



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

## TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

### PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL UNTUK MEMBANGUN BRAND IMAGE FOCA KOPI



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

Oleh :

**AMIR RAFI FADHILAH**

**2006421069**

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
DEPOK  
2024**



**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 mengumumkannya 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 Untuk Membangun  
Brand Image Foca Kopi  
Penulis : Amir Rafi Fadhilah  
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, 5 Agustus 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

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

Dosen Pembimbing II

Emmidia Djonaedi S.T , M.T ,M.BA  
NIP. 198505162010122007



**Hak Cipta :**

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

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL UNTUK  
MEMBANGUN BRAND IMAGE FOCA KOPI**

Oleh:

Amir Rafi Fadhilah

2006421069

Disahkan:

Depok, 20 Agustus 2024

Penguji I

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

NIP. 198812152018032001

Penguji II

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

NIP. 199106232022032014

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan

Dr. Zulkamain, S.T., M.Eng.

NIP. 196407191997022001





**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 mengumumkannya 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 UNTUK MEMBANGUN BRAND IMAGE FOCA KOPI

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, 7 Agustus 2024  
Yang menyatakan,



Amir Rafi Fadhilah  
2006421069



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

## ABSTRAK

Gaya hidup konsumtif akibat modernisasi telah mempengaruhi berbagai sektor, termasuk industri kopi. Konsumsi kopi di Indonesia, yang semakin meningkat, telah menciptakan peluang bagi perkembangan bisnis coffee shop. Foca Kopi, didirikan pada tahun 2023 di Depok, menawarkan pengalaman *garden cafe* yang *homey* dan elegan serta *friendly*. Namun, logo Foca Kopi saat ini masih generik dan kurang mencerminkan citra mereknya, sehingga memerlukan perancangan ulang identitas visual untuk membangun brand image yang dapat meningkatkan brand awareness. Metode yang digunakan pada perancangan ini yaitu *design thinking* yang mencakup *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Proses perancangan ulang dimulai dengan melakukan riset dengan metode *mixed-method* melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur. Penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT dan STP. Dari perolehan data tersebut akan mendapatkan *creative brief* yang berisi hal-hal untuk membantu proses perancangan. Selanjutnya tahap yang dilakukan adalah membuat *mind map* dan *moodboard* yang akan menjadi acuan dalam pembuatan sketsa kasar. Dari sketsa kasar kemudian lanjut ke tahap desain komprehensif yang menghasilkan satu desain terpilih beserta penerapannya pada turunan visualnya. Setelah mendapatkan desain identitas visual terpilih berupa logo dengan kombinasi bentuk sederhana dari rumah, daun alpukat, dan juga senyuman yang merepresentasikan citra *homey*, elegan, serta *friendly* dengan tipografi berjenis serif “Cinzel” dan sans serif “Poppins”. Identitas visual ini menggunakan warna *warm earth tone* yaitu *dark sage* (hijau), *old copper* (coklat tua), *earth* (coklat muda), dan *beige* (krem). Identitas visual ini juga menggunakan *supergrafis pattern* berbentuk biji kopi dan daun alpukat. Langkah selanjutnya melakukan *testing* yang mendapatkan hasil bahwa perancangan ulang identitas visual Foca Kopi sudah sesuai dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi Foca Kopi.

**Kata kunci:** Foca Kopi, *Branding*, Identitas Visual, Kedai Kopi





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

## ABSTRACT

*Consumptive lifestyles due to modernization have affected various sectors, including the coffee industry. Coffee consumption in Indonesia, which is increasing, has created opportunities for the development of the coffee shop business. Foca Kopi, established in 2023 in Depok, offers a homey garden cafe experience that is elegant and friendly. However, Foca Kopi's current logo is still generic and does not reflect its brand image, so it requires a visual identity redesign to build a brand image that can increase brand awareness. The method used in this design is design thinking which includes define, ideate, prototype, and testing. The redesign process begins with mixed-method research through interviews, observations, questionnaires, and literature studies. This research also uses SWOT and STP analysis. From the acquisition of this data will get a creative brief that contains things to help the design process. The next step is to create a mind map and moodboard which will be a reference in making rough sketches. From the rough sketches then proceed to the comprehensive design stage which resulted in one selected design along with its application to its visual derivatives. After getting the selected visual identity design in the form of a logo with a combination of simple shapes of a house, avocado leaves, and also a smile that represents a homey, elegant, and friendly image with serif typefaces "Cinzel" and sans serif "Poppins". This visual identity uses warm earth tone colors, namely dark sage (green), old copper (dark brown), earth (light brown), and beige (beige). This visual identity also uses supergraphic patterns in the form of coffee beans and avocado leaves. The next step is to conduct testing, which shows that the redesign of Foca Kopi's visual identity is appropriate and solves the problems faced by Foca Kopi.*

**Keywords:** Foca Kopi, Branding, Visual Identity, Coffee Shop

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

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Perancangan Ulang Identitas Visual untuk Membangun Brand Image Foca Kopi”. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian tugas akhir ini

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing materi
5. Emmidia Djonaedi S.T, M.T,M.BA selaku dosen pembimbing teknis
6. Rachmadita Dwi Pramesti M.Ds. selaku dosen pembimbing akademik DG8C
7. Semua Dosen Program Studi Desain Grafis yang memberikan pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan pada Program Studi Desain Grafis, Politeknik Negeri Jakarta.
8. Foca Kopi yang telah menjadi klien pada penyusunan tugas akhir ini
9. Orang tua penulis, Bapak Marimun dan Ibu Indah yang telah mendukung secara batin maupun materi terhadap penulis
10. Hana Alifa Soewandi yang selalu memberikan dukungan mental dan menjadi sumber inspirasi terhadap penulis
11. Seluruh rekan-rekan Spectro dan Desain Grafis Angkatan 2020, terutama dari kelas 8C, yang sudah menjadi sahabat seperjuangan.

Jakarta, Agustus 2024

Amir Rafi Fadhilah





**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 .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT .....	v
PRAKATA .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat .....	4
1.4.1 Tujuan.....	4
1.4.2 Manfaat.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II</b>	
<b>LANDASAN PERANCANGAN .....</b>	<b>7</b>
2.1. Brand (Merek) dan Branding .....	7
2.2. Brand Image (Citra Merek).....	7
2.3. Brand Awareness (kesadaran merek).....	9
2.4. Identitas Visual.....	9
2.5. Elemen Identitas Visual .....	10
2.5.1 Logo .....	10
2.5.2 Warna .....	14
2.5.3 Tipografi.....	18
2.5.4 Supergraphic/Pola Grafis .....	22
2.6 Graphic Standard Manual.....	23
2.7 Semiotika Visual .....	25
2.8 Metode Riset Desain .....	25
2.9 Segmenting, Targeting, Positioning .....	27
<b>BAB III</b>	
<b>METODE PERANCANGAN.....</b>	<b>29</b>





**Hak Cipta :**

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

3.1 Metode Riset Desain .....	29
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	30
3.2.1 Wawancara .....	30
3.2.2 Kuesioner .....	31
3.2.3 Observasi .....	31
3.2.4 Studi literatur .....	31
3.3 Data dan Analisis .....	32
3.3.1 Profil Klien .....	32
3.3.2 Visi & Misi .....	32
3.3.3 Product Knowledge .....	33
3.3.4 Kompetitor .....	34
3.3.5 Consumer Insight .....	36
3.3.6 Analisis SWOT .....	38
3.3.7 Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning) .....	40
3.4 Arahkan Kreatif (Creative Brief) .....	41
<b>BAB IV</b>	
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Konsep Visual .....	45
4.2 Ideate .....	45
4.2.1 Mind Mapping .....	45
4.2.2 Moodboard .....	46
4.2.3 Sketsa Kasar .....	46
4.2.4 Eksplorasi Warna .....	50
4.2.5 Eksplorasi Tipografi .....	51
4.2.4 Desain Komprehensif .....	54
4.3 Prototype .....	57
4.3.1 Desain Komprehensif terpilih .....	57
4.3.2 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Logo .....	58
4.3.3 Graphic Standard Manual .....	62
4.4 Aplikasi Media Pendukung .....	68
4.4.1 Graphic Standard Manual .....	68
4.4.2 Apron Barista .....	68
4.4.3 Name Tag Dada .....	69
4.4.4 Signage .....	69
4.4.5 Standing Menu .....	70
4.4.6 Plastic Cup .....	70
4.4.7 Business Card .....	71
4.4.8 Tripod Banner .....	71



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

4.4.9 Instagram Post .....	72
4.5 Pertimbangan Produksi .....	72
4.6 Testing .....	73
4.6.1 Pengujian Similarity Image Logo .....	74
4.6.2 Pengujian Identitas Visual Kepada Klien dan Konsumen .....	74
4.7 Final Artwork .....	76
4.7.1 Logo .....	76
4.7.1 Warna .....	77
4.7.2 Tipografi .....	77
4.7.2 Supergraphic .....	78
4.7.3 Graphic Standard Manual .....	78
4.7.4 Penerapan Media Turunan .....	79
<b>BAB V</b>	
<b>PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
5.1 Simpulan .....	80
5.2 Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>87</b>

