



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL UNTUK MAMATA
CRAFT SEBAGAI MEDIA *BRANDING***



**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2025**



Hak Cipta :

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

Penulis : Anisa Kurnia Widiasih

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, 30 Juni 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

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

Dosen Pembimbing II

Fani Nur Jannah, ST., 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 ULANG IDENTITAS VISUAL UNTUK MAMATA CRAFT SEBAGAI MEDIA *BRANDING*

Oleh:

ANISA KURNIA WIDIASIH
2106421060

Disahkan:
Depok, 9 Juli 2025

Penguji I

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

Penguji II

Fitri Nur Ardiantika, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 199004032022032011

Kepala Program Studi

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

Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan



Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng.
NIP. 198405292012121002



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL UNTUK MAMATA CRAFT SEBAGAI MEDIA BRANDING

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, 30 Juni 2025

Yang menyatakan,

Anisa Kurnia Widiasih

2106421060



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang fesyen kini semakin berkembang dan memiliki potensi pasar yang luas. Tren ini mendorong peningkatan produksi fesyen secara global, yang berdampak pada meningkatnya limbah tekstil. Mamata Craft hadir sebagai *brand* tas rajut *handmade* yang mengusung konsep ramah lingkungan dengan memanfaatkan limbah tekstil sebagai bahan utama, serta mengangkat nilai-nilai budaya melalui kearifan lokal yang tercermin pada produknya. Untuk bersaing di industri fesyen, setiap *brand* memerlukan strategi *branding* yang tepat, salah satunya melalui identitas visual yang kuat agar pesan dan nilai *brand* tersampaikan secara konsisten. Namun, identitas visual Mamata Craft saat ini belum mencerminkan citra *brand* yang diusung dan masih menggunakan *font* yang tidak legal. Oleh karena itu, perlu dilakukan perancangan ulang identitas visual yang didasarkan pada teori desain grafis dan diterapkan dalam *Graphic Standard Manual (GSM)* beserta media turunannya. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan *mix-method*, yaitu metode kualitatif dan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, studi literatur, dan kuesioner. Proses perancangan desain meliputi tahapan *mind mapping*, *moodboard*, sketsa, digitalisasi, *prototype*, *testing* hingga menerapkan ke media pendukungnya. Hasil dari penelitian ini adalah identitas visual dengan gaya yang simpel dan elegan, memadukan ornamen khas Indonesia dalam bentuk *combination logo*, menggunakan elemen sansekerta serta tipografi *script* dan *sans serif*, dengan warna *earth tone*, dan supergrafis pematran batun timun. Identitas visual baru ini diharapkan dapat memperkuat citra Mamata Craft sekaligus memenuhi aspek legalitas yang berlaku.

Kata kunci: *Brand Image*, Identitas Visual, Mamata Craft, Tas Rajut, UMKM



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

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the fashion sector are experiencing growth and have a significant market potential. This trend is contributing to a global increase in fashion production, which in turn leads to a rise in textile waste. Mamata Craft is a handmade crochet bag brand that embodies an environmentally friendly concept, utilizing textile waste as its primary material, while also promoting cultural values through the local wisdom reflected in its products. To compete in the fashion industry, every brand needs a well-defined branding strategy, one of which is a strong visual identity that conveys the brand's message and values consistently. However, Mamata Craft's current visual identity does not accurately reflect the brand image it conveys, and it continues to utilize illegal fonts. Therefore, it is necessary to redesign the visual identity based on graphic design theory and apply it in the Graphic Standard Manual (GSM) and its derivative media. This research method employs a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative methods, with data collection techniques that include interviews, observations, literature reviews, and questionnaires. The design planning process consists of the following stages: mind mapping, moodboard, sketching, digitization, prototype, testing, and applying to supporting media. The result of this research is a visual identity with a simple and elegant style, combining traditional Indonesian ornaments in the form of a combination logo, utilizing Sanskrit elements and script, as well as sans serif typography, with earth-tone colors, and supergraphics featuring a batun timun pattern. This new visual identity is expected to enhance the image of Mamata Craft while meeting the applicable legal requirements.

Keyword: Brand Image, Crochet Bag, Mamata Craft, MSMEs, Visual Identity



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

Puji serta Syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual untuk Mamata Craft sebagai Media *Branding*” dapat diselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini, tidak lupa mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada pihak yang telah mengarahkan dan membimbing dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis dan Dosen Pembimbing Materi Politeknik Negeri Jakarta
4. Fani Nur Jannah, ST., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Teknis Politeknik Negeri Jakarta
5. Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Penguji Materi Politeknik Negeri Jakarta
6. Fitri Nur Ardiantika, S.I.Kom., M.Si. selaku Dosen Penguji Teknis Politeknik Negeri Jakarta
7. Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik Politeknik Negeri Jakarta
8. Seluruh dosen pengampu mata kuliah Program Studi Desain Grafis yang telah memberikan pengetahuan selama penulis menjalani perkuliahan pada Program Studi Desain Grafis, Politeknik Negeri Jakarta
9. Ondang Dahlia dan Andri Ganamurti selaku pemilik Mamata Craft atas izin serta kepercayaan yang diberikan kepada penulis untuk mengangkat topik Tugas Akhir
10. Orang tua yang telah memberikan dukungan moral serta materi sehingga penulis dapat menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta
11. Febriana Ramadhani, Fuad Alfariz, dan Eky Dwi Cahyani selaku kakak



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

yang telah memberikan dukungan moral serta materi selama proses pengerjaan Tugas Akhir

12. Marsha, Rahma, Najla, Vina, dan Vanny yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses pengerjaan Tugas Akhir
13. Seluruh teman-teman Desain Grafis C Angkatan 2021 yang telah memberikan semangat, motivasi, dan bantuan selama perkuliahan dan pengerjaan Tugas Akhir
14. Adis, Dita, Tino, dan Suzu yang telah memberikan dukungan dan doa selama proses pengerjaan Tugas Akhir
15. Hanifah, Citra, Salsa, Ivada, Shahnaz, Yasmin, Handini, dan Alsa selaku sahabat sejak SMA yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan doa selama proses pengerjaan Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kekeliruan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangat diterima dengan terbuka. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 30 Juni 2025

Anisa Kurnia Widiasih



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 ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	18
1.1 Latar Belakang.....	18
1.2 Rumusan Masalah.....	21
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	21
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	21
1.4.1 Tujuan.....	21
1.4.2 Manfaat.....	21
1.5 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	24
2.1 Branding.....	24
2.1.1 Brand Image.....	25
2.2 Rebranding.....	26
2.3 Identitas Visual.....	27
2.3.1 Logo.....	27
2.3.2 Warna.....	29
2.3.3 Tipografi.....	32



© 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

2.3.4 Supergrafis.....	37
2.4 <i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	38
2.5 Semiotika Visual.....	40
2.6 Teori Gestalt.....	42
2.7 <i>Eco-Friendly</i>	44
2.8 <i>Design Thinking</i>	45
BAB III METODE PERANCANGAN.....	47
3.1 Metode Penelitian.....	47
3.1.1 <i>Empathize</i>	47
3.1.2 <i>Define</i>	48
3.1.3 <i>Ideate</i>	48
3.1.4 <i>Prototype</i>	48
3.1.5 <i>Testing</i>	48
3.2 <i>Define</i>	49
3.2.1 Profil Klien.....	49
3.2.2 <i>Product Knowledge</i>	50
3.2.3 Target Market.....	51
3.2.4 Kebutuhan Media.....	52
3.2.5 Kompetitor.....	52
3.2.6 <i>Consumer Insight</i>	55
3.2.7 <i>Positioning</i>	57
3.2.8 Analisis <i>SWOT</i>	58
3.3 Arahkan Kreatif.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....	64
4.1 <i>Ideate</i>	64
4.1.1 <i>Mind Mapping</i>	64
4.1.2 <i>Moodboard</i>	66



© 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

4.1.3 Sketsa.....	69
4.1.4 Eksplorasi Tipografi.....	70
4.1.5 Eksplorasi Warna.....	72
4.1.6 Eksplorasi Supergrafis.....	74
4.1.7 Eksplorasi Hanacaraka.....	75
4.1.8 Digitalisasi.....	77
4.2 <i>Prototype</i>	81
4.3 <i>Testing</i>	86
4.3.1 <i>Testing Similarity Image Logo</i>	86
4.3.2 <i>Testing Identitas Visual kepada Klien dan Target Audiens</i>	86
4.4 <i>Final Artwork</i>	88
4.4.1 <i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	88
4.4.2 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce.....	94
4.4.3 Teori Gestalt.....	96
4.5 Media Pendukung.....	97
4.5.1 <i>Mailer Box</i>	97
4.5.2 <i>Paper Bag</i>	97
4.5.3 <i>Hangtag</i>	98
4.5.4 <i>Tripod Banner</i>	98
4.5.5 Instagram dan Shopee Feeds.....	99
4.6 Pertimbangan Produksi.....	99
BAB V PENUTUP.....	101
5.1 Simpulan.....	101
5.2 Saran.....	102
DAFTAR REFERENSI.....	103
LAMPIRAN.....	107



© 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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Mamata Craft.....	20
Gambar 2.1 Logo Toshiba.....	27
Gambar 2.2 Logo Facebook.....	28
Gambar 2.3 Logo Mercedes Benz.....	28
Gambar 2.4 <i>RGB</i>	29
Gambar 2.5 <i>CMYK</i>	30
Gambar 2.6 <i>Analogous</i>	31
Gambar 2.7 Anatomi Tipografi.....	34
Gambar 2.8 Keluarga Huruf Berat.....	34
Gambar 2.9 Keluarga Huruf Proporsi.....	35
Gambar 2.10 Keluarga Huruf Kemiringan.....	35
Gambar 2.11 Logo IKEA.....	36
Gambar 2.12 Logo Disney.....	36
Gambar 2.13 <i>Legibility</i>	37
Gambar 2.14 <i>Readability</i>	37
Gambar 2.15 Contoh Elemen Desain Supergrafis.....	38
Gambar 2.16 Elemen Teori Charles Sanders Peirce.....	40
Gambar 2.17 Ikon.....	41
Gambar 2.18 Simbol.....	41
Gambar 2.19 Indeks.....	42
Gambar 2.20 Logo Unilever.....	43
Gambar 2.21 Logo Moca.....	43
Gambar 2.22 Logo Adobe.....	44
Gambar 2.23 <i>Design Thinking</i>	45
Gambar 3.1 Logo Mamata Craft.....	49
Gambar 3.2 Jenis-jenis Tas Mamata Craft.....	51



© 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 3.3 Logo Dowa.....	52
Gambar 3.4 Media Pendukung Dowa.....	53
Gambar 3.5 Logo Kroshe.....	53
Gambar 3.6 Media Pendukung Kroshe.....	54
Gambar 3.7 Logo Minomi.....	54
Gambar 3.8 Media Pendukung Minomi.....	55
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i>	64
Gambar 4.2 <i>Project Profile Board</i>	67
Gambar 4.3 <i>Past Project Profile Board</i>	67
Gambar 4.4 <i>Consumer Profile Board</i>	68
Gambar 4.5 <i>Partner Profile Board</i>	68
Gambar 4.6 <i>Moodboard</i>	69
Gambar 4.7 Sketsa.....	69
Gambar 4.8 Sketsa Pilihan.....	70
Gambar 4.9 Tipografi <i>Script</i> Alternatif 1.....	70
Gambar 4.10 Tipografi <i>Script</i> Alternatif 2.....	71
Gambar 4.11 Tipografi <i>Script</i> Alternatif 3.....	71
Gambar 4.12 Tipografi <i>Sans Serif</i> Alternatif 1.....	71
Gambar 4.13 Tipografi <i>Sans Serif</i> Alternatif 2.....	72
Gambar 4.14 Tipografi <i>Sans Serif</i> Alternatif 3.....	72
Gambar 4.15 Warna Alternatif 1.....	73
Gambar 4.16 Warna Alternatif 2.....	73
Gambar 4.17 Warna Alternatif 3.....	73
Gambar 4.18 Ukiran Papatran Batun Timun.....	74
Gambar 4.19 Supergrafis Alternatif 1.....	74
Gambar 4.20 Supergrafis Alternatif 2.....	74
Gambar 4.21 Supergrafis Alternatif 3.....	75



© 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 4.22 Hanacaraka “Ma”	75
Gambar 4.23 Hanacaraka Alternatif 1	76
Gambar 4.24 Hanacaraka Alternatif 2	76
Gambar 4.25 Hanacaraka Alternatif 3	76
Gambar 4.26 Digitalisasi	77
Gambar 4.27 Desain alternatif 1	78
Gambar 4.28 Desain alternatif 2	79
Gambar 4.29 Desain alternatif 3	79
Gambar 4.30 Desain alternatif 4	80
Gambar 4.31 Desain alternatif 5	81
Gambar 4.32 Desain Terpilih	81
Gambar 4.33 Supergrafis	82
Gambar 4.34 <i>Mockup Mailer Box</i>	83
Gambar 4.35 <i>Mockup Paper Bag</i>	83
Gambar 4.36 <i>Mockup Hangtag</i>	84
Gambar 4.37 <i>Mockup Tripod Banner</i>	84
Gambar 4.38 <i>Mockup Instagram dan Shopee Feeds</i>	85
Gambar 4.39 <i>Testing Similarity Image</i>	86
Gambar 4.40 <i>Mockup Graphic Standard Manual</i>	88
Gambar 4.41 Konsep Logo Mamata Craft	89
Gambar 4.42 <i>Logo in Grid Mamata Craft</i>	89
Gambar 4.43 <i>Clear Space Area Mamata Craft</i>	90
Gambar 4.44 Warna Mamata Craft	90
Gambar 4.45 Penerapan Warna pada logo Mamata Craft	91
Gambar 4.46 Tipografi Mamata Craft	92
Gambar 4.47 Ukuran Logo Mamata Craft	93
Gambar 4.48 <i>Correct Used Logo Mamata Craft</i>	93



