



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

## TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

### PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PADA BRAND CHICK'O



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

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Oleh:  
**KRESNA ADI PUTRA**  
1906421045

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

**LEMBAR PERSETUJUAN  
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas Visual Pada Brand Chick'O  
Penulis : Kresna Adi Putra  
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, 07 Agustus 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Anggi Anggarini, M.Ds

NIP. 198503162010122002

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

NIP. 199106232022032014



© 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

**LEMBAR PENGESAHAN**


**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PADA BRAND CHICK'O**


Oleh:  
KRESNA ADI PUTRA  
1906421045

Disahkan:

Depok, 16 Agustus 2024  
Penguji I


Penguji II

  
Andriyanto, S.E., M.Kom  
NIP. 23272015100119730629

  
Ade Haryani, S.E., M.M  
NIP. 196601121998022001

Ketua Jurusan  
Teknik Grafika dan Penerbitan



  
D. 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 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 IDENTITAS VISUAL PADA BRAND CHICK'O

merupakan hasil karya saya.

Saya menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir ini sepenuhnya merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya memastikan bahwa dalam laporan ini tidak ada karya orang lain yang pernah digunakan untuk mendapatkan gelar di institusi manapun, dan sejauh yang saya ketahui, tidak ada karya atau pendapat orang lain yang pernah ditulis atau diterbitkan kecuali secara eksplisit dirujuk dalam laporan ini dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Jika pernyataan ini terbukti tidak benar, saya siap menerima sanksi akademik yang berlaku.

Depok, 19 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Kresna Adi Putra  
1906421045



**Hak Cipta :**

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

## PRAKATA

Penulis mengucapkan segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan petunjuk-Nya, yang memungkinkan penulis menyelesaikan proposal tugas akhir yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Pada Brand Chick’O”. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan selama penyusunan proposal ini, antara lain:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., yang menjabat sebagai Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng, yang menjabat sebagai Ketua Jurusan Teknik Grafika Penerbitan dan Ibu Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds, sebagai ketua program studi Desain Grafis, yang telah memberikan bantuan dan arahan yang berharga kepada penulis.
3. Ibu Anggi Anggarini, M.Ds selaku Dosen pembimbing I (pertama) yang telah memberikan bimbingan secara sabar dalam penulisan dan penyusunan proposal tugas akhir ini.
4. Ibu Fani Nur Jannah, S.T., M.Si., sebagai Dosen Pembimbing Teknis yang telah membantu dalam penulisan dan penyusunan proposal tugas akhir ini.
5. Kepada orang tua dan keluarga yang telah banyak memberikan semangat ,motivasi dan menjaga kesehatan saya dengan baik sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir ini.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

6. Seluruh dosen pengampu mata kuliah program studi Desain Grafis yang telah berbagi ilmu pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Jakarta.
7. Seluruh rekan mahasiswa Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta yang telah saling memotivasi dan menukarkan fikiran serta saran dalam penyusunan proposal tugas akhir.
8. Kepada Hanifahq Putri selaku teman hidup yang selalu menemani dan selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan proposal tugas akhir ini.
9. Untuk seluruh pihak yang penulis tidak sebutkan satu-persatu, penulis ucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya karena telah membantu penulis menyusun penulisan proposal tugas akhir ini sampai selesai.

Karena kebaikan dan kebijakan semua pihak yang telah disebutkan, penulis telah berhasil menyelesaikan proposal tugas akhir ini. Namun, penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna dan mungkin mengandung kesalahan atau kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan saran serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, baik penulis maupun pembaca.

Jakarta, 19 Agustus 2024

Kresna Adi Putra  
1906421045





**Hak Cipta :**

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

## ABSTRAK

Kemajuan bisnis di Indonesia saat ini sangat pesat. Berbagai jenis usaha dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah merek Chick'O. Sebagai merek yang baru akan hadir di pasar, Chick'O belum memiliki identitas visual. Solusi untuk masalah ini adalah merancang identitas visual yang mencerminkan citra merek Chick'O sehingga dikenal oleh pasar. Penelitian ini bertujuan menjelaskan proses kreatif dan penerapan elemen desain yang digunakan untuk mewakili citra merek Chick'O. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini berfokus pada pengembangan identitas visual yang mencerminkan karakter dan nilai merek Chick'O. Penelitian ini menghasilkan pembuatan *Graphic Standard Manual* yang akan berfungsi sebagai panduan dalam proses branding Chick'O. Manual ini memastikan konsistensi dan kejelasan identitas visual dalam semua aspek komunikasi merek tersebut.

**Kata kunci:** Identitas Visual, Branding, Ayam.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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**

*Business development in Indonesia has been rapidly advancing, evident from the diverse array of businesses encountered in daily life, such as Chick'O brand. As a newcomer to the market, Chick'O currently lacks a defined visual identity. The proposed solution involves crafting a visual identity that embodies Chick'O's brand essence, aiming to establish recognition within the market. This study seeks to elucidate the creative process and application of design elements that encapsulate Chick'O's brand image. Employing a qualitative approach, the focus lies in developing a visual identity that authentically reflects Chick'O's character and values. The culmination of this research is the Graphic Standard Manual, which will serve as a comprehensive guide in Chick'O's branding efforts, ensuring coherence and clarity across all visual communication aspects of the brand.*