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**





**Hak Cipta :**

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

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Foca Kopi.....	2
Gambar 2.1 Contoh logo berjenis Logotype .....	10
Gambar 2.2 Contoh logo berjenis Lettermark.....	11
Gambar 2.3 Contoh logo berjenis Pictorial Symbol .....	11
Gambar 2.4 Contoh logo berjenis Abstract Symbol .....	12
Gambar 2.5 Contoh logo berjenis Non Representational Symbol .....	12
Gambar 2.6 Contoh logo berjenis Letterform Symbol.....	12
Gambar 2.7 Contoh logo berjenis Character Icon.....	13
Gambar 2.8 Contoh logo berjenis Emblem.....	13
Gambar 2.9 Contoh logo berjenis Combination Mark.....	14
Gambar 2.10 RGB.....	14
Gambar 2.11 CMYK.....	15
Gambar 2.12 Pigment Color Wheel Beserta Shade dan Tint-nya.....	16
Gambar 2.13 Klasifikasi dalam Tipografi.....	19
Gambar 2.14 Klasifikasi Tipografi.....	19
Gambar 2.15 Capeline, Meanline, Baseline .....	21
Gambar 2.16 Ascender, Descender .....	21
Gambar 2.17 X-height) .....	21
Gambar 2.18 Stem.....	22
Gambar 2.19 Loud Fest Supergraphic.....	23
Gambar 2.20 Design Thinkin.....	26
Gambar 3.1 Logo Foca Kopi.....	32
Gambar 3.2 Foca Kopi .....	33
Gambar 3.3 Logo Kisaran Kopi .....	34
Gambar 3.4 Logo Kopi Magma .....	35
Gambar 3.5 Logo Mostly Coffee and Kitchen.....	35
Gambar 3.6 Logo Palas Kopi .....	36
Gambar 4.1 Mindmap .....	45
Gambar 4.2 Moodboard .....	46
Gambar 4.3 Sketsa Kasar Logogram.....	47
Gambar 4.4 Sketsa Kasar Logo.....	47
Gambar 4.5 Sketsa Kasar Alternatif 1 .....	48
Gambar 4.6 Sketsa Kasar Alternatif 2.....	48
Gambar 4.7 Sketsa Kasar Alternatif 3.....	49
Gambar 4.8 Sketsa Kasar Alternatif 4.....	49
Gambar 4.9 Alternatif Warna 1 .....	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 4.10 Alternatif Warna 2.....	50
Gambar 4.11 Alternatif Warna 3.....	51
Gambar 4.12 Alternatif Serif 1.....	51
Gambar 4.13 Alternatif Serif 2.....	52
Gambar 4.14 Alternatif Serif 3.....	52
Gambar 4.15 Alternatif Sans Serif 1.....	53
Gambar 4.16 Alternatif Sans Serif 2.....	53
Gambar 4.17 Alternatif Sans Serif 3.....	53
Gambar 4.18 Desain Komprehensif 1.....	54
Gambar 4.19 Desain Komprehensif 2.....	55
Gambar 4.20 Desain Komprehensif 3.....	56
Gambar 4.21 Desain Terpilih.....	57
Gambar 4.22 Analisis Logomark.....	58
Gambar 4.23 Analisis Warna.....	60
Gambar 4.24 Analisis Lettermark.....	60
Gambar 4.25 Konsep Logo.....	62
Gambar 4.26 Warna Brand.....	62
Gambar 4.27 Penerapan Warna Logo.....	63
Gambar 4.28 Tipografi Foca Kopi.....	63
Gambar 4.29 Ukuran minimum logo.....	64
Gambar 4.30 Logo Clear Space.....	64
Gambar 4.31 Grid System Logo Foca Kopi.....	65
Gambar 4.32 Incorrect and Correct Use Logo.....	65
Gambar 4.33 Pattern Satu.....	67
Gambar 4.34 Pattern Dua).....	67
Gambar 4.35 Pattern Tiga.....	67
Gambar 4.36 Mockup GSM.....	68
Gambar 4.37 Mockup Apron Barista.....	68
Gambar 4.38 Mockup Name Tag Dada.....	69
Gambar 4.39 Mockup Signage.....	69
Gambar 4.40 Mockup Standing Menu.....	70
Gambar 4.41 Mockup Plastic Cup.....	70
Gambar 4.42 Mockup Business Card).....	71
Gambar 4.43 Mockup Tripod Banner.....	71
Gambar 4.44 Mockup Instagram Post.....	72
Gambar 4.45 Pengujian Similarity Image).....	74
Gambar 4.46 FAW Logo dan Penerapannya.....	76
Gambar 4.47 FAW Warna.....	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

Gambar 4.48 FAW Tipografi .....	77
Gambar 4.49 Tipografi Foca Kopi .....	78
Gambar 4.50 FAW GSM .....	78
Gambar 4.51 Penerapan Media Turunan Foca Kopi.....	79





**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 Hubungan Psikologis dari Warna terhadap Manusia .....	17
Tabel 3.1 Analisis SWOT .....	38
Tabel 3.2 Creative Brief .....	41
Tabel 4.1 Tabel Analisis Logomark Foca Kopi .....	58
Tabel 4.2 Tabel Analisis Warna Foca Kopi .....	60
Tabel 4.3 Tabel Analisis Lettermark Foca Kopi .....	61







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

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan Tugas Akhir:.....	87
Lampiran 2 Transkrip wawancara.....	90
Lampiran 3 Hasil data kuesioner consumer insight:.....	93
Lampiran 4 Hasil data kuesioner pada tahap testing:.....	100
Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarisme.....	108
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	109





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

*Lifestyle* konsumtif dari perilaku modernisasi membawa pengaruh bagi berbagai macam sektor, contohnya dalam industri kopi. Konsumsi kopi yang awalnya hanya terbatas pada lansia dan dewasa, khususnya pria. Namun, seiring berjalannya waktu, kini konsumsi kopi telah menjadi gaya hidup di berbagai kalangan baik muda dan tua (Fauzi, 2019). Mengacu pada data *International Coffee Organization* (ICO) Indonesia merupakan pengonsumsi kopi terbesar pada urutan lima di dunia pada tahun 2021. Terlihat dengan rekor besar pada jumlah konsumsi kopi di Indonesia pada tahun 2020/2021, pada tahun tersebut konsumsi kopi meningkat sebesar 4,04% dibandingkan konsumsi kopi saat periode sebelumnya yaitu 4,81 juta kantong dengan ukuran 60 kg menjadi 5 juta kantong dengan ukuran 60 kg (Dataindonesia.id, 2022).

Meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia telah membuka peluang bagi industri *coffee shop* untuk mengembangkan bisnis mereka. *coffee shop* kini semakin berkembang dengan strategi-strategi inovatif seperti identitas visual yang menarik berbagai pelanggan. *coffee shop* juga telah bertransformasi menjadi *public space*, dengan pelanggan yang memiliki berbagai tujuan saat mengunjungi *coffee shop*. Selain menikmati kopi, *coffee shop* juga menjadi tempat untuk menunggu seseorang, bertemu teman, mengerjakan tugas, berdiskusi dalam bisnis, *brainstorming* sebuah proyek, *hangout* dengan keluarga, bermain game online, menonton film di *platform streaming*, bersantai bersama teman, menghindari kemacetan lalu lintas, hingga melakukan *me time* (Krisnayana, 2020).

Seiring dengan berkembangnya industri *coffee shop* di Indonesia, maka semakin banyak merek *coffee shop* lokal yang bermunculan, salah satunya adalah Foca Kopi. Foca Kopi adalah merek *coffee shop* yang berdiri pada tahun 2023 dan berlokasi di Jalan Palakali Nomor 52, Tanah Baru, Kecamatan Beji, Kota Depok. Foca Kopi mengusung tema *garden cafe* dengan *semi outdoor*-nya. Menghadirkan kedai yang *homey*, hangat, dan juga sejuk serta menyajikan menu minuman dan





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

makanan ringan yang terjangkau menjadi poin yang ditonjolkan untuk menarik minat pelanggan meluangkan waktu bersantai di Foca Kopi.

Saat ini, Foca Kopi memiliki logo berjenis *combination mark* yang merupakan gabungan antara *logomark* dan *lettermark*. Foca Kopi ingin menghadirkan citra merek *homey*, *elegant*, dan menunjukkan kesan *friendly*. Citra *homey* ingin ditampilkan karena tempat usahanya merupakan halaman belakang yang luas dari rumah pemilik Foca Kopi dengan nuansa *nature* karena banyak pepohonan salah satunya sebuah pohon alpukat tertua pada rumah pemilik yang memiliki nilai historis bagi perjalanan hidup pemilik dan menjadi cikal bakal tercetusnya nama Foca Kopi sehingga dari nuansa tersebut menghadirkan *ambience* yang sangat nyaman seperti dirumah sendiri serta citra *elegant* juga ingin ditampilkan karena rumah yang digunakan bergaya lawas klasik yang memberikan kesan elegantis saat berada di Foca Kopi, serta pelayanan yang ramah dengan pendekatan secara *friendly*.



Gambar 1.1 Logo Foca Kopi  
Sumber: [Instagram.com/focakopi](https://www.instagram.com/focakopi)

Namun seiring berjalannya waktu pemilik menyadari bahwa identitas visual Foca Kopi belum dapat merepresentasikan citra merek mereka sebagai *coffee shop* yang *homey* dan *elegant* serta *coffee shop* yang *friendly*. Karena logo yang digunakan masih menggunakan *stock* logo di internet dan generik, dikhawatirkan memiliki kesamaan dengan merek lain sehingga memiliki dampak buruk yaitu terkena pelanggaran hak cipta. Sehingga, Foca Kopi membutuhkan logo yang



otentik untuk membangun citra merek dan merepresentasikan ciri khas mereka serta terhindar dari pelanggaran hak cipta.

Kegiatan *marketing* dan publikasi Foca Kopi adalah melalui sosial media Instagram, dan juga pemilik Foca Kopi masih sering bergantung terhadap relasi mereka. Jadi, pelanggan yang datang ke Foca Kopi sebagian besar merupakan relasi pemilik. Belum banyak masyarakat khususnya masyarakat kecamatan Beji mengetahui dan mengunjungi Foca Kopi. Foca Kopi juga belum memiliki *Graphic Standard Manual* sehingga tidak adanya acuan dalam penggunaan elemen visual merek seperti *guideline* logo, pengaplikasian font, pengaplikasian elemen visual seperti *supergraphic*, serta untuk kepentingan desain turunan berupa media promosi digital dan juga kemasan masih belum konsisten, sehingga menurut pemilik bahwa identitas visual yang ada kurang mencerminkan *brand image* dari Foca Kopi sehingga kurang meningkatkan *brand awareness* kepada pelanggan.

Menurut Kasali dalam Bibarochatu M. (2019) menyatakan bahwa identitas visual merupakan simbol perusahaan, simbol tersebut bertujuan agar konsumen dapat mengingatnya. Identitas visual juga sangat penting bagi perusahaan pada sektor jasa yang menjaga pelayanan, kredibilitas, dan keramahan manusia. Identitas visual memiliki fungsi agar perusahaan dapat tampil sebaik mungkin, karena kesan pertama yang tercipta oleh sebuah perusahaan tidak dapat dilupakan selamanya oleh konsumen (Nurliana & Akbar, 2022).

Oleh karena itu, menurut latar belakang yang telah dipaparkan diatas, dalam memperkenalkan Foca Kopi kepada masyarakat secara luas, diperlukan perancangan ulang identitas visual yang berkesan terhadap pelanggan dan mencerminkan Foca Kopi sebagai upaya dalam membangun *brand image* serta meningkatkan *brand awareness*. Dengan demikian, Foca Kopi dapat meningkatkan eksistensi dan dapat bersaing dengan kompetitor yang mempunyai identitas visual yang kuat. Identitas visual baru ini nantinya akan diaplikasikan ke berbagai media promosi, seperti postingan media sosial, barista kit, menu, dan tripod banner. Oleh karena itu, perancangan ulang identitas visual ini mencakup perancangan ulang logo Foca Kopi beserta turunan visualnya, akan menjadi fokus penelitian tugas



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



**Hak Cipta :**

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

akhir yang memiliki judul yaitu “Perancangan Ulang Identitas Visual untuk Membangun *Brand Image* Foca Kopi”.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan pada penjabaran masalah dalam latar belakang tugas akhir ini, rumusan masalah yang telah disimpulkan akan menjadi fokus penelitian tugas akhir yang berjudul yaitu “Bagaimana perancangan ulang identitas visual ini dapat membantu Foca Kopi dalam membangun *brand image*?”.

