



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI PROYEK DESAIN**

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UKM KIOS KADESY



**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2021**

Hak Cipta :

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



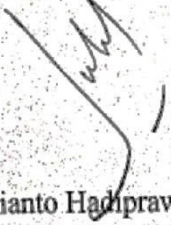
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas Visual UKM kios Kadesy
Penulis : Muhamad Faishal Fadhil
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

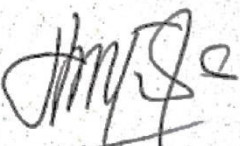
Penulisan Laporan Tugas Akhir ini dilakukan melalui proses bimbingan dan telah layak untuk mengikuti Seminar Laporan Tugas Akhir.

Depok, 6 Agustus 2021

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I


Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds.
NIP. 520000000000000090

Dosen Pembimbing II


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

- 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 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 UKM KIOS KADESY

Oleh:

MUHAMAD FAISHAL FADHIL
5017020015

Disahkan:

Depok, 22 Agustus 2021
Penguji I

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

Penguji II

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



Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan

Dra. Wiwi Prastiwinarti, M.M
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UKM KIOS KADESY

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, 22 Agustus 2021



Muhamad Faishal Fadhil

5017020015



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

Identitas visual merupakan hal yang penting bagi setiap pelaku usaha agar usahanya tersebut dapat lebih dikenal dan dapat dengan mudah dibedakan dengan usaha sejenis. Identitas visual juga berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen kepada sebuah brand, sehingga dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk atau menggunakan jasa dari brand tertentu. Salah satu elemen penting identitas visual adalah logo. Salah satu pelaku usaha yang belum memiliki logo adalah UKM Kios Kadesy yang merupakan *Grocery Store* dibidang *fashion*. Pada toko utama maupun toko cabang Kios Kadesy tidak terdapat identitas visual berupa logo. Akibatnya, tidak terdapat benang merah antara toko utama dan toko cabang, sehingga konsumennya tidak mengetahui dan mengenali toko cabang tersebut yang berakibat pada penurunan penjualan. Untuk itu perlu dibuatnya identitas visual yang mencerminkan citra Kios Kadesy, yang memiliki ciri khas sehingga dapat dengan mudah dikenali oleh konsumennya. Serta sebagai pembeda dari usaha sejenis dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Kios Kadesy. Metode perancangan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa Studi Literatur, Wawancara, dan Observasi. Serta pengembangan konsep visual melalui *mind map* dan *mood board* untuk mendapatkan konsep yang sesuai dengan citra Kios Kadesy.

Kata Kunci: Logo, Identitas Visual, Toko Pakaian, Fashion, UMKM

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



ABSTRACT

Visual Identity is an important thing for every businessman for their business to be recognizable and can be easily distinguished from similar business. Visual Identity also has an impact on consumer's trust to a brand, so that it can influence consumer decision to buy product or use services from a certain brand. One of the most important element of visual identity is logo. One of many business that doesn't have a logo is Kios Kadesy which is grocery store in the fashion sector. Whether it's the main store or the branch store, there is no visual identity like a logo. As a result, there is no connection between the main store and the branch. It's also makes the consumer can't recognize the branch store that also affect decrease in sales. Therefore it's necessary to create a visual identity that reflects the images of Kios Kadesy. that has a characteristic so that it can be recognizable. As well as being a differentiator from similar business and increasing consumer's trust. The design method used is descriptive qualitative with data collecting method such as literature review, interview, observation. As well as developing concept through mind maps and mood boards to get concepts that reflects the image of Kios Kadesy.

Key Words: *Logo, Visual Identity, Clothing Store, Fashion, MSME*

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

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



PRAKATA

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan sebaik-baiknya. Tidak lupa saya juga mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orangtua yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan baik berupa materil maupun moral disetiap langkah yang saya jalani selama ini. Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan di Politeknik Negeri Jakarta, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.

Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimulai dari masa perkuliahan sampai pada saat ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir kali ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr,sc H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing, HTI, M.T, selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dra.Wiwi Pratiwi, M.M., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan
3. Anggi Anggarini, S.Ds., M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis
4. Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing Materi
5. Ade Haryani, S.E., M.M selaku pembimbing Teknis.
6. Syahrul Ramadhan, Eva Putriana, Oktavianti Wahyudi, dan Kinzey selaku teman seperjuangan dan teman seperdoesen bimbingan, yang selalu bersama sama berpusing ria menghadapi ini semua.
7. Ka Cindy dan Ka Desy selaku klien yang telah banyak membantu memberikan informasi.
8. Abu Hurairah, Fanny Izul H, Gumilang Mula P, Rifqi Muafa A, Syahrul Ramadhan yang selalu bersama-sama mengerjakan Laporan Tugas Akhir ini.

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

9. Teman-teman DGB dan teman-teman bimbingan pak Anto yang bersama-sama berjuang untuk lulus bersama.
10. Muhammad Fadhlun Mumtaza yang telah membantu merapihkan susunan laporan ini.

