



© 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

LAPORAN TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL *FASHION BRAND* WAYDA BY IDA UNTUK MENINGKATKAN CITRA MEREK



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

Oleh:
FADILLA RAMADITA
2206421089

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



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 Fashion *Brand* Wayda
By Ida Untuk Meningkatkan Citra Merek
Penulis : Fadilla Ramadita
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, 3 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Annisaa Syifa Aqlina, M.Ds
NIP. 199805142025062012



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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL *FASHION BRAND*
WAYDA BY IDA UNTUK MENINGKATKAN CITRA MEREK**

Oleh:

FADILLA RAMADITA
2206421089

Disahkan

Depok, 8 Juli 2026

Penguji I

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

Penguji II

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

Kepala Program Studi

POLITEKNIK

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

**Ketua Jurusan
Teknik Grafika dan 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 *FASHION BRAND* WAYDA BY IDA UNTUK MENINGKATKAN CITRA MEREK

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.

Depok, 3 Juli 2026

Yang menyatakan,

Fadilla Ramadita

2206421089



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

Pesatnya perkembangan industri fashion hijab berbasis batik di Indonesia menuntut merek lokal untuk memiliki pembeda visual yang kuat. Namun, Wayda by Ida menghadapi kendala identitas visual lama yang terlalu rumit, dekoratif, dan tidak fleksibel diaplikasikan pada berbagai media, sehingga memicu kebingungan persepsi konsumen terkait nilai premium dan fokus produk merek. Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang sistem identitas visual yang terintegrasi dan strategis bagi brand Wayda by Ida guna memperkuat positioning pasar dan daya saingnya. Metode penelitian yang digunakan merupakan metode mixed method yaitu kualitatif serta kuantitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, studi literatur, dan menerapkan kerangka *Design Thinking* (*Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test*) pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam bersama pemilik merek selaku subjek utama, serta analisis visual terhadap kompetitor sekunder. Hasil penelitian menghasilkan sebuah logo baru yang elegan, budaya, dinamis dan modern, minimalis, serta dilengkapi dengan panduan komprehensif berupa *Graphic Standard Manual (GSM)*. Pengaplikasian sistem identitas ini diimplementasikan secara konkret pada berbagai media turunan seperti *hang tag, paper bag, brosur, stiker, dan tripod banner* untuk kebutuhan tenant. Perancangan ulang Identitas visual baru ini diharapkan dapat memperkuat citra Wayda By Ida sekaligus memenuhi aspek untuk meningkatkan citra dan mempermudah pengenalan merek oleh konsumen.

Kata kunci: *Brand Image, Fashion Brand, Wayda By Ida, Rebranding, UMKM*

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

The rapid growth of the batik based hijab fashion industry in Indonesia requires local brands to have a strong visual identity. However, Wayda by Ida faced challenges with its old visual identity, which was too complex, decorative, and inflexible for application across various media, leading to confusion among consumers regarding the brand's premium value and product focus. This study aims to redesign an integrated and strategic visual identity system for the Wayda by Ida brand to strengthen its market positioning and competitiveness. The research method employed was a mixed-methods approach combining qualitative and quantitative methods using data collection techniques such as interviews, observation, and literature review, while applying the Design Thinking framework (Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test). Data collection was conducted through field observations, in depth interviews with the brand owner as the primary subject, and visual analysis of secondary competitors. The research resulted in a new logo that is elegant, culturally rich, dynamic, modern, and minimalist, accompanied by a comprehensive set of guidelines in the form of a Graphic Standards Manual (GSM). This brand identity system was applied to various promotional materials such as hang tags, paper bags, brochures, stickers, and tripod banners for tenant needs. This redesign of the visual identity is expected to strengthen Wayda By Ida's image while also enhancing brand recognition among consumers.

Keywords: Brand Image, Fashion Brand, Wayda By Ida, Rebranding, MSMEs

**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 kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat kemurahan-Nya, Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual *Brand* Wayda By Ida untuk Meningkatkan Citra Merek”, ini dapat menyelesaikan sesuai dengan apa yang diharapkan. Penulis menyadari bahwa tidak dapat menyelesaikan laporan ini sendiri, penulis pun memiliki beberapa pihak yang telah membantu dan membimbing untuk menulis dan menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini, rasa terima kasih dicurahkan sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah membantu dalam perancangan laporan tugas akhir:

1. Kedua orang tua, yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis. Terima kasih atas semangat yang telah diberikan selama ini.
2. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta;
3. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan;
4. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis;
5. Annisaa Syifa Aqlina, M.Ds., selaku pembimbing materi yang senantiasa mendedikasikan waktunya untuk memotivasi, membantu, dan mengarahkan mahasiswa dalam pembuatan Tugas Akhir.
6. Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds, selaku Dosen pembimbing akademik DGD angkatan 2022;
7. Seluruh Dosen Program Studi Desain Grafis yang telah membimbing selama proses pembelajaran di Politeknik Negeri Jakarta;
8. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.



© 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

Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka kritik dan saran dapat diterima demi perbaikan yang membangun.

Depok, 3 Juli 2026

Fadilla Ramadita
NIM 2206421089





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 LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
ABSTRAK	iv
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	11
1.1 Latar Belakang	11
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	15
1.4 Tujuan dan Manfaat	15
1.4.1 Tujuan penelitian	15
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	16
1.5 Sistematika Penulisan	16
BAB II BRANDING.....	17
2.1 Brand (Merek).....	17
2.2 Branding.....	18
2.3 Brand Image (<i>Citra Merek</i>).....	18
2.4 Identitas Visual	19
2.5 Unsur-unsur identitas visual.....	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

2.5.1 Logo.....	20
2.5.2 Warna Palet.....	26
2.5.3 Tipografi	35
2.5.4 Elemen grafis.....	39
2.6 Penerapan Identitas Visual pada Media	42
2.7 Prinsip Desain Grafis	43
2.8 Teori Gestalt.....	49
2.9 Metode Riset Desain	52
BAB III METODE PERANCANGAN.....	55
3.1 Metode Penelitian.....	55
3.2 Data dan Analisis	58
3.2.1 Profil Klien.....	58
3.2.2 Product Knowledge	60
3.2.3 Kompetitor.....	62
3.2.4 Consumer Insight.....	66
3.2.5 Positioning.....	67
3.2.6 Analisis SWOT.....	69
3.3 Brief (Arahan Kreatif).....	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Konsep Visual	74
4.1.1 Mind Map	74
4.1.2 Moodboard.....	76
4.2 Proses Desain	77



© 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

4.2.1 Sketsa Manual.....	77
4.2.2 Eksplorasi Tipografi	78
4.2.3 Eksplorasi Warna.....	80
4.2.4 Eksplorasi Supergrafis.....	80
4.2.5 Digitalisasi	82
4.2.6 Prototype.....	86
4.3 Testing.....	88
4.3.1 Testing Similarity Image Logo.....	88
4.3.2 Testing Identitas Visual kepada Klien dan Target Audiens	89
4.4 Final Artwork.....	92
4.4.1 Graphic Standard Manual (GSM).....	92
4.4.2 Teori Gestalt	97
4.5 Media Pendukung	99
4.5.1 Brosur	99
4.5.2 Tripod Banner.....	100
4.5.3 Hang Tag	100
4.5.4 Paper Bag.....	101
4.5.5 Stiker.....	101
4.5.6 Instagram Feeds.....	102
4.6 Pertimbangan Produksi	102
BAB V PENUTUP.....	104
5.1 Simpulan	104
5.2 Saran.....	106



© 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

DAFTAR REFERENSI	107
------------------------	-----





Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh logo Burger King.....	21
Gambar 2. 2 Contoh logo FedEx	21
Gambar 2. 3 Contoh logo NASA	21
Gambar 2. 4 Contoh Name only Logo	23
Gambar 2. 5 Contoh Initial Letter Logo.....	24
Gambar 2. 6 Contoh Name/Symbol Logo	24
Gambar 2. 7 Contoh Pictorial Name Logo.....	25
Gambar 2. 8 Contoh Associative Logo	25
Gambar 2. 9 Contoh Allusive Logo	26
Gambar 2. 10 Contoh Abstract Logo	26
Gambar 2. 11 Contoh RGB Additive Color System	27
Gambar 2. 12 Contoh CMYK subtractive Color System.....	28
Gambar 2. 13 Contoh Additive dan subtractive.....	28
Gambar 2. 14 Contoh Warna Primer.....	29
Gambar 2. 15 Contoh Warna Sekunder	29
Gambar 2. 16 Contoh Warna Tersier.....	29
Gambar 2. 17 Contoh Warna Intermediate	30
Gambar 2. 18 Skema Warna Komplementer	31
Gambar 2. 19 Logo Skema Warna Komplementer.....	31
Gambar 2. 20 Skema Warna Analogous.....	32
Gambar 2. 21 Logo Skema Warna Komplementer	32
Gambar 2. 22 Skema Warna Triadic.....	32
Gambar 2. 23 Skema Warna Triadic.....	33
Gambar 2. 24 Skema Warna Split Komplementer.....	33
Gambar 2. 25 Logo Skema Warna Split Komplementer	33
Gambar 2. 26 Skema Warna Tetradic (Rectangle)	33
Gambar 2. 27 Logo Skema Warna Tetradic (Rectangle).....	34



© 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. 28 Serif	36
Gambar 2. 29 Sans Serif	36
Gambar 2. 30 Script	36
Gambar 2. 31 Handwriting.....	37
Gambar 2. 32 Display	37
Gambar 2. 33 Monospace	37
Gambar 2. 34 Contoh Fotografi	39
Gambar 2. 35 Contoh Ikon.....	40
Gambar 2. 36 Contoh Ilustrasi	41
Gambar 2. 37 Contoh Pola (pattern)	41
Gambar 2. 38 Contoh super grafis	42
Gambar 2. 39 Contoh GSM	43
Gambar 2. 40 Contoh Kesatuan	44
Gambar 2. 41 Contoh Keseimbangan Radial.....	44
Gambar 2. 42 Contoh Keseimbangan Simetris.....	45
Gambar 2. 43 Contoh Keseimbangan Asimetris.....	45
Gambar 2. 44 Contoh Proporsi Dan Skala	45
Gambar 2. 45 Contoh Irama.....	46
Gambar 2. 46 Contoh Penekanan.....	46
Gambar 2. 47 Contoh Kontras	47
Gambar 2. 48 Contoh Harmoni	47
Gambar 2. 49 Contoh Hirarki	48
Gambar 2. 50 Contoh Penyelarasan	48
Gambar 2. 51 Contoh Gerakan.....	48
Gambar 2. 52 Contoh Pengulangan	49
Gambar 2. 53 Contoh Kedekatan	49
Gambar 2. 54 proximity	50
Gambar 2. 55 similarity	50
Gambar 2. 56 objective set.....	50



© 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. 57 continuity.....	51
Gambar 2. 58 closure	51
Gambar 2. 59 figure and ground	51
Gambar 2. 60 isomorphism.....	52
Gambar 2. 61 Design Thinking.....	52
Gambar 3. 1 Logo Wayda By Ida	58
Gambar 3. 2 Product Knowledge.....	60
Gambar 3. 3 Product	60
Gambar 3. 4 Gama Batikgajahmada	62
Gambar 3. 5 Media pendukung.....	62
Gambar 3. 6 artinashop batik	63
Gambar 3. 7 Media pendukung artinashop batik	63
Gambar 3. 8 batik tradjumas	64
Gambar 3. 9 Media pendukung batik tradjumas	64
Gambar 3. 10 batikciprat karangpatihan	64
Gambar 3. 11 Media turunan batikciprat karangpatihan.....	65
Gambar 3. 12 Batikdepok lenterafortuna	65
Gambar 3. 13 Media turunan Batikdepok lenterafortuna.....	65
Gambar 4. 1 Mind Map Wayda By Ida.....	74
Gambar 4. 2 Moodboard	76
Gambar 4. 3 Sketsa Manua	77
Gambar 4. 4 Sketsa Pilihan	78
Gambar 4. 5 Tipografi Serif Alternatif 1	78
Gambar 4. 6 Tipografi Serif Alternatif 2	79
Gambar 4. 7 Tipografi Sans Serif Alternatif 1	79
Gambar 4. 8 Warna	80
Gambar 4. 9 inspirasi motif dan corak	81
Gambar 4. 10 Supergrafis Alternatif 1	81
Gambar 4. 11 Supergrafis Alternatif 2	82