### 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dari penjelasan latar belakang dalam tugas akhir ini, penulis menentukan batasan pembahasan untuk menjaga fokus topik. Adapun beberapa batasan pengkajian yang meliputi:

1. Langkah-langkah dalam merancang ulang identitas visual dari Foca Kopi,
2. Penerapan teori-teori dalam graphic design pada saat merancang ulang identitas visual Foca Kopi.
3. Implementasi desain identitas visual Foca Kopi, yakni *Graphic Standard Manual* (GSM), logo, ilustrasi, gaya fotografi, elemen visual, dan media promosi pendukung baik cetak maupun digital.

### 1.4 Tujuan dan Manfaat

#### 1.4.1 Tujuan

1. Menguraikan langkah-langkah dalam merancang ulang identitas visual Foca Kopi
2. Menyajikan penerapan teori *graphic design* dalam merancang ulang identitas visual Foca Kopi;
3. Menganalisis dan menjabarkan desain akhir dari penelitian ini yang berupa logo, *Graphic Standard Manual* serta media promosi Foca Kopi.





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

### 1.4.2 Manfaat

#### 1. Manfaat Akademis

Menyajikan pembaca sebuah referensi yang diharapkan berguna dalam menambah wawasan dan informasi tentang langkah-langkah merancang ulang identitas visual pada tahap awal hingga tahap terakhir.

#### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan perancangan ulang identitas visual Foca Kopi dapat membantu konsistensi Foca Kopi dalam menerapkan identitas visual yang terbaru dan juga membangun *brand image* yang memiliki dampak positif dalam peningkatan *brand awareness*.

## 1.5 Sistematika Penulisan

### BABI: Pendahuluan

Bab satu dalam laporan ini mencakup latar belakang pembahasan, rumusan masalah, pembatasan bahasan, tujuan serta manfaat, dan struktur sistematis yang terdapat dalam penulisan tugas akhir ini.

### BAB II : Landasan Perancangan

Bab dua menerangkan penggunaan teori dalam langkah-langkah merancang ulang identitas visual Foca Kopi. Teori-teori yang digunakan merupakan teori yang telah tersedia dalam buku maupun jurnal. Adapun teori-teori yang digunakan adalah teori *branding (brand image dan brand awareness)*, teori identitas visual (logo, warna, tipografi, *supergraphic*), teori *graphic standard manual*, teori semiotika, teori STP (*segmenting, targeting, positioning*), dan teori metode riset desain yaitu *design thinking*.

### BAB III : Metode Perancangan

Bab tiga berisi tentang penggunaan *design thinking, consumer insight*, analisis SWOT, dan juga analisis STP sebagai metode perancangan yang akan digunakan dalam penulisan tugas akhir.

### BAB IV : Hasil dan Pembahasan



Bab empat merupakan hasil serta proses dalam merancang ulang visual Foca Kopi. Diawali dari tahap brainstorming hingga mengimplementasikan menjadi sebuah karya dengan proses pembahasan desain yaitu konsep visual, proses desain, hingga hasil akhir berupa logo, *graphic standard manual*, serta media turunan baik cetak maupun digital.

### **BAB V : Penutup**

Bab lima adalah penutup dari simpulan dan pembahasan yang telah ditulis dari tugas akhir perancangan ulang identitas Foca Kopi dan saran yang diharapkan memiliki manfaat kepada para pembaca.



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





**Hak Cipta :**

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

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Simpulan

Setelah menyelesaikan proses perancangan serta penulisan dengan penelitian berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Untuk Membangun Brand Image Foca Kopi” diperoleh solusi dari permasalahan pada bab 1 dan ringkasan dari hasil perancangan bab 4 yang disimpulkan sebagai berikut :

1. Proses perancangan ulang identitas visual Foca Kopi diawali dengan tahap *empathize* yaitu penggalan permasalahan yang dihadapi Foca Kopi karena belum memiliki identitas visual yang otentik, konsisten, dan mencerminkan citra merek mereka untuk disampaikan kepada konsumen yaitu sebuah *coffee shop* yang “Homey” dan “Elegan” namun juga berkesan “Friendly”. Penggalan data-data ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari proses wawancara bersama salah satu pemilik Foca Kopi, observasi secara langsung ke lokasi usaha dan riset kompetitor melalui internet, melakukan studi pustaka, dan menyebarkan kuesioner melalui Google Forms guna mendapatkan *consumer insight*. Selanjutnya melakukan tahap *define* dengan menganalisis perolehan data menggunakan analisis SWOT dan STP yang menghasilkan sebuah arahan kreatif. Arahan kreatif tersebut berisi mengenai hal-hal kreatif yang berguna dalam perancangan ulang identitas visual Foca Kopi. Setelah mendapatkan arahan kreatif, tahap berikutnya merupakan *ideate* yang dimulai dengan mencari konsep awal yaitu proses *mind mapping* untuk mendapatkan key visual untuk dijadikan sebuah acuan dalam membuat moodboard sebagai referensi visual. Setelah membuat moodboard, selanjutnya adalah membuat sketsa kasar yang berawal dengan mencari bentuk logogram sebanyak 40 sketsa, kemudian terpilih 12 logogram yang telah dikombinasikan dengan lettermark dan dikerucutkan kembali menjadi empat sketsa desain terbaik. Dari keempat sketsa logo tersebut kembali dikerucutkan menjadi tiga sketsa terbaik yang akan lanjut



pada proses desain komprehensif atau pembuatan desain secara digital. Dari tiga desain komprehensif terbaik kembali dilakukan pengerucutan yang terletak pada tahap *prototype* hingga terpilih satu desain logo yang paling mewakili Foca Kopi dan sesuai dengan arahan kreatif yaitu logo *combination mark* yang otentik dan merepresentasikan citra merek “Homey” dan “Elegant” serta menunjukkan kesan *friendly*. Dalam perancangan logo Foca Kopi menggunakan analisis Charles Sanders Peirce untuk memahami makna yang ingin disampaikan serta menghindari terjadinya salah membaca makna dari logo Foca Kopi tersebut. Pada logo Foca Kopi diambil 2 bentuk bagian yaitu daun alpukat dan biji kopi sebagai *pattern supergraphic* Foca Kopi yang berjumlah tiga dengan repetisi atau bentuk yang diulang-ulang..

2. Hasil dari perancangan ulang identitas visual Foca Kopi ini berupa buku *graphic standard manual* atau pedoman merek yang berisi aturan, acuan, serta tata cara penggunaan identitas visual Foca Kopi. Selain itu, identitas visual Foca Kopi juga diterapkan pada media turunan visual yang lain yaitu apron barista, name tag dada, signage neon box, standing menu, plastic cup, business card, tripod banner, dan instagram post. Melakukan pertimbangan produksi juga dilakukan guna memilih material serta ukuran yang akan digunakan sesuai dengan kemampuan klien. Kemudian setelah penerapan identitas visual pada media turunan visual dilakukanlah tahap terakhir yaitu *testing*, tahap ini bertujuan untuk melihat pendapat pemilik dan calon konsumen apakah desain yang telah dirancang sudah sesuai, menarik, dan merepresentasikan citra merek dari Foca Kopi atau belum. Setelah melakukan *testing* melalui wawancara dan kuesioner, didapatkan hasil data yang menunjukkan bahwa perancangan ulang identitas visual Foca Kopi sudah merepresentasikan citra mereknya yang dapat membangun *brand image* Foca Kopi serta bermanfaat dalam peningkatan *brand awareness* Foca Kopi.



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



## 5.2 Saran

Setelah melalui proses perancangan ulang identitas visual Foca Kopi, terdapat saran dari penulis yang disampaikan untuk menjadi referensi maupun pengerjaan proyek sejenis bagi pembaca yaitu:

1. Dalam melakukan perancangan ulang identitas visual pastikan segala bentuk aset yang di download dari internet seperti font wajib berlisensi *commercial use*. Hal ini guna menghindari klaim hak cipta oleh pemilik aset di kemudian hari yang dapat merugikan klien.
2. Perhatikanlah detail dalam melakukan perancangan identitas visual seperti menggali dan memastikan permasalahan yang dihadapi secara mendalam dan belajar memiliki *sense of belonging* saat mengerjakan suatu proyek guna mendapatkan hasil perancangan ulang secara maksimal.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, D. P., Pratiwi, P., & Utami, B. S. (2019). *Perancangan Corporate Identity Kampoeng Banyumili di Desa Gedangan*. 4.
- Andina, Y. (2020, March 11). *Apa Itu Graphic Standard Manual? Yuk Baca Penjelasan Lengkapnya!* Kreativv. <https://kreativv.com/graphic-standard-manual/>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Calvalie, F. J., Warjoyo, J. G., & Harjani, P. I. (2021). *Perancangan Ulang Identitas Visual dari Sebuah UMKM Produk Kue di Tangerang*. 4.
- Christian, J. E., & Natadjaja, L. (2022). ANALISIS PROSES DESAIN DI TEMPAT MAGANG DAN DI KULIAH DENGAN MENGGUNAKAN TEORI DESIGN THINKING. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1.
- Dataindonesia.id. (2022, September 29). *Konsumsi Kopi Indonesia Terbesar Kelima di Dunia pada 2021*. <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/konsumsi-kopi-indonesia-terbesar-kelima-di-dunia-pada-2021>
- Farida, E., Kholidah, N. R. J., & Sarjono, S. (2020). Penerapan Pembelajaran Psikologi Warna untuk Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Memilih Warna pada Desain Kemasan Produk Prodi Manajemen FEB UNISMA. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 10(1), 40. <https://doi.org/10.24036/011085220>





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

- Fauzi, E. P. (2019). KEDAI KOPI DAN KOMUNITAS SENI SEBAGAI WUJUD RUANG PUBLIK MODERN. *Jurnal Jurnalisa*, 5(1).  
<https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v5i1.9893>
- Hafidzan, M. A., Apsari, D., & Wahab, T. (2020). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL TAMAN KOTA 1 TANGERANG SELATAN MELALUI MEDIA INFORMASI. *e-Proceeding of Art & Design*, 7(2), 1694–1708.
- Izdiharuddin, M. D., & Aryanto, H. (2021). *PERANCANGAN TYPEFACE DISPLAY MOTIF KAIN KAPAL LAMPUNG DENGAN ACUAN GAGASAN NEO-INDONESIANA*. 3(1).
- Jaya, R. C., Aprilia, A. P., Ramdani, A. C., Aqila, A. A., Rinendaputri, A. A., Aulia, K., Amanda Putri, T. S., & Hafiar, H. (2024). Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce Terhadap Logo Perusahaan Goto Indonesia. *Journal of Digital Communication Science*, 2(1), 27–42.  
<https://doi.org/10.56956/jdes.v2i1.238>
- Justan, R., & Aziz, A. (2024). *Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Krisnayana, R. (2020). REALITAS BUDAYA NGOPI DI CAFE PADA REMAJA. *DIALEKTIKA*, 7(1), 51–64.  
<https://doi.org/10.32816/dialektika.v7i1.1423>
- Landa, R. (2019). *Graphic Design Solutions* (06 ed.). Cengage.
- Lusinta, A. D. A., Titin, T., & Azizah, L. N. (2019). ANALISIS SEGMENTING, TARGETING DAN POSITIONING UNTUK MERUMUSKAN





**Hak Cipta :**

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

STRATEGI PEMASARAN GLOBAL PADA UKM KACANG MEDE

“BAWANG MAS” SURABAYA. *JURNAL MANAJEMEN*, 4(2), 907.