**Keywords:** *Visual Identity, Branding, Chicken.*

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**





Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .....	iii
PRAKATA .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.1 Rumusan Masalah .....	2
1.2 Ruang Lingkup Pembahasan .....	2
1.3 Tujuan dan Manfaat .....	3
1.4 Sistematika Penulisan .....	4
<b>BAB II LANDASAN PERANCANGAN .....</b>	<b>6</b>
2.1 <i>Branding</i> .....	6
2.2 Identitas Visual .....	7
2.3 Logo .....	8
2.4 Desain Grafis .....	12
2.5 <i>Layout</i> .....	15
2.6 Tipografi .....	19
2.7 Warna .....	21
2.8 Metode Riset Desain .....	23
<b>BAB III METODE PERANCANGAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Metode Riset Desain .....	26
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	27
3.3 Data dan Fakta .....	29
3.4 Analisis Data dan Fakta .....	32
3.5 Arahan Kreatif ( <i>Creative Brief</i> ) .....	35
<b>BAB IV .....</b>	<b>38</b>
4.1 Konsep Visual .....	38
4.2 Proses Desain .....	40
4.3 <i>Prototype</i> dan <i>Testing</i> .....	55



## © 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

4.3	<i>Prototype dan Testing</i> .....	55
4.4	<i>Final Artwork</i> .....	58
4.5	Pertimbangan Produksi.....	68
<b>BAB V</b> .....		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		73
<b>LAMPIRAN</b> .....		76





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 Jenis-Jenis Logo .....	9
Gambar 2.2 Contoh <i>Logotype</i> .....	9
Gambar 2.3 Contoh <i>Initial Letter Logo</i> .....	10
Gambar 2.4 Contoh logo Simbol .....	10
Gambar 2.5 Garis Salah Satu Unsur Desain Grafis .....	11
Gambar 2.6 Kontras Mempengaruhi Hasil Desain .....	13
Gambar 2.7 Jenis – jenis huruf dalam tipografi .....	19
Gambar 2.8 <i>Fan Wheel</i> Perpaduan Warna .....	21
Gambar 3.1 Logo kompetitor Chick'O .....	30
Gambar 4.1 <i>Mind Map</i> .....	39
Gambar 4. 2 <i>Moodboard</i> .....	40
Gambar 4. 3 Sketsa Manual .....	40
Gambar 4. 4 Sketsa Halus 1 .....	40
Gambar 4. 5 Sketsa Halus 2 .....	40
Gambar 4. 6 Sketsa Halus 3 .....	40
Gambar 4. 7 Desain Komprehensif 1 .....	40
Gambar 4. 8 Desain Komprehensif 2 .....	40
Gambar 4. 9 Desain Komprehensif 3.....	41
Gambar 4. 10 Alternatif Tipografi 1 .....	42
Gambar 4. 11 Alternatif Tipografi 2 .....	43
Gambar 4. 12 Alternatif Tipografi 3 .....	44
Gambar 4. 13 Alternatif Warna 1 .....	45
Gambar 4. 14 Alternatif Warna 2.....	45
Gambar 4. 15 Alternatif Warna 3.....	45
Gambar 4. 16 Alternatif Elemen Visual 1.....	46
Gambar 4. 17 Alternatif Elemen Visual 2.....	47
Gambar 4. 18 Alternatif Elemen Visual 3.....	47
Gambar 4. 19 Logo Chick'O.....	48





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

Gambar 4. 20 Brand Color Chick'O .....	49
Gambar 4. 21 Brand Tipografi Chick'O .....	50
Gambar 4. 22 Elemen Visual Chick'O .....	51
Gambar 4. 23 <i>Prototype Graphic Standard Manual</i> Chick'O.....	51
Gambar 4. 24 <i>Testing cetak Graphic Standard Manual</i> Chick'O .....	52
Gambar 4. 25 <i>Mockup Packaging</i> Chick'O .....	52
Gambar 4. 26 <i>Testing cetak Packaging</i> Chick'O .....	53
Gambar 4. 27 <i>Graphic Standard Manual</i> Chick'O.....	55
Gambar 4. 28 Background Brand Chick'O.....	55
Gambar 4. 29 Visi dan Misi Chick'O .....	56
Gambar 4. 30 Konsep Logo Chick'O .....	56
Gambar 4. 31 Konfigurasi Logo Chick'O.....	57
Gambar 4. 32 Konstruksi Logo Chick'O .....	57
Gambar 4. 33 Penempatan Logo Chick'O .....	58
Gambar 4. 34 Logo Chick'O yang Salah.....	59
Gambar 4. 35 Logo Chick'O yang Benar .....	59
Gambar 4. 36 Warna brand Chick'O .....	60
Gambar 4. 37 Supergrafis brand Chick'O.....	61
Gambar 4. 38 Tipografi brand Chick'O.....	61
Gambar 4. 39 Kartu Nama brand Chick'O.....	62
Gambar 4. 40 ID Card brand Chick'O.....	63
Gambar 4. 41 Poster brand Chick'O.....	63



**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3. 1 Analisis Matrix SWOT .....	30
Tabel 3. 2 <i>Creative Brief</i> .....	36
Tabel 4.1 Hasil Mindmap Brand Chick'O .....	39
Tabel 4. 2 Hasil Testing .....	53





**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir.....	76
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	78
Lampiran 3. Hasil Data Kuesioner.....	80
Lampiran 4. Laporan hasil <i>Turnitin</i> .....	85
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup.....	86







**Hak Cipta :**

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

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang signifikan. Beragam jenis usaha dapat ditemui dalam kehidupan sehari-hari, termasuk di antaranya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut data dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), pada tahun 2020, UMKM menyumbang 61,97% dari PDB, sekitar Rp8.500 triliun. Selain itu, UMKM juga menyerap 97% tenaga kerja pada tahun yang sama. UMKM memiliki potensi untuk menjadi penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia pada masa depan (Suhartono, 2024).

Salah satu jenis UMKM yang makin berkembang adalah makanan yang berbahan baku ayam. Ayam berbumbu siap masak dengan berbagai rasa merupakan sebuah inovasi baru dengan konsep dan cita rasa yang unik. Terlebih lagi masyarakat saat ini lebih memilih produk yang siap masak, sehingga tidak memerlukan waktu dan tenaga yang banyak untuk membuatnya. Namun, dalam persaingan pasar yang semakin ketat, *brand awareness* dan strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci keberhasilan UMKM.

Chick'O adalah salah satu UMKM yang baru berdiri pada tahun 2024. Usaha ini didirikan oleh seorang mahasiswa yang sangat sibuk, sehingga tidak memiliki waktu untuk memasak. Berdasarkan hal tersebut, dibuatlah brand Chick'O dengan produk ayam bumbu siap masak dengan cita rasa varian yang banyak, sehingga konsumen bisa memilih rasa yang disukai dan tidak bosan.



## © 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

Sebagai brand baru, Chick'O memerlukan desain identitas visual yang mampu mencerminkan citra brand tersebut. Identitas visual dapat didefinisikan sebagai elemen fisik yang dapat dilihat oleh audiens, yang mencakup segala sesuatu mulai dari logo hingga kemasan (Jatu Febiola, 2021). Identitas visual ini meliputi elemen-elemen seperti logo, tipografi, warna perusahaan, serta elemen visual lainnya yang diperlukan oleh Chick'O. Makna dan estetika dari sebuah logo berfungsi untuk menyampaikan citra positif dan identitas entitas tersebut, baik dalam konteks produk, jasa, maupun instansi. Logo merepresentasikan nilai dan visi melalui penggunaan berbagai elemen yang membentuknya (Afriwan dan Faisal, 2021).

Dengan terpenuhinya kebutuhan identitas visual, diharapkan brand Chick'O akan memiliki ciri khas yang membedakannya dan dapat meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen. Hal ini akan membantu brand Chick'O dikenal lebih luas oleh masyarakat di masa depan.

### 1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah: "Bagaimana cara merancang identitas visual untuk brand Chick'O?"

### 1.2 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunan tugas akhir ini, beberapa batasan masalah dan topik utama yang akan dibahas adalah sebagai berikut:





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Proses perancangan identitas visual untuk brand Chick'O.
2. Penggunaan elemen-elemen desain grafis dalam perancangan identitas visual brand Chick'O.
3. Implementasi identitas visual brand Chick'O dalam *Graphic Standard Manual (GSM)*.

### 1.3 Tujuan dan Manfaat

#### 1.3.1 Tujuan

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Menguraikan proses perancangan identitas visual brand Chick'O yang efektif dalam menyampaikan kesan dan pesan yang konsisten.
2. Menjelaskan penggunaan elemen-elemen desain grafis untuk menciptakan identitas visual brand Chick'O yang harmonis.
3. Merancang penerapan identitas visual brand Chick'O dalam *Graphic Standard Manual (GSM)*.

#### 1.3.2 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari penulisan tugas akhir ini, yaitu:

1. Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan sumber informasi yang membantu dalam menjawab tantangan perancangan identitas visual. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas wawasan mahasiswa mengenai proses perancangan identitas visual agar lebih baik.
2. Bagi perusahaan, identitas visual yang dirancang diharapkan dapat mencerminkan citra brand Chick'O dan membedakannya dari para





**Hak Cipta :**

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

kompetitor. Selain itu, identitas visual ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan daya tarik konsumen. Identitas visual yang telah dirancang akan dicantumkan dalam buku panduan untuk desain logo dan identitas visual, dan dapat digunakan kapan saja sebagai media promosi brand Chick'O.

#### 1.4 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ini terdiri dari lima bagian yang disusun secara sistematis dan berurutan untuk memastikan pembahasan dan penyajian materi tersusun dengan jelas. Penyusunannya adalah sebagai berikut:

##### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang masalah yang mendasari kebutuhan identitas visual untuk brand Chick'O. Selain itu, bab ini juga menguraikan rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan dalam penyusunan tugas akhir.

##### **BAB II            LANDASAN PERANCANGAN**

Bab ini mencakup kajian teori pendukung yang digunakan dalam perancangan identitas visual brand Chick'O, meliputi prinsip desain, brand, branding, identitas visual, serta teori khusus yang berkaitan dengan perancangan identitas visual untuk Chick'O.

##### **BAB III           METODE PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam merancang identitas visual brand Chick'O. Metode tersebut meliputi



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

wawancara, studi literatur, dan analisis hasil riset terdahulu. Semua elemen ini disusun untuk membentuk arahan kreatif yang berfungsi sebagai pedoman dalam mengeksekusi desain.

**BAB IV**

**HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN**

Bab ini menyajikan hasil dan pembahasan perancangan identitas visual brand Chick'O. Pembahasan mencakup konsep visual, proses desain dari awal hingga akhir, serta media pendukung yang digunakan. Proses ini melibatkan metode *brainstorming*, pembuatan *mindmap*, *moodboard*, sketsa manual, sketsa digital, hingga karya akhir.

**BAB V**

**PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan keseluruhan hasil dari perancangan *brand* Chick'O serta saran berdasarkan tugas akhir yang telah disusun.