© 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 4.49 <i>Incorrect Used Logo Mamata Craft</i>	94
Gambar 4.50 <i>Mockup Mailer Box</i>	97
Gambar 4.51 <i>Mockup Paper Bag</i>	97
Gambar 4.52 <i>Mockup Hangtag</i>	98
Gambar 4.53 <i>Mockup Tripod Banner</i>	98
Gambar 4.54 <i>Mockup Instagram dan Shopee Feeds</i>	99





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 2.1 Makna Warna dalam Psikologi.....	31
Tabel 3.1 <i>Perceptual Mapping</i> Tas Rajut.....	58
Tabel 3.2 Analisis <i>SWOT</i> Mamata Craft.....	58
Tabel 3.3 <i>Design Brief</i> Produk Mamata Craft.....	61
Tabel 4.1 <i>Key Visual</i>	65
Tabel 4.2 Makna Warna pada Identitas Visual Mamata Craft.....	91
Tabel 4.3 Analisis Model Triadik Peirce.....	95





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.....	107
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	109
Lampiran 3. Transkrip Kuesioner <i>Consumer Insight</i>	120
Lampiran 4. Transkrip Kuesioner <i>Testing</i>	129
Lampiran 5. Hasil Cek Plagiarisme.....	136
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup.....	137



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

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha individu atau badan usaha kecil yang mengalami kenaikan salah satunya di bidang fesyen tiap tahunnya. Berdasarkan Open Data Jabar, Dinas Koperasi Usaha Kecil mengatakan bahwa total UMKM di bidang fesyen wilayah Jawa Barat mencapai 572.525 *unit* di tahun 2023. Maraknya penjualan fesyen menunjukkan bahwa hal tersebut semakin diminati dan memiliki peluang pasar yang luas. Tren fesyen di kalangan masyarakat membuat produksi meningkat secara global yang menyebabkan bertambahnya limbah tekstil (Niinimäki et al., 2020). Menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2024), limbah kain di Indonesia menyumbang 2,51% dari total komposisi sampah nasional dengan estimasi limbah kain pada tahun 2024 diperkirakan mencapai 1,78 ton.

Dalam menghadapi permasalahan limbah kain yang terus meningkat, upaya daur ulang menjadi solusi inovatif yang memberikan nilai tambah bagi industri fesyen. Kreativitas dalam mengolah limbah kain tidak hanya memberikan dampak yang sangat baik bagi lingkungan, tetapi juga membuka peluang bisnis yang menjadi sumber perekonomian masyarakat dan menghasilkan produk ramah lingkungan dengan daya tarik yang unik (Dewi et al., 2020). Dengan inovasi dan strategi pemasaran yang tepat, limbah kain dapat diubah menjadi karya bernilai ekonomi tinggi sekaligus mendukung keberlanjutan industri fesyen di Indonesia.

Untuk mendukung pemasaran produk berbasis daur ulang dan meningkatkan daya saing di industri fesyen, setiap *brand* perlu membuat strategi *branding* yang tepat dengan memiliki identitas visual untuk memengaruhi emosional konsumen dalam menentukan pembelian (Syahrullah, 2023). Identitas visual mencakup logo, warna, tipografi, dan supergrafis (Wiguna et al., 2024). Dalam konteks fesyen berkelanjutan, identitas visual pada *brand* memegang peran penting dalam memperkuat pesan dan nilai *brand*, seperti *eco-friendly*, *handmade*,



© 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

dan desain yang unik. Oleh karena itu, identitas visual merupakan wajah suatu *brand* yang menjadi hal pertama dilihat oleh orang lain (Wiguna et al., 2024).

Dalam upaya mengurangi dampak limbah tekstil, Mamata Craft yang dijalankan oleh Ibu Ondang Dahlia dan Bapak Andri Ganamurti sejak tahun 2022 di Bandung, hadir sebagai *brand* lokal yang berfokus pada produksi tas rajut *handmade* dengan memanfaatkan limbah kain sebagai bahan baku utamanya. Dengan memanfaatkan limbah kain, *brand* ini tidak hanya mengurangi dampak limbah tekstil, tetapi juga memberdayakan pengrajin lokal melalui pelatihan dan pendampingan. Penjualan Mamata Craft telah berkembang pesat berkat kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk Hotel Yello Paskal, Hotel Mercure, Hotel Kimaya, Koperasi Klatah, dan toko oleh-oleh Kartika Sari. Selain itu, Mamata Craft juga semakin dikenal karena dipercaya menjadi narasumber di Kementerian Perindustrian RI, yang semakin memperkuat posisinya sebagai *brand* lokal berkelanjutan.

Saat ini, Mamata Craft menggunakan logo gratis dari Dinas Kota Bandung sejak 2022 yang terlalu banyak mencantumkan informasi membuat tampilan logo seperti label (Adit, 2025). Padahal logo yang baik dan profesional harus memiliki tingkat keterbacaan tinggi saat diaplikasikan di berbagai media dan ukuran yang berbeda, simpel agar mudah dimengerti dalam waktu singkat, dan unik agar mudah diingat dalam kurun waktu yang relatif lama (Creativany et al., 2020). Merek Mamata Craft sudah terdaftar di Hak Kekayaan Intelektual. Namun, logo mereka masih menggunakan *font* yang *personal use*. Penggunaan *font* berlisensi *personal use* untuk keperluan komersial merupakan pelanggaran terhadap hak eksklusif penciptanya karena *font* hanya digunakan secara gratis selama tidak untuk tujuan komersial kecuali jika pengguna sudah membayar royalti kepada penciptanya (Putri et al., 2022). *Font personal use* hanya boleh digunakan untuk percobaan atau versi *demo* sebelum membeli kategori penggunaan lisensi *font* (Fadli, 2025). Dari hasil kuesioner dengan 57 responden mengenai persepsi konsumen terhadap identitas visual Mamata Craft, 75,4% menyatakan kurang setuju bahwa identitas visual Mamata Craft mencerminkan *brand* yang elegan, peduli lingkungan, dan mencintai budaya Indonesia.



© 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 1.1 Logo Mamata Craft
Sumber: Dokumen Klien

Pada beberapa penelitian terdahulu, proses perancangan ulang identitas visual dilakukan untuk memperkuat citra merek, mengenalkan identitas perusahaan, serta membangun hubungan yang erat antara perusahaan dan pelanggan, seperti pada penelitian Perancangan *Rebranding* dan Promosi UKM Rajut Flamboyan (Carolina et al., 2018), Perancangan *Branding* Identitas Visual “UMKM Dhanusa Project” sebagai Media Promosi (Prayogi et al., 2024), dan Redesain Logo sebagai *Corporate Identity* Yeye Craft di Nganjuk Jawa Timur (M. F. H. Prasetyo & Kristiana, 2023) yang mencakup rancangan logo, warna, dan tipografi. Namun, penelitian Perancangan Ulang Identitas Visual untuk Mamata Craft belum dilakukan.

Mamata Craft memerlukan identitas visual baru yang mampu mencerminkan *brand image* dengan memiliki keterbacaan yang baik di berbagai media pendukung, serta mematuhi aspek legalitas dalam penggunaannya agar sesuai dengan standar industri dan tidak melanggar hak cipta. Dengan identitas visual yang kuat dan legal, Mamata Craft dapat membangun citra *brand* yang lebih terpercaya dan meningkatkan daya saing di pasar.



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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran dari latar belakang di atas, rumusan masalah yang dapat ditarik adalah bagaimana proses perancangan ulang identitas visual Mamata Craft sebagai media *branding*?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, Tugas Akhir ini menentukan batasan pembahasan untuk tetap terfokus dan terarah dengan ruang lingkup sebagai berikut:

1. Proses perancangan ulang identitas visual yang mampu mewakili *branding* Mamata Craft.
2. Penerapan teori desain grafis pada perancangan ulang identitas visual Mamata Craft.
3. Penerapan hasil identitas visual Mamata Craft ke dalam *Graphic Standard Manual (GSM)* sebagai panduan desain media turunannya.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan dari penyusunan Tugas Akhir ini, yaitu sebagai berikut:

1. Melakukan proses perancangan ulang identitas visual yang mampu mewakili *branding* Mamata Craft.
2. Menerapkan teori desain grafis pada perancangan ulang identitas visual Mamata Craft.
3. Mengaplikasikan hasil identitas visual Mamata Craft ke dalam *Graphic Standard Manual (GSM)* sebagai panduan desain media turunannya.

1.4.2 Manfaat

Adapun hasil dari penyusunan Tugas Akhir yang telah dilakukan dapat memberikan manfaat, yaitu:

1. Manfaat untuk Klien

Perancangan ulang identitas visual memberikan dampak positif yang dapat merepresentasikan *brand image* Mamata Craft dan legal.



© 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

2. Manfaat untuk Ilmu Pengetahuan

Perancangan ulang identitas visual Mamata Craft mampu menjadi bahan referensi yang membantu mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang desain grafis untuk penelitian selanjutnya.

3. Manfaat Praktis di Desain Grafis

Perancangan ulang identitas visual Mamata Craft dapat memberikan contoh konkret dan panduan untuk mahasiswa maupun desainer grafis tentang penerapan teori desain grafis.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penyusunan Tugas Akhir secara sistematis dan terstruktur yang bertujuan agar pembaca dapat lebih mudah memahami isi pembahasan yang terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang yakni menjelaskan permasalahan dan kebutuhan dari perancangan ulang identitas visual Mamata Craft. Dilanjutkan dengan rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini terdiri dari kajian teoretis secara umum yang digunakan dalam langkah-langkah merancang ulang identitas visual Mamata Craft yang menjelaskan ilmu desain grafis dan ilmu pendukung yang didapatkan dari berbagai macam literatur yang berkaitan dengan mengenai *branding* serta identitas visual.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini terdiri dari metode penelitian, data dan analisis, dan arahan kreatif. Bab ini menjelaskan proses pengumpulan data serta analisisnya melalui kaidah-kaidah metodologi yang digunakan sebagai panduan perancangan ulang identitas visual Mamata Craft.



© 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

BAB IV HASIL PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini terdiri dari konsep visual yang dikembangkan dengan menggunakan metode riset desain terpilih. Kemudian, proses desain yang umumnya mencakup pembuatan beberapa alternatif sketsa, digitalisasi, proses *testing* dan evaluasi, hingga menghasilkan desain akhir. Selanjutnya, media pendukung sebagai pengaplikasian desain yang diterapkan. Terakhir, pertimbangan produksi media yang dibuat, terkait dengan material, bahan, teknik cetak sesuai dengan kebutuhan dan realistis dalam aplikasi produksi dalam skala massal.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari simpulan yang berisi pernyataan singkat, jelas, dan sistematis dari keseluruhan hasil analisis dan pembahasan serta saran sebagai panduan yang berkaitan dengan pemecahan masalah objek penelitian ataupun kemungkinan penelitian lanjutan.



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 Simpulan

Berdasarkan hasil dari proses perancangan dan penelitian yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Mamata Craft sebagai Media Branding.”, terdapat beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Perancangan ulang identitas visual Mamata Craft dimulai dengan pendekatan *design thinking* yang diawali tahap *empathize* untuk menggali masalah dan informasi Mamata Craft dari segi identitas visual. Hal yang dilakukan untuk menggali data-data tersebut didapat dari proses wawancara kepada pemilik Mamata Craft, kreator *font*, dan kreator logo, selanjutnya observasi secara tidak langsung ke identitas visual lama, pitch deck Mamata Craft, dan riset melalui internet untuk mencari identitas visual dan informasi kompetitor, melakukan studi literatur dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber tertulis, dan terakhir menyebarkan kuesioner menggunakan Google Form kepada target audiens untuk mendapatkan masukan dari mereka. Setelah mendapatkan data tersebut, dilanjutkan tahap *define* dengan menganalisis menggunakan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yang disimpulkan dalam bentuk *creative brief*. Selanjutnya tahap *ideate* menggunakan acuan *creative brief* dengan mencari ide-ide kreatif yang diawali dengan *mind mapping* dan *moodboard* untuk menghasilkan kata kunci pada visual (*key visual*). Dari *key visual* tersebut dilanjutkan membuat sketsa alternatif sebanyak 50 sketsa dan dipilih menjadi 5 sketsa alternatif yang akan didigitalisasikan. 5 desain yang sudah didigitalisasi dipilih salah satu desain terbaik dan mewakili citra brand Mamata Craft, yaitu elegan, peduli lingkungan, dan cinta budaya Indonesia. Tahap selanjutnya adalah *prototype* dengan mengaplikasikan desain terpilih ke media pendukungnya. Perancangan identitas Visual Mamata Craft menggunakan analisis teori Charles Sanders Peirce dan teori Gestalt untuk menghindari

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

salah persepsi dari identitas visual Mamata Craft. Terakhir, tahap *testing* dilakukan untuk memastikan desain benar-benar memenuhi kebutuhan dan harapan klien serta target audiens.

