



**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

**TUGAS AKHIR  
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UMKM OMA AYAM PANGGANG  
UNTUK MENGUATKAN BRAND AWARENESS**



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

Oleh :  
**GIAT TAQUIDDIN RAMADHAN**  
**2106421088**

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA DAN 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**LEMBAR PERSETUJUAN  
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas Visual UMKM Oma Ayam  
Panggang untuk Memperkuat Brand Awareness

Penulis : Giat Taqiuddin Ramadhan

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, 1 Juli 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Marta Eriska, S.Des., M.Sn

NIP. 5200000000000000641

Iqbal Yamin, M.T.

NIP. 198909292022031005



**Hak Cipta :**

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

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UMKM OMA AYAM PANGGANG  
UNTUK MENGUATKAN BRAND AWARENESS**

Oleh:

**GIAT TAQUIDDIN RAMADHAN**

**2106421088**

Disahkan:  
Depok, 14 Juli 2025

**Penguji I**

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

**Penguji II**

Deli Silvia, M.Sc  
NIP. 198408192019032012

**Kepala Program Studi**

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

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

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR**

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

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UMKM OMA AYAM PANGGANG  
UNTUK MENGUATKAN BRAND AWARENESS**

adalah hasil karya saya.

Saya menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir ini sepenuhnya merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa tidak ada karya orang lain yang pernah digunakan untuk memperoleh gelar di institusi manapun yang termasuk dalam laporan ini, dan sejauh yang saya ketahui, tidak ada karya atau pendapat orang lain yang digunakan atau diterbitkan kecuali jika telah secara jelas dirujuk dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Jika pernyataan ini terbukti tidak benar, saya siap menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Depok, 10 Juli 2025

Yang menyatakan,



Giat Taquiuddin Ramadhan

2106421088



**Hak Cipta :**

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

**PRAKATA**

Segala puji serta syukur dipanjatkan bagi Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Identitas Visual UMKM Oma Ayam Panggang untuk Meningkatkan Brand Awareness”. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan serta bantuan selama penyusunan tugas akhir ini, antara lain:

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.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Marta Eriska, S.Des.,M.Sn., selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, memberi arahan, serta masukan yang sangat berarti dalam penyusunan tugas akhir.
5. Iqbal Yamin, M.T., selaku dosen pembimbing teknis yang telah membimbing, memberi arahan, serta masukan dalam penulisan tugas akhir.
6. Kedua orang tua penulis, yang selalu menjadi tempat pulang paling tenang. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tak pernah luntur, dan kepercayaan yang selalu menguatkan setiap langkah penulis. Kalian adalah alasan terbesar penulis bertahan dan terus melangkah sampai saat ini. Terima kasih atas segala bentuk dukungan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Demas, Rere, Livy, dan Iki, selaku teman-teman seperjuangan yang selalu menemani penulis dalam proses pengerjaan tugas akhir. Terima kasih atas dukungan, motivasi, saran, masukan, serta canda tawa yang telah diberikan.



**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

Kebersamaan dan semangat dari kalian menjadi salah satu hal yang membuat proses ini terasa lebih ringan dan lebih berarti.

8. Teman-teman *Monochrome* yang telah mewarnai perjalanan kuliah penulis dengan tawa, semangat, dan kebersamaan yang tak terlupakan.
9. Seluruh rekan penulis yang telah tulus menemani dan memberikan dukungan serta saran kepada penulis.
10. Terima kasih kepada diri saya sendiri, yang telah bertahan sejauh ini melewati rasa lelah, keraguan, dan keinginan untuk menyerah. Terima kasih untuk setiap malam panjang, waktu istirahat yang dikorbankan, serta langkah kecil yang tetap dijalani meski tidak selalu mulus jalannya. Perjalanan ini tidak selalu mudah, namun saya bersyukur telah memilih untuk menyelesaikan, belajar dari prosesnya, dan memberi ruang bagi diri untuk terus tumbuh dan bangkit.

Penulis menyadari adanya sejumlah kekurangan dalam penyusunan proposal tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis terbuka menerima masukan berupa kritik maupun saran, dengan tujuan memperbaiki kemampuan penulis agar dapat menjadi lebih baik lagi.



**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**

UMKM khususnya di bidang kuliner memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian lokal, namun banyak UMKM belum memiliki identitas visual yang mampu merepresentasikan citra merek secara konsisten. Oma Ayam Panggang, salah satu UMKM di Cileungsi, Jawa Barat, mengalami kendala serupa karena belum memiliki sistem identitas visual yang terstruktur. Untuk menjawab permasalahan tersebut, dilakukan perancangan identitas visual menggunakan pendekatan *design thinking* yang berorientasi pada kebutuhan pengguna. Elemen visual yang dirancang meliputi logo, tipografi, palet warna, *supergrafis*, serta aplikasi pada media promosi cetak dan digital. Perancangan ini bertujuan untuk memperkuat citra merek dan meningkatkan daya saing di pasar kuliner. Hasil dari proyek ini diharapkan tidak hanya memberi solusi bagi Oma Ayam Panggang, tetapi juga menjadi referensi bagi pelaku UMKM lain dalam membangun identitas merek yang kuat dan profesional.

Kata kunci: Citra Merek, Identitas Visual, Kuliner, UMKM.