Susunan Laporan dibuat dengan sebaik-baiknya, namun masih banyak kekurangan. Oleh karena itu mohon maaf jika ada salah kata maupun kekurangan dalam laporan ini, saran dan kritik akan diterima dengan senang hati. TerimaKasih.

Tangerang Selatan, 25 Juli 2021

Muhamad Faishal Fadhil



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.4. Tujuan dan Manfaat.....	4
1.5. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1. Brand	7
2.2. Identitas Visual	7
2.2.1. Nama	7
2.2.2. Logo.....	8
2.2.2.1. Fungsi Logo	8
2.2.2.2. Jenis Logo	9
2.2.2.3. Kategori Logo	9
2.2.2.4. Aspek Logo	10
2.2.2.5. Tipografi Logo	11
2.2.2.6. Elemen Desain Grafis pada Logo	12
2.2.2.7. Sistem Grid logo	19
2.3. Prinsip Desain Grafis.....	20
2.3.1. Keseimbangan (<i>Balance</i>).....	20

Hak Cipta :

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



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

2.3.2. Kesatuan (<i>Unity</i>).....	21
2.4. Teori Gestalt	22
2.4.1. <i>Closure</i> (Penutupan Bentuk).....	22
2.4.2. <i>Proximity</i> (Kedekatan Posisi).....	23
2.5. Teori Riset Desain	23
BAB III METODE PERANCANGAN.....	26
3.1. Metode Riset Desain.....	26
3.2. Metode Pengumpulan Data	27
3.2.1. Wawancara	27
3.2.2. Observasi	27
3.2.3. Studi literatur.....	27
3.3. Data dan Fakta	28
3.3.1. Profil Klien	28
3.3.2. Product Knowledge	28
3.3.3. Kompetitor.....	30
3.3.4. Consumer Insight.....	30
3.3.5. Analisis Data dan Fakta	32
3.3.5.1. Analisis SWOT.....	32
3.3.6. Arahan Kreatif.....	34
3.3.6.1. Creative Brief.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Konsep Visual.....	40
4.1.1. Mind Mapping.....	40
4.1.2. Mood Board.....	43
4.2. Proses Desain.....	51
4.2.1. Sketsa Kasar	51
4.2.2. Sketsa Halus	52
4.2.3. Desain Komprehensif	56
4.2.4. Desain Terpilih	59
4.3. Aplikasi Logo	62
4.3.1. Logo.....	63



4.3.2.	Colour	67
4.3.3.	Tipografi	68
4.3.4.	Supergraphic	69
4.4.	Media Turunan	70
4.5.	Pertimbangan Produksi	70
BAB V PENUTUP		76
5.1.	Simpulan	76
5.2.	Saran	78
DAFTAR REFERENSI		79
LAMPIRAN		81



- 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 2.1. Color Wheele	14
Gambar 2.2. Baris Deret Value	18
Gambar 2.3. Baris Deret Saturation.....	18
Gambar 2.4. Logo Adidas Trefoil	20
Gambar 2.5. Logo Adidas Performance	21
Gambar 2.6. Penerapan Prinsip Unity pada Poster.....	22
Gambar 2.7. Penarapan Closure pada Logo	23
Gambar 2.8. Penarapan Proximity pada Logo.....	23
Gambar 4.1. Mind map.....	41
Gambar 4.2. Profile Project Board	44
Gambar 4.3. Past Profile Project Board.....	46
Gambar 4.4. Consumer Profile Board	48
Gambar 4.5. Partner Profile Board	50
Gambar 4.6. Sketsa Kasar	51
Gambar 4.7. Sketsa Halus 1	52
Gambar 4.8. Sketsa Halus 2	53
Gambar 4.9. Sketsa Halus 3	54
Gambar 4.10. Sketsa Halus 4	55
Gambar 4.11. Desain Komperhensif 1	57
Gambar 4.12. Desain Komperhensif 2	57
Gambar 4.13. Desain Komperhensif 3	58
Gambar 4.14. Desain Komperhensif 4	58
Gambar 4.15. Desain Komperhensif 5	59
Gambar 4.16. Penyederhanaan Bentuk Senyum	59
Gambar 4.17. Colour Palette	60
Gambar 4.18. Font Nunito Bold	61
Gambar 4.19. Logo Kios Kadesy	63
Gambar 4.20. Grid System Logo Kios Kadesy	64
Gambar 4.21. Clear Space Logo Kios Kadesy	65

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 milik Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 4.22. Minimumm Size Logo Kios Kadesy	65
Gambar 4.23. Variasi Logo Kios Kadesy	66
Gambar 4.24. Penggunaan Logo Yang Salah.....	67
Gambar 4.25. Warna Yang digunakan	68
Gambar 4.26. family Font Nunito	68
Gambar 4.27. Supergraphic	69
Gambar 4.28. Mockup GSM Kios Kadesy.....	70
Gambar 4.29. Mockup Stample Logo	71
Gambar 4.30. Mockup Invoice	71
Gambar 4.31. Mockup Shopping Bag	72
Gambar 4.32. Mockup Layout Feed Instagram.....	73
Gambar 4.33. Mockup Tripod Banner.....	74
Gambar 4.34. Mockup Sign Board 3D.....	75