<https://doi.org/10.30736/jpim.v4i2.249>

Nurliana, F., & Akbar, A. (2022). Perancangan Ulang Identitas Visual Kedai Kopi

Monotype untuk Membangun Brand Awareness dan Meningkatkan Citra

Brand Terhadap Konsumen. *Magenta / Official Journal STMK Trisakti*,

6(01), 867–891. <https://doi.org/10.61344/magenta.v6i01.83>

Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). FAKTOR-FAKTOR

YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST,

BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY.

*Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.

<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>

Ramadhani, A. (2021). *DESIGN OF COFFEE VISUAL IDENTITY AS A*

*PROMOTIONAL MEDIA*.

Ramdani, G. (2019). *Desain grafis* (1st ed.). IPB Press.

Restiawan Permana & Yusmawati. (2022). Semiotika Visual Logo Bumbu

Bamboe dan Perannya Sebagai Identitas Perusahaan.

*SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(1),

96–103. <https://doi.org/10.30738/sosio.v8i1.11807>

Rosita, D. Q. (2022). Analisis Tipografi pada Logotype dan Konten Instagram

@Souri.Bkk Signature Box. *Jurnal Desain*, 9(3), 415.

<https://doi.org/10.30998/jd.v9i3.11983>

Sayatman, S., Soewito, B. M., & Noordyanto, N. (2021). Pengembangan Konsep



## © 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

Brand Identity dan Visual System ITS yang Lebih Terintegrasi. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 20(1), 10.

[https://doi.org/10.12962/iptek\\_desain.v20i1.9329](https://doi.org/10.12962/iptek_desain.v20i1.9329)

Sudarso, S. (2022). ANALISIS IMPLEMENTASI SEGMENTING, TARGETING DAN POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI ABG SIDOARJO. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 5(1), 7. <https://doi.org/10.30587/jre.v5i1.3342>

Taufiqurrohmah, R. M. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Smartphone Realme Di Kecamatan Rembang. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 32–40.

Vivian, S. (2020). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck. *Jurnal Transaksi*, 12(1). <https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/transaksi/article/download/1992/1025>

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

### Lampiran 1 Lembar Bimbingan Tugas Akhir:

**a. Dosen Pembimbing 1 (satu)**

NAMA MAHASISWA: Amir Rafi Fadhilah

NAMA PEMBIMBING: Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si

JUDUL TUGAS AKHIR: Perancangan Ulang Identitas Visual Untuk Membangun Brand Image Foca Kopi

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	4/18/2024	1. Landasan argumen latar belakang di BAB 1 masih berdasarkan opini pribadi 2. Kurangnya studi literatur yang mendukung argumen 3. mulai dilakukan penulisan BAB 2	1.Merevisi Bab 1 dengan mengganti argumen pribadi berdasarkan studi literatur 2.Mulai melakukan penulisan BAB 2
2	5/6/2024	1. BAB 1 Sudah cukup baik, namun masih kurang menambahkan teori-teori yang mendukung pentingnya perancangan ulang identitas visual 2. Arahkan untuk mulai melakukan penulisan BAB 3	1. Melakukan penambahan teori-teori pendukung yang ada di jurnal. 2. Memprioritaskan terlebih dahulu BAB 3 namun tetap mencilil penulisan BAB 2 3. Membuat kuesioner untuk mendapatkan consumer insight
3	5/14/2024	1. Kerangka teori pada BAB 2 perlu di revisi mengenai teori makro dan mikronya	1. merevisi keori dengan melengkapi teori teori yang digunakan 2. pertemuan selanjutnya bimbingan mengenai pertanyaan kuesioner





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

4	5/21/2024	1. Diberikan masukan mengenai pertanyaan kuesioner <i>consumer insight</i> untuk BAB 3, untuk menggunakan sistem skala 1-5 pada beberapa pertanyaan	1. Merevisi pertanyaan kuesioner dan menyebarkannya kepada calon responden
5	5/22/2024	1. Setelah di dapat hasil kuesioner untuk BAB 3, diarahkan oleh dosen pembimbing bagaimana mengolah data tersebut untuk <i>consumer insight</i>	1. menulis <i>consumer insight</i> dari hasil kuesioner yang di dapatkan
6	5/27/2024	1. Diarahkan untuk menjelaskan SWOT agar lebih sesuai lagi 2. Diberikan arahan untuk memfinalisasi dan menambahkan bagian-bagian yang kurang seperti lampiran	1. Finalisasi SWOT 2. Finalisasi BAB 1-3
7	7/16/2024	1. Sketsa manual dibedakan kembali stylenya jangan sama	1. Cari alternatif sketsa manual
8	7/23/2024	sketsa manual sudah oke dan lanjut ke desain komprehensif terpilih dan membuat gsm	membuat desain komprehensif dan gsm
9	7/30/2024	gsm kurang correct logo use dan ganti warna hijaunya di urutan pertama dan lanjut menerapkan pada mockup media turunan visual serta membuat testing	merevisi gsm merubah urutan warna pada gsm dan menerapkan identitas pada media turunan kemudian testing wawancara dan membuatkuesioner
10	8/1/2024	kuesioner testing sudah oke, ganti jawaban menjadi skala	menggati jawaban testing ke skala
11	8/6/2024	tambahkan FAW, gsm sudah oke, media turunan yang dicetak	menambahkan FAW pada 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		sudah oke	
12	8/7/2024	sudah aman boleh daftar sidang	daftar sidang

b. Dosen Pembimbing 2 (dua)

NAMA MAHASISWA: Amir Rafi Fadhilah

NAMA PEMBIMBING: Emmidia Djonaedi S.T, M.T,M.BA

JUDUL TUGAS AKHIR: Perancangan Ulang Identitas Visual Untuk Membangun Brand Image Foca Kopi

BIMBING AN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	5/25/2024	1. Penulisan kata asing menjadi italic pada BAB 1-2 2. Pengurangan kalimat yang tidak diperlukan BAB 1-2 3. Parafrase kalimat yang kurang enak di baca	1. Perbaiki penulisan bahasa asing, 2. Menggunakan kalimat yang efektif, 3. Parafrase kalimat yang kurang enak dibaca
2	5/27/2024	1. Diarahkan untuk menggunakan gambar yang dapat di buat secara pribadi BAB 1-3	1. Mengganti gambar yang dapat dibuat secara pribadi
3	8/5/2024	judul gambar jadi satu halaman penulisan asing italic perbaiki pengutipan perbaiki typo tabel terpisah diberikan judul kembali perbaiki jarak judul	memperbaikis esuai dengan arahan
		perbaiki typo tabel terpisah diberikan judul kembali perbaiki jarak judul	





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

**Lampiran 2 Transkrip wawancara:**

Nama : Alexander Akbar Wulan

Jenis kelamin : Laki-laki

Jabatan : Owner Foca Kopi

Tanggal wawancara : Minggu, 6 maret 2024

**1. Apa sih yang menjadi sejarah berdirinya Foca Kopi?**

Jadi pertama itu gue di pitching sama temen gue nabil dan zidan karena dia punya ide buat bikin *coffee shop* tapi terhalang sama lokasi, nah mereka bilang gimana kalo kita joinan bikin *coffee shop* tapi di rumah gue (Alex), gue setuju setelah dia pitching konsepnya (diomongin nya bareng bareng juga sih). Terus pas lagi nyari nama gue kepikiran dirumah gue kan ada pohon alpukat kan kita sepakat tuh ambil kata Foca dari Avocado dan dipikir pikir bagus juga akhirnya kita pake nama itu. Abis itu desember 2023 kita resmi buka dengan nama Foca Kopi.

**2. Apa sih yang membuat Foca Kopi beda dari yang lain?**

Agak susah kalo kita bilang Foca Kopi ini beda banget dari yang lain, karena trend perkopian ini udah banyak banget lah di indonesia, tapi mungkin ada sedikit hal-hal yang buat kita tampil beda, kita hadirin nih *coffee shop* yang punya ambience beda nih yang homey, kaya taman, kaya rumah sendiri kita juga mau anggap costumer kaya sahabat aja main kerumah gue makanya kita sebut customer itu #sahabatfoca, kita juga bikin kopi susu kekinian kaya tuku dan kopken tapi kita dirumahan dan bisa press budget, makanya kita bisa bikin kopi yang pake biji berkualitas tapi harga sangat terjangkau disini.

**3. Boleh dijelaskan visi dan misi dari Foca Kopi?**

Ini obrolan yang cukup panjang juga nih karena bertiga sama temen kita mau bikin Foca Kopi ini seprofesional mungkin, kalo visinya dari hasil diskusi sih. Visi nya Menjadikan foca kopi sebagai Tempat dan Rasa untuk dikenang bagi para Pelanggan, dengan memberikan pelayanan yang terbaik, produk yang berkualitas serta tempat dan atmosfir yang nyaman, sehingga menjadikan foca kopi sebagai salah satu pilihan utama hangout.

kalo misinya Kami pertama berkomitmen untuk membentuk tim yang solid yang dapat melayani secara profesional serta mempunyai etika bisnis yang baik.



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

Kedua, Menjaga standarisasi dalam menyediakan makanan dan minuman yang segar, bervariasi dan higienis dengan harga yang bersaing. Soalnya kopi kita disini mix house blend 50% robusta & 50% arabica yang memang di tujukan untuk kopi kekinian Ketiga, menciptakan atmosfer yang natural dan relax dengan fasilitas-fasilitas yang simple demi meningkatkan kenyamanan pelanggan. Keempat, kami berkeyakinan bahwa kepuasan pelanggan, adalah kunci untuk keberhasilan foca kopi dalam memperoleh keuntungan, mempertahankan keberadaan dan mencapai pertumbuhan. Kualitas dan kepuasan pelanggan juga

#### 4. Kalo *target audience* dari Foca Kopi sendiri itu siapa ?

Target audience kita itu pelajar/mahasiswa sama pekerja si , karena kita bukanya malem jadi menurut kita cocok nih buat pekerja sama mahasiswa ini bersantai disini. Biasanya umur 17-40 tahun si yang datang kesini itu juga kadang masih dari kenalan kita belum organik makanya kita pengen nih dirancang ulang identitas visualnya

#### 5. Menurut bro Alex, Perancangan identitas visual ini pada suatu brand bisa meningkatkan citra merek ngga?

Menurut gue bisa banget ya karena kalo identitas visualnya bagus kita juga bisa terlihat profesional dan citra merek kan berarti wajah merek, sebelum calon customer masuk kan pasti lihat logonya dulu, kalo logonya kurang representatif ya calon konsumen juga ragu buat mengunjunginya.