2. Perancangan ulang identitas visual Mamata Craft menghasilkan media utama berupa *Graphic Standard Manual (GSM)* sebagai buku panduan identitas visual Mamata Craft yang berisi penjelasan makna, aturan, penggunaan warna, dan penerapan pada media pendukung yaitu *mailer box, paper bag, hangtag, tripod banner*, serta Instagram dan Shopee feeds. Perancangan ini juga mempertimbangkan anggaran biaya produksi material dan ukuran cetak agar efisien dan dapat menyesuaikan sumber daya dari klien. Identitas visual baru ini diharapkan dapat memperkuat *branding* Mamata Craft.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan di atas, berikut saran yang diberikan agar perancangan berikutnya dapat menjadi referensi:

1. Perancangan ulang pada identitas visual Mamata Craft adalah merancang kembali identitas visual yang menggunakan *font personal use* pada logo menjadi logo yang menggunakan *font commercial use* tanpa meninggalkan citra *brand*. Pastikan *font* yang digunakan dalam desain komersial menggunakan *font commercial use* untuk menghindari pelanggaran hak cipta dan menghindari tuntutan dari pemilik aset.
2. Pada proses perancangan identitas visual, pastikan elemen-elemen desain dapat diaplikasikan ke semua media pendukung agar visual terlihat konsisten dan memperkuat citra *brand* kepada pelanggan.
3. Evaluasi dilakukan secara berkelanjutan, tidak hanya setelah desain selesai, tetapi juga selama proses berlangsung dan melibatkan target audiens. Masukan atau pendapat yang diberikan akan lebih sesuai dengan kebutuhan dan selera mereka. Pendapat dari audiens lebih objektif karena mereka melihat dari sudut pandang sebagai pengguna, bukan sebagai desainer.



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 REFERENSI

- Afira, R., Irdam, & Widia, M. (2021). Sosialisasi Desain Visual Brand Identity Friendly bagi Usaha Masyarakat Kecil dan Menengah (UMKM). *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 28(2), 54–59.
- Aisyah, K. N., & Pudjoprastyono, H. (2024). Rebranding Label Kemasan untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM Tahu Crispy Rakhmad. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(4), 6270–6276.
- Bangun, D. A. N. (2019). *Desain Pictogram Icon and Sign System*. PNJ Press.
- Bangun, D. A. N. (2023). *Dasar-Dasar Desain Grafis: Merancang Karya Desain yang Konseptual*. PNJ Press.
- Carolina, M., Natadjaja, L., & Febriani, R. (2018). Perancangan Rebranding dan Promosi UKM Rajut Flamboyan. *Jurnal DKV Adiwarna*, 7(2), 1–9.
- Creativany, M. A., Udayana, A. A. G. B., & Remawa, A. A. G. R. (2020). Kajian Estetika, Fungsi dan Makna Logo Sukla Satyagraha di Denpasar. *PRABANGKARA Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 24(2), 64–72.
- Dewi, N. A. K., Pratiwi, R., & Muzayyanah, L. (2020). Pelatihan Keterampilan Kain Perca untuk Mengurangi Limbah Anorganik. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 2(2), 49–56.
- Dinas Koperasi Usaha Kecil (n.d.). Proyeksi jumlah usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) berdasarkan kategori usaha di Jawa Barat. Open Data Jabar. Diakses pada 2 Maret 2025, dari <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/proyeksi-jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kategori-usaha-di-jawa-barat>
- Fahrudin, R., & Ilyasa, R. (2021). Perancangan Aplikasi “Nugas” Menggunakan Metode Design Thinking dan Agile Development. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 8(1), 35–44.



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

Gumulya, D. (2023). Pembelajaran dari Pengajaran Sustainable Product Design pada beberapa Universitas di United Kingdom, Australia, Denmark, the Netherlands, and the United States. *Jurnal Desain Indonesia*, 5(2).

Gunalan, S., Haryono, H., & Yasa, I. N. M. (2022). Analisis Pemaknaan dan Tanda pada Desain Logo Gp Mandalika Series. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 212–219.

Hidayat, A. (2023). OSF Preprints _ Teori Desain dan Perancangan Logo.pdf. *OSF Preprints*.

Juandri, & Anwar, N. (2023). Pengenalan Warna terhadap Objek dengan Model Analisis Elemen Data Warna Gambar berbasis Deep Neural Network. *BULLET : Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(1), 23–31.

Kankan, K. (2020). Supergraphic. *UNIKOM Repository*.

Kembaren, Y. A., Kartono, G., & Mesra, M. (2020). Analisis Karya Poster berdasarkan Unity, Layout, Tipografi, dan Warna. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 9(1), 121.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. (n.d.). Data timbulan sampah nasional. Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN). Diakses pada 13 Februari 2025, dari <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/timbulan>

Landa, R. (2019). *Graphic Design Solutions* (06 ed.). CENGAGE.

Maki, M. (2018) Mengenal dan Memahami Graphics Standard Manual Lebih Lengkap. Jagodesain.com. Diakses pada 30 Maret 2025, dari <https://www.jagodesain.com/2018/09/memahami-graphics-standard-manual.html>

Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189–200.



© 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

Nurdiansyah, A. M., Mulyana, D., Wardana, K. A., & Rahmawaty, D. (2023). Perancangan Visual Graphic Standard Manual untuk Logo Semarcold. *Jurnal Desain - Kajian Penelitian Bidang Desain*, 3(2), 489–503.

Paksi, D. N. F. (2021). Warna dalam Dunia Visual. *Jurnal Imaji*, 12(2), 90–97.

Pandiangnan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.

Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. UB Press.

Prasetyo, M. F. H., & Kristiana, N. (2023). Redesain Logo sebagai Corporate Identity Yeye Craft di Nganjuk Jawa Timur. *Jurnal Desgrafia*, 1(1), 76–85.

Prayogi, R., Tanjung, Mhd. R., & Prayuda, R. (2024). Perancangan Branding Identitas Visual “UMKM Dhanusa Project” sebagai Media Promosi. *JUTEK - Jurnal Teknologi*, 1(1), 1–9.

Putri, M. D., Saptono, H., & Rahmanda, B. (2022). Perlindungan Hukum terhadap Pencipta Font yang Karyanya Dimuat melalui Internet menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. *DIPONEGORO LAW JOURNAL*, 11(3).

Rosanti, A. D. (2025). Implementasi Supergrafis “Pesona Delta” pada Instagram Disporaparkab Sidoarjo. *Barik: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(1), 197–211.

Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126–8137.

Setiawan, D., & Marbun, M. K. (2021). Kajian Indikator Material Mechanical,



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

Electrical, dan Plumbing Ramah Lingkungan. *Jurnal Teknik Sipil*, 17(2), 145–157.

Syahrullah, M. (2023). Strategi Branding sebagai Upaya Optimalisasi Pengumpulan Wakaf. *JURNAL ISLAMIKA*, 6(1), 1–13.

Tyasno, B. L., & Anggalih, N. N. (2023). Rebranding Umkm Dapur Ricci's sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Makanan. *Junal Desgrafia*, 1(1), 67–79.

Tymurani, O. B. C. (2022). Pengaruh Rebranding terhadap Loyalitas Konsumen dengan Mediasi Citra Perusahaan (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Gojek di Salatiga). *Universitas Kristen Satya Wacana Institutional Repository*.

Widianti, A. K., & Studyanto, A. B. (2017). Membaca Makna Ornamen Papatraan Meja dan Kursi di Ruang Pengadilan Kerthagosa Klungkung Bali. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(1), 152.

Wiguna, A., Aji, W. S., & Faizal, F. A. (2024). Perancangan Ulang Logo “Kovalen Kitchen” sebagai Upaya Pembaharuan Identitas Visual. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 06(01), 25–39.

Yulio, E. (2021). Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Logo Video Game DOTA 2. *Universitas Islam Riau Repository*.

Yuwono, A. B. S. (2020). Branding sebagai Inti Dari Promosi Bisnis. *PROFILM Jurnal Ilmiah Ilmu Perfilman & Pertelevision*, 4(1).

Zahra, N., & Mansoor, A. Z. (2024). Warna dan Emosi untuk Media Desain Interaktif: Literature Review. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 13(01), 340.



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

Lampiran 1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir

1. Dosen Pembimbing Materi

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
	NAMA MAHASISWA	Anisa Kurnia Widiasih	
	NAMA PEMBIMBING	Dwi Agnes Natalia Bangun, M. Ds.	
	JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Ulang Identitas Visual untuk Mamata Craft sebagai Media Branding	
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	Kamis, 27 Februari 2025	Menyiapkan pertanyaan ke target audiens yang diawali dengan pertanyaan demografis dilanjutkan dengan pertanyaan mengenai persepsi logo.	Merencanakan riset data kualitatif untuk tokoh siapa yang akan diwawancara, observasi kompetitor, dan studi literatur. Meriset data kuantitatif target audiens menggunakan kuesioner.
2	Rabu, 05 Maret 2025	Menambahkan logo Mamata Craft di Latar Belakang dan revisi sedikit kalimat di Bab I	Melanjutkan Bab II
3	Kamis, 13 Maret 2025	Wawancara di Bab III ke ahli perlu dilakukan untuk menambah ide desain	Menambahkan state of the art di akhir latar belakang dan melanjutkan Bab II
4	Jumat, 28 Maret 2025	Contoh gambar pada Bab II diganti gambar logo. Kuesioner ditambah untuk mengetahui persepsi target audiens.	Revisi Bab II pada gambar, revisi kuesioner, dan melanjutkan Bab III
5	Selasa, 08 April 2025	Menambahkan sub bab target pasar dan sub bab lain yang menjelaskan keperluan Logo dan media pendukung. Di bagian kompetitor lebih dijelaskan logonya. Dicek perceptual mappingnya apakah merujuk ke produk atau tidak. Tambah simpulan SWOT dan STP. Revisi creative brief	Revisi Bab III
6	Kamis, 10 April 2025	Menambahkan segmentasi pasar di sub bab target pasar. Menambahkan analisis identitas visual pada keseluruhan platform kompetitor. Menghapus gaya desain modern di Tone and Manner	Revisi Bab III dan sudah ACC
7	Senin, 21 April 2025	Judul tidak perlu diganti dengan positioning Mamata Craft karena judul menjelaskan tujuan pembuatan identitas visual dan berhubungan dengan kerangka teorinya	Lanjutkan Bab IV membuat mindmap dan moodboard
8	Jumat, 09 Mei 2025	Mindmap pada cabang utama elegan bagian fashion dihapus dan dipindah menjadi cabang utama dan ditambahkan behavior target audiens pada cabang fashion. Menambahkan sejarah dan filosofi rajut. Menambahkan aksara sansekerta dari Indonesia	Revisi mindmap
9	Kamis, 15 Mei 2025	Keyword kata benda yang menggambarkan brand image Mamata Craft yang bentuknya tidak harus sangat ditunjukkan	Lanjut moodboard
10	Selasa, 20 Mei 2025	Menambahkan palette warna pada moodboard	Revisi moodboard dan melanjutkan sketsa kasar
11	Sabtu, 31 Mei 2025	Eksplorasi bentuk dan layout pada tipografi logo	Melanjutkan digitalisasi
12	Rabu, 11 Mei 2025	Bentuk pada hanacaraka dibuat dengan arti Mamata. Layout pada logo dirapikan.	Revisi digitalisasi sekaligus media pendukung
13	Rabu, 25 Mei 2025	Pada Bab 4 menambahkan eksplorasi tipografi, warna, supergrafis, dan pola hanacaraka. Menambahkan media pendukung sebelum direvisi. Menambahkan testing similarity menggunakan google lens dan sejenisnya.	Menyelesaikan laporan dan melakukan uji plagiarisme
14	Senin, 30 Mei 2025	-	ACC



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

2. Dosen Pembimbing Teknis

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS	
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN	
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA	
NAMA MAHASISWA	Anisa Kurnia Widiasih
NAMA PEMBIMBING	Fani Nur Jannah, ST., M.Si.
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Ulang Identitas Visual untuk Mamata Craft sebagai Media Branding
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	Kamis, 06 Maret 2025	Sedikit direvisi format Sistematika Penulisan dan bagian Latar Belakang ditambah keterangan skala penjualan klien agar memperkuat urgensi	Menambah skala penjualan klien di Latar Belakang dan melanjutkan Bab II
2	Kamis, 10 April 2025	Sitasi pada kata "Menurut..." nama penulis tidak harus dalam kurung, yang di dalam kurung hanya tahun. Ini diterapkan juga di sumber gambar/tabel. Pada 2.8 Metode Riset Desain diganti Design Thinking. Angka jangan diletakkan di awal kalimat.	Merevisi Bab III dan sudah ACC
3	Jumat, 27 Mei 2025	-	ACC

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 2. Transkrip Wawancara

1. Wawancara Klien

Nama : Ondang Dahlia
Jenis kelamin : Perempuan
Jabatan : *Owner* Mamata Craft
Tanggal wawancara : Rabu, 12 Februari 2025

Bagaimana *background* usaha dari Mamata Craft ini sendiri?