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 tinjauan satu 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



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Macam Bentuk Garis dan Maknanya	13
Tabel 2. Bentuk Dasar dan Maknanya	14
Tabel 3. Psikologi Warna	15
Tabel 4. Daftar Produk dan Harga Produk	29
Tabel 5. Matriks SWOT	33



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 LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir	27
Lampiran 2. Transkrip Wawancara	27
Lampiran 3. Curriculum Vitae.....	87



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 Masalah

Desain merupakan kata serapan dari bahasa Inggris "*design*" yang berarti membuat rancangan atau rencana dasar suatu benda sebelum benda tersebut diproduksi. Kata grafis berkaitan dengan kata "grafika". Menurut Sudiana (2001), grafika berasal dari bahasa Yunani "*graphikos*" yang berarti "goresan". Goresan yang dimaksud adalah gambar atau tulisan. Dapat disimpulkan desain grafis adalah kegiatan dalam membuat rancangan awal suatu karya sebelum karya tersebut diproduksi dan diperbanyak untuk menghindari kesalahan yang terjadi setelah karya tersebut diproduksi dan diperbanyak dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti aspek fungsi, produksi dan estetika. Dengan kata lain, Desain grafis adalah ilmu yang berhubungan dengan perancangan segala jenis media cetak, dengan unsur rupa yang dominan berupa tulisan dan gambar, serta terbatas pada media cetak dua dimensi (Ramdani, 2019). Sedangkan menurut Landa (2014) Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens. Ini adalah representasi visual dari sebuah ide yang mengandalkan kreasi, seleksi, dan organisasi elemen visual.

Desain grafis sangat erat dengan *brand* atau merek. Menurut AMA (*American Marketing Association*) *brand* adalah nama, istilah, simbol, desain, atau kombinasi dari semua itu yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari suatu penjual atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk atau jasa kompetitor. Kejadiannya disebut dengan *branding*, *branding* merupakan keseluruhan proses dalam memilih unsur, nilai hingga janji apa yang dimiliki oleh suatu entitas (produk, jasa, perusahaan, dan sebagainya) (Swasty, 2016).

Identitas visual adalah sebuah artikulasi visual dan verbal dari suatu merek atau grup. Termasuk semua format desain terkait, seperti logo, kop surat, kartu nama, situs web, dan lainnya (Landa, 2014). Identitas visual dapat berupa logo, warna,

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

layout, seragam, arsitektur, dan lain-lain (Rustan, 2017). identitas visual berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen kepada sebuah *brand*, sehingga dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk atau menggunakan jasa dari *brand* tertentu. Oleh karena itu, identitas visual sangat penting bagi sebuah entitas tak terkecuali UMKM dan UKM.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) sedangkan UKM (Usaha Kecil Menengah) merupakan salah satu penggerak utama perekonomian di negeri ini. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dibedakan dari jumlah omzetnya. Usaha Mikro memiliki omzet paling banyak Rp.50 Juta dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.300 juta pertahun, untuk Usaha Kecil, omzet lebih dari Rp.50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta dan memiliki hasil penjualan lebih dari Rp.300 juta sampai dengan paling banyak Rp.2,5 Miliar pertahun. Usaha Menengah memiliki omzet lebih dari Rp.500 juta sampai dengan paling banyak Rp.10 Miliar dan memiliki hasil penjualan lebih dari Rp.25 Miliar sampai dengan Rp.50 Miliar Pertahun (Santia,2020).

Perkembangan UMKM di Indonesia terbilang cukup pesat. Hasil data djkn.kemenkue.go.id dari Kementrian Koperasi dan UKM RI mencatat, pada tahun 2018 jumlah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mencapai angka 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah keseluruhan pelaku usaha yang ada di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional atau Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61,1% dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sekitar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Dari data tersebut, tak heran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) disebut sebagai garda terdepan perekonomian Indonesia (“Perkembangan UMKM”, 2019).

Kios Kadesy merupakan salah satu UKM *grocery store* dibidang *fashion*. Kios Kadesy sudah berdiri sejak tahun 1996 di daerah Pondok Cabe, Pamulang. Produk yang dipasarkan oleh kios ini adalah pakaian sehari-hari yang berupa perlengkapan bayi, pakaian anak, pakaian wanita dewasa, hingga aksesoris nya. Keunggulan dari

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



produk Kios Kadesy adalah merupakan produk yang berasal dari produsen di kota konveksi seperti Tanah Abang, Cipadu, dan lain-lain, sehingga harga yang ditawarkan lebih murah dari kompetitornya. Kemudian produk yang dijual hanya produk dengan kualitas hasil produksi yang baik, karena produk dibeli dan dipilih langsung oleh *owner*. Kemudian model barang yang ada di toko selalu *up to date* sehingga konsumen tidak bosan dengan produk Kios Kadesy. Serta pelayanan yang diberikan ramah dan sangat membantu konsumennya. Harga produk dibandrol mulai dari Rp 5.000 – Rp 300.000.