© 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. 12 Digitalisasi.....	83
Gambar 4. 13 Desain Komprehensif 1	83
Gambar 4. 14 Desain Komprehensif 2	84
Gambar 4. 15 Desain Komprehensif 3	84
Gambar 4. 16 Desain Komprehensif 4	85
Gambar 4. 17 Desain Komprehensif 5	85
Gambar 4. 18 Final Artwork	86
Gambar 4. 19 Testing Similairty Image	88
Gambar 4. 20 Mock Up GSM	92
Gambar 4. 21 Konsep Logo	93
Gambar 4. 22 Varian Logo	94
Gambar 4. 23 Ukuran Logo	94
Gambar 4. 24 Grid Logo	95
Gambar 4. 25 Clear Space Logo	95
Gambar 4. 26 Good Way Use Logo	96
Gambar 4. 27 Incorrect Use Logo	96
Gambar 4. 28 Palet Warna	97
Gambar 4. 29 Mock Up Brosur	99
Gambar 4. 30 Mock Up Tripod Banner	100
Gambar 4. 31 Mock Up Hang Tag	100
Gambar 4. 32 Mock Up Paper Bag	101
Gambar 4. 33 Mock Up stiker	101
Gambar 4. 34 Mock Up Instagram Feeds	102



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 Psikologi Warna.....	34
Tabel 3. 2 Perceptual Mapping	68
Tabel 3. 3 Matriks SWOT.....	69
Tabel 3. 4 Creative Brief.....	71
Tabel 4. 1 Filosofi Logo.....	87
Tabel 4. 2 Matriks testing.....	91





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 Transkrip Wawancara Klien
- Lampiran 2 Transkrip Kuesioner Consumer Insight
- Lampiran 3 Transkrip Wawancara Testing
- Lampiran 4 Hasil Kuesioner Testing
- Lampiran 5 Lembar Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 6 Hasil Cek Plagiarisme
- Lampiran 7 Riwayat Hidup



**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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dinamika industri mode global yang terus menantang para pelaku kreatif untuk berinovasi secara berkelanjutan kini menemukan urgensi baru melalui perkembangan pesat sektor fashion hijab, yang menuntut keberanian dalam melampaui batasan tradisional (Rosenberg, 2019). Hal ini didorong oleh posisi Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar, di mana 87% dari 254 juta penduduknya merupakan pemeluk agama Islam, sehingga menjadikannya konsumen busana Muslim terbesar ketiga di dunia dengan nilai belanja mencapai 20 miliar USD atau setara 300 triliun rupiah (Reuters, 2022). Lonjakan ini menetapkan Indonesia sebagai pusat fashion Muslim tingkat global, yang terlihat dari keberhasilan ekspor yang berada di posisi tiga besar dunia, melampaui pencapaian di tahun-tahun sebelumnya. Perubahan busana Muslim dari sekadar tren menjadi kebutuhan pokok kini telah ditegaskan sebagai penggerak utama ekonomi nasional yang sangat penting (Fatimah & Cantika, 2026).

Di tengah pesatnya perkembangan dunia fashion yang memunculkan banyaknya model-model baru, batik dengan motifnya yang beraneka ragam hadir sebagai salah satu inovasi dalam memenuhi kebutuhan fashion hijab yang semakin beragam (Adjani, 2024). Dengan menggabungkan gaya tradisional dan gaya modern, pola batik menawarkan daya tarik estetika yang khas melalui pengembangan motif kontemporer yang tetap mempertahankan nilai budaya tradisional (A. A. Sari & Sulistyati, 2025). Oleh karena itu, keberagaman motif batik masih memiliki pengaruh yang kuat terhadap daya tarik pasar dan minat masyarakat dalam industri fashion modern (Adjani, 2024). Dengan, pilihan warna, komposisi, dan pola batik yang berbeda-beda menciptakan kesan casual, soft, elegant, atau bahkan imajinatif (Adjani, 2024)



© 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

Peran identitas visual sangat krusial dalam dunia *fashion* selain keindahan dan inovasi, identitas berfungsi sebagai pembeda utama antara satu merek dengan merek lainnya (Nehal, 2019). Pembuatan identitas dalam desain tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan harus mampu merepresentasikan nilai dan karakter produk serta perusahaan di baliknya (Wheeler, 2017). Oleh karena itu, identitas menjadi elemen krusial yang menghubungkan produk *fashion* dengan pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen (Geczy & Karaminas, 2019). Hal ini diperkuat oleh fakta bahwa identitas visual yang representatif memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi dan minat beli masyarakat di pasar mode yang sangat dinamis (Acar et al., 2024).

Perbedaan identitas visual yang khas dari para pesaing seharusnya dimiliki oleh setiap merek *fashion* hijab (Zulfa, 2025). Identitas visual, yang meliputi logo, palet warna, tipografi, dan elemen desain lainnya, harus mampu mengkomunikasikan karakter unik serta nilai inti dari merek tersebut (Usman, 2025). Tujuan utamanya adalah untuk membangun koneksi emosional yang kuat dengan *audiens*, sehingga secara efektif dapat menciptakan daya tarik yang khas dan membedakan merek di mata konsumen (Jahan et al., 2024). Identitas visual, jika dirancang dengan baik, akan meningkatkan kepercayaan publik terhadap *brand* (Yu et al., 2024). Kepercayaan tersebut diperkuat saat tampilan visual, yang meliputi logo serta identitas visual, dirancang dengan makna dan konsep yang mendalam (Dawami, 2025). Visual tersebut membentuk citra yang sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha agar konsistensi dapat dipertahankan, konsistensi ini penting untuk meningkatkan ketertarikan konsumen, hingga akhirnya mendorong mereka mengambil keputusan untuk menggunakan atau membeli produk yang ditawarkan (Acar et al., 2024). Identitas visual juga berguna sebagai salah satu strategi melawan kompetitor, tampil sebagai perusahaan yang paling unggul di bidangnya, dan juga kesesuaian terhadap pasar yang selalu berganti setiap zamannya (Putri & Antoro, 2025). Wayda by Ida adalah salah satu *brand* di Depok



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

yang bergerak dalam bidang *fashion* selama 10 tahun. Beberapa *fashion style* yang ditawarkan adalah gamis, batik kasual, blus *ready to wear*, seragam keluarga, seragam kantor, konveksi, jasa jahit. *Brand* tersebut sebelumnya menggunakan media sosial, dan *linktree* sebagai media promosi, namun keduanya belum berjalan secara optimal dan efektif karena terkendala oleh Sumber Daya Manusia marketing dari *brand*. Melalui proses wawancara, Ida Wahidah selaku pemilik Wayda By Ida mengatakan bahwa ia membuat produk yang mengkhususkan pada pakaian Muslimah *modern*, dengan fokus utama pada batik dan busana kasual yang menggabungkan elemen tradisional Indonesia dengan gaya kontemporer. Produk Wayda by Ida dirancang untuk wanita Muslim Indonesia yang ingin tampil modis, energik, dan *up-to-date* tanpa meninggalkan nilai-nilai kesopanan dan agama. Berdasarkan hasil observasi lapangan, ditemukan bahwa penggunaan desain identitas visual pada produk yang dipasarkan oleh Wayda By Ida dinilai belum sepenuhnya mencerminkan identitas visual yang kuat dan terkonsep matang. Kondisi ini terjadi karena kurangnya filosofi logo yang kuat, sehingga citra merek menjadi kurang jelas dan sulit dipahami secara spesifik, membuat konsumen merasa seperti merek tidak memiliki tujuan pasar yang jelas. Hal ini menyebabkan kebingungan, seperti ketika konsumen bingung membedakan nilai premium dari merek wayda by ida dengan *brand* yang menawarkan harga lebih murah, atau ketika mereka tidak tahu apakah *brand* ini fokus pada pakaian kasual atau pakaian formal. Menurut pemilik Wayda By Ida logo yang dimiliki sudah kurang bersaing atau tidak *modern* dengan perkembangan visual yang sedang tren di industri fashion saat ini. Logo Wayda By Ida saat ini masih rumit dengan elemen desain dan warna yang dekoratif. Logo Wayda By Ida saat ini tidak fleksibel untuk diaplikasikan pada media digital maupun media cetak. Selain itu, citra yang ditimbulkan pada identitas visual saat ini, belum mencerminkan citra yang dimiliki Wayda By Ida dengan kesan batik ataupun *floral*.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, identitas visual, khususnya logo, dipandang sebagai elemen penting dalam membangun citra serta nilai ekonomi suatu *brand* (Pradhana & Rizka, 2025). Logo yang kuat dianggap mampu berfungsi sebagai



© 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 utama *brand* sekaligus membentuk persepsi positif di benak konsumen yang dapat berdampak pada peningkatan nilai penjualan (Dawami, 2025). Selain itu, efektivitas sebuah logo juga dinilai perlu didukung oleh penerapan teori desain yang tepat, seperti mempertimbangkan aspek keunikan, kemampuan diferensiasi dengan kompetitor, serta kesesuaian dengan konsep dan filosofi *brand* yang diwakilinya (Adiningrat, 2024). Sementara itu, Wijaya (2024) menunjukkan bahwa identitas visual yang memiliki karakter khas mampu memperkuat kedekatan emosional dan mempermudah pengenalan *brand* oleh konsumen.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut cenderung berhenti pada arahan konseptual dan normatif. Fokus kajian masih terbatas pada efektivitas logo sebagai simbol visual, tanpa mengeksplorasi bagaimana sistem identitas visual dirancang secara strategis dan terintegrasi dalam konteks industri fashion yang sangat dinamis dan kompetitif. Selain itu, sebagian besar penelitian belum mengkaji proses perancangan ulang dengan menggunakan metode *design thinking*. Ketiadaan sistem yang terstruktur sering kali menyebabkan inkonsistensi visual, lemahnya positioning, serta kebingungan persepsi di kalangan konsumen.

Berdasarkan dari kedua penelitian sebelumnya, penelitian ini membuat kebaruan dengan menempatkan perancangan ulang identitas visual sebagai pendekatan strategis yang komprehensif, tidak hanya merancang logo baru, tetapi membangun sistem identitas visual terpadu yang berbasis filosofi *brand*, karakter produk, dan analisis positioning pasar. Pendekatan ini diperkuat melalui penyusunan Graphic Standard Manual dengan media turunannya yaitu brosur, stiker, *Tripod banner*, untuk kebutuhan *tenant*, label baju, *paper bag*, sehingga identitas visual tidak berhenti pada aspek simbolik, melainkan berfungsi sebagai alat diferensiasi yang konkret dan berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing *brand* fashion hijab berbasis batik di tengah persaingan industri yang semakin kompleks.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan suatu rumusan masalah yaitu :



© 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

1. Bagaimana proses perancangan ulang identitas visual Wayda By Ida dapat didefinisikan secara mendalam agar dapat menciptakan citra merek yang dinamis, elegan, energik dan budaya untuk mencerminkan karakter dari *brand* Wayda By Ida?
2. Bagaimana penerapan prinsip-prinsip desain grafis, seperti elemen visual seperti logo, tipografi, super grafis dan palet warna dalam Identitas visual Wayda By Ida?
3. Bagaimana menerapkan desain identitas visual Wayda By Ida ke dalam *Graphic Standard Manual* (GSM) dan media Pendukung dapat dirancang sebagai panduan untuk meningkatkan konsistensi dalam penerapan identitas visual yang baru dan memperkuat posisi kompetitif Wayda By Ida dalam industri *fashion* muslimah?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar dapat fokus melakukan penelitian dalam perancangan ulang identitas visual, diberikan batasan ruang lingkup sebagai berikut:

1. Pembahasan mencakup perancangan ulang identitas visual yang meliputi pengumpulan data dan penentuan konsep.
2. pembahasan identitas visual mengacu pada penerapan prinsip-prinsip desain grafis seperti elemen visual seperti logo, tipografi, super grafis dan palet warna.
3. Pembahasan mencakup pengaplikasian desain Identitas visual ke dalam *Graphic Standard Manual* (GSM) dan media Pendukung.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan penelitian

Tujuan yang akan dicapai dari pembahasan pada penelitian sebagai berikut.

1. Menjelaskan proses perancangan ulang identitas visual *brand* Wayda By Ida untuk mencerminkan citra merek yang dinamis, elegan, energik dan budaya yang sesuai dengan filosofi dengan karakter *brand*.
2. Menerapkan teori desain grafis pada perancangan ulang identitas visual brand



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

Wayda By Ida seperti elemen visual seperti logo, tipografi, super grafis dan palet warna.

3. Mengaplikasikan desain *Graphic standard manual* (GSM) dan media pendukung sebagai dasar untuk meningkatkan konsistensi dalam penerapan identitas visual yang baru dan memperkuat posisi kompetitif Wayda By Ida dalam industri *fashion* muslimah.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari pembahasan dalam karya tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

1. Hasil dari proyek tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai identitas visual baru untuk mendukung pengembangan *brand* Wayda By Ida.
2. Hasil dari proyek tugas akhir ini dapat menjadi referensi perpustakaan dan bahan bacaan yang dapat menambah ilmu bagi mahasiswa pembaca.
3. Proyek tugas akhir ini bermanfaat untuk menambah pengalaman dalam menerapkan ilmu dan pengetahuan desain selama perkuliahan yang kemudian dapat diaplikasikan pada dunia kerja.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal penelitian ini terdiri dari tiga bab, yaitu Bab I pendahuluan, Bab II landasan perancangan, dan Bab III metode perancangan. Setiap subbab yang berisi tentang penjelasan-penjelasan yang telah diuraikan agar lebih rinci dan mudah dipahami. Adapun sistematikanya penulisan proposal ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian mengenai tentang ruang lingkup penulisan penelitian, yang meliputi latar belakang, ruang lingkup pembahasan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan.



© 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

BAB II Landasan Perancangan

Bab ini akan menjelaskan mengenai teori gestalt yang berhubungan dengan perancangan yang dibuat seperti teori umum desain grafis, Teori Gestalt teori khusus yang berkaitan dengan Tugas Akhir.

BAB III Metode Perancangan

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam proses perancangan mencakup analisis data yang diperoleh dari profil *brand*/klien serta himpunan data lainnya. Data tersebut kemudian diolah menjadi gagasan atau konsep yang menjadi dasar perancangan desain.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Bab IV memaparkan hasil dan pembahasan identitas visual Wayda By Ida yang telah dibuat. Mulai dari konsep visual, proses desain, dan pengaplikasian desain pada GSM serta media pendukung.

BAB V: Penutup

Bab V terdiri dari simpulan dan saran yang telah dibahas pada bab sebelumnya mengenai perancangan ulang identitas visual Wayda By Ida secara singkat dan jelas.

**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

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dari hasil serangkaian proses perancangan dalam Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Fashion *Brand* Wayda By Ida Untuk Meningkatkan Citra Merek”, terdapat beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Proses perancangan ulang identitas visual Wayda By Ida berhasil dilakukan dengan pendekatan metode campuran. Survei melalui kuesioner, wawancara, observasi logo lama, riset kompetitor, dan studi literatur, analisis SWOT untuk menyusun creative brief, pengembangan mind mapp dan moodboard berbasis kata kunci Gong Si Bolong, Gelungan, dan Kontras. Dilanjutkan pembuatan 50 sketsa dengan dipilih 5 desain. Prototipe dengan finalisasi artwork logo dan pengaplikasiannya pada 7 media pendukung. Serta hasil testing dengan survei melalui kuesioner dan wawancara kepada klien serta audiens yaitu berdasarkan hasil pengujian terhadap identitas visual brand Wayda by Ida yang mencakup aspek tipografi, skema warna, elemen visual, serta penerapannya pada berbagai media turunan mendapat respons positif dari target audiens. Pemilihan warna, estetika, serta pengintegrasian corak Gong Si Bolong dan Gelungan dinilai sangat sesuai dalam merepresentasikan citra brand yang elegan, dinamis, dan energik, dengan tingkat keterbacaan logo (legibility) yang optimal pada jarak pandang 70 cm. Secara keseluruhan, perancangan ulang identitas visual ini telah memenuhi kriteria estetis maupun fungsional dalam memperkuat brand image Wayda by Ida di mata publik targetnya.
2. Perancangan ulang identitas visual Wayda By Ida dengan menerapkan prinsip dan teori desain grafis melalui penggunaan teori logo, warna, tipografi dan elemen grafis. Penerapan teori logo yang digunakan *combination logo* yaitu *logomark* dan *logotype* yang dimodifikasi pada huruf ‘W’ dibagian atas adanya



© 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

motif elemen Gong Si Bolong bertumpu pada elemen gelungan serta lengkungan atas pada huruf 'D' digabungkan dengan ornamen gelungan agar kontras terhadap inisial "WYD" dan juga Logo ini menerapkan teori gestalt. Penggunaan tipografi pada Identitas visual Wayda by Ida menggunakan tipografi *serif* yaitu *belgiano* dan *edensor* serta *font sans serif* yaitu *poppins* kedua jenis digunakan sebagai *head line* dan *body text*. Pada penerapan warna yang dipakai yaitu warna merah maroon #61071B, *soft pink* #F3AFBD, *light cream* #fefded dan *Cream* #feead5. Super grafis yang dieksplorasi menjadi bentuk corak Gong Si Bolong dan Gelungan dilakukan dengan menyusun corak gong si bolong menjadi bentuk lingkaran konsentris simetris dan menyederhanakan ornamen gelungan menjadi lekukan yang dinamis.

3. Desain perancangan ulang identitas visual ini diterapkan dengan menghasilkan *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai buku panduan visual Wayda by Ida yang menghasilkan struktur makna logo, aturan warna, elemen grafis/ super graphics serta implementasinya pada media pendukung brosur digunakan sebagai media promosi cetak sekaligus media informatif yang berfungsi untuk memperkenalkan identitas *brand*, stiker sebagai elemen penguat visual pada *brand* sekaligus media promosi yang dinamis untuk memperluas jangkauan *brand awareness*, *tripod banner* dirancang sebagai media promosi luar ruang maupun dalam ruang yang fleksibel, *Hang tag* atau label gantung sebagai pelengkap estetika produk stiker, feeds instagram sebagai media promosi online dan paper bag guna merepresentasikan kualitas produk di dalamnya sekaligus meningkatkan citra dan nilai jual merek.

**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

5.2**Saran**

Setelah melalui seluruh tahapan perancangan ulang identitas visual Wayda by Ida, merumuskan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi referensi sebagai bahan masukan bagi penelitian dan perancangan sejenis di masa mendatang:

1. Perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut dalam penerapan identitas visual pada media turunan, agar bisa mengatasi masalah keterbacaan teks, menyeimbangkan kontras visual pada produk, serta memperbaiki sistem margin pada media cetak untuk menjaga kekonsistenan pada desain.
2. Pengembangan media berikutnya diharapkan dapat mengoptimalkan pengaturan komposisi *layout* berbasis *grid system* dalam proses perancangan aset turunan agar hierarki informasi dan estetika visual dapat tersusun secara lebih struktural dan sistematis.



**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 REFERENSI

- Acar, A., Büyükdag, N., Türten, B., Diker, E., & Çalışır, G. (2024). The role of brand identity, brand lifestyle congruence, and brand satisfaction on repurchase intention: A multi-group structural equation model. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1102. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03618-w>
- Adiningrat, M. A. S. (2024). Peranan Analisis Elemen Logo Dan Visual Identitas Dalam Pembangunan Brand: Studi Kasus Aksara Buana. *visiart jurnal seni rupa & desain*, 02(02).
- Adjani, S. M. (2024). Wastra Batik As A Fashion Interest Among Generation Z In The Community Of Remaja Nusantara (2023). *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 8(1), 280–285. <https://doi.org/10.36526/santhet.v8i1.3447>
- Agung, M. (2025). Implementasi Desain Grafis Dalam Identitas Visual Usaha Rumah Uniang Group. *Jurnal Sains Informatika Terapan (JSIT)*, 4, 229–233.
- Aisyah, I. M. S., Zidan, R., Dalimunthe, M. F. D., & Batubara, R. M. (2023). *EFEKTIVITAS PENGGUNAAN UNSUR WARNA DALAM PRODUK DESAIN PACKAGING MAKANAN PADA PRODUK BRON CHIPS*. 1(1).
- Alfiansyah, R. (2024). Strategi Peningkatan Brand Awareness Untuk Membentuk Brand Recognition dan Brand Identity Pada UMKM Di Desa Kebonturi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 625–632. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2765>
- Andini, M., & Albab, U. (2024). Strategi Pemasaran Fashion Hijab Di Era Gen Z Dalam Persepektif Ekonomi Syariah Pada Toko Vee Store. *Ad Diwan Journal Of Islamic Economics*, 4.



© 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

- Andrew. (2021). *Pengertian Hingga Manfaat Logo*.
<https://www.gramedia.com/literasi/logo/?srsltid=AfmBOorYi6z-IN1XRn8TBbaltMl7-eQCTYhRpsQ4QYsXvIK0GZNrz9qX>
- Ansori, A. A., & Kirom, A. (2023). Pelatihan Dasar Fotografi Dan Desain Grafis Sebagai Penunjang Optimalisasi Digital Marketing Desa Wisata Belik Depok (Desa Nglewan). *Journal of Communication Studies*, 3(1), 11–21.
<https://doi.org/10.37680/jcs.v3i1.2937>
- Ardiansyah, B. N., Mayasari, R., & Jajuli. (2025). Evaluasi Usability Website Melalui Perancangan User Interface Menggunakan Metode Human Centered Design (Studi Kasus: Sma Kemala Bhayangkari 1 Jakarta). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 57–69.
- Arfah, L. (2025). The influence of janji jiwa coffee's brand image on consumer purchase decisions: A consumer psychology approach in Pekanbaru. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*.
- Calvalie, F. J., Warjoyo, J. G., & Harjani, P. I. (2021). Perancangan Ulang Identitas Visual dari Sebuah UMKM Produk Kue di Tangerang. *Jurnal Rupaka*, 4.
- Chandra, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas produk, Inovasi dan Interaksi Pelanggan terhadap Brand Image. *Balance : Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 2(2), 73–79. <https://doi.org/10.59086/jam.v2i2.328>
- Chumaidi, A. R., & Patria, A. S. (2023). Perancangan Ilustrasi Sebagai Identitas Visual Acara Mahakarya Bonek Campus #4. *Junal Desgrafia*, 1(2).
- Dawami, A. K. (2025). Peran Logo dalam Membangun Identitas Visual. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 6(1), 26–37.
<https://doi.org/10.33153/citrawira.v6i1.7021>
- Dr. Nehal, M. (2019). Visual Identity of Global Fashion Brands and its Impact in Building the Mental Image of Consumer. *Jurnal Arsitektur, Seni, Dan Ilmu Kemanusiaan*, 0(0), 61–85. <https://doi.org/10.21608/mjaf.2018.20392>



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

- Fajrina, N., & Zahra, F. (n.d.). *Eksplorasi Design Thinking Dalam Perancangan Ulang Identitas Visual Dan Desain Kemasan Berkelanjutan Pada Umkm Djadi Batik Di Program Beda 'kan*.
- Farih, F. N., & Anggalih, N. N. (2023). Perancangan Identitas Visual Umkm Ibu Musriani Di Kabupaten Nganjuk. *Junal Desgrafia*, 1(1).
- Faruqi, D. (2025). Redesain Identitas Visual Marble Slab Creamery Saudi Arabia. *Jurnal Barik*, 7(1).
- Faruqi, D. I. A. (2025). Redesain Identitas Visual Marble Slab Creamery Saudi Arabia. *Jurnal Barik*, 7(1).
- Fatimah, S., & Cantika, G. A. (2026). Fesyen Halal: Definisi, Dinamika Tren Busana Modest Modern, serta Pentingnya Sertifikasi Halal. *ICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 3(2).
- Fauzie, A., & Abidin, M. (2024). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Tenaga Pendidik terhadap Keputusan Calon Siswa Melanjutkan Studi. *Journal of Education Research*, 5(4), 5091–5102. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i4.772>
- Febriolita, P. (2021). *Spesifikasi Proyek Desain Perancangan Identitas Visual Ruang Interaksi*.
- Fitriano, Y. (2021). *Dasar-dasar Digital Imaging*. penerbit ypat.
- Geczy, A., & Karaminas, V. (2019). *Fashion's Double: Representations of Fashion in Painting, Photography and Film*.
- Guo, Z. (2024). Emotional Marketing and Consumer Behavior. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 81(1), 266–272. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/81/20241703>
- Handayani, W., Ulum, R., & Khofia, N. (2025). Psikologi Warna Dalam Kehidupan Sehari-Hari: Pengaruh Warna Terhadap Emosi, Persepsi, Dan Perilaku Konsumen. *PSIKIS : Jurnal Ilmu Psikiatri dan Psikologi*, 1(1).
- Harahap, L. (2024). *Pengaruh Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Cuci Di Gunung Tua Kabupaten Padang Lawas Utara*.



© 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

- Hasbullah, H., Anas, A. S., & Rahman, D. (2024). Reka Cipta Brand UI/UX Program Studi Desain Komunikasi Visual menggunakan Metode Design Thinking. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 6(3), 368–375. <https://doi.org/10.35746/jtim.v6i3.610>
- Hendarman, T. (2024). *Desain UI/UX Modul Color Theory* (Vol. 6). upi-yai.ac.id. https://dosen.upi-yai.ac.id/v5/dokumen/materi/070045/299_20241031145735_UD%2006%20-%20Teori%20Warna.pdf
- Hikmah, S. W. (2024). Perancangan Identitas Visual Melalui Redesain Logo Wildhani Design Studio. *Jurnal Barik*, 6(3), 272–284.
- Ilham, H., Wijayanto, B., & Rahayu, S. P. (2021). Analysis And Design Of User Interface/User Experience With The Design Thinking Method In The Academic Information System Of Jenderal Soedirman University. *Jurnal Teknik Informatika (Jutif)*, 2(1), 17–26. <https://doi.org/10.20884/1.jutif.2021.2.1.30>
- Ilham, R., & Satria, H. (2025). Identitas Visual Jajanan UMKM Es Jagung Viral Cisa. *Jurnal Ilmiah Multidisipin*, 3(10), 804–814. <https://doi.org/10.60126/jim.v3i10.1249>
- Indrajaya, G., & Justin Redintan, M. (2024). Visual Identity as a Visual Representation Media in Branding Bakso Atok. *IMAGINARY*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.51353/jim.v3i1.912>
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>
- Jahan, T., Madnoor Pallavi, M Alekhya, & Maltumkar Sri Lakshmi. (2024). A Study on Importance of Branding and Its Effects on Products in Business. *International Research Journal on Advanced Engineering and Management (IRJAEM)*, 2(04), 656–661. <https://doi.org/10.47392/IRJAEM.2024.0091>



© 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

- Jung, N. Y., & Seock, Y.-K. (2016). The impact of corporate reputation on brand attitude and purchase intention. *Fashion and Textiles*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.1186/s40691-016-0072-y>
- Kholika, R. (2024). Analisa Yuridis Aspek Itikad Baik Sebagai Dasar Pembatalan Merek Menurut Uu No 20 Tahun 2016. *Journal Equitable*, 9(2).
- Kuncahyo, B. H., & Khajar, I. (2025). The Influence of Brand Image on Purchasing Decisions with Trust as an Intervening Variable. *Jurnal Riset Bisnis Indonesia*, 22(2).
- Lailiyah, S. M. (2023). *Penerapan Ilustrasi Dan Perancangan Aset Grafis Dalam Proses Kerja Di Studio Moara Malang* [Thesis]. Universitas Internasional Semen Indonesia Gresik.
- Masdupi, E., Kurniawati, T., Fitra, H., & Faisal, D. (2021). Kedinamisan dalam Kearifan Lokal: Perancangan Identitas Visual Galeri Sulam Pinjaik Patah. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(2), 224–239. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i2.4097>
- Maulana, M. (2025). *Perancangan Ulang Identitas Visual Cv Duct Air Cool Untuk Merepresentasikan Nilai Perusahaan*.
- Meliana. (2023). Membangun Identitas Merek yang Kuat dengan Supergrafis. *Metamorphosys*. <https://metamorphosys.co.id/membangun-identitas-merek-yang-kuat-dengan-supergrafis/>
- Mirza, I. M. M. (2022). Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia. *VISUALIDEAS*, 2(2), 70–75. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2016). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>
- Muratbekova, M., Togan, N., Igali, A., Shagyrova, M., Kadyrgali, E., Yerkin, A., & Shamo, P. (2025). *Color Models in Image Processing: A Review and*



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

Experimental Comparison (Version 1). arXiv.
<https://doi.org/10.48550/ARXIV.2510.00584>

Murphy, J., & Rowe, M. (1998). *How to design trademarks and logos*.
<https://archive.org/details/howtodesigntrade00murp> (Original work published North Light Books)

Negoro, A., Murni, E., Saptaputra, E., Yusa, Dr. I. M., Nurhadi, Siska, & Sutarwiyasa, Dr. I. K. (2023). *Buku Ajar Desain Grafis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=-5ktEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=7+prinsip+desain+grafis&ots=9-I3UxPmpG&sig=3Depryx9KqExfp3wZ2BGaFM8nQU&redir_esc=y#v=onepage&q=7%20prinsip%20desain%20grafis&f=false

Nugraha. (2021). *Perancangan Ulang Identitas Visual Hanna Cakes And Catering Melalui Logo Dan Aplikasi*. [Thesis]. Universitas Komputer Indonesia Bandung.

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>

Nurrahmah, D. (2024). *Perancangan Identitas Visual Kedai Oifyoo Melalui Media Logo* [Thesis]. Universitas Komputer Indonesia Bandung.

Prabowo, H., Astuti, W., & Respati, H. (2020). Effect of Service Quality and Brand Image on Repurchase Intention through Word of Mouth at Budget Hotels Airy Rooms. *Open Journal of Business and Management*, 08(01), 194–207.
<https://doi.org/10.4236/ojbm.2020.81012>

Pradhana, A., & Rizka, A. R. (2025). Perancangan Logo Sebagai Identitas Visual Untuk Usaha Pemasok Sayur: Studi Kasus Ud. Sumber Makmur. *PRASI Jurnal Bahasa Seni, dan Pengajarannya*, 20(01), 172–183.
<https://doi.org/10.23887/prasi.v20i01.98451>



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

- Prihatmoko, S. (2021). 7 Karakteristik Untuk Mendesain Logo Yang Baik. <https://desain-komunikasi-visual-s1.stekom.ac.id/artikel/7-karakteristik-untuk-mendesain-logo-yang-baik>
- Putri, M. A., & Antoro, R. D. (2025). Perancangan ulang identitas visual umkm ayunica beauty untuk meningkatkan citra merek. *PRASI Jurnal Bahasa Seni, dan Pengajarannya*, 20(01).
- Randa, R. (2021). *Kajian Efektivitas Visual Media Interaktif Ayo Belajar Bisindo Dalam Pengenalan Bahasa Isyarat Indonesia* [Thesis]. Universitas Komputer Indonesia.
- Reuters, T. (2022). *Peluang Pasar: Produk Fashion Muslim*. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-produk-fashion-muslim/>
- Riandra, N., & Islam, A. (2021). Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry. *Jurnal Barik*, 2(2).
- Rimbawan, A., Wijaya, I. K. A. P., Sumadewa, I. N. Y., & Suryani, N. N. D. (2024). Re-branding Identitas Visual dalam Desain Kemasan Amenities Hospitality untuk Memperkuat Citra Merek. *Jurnal SASAK: Desain Visual dan Komunikasi*, 6(1), 244–257. <https://doi.org/10.30812/sasak.v6i1.4005>
- Rosanti, A. D. (2025). Implementasi Supergrafis “Pesona Delta” Pada Instagram Disoraparkab Sidoarjo. *Barik Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(1).
- Rosenberg, T. (2019). Wrapped in Meaning: Modest Fashion as Feminist Strategy. *NORA - Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 27(4), 285–289. <https://doi.org/10.1080/08038740.2019.1656669>
- Ryas, A. F. D., Lestari, N. F., & Romadon, Y. (2025). Redesign Visual Identity Kemasan Produk UMKM Loafjkt Menggunakan Metode Design Thinking. *Sagita Academia Journal*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.61579/sagita.v3i1.332>
- Sadli, A. M. I. (2023). Perancangan Identitas Visual Sakinatul Huffadz. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*.



© 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

- Santos, M. (2024). Role of Emotional Branding in Consumer Decision Making in Brazil. *International Journal of Marketing Strategies*, 6(3), 1–10. <https://doi.org/10.47672/ijms.2135>
- Sari, A. A., & Sulistyati, A. N. (2025). Perancangan Motif Batik Kontemporer Untuk Tekstil Pakaian. *Ornamen: Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Seni Kriya*, 22(1).
- Sari, P., Husain, S., & Said, A. (2020). Branding Destinasi Wisata Kabupaten Maros. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*.
- Shindy, S., & Hariandja, E. S. (2021). The Influence of Brand Credibility towards Words of Mouth of Fashion Brand. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(3), 340–360. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i3.2386>
- Soetjipto, S. H., & Satyagraha, A. (2020). Destination Branding Semarang Chinatown as a Cultural Heritage Site. *International Conference of Innovation in Media and Visual Design*, 1(1), 94–108. <https://doi.org/10.31937/imdes.v1i1.1123>
- Sudirjo, F., Jauhar, N., Nurchayati, Ashari, A., Sari, H., Siagawati, M., Mas'ud, A., Herdiansyah, D., Supyansuri, C., & Idrus, I. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan: Konsep, Model, dan Implementasi*. Get Press Indonesia.
- Sukmamedian, H. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AKASHIRO COFFEE*. 01(02).
- Tarannum Jahan, Arfath Jahan, Madnoor Pallavi, M Alekhya, & Maltumkar Sri Lakshmi. (2024). A Study on Importance of Branding and Its Effects on Products in Business. *International Research Journal on Advanced Engineering and Management (IRJAEM)*, 2(04), 656–661. <https://doi.org/10.47392/IRJAEM.2024.0091>
- Tua, A. (2025). Perancangan Visual Identity Objek Wisata Pemandian Rumah Putih Nagari Kapalo Hilalang. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek. (2001).



© 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

- Usman, I. (2025). *Komunikasi Visual Dalam Branding: Peran Desain Grafis Dalam Membangun Identitas Merek. 1.*
- Utama, P., Sihalo, S., & Nabila, N. (2023). The Importance Of Brand Awareness As A Marketing Strategy For Business Sustainability. *ICCD*, 5(1), 523–527. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.601>
- Varlina, V., Maharani, P. A., & Albani, T. (2022). The Nature and Power of Logo: The Development of Aesthetic and Semiotics. *ITB Graduate School Conference (IGSC)*.
- Varlina, V., & Maulini, C. (2024). Analisis Representasi dan Budaya Visual Logo Haus! Terhadap Brand Attractiveness di Kalangan Anak Muda. *Gestalt : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(1), 33–50. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v6i1.188>
- Viver, T. (2024). *Pengaruh Elemen Desain Interior terhadap Psikologi Desain pada Dupi Show, Manhattan Urban Market Medan* [Thesis]. Universitas Malikussaleh.
- Wang, X. (2024). Visual Communication and Branding: The Role of Graphic Design in Building Brand Image and Recognition. *Highlights in Art and Design*, 8(2), 19–22. <https://doi.org/10.54097/qwy32g44>
- Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. Simultaneously in Canada. <https://books.google.co.id/books?id=uSNHAAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Wijaya, A., & Islam, A. (2023). Perancangan Identitas Visual Djoeragan Kue Lekker Surabaya. *Jurnal Barik*, 5(1).
- 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 :

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

- Yu, M., Abidin, S. B. Z., & Shaari, N. B. (2024). Effects of Brand Visual Identity on Consumer Attitude: A Systematic Literature Review. *International Platform of Registered Systematic Review and Meta-Analysis Protocols*. <https://doi.org/10.20944/preprints202405.1109.v1>
- Zharandont, P. (2024). Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk Dan Psikologis Manusia. *Jurnal Ergonomi Patrycia Z*.
- Zulfa, A. Z. A. (2025). Perancangan Identitas Visual Untuk Meningkatkan Brand Awareness Maw.Maw! *KOLASE Jurnal Seni Dan Desain*, 1(1).





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 Transkrip Wawancara Klien

Nama Narasumber : Siti Wahidah
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Pemilik Wayda By Ida
Tanggal Wawancara : 9 Februari 2025
Bold: Peneliti
Reguler: Narasumber

Bisa ceritakan bagaimana awal mula berdirinya Wayda By Ida?

Wayda By Ida berawal dari kecintaan saya pada warisan budaya, khususnya batik, dan keinginan untuk menciptakan pakaian ibadah yang nyaman namun tetap terlihat anggun. Kami ingin membuktikan bahwa produk tradisional bisa diolah menjadi *fashion item* yang modern dan *wearable* untuk kegiatan sehari-hari hingga formal.

Siapakah target audiens utama Wayda By Ida saat ini?

Target utama kami adalah wanita usia 25 hingga 45 tahun kebanyakan di dominasi konsumen Perempuan, dan memiliki kesadaran tinggi terhadap kualitas bahan, menghargai nilai budaya, namun tetap ingin tampil elegan dan profesional dalam aktivitasnya. Mereka adalah wanita yang mencari produk yang unik dan tidak pasaran.

kisaran harga produk yang dijual dari harga berapa sampai berapa?

200k ada yang kadang sampai 700k-800k itu ajah, tapi rata rata 250k-350k.

Nilai-nilai apa yang ingin Wayda By Ida tampilkan ke publik melalui produk dan komunikasinya?

Kami ingin menampilkan energik dengan Kualitas (Premium) serta Mendukung Pengrajin Lokal, dan Elegansi Modern. Kami ingin produk kami bukan hanya pakaian, tetapi investasi dalam *fashion* yang bermakna.

Apa saja kelebihan dan kekurangan yang dimiliki Wayda By Ida saat ini?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Kelebihan Kami unggul pada kualitas bahan dan motif yang unik/berbeda dari kompetitor. Kami juga fokus pada *cutting* yang nyaman dan modern dan Kekurangan, Citra merek kami belum terkomunikasi secara kuat dan konsisten, terutama dalam pemasaran *online*.

Saat ini, menurut ibu bagaimana citra merek Wayda By Ida di mata konsumen?

Sebagian konsumen yang sudah loyal menilai kami sebagai merek yang unik dan berkualitas. Namun, bagi calon konsumen baru, citra kami masih terlihat kurang jelas; antara *high-end* atau *mid-end*. Citra visual kami saat ini belum sepenuhnya mendukung klaim *premium*.

Berarti, Wayda By Ida ingin membuat citra merek seperti apa nantinya?

Kami ingin citra merek yang jelas Merek Fashion budaya dengan sentuhan casual serta modern yang Premium dan Berkelas. Kami ingin setiap orang yang melihat logo atau *branding* kami langsung tahu bahwa ini adalah produk berkualitas, elegan, dan memiliki cerita budaya yang kuat.

Apakah ada spesifikasi desain yang ingin ditonjolkan atau digunakan pada perancangan ulang Wayda By Ida nantinya?

Intinya, kami mau *branding* baru Wayda By Ida itu kelihatan minimalis, elegan, dan modern kalau bisa logonya simpel dengan perpaduan warna pink dan cream.



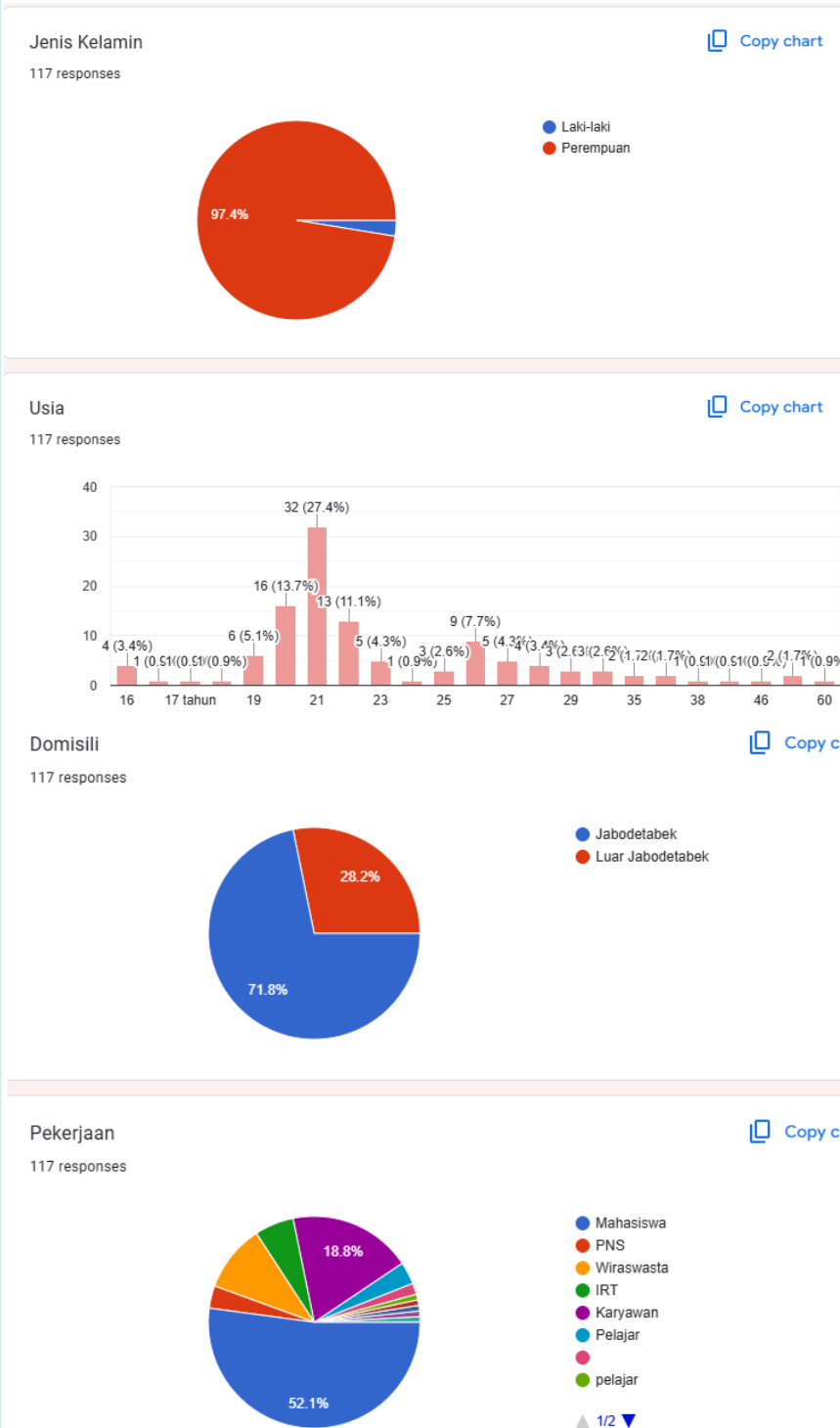


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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 2 Transkrip Kuesioner *Consumer Insight*





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

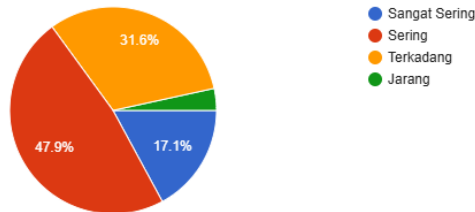
Hak Cipta :

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

Seberapa sering Anda memakai atau menggunakan fashion batik?

[Copy chart](#)

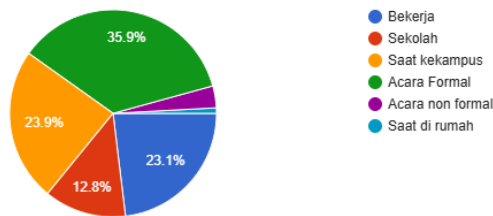
117 responses



Saat kapan anda memakai fashion batik?

[Copy chart](#)

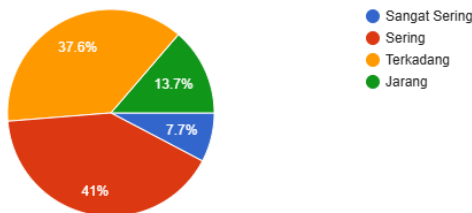
117 responses



Seberapa sering Anda membeli produk *fashion* (khususnya *modest wear* atau batik)?

[Copy chart](#)

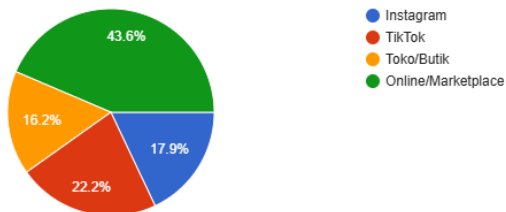
117 responses



Media sosial/*platform* mana yang paling sering Anda gunakan untuk berbelanja *fashion*?

[Copy chart](#)

117 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

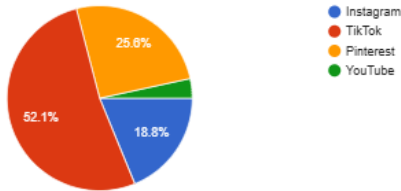
Hak Cipta :

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

Media sosial/*platform* mana yang paling sering Anda gunakan untuk mencari informasi/*inspirasi fashion*?

Copy chart

117 responses



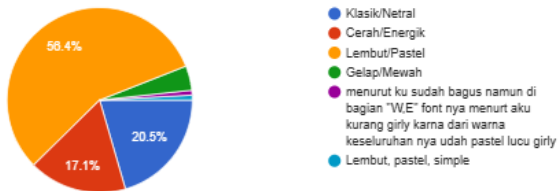
Saat melihat logo merek Wayda by Ida saat ini, kesan apa yang muncul di benak Anda?

Copy chart

Instagram: <https://h7.cl/1fxUA>

Brand Profile/ FlipBook: <https://h7.cl/1fxYs>

117 responses

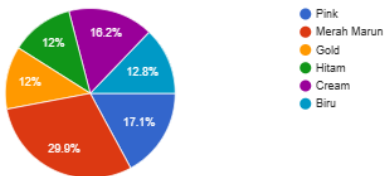


Preferensi Visual untuk Identitas Baru

Dalam konteks *fashion batik*, warna apa yang menurut Anda paling merepresentasikan energi dan *modern*?

Copy chart

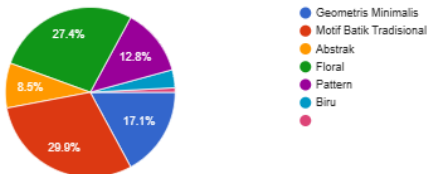
117 responses



Gaya ilustrasi atau motif seperti apa yang menurut Anda paling cocok untuk Wayda by Ida yang *modern* dan *minimalist*?

Copy chart

117 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

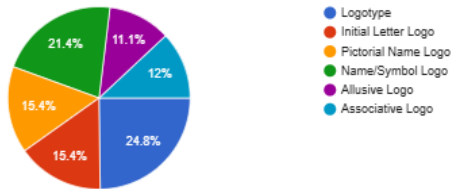
Hak Cipta :

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

Jenis logo yang lebih Anda sukai untuk *brand fashion modern* Wayda By Ida?

117 responses

[Copy chart](#)



Preferensi Skala

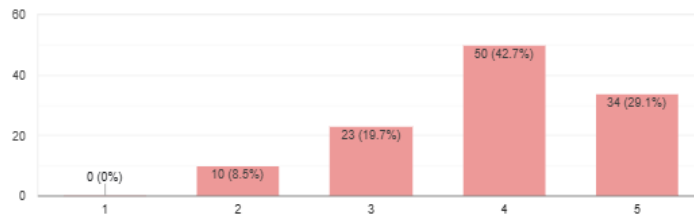
Identitas visual Wayda By Ida saat ini belum mencerminkan citra brand

[Copy chart](#)

Instagram: <https://h7.cl/1fxUA>

Brand Profile/ FlipBook: <https://h7.cl/1fxYs>

117 responses



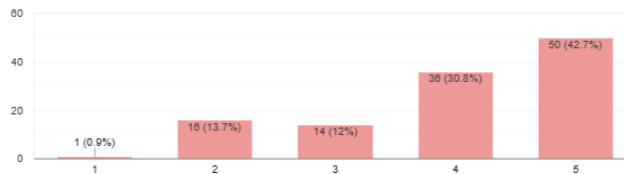
Identitas visual Wayda By Ida saat ini belum mencerminkan produk yang dijual

[Copy chart](#)

Instagram: <https://h7.cl/1fxUA>

Brand Profile/ FlipBook: <https://h7.cl/1fxYs>

117 responses



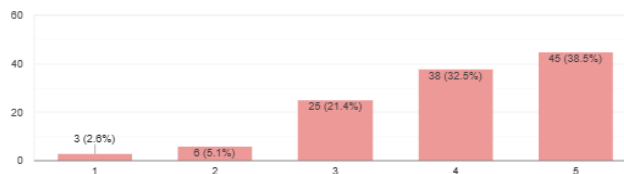
Identitas visual Wayda By Ida saat ini belum terlihat modern dan minimalist

[Copy chart](#)

Instagram: <https://h7.cl/1fxUA>

Brand Profile/ FlipBook: <https://h7.cl/1fxYs>

117 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

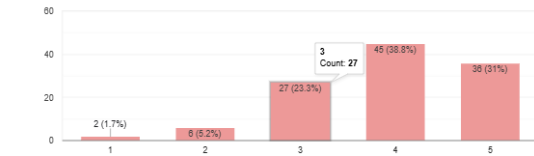
Penerapan identitas visual harus **konsisten** dan menonjolkan citra merek Wayda By Ida, di semua media pendukung *Graphic Standard Manual*, brosur, stiker, roll banner, poster, label baju.

[Copy chart](#)

Instagram: <https://h7.cl/1fxUA>

Brand Profile/ FlipBook: <https://h7.cl/1fxYs>

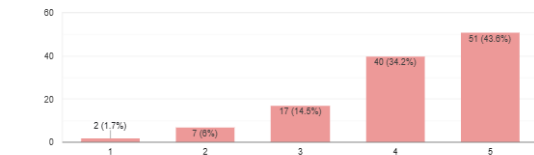
116 responses



Identitas visual baru Wayda by Ida harus terlihat Modern dan Kekinian (up-to-date).

[Copy chart](#)

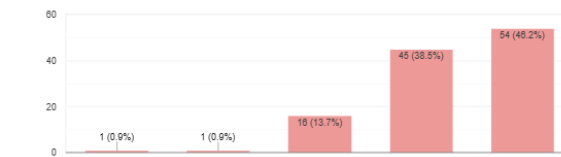
117 responses



Identitas visual yang baru harus menyampaikan kesan citra merek yang baik dan terpercaya

[Copy chart](#)

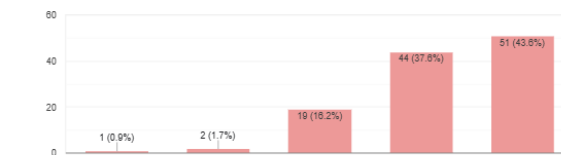
117 responses



Identitas visual yang baru harus menonjolkan citra muslimah dan Sopan (Modest).

[Copy chart](#)

117 responses



Hak Cipta :

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

Lampiran 3 Transkrip Wawancara Testing

Transkrip wawancara testing



1. Nama : wayda

Usia : 54

Domisili : jabodetabek

Pekerjaan : owner brand Wayda By Ida

- Desain logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan pesan yang ingin di sampaikan yaitu Elegant, dinamis dan energik.

Jawaban : kalau saya lihat dari bentuk yang sekarang sih ini sudah cukup banget ya, sudah bisa mencerminkan semua karakter yang mau kita angkat itu. Kelihatan pas.

-Desain logo Wayda By Ida sudah baik dari segi estetika dan menarik

Jawaban : Iya, ini kalau menurut saya secara estetika sudah sangat sesuai ya dengan ekspektasi saya. Kelihatan modern, rapi, dan menarik banget kalau dilihat.

-Warna kontras maroon dengan perpaduan pink dengan aksen cream pada logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan citra elegan dan soft

Jawaban : Nah, untuk pemilihan warnanya ini saya suka tapi agak kurang pink gitu yaa.

Tapi Perpaduan kontras maroon, pink, sama cream-nya itu sudah cukup sekali kalau buat ngegambarin kesan yang elegan tapi tetap ada sisi soft-nya

-Tipografi (huruf/tulisan) pada logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan citra elegant, dinamis dan energik



© 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

Jawaban : Kalau buat bentuk tulisannya sih saya rasa sudah cukup menggambarkan ya. Bentuk hurufnya punya karakter yang sesuai sama konsep dinamis yang kita obrolin kemarin.

- Tipografi (huruf/tulisan) pada logo baru Wayda By Ida memiliki tingkat keterbacaan yang baik

Jawaban : Aman kok, tulisan nama brand-nya sudah jelas banget dibaca. Ukuran dan bentuk hurufnya udah sesuai, enggak bikin pusing yang melihat.

-Pemilihan font (jenis huruf) pada logo baru Wayda By Ida sudah tepat dan menarik

Jawaban : Pemilihan jenis hurufnya sudah sangat tepat, modis, dan bikin logonya kelihatan jauh lebih menarik

-Penerapan corak batik Gong Si Bolong dan gelungan (corak bunga) sudah menggambarkan citra budaya yang kuat dari logo baru Wayda By ida

Jawaban : Waktu saya perhatikan detailnya, itu sudah kuat banget ya unsur budayanya. Bentuk motif Gong Si Bolong dan corak bunganya kelihatan jelas, tapi digambar dengan cara yang modern gitu ya

-Secara Keseluruhan apakah ada yang perlu diperbaiki atau ditigkatkan dari desain identitas visual baru Wayda By Ida?

Jawaban : Dari saya sih jujur sudah cukup semuanya ya.

Media turunan

- Penerapan identitas visual baru Wayda By ida pada Graphics Standard Manual sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Untuk buku panduannya (GSM) itu sudah sangat sesuai ya, penataannya rapi, teksnya jelas, dan secara estetika juga enak banget buat dilihat.

- Penerapan identitas visual baru Wayda By ida pada Brosur sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Iya, buat desain nya juga sudah sangat sesuai. Komposisinya pas, jadi orang yang baca nanti langsung tertarik dan informasinya langsung ketangkap.

-Penerapan identitas visual baru Wayda By ida pada Tripod Banner sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.



© 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

Jawaban : Sudah sesuai dan bagus sekali. Gambarnya kelihatan jelas dari jauh, layout-nya juga kelihatan modern.

-Penerapan identitas visual baru Wayda By ida pada Hangtag sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : kuran logonya pas di media sekecil itu, informasinya tetap kelihatan rapi.

-Penerapan identitas visual baru Wayda By ida pada Paper Bag sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan

Jawaban : Wah, buat *paper bag*-nya sudah sangat sesuai ya. Kelihatan mewah dan elegan banget pas logonya ditempel di sana, konsumen pasti suka bawa-bawa tasnya.

-Penerapan identitas visual baru Wayda By ida pada postingan istagram feeds sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Suka banget saya, buat *feeds* Instagram-nya sudah sangat sesuai dan bagus sekali. Warnanya keluar, rapi, dan kelihatan kekinian banget-Menurut anda, apakah ada yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dari desain media pendukung Wayda By Ida?

Jawaban : Sudah cukup semua.

2. Nama: Elsa

Usia: 19

Domisili: jabodetabek

Pekerjaan: karyawan

- Desain logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan pesan yang ingin di sampaikan yaitu Elegant, dinamis dan energik.

Jawaban : Pas pertama kali aku lihat bentuk logonya sih udah cukup mencerminkan ya. Kesan simpel tapi elegan dan dinamisnya langsung berasa di mata.

-Desain logo Wayda By Ida sudah baik dari segi estetika dan menarik

Jawaban : Menurut aku pribadi ini udah sangat sesuai ya. Secara estetika visual udah cakep banget, modern, dan pastinya menarik buat dilihat lama-lama. Enggak ngebosenin bentuknya.



© 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

-Warna kontras maroon dengan perpaduan pink dengan aksen cream pada logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan citra elegan dan soft

Jawaban : perpaduan warnanya udah cukup sekali sih ini. Kontras dari warna *maroon*-nya dapet, tapi ketolong sama warna *pink* dan *cream*-nya yang bikin tetep kelihatan manis dan Elegan banget

-Tipografi (huruf/tulisan) pada logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan citra elegant, dinamis dan energik

Jawaban : Kalau menurutku bentuk tulisannya udah cukup menggambarkan ya. Jenis hurufnya fleksibel

- Tipografi (huruf/tulisan) pada logo baru Wayda By Ida memiliki tingkat keterbacaan yang baik

Jawaban : Enggak bikin pusing kok, ini udah sesuai banget. Jelas dibaca

-Pemilihan font (jenis huruf) pada logo baru Wayda By Ida sudah tepat dan menarik

Jawaban : Iya, pilihan *font*-nya menarik dan sangat sesuai buat *fashion* sekarang. Kelihatan modern juga.

-Penerapan corak batik Gong Si Bolong dan gelungan (corak bunga) sudah menggambarkan citra budaya yang kuat dari logo baru Wayda By ida

Jawaban : Oh iya, pas diperhatiin detail ternyata ada corak batiknya ya, Menurutku itu udah kuat dan terlihat gambarnya dengan baik tradisionalnya dapet terus modern gitu.

-Secara Keseluruhan apakah ada yang perlu diperbaiki atau ditigkatkan dari desain identitas visual baru Wayda By Ida?

Jawaban : Kalau dari aku sih udah cukup semuanya ya, aman

Media turunan

- Penerapan identitas visual baru Wayda By ida pada Graphics Standard Manual sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Buat buku dah sangat sesuai yateks penjelasannya terstruktur, jadi estetik terus enak dibaca dan dipahami

- Penerapan identitas visual baru Wayda By ida pada Brosur sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.



© 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

Jawaban : Penataan foto produk sama teksnya pas, jadi orang yang dikasih selebaran pasti tertarik buat baca

-Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada Tripod Banner sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.*

Jawaban : Udah sesuai dan bagus sih. kayaknya kalau taro di bazzar oke banget bisa menarik konsumen

-Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada Hangtag sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Bagus dan sangat sesuai kok buat *hangtag*-nya. Walaupun ukurannya kecil, tapi logonya kelihatan mahal

-Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada Paper Bag sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan

Jawaban : Kalau buat *paper bag*-nya sih udah sangat sesuai ya. Desainnya warnanya cantik. Kalau aku dapet tas belanjaan kayak gini pasti bakal aku simpan dan pakai lagi

-Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada postingan instagram feeds sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : udah sangat sesuai dan bagus sekali. Warnanya senada dan pastinya tipe-tipe *feeds* yang sekarang banget.

-Menurut anda, apakah ada yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dari desain media pendukung Wayda By Ida?

Jawaban : Udah cukup semua kok dari media nya bagus dan estetik.

3. Nama : Rosita

Usia : 17

Domisili : jabodetabek

Pekerjaan : karyawan penjaga toko

- Desain logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan pesan yang ingin di sampaikan yaitu Elegant, dinamis dan energik.



© 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

Jawaban : Menurut aku sih maknanya udah dapet banget ya, perubahannya udah kelihatan sesuai sama pesan yang pengen disampein.

-Desain logo Wayda By Ida sudah baik dari segi estetika dan menarik

Jawaban : Desainnya udah cukup oke dan lumayan menarik kok kalau dilihat sekilas.

-Warna kontras maroon dengan perpaduan pink dengan aksent cream pada logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan citra elegan dan soft

Jawaban : Menurutku kelihatan cocok banget, dapet kesan elegan tapi tetep kelihatan lembut dan enggak ngebosenin.

-Tipografi (huruf/tulisan) pada logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan citra elegant, dinamis dan energik

Jawaban : Udh lumayan kelihatan kok karakternya, udah cukup ngegambaran kesan dinamis sama elegannya.

- Tipografi (huruf/tulisan) pada logo baru Wayda By Ida memiliki tingkat keterbacaan yang baik

Jawaban : Sangat gampang dibaca ya, jelas banget huruf-hurufnya jadi langsung tahu itu tulisannya apa.

-Pemilihan font (jenis huruf) pada logo baru Wayda By Ida sudah tepat dan menarik

Jawaban : Hmm, kalau buat aku pribadi sih kayaknya agak kurang sreg ya sama jenis font-nya, ngerasa kurang greget aja.

-Penerapan corak batik Gong Si Bolong dan gelungan (corak bunga) sudah menggambarkan citra budaya yang kuat dari logo baru Wayda By ida

Jawaban : Kelihatan jelas banget sih. Unsur budayanya langsung berasa dan dapet banget pas pertama kali lihat.-Secara Keseluruhan apakah ada yang perlu diperbaiki atau ditigkatkan dari desain identitas visual baru Wayda By Ida?

Jawaban : Paling di bagian font buat logo type "Wayda By Ida"nya. Menurutku model font-nya agak kurang menarik dan rasanya kurang pas aja pas diaplikasikan ke logonya. Mungkin bisa dicari alternatif font lain.



© 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

Media turunan

- Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada Graphics Standard Manual sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Penataannya udah rapi dan udah sesuai banget

- Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada Brosur sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan

Jawaban : Udah lumayan bagus dan cukup sesuai kok

-Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada Tripod Banner sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Sudah bagus sekali sangat menarik nih buat di taro depan toko

-Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada Hangtag sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Desain hangtag nya kelihatan dapet dari depan kelihatan elgan soft dan pas banget dipasang di baju.

-Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada Paper Bag sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan

Jawaban : Ini juga sesuai banget sih, kelihatan estetik dan cakep banget kalau dibawa-bawa.

-Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada postingan instagram feeds sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Udah oke banget, kelihatan keren rapi

-Menurut anda, apakah ada yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dari desain media pendukung Wayda By Ida?

Jawaban : Kalau buat media pendukungnya sih menurutku udah aman semua ya.

4. Nama : nunung

Usia : 44

Domisilo : jabodetabek

Pekerjaan : karyawan



© 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

- Desain logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan pesan yang ingin di sampaikan yaitu Elegant, dinamis dan energik.

Jawaban : Kalau menurut aku sih ini udah pas banget ya,esainnya itu udah mencerminkan banget poin-poin tadi, apalagi kesan elegannya itu kalem.

-Desain logo Wayda By Ida sudah baik dari segi estetika dan menarik

Jawaban : esuai banget ini mah sama selera aku, kelihatan menarik banget di mata.

-Warna kontras maroon dengan perpaduan pink dengan aksan cream pada logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan citra elegan dan soft

Jawaban : Perpaduan warnanya udah bagus banget dan cocok kok, pas kombinasinya

-Tipografi (huruf/tulisan) pada logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan citra elegant, dinamis dan energik

Jawaban : Menurut aku untuk bentuk tulisannya udah sangat sesuai ya, ini emang elegan tapi tetep ada sisi dinamis.

- Tipografi (huruf/tulisan) pada logo baru Wayda By Ida memiliki tingkat keterbacaan yang baik

Jawaban : Untuk keterbacaannya sendiri menurut aku udah cukup baik kok. Tulisannya masih jelas, huruf-hurufnya bisa dibedain dengan gampang, jadi orang yang ngelihat sekilas juga enggak bakal kesulitan buat ngeja nama *brand*-nya.

-Pemilihan font (jenis huruf) pada logo baru Wayda By Ida sudah tepat dan menarik

Jawaban : Iya betul, pemilihan jenis hurufnya udah menarik banget dan kelihatan pas disandingin sama logonya

-Penerapan corak batik Gong Si Bolong dan gelungan (corak bunga) sudah menggambarkan citra budaya yang kuat dari logo baru Wayda By ida

Jawaban : Naruhnya pas, jadi unsur budayanya kerasa kuat tapi enggak kelihatan kuno, malah bikin logonya makin unik

-Secara Keseluruhan apakah ada yang perlu diperbaiki atau ditigkatkan dari desain identitas visual baru Wayda By Ida?



© 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

Jawaban : Cuma masukan dikit aja dari aku, kalau bisa ornamen atau corak di bagian logonya ditambahin dikit lagi biar makin ramai. Biar kelihatan makin kaya ornamennya dan jangan terlalu polos banget di bagian logo utamanya.

Media turunan

- Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada Graphics Standard Manual sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Wah, kalau yang di buku panduan itu sih udah sesuai banget, Desainnya bagus

- Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada Brosur sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Buat brodur sendiri menurut aku udah estetik banget dan kelihatan keren ya. posisi gambar sama teksnya pas.

-Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada Tripod Banner sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : sesuai dan harusnya kalau beneran di cetak dan pas ditaruh di tripod banner gitu langsung kelihatan *stand out* dan menarik perhatian orang buat mampir.

-Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada Hangtag sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Bentuk sama tampilannya itu kelihatan lucu tapi tetep dapet kesan premiumnya.

-Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada Paper Bag sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan

Jawaban : Desainnya simpel tapi kelihatan mewah, jadi kalau konsumen bawa paper bag ini setelah belanja pasti ngerasa pede karena tampilannya emang bagus.

-Penerapan identitas visual baru Wayda By id pada postingan instagram feeds sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Kalau untuk feeds Instagram-nya sih jujur udah sesuai banget ya, pas di scroll di Instagram pasti langsung kelihatan menarik



© 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

-Menurut anda, apakah ada yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dari desain media pendukung Wayda By Ida?

Jawaban : Menurut aku pribadi sih buat media pendukungnya udah cukup bagus banget ya. Konsepnya udah matang dan aman semua

5. Nama : Ezra

Usia : 21

Domisili : jabodetabek

Pekerjaan : karyawan

- Desain logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan pesan yang ingin di sampaikan yaitu Elegant, dinamis dan energik.

Jawaban : Saat pertama kali melihat, menurut saya ini sudah sesuai banget. Pesan elegan, dinamis, dan energiknya langsung tersampaikan dengan baik.

-Desain logo Wayda By Ida sudah baik dari segi estetika dan menarik

Jawaban : Udah oke banget si, Maksudnya, sesuai dan menarik banget kalau dilihat dari bentuk ranah logonya ya.

-Warna kontras maroon dengan perpaduan pink dengan aksent cream pada logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan citra elegan dan soft

Jawaban : Menurut saya warnanya bagus banget, *soft* dan sesuai banget sama bentuk logonya.

-Tipografi (huruf/tulisan) pada logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan citra elegant, dinamis dan energik

Jawaban : Iya, menurut saya untuk tulisannya sendiri udah sesuai dan oke banget. Jenis hurufnya tuh nggak pasaran dan kelihatan elegan

- Tipografi (huruf/tulisan) pada logo baru Wayda By Ida memiliki tingkat keterbacaan yang baik

Jawaban : Kalau yang ini sih aman banget, sesuai dan gampang banget dibacanya. Saya sekali liat langsung ngeh itu tulisannya apa, hurufnya jelas.

-Pemilihan font (jenis huruf) pada logo baru Wayda By Ida sudah tepat dan menarik



© 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

Jawaban : Udah sesuai banget pemilihan font-nya, kelihatan modern-Penerapan corak batik Gong Si Bolong dan gelungan (corak bunga) sudah menggambarkan citra budaya yang kuat dari logo baru Wayda By ida

Jawaban : Menurut saya itu udah sesuai banget dan pas banget. Kadang kan ada yang maksa ya kalau masukin unsur batik, tapi di logo kamu ini kelihatan rapih ya.

-Secara Keseluruhan apakah ada yang perlu diperbaiki atau ditigkatkan dari desain identitas visual baru Wayda By Ida?

Jawaban : Nggak ada sih menurut saya, udah cukup semuanya dan udah aman banget bentukannya

Media turunan

- Penerapan identitas visual baru Wayda By ida pada Graphics Standard Manual sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Udah sesuai banget dan pas kok kalau saya liat di bukunya infonya juga gampang dipahami buat dibaca

- Penerapan identitas visual baru Wayda By ida pada Brosur sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : kalau di flyer ini jadinya kelihatan estetik dan lucu banget dan gampang dipegang ya kayaknya itu.

-Penerapan identitas visual baru Wayda By ida pada Tripod Banner sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban: Sesuai dan keren sih menurut saya. Kelihatan mencolok gitu kalau di temoatin di tempat yang terang.

-Penerapan identitas visual baru Wayda By ida pada Hangtag sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Sangat bagus sih, keterbacaannya dapet banget menurut saya. Meskipun tulisannya agak kecil tapi tetep kelihatan jelas

-Penerapan identitas visual baru Wayda By ida pada Paper Bag sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan



© 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

Jawaban : Udah bagus, penerapannya pas banget di paper bag-nya. Kelihatan simpel tapi elegan.

-Penerapan identitas visual baru Wayda By ida pada postingan istagram feeds sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

Jawaban : Estetik banget sih ini, dan pastinya sesuai sama *vibe* toko fashion ya. Warna feeds-nya kelihatan senada.

-Menurut anda, apakah ada yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dari desain media pendukung Wayda By Ida?

Jawaban : Menurut saya aman semua dan udah pas banget.



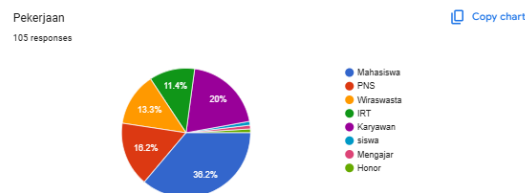
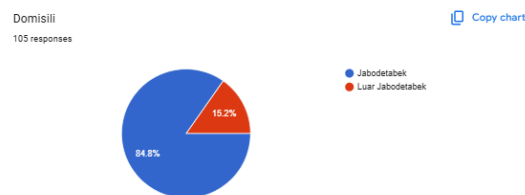
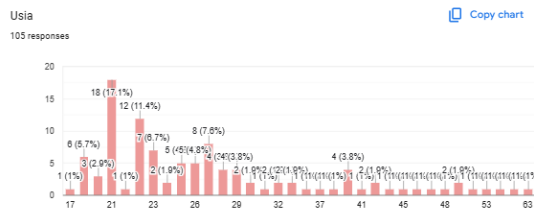
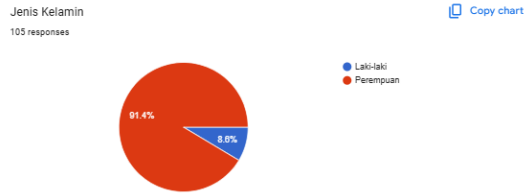


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 4 Hasil Kuesioner Testing



ITEKNIK
ERI
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

Desain logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan pesan yang ingin di sampaikan yaitu Elegant, dinamis dan energik.

Copy chart

105 responses

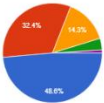


● Sangat Sesuai
● Sesuai
● Cukup Sesuai
● Kurang Sesuai
● Tidak Sesuai

Desain logo Wayda By Ida sudah baik dari segi estetika dan menarik

Copy chart

105 responses

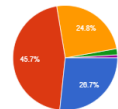


● Sangat Sesuai
● Sesuai
● Cukup Sesuai
● Kurang Sesuai
● Tidak Sesuai

Warna kontras maroon dengan perpaduan pink dengan aksan cream pada logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan citra elegan dan soft

Copy chart

105 responses

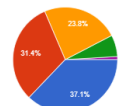


● Sangat Sesuai
● Sesuai
● Cukup Sesuai
● Kurang Sesuai
● Tidak Sesuai

Tipografi (huruf/tulisan) pada logo baru Wayda By Ida sudah menggambarkan citra elegant, dinamis dan energik

Copy chart

105 responses

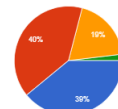


● Sangat Sesuai
● Sesuai
● Cukup Sesuai
● Kurang Sesuai
● Tidak Sesuai

Tipografi (huruf/tulisan) pada logo baru Wayda By Ida memiliki tingkat keterbacaan yang baik

Copy chart

105 responses

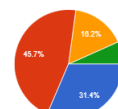


● Sangat Sesuai
● Sesuai
● Cukup Sesuai
● Kurang Sesuai
● Tidak Sesuai

Pemilihan font (jenis huruf) pada logo baru Wayda By Ida sudah tepat dan menarik

Copy chart

105 responses

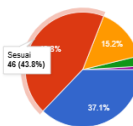


● Sangat Sesuai
● Sesuai
● Cukup Sesuai
● Kurang Sesuai
● Tidak Sesuai

Penerapan corak batik Gong Si Bolong dan gelungan (corak bunga) sudah menggambarkan citra budaya yang kuat dari logo baru Wayda By Ida

Copy chart

105 responses



● Sangat Sesuai
● Sesuai
● Cukup Sesuai
● Kurang Sesuai
● Tidak Sesuai



© 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

Secara Keseluruhan apakah ada yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dari desain identitas visual baru Wayda By Ida?

105 responses

Secara umum sudah baik, namun ciri khas brand masih perlu diperkuat agar lebih unik.

Desainnya sudah sangat baik, menarik, dan komunikatif sehingga tidak perlu banyak perubahan lagi.

Ditingkatkan

Konsistensi ketebalan logo dapat diperhatikan agar terlihat lebih rapi

Di tingkatkan

sudah sangat bagus, pertahankan

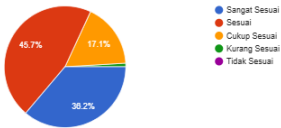
sudah bagus

Secara keseluruhan sudah menarik, namun perlu peningkatan pada konsistensi warna dan elemen desain.

Untuk keseluruhan sudah sesuai tema

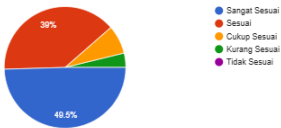
Penerapan identitas visual baru Wayda By Ida pada Graphics Standard Manual sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan. [Copy chart](#)

Link Graphics Standard Manual:
105 responses



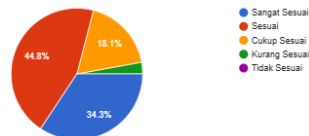
Penerapan identitas visual baru Wayda By Ida pada Player sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan. [Copy chart](#)

105 responses



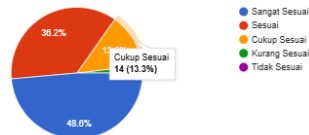
Penerapan identitas visual baru Wayda By Ida pada Tripod Banner sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan. [Copy chart](#)

105 responses



Penerapan identitas visual baru Wayda By Ida pada Hangtag sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan. [Copy chart](#)

105 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

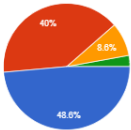
Hak Cipta :

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

Penerapan identitas visual baru Wayda By Ida pada Paper Bag sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

[Copy chart](#)

105 responses

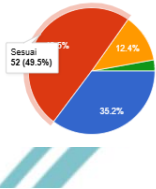


● Sangat Sesuai
● Sesuai
● Cukup Sesuai
● Kurang Sesuai
● Tidak Sesuai

Penerapan identitas visual baru Wayda By Ida pada postingan instagram feeds sudah tepat dan menarik secara estetika dan keterbacaan.