Dari sekolah memang sudah bisa rajut, pas saya sudah kuliah baru baru ini, waktu itu saat saya ikut pelatihan merajut saya dikenalkan bahan limbah sama salah satu mentor saya. Selama ini kalo bahan limbah tekstil itu cuma dijadikan produk keset, atau untuk tali ikat orang-orangan sawah, atau untuk di perkebunan, atau lap di bengkel, di mana harga jualnya rendah. Bahan-bahan sisa itu kalo dijual dari pabrik itu karungan. Dari situ saya tergerak bahwa ini sebenarnya bahan limbah ini bisa loh dijadikan suatu produk yang baru dan unik, produk di mana ketika dipakai orang tersebut tidak merasa bahwa produk ini dari bahan sisa. Jadi harga jual bisa lebih tinggi. Sebelumnya limbah tekstil jarang ada yang pakai untuk produk fesyen.

***Brand* ini memiliki visi untuk menjadi pelopor *brand* lokal terkemuka dalam industri tas rajut *handmade*, boleh dijelaskan sedikit tentang visi ini?**

Karena pemakaian limbah tekstil untuk tas rajut ini baru, aku ingin membuat bahwa Mamata Craft ini memberikan kesadaran untuk lingkungan, bahwa barang-barang limbah ini enggak cuma dibuang atau dijadikan produk-produk yang harga jualnya rendah gitu, sebenarnya bisa untuk berkelas juga. Aku merasa bahwa ini yang pertama. Jadi aku pikir ini *brand* Mamata Craft termasuk pelopor.

Apakah Ibu sudah memiliki rencana bagaimana untuk mewujudkan visi tersebut, seperti langkah - langkah yang sudah Ibu lalui atau akan lalui?



© 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

Mencari kerjasama dengan beberapa teman, karena memang aku ingin usaha ini engga hanya menguntungkan buat aku, tapi pengen lingkungan sekitar. Jadi untuk sementara ini aku membina/mengajari beberapa orang untuk membuat puring (dalam tasnya). Sedangkan untuk merajut sendiri, banyak yang sebenarnya gak mau karena buat mereka itu kain limbah itu berat. Jadi agak susah dan pegel untuk merajutnya. Sementara ini, belum ada yang ngebantu aku untuk merajut tapi untuk puring memang aku mencari dan membina beberapa teman. Tapi ada beberapa yang memang siap untuk diajari, jadi belum sampai mengajari rajutnya. Baru menerangkan aja di beberapa kesempatan, sebagai narasumber di Kementerian Perindustrian RI. Dan karena memang agak susah ya karena ini kan bahan dasar limbah itu kaos, jadi pembuatannya ekstra hati-hati. Selain itu aku juga kerja samanya secara *offline*, belum punya toko *online* karena memang produknya sedikit. Jadi lebih cepat habis ketika dipajang di toko. Jadi aku kerja samanya dengan koperasi dan hotel untuk menjual produk Mamata ini.

Kapan Mamata Craft mulai berdiri?

4 Maret 2022. Gabisa bilang kalau ini sudah *establish* ya karena aku masih harus banyak belajar juga. Kalau pelatihan dari akhir 2023 sudah diundang untuk jadi narasumber.

Apakah menjual produk selain tas rajut?

Untuk sementara, dari kain sisa saya masih fokus dulu di tas rajut. Karena masih banyak yang harus dieksplor, walaupun sebenarnya bisa dikembangkan ke tempat lain. Soalnya waktu itu pernah ngobrol sama *marketingnya brand* Eager. Beliau sangat tertarik, tapi mintanya itu kan karena produk *outdoor*, jadi harus produk-produk *outdoor*. Sedangkan produk aku lebih ke feminim, *playful*, jadi ya nanti dulu.

Apakah Mamata Craft ada *partnership*?



© 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

Penjualan saya hanya secara *offline* yang bekerja sama dengan Hotel Yello Paskal, Hotel Mercure, Hotel Kimaya, Koperasi Klatah, dan toko oleh-oleh Kartika Sari untuk menitipkan produk saya di tempat mereka.

Untuk pembelinya sendiri, kira-kira produk dari Mamata Craft ini banyak dibeli oleh siapa dan juga ditujukan untuk siapa?

Target market kami wanita, usia 25-55 tahun, tinggal di kota besar, pendapatan menengah ke atas, berpendidikan tinggi, suka fesyen, senang tampil beda, dan *concern* dengan lingkungan hidup. Jadi memang yang kebanyakan beli tuh dari Jakarta malah.

Untuk kebutuhan desain, kira-kira desain untuk apa saja yang dibutuhkan?

Logo memang sudah dibuatkan dari dinas kota Bandung secara gratis tapi desain logo di nama *brandnya* ternyata pakai desain huruf yang cuma boleh dipakai untuk keperluan pribadi, bukan buat jualan. Karena takut melanggar hak cipta, akhirnya pengen dibikin ulang logonya. Kita juga lagi mikirin sebaiknya kita punya kemasan primer. Karena ini *recycle*, jadi aku pengen semua produk-produkku itu kelihatan *go green*, jadi aku pengen gimana caranya bikin kemasan primernya itu kelihatan *go green*. Terus hamtag, yang buat di tas juga aku belum punya.

Desain logo seperti apa yang diinginkan?

Aku senengnya *simple* tapi enggak mau pasaran. Dari warna, bentuk, karena aku mau ngeliatin dari *taglinenya* juga *recycle*, *proud*, *elegant* jadi pengen ada disitu.

2. Wawancara Kreator Font

Nama	: Fadli
Jenis kelamin	: Laki-laki
Jabatan	: Kreator font di <i>marketplace</i> Attype Studio
Tanggal wawancara	: Jumat, 4 April 2025



Hak Cipta :

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

Apa saja jenis lisensi *font* yang umum digunakan selain *personal use* dan *commercial use*?

Ada *sharebility* yang bisa dibagi dengan batasan tergantung pencipta *font*nya. Sama seperti *commercial use* tapi memiliki batasan yang berbeda, sebagai contoh boleh digunakan untuk logo tetapi tidak boleh untuk desain UI/UX. Kreator *font* bisa menjual *font*nya secara individu maupun lewat *marketplace*. *Marketplace* sudah memiliki lisensinya sendiri, seperti pada lisensi *commercial use* yang memiliki kategorinya masing-masing, yaitu *Desktop License*, *Trademark Logo License*, dan *Corporate License*. *Website marketplace* saya Attype Studio yang memiliki sepuluh *license* dengan keterangan lisensi yang berbeda-beda.

Apakah boleh memodifikasi *font* berlisensi *personal use* agar bisa digunakan secara komersial?

Tidak boleh. Lebih baik membeli *font*nya. Seseorang yang mengambil *font* dari dafont kemudian diedit bisa ketahuan kreator *font* dan mengetahui basenya dari *font* buatan dia karena biasanya *font* yang dimodifikasi tidak mengubah anatomi hurufnya. Hal tersebut membuat seseorang yang mengambil *font*nya bisa terkena somasi dari kreatornya.

Apa saja langkah yang perlu dilakukan jika seseorang menemukan *font*nya digunakan tanpa izin?

Langkah pertama, kita tanya dulu lewat media sosial untuk menanyakan dari mana mendapatkan *font* itu. Jika orang itu membelinya dari *marketplace*, kita bisa cek dari *email*nya untuk memastikan kebenarannya. Jika ternyata dia tidak beli, biasanya mereka akan mengelak atau mengakui. Kita akan menjelaskan kalau *font* itu berbayar dan menyebutkan nominal harganya. Kita tidak kasih denda, mereka akan bayar sesuai dengan harga jualnya. Jika mereka tidak mau mengakui kesalahannya + perusahaannya besar, akan diurus oleh PDHI (Persatuan Desain Huruf Indonesia). Apabila ada perusahaan yang memakai *font* kita tapi mereka tidak membayar, PDHI akan mengurus hukumnya, baik somasi, pengadilan, dan negosiasi dengan pihak



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

perusahaan. Negosiasi dengan perusahaan juga bisa dilakukan oleh kreatornya sendiri.

Seberapa besar risiko hukum bagi perusahaan atau individu yang menggunakan *font* tanpa mematuhi lisensinya?

Tergantung seberapa banyak kita dirugikan. Setiap kreator punya aturannya masing-masing. Di PDHI punya aturan yang jika perusahaan melanggar tidak membeli *font* untuk membuat *trademark* logo, saya sebagai kreator bisa menuntut 10 kali harga *Corporate License* yang harganya lebih mahal dari *Trademark Logo License*. Banyak perusahaan yang protes dendanya sangat besar padahal *font* yang digunakan hanya untuk *trademark* logo. Yang dipermasalahkan oleh kreator adalah melakukan pelanggaran hak cipta yang ada undang-undangnya, malah menurut undang-undang dendanya bisa sampai 2 miliar. Akan tetapi, kita tidak bisa langsung minta denda 2 miliar tetapi harus ada studi bandingnya. Ada perusahaan yang menggunakan tidak membeli *font* lisensi yang membebaskan desainer untuk membayar dendanya. Oleh karena itu, pemahaman mengenai *font* lisensi itu penting.

Apakah semua *font* memiliki perlindungan hak cipta?

Untuk *font* yang dijual adalah lisensi pakai. Hak cipta tetap milik kreator. Pembeli hanya memiliki hak pakai sesuai lisensi yang mereka beli. Misalkan mereka beli *Trademark Logo License* yang mereka gunakan untuk logo dan untuk perlindungan hak ciptanya selama jangkauan desain mereka tidak keluar dari logo. Ada kasus yang cukup berat di Indonesia, kasus perusahaan yang membeli lisensi *font* di *marketplace* untuk promosi media sosial. *Font* itu dia gunakan untuk aplikasi. Ketahuan oleh kreator *font*nya kalau perusahaan ini hanya membeli *font* dengan lisensi promosi, bukan untuk aplikasi. Selanjutnya perusahaan itu disomasi oleh *marketplacenya*. Harga disetiap lisensi berbeda-beda karena dilihat dari jangkauannya. *Trademark Logo License* lebih murah dari *App/Game License* karena tergantung yang melihat sebanyak apa. Aplikasi akan dilihat lebih banyak daripada logo.



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

Bagaimana cara membeli *font* dengan lisensi yang sah, dan apa yang harus diperiksa sebelum membelinya?

Yang pertama, pastiin *font*nya yang dibutuhin. Dafont merupakan *font* versi *demo* yang bisa dicoba dulu sebelum beli. Itulah mengapa di dafont kebanyakan *font*nya *personal use*. Yang kedua beli *font* saat diskon besar seperti *Christmas Sale* dan *Black Friday*, mengikuti promo luar negeri.

Jika seseorang membeli *font* dari *marketplace*, apakah lisensi tersebut berlaku selamanya atau ada batas waktu tertentu?

Tergantung *marketplacenya*. Contohnya di myfont yang sistemnya *subscribe* yang perbulan atau pertahun. Di *marketplace* Attype Studio sistemnya *lifetime*, sekali beli bisa dipakai selamanya asalkan masih di dalam lingkup lisensinya. Biasanya perusahaan mengambil yang *subscribe* karena lebih murah, contohnya jika beli yang *lifetime* untuk *Corporate License* dengan harga \$1800. Namun *subscribe* setahun hanya \$300-400. Konsumen punya pilihan mau beli yang *lifetime* atau *subscribe*.

Bagaimana cara membuat *typeface* untuk *logotype*?

Yang pertama sebelum membuat *typeface* harus mengetahui solusi untuk permasalahan apa, apalagi kita mendesain bukan hanya untuk bagus saja, pastinya juga untuk menyelesaikan masalah. Contohnya dari permasalahan tas rajut, mau dibuat seperti apa *brand imagenya*. Riset dulu, dapetin semua data-datanya, dapetin *insight* dari kliennya kemudian tuangkan ke *custom typefacenya*, perhatiin target pasarnya kemana. Yang kedua pastiin anatomi hurufnya ga salah, keterbacaannya dan jangan pakai *personal use* yang diedit. Kalau mau aman, ambil dari Google Font karena *commercial use* dan boleh diedit.

3. Wawancara Kreator Logo

Nama	: Adit
Jenis kelamin	: Laki-laki
Jabatan	: Kreator logo

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

Tanggal wawancara : Selasa, 8 April 2025

Bagaimana pendapat Adit mengenai logo Mamata Craft?

Ini bukan lebih ke logo, tetapi lebih seperti label yang memang untuk tag produknya. Jika ingin dibidang logo, hal-hal yang harus diperhatikan adalah merepresentasikan *brandnya*. Menurutku dari logonya belum ada yang ikonik. Yang perlu diperbaiki lagi adalah bikin satu ikon yang merepresentasikan *brandnya*. Yang aku lihat logonya seperti rajutan kayak ada angka 1 aku juga gatau ini maksudnya bagaimana. Aku belum nangkep maknanya karena biasanya yang biasa digunakan pakai inisial M dari kata Mamata, itu salah satunya. Jadi kurang lebih, hal-hal yang harus ada di logo ini adalah dari prinsip *unity* nya. Kemudian yang kedua, hal yang harus ada di logo adalah fleksibilitas karena logo harus ada versi hitam putihnya yang akan diaplikasikan ke media lain dan dari yang aku lihat logonya susah diterapkan. Sempel tapi rumit jadi harus diperhatikan lagi dari sisi fleksibilitas logonya. Salah satu ciri logo yang baik itu mampu fleksibel di berbagai media.

Apa saja elemen utama yang harus ada dalam sebuah logo yang efektif?

Dari warna yang bisa ikonik dibanding *brand-brand* lain. Kemudian selain dari sisi warna, dari *font*. Selanjutnya dari sisi penggunaan ikon. Menurutku Mamata Craft ini produk rajutan, tetapi ikonnya seperti kepangan tali rambut. Nanti bisa cari referensi rajutan lain, salah satunya bisa dari Kementerian Kebudayaan yang logonya seperti menggunakan ikon rajut.

Bagaimana cara memastikan logo tetap terlihat jelas di berbagai ukuran dan media?

Balik lagi ke sisi simpel. Dari tulisan By Dahlia nya kecil banget bisa dibidang $\frac{1}{4}$ dari *font* Mamata. Itu salah satu yang harus diperhatikan ukuran perbedaan *brand* nama utama dengan nama pendukung harus disesuaikan. Kalau Mamata besar dan By Dahlia nya kecil banget, nanti ketika dia diaplikasikan itu tidak terlihat. Jadi harus diperhatikan dari sisi ukuran ikon, ukuran *font*. Yang kedua, dari *brand guideline* ada batas aman logo, bisa jadi



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

salah satu patokan batas aman untuk menentukan ukuran minimal dan maksimal logo. Yang terakhir bisa pakai *mockup* yang di Photoshop agar bisa mengetahui apakah logo itu fleksibel di semua media pendukung.

Apa saja faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan warna dan tipografi untuk logo?

Dari sisi warna, warna ada teorinya yaitu *analogous*, *complementary* itu bisa jadi salah satu cara kalau memang mau pilih warna yang lebih dari satu warna. Kalau mau pakai satu warna, cari dulu logo-logo *brand* lain *mostly* pake apa, seperti *brand* makanan yang biasanya pakai warna merah, kuning, jingga. Salah satu pembedanya adalah warna yang berbeda dari kompetitor lainnya. Kalau dari sisi tipografi, *research* lagi Mamata ini filosofinya apa, maknanya dari mana. Kalau misalkan sudah tau maknanya itu, nanti bisa nentuin dia harus pake *italic* atau *lettering*. Tips yang bisa aku kasih adalah *brand personalities slider*, dia buat nentuin lebih condong ke maskulin atau feminim, elegan, simpel yang bisa jadi referensi dan memudahkan untuk pake warna yang *strong* atau *soft*.

Bagaimana cara memastikan logo tetap konsisten tetapi fleksibel untuk berbagai media pendukung?

Kalau bikin logo itu, dia ada ikonnya sendiri kemudian sisi tipografinya bisa diletakkan horizontal dan vertikal. Jadi tipografi pada logonya bisa di bawah atau di samping agar lebih fleksibel di semua media. Yang kedua bikin *brand guideline*, di salah satu halamannya dijelaskan logonya jangan pakai warna lain, jangan dikasih *outline*, jangan dikasih *shadow*. Dua cara ini yang biasa aku pake buat logo klien. Jadi ada panduan yang kita kasih dan ada opsi yang kita kasih ga cuma ngasih larangan ini itu tapi bisa ngasih solusi seperti alternatif posisi logo yang berbeda. Kasih logo utama dan alternatif dengan posisi yang berbeda.

Bagaimana cara menghadapi tren desain logo agar tetap relevan dalam jangka panjang?



© 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

Kita harus *research* dulu produk klien seperti apa. Jangka panjangnya seperti apa. Contohnya Mamata ini produk rajutan ya. Kita gatau nanti kedepannya Mamata ini punya bisnis makanan atau lini usaha yang lain. Salah satu referensi di Instagram adnanmp. Pada logo Boonk sebagai usaha utama, dia punya produk lainnya yaitu Boffee. Itu yang harus diperhatikan gimana cara buat logo yang keberlanjutan, *sustainable*. Bikin logo yang dari sisi simbolnya ini jangan terlalu mencirikhaskan hal itu juga. Kalau dari Mamata ini rajutan, mungkin nanti kepikirannya bikin logo yang ada simbol rajut. Cuma yang perlu diperhatikan adalah rajutan ini bisa dieksplorasi kedepannya. Jadi kalau misalkan logonya bisa keberlanjutan sampai jangka panjang kalau misalkan dia punya lini usaha yang lain itu masih bisa *sustainable* buat kedepannya. Jadi logo itu kalau dibilang harus mengikuti tren apa ngga, kalau dari pribadi aku sebagai desainer grafis sih ga yang terlalu mikirin hal itu karena menurutku logo yang baik adalah logo yang bisa merepresentasikan *brandnya* itu tanpa harus mengikuti trennya karena menurutku kalau misalkan logo itu mengikuti tren, nanti malah logonya tidak bisa merepresentasi *brandnya*.

Apa yang perlu diperhatikan agar logo terhindari dari pelanggaran hak cipta?

Yang pertama, kita boleh ATM (Amati, Tiru, Modifikasi), tapi kita sebagai desainer grafis jika salah satu logo menjadi referensi, kita harus memodifikasi sampai 90% dan cari referensi yang lain. Yang kedua, caranya pakai *website* yang untuk menghindari plagiarisme. Biasanya aku pakai *website* Yandex dan Google Lens. Saat logonya udah jadi, kita cek dulu logonya itu mirip ga sama yang lain. Yang ketiga, cara yang aman adalah cek dulu di DJKI (Direktorat Jenderal Kekayaan Indonesia) kumpulan merek, logo karena khawatirnya nanti misalkan Mamata mau didaftarkan Hak Kekayaan Intelektualnya itu gabisa karena ada yang sama.

Apakah ada aturan khusus dalam pendaftaran logo sebagai Hak Kekayaan Intelektual?



© 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

Sebenarnya dari sisi harus apa ngga, ga harus dilakukan desainer karena bukan kewajiban kita sebagai desainer. Ketika kita mengerjakan proyek sebuah desain, *filenya* sudah kita kirim, berarti urusannya sudah bukan antara desainer dan klien, tapi sudah urusan klien. Hak milik sudah di klien. Jika ingin berkecimpung di dunia HAKI, ga masalah karena itu bisa jadi cara cuan juga karena ga semua orang tau *step by stepnya*.

Apa saja yang harus dicantumkan di *GSM*?

Halaman pertama itu *cover*, logo utama, logo alternatif, fleksibilitas (warna *black and white*), filosofi, kode warna, filosofi warna, jenis *font*, lisensi, makna penggunaan *font*, panduan batas aman, supergrafik, *mockup*. Biasanya masukin *ratio* 100%, 80%. Halaman biasanya 20-30 halaman tergantung *brand*. Bisa juga masukin *brand slider* di *GSM* setelah sketsa, *mind mapping* dan *moodboard*.

Apa kesalahan umum yang sering dilakukan dalam desain logo dan bagaimana cara menghindarinya?

Dari pengalaman aku, pertama kurang riset. Cuma baca sekilas logonya mau buat apa, visinya apa. Jadi kurang riset mendalam. Di awal, kita harus bener-bener baca seperti logonya mau apa, maknanya gimana, dan dari keinginan klien sendiri gimana. Kedua, terlalu nyaman sama *style* kita karena setiap *graphic designer* punya *stylenya* masing-masing. Kadang kita terlalu maksain *style*. *Style* aku biasanya gradasi, kesalahannya adalah ga semua klien suka dan mau kalo logonya pakai tipe warna gradasi. Jadi bisa dihindari pemaksaan *style designer* dengan keinginan klien. Yang ketiga, mengirim hasil desain proyek cuma logonya aja tanpa menjelaskan filosofinya. Jadi aku bikin *mini guideline* maksimal 5 halaman untuk 1 logo buat ngasih tau ke klien agar jadi pertimbangan. Kalau kita hanya kasih logonya saja, jadi terlihat tidak profesional.

Bagaimana logo dapat membantu memperkuat identitas *brand* dan membangun kepercayaan konsumen?



© 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

Harapan kita sebagai desainer adalah bagaimana menciptakan sebuah identitas visual yang membangun hal yang positif. Yang bisa aku tambahkan adalah kembali ke riset. Sebelum membuat sebuah visualisasi logo, kita harus benar-benar riset berkali kali karena takutnya adalah kita terlalu mementingkan *style* yang kita lakukan, warna yang kita suka, riset yang harus dipertajam kemudian mengesampingkan ego kita. Cara gimana logo yang kita buat bisa membangun kepercayaan publik adalah mengkomunikasikan hasil logonya. Jadi logo yang kita buat jangan terlalu abstrak agar khalayak luas tahu logo itu bisa jadi *top of mind* diantara yang lain kecuali *brand* itu sudah sangat terkenal. Abstrak kurang cocok untuk *brand* yang baru mau berkembang seperti UMKM.





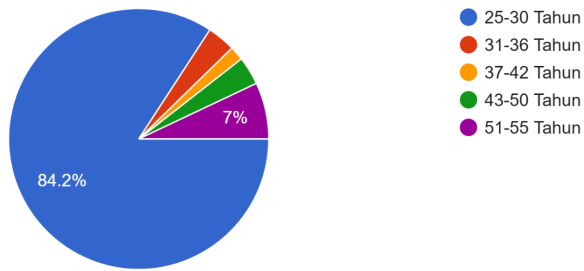
Hak Cipta :

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 3. Transkrip Kuesioner *Consumer Insight*

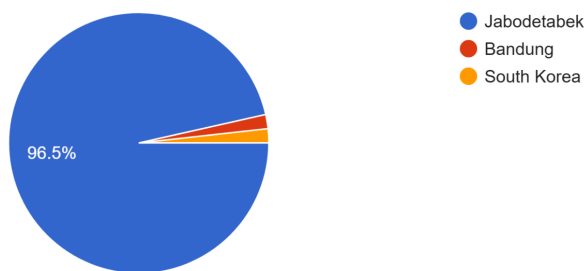
Usia

57 responses



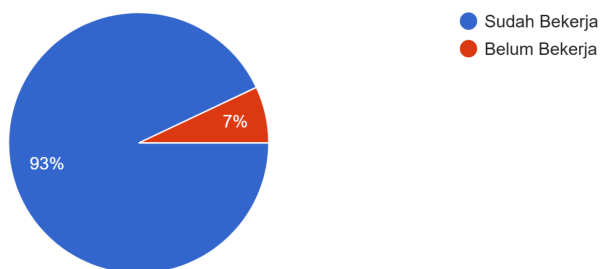
Domisili

57 responses



Pekerjaan

57 responses





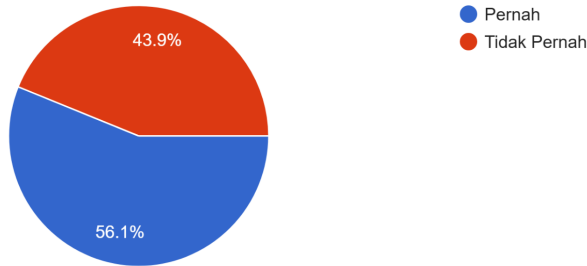
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

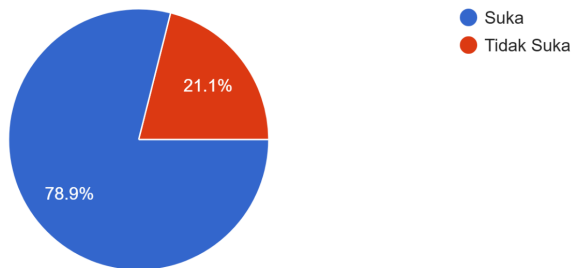
Apakah Anda pernah beli tas rajut?

57 responses



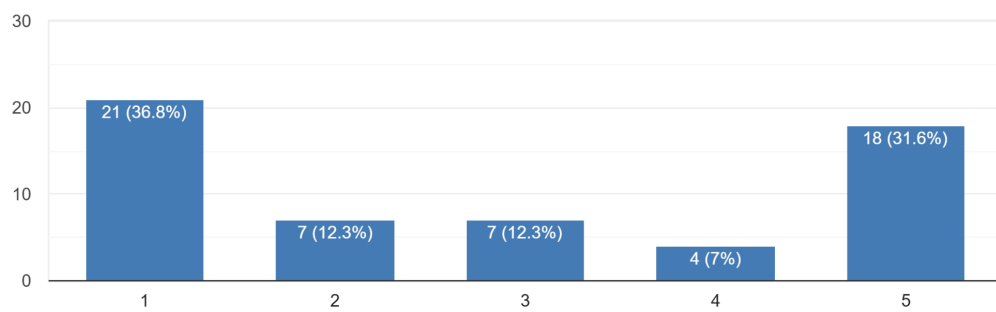
Apakah Anda menyukai tas rajut?

57 responses



Seberapa sering Anda membeli produk tas rajut?

57 responses





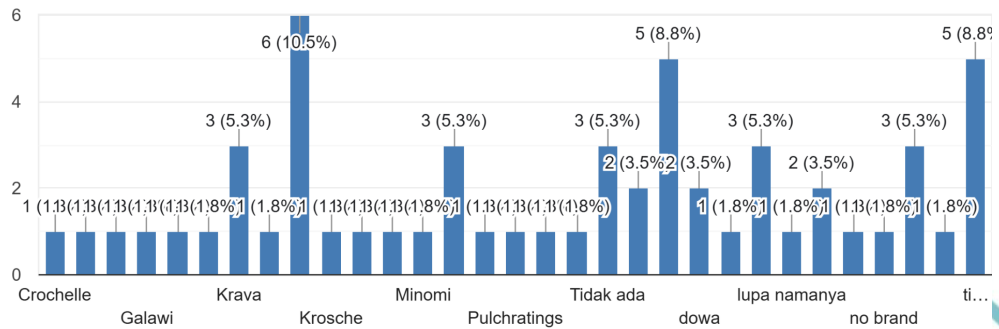
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

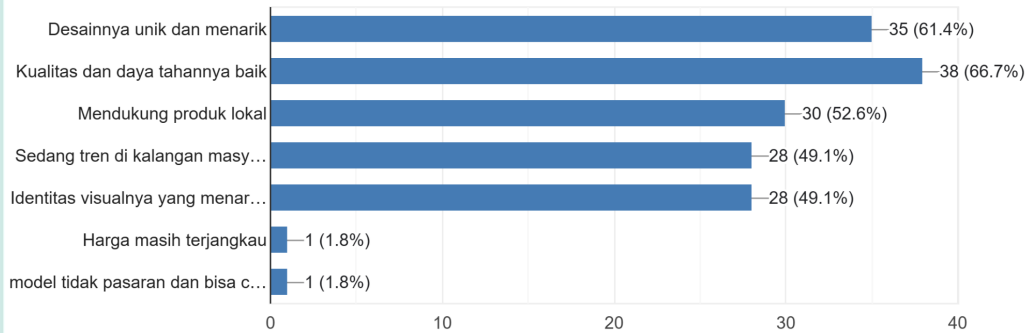
Brand tas rajut apa yang terlintas di benak Anda?

57 responses



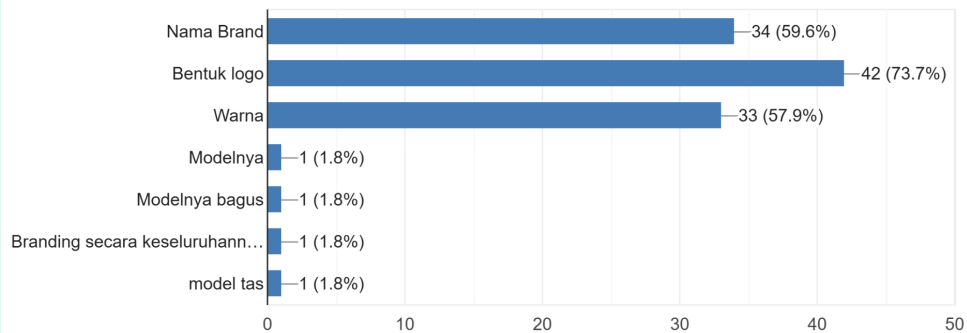
Apa alasan Anda membeli tas rajut dari brand tersebut? (Bisa memilih lebih dari satu)

57 responses



Apa yang pertama kali menarik perhatian Anda saat melihat identitas visual dari brand tersebut? (Bisa memilih lebih dari satu)

57 responses





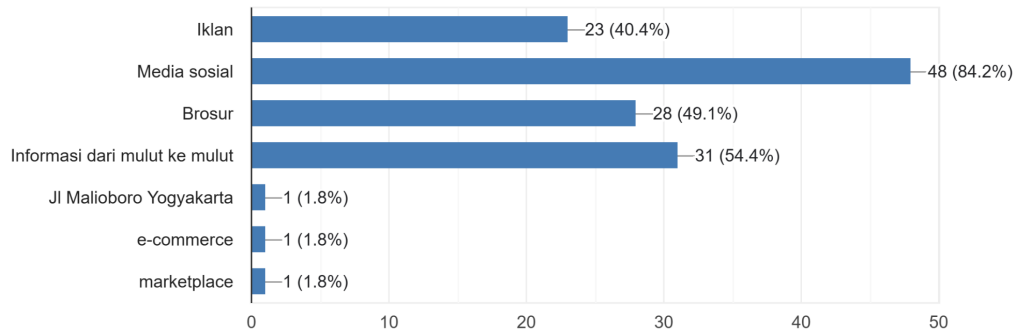
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

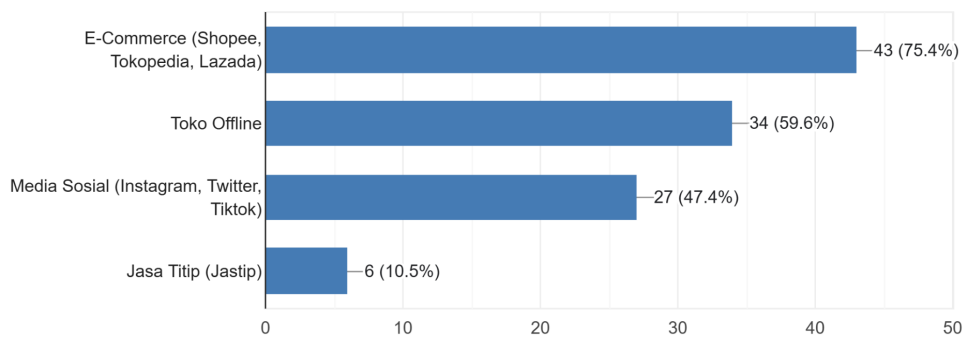
Di mana Anda menemukan atau mencari informasi mengenai brand tas rajut? (Bisa memilih lebih dari satu)

57 responses



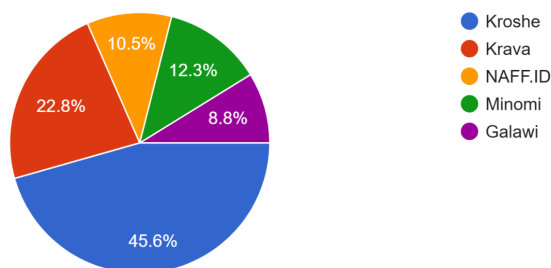
Di mana Anda membeli tas rajut? (Bisa memilih lebih dari satu)

57 responses



Dari brand-brand tersebut, mana yang paling membuat Anda tertarik dari segi desain logonya?

57 responses





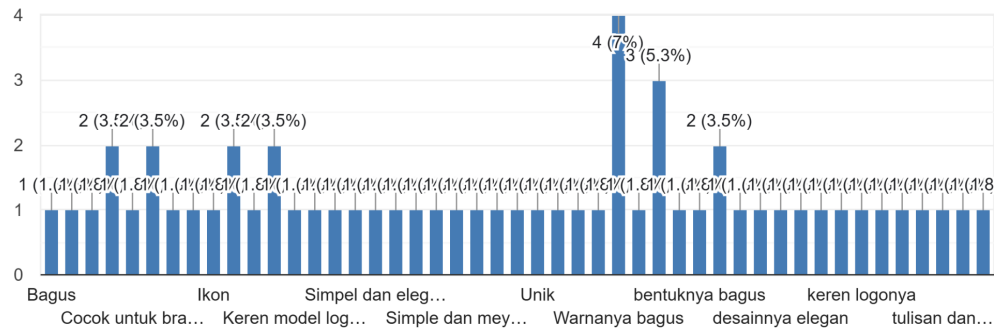
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

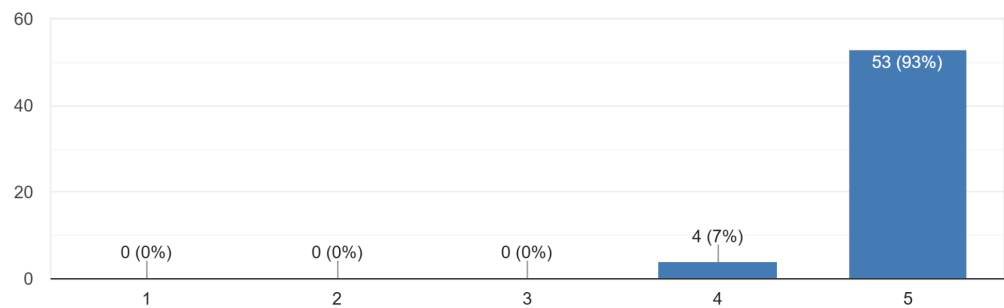
Berikan alasan singkat dari jawaban tersebut!

57 responses



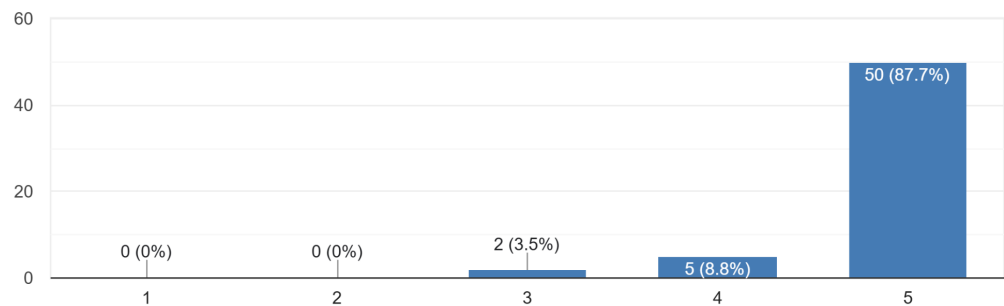
Identitas visual (Logo, Warna, Tipografi, dan Supergrafis) dibutuhkan oleh brand tas rajut untuk membangun citra sebuah brand.

57 responses



Identitas visual (Logo, Warna, Tipografi, dan Supergrafis) dapat memengaruhi Anda untuk membeli produknya.

57 responses





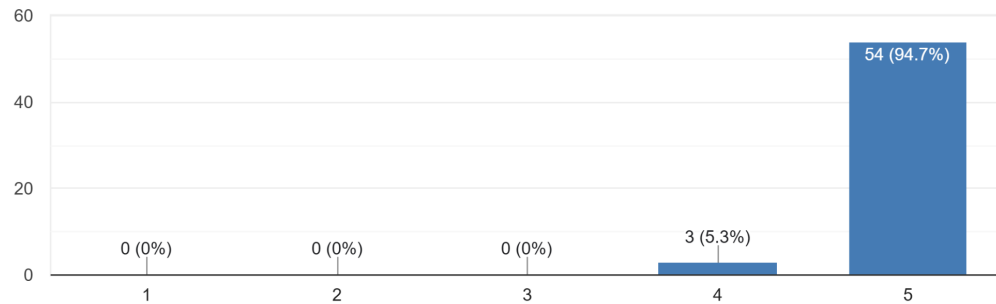
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

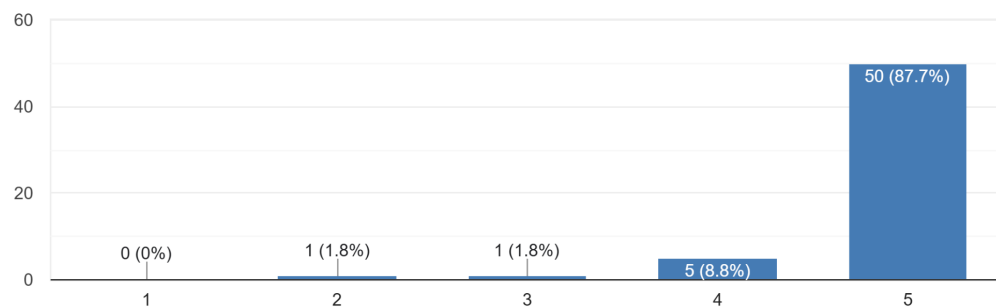
Identitas visual (Logo, Warna, Tipografi, dan Supergrafis) menjadi faktor pembeda dengan brand tas rajut lainnya.

57 responses



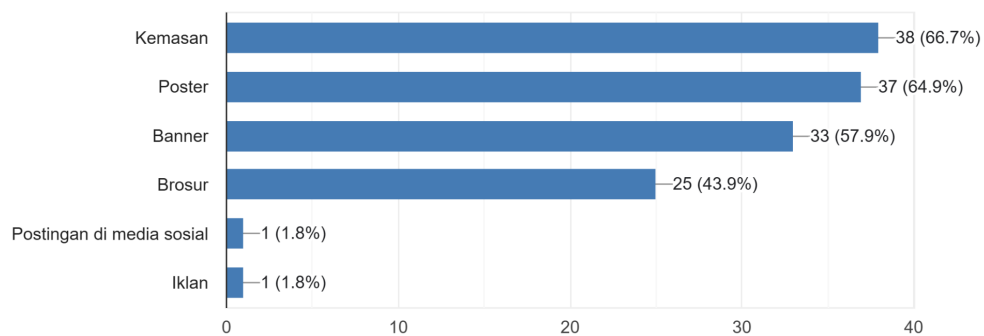
Identitas visual (Logo, Warna, Tipografi, dan Supergrafis) yang menarik membuat Anda ingin merekomendasikan brand tas rajut kepada keluarga/teman.

57 responses



Sebagai media pendukung identitas visual suatu brand, media apa yang sering Anda jumpai di kehidupan sehari-hari? (Bisa memilih lebih dari satu)

57 responses





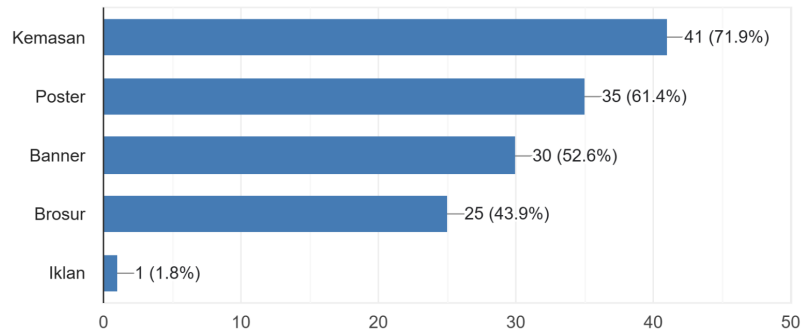
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

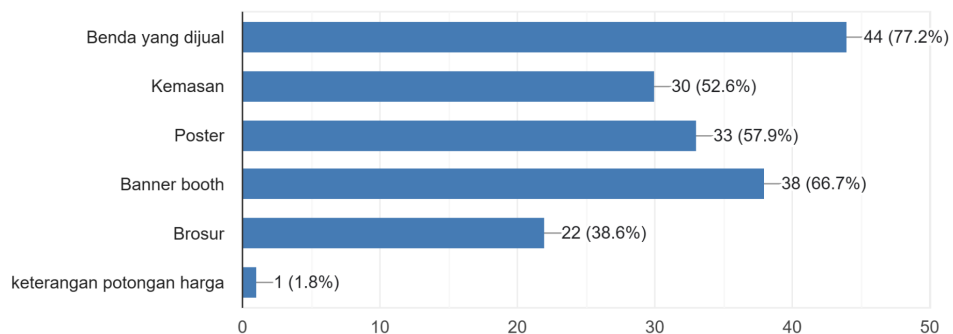
Selain identitas visual, media pendukung apa yang membuat Anda mengingat suatu brand? (Bisa memilih lebih dari satu)

57 responses



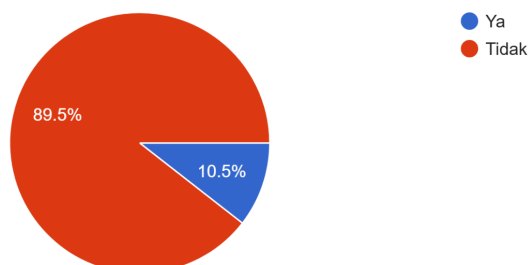
Disaat mengunjungi bazar sebuah fashion, apa yang menarik perhatian Anda untuk mendatangi booth tersebut? (Bisa memilih lebih dari satu)

57 responses



Apakah Anda mengetahui Mamata Craft? <https://www.instagram.com/mamatacraft/>

57 responses





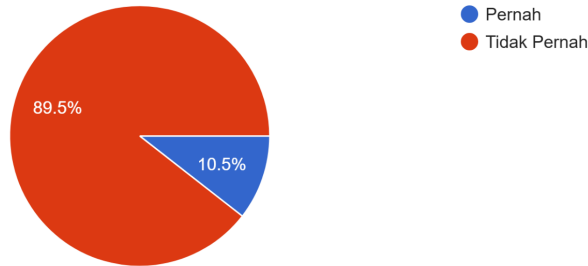
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

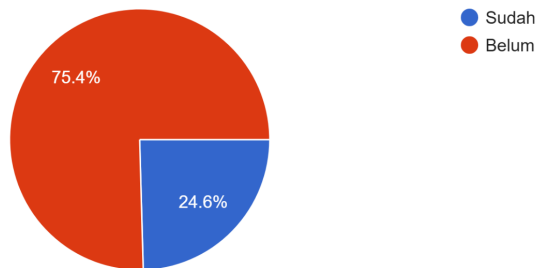
Apakah Anda pernah membeli produk Mamata Craft?

57 responses



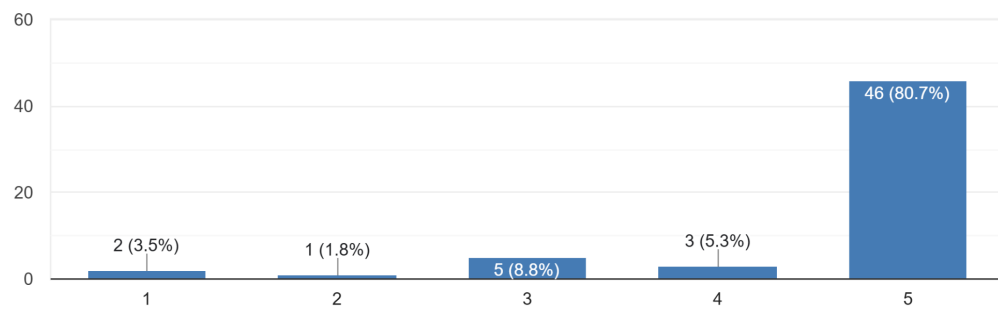
Menurut Anda, apakah logo Mamata Craft sudah mencerminkan elegan dan peduli lingkungan?

57 responses



Mamata Craft perlu membuat perancangan ulang identitas visual (Logo, Warna, Tipografi, dan Supergrafis)

57 responses





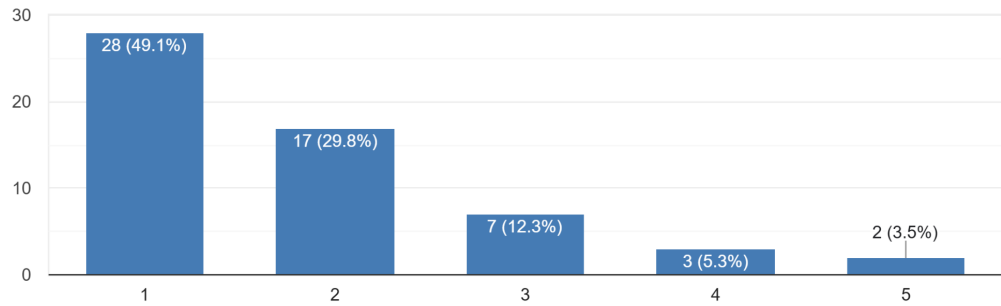
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

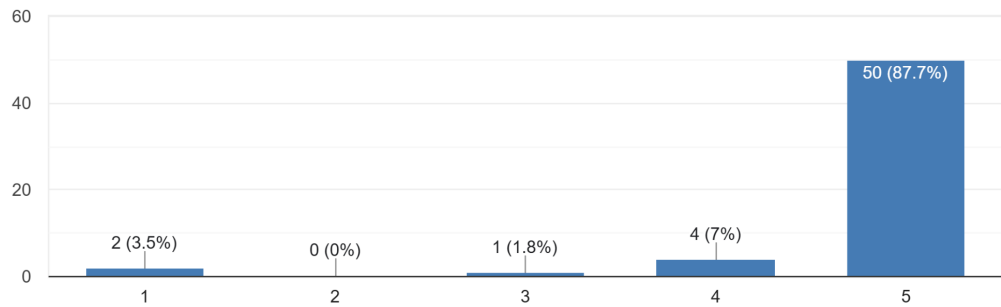
Identitas visual Mamata Craft saat ini terlihat lebih unik dibandingkan dengan brand tas rajut lainnya

57 responses



Mamata Craft membutuhkan elemen visual yang lebih khas dibandingkan brand tas rajut lainnya

57 responses



NEGERI
JAKARTA



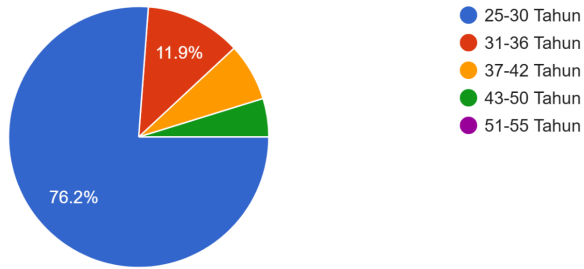
Hak Cipta :

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. Transkrip Kuesioner *Testing*

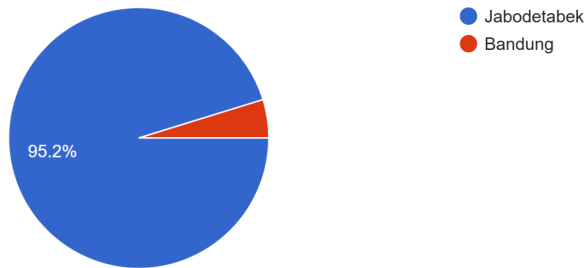
Usia

42 responses



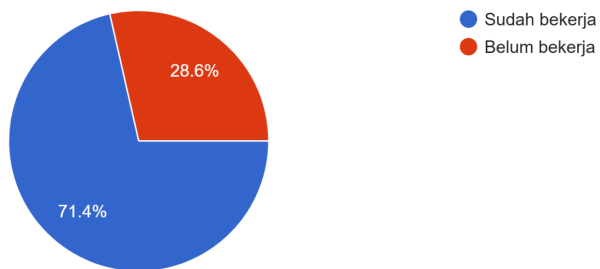
Domisili

42 responses



Pekerjaan

42 responses





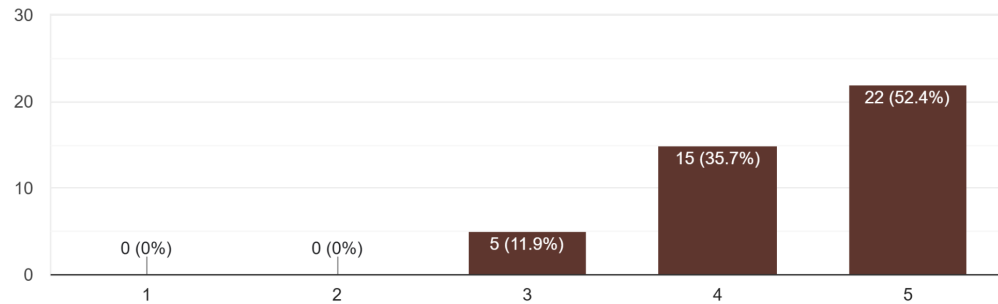
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

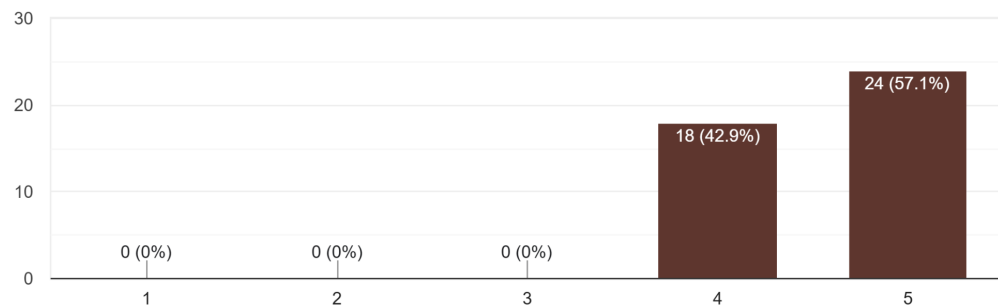
Desain logo baru Mamata Craft sudah menggambarkan pesan yang ingin disampaikan

42 responses



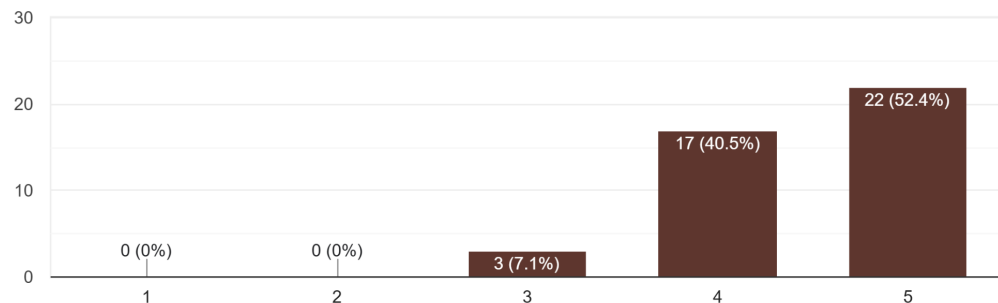
Desain logo baru Mamata Craft sudah baik dari segi estetika dan menarik

42 responses



Warna earth tone pada logo baru Mamata Craft sudah menggambarkan citra elegan, budaya Indonesia, peduli lingkungan

42 responses





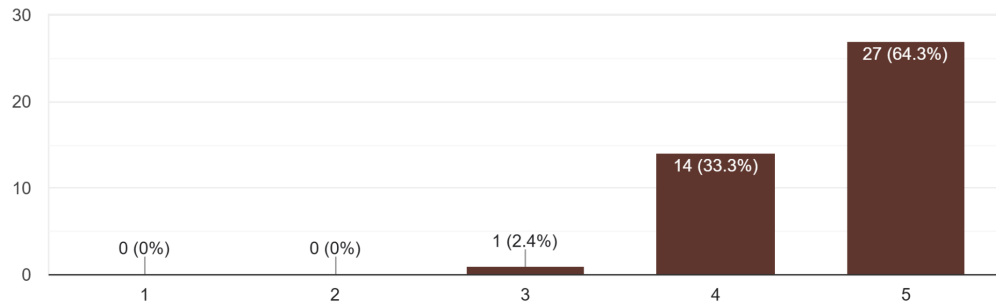
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