Kios Kadesy mengalami beberapa masalah yang berkaitan dengan identitas visual, masalah utama yaitu, kios Kadesy membuka cabang baru di daerah Sawangan pada bulan Januari 2021, tetapi konsumennya tidak mengetahui hal tersebut, hal ini disebabkan karena pada cabang baru tersebut tidak terdapat identitas yang mewakili kios Kadesy. Selama ini, kios kadesy belum mempunyai identitas visual baik di toko utama maupun cabang karena belum adanya rasa *aware* *owner* terhadap pentingnya identitas visual, bahkan nama “Kios Kadesy” yang dikenal sekarang bukan nama yang diberikan *owner*-nya, melainkan nama yang didapat dari para konsumennya. Kurangnya kegiatan promosi juga menjadi salah satu faktor penyebab konsumen tidak tahu mengenai cabang baru tersebut. Kemudian masalah lainnya, konsumen dari pihak Lembaga Pendidikan atau perusahaan tidak dapat memesan produk dari Kios Kadesy, disebabkan karena Kios Kadesy tidak mempunyai *bon/nota* resmi dan stempel yang memuat logo Kios Kadesy untuk keperluan bukti pembelian, sehingga menghambat transaksinya. Dan masalah selanjutnya, perilaku konsumen di era digital ini sudah mulai berubah semenjak kehadiran internet dan *smartphone*, konsumen lebih sering menggunakan sosial media untuk berkomunikasi, sehingga ada permintaan konsumen yang bersifat *online*. Permintaan tersebut contohnya konsumen ingin melihat katalog atau mengetahui update stock barang di Kios Kadesy melalui sosial media Instagram, tetapi Kios Kadesy tidak memiliki sosial media instagram yang dapat menyampaikan informasi tersebut secara cepat.

Hak Cipta :

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

Untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh kios Kadesy, dilakukan perancangan identitas visual untuk kios Kadesy yang dapat diaplikasikan ke berbagai media pendukung baik cetak maupun digital. Media digital diperlukan untuk memenuhi permintaan konsumen yang bersifat online. Perancangan identitas visual ini diharapkan dapat menciptakan ciri khas sebagai pembeda dari usaha sejenis, meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Kios Kadesy, serta menjangkau konsumen digital.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana merancang identitas visual Kios Kadesy?

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan latar belakang yang sudah di jabarkan, maka diperlukan ruang lingkup pembahasan untuk memfokuskan permasalahan. Berikut ruang lingkup yang akan dibahas dalam laporan ini :

- a. Proses perancangan identitas visual untuk kios Kadesy
- b. Penggunaan teori desain grafis untuk perancangan identitas visual kios Kadesy
- c. Penerapan identitas visual pada media pendukung seperti label kemasan, banner, layout Instagram, stempel dan lightbox

1.4. Tujuan dan Manfaat

- a. Tujuan

Adapun tujuan dalam penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut

1. Menjabarkan proses desain mulai dari penggalian ide hingga eksekusi desain final identitas visual kios Kadesy.
2. Menjabarkan penerapan elemen-elemen visual serta teori desain grafis perancangan identitas visual Kios Kadesy

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

3. Menjabarkan pengaplikasian identitas visual kios Kadesy pada berbagai media turunan.

b. Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi institusi
 - a. Menerapkan ilmu yang telah dipelajari semasa perkuliahan
 - b. Memberi referensi dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan identitas visual
2. Manfaat bagi klien
 - a. Membantu menciptakan ciri khas Kios Kadesy sebagai pembeda dari kompetitor.
 - b. Membantu meningkatkan kepercayaan terhadap produk Kios Kadesy
 - c. Serta meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk kios Kadesy

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan perancangan identitas visual Kios Kadesy.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas mengenai landasan teori yang digunakan dalam perancangan identitas visual kios Kadesy. Teori yang dibahas meliputi pengertian,

jenis dan fungsi logo, teori elemen-elemen desain grafis, teori tipografi, dan teori ilustrasi,

BAB III METODE PERANCANGAN

Pada bab ini membahas mengenai metode penelitian dan metode pengumpulan data, metode riset desain, data dan fakta, analisis data dan fakta, serta arahan kreatif.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Pada bab ini membahas mengenai proses menggali ide dan proses desain berdasarkan arahan kreatif, hasil akhir desain berupa logo serta pengaplikasiannya pada media pendukung

BAB V PENUTUP

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran penulis dalam perancangan identitas visual kios Kadesy yang telah dikerjakan.

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

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Setelah melakukan proses penelitian dari mulai riset data hingga proses desain, telah didapatkan hasil desain dari perancangan identitas visual Kios Kadesy. Maka dapat ditarik simpulan yaitu,

1. Proses perancangan identitas visual Kios Kadesy dimulai dengan proses *Emphatize* melalui wawancara, observasi dan literatur. Wawancara dilakukan kepada Desy Susanti selaku owner Kios Kadesy untuk mendapatkan data terkait profil Kios kadesy serta permasalahan desain yang dialami. Dan wawancara kepada beberapa konsumen Kios Kadesy untuk mendapatkan consumer insight. Observasi dilakukan terhadap kedua toko fisik Kios Kadesy untuk melihat permasalahan terkait identitas visual, mengetahui produk apa saja yang ada di Kios Kadesy, melihat bagaimana pelayanan dari Kios Kadesy, serta menentukan media yang diperlukan. Kemudian setelah data terkumpul dilakukan proses *Define* melalui analisis SWOT sehingga terbentuknya *creative brief*. Selanjutnya melakukan proses *Ideate* melalui mind mapping, moodboard, dan sketsa. Proses mind mapping dilakukan untuk mendapatkan konsep visual yaitu *friendly, helpful, happy* dan *simple* yang divisualisasikan dengan merangkul, senyum, warna kuning, warna oranye, warna pink, garis lengkung, font sans serif, font dekoratif, uluran tangan, white space, dan geometris. Lalu dibuatnya moodboard sebagai acuan dalam merancang desain. Tahapan selanjutnya membuat sketsa kasar, sketsa kasar dibuat dengan konsep yang sama kemudian dipilih empat untuk dijadikan sketsa halus. Dari empat sketsa halus dilakukan digitalisasi untuk mendapatkan desain komprehensif agar lebih terlihat dengan jelas keseluruhan desain. Dari empat desain komprehensif dipilih satu yang terbaik untuk dijadikan sebagai identitas visual Kios Kadesy. dan yang terakhir proses *Prototype* melalui mockup. Mockup dibuat untuk melihat gambaran dari media media yang akan dibuat sebelum diproduksi.

2. Dalam proses pembuatan identitas visual Kios Kadesy tidak terlepas dari penerapan teori-teori desain grafis, identitas visual, dan teori pendukung lainnya berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan. Hasil desain yang didapat yaitu logo Kios Kadesy menggunakan konsep *friendly, helpful, simple and happy*. Penggambaran konsep *Friendly* dapat dilihat dari penggunaan *font* yang *rounded* dan memiliki garis *curve*. Ini merepresentasikan keramahan pelayanan yang diberikan Kios Kadesy kepada para konsumennya. Penggambaran konsep *helpful* dan *happy* dapat dilihat dari garis lengkung pada huruf ‘y’ yang menyimbolkan senyuman, ini merepresentasikan respon konsumen yang senang atas konsultasi dan pelayanan ramah yang diberikan oleh Kios Kadesy sehingga mereka dapat memilih produk yang dirasa paling cocok untuk mereka. Kemudian lengkungan pada huruf ‘k’ memberi kesan *happy*. Kemudian penggambaran konsep *simple* dapat dilihat dari bentuk huruf yang memiliki bentuk dasar geometris, sehingga tetap memberi kesan *simple*. warna kuning merepresentasikan rasa senang konsumen terhadap pelayanan ramah dan konsultasi yang diberikan Kios Kadesy. Warna kuning juga merepresentasikan kehangatan antara Kios Kadesy dengan konsumennya yang ditimbulkan dari pelayanan ramah yang diberikan oleh Kios Kadesy. Warna kuning juga memiliki psikologis warna yang mewakili rasa senang, ini berhubungan dengan rasa senang konsumen atas pelayanan Kios Kadesy. Warna merah muda memiliki karakteristik feminim, warna ini mewakili target market Kios Kadesy, yaitu Ibu rumah tangga dan wanita karir. Tetapi, warna merah muda yang dipilih adalah warna merah muda dengan *low value* (lebih gelap) untuk menunjukkan kesan “kuat” yang merepresentasikan ketangguhan seorang ibu rumah tangga dan wanita karir. Untuk warna turunan pink, dipilih warna yang lebih muda untuk merepresentasikan produk yang dijual oleh kios kadesy. Mulai dari usia muda (produk perlengkapan bayi, pakaian balita, dan pakaian anak) hingga usia dewasa (pakaian dewasa).
3. Media utama dalam perancangan identitas visual Kios Kadesy berupa buku panduan identitas visual (GSM) sebagai acuan dalam penerapannya. Kemudian media pendukung lainnya adalah stample dan bon/nota untuk keperluan

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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



tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

transaksi di Kios Kadesy. Standing banner, layout instagram dan sign board/neon sign untuk keperluan promosi Kios Kadesy. Dan shopping bag untuk keperluan merchandise dari Kios Kadesy.

5.2. Saran

Dalam rangka memperkenalkan identitas visual Kios Kadesy yang baru, maka Kios Kadesy perlu melakukan pemasaran secara digital dengan cara membuat akun Instagram bisnis dan melakukan promosi melalui Instagram ads. Selain itu media sosial dapat digunakan untuk menyampaikan informasi secara cepat terkait produk-produk yang tersedia di Kios Kadesy.