#### 6. Menurut bro Alex, Foca Kopi perlu ngga dilakukan perancangan ulang identitas visualnya ?

Perlu banget sih, dengan adanya bro amir ini ngebantu kita banget karena kita bertiga skillnya belum sampai nih dan kita juga masih struggle untuk ngurusin hal hal visual, makanya logo kita seadanya juga masih generik dan ada yang ambil dari internet, kita juga belum konsisten, kita juga ngerasa logo ini belum merepresentasikan Foca Kopi banget lah jadi mungkin orang orang juga engga tau kalo ada *coffee shop* disini, kita juga di sosial media belum konsisten penerapan desain deainnya,

#### 7. Kalau menurut bro Alex, apa sih yang diharapkan dengan logo baru Foca Kopi nantinya?





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

Tentunya bisa mencerminkan Foca Kopi sih soalnya kan logo yang pertama kali dilihat oleh customer nih sebagai pintu awal gitu. Foca Kopi kan ambienya yang homey, kita juga menghadirkan suasana yang *friendly*, tetep memasukan unsur elegan di logo, tapi gue juga mau walaupun elegan customer juga ga bilang kopi kita mahal, karena positioning kita kira kira di SES C-B lah pelajar/mahasiswa dan para pekerja. Soalnya kalo dilihat dari logo yang sekarang nih belum cerminin foca kopi tapi di logo baru kita mau tetep masukin unsur pohon alpukat dirumah gue yang jadi sejarah terbentuknya nama Foca dari avocado (alpukat). Kita juga berharap logo baru ini bisa menggambarkan suasana lingkungan ini homey, *friendly*, sama elegan buat dapetin kesan profesional sesuai visi misi kita nanti.

### 8. Nantinya saat perancangan ulang identitas visual, apa sih warna, font, ornamen visual yang Foca Kopi banget?

Kita bertiga juga udah diskusi bareng sih, kita sepakat milih warna broken white cerminin higienis, sage green karena kita banyak pohon dan rerumputan disini, sama *beige* kesannya elegan gitu berarti tonenya tuh warna earthy gitu ya kan. Kalo font tetep pake jenis yang sama kaya logo lama yaitu serif, kalo ornamen ornamen kita maunya sih ada kopi kopinya gitu pohon alpukat juga mungkin dari daun atau apanya tapi nggak sampe buahnya.

### 9. Nah saat perancangan identitas visual nantinya pasti akan diterapkan pada banyak media turunan, apa aja sih yang diinginkan Foca Kopi?

Mungkin kita mau di aplikasikan di kemasannya juga ada logo baru kita, menu board, standing banner, apron barista juga pengen sih kita biar kita makin terlihat profesional.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

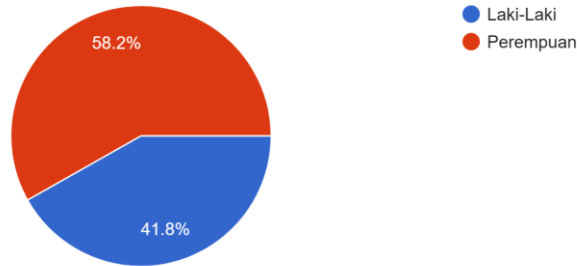
### Hak Cipta :

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

### Lampiran 3 Hasil data kuesioner consumer insight:

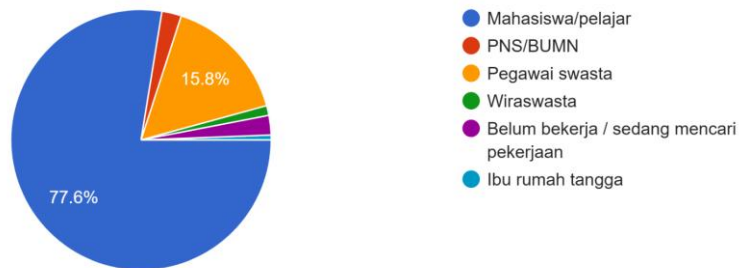
Jenis kelamin

165 responses



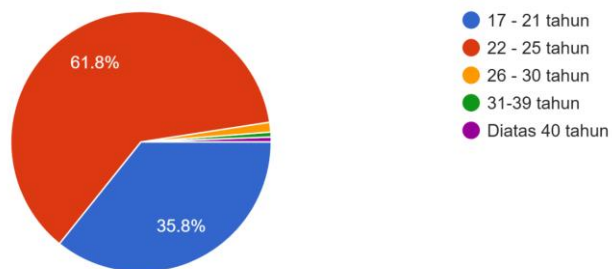
Pekerjaan responden

165 responses



Usia

165 responses





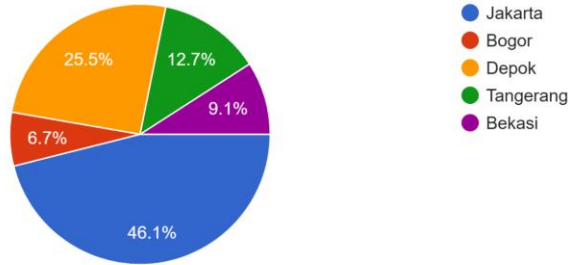


**Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta**

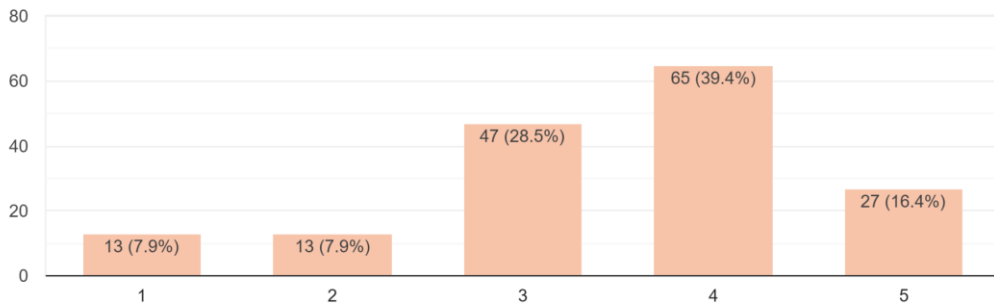
**Hak Cipta :**

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

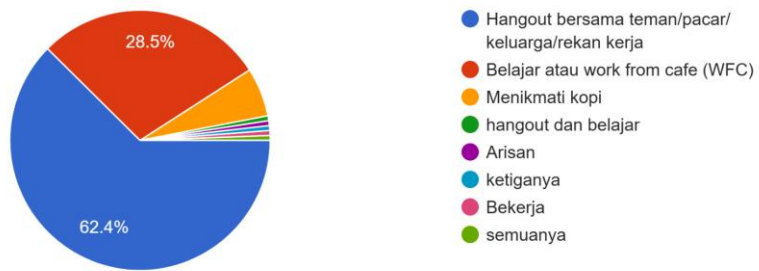
Domisili responden  
165 responses



Seberapa sering anda mengunjungi coffee shop?  
165 responses



Aktivitas apa yang anda lakukan saat di coffee shop?  
165 responses





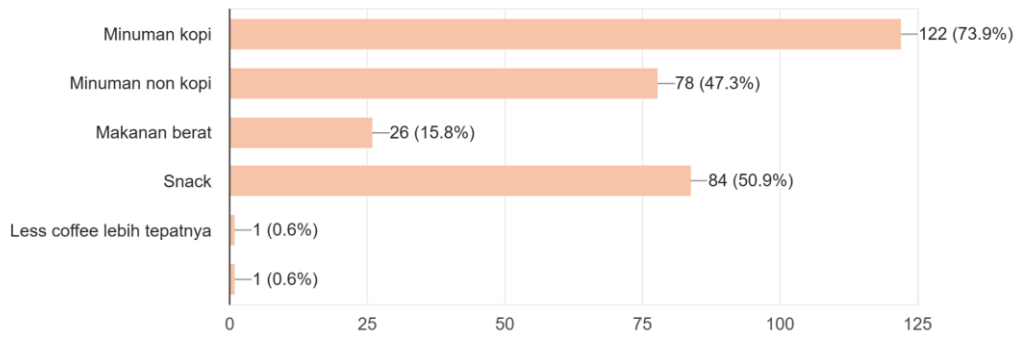
**Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta**

**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

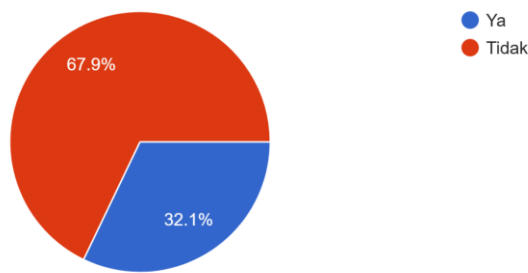
Jenis minuman/makanan apa yang biasa kalian pesan jika mengunjungi coffee shop? (bisa pilih lebih dari satu)

165 responses



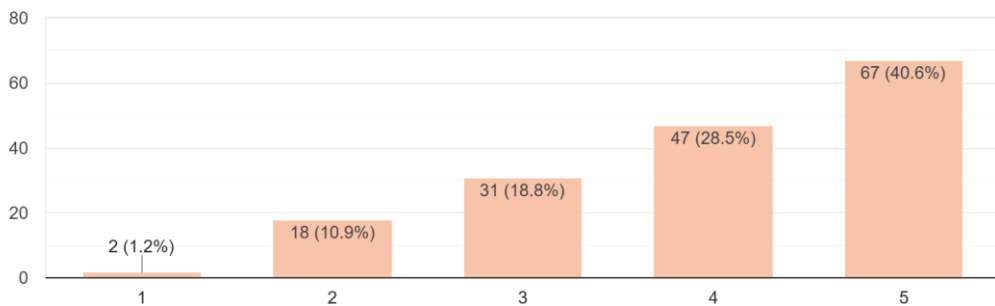
Apakah Anda mengetahui Foca Kopi? <https://www.instagram.com/focakopi/>

165 responses



Foca Kopi memerlukan perancangan ulang identitas visual (logo, tipografi, warna, supergraphic)

165 responses







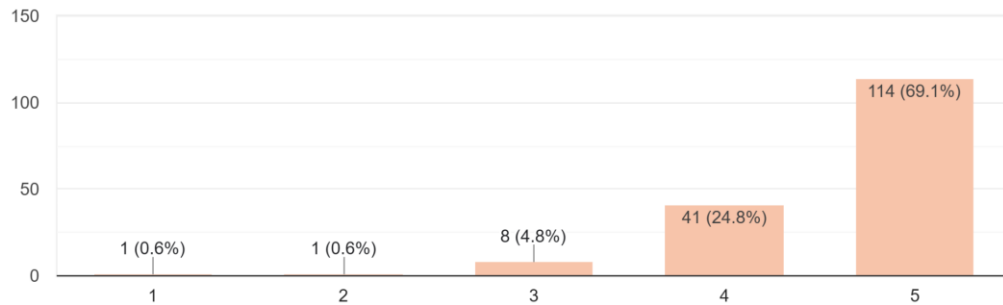
## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### 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