[Copy chart](#)

105 responses



● Sangat Sesuai
● Sesuai
● Cukup Sesuai
● Kurang Sesuai
● Tidak Sesuai

Menurut anda, apakah ada yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dari desain media pendukung Wayda By Ida?

105 responses

sudah bagus untuk segi desain keseluruhannya

Identitas visual baru sudah cukup baik, hanya perlu penerapan yang lebih konsisten di semua media.

Ukuran teks di beberapa bagian dibuat lebih besar lagi

Pemilihan warna sudah baik, tetapi kontras pada beberapa bagian dapat ditingkatkan.

Tata letak informasi dapat dibuat lebih rapi

Untuk warna bisa di explore lagi supaya semakin cantik

Desain sudah estetik dan informatif, tetapi penempatan produk dan logo dapat dibuat lebih menonjol.

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 5 Lembar Bimbingan Tugas Akhir

Pembimbingan Materi

Aa Name	🚩 Materi yang dibahas	📅 Tanggal Bimbingan	📝 Catatan Pembimbing	📋 To-do
🔗 Bimbingan ke-1	✔ Latar Belakang	September 24, 2025	Arahan untuk menentukan fokus untuk dibawa kemana perancangan identitas visual ini nantinya	merevisi latar belakang yang mana perancangan identitas visual ini difokuskan untuk menaikkan citra merek brand
🔗 Bimbingan ke-2	✔ Rumusan Masalah	October 9, 2025	memperbaiki point-point rumusan masalah agar selaras dengan latarbelakang	merevisi 3 rumusan masalah menjadi lebih tertuju dan menyelesaikan bab 1
🔗 Bimbingan ke-3	✔ Tujuan penelitian	October 16, 2025	pada tujuan penelitian harus menjawab dari rumusan masalah	merevisi bagian tujuan agar lebih jelas arah penelitiannya
🔗 Bimbingan ke-4	✔ Kerangka teori ✔ Penulisan Bab 2	October 22, 2025	merapihkan penulisan dan memfokuskan pada penjelasan citra merek	merevisi cara penulisan dan merapikannya serta mencari banyak referensi untuk menjadi pendukung penulisan pada bab 2
🔗 Bimbingan ke-5	✔ Penulisan Bab 2 ✔ Metode Penelitian	November 8, 2025	melanjutkan penulisan bab 2	menambahkan beberapa referensi sebagai pendukung pada bagian metode design thinking
🔗 Bimbingan ke-6	✔ Profil Klien ✔ Mencari data consumer insight ✔ Creative Brief ✔ Analisis kompetitor ✔ Target Audience ✔ Product Knowledge	November 19, 2025	arahan penulisan bab 3	melanjutkan penulisan bab 3, merancang creative brief, observasi tentang kompetitor, menelaah target audience, serta membuat kuesioner dan pertanyaan untuk memasukkan data kedalam consumer insight dan SWOT
🔗 Bimbingan ke-7	✔ Mencari data consumer insight ✔ Analisis SWOT	November 27, 2025	Melanjutkan bab 3	mengumpulkan data untuk consumer insight dengan menyebar kuesioner dan mendapatkan 117 responden, serta memasukkannya ke dalam penulisan consumer insight serta membuat matrik SWOT
🔗 Bimbingan ke-8	✔ Analisis SWOT ✔ Analisis kompetitor ✔ Analisis consumer insight ✔ Creative Brief ✔ Target Audience	December 4, 2025	melanjutkan bab 3	merapihkan penulisan
🔗 Bimbingan ke-9	✔ Target Audience ✔ Creative Brief ✔ Analisis consumer insight ✔ Analisis kompetitor ✔ Analisis SWOT	December 10, 2025	Revisi penulisan	Merevisi dan merapihkan penulisan serta menyelesaikan laporan hingga lampiran



© 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

📌 Bimbingan ke-10	February 25, 2026	Revisi Hasil sempro dan lanjut ke bab 4	menyelesaikan revisi hasil setelah sempro
📌 Bimbingan ke-11	April 22, 2026	menentukan key word dari mind map	membuat mind map dan mencari key word
📌 Bimbingan ke-12	May 29, 2026	menentukan key word, jika belum ketemu juga di jabarkan lebih banyak lalu di kerucutkan tetapi tetap sejalur benang merah dan revisi key word dan dijabarkan beberapa hingga terpilih	terpilih3 key word Gong Si Bolong, Gelungan dan kontras
📌 Bimbingan ke-13	June 1, 2026	menambahkan dari 1 board reference ditambahkan tambahkan project profile brand,Past project profile board, consumer profile broad	Membuat mood board project profile brand,Past project profile board, consumer profile broad
📌 Bimbingan ke-14	July 12, 2026	penentuan konsep dan pembuatan 50 referensi logo	membuat sketsa 50 logo dan memilih 5 logo komprehensif serta memilih 1 logo
📌 Bimbingan ke-15	July 13, 2026	merevisi logo agar lebih terlihat keterbacaanya	membuat logo lebih baik keterbacaanya dan dibuat lebih kontras warnaserta ditambahkan ketebalann font

📌 Bimbingan ke-16	June 14, 2026	revisi logo dan layout penempatan logo	mengubah bentuk elemen gong si bolong semula menjadi lebih baik serta mengubah komposisi tataletak elemen sehingga didapatkan desain logo terpilih
📌 Bimbingan ke-17	June 18, 2026	finalisasi logo	finalisasi logo terpilih
📌 Bimbingan ke-18	June 19, 2026	selanjutnya testing	hasil testing online dan wawancara kesimpulanya di perbaiki beberapa kosa katanya
📌 Bimbingan ke-19	May 24, 2026	media turunan	merevisi media turunan dan finalisasi dari hasil testing juga
📌 Bimbingan ke-20	July 2, 2026	Acc Laporan Tugas akhir	merevisi beberapa di file laporan seperti merevisi simpulan dan saran
📌 Bimbingan ke-21	July 3, 2026	ttd lembar persetujuan	dan di acc setelah ini ttd lembar persetujuan

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

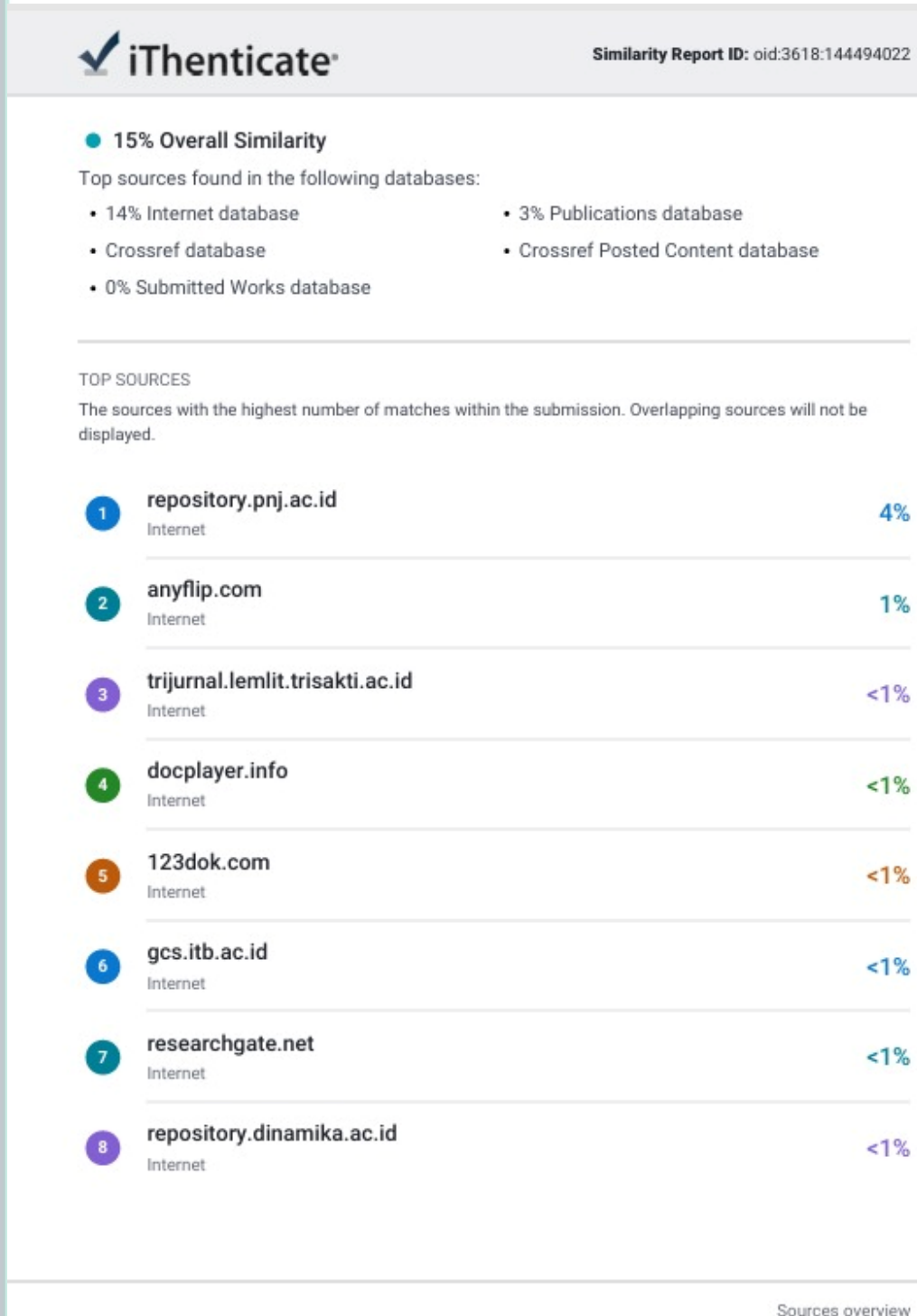


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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 Hasil Cek Plagiarisme





© 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 Riwayat Hidup



Fadilla Ramadita

Address: Depok, Indonesia
Phone : 0895-3465-93150
Email : ditafadilla4@gmail.com

SUMMARY

My interest is in the creative world and I am a Graphic Design student at Politeknik Negeri Jakarta. Besides being skilled in graphic design, I also have an interest in copywriting and account executive. I am a communicative person when working on a project, and I really enjoy the process of painting and expressing creative ideas and developing my visual skills.

WORK EXPERIENCE

Creative of PBL (Project Based Learning)

Oktober 2023 - January 2024

Politeknik Negeri Jakarta

- Project 1 : Designed calendars for Politeknik Negeri Jakarta.
- Project 2 : the creative team in a project designing labels for the MSME Ngeroll Kedaioia.
- Project 3 : Responsible for creating and finding creative ideas to support the project for the MSME Raragu.
- Project 4 : Account Executive in a project creating and designing a brand profile book for the MSME Wayda By Ida.
- Project 5 : the production manager to manage the Pangseats brand business and also includes developing product branding, brand storytelling, packaging innovation, cost budget planning (RAB), and promotional media.

Volunteer campaign Merdeka with champ 2023

Agustus 2023

An environmental campaign coordinator who masters digital platforms to manage online fundraising campaigns.

Lecturer assistant for research on innovative and reusable packaging 2024 - 2025

June 2024 - January 2025

Politeknik Negeri Jakarta

- As an article designer for the Tetamekraf National Seminar and as a journal designer for making innovative and reusable packaging for Risiris brand cheese stick packaging.
- Reusable Risiris packaging technical printing team.

CRAFT 2024

1 November 2024

Politeknik Negeri Jakarta

- Responsible for helping organize the Art competition event.
- Create a layout design for the event.
- Drafted the decoration design of the entire craft event layout.



© 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

KMDGI (Kriyasana Mahasiswa Desain Grafis Indonesia) 2024

September 2024 - Now

Politeknik Negeri Jakarta

- Design a trip for the delegation's ongoing activities at the Yogyakarta Institute of Arts.
- Drafted a budget for delegation activities.
- Drafted a series of exhibition concepts for the delegation.
- Served as diving secretary at KMDGI PNJ.

INTERNSHIP AT PT ANTA EXPRESS TOUR & TRAVEL SERVICE 2025

February - June 2025

- Graphic designer

EDUCATION

D4 DESAIN GRAFIS

Politeknik Negeri Jakarta

Aug 2022 - Present

Social Science Major

Yaspen Tugu Ibu Senior High School

July 2019 - May 2022

Junior High School

Yaspen Tugu Ibu Junior High School

July 2016 - Juni 2019

ADDITIONAL INFORMATION

- **Technical Skills:** Ms. Word, Excel, Canva, Indesign, Adobe Illustrator, Cap cut, Comunnication, Problem Solving, Creativity & Innovation, Working with team
- **Languages:** Indonesia, English.

Portfolio: <https://bit.ly/40NU2YA>