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

DAFTAR REFERENSI

- Anggraini S., Lia & Nathalia, Kirana. (2018). *DESAIN Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*, Cetakan Kelima. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Gary LJ. (2019). “Dorong Pertumbuhan Ekonomi Lewat UKM”. Diambil dari <https://lokadata.id/artikel/dorong-pertumbuhan-ekonomi-lewat-ukm>, diakses pada 10 April 2021.
- Hasan, Muhammad Mufti. (2017). Redesain Identitas Visual Umkm Putra Jaya Tegal. *Tugas Akhir*. Universitas Negeri Semarang.
- Kitadigi. (2021). “Perkembangan UMKM di Indonesia”. Diambil dari <https://kitadigi.com/perkembangan-umkm-di-indonesia/>, diakses pada 10 April 2021.
- Landa, Robin. (2014). *Graphic Design Solutions*, Fifth Edition. Boston, Massachusetts: Wadsworth Cengage Learning.
- Lazuardi, M. L. & Sukoco, Iwan. (2019). Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1-11.
- Ramdani, Guruh. (2019). *Desain Grafis*. Bogor: IPB Press.
- Rustan, Suriyanto. (2009). *Mendesain LOGO*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Suriyanto. (2019). *Buku Warna*. Jakarta: PT Lintas Kreasi Imaji.
- Said, A. A. (2019). Mendesain Logo. *TANRA Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain-Unm*, 6.
- Santia, Tira. (2020). “Kenali Perbedaan UKM dan UMKM”. Diambil dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4343526/kenali-perbedaan-ukm-dan-umkm>, diakses pada 10 April 2021.
- Sihombing, Danton. (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Wheeler, Alina. (2013). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for The Whole Branding Team*, Fourth Edition. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.



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

LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Muhamad Faishal fadhil	
NAMA PEMBIMBING		Yulianto Hadiprawiro, M.Ds	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Identitas Visual UKM Kios Kadesy	
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	5 April 2021	mereview outline terkait klien dan permasalahannya	penyusunan timeline bimbingan bersama dan review Bab 1
2	16 April 2021	Arahan Bab 1 dan penyusunan timeline bimbingan bersama	progress Bab 2
3	2 mei 2021	Revisi Bab 1 : ubah kalimat menjadi pasif ilmiah, sumber data dicantumkan, cara mencantumkan sumber data dari artikel online, mapping permasalahan diperjelas	merevisi BAB 1 dan Melanjutkan BAB 3
4	12 mei 2021	bimbingan bab 3 (difokuskan kepada creative brief). perbaiki isi dari metode riset desain dan metode pengumpulan data (isi lebih menjelaskan alasan penggunaan metode tersebut dalam perancangan identitas visual Kios Kadesy)	revisi bab 3, menyiapkan pertanyaan untuk wawancara
5	16 mei 2021	bimbingan susulan bagi yang belum di bimbingan sebelumnya	
6	19 mei 2021	bimbingan bab 2. bab 2 masih terlalu umum, dibuat lebih spesifik lagi, jangan terlalu banyak teori, cantumkan teori yang akan digunakan saja, dan lebih di fokuskan ke teori yang berkaitan dengan logo	merevisi bab 2 dan melakukan wawancara untuk mencari insight konsumen
7	20 mei 2021	bimbingan lanjutan bagi yang belum.	merapihkan proposal
8	18 Juni 2021	melengkapi mind map, harus jelas ujungnya, dapet kata benda (icon), moodboard project profile berisi tentang klien, moodbard consumer profile dilengkapi iklan-iklan brand SES B-C. mencari seorang figur yang sekiranya dapat menjadi partner kios kadesy	revisi mind map dan moodboard
9	26 juni 2021	lengkapi mindmap, kurang explore, belum menemukan kata benda.lengkapi kembali moodboard, harus lebih cepat kerjanya	revisi mind map dan moodboard
10	10 juli 2021	coba sketsa beberapa jenis logo, allusive logo, pictorial name, name only, abstract, dll., explore icon lagi, dan hati hati dalam memilih icon jangan sampai kesan yg ditampilkan malah negatif	revisi mindmap, explorasi icon
11	24 juli 2021	untuk mencari warna harus mendapatkan bendanya terlebih dahulu, sehingga lebih mudah dan lebih logis, kemudia baru didukung dengan teori.	eksplorasi benda untuk mencari warna

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

12	2 Agustus 2021	masukan byline dan tagline dalam sketsa digital, coba sketsa no.3 disusun secara horizontal, terapkan versi black and white + invert	membuat yang diminta oleh dosen pembimbing
13	3 Agustus 2021	coba explore bentuk/posisi tagline dan byline, asistensi logo ke klien, rekomendasi dari dosen pembimbing adalah logo koprehensi ke 3.	asistensi ke klien, merapihkan logo terpilih dan melanjutkan penulisan
14			

Lampiran 2. Transkrip Wawancara

P: Apakah Ibu mempunyai sosial media?

- Tidak punya
- punya, ada instagram, facebook, twitter (pasif), whatsapp
- punya, facebook, instagram, whatsapp
- instagram, facebook
- instagram, facebook
- facebook, instagram, whatsapp
- facebook, dan instagram
- whatsapp

P: Dengan sosial media tersebut, ibu sering tidak melihat produk - produk toko online di sosial media tersebut?

- selalu, biasa jiwa emak-emak
- iya, suka liat toko online
- sering, melihat toko online di instagram
- iya suka melihat di instagram
- sering lihat di instagram
- pasti sering
- pernah, lazada (ecommerce)

P: Tetapi menurut ibu, lebih nyaman belanja online atau belanja ke toko langsung? Apa Alasannya?

- langsung, alasannya lebih puas, dapat melihat dan merasakan langsung dari segi kualitas produk, bahan produk, tampilan produk, dan dapat memilih ukuran yang pas dengan badan kita.
- kalo saya lebih cocok langsung, berdasarkan pengalaman beberapa kali belanja online, barang yang dibeli tidak sesuai dengan ekspektasi dari kualitas atau dari ukuran, kadang barang yang dipesan ternyata memiliki ukuran anak kecil, sudah memesan ukuran XL tetapi ternyata ukuran XL untuk anak. Jadi lebih nyaman belanja langsung karena bisa melihat kualitas barangnya, lebih

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

mudah mencari ukuran yang pas juga. Paling kalau untuk toko online lebih untuk melihat produk terlebih dahulu lewat gadget, kalau seumpamanya tertarik biasanya langsung nanya alamat toko, kalau tokonya ada langsung datang ke toko.

- Lebih nyaman ke toko langsung, bisa melihat kondisi barang seperti kualitas, bahan, bentuk, dsb. Sehingga barang yang akan dibeli akan sesuai dengan ekspektasi.
- Langsung datang ke toko, karena postur tubuh saya yang kecil, jadi harus ada treatment khusus dan harus di fitting terlebih dahulu.
- Lebih enak melihat katalog di sosial media kemudian beli di toko offline nya langsung.
- Langsung ke toko karena bisa melihat barang secara langsung, sehingga yakin
- Langsung, karena bisa melihat kondisi barang dan bisa fitting langsung.
- Langsung, bisa melihat kondisi barang, ukuran dan kualitasnya

P: Pertimbangan ibu dalam membeli produk apa sih? khususnya pakaian

- yang pertama jarak toko dari rumah. Yang kedua, kenyamanan produk saat dipakai
- yang pertama karena adanya kebutuhan
- adanya kebutuhan
- ada kebutuhan
- suka terhadap produk dan ukurannya pas
- kualitas bahan
- adanya kebutuhan
- kebutuhan

P: Apakah ada pertimbangan lain?

- kualitas barang setelah itu harga barang
- pertimbangan lain adalah harga kemudian kualitas, harga mengikuti kualitas kan soalnya.
- Melengkapi koleksi yang belum dipunya, serta kualitas kemudian harga
- Mempertimbangkan harga kemudian kualitas
- Harga kemudian kualitas
- Kemudian harga
- Model-model baru, kualitas dan harga
- Dari harga dan kualitas



© 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

P: Jika ada 2 produk dengan kualitas yang sama dengan harga yang sama, tetapi yang satu mempunyai merek dan yang satu lagi tidak, ibu akan memilih yang mana?

- memilih yang bermerek, karena anggapan yang bermerek lebih bagus, kemudian ada kepuasan sendiri jika beli yang bermerek.
- bermerek, sebenarnya masih 50:50 karena dilihat lagi dari kualitas nya yang jadi pertimbangan kalau dipakenya nyaman yaudah walaupun ga bermerek juga ga masalah.
- Merek atau tidak, yang jadi pertimbangan adalah kenyamanan dari produk tersebut. Tetapi kalau harus memilih, lebih pilih yang ada merek, karena produk jadi memiliki identitas. Dan merek meningkatkan kepercayaan terhadap produk tersebut.
- Lebih memilih yang bermerk, ada kepuasan lebih didalam diri sendiri
- Lebih milih yang bermerek, karena merek dapat meningkatkan kepercayaan terhadap produk
- Yang bermerek, karena produk sama jadi lebih milih yang bermerek, lebih meyakinkan pembeli
- Tanpa merek, menurut pribadi tidak harus bermerek.
- Tidak terlalu mementingkan merek, jadi yang penting nyaman digunakan

P: Menurut ibu merek pada produk atau toko itu penting tidak?

- penting, sebagai identitas produk agar tidak ditiru
- penting. Merek dapat menjadi daya tarik sekaligus jadi identitas dan ciri khas. Merek juga dapet mendongkrak nilai dari suatu produk.
- Penting, membuat percaya diri yang memakainya.
- Lumayan penting dan berpengaruh, merek menandakan kualitas produk yang baik
- Penting, merek dapat menambah nilai dari suatu produk
- Tidak terlalu penting, yang terpenting nyaman digunakan dan bagus kualitasnya
- Sebenarnya penting, karena bisa menjadi identitas dan menambah nilai produk tersebut
- Kalo menurut pribadi tidak terlalu berpengaruh

P: Sudah berapa lama menjadi pelanggan Kios Kadesy?

- sudah lebih dari 7 tahun yang lalu

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

- sudah menjadi pelanggan semenjak awal buka di tahun 1996 sampai sekarang.
- Sudah lama, semenjak kadesy masih di toko pertamanya.
- Sudah lumayan lama, semenjak Kios Kadesy pertama kali pindah ke toko yang sekarang.
- Sudah lama, dari semenjak toko pertama
- Sudah lama, dari toko di cabe 1
- Sudah lama, sekitar 18 tahunan
- Sudah lama, dari saat toko di cabe 1

P: Selama menjadi pelanggan Kios Kadesy. tau nama “Kios Kadesy” dari mana? Padahal Kios Kadesy tidak memiliki merek.

- tau dari orang lain, lewat mulut ke mulut. Karena waktu pertama taunya toko itu banyak yang minat karena barangnya bagus.
- Awalnya hanya tau nama ownernya, sampai namanya menjadi icon dari usahanya dan dikenal orang-orang dengan nama “Kios Kadesy”
- Dulu ada spanduk yang mencantumkan nama “Kios Kadesy” di toko pertamanya.
- Karena sering lewat, dan rekomendasi teman-teman.
- Berdasarkan nama pemilik toko saja, jadi sebutan toko itu
- tau berdasarkan nama owner
- hanya tau “Kios Kadesy” karena orang-orang menyebutnya begitu
- pernah melihat banner yang bertulisan Kios Kadesy di toko di cabe 1

P: Apa alasan membeli produk di Kios Kadesy?

- pertama jaraknya dekat, tidak terlalu banyak pilihan, dan harga terjangkau, dari kualitas produk ya standar, Ada harga ada kualitas
- salah satu alasannya adalah produk nya yang bagus, tidak pasaran, pelayanannya ramah dan membuat nyaman.
- Produknya lengkap, kualitas nya tidak murahan, dekat dari rumah,
- Jarak yang dekat, nyaman (produk yang ditawarkan berkualitas, harga juga terjangkau)
- Jarak yang dekat, harga yang pas dan terjangkau
- Kualitas bagus, harga terjangkau, dan pelayanannya ramah, santai, dan kaya temen.
- Kualitas produk bagus, harga bersahabat, dan pelayanannya ramah
- Harga nya terjangkau, produk lengkap



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

P: Selama menjadi pelanggan Kios Kadesy, tau tidak kios kadesy mempunyai cabang?

P: Kalo tau, ibu tau dari mana?

- tau
- langsung diinfokan oleh ka desy
- tau, melihat update status anaknya owner, dan diinfokan oleh teman yang kebetulan rumah nya dekat dari toko cabang Kios Kadesy.
- Tau, diinfokan langsung oleh owner
- Kurang tau tentang cabang baru.
- Tau, diinfokan langsung oleh owner
- Tau, diinfokan langsung oleh owner
- Tau, diinfokan langsung oleh owner
- Tau, liat langsung saat persiapan buka, bertemu dengan owner

P: sebagai pelanggan lama apa harapan ibu kedepan untuk Kios Kadesy?

- harapannya variasi produk lebih di perbanyak, tokonya kalau bisa diperluas lagi agar lebih nyaman lihat-lihat barang ketika datang berkunjung,
- dapat menyampaikan informasi secara cepat kepada konsumennya terkait produk, dipertahankan kualitasnya kalau bisa ditingkatkan lagi, variasi produk diperbanyak.
- Mempunyai platfom yang dapat menyampaikan pesan secara cepat, seperti instagram, dan tambahkan model produk yang terbaru/yang sedang trend.
- berharap jam buka toko diperpanjang, dan dilengkapi produknya terutama aksesoris untuk anak.
- Menurut saya sudah bagus, harga sesuai, nyaman pokoknya.
- Menurut saya sudah bagus, pertahankan
- Tambahkan produk” untuk remaja, dan mungkin tokonya bisa diperluas
- Mudah-mudahan bisa lebih maju.





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. Curriculum Vitae

CURRICULUM VITAE
MUHAMAD FAISHAL FADHIL
 GRAPHIC DESIGNER

ABOUT ME
 Hello!
 My name is Muhamad Faishal Fadhil, Im 21 years old. I am a graphic designer from Jakarta state polytechnic. I live in Pondok Cabe, Pamulang, South Tangerang. I have computer graphic skills such as Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Indesign, Adobe After Effects, Adobe Premiere, Adobe Muse And I have a skill in Photography, Murals and Graffiti.

EDUCATION

2017 - PRESENT	Jakarta State Polytechnic. Graphic Design	2014 - 2017	MAN 11 South Jakarta
----------------	---	-------------	----------------------

WORK EXPERIENCE

2019	Freelance Designer at Liga Mahasiswa.	2017 - 2018	Mural at 07 Elementary School.
	Mural at Pisangan 02 Elementary School & 226 Middle School.		Mural at Cafe, Vape Store, Barber Shop.

ACHIEVEMENT

2018	3rd Place Mural Competition at State Polytechnic Of Jakarta	2017	Graffiti 1st Place at SMAN 1 Tangsel & UINJKT
2016	Calligraphy 1st Place at MAN 7.	2015	Challigraphy Contemporary Bronze Medalist at Aksioma 2015 in Palembang. Challigraphy Contemporary 3rd Place at MTQ Depok 2015, Challigraphy 2nd Place at Cultural Festival of South Jakarta 2015.

SKILLS

Ai Adobe Illustrator	Ps Adobe Photoshop	Id Adobe Indesign
Pr Adobe Premier Pro	Ae Adobe After Effect	Mu Adobe Muse
Photography	Murals and Graffiti	

CURRICULUM VITAE 2.0