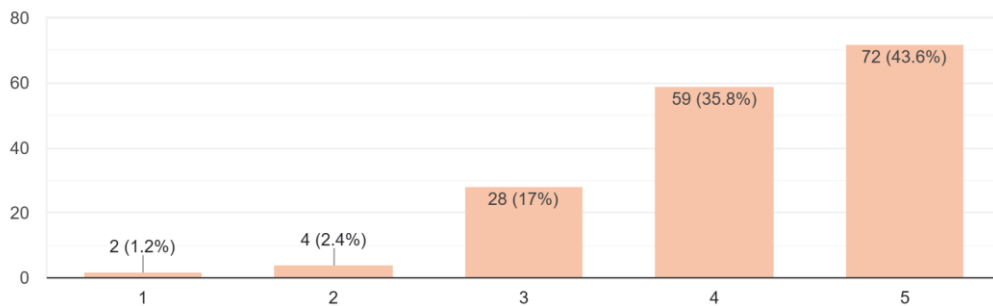
Identitas visual (logo,tipografi,warna,supergraphic) dibutuhkan oleh sebuah Coffee Shop untuk membangun citra sebuah brand

165 responses



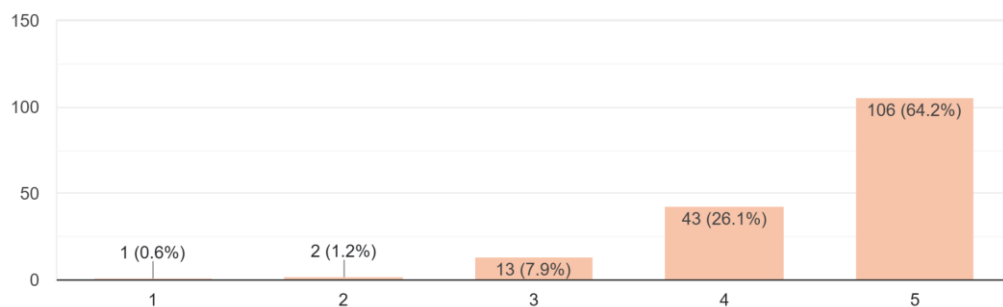
Identitas visual (logo,tipografi,warna,supergraphic) sebuah coffee shop dapat mempengaruhi seseorang untuk mengunjunginya

165 responses



Identitas visual (logo,tipografi,warna,supergraphic) dapat menjadi faktor pembeda dari coffeeshop yang lain?

165 responses





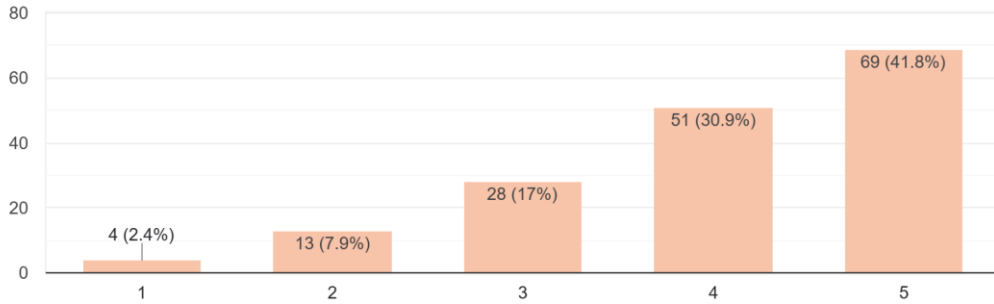
**Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta**

**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

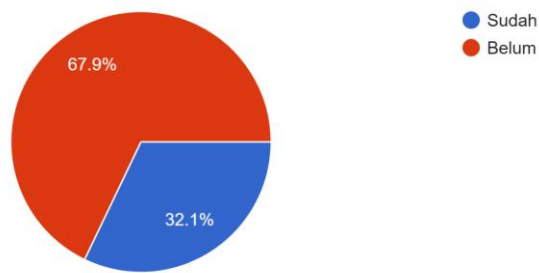
Identitas visual (logo, tipografi, warna, supergraphic) yang menarik membuat seseorang merekomendasikan sebuah coffeeshop kepada teman/keluarga

165 responses



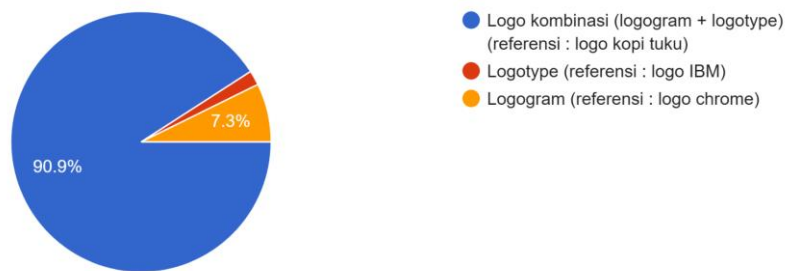
Menurut Anda, apakah logo Foca Kopi sudah mencerminkan kesan "elegant" dan "homey"

165 responses



Jenis logo apa yang cocok untuk Foca Kopi?

165 responses







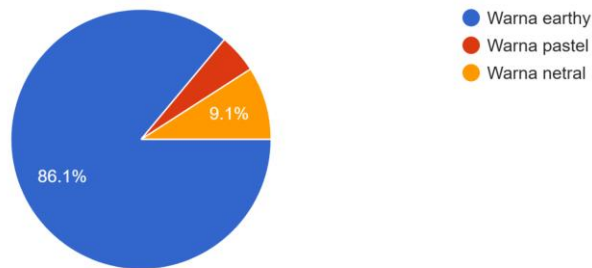
## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### 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

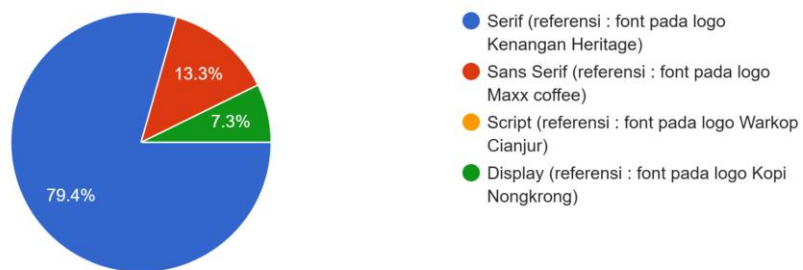
Tone warna seperti apa yang menggambarkan kesan "elegant" dan "homey" untuk Foca Kopi

165 responses



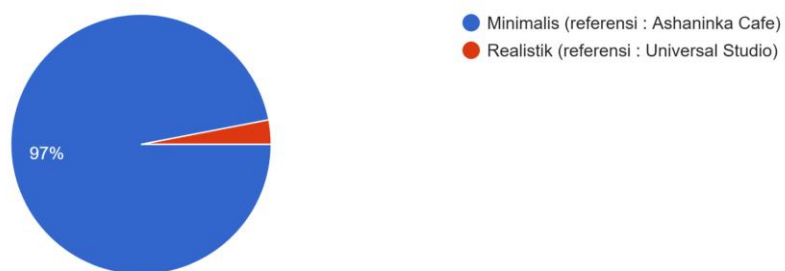
Jenis font apa yang cocok untuk logo Foca Kopi?

165 responses



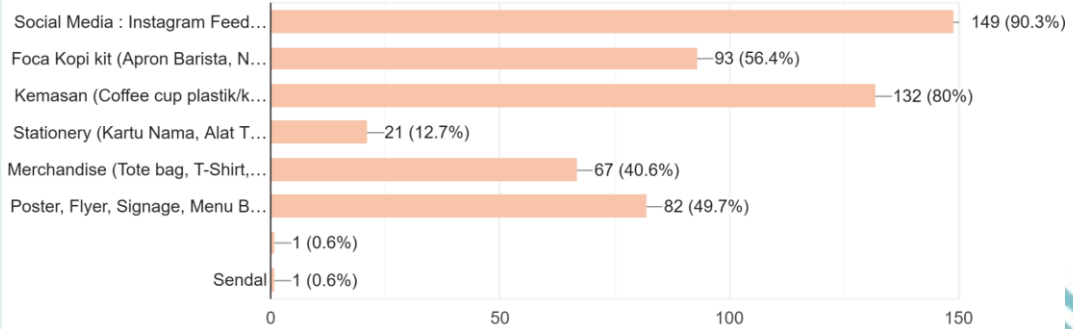
Jenis ilustrasi (gambar) mana yang cocok untuk logo Foca Kopi?

165 responses



Menurut Anda, media apa yang tepat sebagai media turunan visual Foca Kopi? (Bisa pilih lebih dari satu)

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







## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

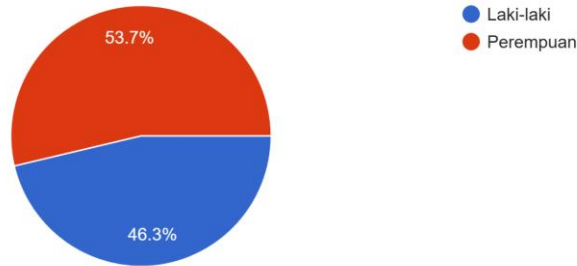
### Hak Cipta :

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

### Lampiran 4 Hasil data kuesioner pada tahap testing:

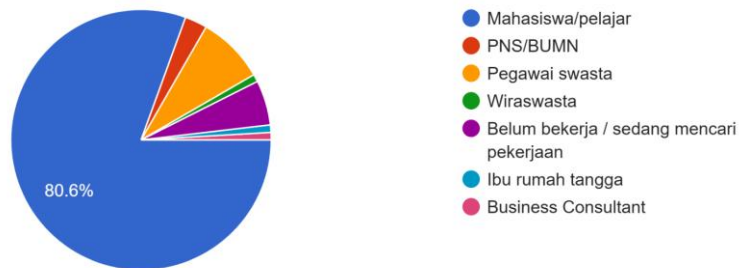
Jenis Kelamin

108 responses



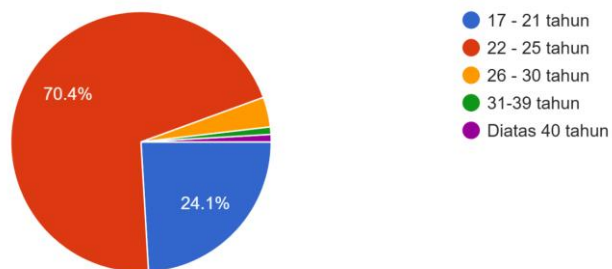
Pekerjaan responden

108 responses



Usia

108 responses





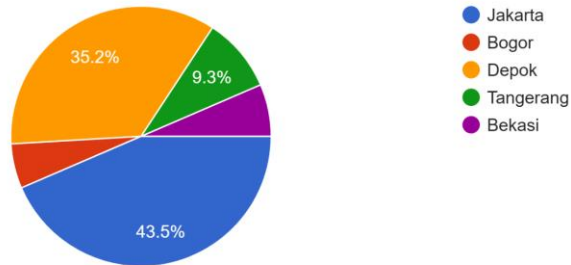
## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

### Domisili responden

108 responses



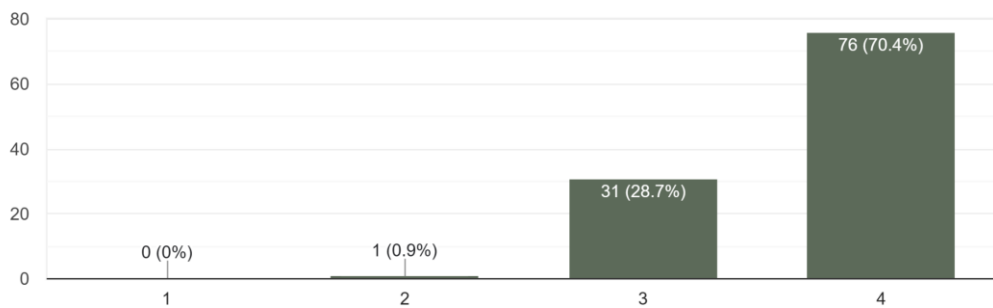
### Apakah Anda sering mengunjungi coffee shop?