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**





Hak Cipta :

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

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil perancangan identitas visual pada brand Chick'O yang telah dikerjakan ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Proses perancangan identitas visual brand Chick'O diawali dengan pengumpulan data dan informasi yang relevan untuk mendukung penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur. Wawancara dilakukan dengan Raka Putra Purnama, selaku pemilik brand Chick'O, untuk memperoleh data mengenai profil klien, pengetahuan produk, serta permasalahan desain yang dihadapi. Hasil wawancara menunjukkan dibutuhkan identitas visual sebagai citra untuk brand Chick'O agar dikenal oleh masyarakat. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis menggunakan matriks SWOT, yang kemudian diolah menjadi creative brief berisi *tone and manner* serta *key message* yang akan menjadi panduan pengembangan konsep visual. Setelah konsep visual dirancang, langkah berikutnya adalah pembuatan *mindmap* dan *moodboard* untuk menentukan *key visual* yang akan menjadi pedoman dalam proses desain. Tahap desain dimulai dengan pembuatan sketsa kasar yang menyederhanakan bentuk dari *key visual*. Dari sketsa kasar ini, dipilih 3 sketsa terbaik yang sesuai untuk kemudian dibuat sketsa halus dan desain komprehensif yang sesuai dengan kebutuhan yang terdiri dari





## © 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

logo, tipografi, warna, dan elemen visual lainnya. Logo yang dipilih merupakan jenis *combination mark (logogram dan logotype)*, di mana setiap elemennya dirancang untuk mencerminkan filosofi dan citra brand Chick'O, yaitu Kebahagiaan dan Kemudahan.

2. Logo yang terpilih menyesuaikan dengan *creative brief* yaitu menggunakan konsep minimalis, *flat design*, menggunakan warna *mix color* yaitu gabungan antara warna *warm* dan *cool color*. Logo terpilih mencerminkan citra pada brand Chick'O, mengusung konsep ayam berkokok pada logo yang menggambarkan suatu awalan yang dimulai dengan baik, dan frame geometri lingkaran yang menggambarkan perputaran atau pergerakan yang dinamis dengan maksud di masa yang akan mendatang brand Chick'O akan menjadi bisnis yang terus berkembang, memutar rantai ekonomi Indonesia yang maju, dan siap menghadapi rintangan atau haluan seperti ayam yang berkokok di pagi hari dan berkokok kembali di pengujung hari.
3. Hasil perancangan ulang identitas visual brand Chick'O di diterapkan dalam sebuah buku panduan atau Graphic Standard Manual (GSM). GSM ini bertujuan untuk memastikan konsistensi dalam penggunaan sistem identitas visual, sehingga makna dan citra yang diinginkan tetap terjaga. Selain itu, identitas visual juga diterapkan pada berbagai media turunan seperti kartu nama, label packaging, id card dan poster yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan klien. Setelah proses perancangan identitas visual dan penerapannya pada berbagai media selesai, tahap

berikutnya adalah pengujian untuk memastikan bahwa identitas visual yang dihasilkan dapat merepresentasikan filosofi dan citra brand Chick'O.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan rangkaian keseluruhan dari perancangan identitas visual dengan hasil akhir berupa *Graphic Standard Manual* ini, terdapat beberapa saran, yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya jika ingin melakukan riset dan perancangan terhadap identitas visual atau branding disarankan untuk mengatur *timeline* agar perancangan dapat selesai tepat waktu dan berjalan efisien.
2. Jika ingin merancang identitas visual pada perusahaan, pelajari tentang perusahaan atau brand tersebut mulai dari visi misi perusahaan, tujuan dan citra perusahaan sangat penting untuk membuat identitas visual yang sesuai dengan citra perusahaan atau brand. Serta perbanyak lagi referensi visual mengenai gambar, *layout*, bentuk, warna, tipografi dan teknis. Eksplorasi mendalam terhadap ide yang didapatkan sesuai dengan citra klien.
3. Dengan adanya *graphic standard manual* ini, diharapkan dapat memanfaatkan media utama dan media pendukung secara efisien sebagai identitas visual brand Chick'O.

### Hak Cipta :

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







Hak Cipta :

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

DAFTAR PUSTAKA

- Ansari, Sinoka, et al. 2019. *Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision*. *Journal of Public Value and Administration Insights (JPVAI)*. 2(2). 5-10
- Appel, Gil, et al. 2020. *The Future of Social Media in Marketing*. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 48(1). 79-95
- databoks. 2017. Instagram, Media Sosial Favorit Generasi Z di Dunia. diakses pada 20 juli 2022 jam 14.20 WIB dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/14/instagram-media-sosial-favorit-generasi-z-di-dunia>
- databoks. 2017. *Media Sosial, Platform Paling Banyak Digunakan saat Transaksi e-commerce*. diakses pada 20 juli 2022 jam 14.20 WIB dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/01/media-sosial-platform-paling-banyak-digunakan-saat-transaksi-e-commerce>
- Hananto, Brain Alvin. 2019. *Tinjauan Karya Desain Poster Quotes Dalam Mata Kuliah Tipografi Dasar*. *Jurnal Desain*. 6(3). 195-206
- Husna, Hanifah Tri. 2022. *Indeks Literasi Digital Indonesia 3.49, Ini yang Bisa Dilakukan Pemerintah*. diakses pada 20 juli 2022 jam 14.20 WIB dari <https://aptika.kominfo.go.id/2022/03/indeks-literasi-digital-indonesia-3-49-ini-yang-bisa-dilakukan-pemerintah/#:~:text=Berdasarkan%20Indeks%20Literasi%20Digital%20Indonesia,berada%20di%20angka%203%2C49.>





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Kemp, Simon. 2021. *Digital 2021: The Latest Insights Into The 'State Of Digital*.

Diakses pada 21 Juli 2022 jam 12.29 WIB dari <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>

Larasati, Putu KP. 2021. *Effectiveness of Content Creators in Promotion Strategies in this Digital Age. Seminar Nasional Desain – SANDI*. 1. 126-133

Nugraha, Hari, Nurhidayah, Fitriah, dan Angelina, Donna. 2021. *Desain Gerobak Pedagang Keliling Yang Sesuai Dengan New Normal Covid-19. Jurnal Desain*. Vol 20 (2): 72-79.

Oscario, Angela. 2013. *Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. HUMANIORA*. 4(1). 191-202

Sa'diya, Lailatus. 2017. *Strategi Promosi Di Media Sosial Instagram Terhadap Kesadaran Merek Di Era Generasi Z. Journal of Management Studies*. 11(2). 186-195

Sari, SP. 2020. *Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital. SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*. 3(3). 291-300

Siagian, Ade Onny. 2020. *Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 3(3). 44-51

Utama, Iston Dwija. *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) pada Era Digital Di Kota Bandung. EQUILIBRIUM*. 7(1). 1-10



Widya, Leonardo A.D dan Andreas J.D. 2016. *PENGANTAR DESAIN GRAFIS*.

Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan

© 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

#### Lampiran 1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir

1. Dosen Pembimbing I

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		KRESNA ADI PUTRA	
NAMA PEMBIMBING		Anggi Anggarini, M.Ds	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Identitas Visual Pada Brand Chick'O	
KETERANGAN:			
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	22 Maret 2024	Perjelas Latar Belakang, Profil Client dan Kebutuhan client	Revisi bab I dengan memperjelas segala kebutuhan client
2	03 April 2024	Perbaiki Latar belakang, Perbaiki Analisis SWOT, Caritau Variasi Rasa Bumbu Ayam tersebut	Revisi Matrix SWOT
3	08 Mei 2024	Revisi BAB II & Analisis SWOT	Revisi BAB II
4	02 Agustus 2024	Perbaiki Penulisan BAB 4, pada bagian mindmap beri tambahan objek, tambahkan alternatif pada sketsa	Revisi Penulisan bab 4
5	07 Agustus 2024	Perbaiki Mindmap dan desain komprehensif	Revisi mindmap dan desain komprehensif



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





## © Hak Cipta 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

## 2. Dosen Pembimbing II

### LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS	
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN	
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA	
NAMA MAHASISWA	KRESNA ADI PUTRA
NAMA PEMBIMBING	Fani Nur Jannah, S.T., M.Si
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Identitas Visual Pada Brand Chick'O
KETERANGAN:	
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa	
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing	
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang	

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	28 Mei 2024	Mungkin revisi minor terkait penulisan bahasa asing yang belum italic dan format penulisan keterangan tabel serta gambar. Penulisan keterangan gambar dan tabel tidak italic dan ukuran font 10	Revisi italic bahasa asing
2	07 Agustus 2024	Revisi penulisan italic pada penamaan asing, rapihkan penulisan tugas akhir	Revisi italic bahasa asing dan rapihkan penulisan
3			
4			
5			
6			
7			
8			

\*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya



**Hak Cipta :**

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

## Lampiran 2. Transkrip Wawancara

Wawancara 1 Bersama Owner Chick'o

Narasumber : Raka Purnama

Lokasi : LCC Kemang, Jakarta Selatan

Waktu : Sabtu, 18 Mei 2024, pukul 20.00 WIB

Keterangan : Wawancara secara langsung (*Offline*)

4. **Selamat siang, terima kasih sudah meluangkan waktu untuk wawancara ini. Bisa perkenalkan diri dan menceritakan sedikit tentang latar belakang anda?**

Selamat siang. Terima kasih juga atas kesempatannya. Nama saya Raka Purnama, dan saya adalah pemilik dari brand Chick'O yang meminta anda untuk branding usaha saya ini.

5. **Bagaimana awal mula brand Chick'O berdiri?**

Brand Chick'O sendiri merupakan anak perusahaan PT Clung Wanara yang akan didirikan tahun 2024. Adanya Chick'O ini diharapkan dapat mengolah dan memasarkan end-produk dari sektor peternakan ayam potong.

6. **Berasal dari mana nama Chick'O?**

Nama Chick'O berasal dari nama panggilan kucing saya (*owner*) Chiko sehingga timbul pemikiran nama Chick'O karena produk yang dijual berupa ayam atau dalam bahasa Inggris Chick.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

7. **Siapa saja target konsumen Chick'O? Apakah telah memenuhi target yang sesuai?**

Konsumen yang menjadi target nantinya adalah ibu rumah tangga, anak kos, dan pekerja yang ingin hidup sehat dengan makan-makanan *real food* namun butuh waktu singkat untuk menyiapkan makanan.

8. **Siapa yang menjadi target utama market Chick'O?**

Untuk saat ini target utamanya ibu rumah tangga

9. **Citra dan kesan apa saja yang ingin ditampilkan Chick'O?**

Citra yang ingin ditampilkan dengan berbagai macam produk ayam berbumbu siap masak yang berkualitas dan bergizi.

10. **Ciri khas apa yang bisa dilihat dari tampilan Chick'O?**

Konsep awal kami ingin yang menarik eye catching simpel.

11. **Apa saja produk yang menjadi andalan Chick'O?**

Produk unggulan Chick'O nantinya yaitu berbagai varian rasa dari ayam bumbu yang ditawarkan nantinya akan beragam sehingga konsumen tidak mudah bosan.

12. **Media promosi apa yang sekiranya akan digunakan sebagai media promosi Chick'O?**

Sejauh ini rencana promosi brand Chick'O melalui sosial media seperti Instagram, Tiktok, Facebook juga di marketplace terutama Shopee.

13. **Selain promosi melalui media digital, apa lagi media yang diperlukan untuk promosi produk Chick'O?**

Mungkin kedepannya akan butuh flayer untuk dibagikan di acara tertentu.



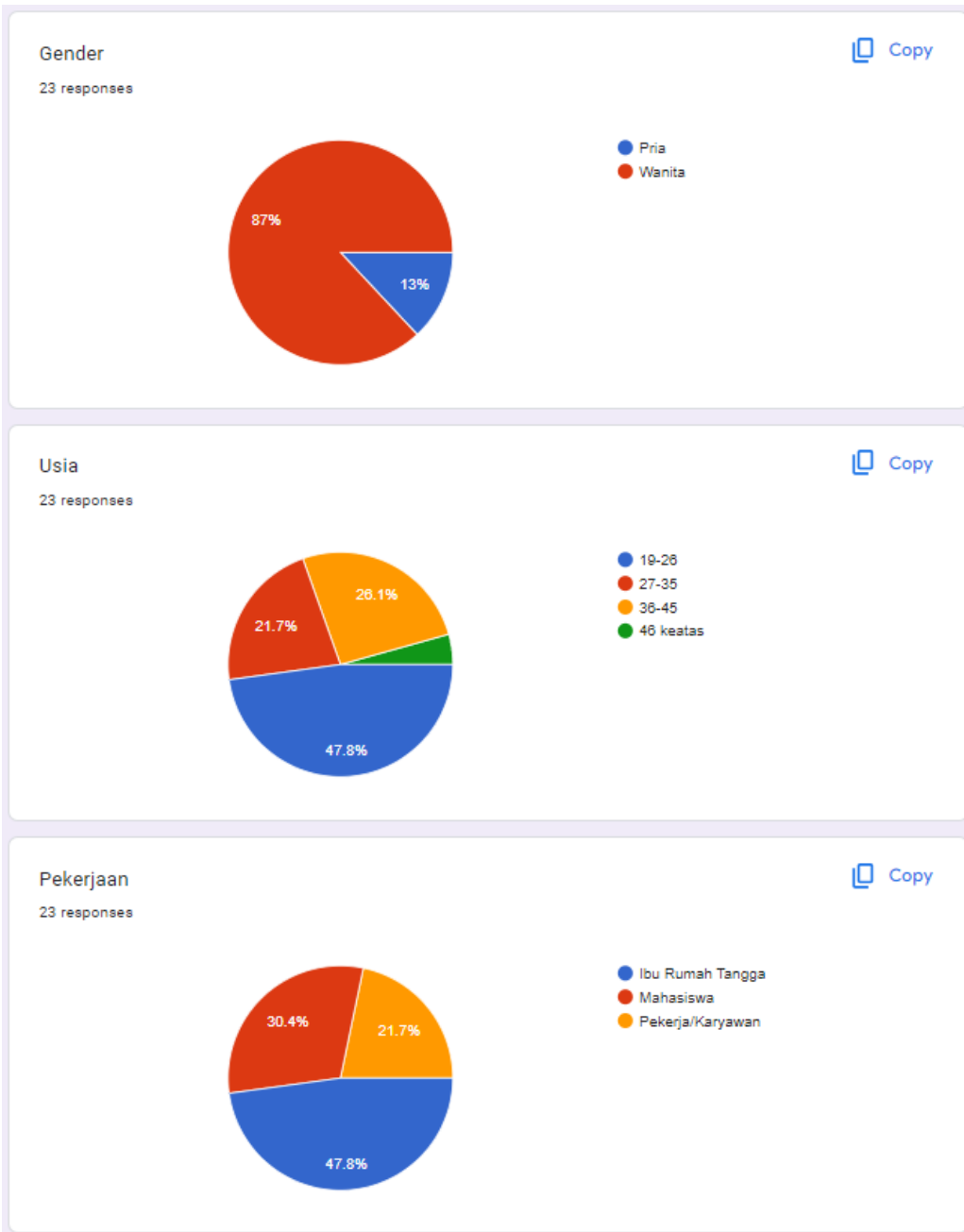


## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### 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 3. Hasil Data Kuesioner





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

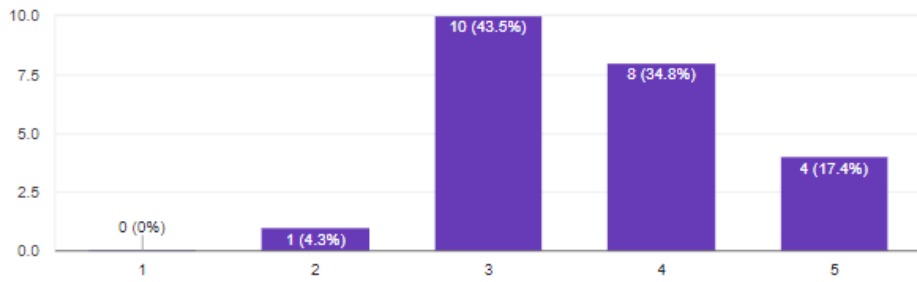
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

### Wawancara Kebutuhan Konsumen

Seberapa butuh anda terhadap produk instan cepat saji dalam kehidupan sehari-hari?  
(misal: nugget, makanan kaleng, daging ayam frozen, dll)

Copy

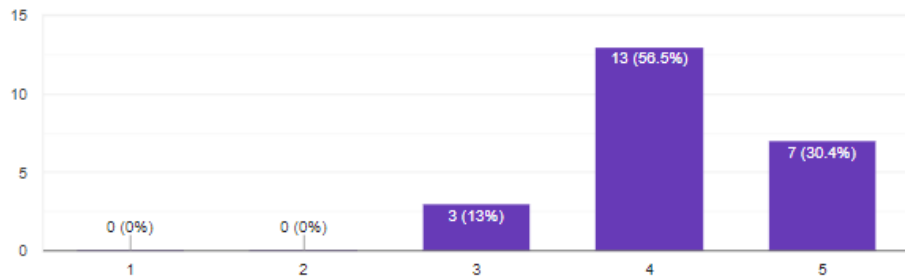
23 responses



Seberapa sering anda membeli produk instan cepat saji dalam kehidupan sehari-hari?  
(misal: nugget, makanan kaleng, daging ayam frozen, dll)

Copy

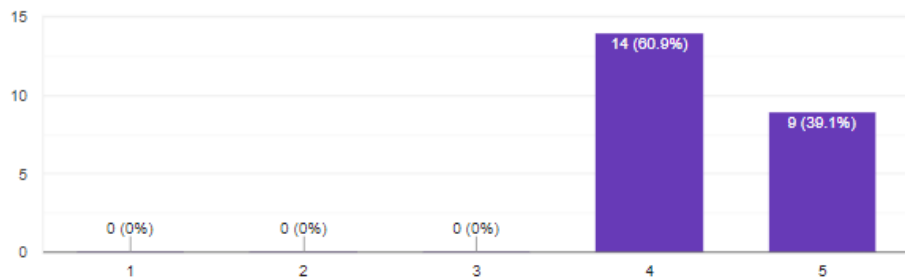
23 responses



Apakah Anda tertarik dengan daging ayam berbumbu dengan varian rasa yang beragam?

Copy

23 responses





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

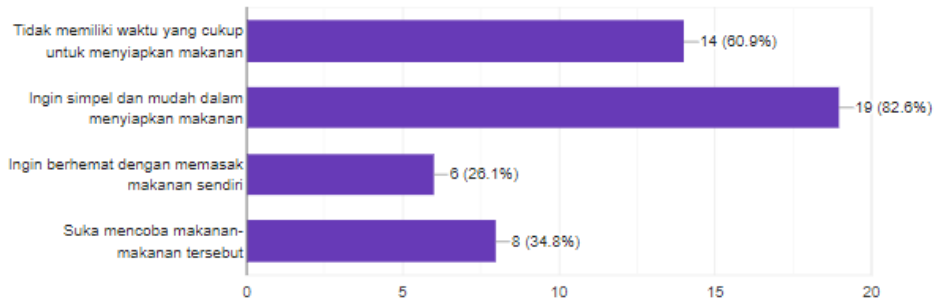
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

### Wawancara Kebutuhan Konsumen

Apa yang menjadi alasan Anda dalam menggunakan produk instan cepat saji dalam kehidupan sehari-hari? (misal: nugget, daging ayam frozen, makanan kaleng, dll)

[Copy](#)

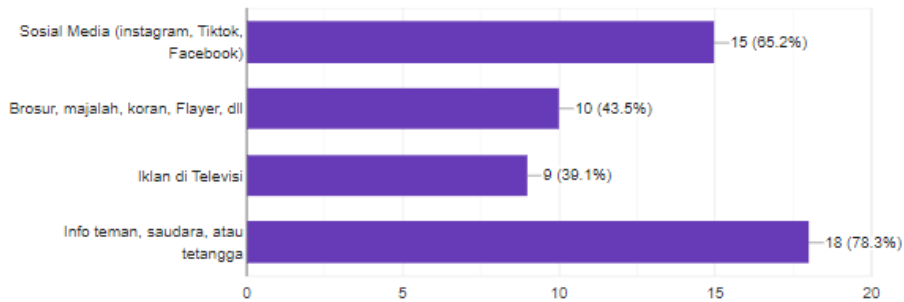
23 responses



Dimana Anda biasanya menemukan info mengenai produk-produk tersebut?

[Copy](#)

23 responses



Saat melihat info mengenai produk tersebut, apa yang menarik bagi Anda?

[Copy](#)

23 responses







## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

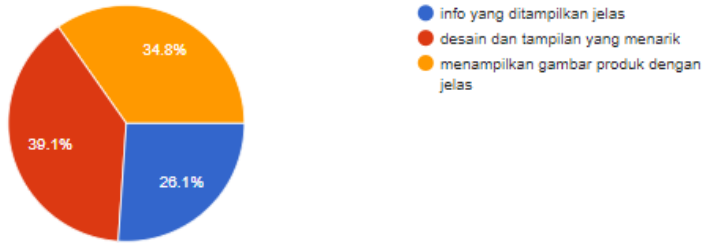
### Hak Cipta :

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

Mengapa anda menyukai info produk tersebut?

Copy

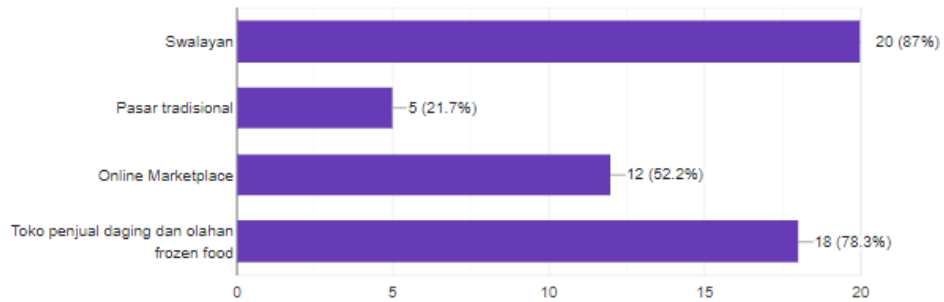
23 responses



Dimana Anda biasanya membeli produk-produk tersebut?

Copy

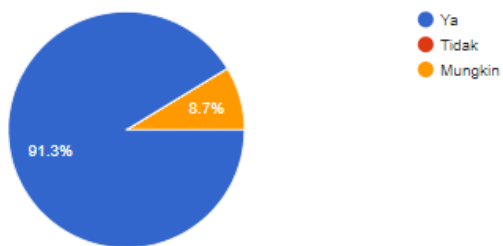
23 responses



Apakah Anda tertarik dengan daging ayam berbumbu olahan yang siap dimasak?

Copy

23 responses





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

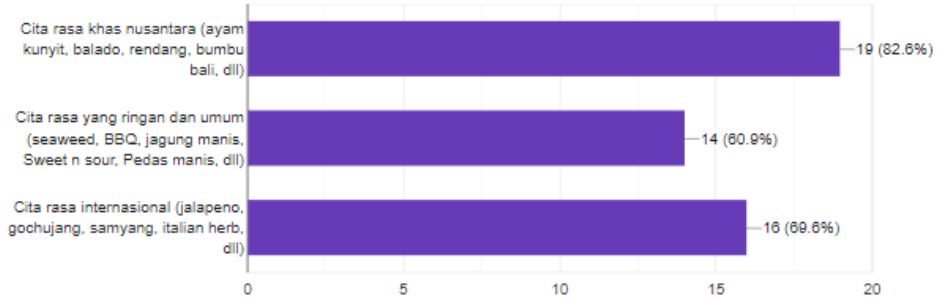
### Hak Cipta :

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

Varian rasa apa yang menarik menurut Anda?

Copy

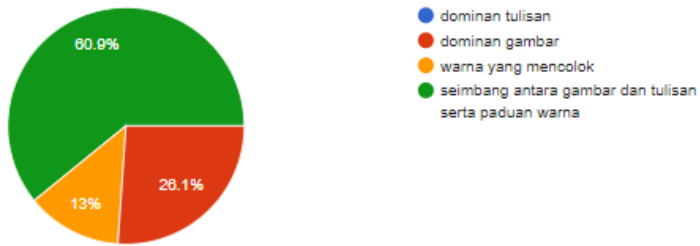
23 responses



Desain apa yang cocok untuk daging ayam berbumbu olahan yang siap dimasak?

Copy

23 responses



Terima kasih atas partisipasinya!

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 4. Laporan hasil *Turnitin*

TUGAS AKHIR\_KRESNA ADI PUTRA FINAL TA.pdf

ORIGINALITY REPORT

21%	21%	6%	10%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.pnj.ac.id Internet Source	9%
2	123dok.com Internet Source	1%
3	journal.ubm.ac.id Internet Source	<1%
4	ryanputra94.wordpress.com Internet Source	<1%
5	ijecm.co.uk Internet Source	<1%
6	widuri.raharja.info Internet Source	<1%
7	repository.dinamika.ac.id Internet Source	<1%
8	docplayer.info Internet Source	<1%
9	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<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 5. Daftar Riwayat Hidup



Nama	Kresna Adi Putra
Tempat, tanggal lahir	Jakarta, 24 Mei 2001
Jenis Kelamin	Laki-laki
Alamat	Jl. Limo, Rt.001/010, Grogol Selatan Kebayoran Lama, Jakarta Selatan

tentang saya

### Tentang Saya

Hallo!  
Saya Kresna Adi Putra, saya merupakan seorang mahasiswa semester 7 pada bidang Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta. Saya sangat tertarik untuk mendapatkan pengalaman baru, berhubungan dengan orang lain dengan ide-ide baru untuk menemukan sudut pandang yang berbeda. Saya berharap dapat berbagi dan mengeksplorasi nilai-nilai desain saya. Saya suka jalan-jalan, mendengarkan musik, dan juga membuat video cinematic. Portofolio ini terdiri dari proyek-proyek yang dilakukan pada tahun 2022

#### Pendidikan

SDN 05 Petukangan Utara  
Pendidikan Sekolah Dasar (2007-2013)

SMPN 245 Jakarta Selatan  
Sekolah Menengah Pertama (2013-2016)

SMAN 90 Jakarta Selatan  
Sekolah Menengah Atas (2016-2019)

State Polytechnic of Jakarta  
Desain Grafis (2019-2023)

#### Pengalaman Kerja

Kemenpora Event (Garena)  
Graphic Designer & Marketing (2019)

Astama Pictures  
Freelancer Desainer Grafis (2020)

Content Creator Youtube (Priscilla Viani)  
Desainer Grafis & Video Editor (2021)

Kemendikbud Ristek  
Videografi (2021)

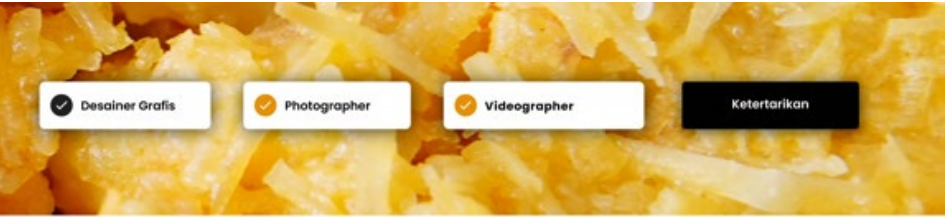
Esa Creatives  
Desainer Grafis & Videografi (2022)

#### Campus Activities

Teriak Community  
Live Mural in Event "Run for Palestina"

Developer Student Club (Google)  
Head of Development

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



## Keahlian yang saya miliki

Berikut ini merupakan ketertarikan dan keahlian yang saya kuasai. Saya menggunakan software berikut dalam sehari-hari, 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