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



**Hak Cipta :**

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

**ABSTRACT**

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), particularly in the culinary sector, play a significant role in supporting the local economy. However, many MSMEs still lack a visual identity that can consistently represent their brand image. Oma Ayam Panggang, a culinary MSME based in Cileungsi, West Java, faces a similar challenge due to the absence of a structured visual identity system. To address this issue, a visual identity design was developed using a design thinking approach focused on user needs. The designed visual elements include logo, typography, color palette, supergraphics, and applications on both print and digital promotional media. This design aims to strengthen brand image and enhance competitiveness in the culinary market. The outcome of this project is expected to not only provide a visual solution for Oma Ayam Panggang but also serve as a reference for other MSMEs in building a strong and professional brand identity.*

*Keywords: Brand Image, Culinary. MSMEs, Visual Identity.*

**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 ISI**

|                                                     |             |
|-----------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR .....</b> | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>          | <b>ii</b>   |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....</b>   | <b>iv</b>   |
| <b>PRAKATA.....</b>                                 | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>                               | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                              | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                          | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                           | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                        | <b>xv</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                       | <b>1</b>    |
| 1.1    Latar Belakang .....                         | 1           |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                        | 4           |
| 1.3    Ruang Lingkup Pembahasan.....                | 4           |
| 1.4    Tujuan dan Manfaat .....                     | 4           |
| 1.4.1    Tujuan Pembahasan.....                     | 4           |
| 1.4.2    Manfaat Pembahasan .....                   | 5           |
| 1.5    Sistematika Penulisan .....                  | 5           |
| <b>BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....</b>             | <b>7</b>    |
| 2.1 <i>Brand</i> .....                              | 7           |
| 2.2    Komunikasi .....                             | 7           |
| 2.3    Visual Branding.....                         | 9           |
| 2.4    Identitas Visual.....                        | 9           |
| 2.4.1    Logo .....                                 | 10          |
| 2.4.2    Warna .....                                | 15          |
| 2.4.3    Tipografi.....                             | 22          |
| 2.4.4    Ilustrasi.....                             | 26          |
| 2.5 <i>Graphic Standard Manual</i> .....            | 30          |
| 2.6    Teori <i>Gestalt</i> .....                   | 31          |
| 2.7    Prinsip Desain Grafis .....                  | 32          |



**Hak Cipta :**

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

|                                         |                                                        |           |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------|
| 2.8                                     | Metode Perancangan .....                               | 34        |
| <b>BAB III METODE PERANCANGAN.....</b>  |                                                        | <b>36</b> |
| 3.1                                     | Metode Riset Desain .....                              | 36        |
| 3.2                                     | Metode Pengumpulan Data .....                          | 37        |
| 3.2.1                                   | Wawancara .....                                        | 37        |
| 3.2.2                                   | Observasi.....                                         | 38        |
| 3.2.3                                   | Studi Literatur .....                                  | 38        |
| 3.3                                     | Data dan Analisis.....                                 | 38        |
| 3.3.1                                   | <i>Client Profile</i> .....                            | 38        |
| 3.3.2                                   | <i>Product Knowledge</i> .....                         | 39        |
| 3.3.3                                   | <i>Competitor</i> .....                                | 40        |
| 3.3.4                                   | <i>Consumer Insight</i> .....                          | 42        |
| 3.3.5                                   | Analisis SWOT .....                                    | 43        |
| 3.3.6                                   | Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning)..... | 45        |
| 3.4                                     | Arahan Kreatif ( <i>Creative Brief</i> ) .....         | 46        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b> |                                                        | <b>50</b> |
| 4.1                                     | Konsep Visual .....                                    | 50        |
| 4.1.1                                   | <i>Mind Mapping</i> .....                              | 50        |
| 4.1.2                                   | <i>Moodboard</i> .....                                 | 52        |
| 4.2                                     | Proses Desain .....                                    | 53        |
| 4.2.1                                   | Sketsa Manual .....                                    | 53        |
| 4.2.2                                   | Digitalisasi .....                                     | 54        |
| 4.2.3                                   | <i>Final Artwork</i> .....                             | 60        |
| 4.2.4                                   | Kerangka <i>Logogram</i> .....                         | 61        |
| 4.2.5                                   | Warna .....                                            | 61        |
| 4.2.6                                   | Aplikasi Warna .....                                   | 63        |
| 4.2.7                                   | Tipografi.....                                         | 64        |
| 4.2.8                                   | Penerapan Prinsip Desain.....                          | 64        |
| 4.2.9                                   | Penerapan Teori Gestalt .....                          | 66        |
| 4.2.10                                  | Penerapan Teori Komunikasi .....                       | 67        |
| 4.2.11                                  | Konstruksi Logo.....                                   | 67        |
| 4.2.12                                  | Konfigurasi Logo .....                                 | 68        |



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

|                               |                                             |           |
|-------------------------------|---------------------------------------------|-----------|
| 4.2.13                        | Batas Aman Logo .....                       | 69        |
| 4.2.14                        | Sistem Grid .....                           | 69        |
| 4.2.15                        | <i>Correct and Incorrect Use Logo</i> ..... | 70        |
| 4.2.16                        | <i>Pattern</i> .....                        | 71        |
| 4.3                           | Proses Desain .....                         | 72        |
| 4.3.1                         | Media Utama .....                           | 72        |
| 4.3.2                         | Media Turunan .....                         | 73        |
| 4.4                           | Pertimbangan Produksi .....                 | 75        |
| 4.5                           | Testing .....                               | 76        |
| 4.5.1                         | Testing Kepada Klien dan Konsumen .....     | 76        |
| 4.5.2                         | Testing Pada Google Lens .....              | 79        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>    |                                             | <b>81</b> |
| 5.1                           | Simpulan .....                              | 81        |
| 5.2                           | Saran .....                                 | 82        |
| <b>LAMPIRAN .....</b>         |                                             | <b>83</b> |
| <b>DAFTAR REFERENSI .....</b> |                                             | <b>93</b> |

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR GAMBAR**

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Logo Google.....                            | 11 |
| Gambar 2.2 Logo Apple.....                             | 12 |
| Gambar 2.3 Logo CNN.....                               | 13 |
| Gambar 2.4 Logo Nike.....                              | 13 |
| Gambar 2.5 Logo Doritos.....                           | 14 |
| Gambar 2.6 Logo Harley Davidson.....                   | 14 |
| Gambar 2.7 Logo Pringles.....                          | 15 |
| Gambar 2.8 Warna Merah.....                            | 16 |
| Gambar 2.9 Warna Biru.....                             | 16 |
| Gambar 2.10 Warna Kuning.....                          | 17 |
| Gambar 2.11 Warna Hijau.....                           | 17 |
| Gambar 2.12 Warna Oranye.....                          | 17 |
| Gambar 2.13 Warna Ungu.....                            | 18 |
| Gambar 2.14 Warna Hitam.....                           | 18 |
| Gambar 2.15 Warna Putih.....                           | 19 |
| Gambar 2.16 <i>Monochromatic</i> .....                 | 19 |
| Gambar 2.17 <i>Anologous</i> .....                     | 20 |
| Gambar 2.18 <i>Complementary</i> .....                 | 20 |
| Gambar 2.19 <i>Triadic</i> .....                       | 21 |
| Gambar 2.20 <i>Tetradic</i> .....                      | 21 |
| Gambar 2.21 <i>Font Serif</i> .....                    | 24 |
| Gambar 2.22 <i>Font Sans Serif</i> .....               | 25 |
| Gambar 2.23 <i>Font Script</i> .....                   | 25 |
| Gambar 2.24 <i>Font Display</i> .....                  | 26 |
| Gambar 2.25 Contoh Ilustrasi.....                      | 27 |
| Gambar 2.26 Contoh Ilustrasi Maskot pada Logo KFC..... | 28 |
| Gambar 2.27 Contoh Ilustrasi Ikon.....                 | 29 |
| Gambar 2.28 Contoh Ilustrasi Supergrafis.....          | 30 |
| Gambar 3.1 Oma Ayam Panggang.....                      | 39 |



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.2 Logo Roscik .....                     | 40 |
| Gambar 3.3 Ayam Panggang 88 .....                | 41 |
| Gambar 4.1 <i>Mind Mapping</i> .....             | 50 |
| Gambar 4.2 Moodboard .....                       | 53 |
| Gambar 4.3 Sketsa Manual .....                   | 54 |
| Gambar 4.4 Desain Komprehensif 1 .....           | 55 |
| Gambar 4.5 Desain Komprehensif 2 .....           | 56 |
| Gambar 4.6 Desain Komprehensif 3 .....           | 57 |
| Gambar 4.7 Desain Komprehensif 4 .....           | 58 |
| Gambar 4.8 Desain Komprehensif 5 .....           | 59 |
| Gambar 4.9 <i>Final Art Work</i> .....           | 60 |
| Gambar 4.10 Kerangka Logogram .....              | 61 |
| Gambar 4.11 Palet Warna .....                    | 62 |
| Gambar 4.12 Aplikasi Warna .....                 | 63 |
| Gambar 4.13 Tipografi .....                      | 64 |
| Gambar 4.14 Konstruksi Logo .....                | 67 |
| Gambar 4.15 Konfigurasi Logo .....               | 68 |
| Gambar 4.16 Batas Aman Logo .....                | 69 |
| Gambar 4.17 Sistem <i>Grid</i> .....             | 70 |
| Gambar 4.18 <i>Incorrect Use Logo</i> .....      | 70 |
| Gambar 4.19 <i>Correct Use Logo</i> .....        | 71 |
| Gambar 4.20 <i>Pattern</i> .....                 | 72 |
| Gambar 4.21 <i>Graphic Standard Manual</i> ..... | 72 |
| Gambar 4.22 Kotak Kemasan .....                  | 73 |
| Gambar 4.23 Poster .....                         | 73 |
| Gambar 4.24 Apron .....                          | 74 |
| Gambar 4.25 <i>Signage</i> .....                 | 74 |
| Gambar 4.26 Pin .....                            | 75 |
| Gambar 4.27 Testing Google Lens .....            | 79 |



**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR TABEL**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Matriks Analisis SWOT ..... | 44 |
| Tabel 3.2 Creative Brief .....        | 49 |
| Tabel 4.1 Prinsip Desain .....        | 66 |





**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

**DAFTAR LAMPIRAN**

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Lembar bimbingan materi Tugas Akhir.....  | 85 |
| Lampiran 2 Lembar bimbingan teknis Tugas Akhir ..... | 85 |
| Lampiran 3 Hasil Cek Plagiarisme .....               | 86 |
| Lampiran 4 Transkrip Wawancara .....                 | 88 |
| Lampiran 5 Transkrip Wawancara .....                 | 91 |
| Lampiran 6 Dokumentasi Testing Logo.....             | 92 |





**Hak Cipta :**

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

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Industri kuliner merupakan salah satu sektor ekonomi terbesar di Indonesia, jumlah penduduk yang besar dan budaya kuliner yang beragam, sektor ini terus berkembang pesat dan menjadi salah satu pilar utama dalam perekonomian nasional. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023), industri kuliner menyumbang lebih dari 40% dari total pendapatan sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Pertumbuhan ini juga ikut dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat urban yang semakin akrab dengan tren kuliner baru, mulai dari makanan tradisional yang dikemas modern, hingga hadirnya beragam bisnis makanan rumahan yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan distribusi.

Perkembangan industri kuliner di Indonesia juga didorong oleh semakin banyaknya pelaku UMKM yang terjun ke sektor kuliner, sehingga menciptakan persaingan yang semakin ketat. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2021, jumlah UMKM mencapai 64,19 juta unit usaha, dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto mencapai 61,07% atau Rp 8.573,89 triliun. Pertumbuhan ini mencerminkan peran signifikan UMKM dalam perekonomian Indonesia.

Seiring dengan berkembangnya industri kuliner, persaingan antar pelaku usaha juga semakin ketat. Konsumen kini tidak hanya mempertimbangkan rasa dan harga dalam memilih produk, tetapi juga menilai bagaimana sebuah merek membangun identitas visualnya secara menarik dan konsisten. Elemen visual pada kemasan berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif dalam menarik perhatian konsumen serta menciptakan pengalaman merek yang berkesan (Susilawati et al., 2023). Sementara itu, menurut penelitian yang dilakukan oleh Awaludin dan Wardhana (2024) menjelaskan bahwa elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan elemen grafis dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk. Studi lain oleh Dyahayu (2023) menemukan bahwa desain kemasan dengan kombinasi elemen visual yang tepat mampu meningkatkan daya tarik merek dan



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian, pengelolaan identitas visual yang baik dapat meningkatkan *brand awareness* dan membangun citra positif di mata konsumen. Elemen visual yang kuat juga mampu membangun keterhubungan emosional antara *brand* dan konsumen, yang berdampak positif pada loyalitas konsumen terhadap *brand* tersebut. Ketepatan dalam merancang elemen-elemen tersebut akan memperkuat citra dan membantu *brand* membangun koneksi emosional dengan konsumen.

Oma Ayam Panggang merupakan salah satu UMKM di bidang kuliner yang berfokus pada produk ayam panggang, berlokasi di Cileungsi, Jawa Barat, dan telah berdiri sejak tahun 2022. Berdasarkan hasil observasi langsung serta wawancara dengan Ferry selaku pemilik usaha, diketahui bahwa meskipun usaha ini telah memiliki nama usaha yang terpampang pada sebuah *banner* sederhana sebagai penanda visual, Oma Ayam Panggang belum memiliki sistem identitas visual yang terstruktur, seperti logo profesional, warna *brand* utama, tipografi, serta elemen grafis pendukung lainnya. Ketidakterpaduan visual ini menyebabkan tampilan kemasan, media promosi, dan komunikasi visual lainnya tidak konsisten dan kurang mencerminkan karakter *brand*. Berdasarkan observasi lapangan, diketahui bahwa tidak adanya elemen visual khas membuat *brand* ini sulit dikenali secara cepat oleh konsumen, sehingga cenderung tidak meninggalkan kesan yang kuat. Melihat kondisi tersebut, diperlukan perancangan identitas visual yang menyeluruh untuk Oma Ayam Panggang guna menguatkan *brand awareness* secara berkelanjutan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan identitas visual yang efektif dan konsisten memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan bisnis UMKM kuliner, khususnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Identitas visual yang kuat tidak hanya berfungsi sebagai representasi visual dari sebuah *brand*, tetapi juga menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan nilai, karakter, serta diferensiasi *brand* kepada target pasar. Logo memiliki peran penting dalam membangun identitas visual yang dapat meningkatkan daya saing UMKM kuliner di tengah persaingan industri yang semakin ketat (Febrian et al., 2025). Logo bukan hanya sekadar elemen grafis, tetapi juga menjadi alat utama dalam menciptakan kesan pertama yang kuat bagi konsumen serta memperkuat



## © 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

kepercayaan terhadap merek. Lebih lanjut, (Tampubolon et al., 2023) meneliti bagaimana *brand image*, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan dapat memengaruhi loyalitas konsumen pada UMKM kuliner. Penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* yang kuat dapat memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan, terutama jika didukung oleh elemen visual yang konsisten dalam strategi pemasaran. Oleh karena itu, perancangan identitas visual ini bukan hanya sekadar mementingkan soal estetika, melainkan sebuah kebutuhan mendesak untuk membangun citra merek yang ingin diangkat oleh Oma Ayam Panggang, yaitu citra sebagai *brand* ayam panggang yang profesional dan higienis, namun tetap hangat dan bersahabat, yang pada akhirnya akan mendukung upaya promosi untuk meningkatkan *brand awareness*.

Melalui perancangan ini, diusulkan perancangan identitas visual Oma Ayam Panggang yang lebih relevan dan efektif dalam mendukung strategi *branding* secara menyeluruh, khususnya sebagai fondasi untuk media promosi yang lebih *impactful*. Perancangan identitas visual ini tidak hanya berfokus pada pembuatan elemen-elemen visual seperti logo, warna, dan tipografi, tetapi juga mengintegrasikan penerapan identitas visual yang konsisten pada seluruh *brand touchpoint*, mulai dari etalase toko, media promosi, hingga kemasan produk. Selain itu, perancangan identitas visual yang diusulkan juga mempertimbangkan aspek estetika, fungsionalitas, serta relevansi dengan tren visual terkini agar mampu menarik perhatian konsumen dan memperkuat *positioning* Oma Ayam Panggang sebagai *brand* kuliner yang profesional, modern, dan mudah diingat. Dengan demikian, melalui perancangan identitas visual yang baru, diharapkan Oma Ayam Panggang dapat memiliki identitas visual yang kuat, profesional, dan konsisten, sehingga mampu memperkuat *brand awareness*, serta mendukung pertumbuhan bisnis di masa mendatang. Perancangan ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pelaku UMKM kuliner lainnya dalam memahami pentingnya identitas visual sebagai salah satu elemen kunci dalam membangun usaha yang sukses dan berdaya saing di industri kuliner Indonesia yang terus berkembang.



## © 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

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu “Bagaimana perancangan identitas visual ini dapat membantu UMKM Oma Ayam Panggang dalam menguatkan *brand awareness*?”.

### 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan, ditentukan ruang lingkup pembahasan dalam penyusunan Tugas Akhir sebagai berikut:

- a. Proses perancangan identitas visual untuk UMKM Oma Ayam Panggang
- b. Proses penerapan teori *design thinking* pada perancangan identitas visual UMKM Oma Ayam Panggang
- c. Proses implementasi desain identitas visual UMKM Oma Ayam Panggang, yakni *Graphic Standard Manual* (GSM), logo, elemen visual, gaya fotografi, dan media promosi pendukung baik cetak maupun digital.

### 1.4 Tujuan dan Manfaat

Dalam penyusunan proposal tugas akhir ini terdapat tujuan dan manfaat, yaitu sebagai berikut:

#### 1.4.1 Tujuan Pembahasan

- a. Melakukan proses perancangan identitas visual untuk UMKM Oma Ayam Panggang.
- b. Menerapkan teori desain grafis dalam perancangan identitas visual, mulai dari konsep logo, warna, tipografi, hingga penerapan pada media promosi dan kemasan.
- c. Menganalisis dan menjabarkan desain akhir identitas visual yang konsisten dan sesuai dengan karakter *brand* Oma Ayam Panggang, berupa logo, tipografi, warna *brand*, dan elemen visual, serta mengimplementasikannya pada media turunannya seperti *Graphic Standard Manual* (GSM), dan berbagai media promosi yang relevan.



**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

## 1.4.2 Manfaat Pembahasan

### a. Manfaat Akademis

- Memberikan referensi tambahan bagi mahasiswa desain grafis atau bidang terkait yang ingin mempelajari tahapan perancangan identitas visual untuk UMKM kuliner.
- Menambah wawasan mengenai penerapan teori desain grafis pada proyek nyata, khususnya di industri makanan dan minuman.
- Menyediakan contoh studi kasus yang membahas perancangan identitas visual dari tahap awal hingga tahap akhir dalam bentuk desain akhir dan pedoman penerapannya.

### b. Manfaat Praktis

- Membantu Oma Ayam Panggang memiliki identitas visual yang profesional, menarik, dan sesuai dengan karakter *brand*, sehingga memperkuat citra merek di mata konsumen.
- Memperkuat *brand image* yang positif melalui identitas visual yang konsisten dan menarik perhatian target pasar.
- Memberikan panduan visual berupa *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai acuan penerapan identitas visual pada media promosi dan kemasan di masa depan.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, diperlukan sistematika penulisan yang baik agar lebih terstruktur dan mudah dipahami. Berikut ini adalah sistematika penulisan yang di antaranya adalah:

### BAB I

#### PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat latar belakang pembahasan, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan serta manfaat, dan struktur sistematis yang terdapat dalam penulisan tugas akhir ini.



**Hak Cipta :**

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

**BAB II**

**LANDASAN PERANCANGAN**

Bab ini membahas teori-teori yang digunakan sebagai dasar dalam proses perancangan identitas visual untuk Oma Ayam Panggang. Teori-teori yang diterapkan bersumber dari buku dan jurnal. Adapun teori-teori yang digunakan adalah teori *branding* (*brand image* dan *brand awareness*), teori identitas visual (logo, warna, tipografi, *supergraphic*), teori *graphic standard manual*, teori semiotika, teori STP (*segmenting, targeting, positioning*), dan teori metode riset desain yaitu *design thinking*.

**BAB III**

**METODE PERANCANGAN**

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

**BAB IV**

**HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN**

Bab ini menjelaskan hasil dan tahapan proses dalam perancangan identitas visual UMKM Oma Ayam Panggang. Diawali dari konsep visual, proses pengerjaan desain, hingga hasil akhir berupa logo, *graphic standard manual*, serta penerapan pada media turunan baik cetak maupun digital.

**BAB V**

**PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan serta saran mengenai proses perancangan identitas visual untuk UMKM Oma Ayam Panggang berdasarkan tugas akhir yang telah disusun.

**Hak Cipta :**

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

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Simpulan

1. Perancangan identitas visual UMKM Oma Ayam Panggang telah dilakukan dengan pendekatan *design thinking*, yang mencakup lima tahapan utama. Tahap *empathize* dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi langsung terhadap kegiatan operasional, serta studi literatur guna memahami permasalahan, kebutuhan, dan nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh *brand*. Selanjutnya, pada tahap *define*, hasil temuan dianalisis untuk merumuskan *insight* dan kebutuhan desain yang spesifik, yang kemudian dirumuskan ke dalam *problem statement*.
2. Tahap *ideate* dilakukan dengan menerapkan seluruh teori desain grafis secara menyeluruh dalam proses perancangan, mulai dari penyusunan konsep logo, pemilihan warna, jenis tipografi, hingga pengembangan elemen visual yang mendukung. Konsep visual dibangun berdasarkan kata kunci *playful* hangat, dan ayam panggang, yang kemudian dituangkan ke dalam *moodboard*, eksplorasi sketsa logo, hingga tahap digitalisasi desain.
3. Pada tahap *prototype*, elemen-elemen visual seperti logo, warna, dan tipografi dikembangkan menjadi desain awal. Elemen visual utama mengombinasikan ilustrasi ayam, bara panggang, dan karakter "oma" sebagai representasi kehangatan, kedekatan, dan kekhasan produk. Pemilihan tipografi sans serif memberi kesan modern dan ramah, sedangkan kombinasi warna kuning dan oranye merepresentasikan rasa hangat dan menggugah selera.
4. Tahap *testing* dilakukan dengan menguji desain kepada pemilik usaha dan calon pengguna guna menjadi dasar dalam melakukan penyempurnaan desain akhir agar lebih sesuai dengan karakter *brand* dan kebutuhan pasar.
5. Untuk menjamin konsistensi identitas visual di masa mendatang, telah disusun Graphic Standard Manual (GSM) yang memuat panduan penggunaan elemen visual, seperti logo, warna, tipografi, dan tata letak. Identitas visual ini telah diuji dan diterapkan ke berbagai media aplikasi,



#### 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

baik digital maupun cetak, yang meliputi poster, banner, apron, kemasan produk, stiker, thank you card, pin, hingga media promosi lainnya. Panduan ini menjadi acuan utama agar seluruh elemen komunikasi visual tetap selaras dengan karakter brand Oma Ayam Panggang secara menyeluruh dan berkelanjutan.

#### 5.2 Saran

1. Diperlukan penjadwalan waktu yang terstruktur dan realistis dalam proses perancangan agar seluruh tahapan desain dapat berjalan optimal tanpa terburu-buru, dan tidak ada langkah penting yang terlewat.
2. Proses pengumpulan data perlu dilakukan secara menyeluruh dan mendalam agar mampu menjawab permasalahan komunikasi visual dengan tepat. Ini meliputi wawancara, observasi, serta studi kompetitor dan pasar.
3. Komunikasi intensif antara desainer dan klien sangat penting untuk menjaga keselarasan konsep dan ekspektasi selama proses perancangan.
4. Dalam eksplorasi desain, penting untuk memperbanyak referensi dan menuangkannya ke dalam bentuk visual (sketsa atau digital) agar ide-ide tidak hanya berhenti dalam angan, tetapi bisa dievaluasi dan dikembangkan.
5. Perhatikan legalitas dan lisensi dari elemen visual yang digunakan, khususnya aset dari internet, untuk memastikan bahwa semuanya aman digunakan untuk keperluan komersial.
6. Diharapkan UMKM Oma Ayam Panggang dapat mengimplementasikan identitas visual yang baru secara konsisten, sehingga dapat meningkatkan daya tarik *brand* di mata konsumen serta memperkuat posisi brand dalam pasar kuliner lokal.



**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**

**Dosen Pembimbing 1 (Materi)**

Nama Mahasiswa : Giat Taquiuddin Ramadhan

Nama Pembimbing : Marta Eriska, S.Des., M.Sn

Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas Visual UMKM Oma Ayam Panggang untuk Menguatkan *Brand Awareness*.

| BIMBINGAN<br>KE- | TANGGAL<br>BIMBINGAN | KOMENTAR<br>PEMBIMBING                                                      | RENCANA<br>PROGRESS/REVISI*                                                 |
|------------------|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 1                | 24 Februari<br>2025  | Mengkaji Outline<br>sebelum masuk ke<br>proses pembuatan<br>latar belakang. | Bimbingan berikutnya<br>perorangan untuk<br>membahas proyek lebih<br>dalam. |
| 2                | 26 Februari<br>2025  | Menetapkan judul<br>TA                                                      | Mulai menulis latar<br>belakang dan melihat-<br>lihat repository PNJ        |
| 3                | 3 Maret 2025         | Mulai mencari<br>referensi kajian dari<br>repostory                         | Mulai menulis BAB 1<br>dan 2                                                |
| 4                | 7 Maret 2025         | BAB 1 sudah cukup,<br>dilanjutkan BAB 2                                     | cari teori jurnal yang<br>mendukung landasan<br>perancangan                 |



## © 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

|   |               |                                                                                                      |                                          |
|---|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| 5 | 10 Maret 2025 | Membahas teori yang dijadikan landasan perancangan, ditambahkan jika ada teori yang belum dimasukkan | Mulai menulis BAB 3                      |
| 6 | 24 Maret 2025 | Tambahkan teori komunikasi dan tuntaskan BAB 3                                                       | Mentuntaskan BAB 3 sampai creative brief |
| 7 | 9 April 2025  | Preview BAB 3 dan PPT Seminar Proposal                                                               | Tambahkan tujuan dan manfaat pada PPT    |
| 8 | 28 Mei 2025   | Preview bagian abstrak dan melanjutkan ke proses pengerjaan karya                                    | Menuntaskan karya utama                  |
| 9 | 21 Juni 2025  | Desain Logo sudah cukup, lanjutkan ke pembuatan karya pendukung                                      | Mentuntaskan karya pendukung             |



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

|   |             |                           |                             |
|---|-------------|---------------------------|-----------------------------|
| 1 | 1 Juli 2025 | Tambahkan media pendukung | Mentuntaskan keseluruhan TA |
|---|-------------|---------------------------|-----------------------------|

Lampiran 1 Lembar bimbingan materi Tugas Akhir

### Dosen Pembimbing 2 (Teknis)

Nama Mahasiswa : Giat Taquiuddin Ramadhan

Nama Pembimbing : Iqbal Yamin, M.T.

Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas Visual UMKM Oma Ayam Panggang untuk Meningkatkan *Brand Awareness*.

| BIMBINGAN KE- | TANGGAL BIMBINGAN | KOMENTAR PEMBIMBING                                                                   | RENCANA PROGRESS/REVISI*                             |
|---------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| 1             | 11 April 2025     | Rapihkan spasi antar paragraf                                                         | Merapihkan sumber gambar                             |
| 2             | 1 Juli 2025       | Perhatikan penulisan yang harus diberi garis miring, nomor halaman disesuaikan notion | Memperbaiki penulisan garis miring dan nomor halaman |

Lampiran 2 Lembar bimbingan teknis Tugas Akhir



## © 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

## Hasil Cek Plagiarisme


Similarity Report ID: oid:3618:102974778

|                                                                                                                                       |                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <p><b>PAPER NAME</b></p> <p>DG8D_Giat Taquiuddin Ramadhan_Perancangan Identitas Visual UMKM Oma Ayam Panggang untuk Memperkuat Br</p> | <p><b>AUTHOR</b></p> <p>Giat Taquiuddin Ramadhan</p>        |
| <p><b>WORD COUNT</b></p> <p>12555 Words</p>                                                                                           | <p><b>CHARACTER COUNT</b></p> <p>80150 Characters</p>       |
| <p><b>PAGE COUNT</b></p> <p>79 Pages</p>                                                                                              | <p><b>FILE SIZE</b></p> <p>5.8MB</p>                        |
| <p><b>SUBMISSION DATE</b></p> <p>Jun 30, 2025 8:35 AM GMT+7</p>                                                                       | <p><b>REPORT DATE</b></p> <p>Jun 30, 2025 8:36 AM GMT+7</p> |

● **8% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 7% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material



Lampiran 3 Hasil Cek Plagiarisme

## Transkrip Wawancara

### Wawancara bersama Pemilik dan Konsumen Oma Ayam Panggang

Tanggal: 1 & 5 April 2025

Lokasi: Cileungsi, Jawa Barat

Metode: Wawancara langsung



## © 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

Giat: Mas Ferry, bisa cerita sedikit nggak soal Oma Ayam Panggang ini?

Ferry: Boleh banget. Jadi Oma Ayam Panggang ini usaha makanan rumahan yang fokus ke ayam panggang khas Sunda. Kita mulai usaha ini karena pengen ngenalin rasa masakan rumah yang khas ke orang-orang sekitar.

Giat: Wah menarik, terus awal mulanya gimana sih bisa kebentuk brand ini?

Ferry: Sebenarnya awalnya istri yang sering masak buat keluarga. Terus banyak yang bilang enak dan nyaranin buat dijual. Akhirnya kita coba pasarin, dan alhamdulillah diterima.

Giat: Produk utamanya berarti ayam panggang ya?

Ferry: Iya betul. Tapi kita juga ada paket nasi dan lauk pendamping biar lengkap.

Giat: Target pasarnya Oma siapa aja sih bang?

Ferry: Sebagian besar keluarga muda, pekerja, mahasiswa, pokoknya yang butuh makanan enak, cepat, dan terjangkau.

Giat: Kalau tantangan sekarang ini apa saja mas?

Ferry: Yang paling kerasa sih soal branding dan visual. Banyak yang belum kenal kita, terus tampilan visual kita juga masih perlu dibenahi supaya orang makin ingat sama Oma Ayam Panggang.

### Wawancara dengan Konsumen (10 Konsumen)

Giat : Kenapa sih milih beli di Oma Ayam Panggang?

- Sebagian besar jawab karena dekat dari rumah (30%)
- Ada juga yang bilang karena rasanya enak dan harganya pas di kantong (50%)
- Sisanya karena dapat rekomendasi dari temen atau keluarga (20%)

Giat : Yang paling disuka dari ayam panggangnya apa nih?



## © 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

- Mayoritas bilang bumbunya enak, meresap, dan khas Banyak juga yang ngerasa porsinya pas dan bikin kenyang

Giat: Biasanya seberapa sering beli di sini?

- Ada yang seminggu sekali, bahkan dua minggu sekali (30%)
- Ada juga yang sebulan sekali, biasanya pas ada acara keluarga (50%)
- Sisanya beli kadang-kadang aja kalau lagi pengen (20%)

Giat: Menurut kalian, apa yang bisa ditingkatin dari Oma Ayam Panggang?

- Beberapa bilang kemasannya bisa dibuat lebih menarik dan praktis (30%)
- Ada yang pengen varian menu baru atau pilihan level pedas (20%)
- Setengah dari responden nyaranin identitas visual diperbaiki dan aktifin akun sosmed (50%)

Giat: Kalau soal logo dan branding-nya gimana menurut kalian?

- Ada yang bilang belum terlalu menarik dan susah diingat (60%)
- Sisanya nyaranin warnanya lebih hangat, desainnya lebih menggugah selera (40%)

Giat: Terus, desain promosi atau tampilan promosinya udah oke belum?

- Setengahnya bilang masih bisa ditingkatin supaya lebih konsisten dan menggoda (50%)

Lampiran 4 Transkrip Wawancara



## © 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

### Transkrip Wawancara Testing

#### Narasumber 1

Pewawancara: Menurut Anda, apakah logo Oma Ayam Panggang sudah terlihat menarik?

Narasumber: Menarik sekali. Warna merah oranye langsung mencolok dan bikin lapar juga, ya, karena terasa hangat.

Pewawancara: Apakah menurut Anda logo ini mencerminkan usaha makanan rumahan?

Narasumber: Sangat, terutama dari ilustrasi ayam dan bara api-nya. Langsung terasa aroma dapur ibu-ibu gitu.

Pewawancara: Elemen apa yang paling menarik perhatian?

Narasumber: Gambar ayamnya sih, lucu dan khas. Itu yang bikin gampang diingat.

#### Narasumber 2

Pewawancara: Apa kesan pertama Anda saat melihat logo Oma Ayam Panggang?

Narasumber: Kayaknya hangat, kekeluargaan, dan santai. Rasanya cocok banget buat usaha rumahan.

Pewawancara: Apakah logotype-nya mudah dibaca?

Narasumber: Iya, tulisan "Oma" dan "Ayam Panggang" jelas dan hurufnya bersih, nggak ribet.

Pewawancara: Kalau hanya lihat logogram, Anda tahu ini usaha kuliner?

Narasumber: Iya dong, ayam panggang banget! Nggak mungkin disangka usaha lain.

#### Narasumber 3

Pewawancara: Logo ini mudah diingat menurut Anda?

Narasumber: Sangat. Warna dan gambar ayamnya beda dari brand lain.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

Pewawancara: Apakah menurut Anda konsumen lain juga akan mudah mengenalinya di media lain?

Narasumber: Iya, asal penggunaannya konsisten. Kalau warnanya dan bentuk logonya tetap, pasti langsung kenal.

Pewawancara: Penerapannya di media seperti kemasan atau apron gimana?

Narasumber: Sudah oke. Saya lihat desain di stikernya dan apron-nya lucu, serasi sama logonya.

### Narasumber 4

Pewawancara: Apakah identitas visual Oma Ayam Panggang berbeda dari kompetitor?

Narasumber: Iya, menurut saya lebih ceria dan terasa personal. Banyak brand makanan rumahan kelihatan terlalu formal.

### Narasumber 5

Pewawancara: Apakah tipografinya sudah tepat?

Narasumber: Sudah cukup pas, meski kalau mau lebih personal bisa dicoba *font* yang lebih kayak tulisan tangan.

Pewawancara: Kalau logo ini Anda lihat di jalan atau *online*, langsung tahu itu Oma Ayam Panggang?

Narasumber: Iya, asal sering lihat. Visualnya khas kok.

### Narasumber 6

Pewawancara: Kesan *playful* dan hangat menurut Anda sudah terasa dari logo ini?

Narasumber: Terasa sih. Warna kuning dan oranye itu identik dengan makanan hangat, dan ayamnya lucu bikin akrab.



## © 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

### Narasumber 7

Pewawancara: Menurut Anda, elemen visual mana yang paling kuat?

Narasumber: Kombinasi warna dan gambar ayam. Itu yang bikin brand ini gampang diingat dan beda dari yang lain.

Pewawancara: Apakah logo ini terlihat profesional untuk usaha UMKM?

Narasumber: Iya, sangat. Walau rumahan, tampilannya nggak asal-asalan.

### Narasumber 8

Pewawancara: Kalau menurut Anda, logo ini cocok untuk menarik perhatian konsumen baru?

Narasumber: Pasti. Anak-anak muda sampai ibu-ibu pun bisa tertarik karena logonya hangat dan menyenangkan. Pewawancara: Menurut Anda, identitas visual ini bisa membangun *brand awareness*? Narasumber: Bisa banget. Apalagi kalau terus dipakai di semua media dan konsisten desainnya.

### Narasumber 9

Pewawancara: Apa yang Anda rasakan ketika pertama kali melihat logo Oma Ayam Panggang? Narasumber: Kayak pulang ke rumah, serius. Ada rasa nostalgia gitu dari tampilannya. Pewawancara: Apakah menurut Anda orang akan dengan mudah ingat brand ini? Narasumber: Sangat mudah. Soalnya unik dan beda dari ayam-ayam goreng franchise-an. Narasumber 10 Pewawancara: Apakah menurut Anda logo ini bisa berdiri sendiri tanpa tulisan pun tetap dikenali? Narasumber: Menurut saya bisa. Asal gambarnya tetap dipertahankan, itu sudah cukup ikonik. Pewawancara: Kalau Anda melihat produk ini di kemasan atau banner, bisa langsung mengenali? Narasumber: Pasti. Desain visualnya kuat dan mudah dikenali dari jauh.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Dokumentasi *Testing* 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



Lampiran 6 Dokumentasi *Testing* Logo

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 REFERENSI**

- Affonso, F. M., Janiszewski, C., & .. (2023). Marketing by Design: The Influence of Perceptual Structure on Brand Performance. *Journal of Marketing*, 87(5), 736–754. <https://doi.org/10.1177/00222429221142281>
- Awaludin, M., & Wardhana, S. (2024). Pengaruh Elemen Visual pada Konten Feeds Instagram @P3SMANDIRI dalam meningkatkan Brand awareness. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 9(2), 529–544. <https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v9i2.1454>
- Bangun, D. A. N. (2023). *Dasar-Dasar Desain Grafis: Merancang Karya Desain yang Konseptual* (1st ed.). PNJ Press.
- Dyahayu, L. P. (2023). Analisis Visual Pada Kemasan Danish Monde Egg Drop Biscuit Dengan Teori Semiotika. *TUTURRUPA*, 5(2), 89–101. <https://doi.org/10.24167/tuturrupe.v5i2.10813>
- Fajar Paksi, D. N. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 12(2), 90–97. <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>
- Febrian, S. V., Abimanyu, M. R., Nulhakim, Y., & Latuny, M. I. (2025). *Perancangan logo Abu Haidar dalam upaya peningkatan citra dan daya tarik konsumen*.
- Hasian, I., Putri, I., & Ali, F. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 5(01), 726–739. <https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.63>



**Hak Cipta :**

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

Kanta, I. M. D. R., & Artayasa, I. N. (2022). Analisis Tipografi Pada Logo Sprite. *Jurnal Penalaran Riset*, 01.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th. Ed. Global Edition* (15th ed.). Pearson Education.

Mamis, S., Suarya Putra, N. A., Yusa, M. M., & Aryanto, D. (2023). *Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual (DKV): Panduan Lengkap Untuk Memasuki Dunia Kreatif Visual*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

Nugroho, S. (2015). *Manajemen Warna dan Desain*. ANDI.

Prayogi, R., & Ratnaningsih, D. (2020). Ikon, Indeks, dan Simbol dalam Cerpen Tiga Cerita tentang Lidah Karya Guntur Alam. *Edukasi Lingua Sastra*, 18(2), 20–27. <https://doi.org/10.47637/elsa.v18i2.303>

Rachman, R., Wijaya, B., Mansyur, A. H., Wibowo, S. E., & Intan, D. N. (2024). Brand storytelling in the digital age: Challenges and opportunities in online marketing. *Jurnal Ekonomi*, 13(01).

Restiawan Permana & Yusmawati. (2022). Semiotika Visual Logo Bumbu Bamboe dan Perannya Sebagai Identitas Perusahaan. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(1), 96–103. <https://doi.org/10.30738/sosio.v8i1.11807>

Ritonga, S. B. P., Wardana, K. A., Iswahyudi, A., & Rahmawaty, D. (2023). *Perancangan Visual Graphic Standard Manual Untuk Logo Varion Farm*.

3.

Rosanti, A. D. (2025). Implementasi Supergrafis “Pesona Delta” Pada Instagram Disporaparkab Sidoarjo. 7(1).



**Hak Cipta :**

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

- Šerić, M., Ozretić-Došen, Đ., & Škare, V. (2020). How can perceived consistency in marketing communications influence customer–brand relationship outcomes? *European Management Journal*, 38(2), 335–343.  
<https://doi.org/10.1016/j.emj.2019.08.011>
- Sezer Babalioğlu, S. (2020). Logotype Tasarımında Gestalt Görsel Algı Kuramının Etkileri. *ATLAS JOURNAL*, 6(30), 513–518.  
<https://doi.org/10.31568/atlas.465>
- Susilawati, Fajrina, N., & Dwi Pramesti, R. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 8(2), 322–332.  
<https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v8i2.903>
- Synakarya, S. A. M., & Arifianto, P. F. (2024). Peran Dan Pengaruh Desain Grafis Dalam Perancangan Maskot Sebagai Identitas Visual Pt Colar Creativ Industri (living). *SYNAKARYA Visual Communication Design Student Journal*, 5(1), 53–68. <https://doi.org/10.33005/synakarya.v5i1.117>
- Tampubolon, E. S., Sulaeman, F. R., Octasyilva, A. R. P., Widayani, K., Fitri, A., & Eka, M. (2023). *Pengaruh Brand Image Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan UMKM Kuliner*. 7.
- Vienna, E., & Muljosumarto, C. (2025). Analisis Visual Branding Suplemen Herbal Sinergi Menggunakan Metode Komparatif dalam Upaya Membangun Citra Modern. *Nirmana*, 25(1), 20–31.  
<https://doi.org/10.9744/nirmana.25.1.20-31>



## © 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

Vinitha, V. U., Kumar, D. S., & Purani, K. (2021). Biomorphic visual identity of a brand and its effects: A holistic perspective. *Journal of Brand Management*, 28(3), 272–290. <https://doi.org/10.1057/s41262-020-00222-6>

Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (5th ed.). John Wiley & Sons.

Wiliandika, I. M. S., Artawan, C. A., & Wirawan, I. G. N. (2024). *Redesain Logo Volumina Di Janji Design Lab*.

Zahra, N., & Mansoor, A. Z. (2024). Warna Dan Emosi Untuk Media Desain Interaktif: Literature Review. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 13(01), 340. <https://doi.org/10.24114/gr.v13i01.57946>

Zainudin, A. (2021). *Tipografi*. Yayasan Prima Agus Teknik.

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**