108 responses



### Desain logo baru Foca Kopi sudah mencerminkan sebuah coffee shop

108 responses





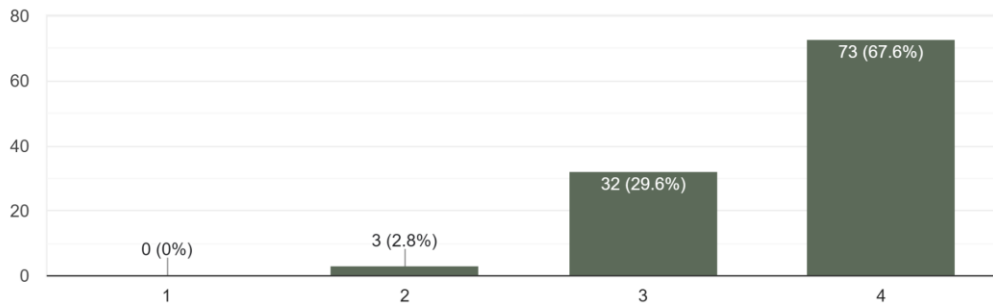
## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### 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

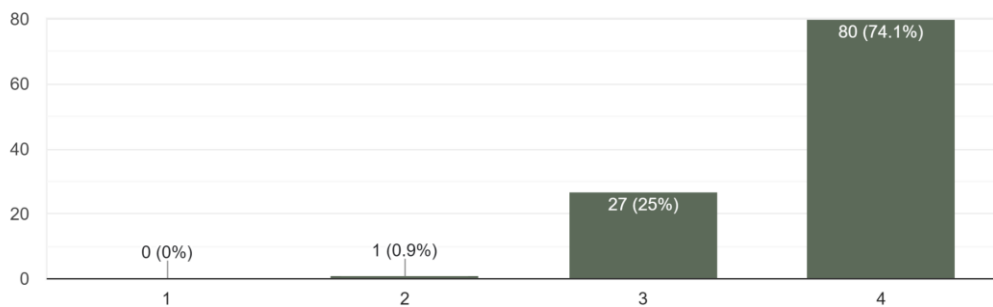
Desain logo baru Foca Kopi sudah merepresentasikan citra "homey" dan "elegant" serta dapat menunjukkan sisi "friendly"

108 responses



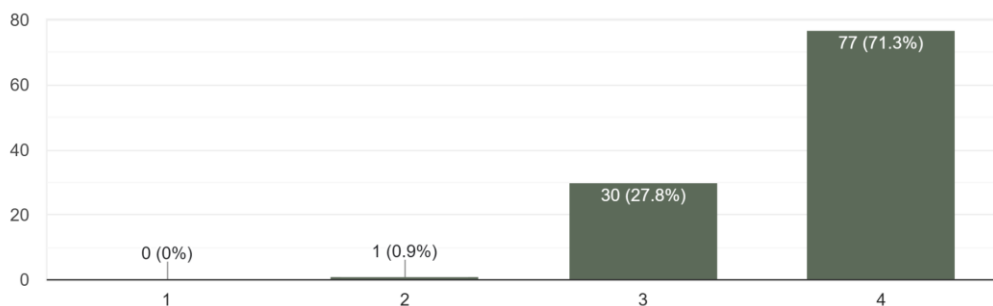
Desain logo baru Foca Kopi sudah baik dari segi estetika (menarik)

108 responses



Warna brand (earth tone) Foca Kopi sudah merepresentasikan citra "homey" dan "elegant" serta dapat menunjukkan sisi "friendly"

108 responses







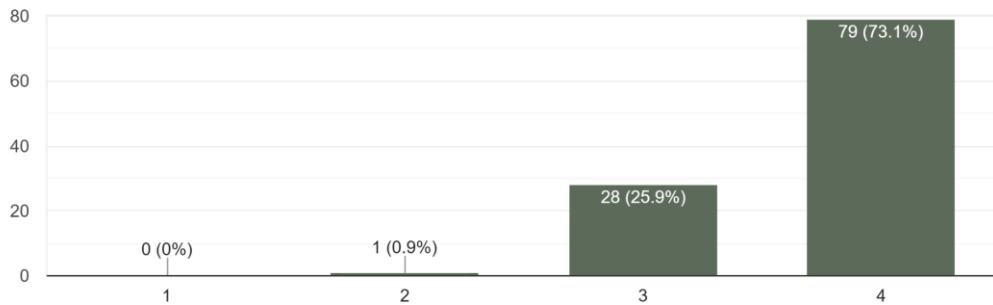
## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### 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

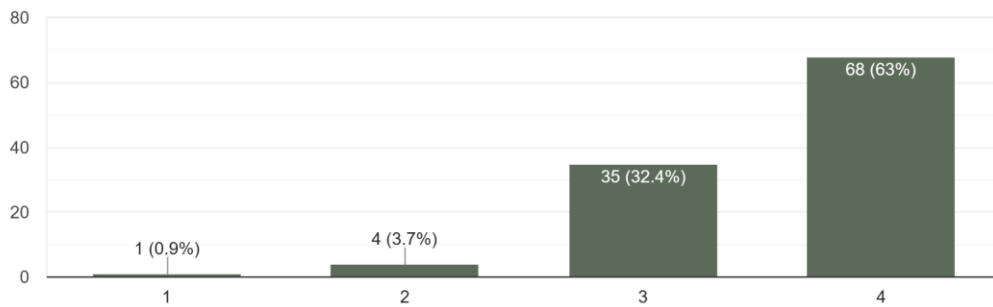
Warna brand (earth tone) Foca Kopi sudah tepat dan menarik

108 responses



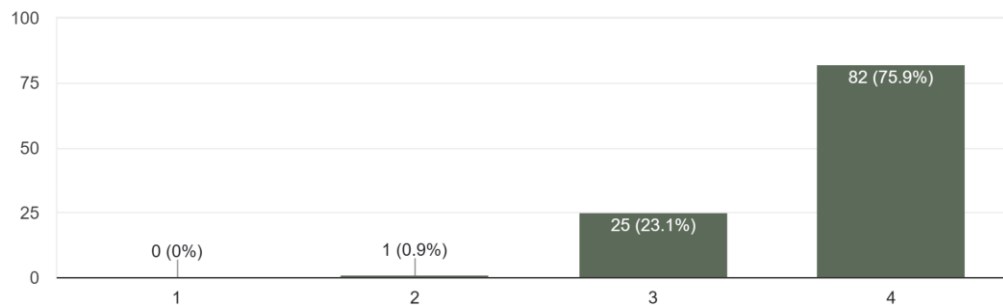
Tipografi Foca Kopi sudah merepresentasikan citra "homey" dan "elegant" serta dapat menunjukkan sisi "friendly"

108 responses



Tipografi Foca Kopi sudah memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi

108 responses





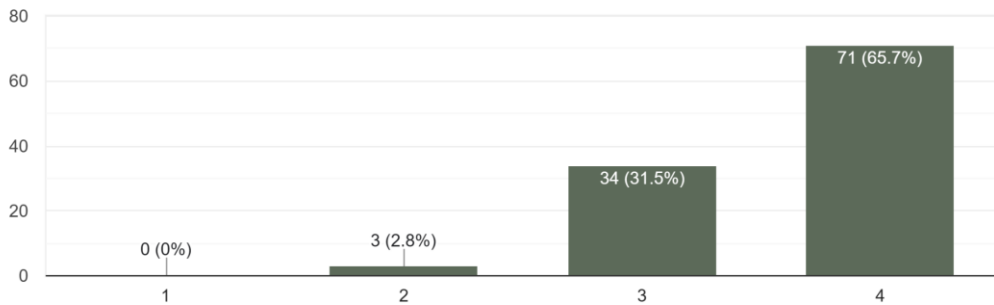
**© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta**

**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

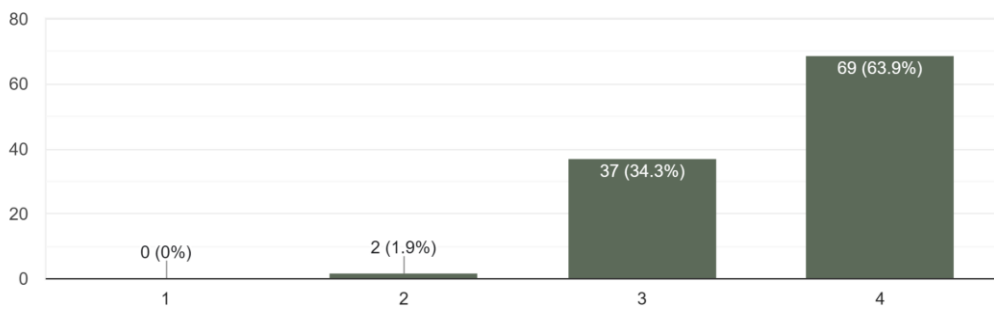
Pemilihan font tipografi Foca Kopi sudah tepat dan menarik

108 responses



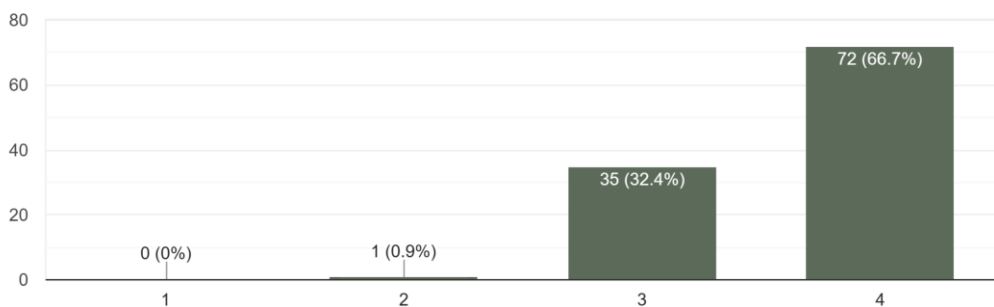
Supergraphic (pattern) yang digunakan sudah sesuai diterapkan pada identitas visual Foca Kopi

108 responses



Supergraphic (pattern) Foca Kopi sudah tepat dan menarik

108 responses





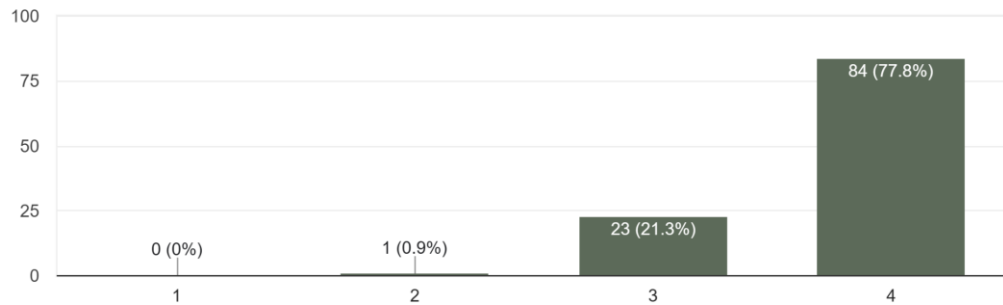
## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

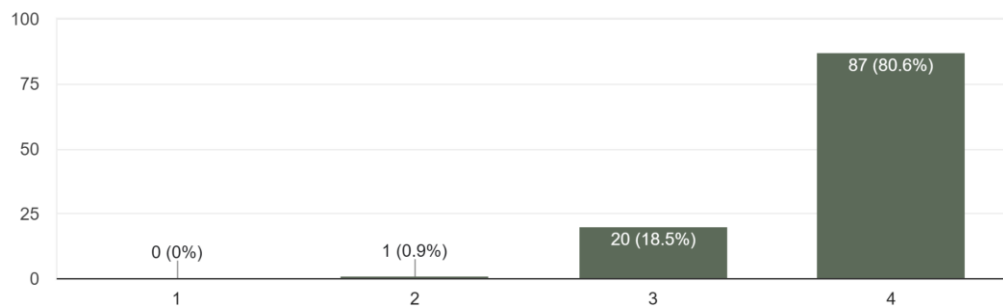
### Penerapan identitas visual Foca Kopi pada apron barista sudah tepat dan menarik

108 responses



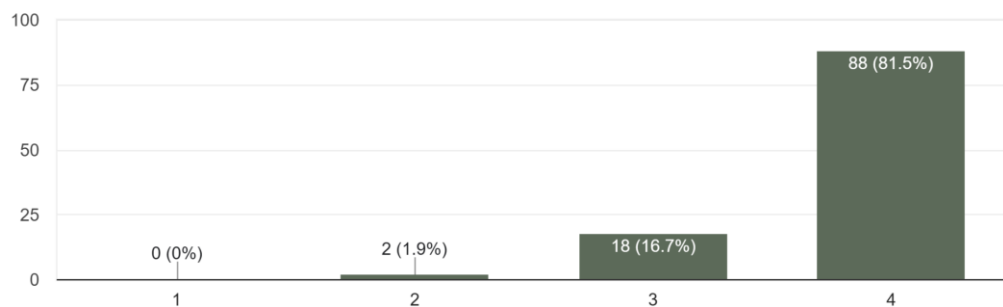
### Penerapan identitas visual Foca Kopi pada name tag dada sudah tepat dan menarik

108 responses



### Penerapan identitas visual Foca Kopi pada signage sudah tepat dan menarik

108 responses







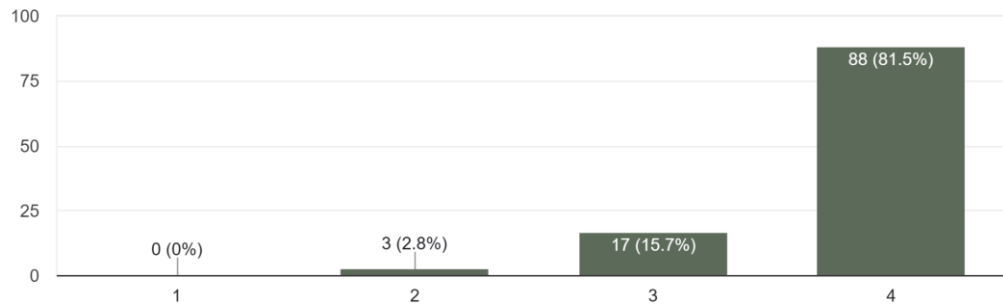
## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

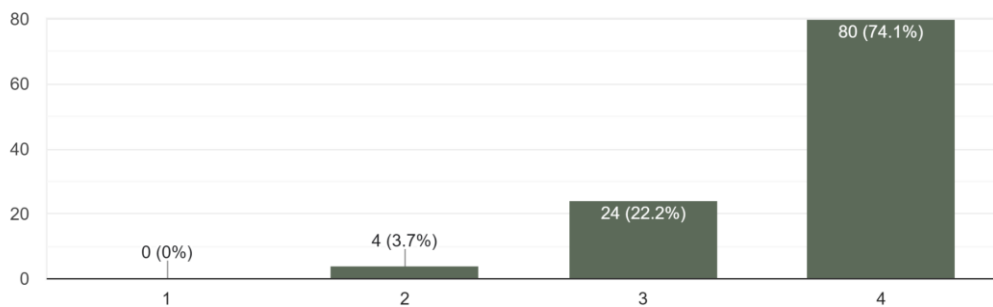
Penerapan identitas visual Foca Kopi pada standing menu sudah tepat dan menarik

108 responses



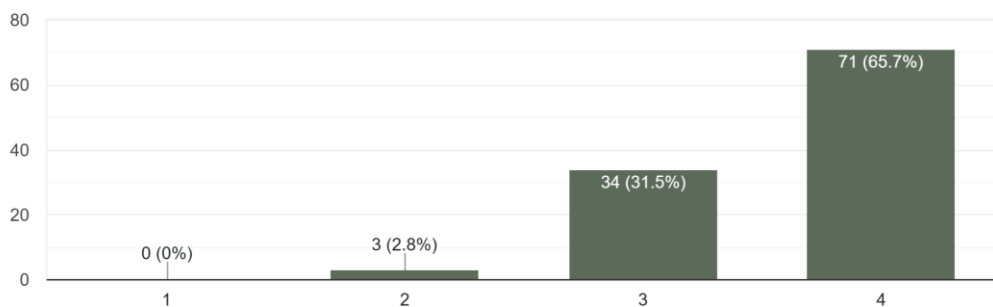
Penerapan identitas visual Foca Kopi pada plastic cup sudah tepat dan menarik

108 responses



Penerapan identitas visual Foca Kopi pada tripod banner sudah tepat dan menarik

108 responses





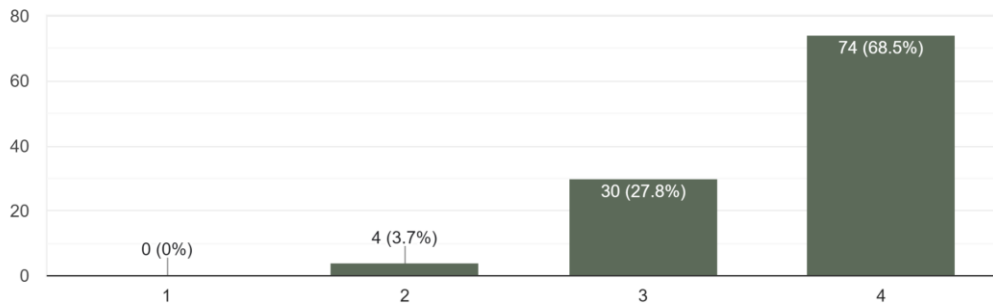
## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

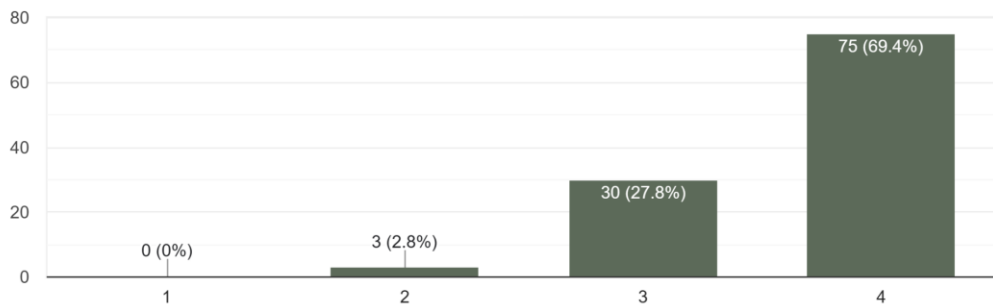
Penerapan identitas visual Foca Kopi pada instagram post sudah tepat dan menarik

108 responses



Penerapan identitas visual Foca Kopi pada instagram post sudah mencerminkan sebuah coffee shop

108 responses



NEGERI  
JAKARTA




## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

## Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarisme


Similarity Report ID: oid:3618:64066790

**11% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 11% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

---

**TOP SOURCES**

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

1	<b>repository.pnj.ac.id</b> Internet	5%
2	<b>digilibadmin.unismuh.ac.id</b> Internet	<1%
3	<b>pdfcoffee.com</b> Internet	<1%
4	<b>kreativv.com</b> Internet	<1%
5	<b>trijurnal.llemlit.trisakti.ac.id</b> Internet	<1%
6	<b>jurnal.trisaktimultimedia.ac.id</b> Internet	<1%
7	<b>repository.stei.ac.id</b> Internet	<1%
8	<b>123dok.com</b> Internet	<1%





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup



# Amir Rafi Fadhilah

A third-year Graphic Design student at Jakarta State Polytechnic with 1 year of works experience in graphic design. My enthusiasm for learning and developing myself and have an interest in joining internship programs at major companies and creative agency in graphic designer position. Familiar in operating Adobe design tools and having good abilities in creative thinking, communication, and can collaborate with teams or individually to solve problems.



#### Education

D4 - Graphic Design 2020 - Present  
Jakarta State Polytechnic

#### Training & Courses

Job Training of Intermediate Graphic Designer  
PKKP Jakarta

#### Certification

Intermediate Graphic Design 2022 - 2025  
BNPSP (Indonesia Professional Certification Authority)

#### Software Skill

Ai
Ps
Pr
Vn
Canva

#### Working Experience

STICKEARN - Jakarta Aug 2023 - Jan 2024  
Graphic Designer / Internship

POLLAR PROJECT - Surabaya Nov 2022 - Jun 2023  
Graphic Designer / Part Time Remote

MASSIVEIDN - Depok Nov 2021 - Mar 2022  
Graphic Designer / Freelance

#### Volunteer Experience

PEMIRA TGP 2022 Sep 2022 - Jan 2023  
Graphic Designer

PASARAME TGP 2022 Jul 2022 - Aug 2022  
Graphic Designer

THRONE 2020 Nov 2020 - Feb 2021  
Head of Photography



East Jakarta,  
Indonesia  
13760

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

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA