnya sangat buruk. Kita juga sudah banyak *menghandle* klien-klien besar seperti Holland Bakery, Steak 21, Solaria, JCO, Imperial Kitchen, sepertinya hampir semua restoran di mall sudah pernah kita tangani.

P: ”Produk-produk yang dibuat CV Duct Air Cool ini biasanya dipasarkan lewat apa ya pak?”

K: ”Sampai sekarang kita masih memanfaatkan relasi sih, kekuatan dari mulut ke mulut dan biasanya kita berikan kartu nama kepada pemilik perusahaan atau orang lain yang membutuhkan jasa kita, sebenarnya ada keinginan untuk ekspansi secara digital lewat sosial media misalnya, karena perusahaan saringan sudah banyak yang memiliki website sendiri, tapi saya belum terpikirkan konsep kedepannya seperti apa.”

P: ”Untuk harga produknya itu ada di kisaran berapa ya pak?”



© 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

K: "Kalau harga produknya tidak bisa dipatokan langsung, karena kebutuhannya akan berbeda-beda tiap klien, harganya akan dihitung berdasarkan apa saja yang akan dibutuhkan dalam proses instalasi saluran udaranya. Ada klien yang hanya butuh *ducting* saja, ada yang butuh *exhaust* saja, bahkan ada yang hanya butuh busa *flexible* saja. Mungkin harga minimalnya Rp8.000.000 untuk keperluan restoran kecil dari *hood* sampai salurannya."

P: "Kenapa bapak merasa bahwa identitas visual CV Duct Air Cool itu perlu dirancang ulang, apakah ada alasan tertentu dibalik itu?"

K: "Ceritanya cukup lucu sih, waktu itu saya mengirimkan *invoice* kepada klien, sampai hampir satu bulan belum ada pembayaran yang masuk, bahkan uang dpnya saja belum masuk. Karena sudah cukup lama menunggu, maka saya hubungi klien tersebut dan memintanya untuk segera membayar tagihan tersebut, klien itu justru balik bertanya kepada saya kenapa *invoicenya* belum dikirimkan, setelah berbincang dengan klien ternyata *invoice* yang saya kirimkan itu dikira surat sumbangan masjid setempat untuk meminta sumbangan, karena memang logo perusahaan ini kan bergambar bulan dan bintang. Selain itu juga ada beberapa klien yang memberi saran ke saya untuk mengganti logo perusahaan karena sama sekali tidak menunjukkan karakteristik perusahaan, awalnya sih saya rasa tidak perlu, karena bintang dan bulan itu untuk menggambarkan huruf A dan C pada logo sesuai inisial nama perusahaan ini, tetapi karena sudah cukup membuat keresahan kepada klien maka saya berpikir untuk mengganti logonya dengan logo yang lebih sesuai, sekaligus keperluan lain yang dibutuhkan perusahaan ini agar lebih terlihat matang dan profesional. Itu kenapa saya membutuhkan seorang desainer untuk membuat desainnya, karena saya tidak punya pengetahuan di dalam bidang itu, dan saya rasa harus dikerjakan oleh seseorang yang sudah mengerti. Saya sih berpikir untuk mengganti logonya dengan yang lebih profesional agar terlihat matang, logonya juga menggambarkan industri konstruksi yang perusahaan ini jalani, mungkin seperti terlihat mengalir atau bergerak cepat."

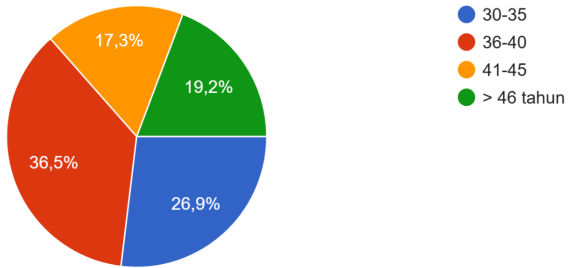


Hak Cipta :

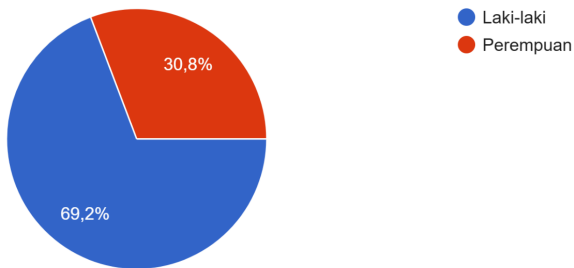
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 4: Hasil Survey dengan Kuesioner

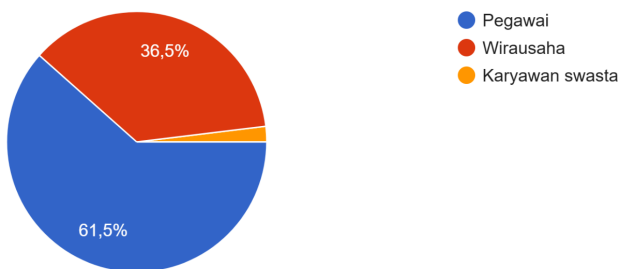
Usia
52 jawaban



Jenis Kelamin
52 jawaban



Pekerjaan
52 jawaban



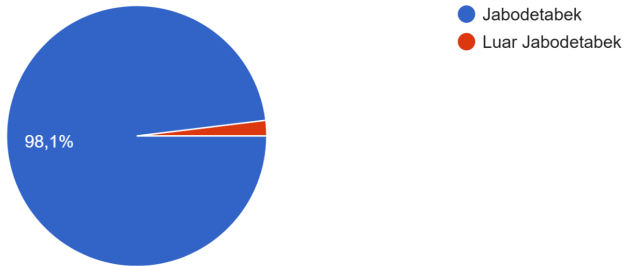


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

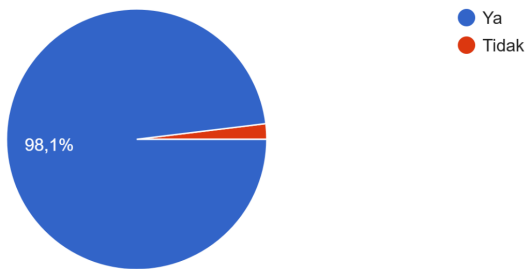
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Domisili
52 jawaban



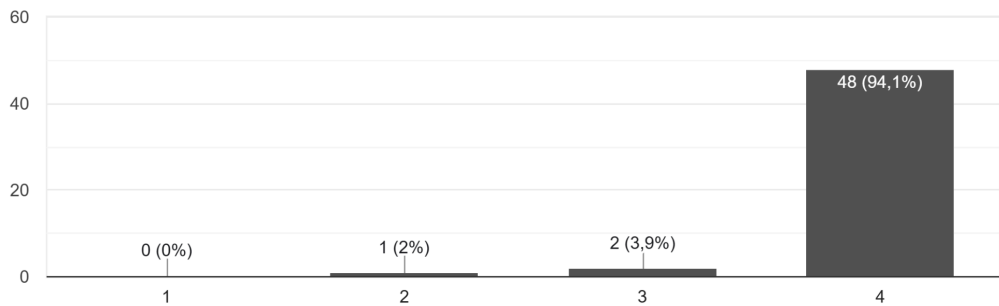
Apakah anda mengetahui tentang Exhaust System dan Cooling System (Saluran udara yang biasanya terdapat diatas basement parkir)?

52 jawaban



Penting bagi sebuah brand untuk memiliki identitas visual yang baik dan sesuai.

51 jawaban





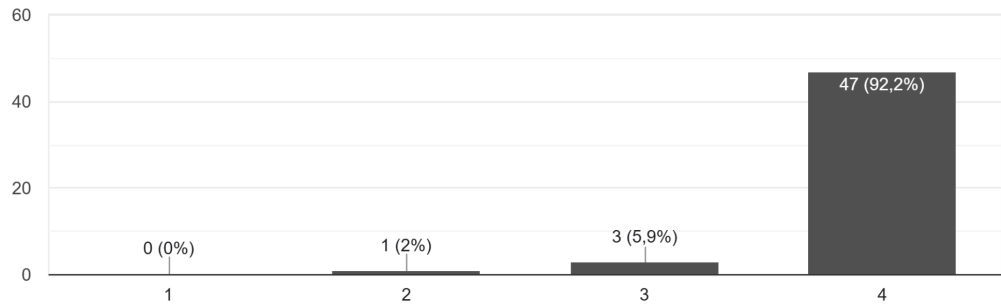
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

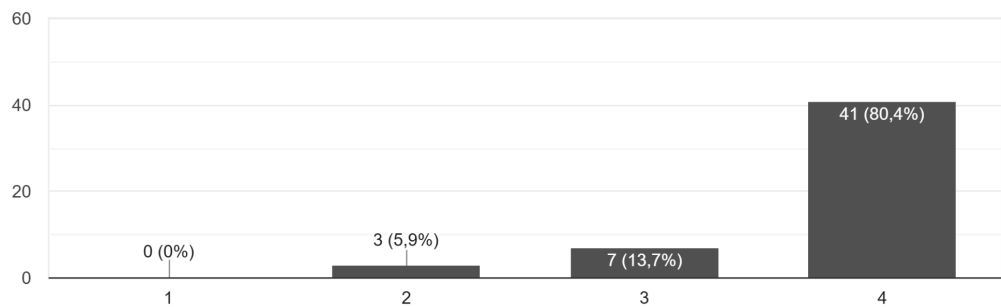
Identitas Visual memainkan peran penting dalam merepresentasikan citra merek sebuah brand.

51 jawaban



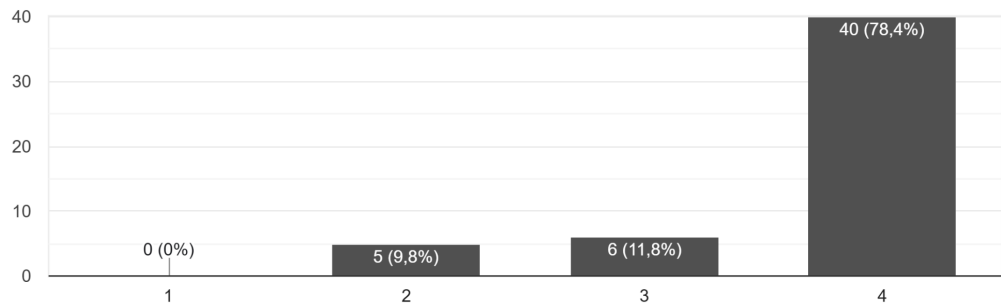
Identitas Visual pada sebuah brand menjadi salah satu hal yang mempengaruhi saya dalam memilih sebuah brand.

51 jawaban



Identitas Visual yang baik pada sebuah brand membuat saya merekomendasikan brand tersebut kepada orang lain.

51 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

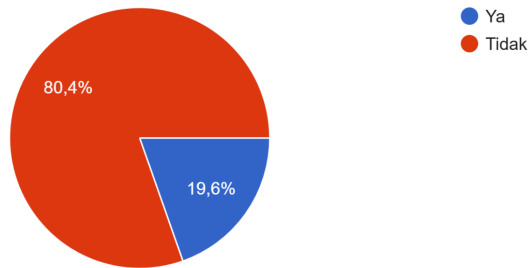
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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

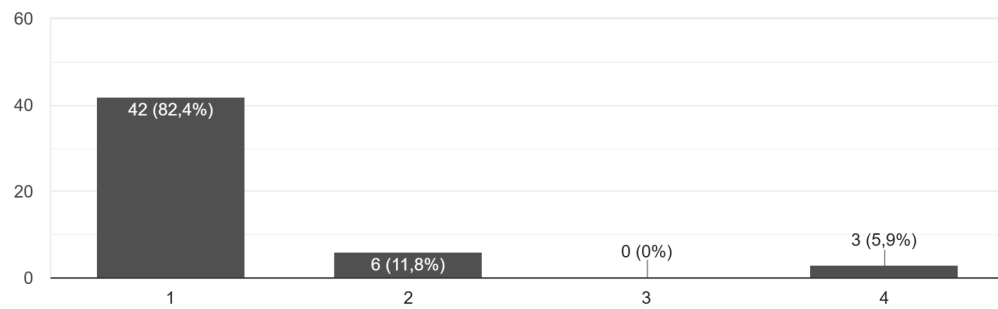
Apakah anda mengetahui CV. Duct Air Cool?

51 jawaban



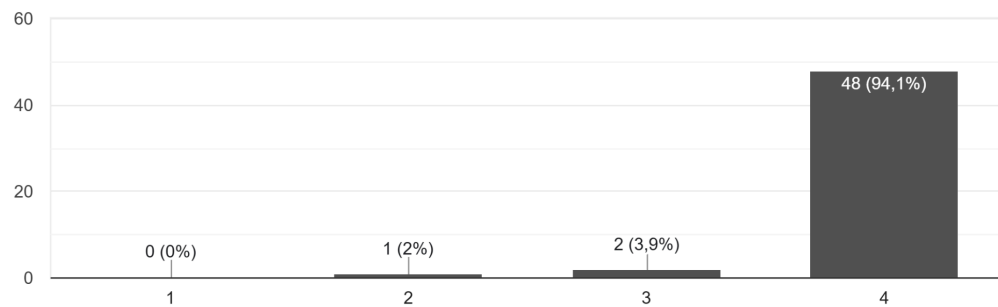
Identitas visual CV. Duct Air Cool saat ini sudah merepresentasikan nilai perusahaannya sebagai perusahaan yang bergerak di bidang exhaust system dan cooling system?

51 jawaban



CV. Duct Air Cool memerlukan perancangan identitas visual yang lebih sesuai dengan karakteristik perusahaan.

51 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

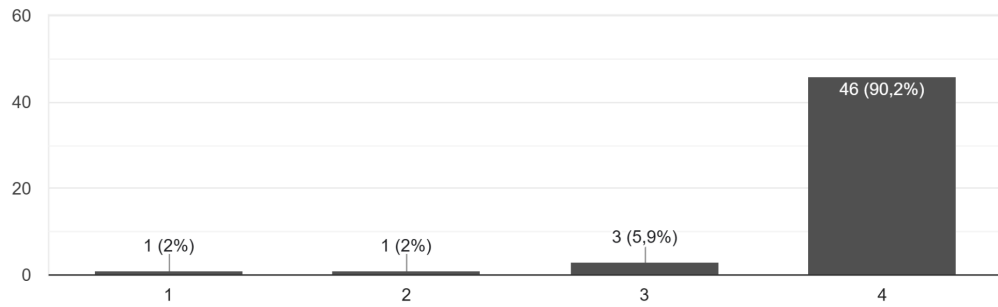
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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

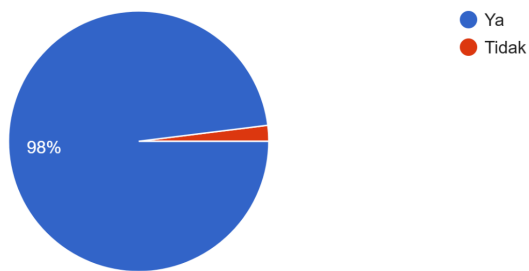
CV. Duct Air Cool membutuhkan elemen visual yang berkaitan dengan exhaust system dan cooling system sesuai dengan bidang perusahaannya.

51 jawaban



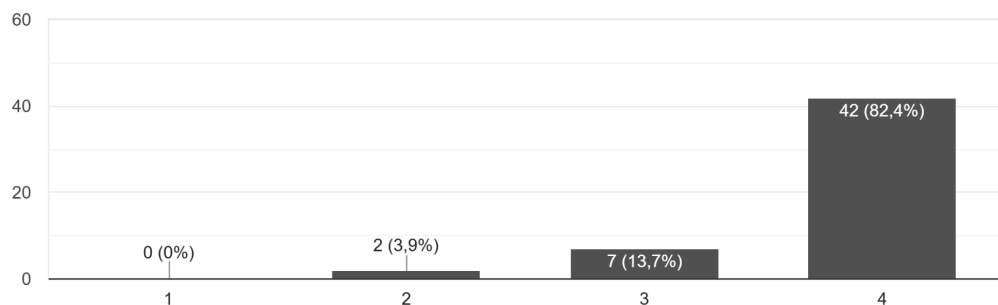
Apakah CV. Duct Air Cool memerlukan perancangan ulang identitas visual yang lebih sesuai dengan nilai perusahaannya?

51 jawaban



Simbol bulan bintang yang ada pada logo CV. Duct Air Cool membuatnya seperti perusahaan yang bergerak di bidang keagamaan.

51 jawaban





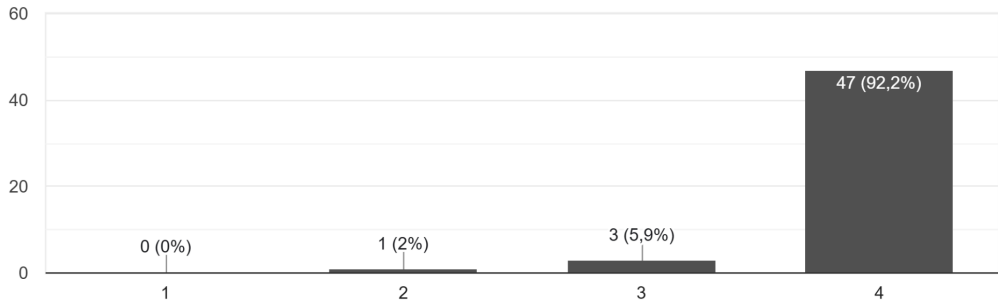
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

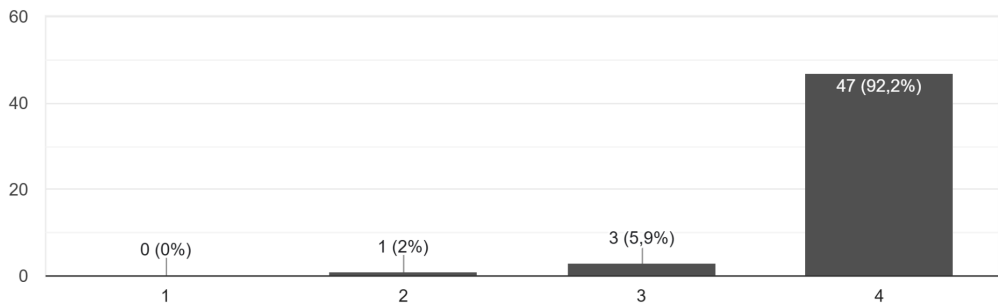
CV. Duct Air Cool membutuhkan elemen visual yang lebih memiliki karakteristik dibanding para pesaingnya.

51 jawaban



Desain media pendukung yang digunakan CV Duct Air Cool harus mengedepankan nilai perusahaannya sebagai ciri khas.

51 jawaban



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 5: Pertanyaan *Testing*

1. Apakah desain logo ini sudah merepresentasikan bidang perusahaan HVAC (saluran udara)?
2. Apakah logonya sudah merepresentasikan nilai perusahaan yang cepat dan profesional?
3. Apakah warna yang digunakan pada identitas visual ini sudah tepat digunakan pada sebuah perusahaan yang bergerak di bidang HVAC?
4. Apakah tipografi yang digunakan pada identitas visual ini menunjukkan kesan profesional?
5. Apakah keterbacaan tipografi yang digunakan memiliki tingkat keterbacaan yang baik?
6. Apakah kesatuan yang terbentuk dari identitas visual dengan media turunannya sudah terlihat menyatu satu sama lain?
7. Apakah logo ini memiliki perbedaan yang kuat dengan perusahaan sejenis?
8. Apakah supergrafis yang dibuat mampu merepresentasikan karakteristik perusahaan melalui pemaknaannya?

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 6: Dokumentasi *Testing*



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

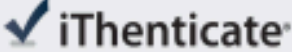


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 7: Hasil Cek Plagiarisme

Similarity Report ID: oid:3618:102984879

PAPER NAME	AUTHOR
DG8C_Mohammad Abib Maulana_Perancangan Ulang Identitas Visual CV Duct Air Cool untuk Merepresentasik	Mohammad Abib Maulana

WORD COUNT	CHARACTER COUNT
11933 Words	75253 Characters

PAGE COUNT	FILE SIZE
70 Pages	1.5MB

SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Jun 30, 2025 10:47 AM GMT+7	Jun 30, 2025 10:48 AM GMT+7

● 6% Overall Similarity

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

• 6% Internet database

• 1% Publications database

• Crossref database

• Crossref Posted Content database

• 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

• Bibliographic material

• Quoted material

Summary