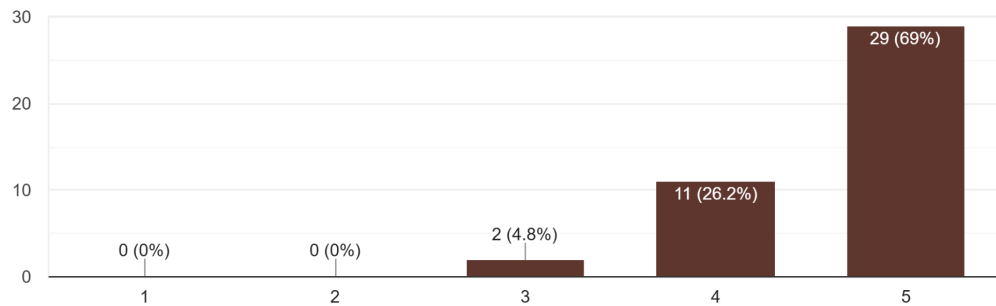
Warna earth tone pada logo baru Mamata Craft sudah baik dari segi estetika dan menarik

42 responses



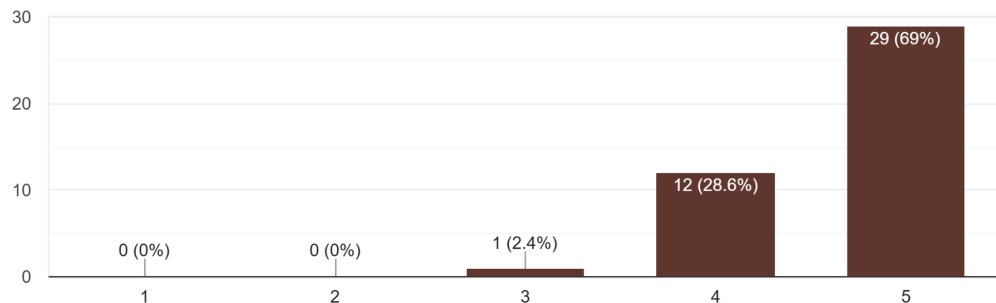
Tipografi (huruf/tulisan) pada logo baru Mamata Craft sudah menggambarkan citra elegan, budaya Indonesia, peduli lingkungan

42 responses



Tipografi (huruf/tulisan) pada logo baru Mamata Craft memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi

42 responses





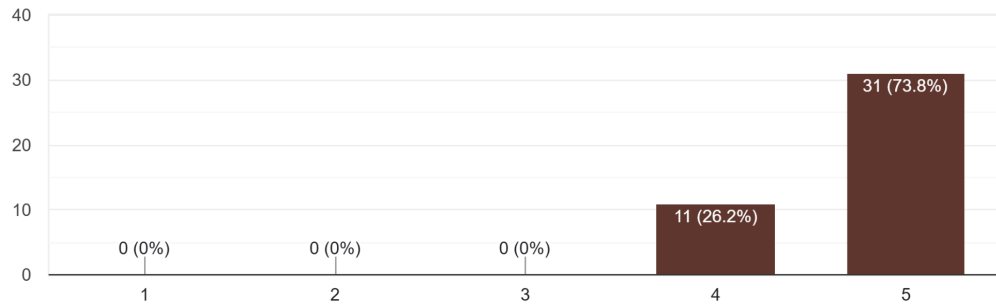
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

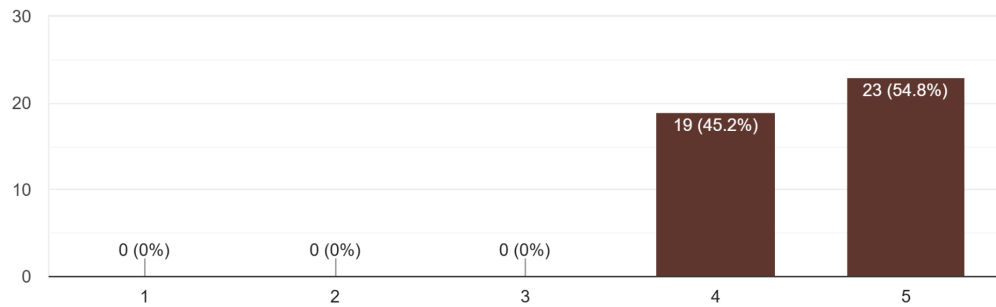
Pemilihan font (jenis huruf) pada logo baru Mamata Craft sudah tepat dan menarik

42 responses



Supergrafis (pattern/pola berulang) pada logo baru Mamata Craft sudah tepat dan menarik

42 responses



Secara keseluruhan, apakah ada yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dari desain identitas visual baru Mamata Craft?

42 responses

Sudah baik

Baik,perlu sedikit warna mencolok

baguzzz

Sudah bagus

tidak

Sudah cukup baik

Tidak ada, kerennn anis. SEMANGATTTTT!!!!

Warna kurang mencolok

Kalo ditingkatin lagi berarti akan melebihi skala karena ini udah 10/10. Mantap mas Anies. Next tolong desain logo Aespa ya next comeback!



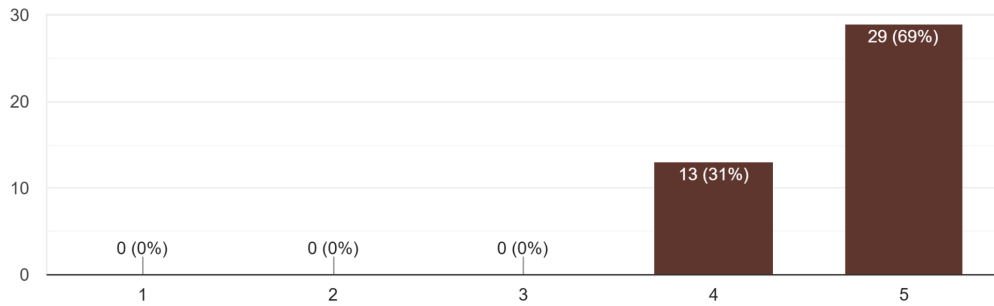
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

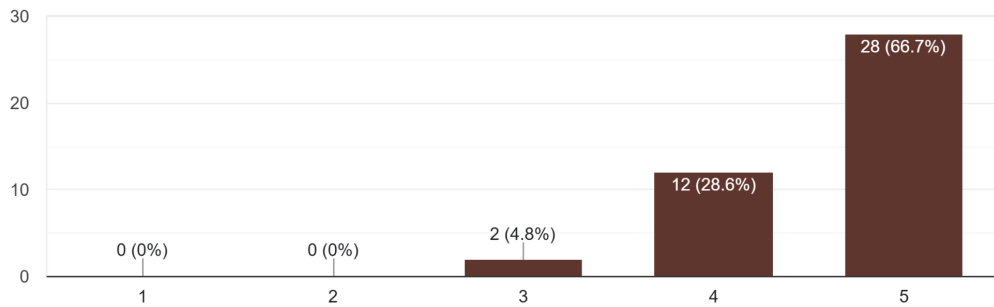
Penerapan identitas visual baru Mamata Craft pada kemasan box sudah tepat dan menarik.

42 responses



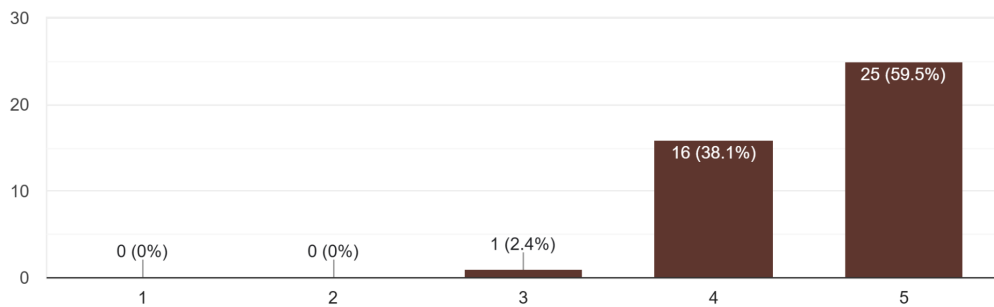
Penerapan identitas visual baru Mamata Craft pada kemasan paperbag sudah tepat dan menarik.

42 responses



Penerapan identitas visual baru Mamata Craft pada hangtag sudah tepat dan menarik.

42 responses





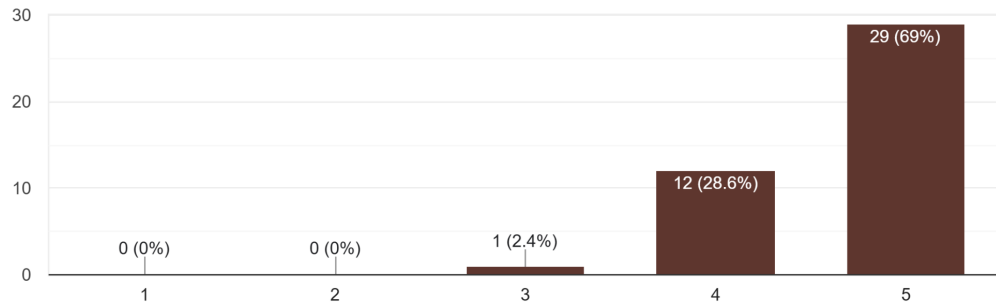
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

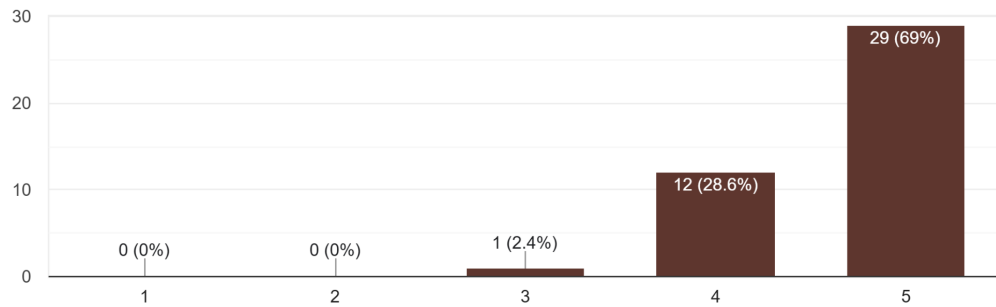
Penerapan identitas visual baru Mamata Craft pada tripod banner sudah tepat dan menarik.

42 responses



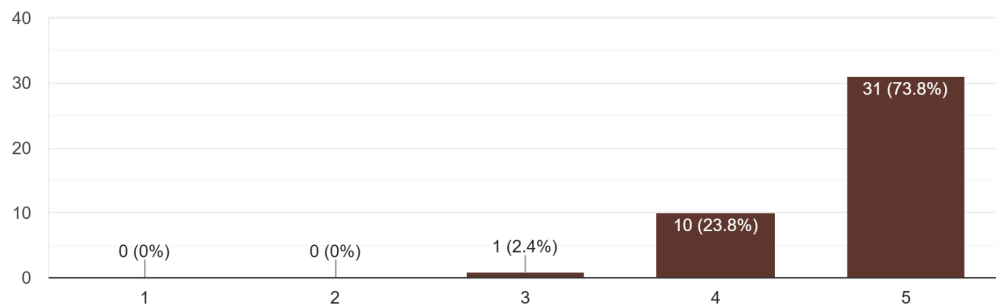
Penerapan identitas visual baru Mamata Craft pada Instagram post sudah tepat dan menarik.

42 responses



Penerapan identitas visual baru Mamata Craft pada tampilan Shopee sudah tepat dan menarik.

42 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

Menurut Anda, apakah ada yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dari desain media pendukung Mamata Craft?

42 responses

tidak

pola supergrafisnya ditambahkan lagi pada postingan instagram dan shopee

Saya sudah setuju dengan desain yg ada

KERENNNNN

Perbaiki paduan warnanya

tidak ada, dah bagus mantap mangatt!!

ANJAY GUE BARU LIAT ITU PACKAGING GOKIL BEUT TIPOGRAFINYA BEUH

-

Aku gak suka warna hijau, paper bag nya bisa diganti warna lain?



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

Lampiran 5. Hasil Cek Plagiarisme



Similarity Report ID: oid:3618:102553080

7% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 6% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

TOP SOURCES

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

1	repository.pnj.ac.id	<1%
	Internet	
2	repository.dinamika.ac.id	<1%
	Internet	
3	123dok.com	<1%
	Internet	
4	kc.umn.ac.id	<1%
	Internet	
5	Andika Pramudia. "Desain Kemasan Multifungsi untuk Akuarium Ikan ...	<1%
	Crossref	
6	konsultasiskripsi.com	<1%
	Internet	
7	docplayer.info	<1%
	Internet	
8	eprints.uny.ac.id	<1%
	Internet	

Sources overview



Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup

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

ABOUT ME

Graphic Designer

Hi! I'm **Anisa**, a undergraduate of Politeknik Negeri Jakarta majoring in **Graphic Design**. I have experience in packaging design, motion graphic, product photography, and digital illustration. I can interact effectively with clients and team members, listen attentively, and articulate ideas clearly. This skill makes me highly effective in collaborating with my colleagues on complex design projects.

0812-2210-6093

anisawidiasih@gmail.com

Depok City, Indonesia

Anisa Kurnia Widiasih

EXPERIENCE

Home Credit - Indonesia Creative Designer Internship	September - Desember 2024
Kampus Gratis - M-Knows Consulting Designer Graphic Internship	February - July 2024
DG Berkemas - Community Service - Politeknik Negeri Jakarta Packaging Designer	June - November 2023

SKILL

Soft Skill

- Project Management
- Team Management
- Problem Solving
- Critical Thinking
- Communication

Software Skill

**ANISA
KURNIA WIDIASIH**

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA