



© 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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
AYAM CREET SEBAGAI
MEDIA BRANDING**



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
Muhammad Raka Fadillah
2106421096

**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 mengemukakan 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 Ayam Creet sebagai
Media Branding
Penulis : Muhammad Raka Fadillah
Jurusan : Teknik Grafika dan 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

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

Dosen Pembimbing II

MRR. Tiya Maheni DK, M.H.
NIP. 197608241999032002



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 AYAM CREET SEBAGAI *MEDIA BRANDING*

Oleh:

Muhammad Raka Fadillah

2106421096

Disahkan:

Depok, 17 Juli 2025

Penguji I

Nabila Fajrina, M.Si.
NIP. 199509212022032014

Penguji II

Sari Puspita Dewi, M.Pd.
NIP. 198208312015042001

Kepala Program Studi

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

Ketua Jurusan



Teknik Grafika dan 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 Ayam Creet 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, 18 Juli 2025

Yang menyatakan,

Muhammad Raka Fadillah

2106421096



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

Identitas visual berperan penting bagi UMKM dalam memperkuat daya saing, karena identitas visual berfungsi sebagai penanda merek dan produk, penarik perhatian konsumen, serta merepresentasikan citra positif. Namun *brand* UMKM Ayam Creet belum memiliki identitas visual dan diperparah dengan kondisi kios yang masih menggunakan identitas visual milik *brand* UMKM sebelumnya. Maka dari itu, dibutuhkan perancangan desain identitas visual Ayam Creet sebagai solusi terhadap permasalahan tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed method* dengan pendekatan *design thinking* yang memiliki tahapan seperti *empathize*, *define*, *ideate*, *prototyping*, dan *testing*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner, observasi, dan studi literatur. Seluruh data dan informasi yang didapatkan kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT untuk menyusun arahan kreatif. Proses perancangan dimulai dengan *mind map*, *moodboard*, sketsa, dan desain komprehensif. Hasil akhir dari perancangan desain identitas visual ini berupa logo kombinasi dengan *warm colors*, tipografi *decorative* dan *sans serif*, *pattern* supergrafis, *graphic standard manual*, dan media-media turunan yang dibutuhkan oleh Ayam Creet yang menggunakan gaya desain *casual* dan *simple*. Desain identitas visual ini diharapkan dapat menjadi *media branding* Ayam Creet yang merepresentasikan produknya yang pedas dan murah dengan pelayanan yang akrab.

Kata kunci: Ayam Creet, Desain Grafis, Identitas Visual, 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

Visual identity plays an important role for MSMEs in strengthening competitiveness, because visual identity functions as a label that marks both the brand and product, attracts consumer attention, and represents a positive image of the brand. However, one such MSME brand, Ayam Creet, does not yet have its own visual identity, and the problem is further exacerbated by the fact that the stall still uses the visual identity of the previous MSME brand. In that case, a visual identity design for Ayam Creet is needed as a solution for the problems at hand. The research method used during the process is mixed method using design thinking approach which consists of steps such as empathize, define, ideate, prototyping, and testing. The data are obtained through interviews, surveys, observations, and literature studies. All data and information obtained are then analyzed using the SWOT method and developed into a creative brief. The design process starts with mind mapping, moodboard creation, sketching, and comprehensive design making. The final result of this visual identity design is a combination logo that uses warm colors, decorative and sans serif typography, supergraphic pattern, graphic standard manual, and derivative media according to the needs of Ayam Creet which uses a casual and simple design style. This visual identity design is expected to be a branding media for Ayam Creet which represents their specialty products that is spicy and affordable with friendly service.

Keywords: Ayam Creet, Graphic Design, Logo, 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PRAKATA

Segala puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan penulis berkah, rahmat, dan nikmat-Nya, serta kesempatan untuk menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir ini yang mana menjadi langkah awal dalam menyelesaikan studi Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa laporan ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak berupa saran, kritik, doa, motivasi, dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyusun laporan ini secara langsung dan tidak langsung. Secara khusus, penulis mengungkapkan rasa terima kasih kepada orang tua tercinta atas doa, dukungan moril dan materil yang selalu menguatkan dalam setiap langkah perjalanan ini. Penulis juga menyampaikan apresiasi dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Ibu Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis sekaligus Dosen Pembimbing materi yang telah mendedikasikan waktu, tenaga, pikiran, serta ilmunya dalam membimbing penulis dan memberikan arahan tugas akhir di awal semester.
4. Ibu MRR. Tiyas Maheni DK, M.H., selaku Dosen Pembimbing teknis yang telah mendedikasikan waktu, tenaga, pikiran, serta ilmunya dalam membimbing penulis.
5. Ibu Shamilah (Mpok Mila) selaku *owner brand* Ayam Creet yang telah mempercayakan *brand*-nya untuk dibuatkan desain identitas visual.
6. Seluruh teman-teman kelas DG8D maupun teman-teman dari kelas lain, terutama Shafa, Wenda, Cerry, Izzah, Azwa, Rezky, dan Rama yang telah berjuang bersama dengan penulis dalam menyelesaikan seluruh proyek dari semester 1 hingga semester 8.



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

7. Serta teman-teman dekat penulis lainnya yang telah mendukung dan membantu penulis dalam pengerjaan laporan dan secara moril, yaitu Zaza, Rika, dan Aisyah.

Tangerang, 18 Juli 2025

Penulis,

Muhammad Raka Fadillah





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 ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB 2 LANDASAN PERANCANGAN	6
2.1 <i>Brand/Merek</i>	6
2.1.1 <i>Branding</i>	7
2.1.2 <i>Brand Identity & Brand Image</i>	11
2.2 Identitas Visual	11
2.2.1 Logo	12
2.2.2 Warna	14
2.2.3 Tipografi	16
2.2.4 Prinsip Desain	19
2.3 Ilustrasi/Gambar	22
2.4 Graphic Standard Manual (GSM)	23
2.5 Teori Semiotika Roland Barthes	24
2.6 Teori Gestalt	25
2.7 Metode Perancangan	26
BAB 3 METODE PERANCANGAN	28
3.1 Metode Penelitian	28



Hak Cipta :

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

3.2 Data dan Analisis	30
3.2.1 Profil Klien.....	31
3.2.2 <i>Product Knowledge</i>	32
3.2.3 Observasi Media Sebelumnya.....	32
3.2.4 Kompetitor.....	34
3.2.5 <i>Consumer Insight</i>	37
3.2.6 Pendapat Ahli.....	39
3.2.7 Analisis STP.....	40
3.2.8 Analisis SWOT	41
3.3 Arahkan Kreatif.....	43
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....	46
4.1 <i>Ideate</i>	46
4.1.1 <i>Mind Mapping</i>	46
4.1.2 <i>Moodboard</i>	47
4.1.3 Sketsa.....	47
4.2 <i>Prototyping</i>	49
4.2.1 Desain Komprehensif.....	50
4.2.2 Alternatif Tipografi.....	52
4.2.3 Desain Terpilih.....	54
4.3 <i>Testing</i>	57
4.4 <i>Final Art Work</i>	59
4.4.1 Penerapan prinsip Desain	63
4.4.2 Penerapan prinsip <i>Gestalt</i>	64
4.4.3 Analisis Semiotika Roland Barthes	64
4.4.4 Media Pendukung	65
4.5 Pertimbangan Produksi.....	68
BAB 5 PENUTUP.....	70
5.1 Simpulan	70
5.2 Saran	71
DAFTAR REFERENSI	73
LAMPIRAN.....	76

Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Papan Nama Toko	8
Gambar 2.2 Contoh Tripod Banner.....	9
Gambar 2.3 Contoh Menu Makanan	9
Gambar 2.4 Contoh Label Kemasan	10
Gambar 2.5 Contoh Poster Digital	10
Gambar 2.6 Logo Twitter – Logogram	13
Gambar 2.7 Logo Coca-Cola – Logotype	13
Gambar 2.8 Logo Taco Bell – Logo Kombinasi.....	13
Gambar 2.9 Contoh Logo dengan Warna Komplementer	15
Gambar 2.10 Contoh Logo dengan Warna Analogous	15
Gambar 2.11 Contoh Logo dengan Warna Triadic	16
Gambar 2.12 Contoh Logo dengan Warna Split Komplementer	16
Gambar 2.13 Contoh Logo dengan Warna Tetradic	16
Gambar 2.14 Legibility dan Readability	17
Gambar 2.15 Contoh Font dan Logo Serif	18
Gambar 2.16 Contoh Font dan Logo Sans Serif	18
Gambar 2.17 Contoh Font dan Logo Script	18
Gambar 2.18 Contoh Font dan Logo Slab Serif	19
Gambar 2.19 Contoh Font dan Logo Decorative	19
Gambar 2.20 Contoh Umum dan Logo Prinsip Unity	20
Gambar 2.21 Contoh Umum dan Logo Prinsip Balance	20
Gambar 2.22 Contoh Umum dan Logo Prinsip Rhythm	21
Gambar 2.23 Contoh Umum dan Logo Prinsip Emphasis	21
Gambar 2.24 Contoh Umum dan Logo Prinsip Proportion	22
Gambar 2.25 Maskot dan Supergrafis.....	23
Gambar 2.26 Contoh Graphic Standard Manual	23
Gambar 2.27 Prinsip Gestalt	25
Gambar 2.28 Proses Design Thinking	26
Gambar 3.1 Mpok Mila dan Kios Ayam Creet	31
Gambar 3.2 Menu Ayam Creet sebelumnya	33
Gambar 3.3 Label kemasan Ayam Creet sebelumnya	33
Gambar 3.4 Kios Ayam Creet sebelumnya	33
Gambar 3.5 Logo Geprek Benu	34
Gambar 3.6 Logo Jeong Bok Chicken	34
Gambar 3.7 Logo Sabana	35
Gambar 3.8 Logo Dkriuk	36
Gambar 3.9 Logo D'Fresto	36
Gambar 4.1 Mind mapping	46
Gambar 4.2 Moodboard	47
Gambar 4.3 Sketsa Thumbnail Kasar	48
Gambar 4.4 Alternatif Desain Logo	49
Gambar 4.5 Sketsa Maskot	49
Gambar 4.6 Desain Komprehensif 1	50



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4.7 Desain Komprehensif 2	50
Gambar 4.8 Desain Komprehensif 3	51
Gambar 4.9 Desain Komprehensif 4	51
Gambar 4.10 Desain Komprehensif 5	52
Gambar 4.11 Alternatif Tipografi 1	52
Gambar 4.12 Alternatif Tipografi 2	53
Gambar 4.13 Alternatif Tipografi 3	53
Gambar 4.14 Alternatif Tipografi 4	54
Gambar 4.15 Logomark Ayam Creet	54
Gambar 4.16 Logotype Ayam Creet	55
Gambar 4.17 Maskot Ayam Creet	55
Gambar 4.18 Tipografi Ayam Creet	56
Gambar 4.19 Warna Ayam Creet	56
Gambar 4.20 Supergrafis Ayam Creet	57
Gambar 4.21 Testing Similarity Logomark	58
Gambar 4.22 Testing Similarity Logo Kombinasi	58
Gambar 4.23 FAW Logo Kombinasi dan Logomark	59
Gambar 4.24 FAW Maskot Ayam Creet	60
Gambar 4.25 FAW Supergrafis Ayam Creet	60
Gambar 4.26 FAW Pattern Ayam Creet	60
Gambar 4.27 Graphic Standard Manual	61
Gambar 4.28 Minimum Clearspace	61
Gambar 4.29 Ukuran Minimum Logo	62
Gambar 4.30 Penggunaan Warna pada Logo	62
Gambar 4.31 Larangan Penggunaan Logo	63
Gambar 4.32 Papan Nama Toko	66
Gambar 4.33 Tripod Banner	66
Gambar 4.34 Menu Makanan	67
Gambar 4.35 Stiker/Label Kemasan	67
Gambar 4.36 Poster Digital	68



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 TABEL

Tabel 2.1 Peranan Merek Bagi Konsumen dan Pemegang Merek	7
Tabel 2.2 Tujuan dan Fungsi Logo	12
Tabel 2.3 Karakteristik Warna	14
Tabel 2.4 Jenis-jenis Kombinasi Warna.....	15
Tabel 3.1 Menu Makanan Ayam Creet.....	32
Tabel 3.2 Tabel Designer Insight	39
Tabel 3.3 Matriks SWOT	41
Tabel 3.4 Creative Brief Perancangan Identitas Visual Ayam Creet.....	43
Tabel 4.1 Key visual	47
Tabel 4.2 Analisis Semiotika Roland Barthes.....	65





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan Materi Tugas Akhir	76
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Teknis Tugas Akhir	78
Lampiran 3 Transkrip Wawancara	79
Lampiran 4 Hasil Kuesioner Preferensi Target Audiens	93
Lampiran 5 Hasil Kuesioner Testing	96
Lampiran 6 Cek Plagiasi Turnitin	98
Lampiran 7 Riwayat Hidup	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

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam proses pengembangan perekonomian di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar. Per Desember 2024, Indonesia memiliki sekitar 65,5 juta UMKM, yang mencakup hampir semua bisnis di Tanah Air, yaitu 99,9% dari total usaha yang ada (Permata, 2025). Salah satu subsektor UMKM yang mendominasi perekonomian di Indonesia adalah subsektor kuliner. Berdasarkan data indikator makro Parekraf tahun 2022 subsektor kuliner menempati posisi teratas dengan angka 519 miliar rupiah (Kemenparekraf, 2024).

Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa daya saing usaha di bidang kuliner cukup besar. Peranan identitas visual menjadi salah satu hal terpenting bagi UMKM dalam memperkuat daya saing, karena identitas visual berfungsi sebagai penanda merek dan produk, penarik perhatian konsumen, serta merepresentasikan citra positif dari UMKM itu sendiri (Telkom University, 2024). Menurut Levanier (2020) identitas visual berisikan semua elemen grafis yang mencerminkan citra suatu *brand* serta menjadi hal yang dapat membedakannya dengan *brand* lain (Yoselinus et al., 2022). Selain itu, menurut Goldstein (2023) identitas visual merupakan sekumpulan elemen visual yang digunakan untuk merepresentasikan dan membedakan suatu *brand*. Secara spesifik, identitas visual merujuk pada elemen-elemen yang dapat dilihat, seperti logo dan warna merek, yang berfungsi untuk memudahkan konsumen dalam mengenali suatu merek (Karaalioglu, 2025). Maka dari itu, sebuah identitas visual sangatlah penting digunakan oleh UMKM demi membantu daya saing usaha, sebagai *media branding* untuk membedakan ciri khasnya dengan pesaing, serta mencerminkan citra dari *brand* itu sendiri.

Mayoritas UMKM di Indonesia telah memiliki identitas visual, namun masih ada UMKM yang belum memiliki identitas visual untuk membantu *branding* usahanya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan *owner* Ayam Creet, masalah ini juga dihadapi oleh *brand* tersebut, di mana sejak dibuka, belum



© 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

memiliki identitas visual. Hal tersebut diperparah dengan kondisi kios yang masih menggunakan identitas visual milik *brand* UMKM sebelumnya. UMKM Ayam Creet berlokasi di kantin perkantoran *Business Park*, Kebon Jeruk. Pada awalnya kios di kantin tersebut disewa *brand* D'Fresto yang kemudian dibeli *franchise*-nya oleh Ibu Shamilah/Mpok Mila (*owner* Ayam Creet) selama hampir setahun dan dibeli sepenuhnya oleh beliau setelah masa kontrak *franchise* telah habis. Selain itu, *owner* Ayam Creet memiliki rencana untuk ekspansi cabang usaha di daerah Taman Aries, Meruya, Jakarta Barat, serta mendaftarkan usahanya di *marketplace* di masa yang akan datang. Namun, sampai saat ini identitas visual *brand* D'Fresto belum diganti oleh Ayam Creet pada kiosnya. Ayam Creet hanya menggunakan identitas visualnya pada desain menu dan label kemasannya. Hal ini bisa berdampak pada citra *brand* Ayam Creet, karena tidak memiliki identitas visual yang dapat digunakan sebagai media *branding* pada kiosnya.

Berdasarkan wawancara dengan konsumen Ayam Creet, persepsi konsumen saat melihat kios Ayam Creet adalah kios tersebut milik D'Fresto. Sehingga jika Ayam Creet masih menggunakan identitas visual milik D'Fresto lebih lanjut, terutama saat melakukan ekspansi cabang usaha, konsumen baru akan mengira produk *fried chicken* atau ayam geprek yang dibeli adalah milik *brand* D'Fresto. Dan yang terakhir, berdasarkan Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG), menggunakan merek terdaftar tanpa izin dapat berujung pada hukuman pidana. Dengan landasan ini, tidak menutup kemungkinan di masa yang akan datang Ayam Creet dapat terkena tuntutan karena masih menggunakan identitas *brand* D'Fresto.

Berdasarkan studi literatur, perancangan desain identitas visual UMKM dilakukan untuk meningkatkan daya saing (Bintarto, 2023), mendapatkan konsistensi konsep *brand* (Calvalie et al., 2021) dan (Farih & Anggalih, 2023), serta meningkatkan *brand image* (Sadewa, 2023) dan (Asakiinah, 2023). Sejalan dengan penelitian sebelumnya, rancangan identitas visual UMKM Ayam Creet dilakukan untuk meningkatkan *brand image* dan membedakannya dengan *brand* lain yang serupa. Selain itu, perancangan identitas visual ini dilakukan untuk menghindari konsekuensi hukum yang kemungkinan bisa terjadi di masa yang akan datang.



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

Dalam mewujudkan hal tersebut, akan dilakukan perancangan desain identitas visual untuk *brand* Ayam Creet. Sehingga judul yang dipilih adalah ‘Perancangan Identitas Visual Ayam Creet sebagai Media *Branding*’ sebagai judul Tugas Akhir.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam proyek Tugas Akhir ini adalah “Bagaimana merancang desain identitas visual sebagai *media branding* Ayam Creet?”.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunan proyek Tugas Akhir ini terdapat beberapa lingkup pembahasan masalah, yaitu sebagai berikut.

1. Proses perancangan desain identitas visual yang dapat digunakan sebagai *media branding* Ayam Creet.
2. Penerapan prinsip dan elemen desain pada perancangan desain identitas visual *brand* Ayam Creet.
3. Penerapan desain identitas visual pada media pendukung.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dan manfaat dari Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut.

1. Tujuan
 - a. Merancang desain identitas visual yang dapat digunakan sebagai *media branding* Ayam Creet.
 - b. Menerapkan prinsip dan elemen desain pada perancangan desain identitas visual *brand* Ayam Creet.
 - c. Menerapkan desain identitas visual pada media pendukung.
2. Manfaat
 - a. Manfaat Akademis. Membantu para mahasiswa dalam mendapatkan referensi tentang penerapan prinsip dan elemen desain serta memahami proses dalam merancang desain identitas visual sebuah *brand*.



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

- b. Manfaat Praktis. UMKM Ayam Creet memiliki identitas visual yang dapat dijadikan sebagai media *branding* untuk membangun serta merepresentasikan *brand image*-nya.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memenuhi penyusunan proposal Tugas Akhir ini, terdapat 5 Bab yang harus dikerjakan. Berikut adalah sistematikanya:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang perancangan desain identitas visual *brand* Ayam Creet serta penjelasan mengenai rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian yang dilakukan, dan juga sistematika penulisan dalam penyusunan laporan Tugas Akhir.

BAB 2 LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini berisi kajian teoritis secara umum tentang ilmu desain grafis seperti *brand*, identitas visual, teori semiotika Roland Barthes, teori Gestalt, dan ilmu pendukung lainnya yang menjadi dasar dalam proses pembuatan karya Tugas Akhir.

BAB 3 METODE PERANCANGAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai metode yang digunakan dalam perancangan desain identitas visual *brand* Ayam Creet yang mencakup metode pengumpulan data, analisis, dan penggalan ide. Selain itu terdapat hasil analisis data dan arahan kreatif.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini memaparkan proses perancangan desain identitas visual *brand* Ayam Creet mencakup konsep visual, proses desain, media pendukung, dan pertimbangan produksi.

BAB 5 PENUTUP

Pada bab terakhir ini tentang kesimpulan yang didapat dari hasil perancangan desain identitas visual *brand* Ayam Creet serta saran yang bermanfaat bagi para pembaca.



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 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Setelah menyelesaikan proses perancangan identitas visual milik Ayam Creet, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perancangan identitas visual Ayam Creet menggunakan metode *design thinking* yang terdiri dari lima tahapan. Tahap pertama adalah *empathize*, yaitu proses pengumpulan data melalui wawancara, observasi, penyebaran kuesioner, dan studi literatur. Selanjutnya pada tahap *define*, data yang telah diperoleh dianalisis menggunakan matriks SWOT dan STP, kemudian disusun arahan kreatif sebagai pedoman perancangan. Tahap *ideate* dilakukan dengan membuat *mind map* dan *moodboard* untuk menggali ide visual, dilanjutkan dengan sketsa manual yang kemudian dipilih beberapa alternatif untuk didigitalisasi. Pada tahap *prototyping*, desain alternatif yang terpilih dikembangkan menjadi satu *final artwork*. Tahap terakhir adalah *testing*, yakni pengujian hasil desain kepada klien dan target audiens untuk memperoleh masukan dan evaluasi.

Hasil akhir dari perancangan ini adalah logo Ayam Creet dengan konsep *casual* dan *simple*, menggunakan warna *warm tone* (merah, kuning, oranye), warna netral (putih dan hitam), serta *font decorative* Dacherry. Identitas visual juga dilengkapi dengan maskot ekspresif bernama Ocreet, elemen supergrafis, serta media turunan yang menggunakan tambahan warna hitam sebagai warna netral dan *font* BP Replay untuk bagian *subheadline* dan *body text*.

2. Elemen desain yang diterapkan pada desain identitas visual Ayam Creet adalah bentuk, garis, ilustrasi, warna, dan tipografi yang membuatnya menjadi satu kesatuan desain yang menarik. Prinsip desain juga sudah diterapkan, yaitu prinsip kesatuan terletak pada penggunaan *rounded corner*, elemen visual jambul ayam, elemen visual api, jenis *typeface/font*, dan desain identitas visual Ayam Creet juga menggunakan jenis keseimbangan asimetris.

Pengulangan dapat terlihat pada penggunaan jenis *typeface*, elemen visual jambul, elemen visual api, dan warnanya yang merupakan *warm colors*. Irama juga



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

dapat terlihat pada elemen supergrafis. Dan peneakan pada logo Ayam Creet terlihat dari nama *brand*, bentuk huruf ‘A’ yang menyerupai kepala ayam, elemen jambul dan api pada logo kombinasi, serta inisial ‘A’ dan ‘C’ yang digabung membentuk siluet ayam pada *logogram*.

3. Hasil desain identitas visual Ayam Creet diterapkan pada media pendukung berupa papan nama toko, *tripod banner*, menu makanan, stiker atau label kemasan, serta poster digital. Penerapan ini berperan penting dalam mendukung proses *branding*, sehingga tampilan visual Ayam Creet menjadi lebih konsisten dan mudah dikenali.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian perancangan desain identitas visual Ayam Creet, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Dalam tahapan riset data, penting untuk menyiapkan pertanyaan yang rinci baik untuk metode wawancara maupun kuesioner. Melalui wawancara dengan klien, desainer perlu menggali secara mendalam informasi mengenai visi, misi, *tone & manner*, serta diferensiasi dan *positioning brand*.

Informasi ini akan menjadi landasan penting saat memulai proses desain agar hasilnya relevan dan memiliki keunikan dibandingkan *brand* sejenis. Selain itu, desainer juga perlu melakukan eksplorasi secara luas dan beragam terhadap elemen desain seperti jenis *font*, warna, dan bentuk untuk memperluas kreativitas dan referensi visual. Eksplorasi ini akan sangat membantu ketika desainer harus melakukan revisi berdasarkan *feedback* dari target audiens yang diperoleh melalui tahapan *testing*.

2. Sebagai saran bagi klien maupun peneliti yang mengerjakan proyek serupa, eksplorasi terhadap media pendukung sebagai sarana *branding* UMKM sebaiknya dilakukan secara lebih mendalam. Selain media yang telah digunakan oleh Ayam Creet seperti papan nama, *banner*, label kemasan, menu, dan poster digital, terdapat berbagai alternatif media promosi yang potensial untuk memperkuat identitas visual *brand*, seperti stiker pada gerobak, desain kemasan, *merchandise*, hingga unggahan media sosial yang konsisten secara visual. Penggunaan berbagai media ini dapat



© 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

membantu membuat *brand* lebih mudah dikenali dan dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan target audiens.

3. Selain itu, sangat disarankan untuk melakukan pendaftaran hak cipta terhadap identitas visual yang telah dirancang, seperti logo dan elemen desain lainnya, guna memberikan perlindungan hukum serta menghindari potensi pelanggaran atau klaim dari pihak lain di kemudian hari.





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 REFERENSI

- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., Farhani, F. S., & Setiani, N. (2017). Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*, 50–55.
- Asakiinah, A. (2023). Perancangan Ulang Identitas Visual untuk Membangun Brand Image Sang Cafe. *Repository Politeknik Negeri Jakarta*. <https://repository.pnj.ac.id/eprint/12016/>
- Belknap, J., Hearn, J. S., Wood, E., & Wollame, J. (2019). *Graphic Design fot Everyone: Understandable the building blocks, so you can do it yourself* (C. Caldwell, Ed.). Dorling Kindersley Limited.
- Bintarto, J. (2023). Perancangan Identitas Visual Warung Teras Kopi Untuk Membangun Brand Awareness. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, 2(2), 244–255. <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v2i2.1771>
- Calvalie, F. J., Warjoyo, J. G., & Harjani, P. I. (2021). Perancangan Ulang Identitas Visual dari Sebuah UMKM Produk Kue di Tangerang. *RUPAKA: Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual*, 4(1), 48–55. <https://doi.org/10.24912/rupaka.v4i1.16766>
- Darisman, A. (2022). Pengenalan Ilustrasi dan Maskot. *Binus University*. <https://binus.ac.id/bandung/2022/12/pengenalan-ilustrasi-dan-maskot/>
- Farih, F. N., & Anggalih, N. N. (2023). Perancangan Identitas Visual UMKM Ibu Musriani di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Desgrafia*, 1(1), 145–156.
- Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abadi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 84–89. <https://doi.org/10.32502/sa.v1i2.2296>
- Karaalioglu, S. (2025). Creating Visual Identity in Film Festival Designs. *DergiPark Akademik*, 15(1), 240–255. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1559749>
- Keller, K. L. (2001). *Building Customer-Based Brand Equity: A Blueprint for Creating Strong Brands* (Research Paper 01.107; p. 38). Marketing Science Institute. <http://anandahusseini.lecture.ub.ac.id/files/2015/09/article-4.pdf>
- Kemenhumkam. (2019). Merek. *DJKI*. <https://dgip.go.id/menu-utama/merek/pengenalan#:~:text=Merek%20adalah%20tanda%20yang%20dapat,diproduksi%20oleh%20orang%20atau%20badan>



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

- Kemenparekraf. (2024). Indikator Makro Parekraf 2022/2023. *Tasransel: telisik dan analisa laporan, rencana strategis, dan regulasi*.
<https://tasransel.kemenparekraf.go.id/indikator-makro-parekraf-20222023/show>
- Kompas. (2025). 6 Tahapan Design Thinking untuk Menggali Ide Usaha. *Kompas.com: Jernih Melihat Dunia*. <https://buku.kompas.com/read/5389/6-tahapan-design-thinking-untuk-menggali-ide-usaha>
- Meilinaeka. (2024). Panduan Lengkap Design Thiking: Metode Menyelesaikan Masalah. *PUTI Telkom University*. <https://it.telkomuniversity.ac.id/design-thinking-adalah/>
- Meliana, M. (2023). Membangun Identitas Merek yang kuat dengan Supergrafis. *Metamorphosys*. <https://metamorphosys.co.id/membangun-identitas-merek-yang-kuat-dengan-supergrafis/>
- Oscar, Y., & Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 20–28.
<https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3300>
- Permata, J. P. (2025). UMKM Berkelanjutan Kunci Masa Depan Ekonomi Indonesia. *Perbanas Institute*. <https://perbanas.id/2025/01/30/umkm-berkelanjutan-kunci-masa-depan-ekonomi-indonesia/#:~:text=UMKM%20menyumbang%20sekitar%2061%25%20terhadap,97%25%20tenaga%20kerja%20di%20Indonesia.>
- Pertiwi, M. K., & Martadi. (2023). Perancangan Brand Identity UMKM Jamu Sabay. *Jurnal Desgrafia*, 1(1), 199–212.
- Prasetyo, R. D., & Anggalih, N. N. (2023). Perancangan Label UMKM Susu Kedelai Havva di Kota Nganjuk. *Jurnal Desgrafia*, 1(1), 187–198.
- Putra, P. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Penerbit ANDI.
- Ramdani, G. (2019). *Desain Grafis*. IPB Press.
- Riqqoh, A. K. (2023). Peranan Identitas Visual Berupa Logo Sebagai Brand Identity Pada Umkm Andyni Collection. *Jurnal Tanra Desain Komunikasi Visual*, 10(3), 257–264. <https://doi.org/10.26858/tanra.v10i3.45780>
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2011). *Font & Tipografi*. PT Gramedia Pustaka Utama.



© 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

- Sadewa, A. B. (2023). Perancangan Ulang Identitas Visual sebagai Upaya Meningkatkan Brand Image Merek Vegan Cookies PunyaNao. *Repository Politeknik Negeri Jakarta*. <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/11911/>
- Soelaiman, A. (2024). *Strategi Branding: Membangun Citra Merek yang Konsisten dan Efektif*. CV Garuda Mas Sejatera.
- Susanto, T. T., Kusnadi, E., & Retno, L. (2025). Penggunaan Spanduk dan Brosur Sebagai Bahan Penunjang Media Publikasi Kegiatan. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 576–584. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v1i3.4168>
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Telkom University. (2024). Pengembangan Visual Identity pada Kemasan Produk UMKM: Pendampingan kepada Pelaku UMKM Sulawesi Selatan. *FIK DKV Telkom University*. <https://bvcd.telkomuniversity.ac.id/pengembangan-visual-identity-pada-kemasan-produk-umkm-pendampingan-kepada-pelaku-umkm-sulawesi-selatan/#top>
- Tim Wesfix. (2017). *Branding itu “Dipraktekin.”* PT. Grasindo.
- Timo, F. (2021). Pengaruh Variasi Menu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Victory Kefamenanu. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 3(3), 8–16. <https://doi.org/10.32938/ie.v3i3.1267>
- Wibisono, D. S., & Kusumandyoko, T. C. (2017). Perancangan Logo Wisata Pantai Banyu Tibo Kabupaten Pacitan. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa UNESA*, 5(1), 1–7.
- Wibowo, A. P., Khasani, I., & Rahmawaty, D. (2024). Perancangan Ulang Visual Branding Ikiba Takoyaki. *Jurnal Deain STDI: Kajian Bidang Penelitian Desain*, 4(1), 614–625. <https://doi.org/10.33376/jdes.v4i1.2789>
- Yoselinus, R. F., Harnoko, I., & Utomo, N. W. P. (2022). Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Griya Sarana Label. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 7(2), 235–246. <https://doi.org/10.25105/jdd.v7i2.12474>



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan Materi Tugas Akhir

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS

JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA

Muhammad Raka Fadillah

NAMA PEMBIMBING

Dwi Agnes Natalia Bangun, M. Des

JUDUL TUGAS AKHIR

Perancangan Identitas Visual Ayam Creet 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*	PROGRESS
1	27-Feb-2025	Pertanyaan perihal bentuk logo dan warna sebaiknya jangan ditanyakan ke klien. Lebih tanyakan ke perihal citra yang ingin disampaikan ke pada audience	Buat pertanyaan mengenai citra brand kepada klien.	☒
		Kurang terlihat diferensiasi dari brand Ayam Creet	Buat pertanyaan diferensiasi/ke-khasan dari brand kepada Klien. Misal: keunggulan, apa yang paling diingat dari Ayam Creet (rasa, sambal, dll.)	☒
		Cari narasumber desainer logo untuk metode wawancara	Buat pertanyaan mengenai GSM kepada desainer grafis: idealnya gimana (ukuran, layout, bahan kertas), harus ada apa isi kontennya	☒
		Membutuhkan teori semiotika untuk lingkup identitas visual (studi literatur)	Buat pertanyaan mengenai logo/identitas visual kepada desainer logo	☒
2	05-Mar-2025	Ganti judul tidak usah pakai kata 'Ulang' karena Ayam Creet belum punya identitas visual sama sekali	Ganti judul jadi "Perancangan Identitas Visual untuk Membangun Brand Image Ayam Creet"	☒
		Latar belakang masih kurang menjelaskan fenomena yang saat ini terjadi dan terlalu banyak penjelasan yang definitif	- Hindari penjelasan definitif - Bahas fenomena brand ayam/fried chicken yang sekarang ini cukup banyak - Dari fenomena tsb, maka dibutuhkan desain identitas visual untuk mendukung daya saing serta menjadi berbeda dengan brand lain - Tidak usah bahas rebranding	☒
		Manfaat dijadiin 2 klasifikasi	Manfaat akademis (untuk mahasiswa/pembaca) & manfaat praktis (untuk klien)	☒
		Membutuhkan teori psikologis Gestalt	Cari teori psikologis Gestalt	☒
3	14-Mar-2025	Latar belakang masih kurang state of the art	Tambahkan state of the art yang menunjukkan kalau identitas visual itu penting untuk UMKM	☒
		Kerangka teori sebaiknya dari atas ke bawah	Buat bagan kerangka teori yang baru	☒
4	28-Mar-2025	Kurang komposisi warna	Tambahkan komposisi warna	☒
		Klasifikasi huruf pakai contoh logo	Cari contoh logo sesuai klasifikasi huruf	☒
		Layout yang digunakan khusus untuk logo. Tidak pakai juga tidak apa-apa	Cari teori layout untuk logo atau tidak menggunakan teori layout (jika tidak ketemu)	☒
		Contoh untuk prinsip desain pakai foto yang sesuai dengan media pendukung	Cari contoh logo sesuai prinsip desain	☒
		Kurang sistematika GSM	Cari sistematika GSM	☒
		Sub-bab Media Pendukung ditaruh sebelum subbab metode perancangan	Pindahkan subbab	☒
5	10-Apr-2025	Belum memasukkan hasil observasi brand kompetitor	Masukkan hasil observasi mengenai logo dan juga identitas visual yang diterapkan pada media promosinya	☒
		Consumer insight dari metode wawancara blm dimasukkan. Kesimpulannya juga belum ada	Memasukkan hasil wawancara konsumen dan membuat kesimpulan dari consumer insight	☒
		Sebaiknya pakai analisis STP	Buat analisis STP	☒



© 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

6	11-Apr-2025	Analisis STP kurang kesimpulan	Berikan kesimpulan analisis STP	✓
		Belum ada kesimpulan strategi SWOT	Berikan kesimpulan analisis SWOT	✓
7	21-Apr-2025	Value propositionnya tidak apa-apa ambil 'Akrab', tapi harus dikuatkan latar belakangnya kenapa akrab? apa yang membuat akrab?	Kuatkan latar belakang 'akrab' di profil klien	✓
		Dampak negatif jika tidak ada visual identity bisa lewat studi literatur dan wawancara konsumen	Memasukkan data tambahan mengenai dampak negatif jika tidak ada visual identity	✓
		Lebih baik ganti judul saja jadi "...sebagai Media Branding"	Ganti judul	✓
		SWOT bisa ditambah	Menambahkan strategi SWOT	✓
8	21-May-2025	Tone & Manner di ubah	Ubah tone & manner menjadi 'fun, casual, dan simple'	✓
9	23-May-2025	Mind map masih kurang dieksplor	Ekspor mind map lebih dalam	✓
		Mind map sudah bagus, tapi ada key visual yang perlu dipindah ke cabang key message	Memindahkan key visual cabang 'casual' ke cabang 'akrab', 'ayam' pindah ke cabang 'produk'	✓
		Moodboard tambahkan foto ayam geprek, font, layout	Menambahkan foto ayam geprek, font, layout	✓
10	10-Jun-2025	Cabang 'fun' di mind map tambahkan kata 'ekspresif'	Menambahkan kata 'ekspresif' pada mind map	✓
		Tone & Manner simple jangan ditake out, bisa jadi simplenya dari tipografi, warna, komposisi, dan layout	Keep kata 'simple'	✓
		Ekplorasi komposisi warna, tipografi, dan supergrafis.		✓
11	13-Jun-2025	Alternatif desain logo 4 terlalu gaul		✓
12	25-Jun-2025	Alternatif desain logo 5 sudah oke. bentuk tulisan 'Ayam' jangan diganggu gugat, untuk 'Creed' harus diperbaiki lagi dan tambahkan elemen api di huruf 'C' atau 'ee'		✓
		Belum membahas alternatif font sebelum desain terpilih	Menambahkan poin alternatif tipografi pada laporan	✓
		Maskot harus lebih dieksplorasi lagi	Menambahkan ekspresi dan gestur pada desain maskot	✓
		Belum ada analisis semiotika Roland Barthes	Menambahkan subbab analisis Semiotika Roland Barthes	✓
13	30-Jun-2025	Supergrafis harus lebih dieksplorasi lagi	Merombak desain supergrafis	✓
		Outline logo disarankan ditake out dan dijadikan sebagai pedoman saja untuk ditaruh di berbagai background desain	Take out outline hitam di logo	✓
		Belum ada analisis gestalt	Menambahkan analisis Gestalt	✓
		GSM seharusnya masuk ke media utama, bukan media pendukung	Memindahkan poin GSM setelah pembahasan FAW	✓
		Belum ada konsep logo, penggunaan warna dan font pada simpulan	Menambahkan konsep logo, penggunaan warna dan font pada simpulan	✓

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 2 Lembar Bimbingan Teknis Tugas Akhir

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS

JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA

Muhammad Raka Fadillah

NAMA PEMBIMBING

MRR Tiya Maheni, S.H., M.H.

JUDUL TUGAS AKHIR

Perancangan Identitas Visual Ayam Creet 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*	PROGRESS
1	19-03-2025	- Spacingnya masih salah - Spacing tiap sub masih blm ditambah - Semua penulisan harus mepet kiri, kecuali poin-poin isi	Merapikan sistematika penulisan BAB 1	☒
		Kurang state of the art akibat dari penggunaan identitas visual dari brand lain	Mencari state of the art (dari jurnal atau buku)	☒
		Lebih diceritain sebab akibat masalah yg dimiliki. ceritain mengerucut klien punya masalah apa, apa saja dampak yang didapat dari masalah tersebut, sehingga solusi apa yang dibutuhkan oleh klien (identitas visual berupa logo)	Merevisi latar belakang bab 1 agar lebih menunjukkan permasalahan klien serta dampak dari permasalahan teraebut. perhatikan penggunaan kata dan kalimat, karena masih teralalu berantakan	☒
2	11-04-2025	Penggunaan sitasi SoTa dan backnote - innote masih kurang rapi	Merapikan sistematika penulisan	☒
		Tabel dan gambar dengan sumber buku, cukup nama pengarang dan tahun		☒
		Sumber yang digabung dari beberapa referensi sendiri, ditulis sebagai 'data yang diolah (tahun)'		☒
3	01-07-2025	Jarak spasi/enter antar caption tabel dan gambar ke paragraf/subbab selanjutnya belum 1,0	Mengubah jarak spasi/enter caption menjadi 1,0	☒
		Teks dalam tabel belum berukuran 11 dan berspasi 1,15	Mengubah ukuran teks menjadi 11 dan ukurnya spasi menjadi 1,15	☒
		Typo pada caption tabel/gambar	Mengoreksi typo	☒
		Belum ada narasi gambar pada isi laporan. Contoh "...seperti pada gambar 4.2..."	Menambahkan narasi gambar/tabel	☒
		Belum ada narasi /bridgingan pada subbab poin 3.2 dan sub-subbab 3.2.4	Menambahkan narasi pada subbab/sub-subbab	☒
		Saran pada bab 5 dirasa kurang	Menambahkan saran untuk klien atau peneliti selanjutnya mengenai media pendukung/promosi yang bisa digunakan untuk kepentingan branding atau memberikan saran untuk mendaftarkan hak cipta agar terlindung dari hukum	☒



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 3 Transkrip Wawancara

Wawancara dengan *owner* Ayam Creet

Nama : Shamilah (Mpok Mila)

Tanggal wawancara : 11 Februari 2025, 24 Maret 2025, 8 April 2025, dan 9 April 2025

11 Februari 2025 – Wawancara pertama untuk membuat *Outline*

Raka:

Selamat siang Bu Mila, sebelumnya terima kasih karena sudah meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara dengan saya, boleh perkenalkan diri dulu Bu, silahkan.

Mpok Mila:

Saya dengan Mila ya, umur sih sekarang 45 ya.

Raka:

Untuk *brand*-nya ini, apa namanya?

Mpok Mila:

Nama usaha saya sih ini, Ayam Creet gitu.

Raka:

Berdirinya sejak tahun berapa?

Mpok Mila:

Tahun 2021 ya tahunnya. Terus kalau bulannya sih Februari akhir.

Raka:

Kira-kira apa sih yang melatarbelakangi ibu Mila buat membangun bisnis ini?

Mpok Mila:

Membantu ini, apa Namanya, keuangan keluarga lah, bantu-bantu suami nyari duit gitu loh.

Raka:

Oke. Kira-kira Bu Mila selain di kantin... Ini di kantin apa Bu Mila? Saya lupa namanya ini.

Mpok Mila:

Ini kantin perkantoran *Business Park* daerah Kebun Jeruk.

Raka:

Oke. Selain dari kantin ini, kira-kira Ayam Creet ini ada cabang lain gak ya Bu?



© 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

Mpok Mila:

Udah ada niat sih mau buka lagi di daerah-daerah Taman Aries sini. Cuman baru ada ininya doang, kontainernya doang. Baru rencana aja mau buka lagi.

Raka:

Bu Mila, untuk penjualan Ayam Creet ini ada toko *online*-nya atau hanya toko *offline* saja?

Mpok Mila:

Toko *online* juga baru rencana ya. Karena ada beberapa permintaan yang nanyain. Jadi baru rencana doang, mau daftar yang Gojek sama yang apa tuh? Gofood gitu ya.

Raka:

Berarti untuk sampai sekarang ini hanya toko *offline* aja ya?

Mpok Mila:

Iya, yang di kantin aja ini baru kalau *online* nya baru rencana.

Raka:

Kalau boleh tau nih Bu Mila, kira-kira dalam satu hari tuh menjual berapa ekor ayam ya?

Mpok Mila

Kalau penjualannya di kantin itu standar aja ya, paling 5 ekor itu ada 50 potong ayam ya. Kurang lebih sih segitu, karena kalau di kantin kan banyak pilihannya untuk orang kantor. Jadi kurang lebih 50 potong ayam geprek.

Raka:

Oke. Kira-kira untuk ayam ini ada misi atau visinya gitu enggak?

Mpok Mila:

Saya ambil dari sambel. Kalau itu kan ayam ku in ikan kayak tepung kentaki gitu ya, standar ya kalau yang ayam tepung kentaki itu. Jadi saya lebih di nomor satuin dari sambelnya.

Raka:

Berarti dari bumbu ayamnya gitu ya?

Mpok Mila

Enggak dari sambel. Kalau dari bumbu ayam itu kan ayam tepung kentaki gitu, jadi standar, dimana-mana ada cuman kalau dari rasa sambel itu kan beda. Jadi saya tunjukkan ayam geprek plus sambel geprek.

Raka:

Berarti resep sendiri ya, Bu Mila?



© 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

Mpok Mila:

Iya, resep sendiri.

Raka:

Oke. Kira-kira keunggulan yang dimiliki sama *brand* Ayam Creet ini apa ya?

Mpok Mila:

Keunggulannya sih kita di ayam ya, dari tepungnya lebih *crispy* ya, terus dagingnya itu lebih lembut, karena kita milih ayamnya benar-benar yang tidak terlalu tua atau tidak terlalu muda jadi dagingnya lebih enak daripada yang lain.

Raka:

Oke. Untuk kekurangannya sendiri dari brand Ayam Creet ini apa ya?

Mpok Mila:

Sekarang sih saya belum punya itu ya, apa namanya tadi, logo-logo gitu tuh kayak, apa namanya, brosur ya, eh apa sih?

Raka:

Banner?

Mpok Mila

Iya, *banner* gitu ya, *banner* ya. Itu sih saya belum bikin.

Raka:

Oke. Untuk kesan dari *brand* Ayam Creet ini, kira-kira kesan yang ingin disampaikan kepada *customer* apa ya setelah memakan Ayam Creet ini?

Mpok Mila

Banyak yang komen, ayam ini katanya enak, lain daripada yang lain, teksturnya lebih lembut, empuk, matang di dalam, luarnya lebih *crispy*, sambelnya mantul gitu katanya.

Raka:

Oke, mantap. Kira-kira untuk kompetitor sendiri nih, Ayam Creet nih ada kompetitornya gak ya Bu Mila?

Mpok Mila

Kalau di kantin ini kita masing-masing ya, dagang jadi tidak ada saingan. Jadi kita kan di kantin perkantoran ini beda-beda dagangnya, jadi masing-masing saya merasa enggak ada saingan, enggak ada apa-apa ya udah. Jadi unggul lah, unggul.

Raka:

Karena beda-beda produk ya, Bu Mila?



© 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

Mpok Mila:

Iya. Ya tiap dagang beda-beda.

Raka:

Bu Mila, kan pastinya setiap *brand* itu punya target konsumennya sendiri ya, seperti apa kira-kira kalau dari Ayam Creet ini target konsumennya?

Mpok Mila:

Kebanyakan sih ya yang anak-anak muda ya. Karyawan-karyawan yang masih muda, yang terutama yang doyan pedes, yang masih 20an gitulah, 30 ke bawah lah. Pelanggannya sih gitu.

Raka:

Nah, Bu Mila sebelumnya sempet ini ya, sempet bilang katanya Ayam Creet ini kan butuh logo ya berarti ya.

Mpok Mila:

Iya.

Raka:

Itu selain logo yang dibutuhkan, ada media lain gak kira-kira yang dibutuhkan?

Mpok Mila:

Banner ya, kayaknya *banner* ya. Karena *banner*-nya udah mulai pudar.

Raka:

Kalau misalnya media kayak brosur gitu, Bu Mila perlu enggak? Butuh enggak?

Mpok Mila:

Kalau awal buka sih kita perlu, tapi kalau saat ini enggak.

Raka:

Jadi cukup logo sama *banner* aja ya, Bu Mila?

Mpok Mila:

Iya, kayaknya itu aja.

Raka:

Untuk informasi kayak misalnya sosial media gitu ada gak Bu Mila?

Mpok Mila:

Paling saya naruhnya di IG, di FB. Ya gitu aja lah. Di WA, status, gitu aja. Dari temen ke temen.



© 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

Raka:

Akun pribadinya Bu Mila aja gitu ya?

Mpok Mila:

Iya.

Raka:

Baik, Bu Mila. Itu tadi pertanyaan terakhir Bu Mila. Terima kasih banyak Bu Mila atas waktunya.

Mpok Mila:

Iya, sama-sama. Semoga berhasil.

Raka:

Aamiin, aamiin.

24 Maret 2025 – Wawancara kedua untuk mengetahui informasi lebih lanjut (via aplikasi WhatsApp)

Raka:

Sore Mpok Mila, ini pertanyaan-pertanyaan yang aku mau tanyain untuk sekarang ya. Gak ada jawaban benar atau salah, jadi Mpok Mila jawab sesuai dengan yang Mpok Mila tau/rasakan aja. Nanti jawabnya sesuai urutan nomor ya mpok.

1. Ayam Creet ada slogan/tagline/jargon atau enggak?
2. Ayam Creet udah punya sertifikasi halal dari MUI atau belum?
3. Konsumen Ayam Creet kan karyawan perkantoran *Business Park* ya, selain itu ada konsumen dari tempat lain gak yang sering beli produknya Ayam Creet? Kalau ada, biasanya yang beli itu bekerja sebagai apa? (Misal: IRT, mahasiswa, anak sekolahan, guru, dll.)
4. Dari wawancara pertama kan Mpok Mila butuh desain *banner* juga, yang di atas gerobak & *banner* yg berdiri. Kira-kira Mpok Mila butuh desain media yang lainnya gak? (Misal: label/stiker kemasan, desain celemek/apron, dll.)
5. Pemasaran/promosi Ayam Creet masih mulut ke mulut aja atau udah mulai promosi digital pake media sosial?
6. Selama jualan dari 2021, pernah gak konsumen Ayam Creet ngiranya kios Mpok Mila itu punya D'Fresto & konsumen gak tau tentang Ayam Creet?
7. Selama jualan Ayam Creet, Mpok Mila pernah gak ngalamin kesulitan karena konsumen bingung Ayam Creet itu apa & ngejual apa? Jadinya Mpok Mila kudu jelasin lagi apa yg dijual.

Mpok Mila:

1. Kagak ada slogan-slogan, biasa aja.
2. Belom... Karena ini awalnya *franchise*.
3. Banyak... Bervariasi.
4. Kagak usah... Cuma mau perbaiki menu aja nich.



© 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

5. Dari mulut ke mulut, temen ke temen.
6. Kagak. Taunya itu Ayam Crewet
7. Kagak ngalamin kesulitan dan kagak pernah ngejelasin tentang ngadepin konsumen Ayam Creet. Karena yang dijual itu ayam kentaki pake sambel geprek.

Raka:

Oke mpok, aku mau tanya lebih lanjut ya mpok.

2. Berarti awalnya itu *franchise* D'Fresto mpok? Kira-kira abis masa *franchise*-nya itu di tahun berapa mpok, sampe akhirnya Mpok Mila pake nama Ayam Creet?
3. Berarti Mpok Mila butuh desain *banner* (di atas gerobak & *banner* yg berdiri) sama desain menu ya mpok?
4. Berarti konsumen cuma tau kalo Mpok Mila jual ayam kentaki geprek aja gitu ya, tanpa tau nama Ayam Creetnya?

Mpok Mila:

2. Pake *franchise* bentaran doang kagak ada setahun.
4. Bebas sih kalau mau dibikin, tapi kalau ngerepotin kagak usah.
7. Lebih dikenal Ayam Creet tapi pastinya orang udah tau Ayam Creet itu ayam geprek.

Raka:

Gak kok mpok. Bisa, santai aja. Soalnya kan aku bikin media pendukungnya selain logo cuma bikin *banner* aja 2 biji, jadi kalo nambah desain menu mah gapapa banget. Oke deh Mpok Mila, makasih banyak ya mpok jawaban-jawabannya.

8 April – Wawancara ketiga untuk mengetahui informasi lebih lanjut

Raka:

Mpok Mila, untuk nama Ayam Creet itu didapatnya dari mana? Dari Mpok Mila sendiri apa dari konsumen?

Mpok Mila:

Spontan aja, dari sendiri.

Raka:

Dari sendiri, itu kira-kira ada maknanya gitu artinya namanya?

Mpok Mila:

Enggak, cuma mau beda aja gitu, biar 'Creet' diinget gitu.

Raka:

Asbun aja gitu ya, asal bunyi aja.

Mpok Mila:

Iya. Kita suka bercanda-bercandaan gitu, suka ini "creet luh" gitu, apa "creet ah" gitu kan. Jadi udah itu aja biar beda, gitu.



© 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

Raka:

Oke, berarti emang spontan aja ya.

Mpok Mila:

Spontan.

Raka:

Oke. Kemarin kan Mpok Mila bilang sempat *franchise* gitu ya, *franchise* itu kalau boleh tahu berapa lama? Berapa bulan kira-kira?

Mpok Mila:

Setahunan lah ya.

Raka:

Setahunan. Itu habis *franchise*-nya...

Mpok Mila:

Awalnya kan D'Fresto, aku ganti. Aku enggak ikut *franchise* lagi, aku bikin nama sendiri "Creet" gitu.

Raka:

Berarti setelah *franchise*-nya habis, Mpok Mila ini beli *full* punya ini ya? Tapi sampai sekarang belum ganti yang punya D'Fresto itu berarti ya?

Mpok Mila:

Iya, belum

Raka:

Oke. Kemudian, untuk Mpok Mila sendiri nih kira-kira ada enggak preferensi warna yang pengen dipakai tuh kira-kira berapa warna untuk si logonya ini? Kayak misalnya, contohnya punya D'Fresto tuh pakainya merah, putih, sama kuning itu ya tiga warna. Terus habis itu kayak misalnya Geprek Benu pakainya warna merah, oranye gitu. Kira-kira...

Mpok Mila:

Aku kemarin ini ya *background*-nya ini ya, merah sama putih ya. Ininya (*background*) merah, terus tulisannya aku putihin gitu, gambarnya agak putih gitu doang sih.

Raka:

Oke, berarti dua warna lah ya kira-kira ya. Oke, kalau menurut Mpok Mila, Mpok Mila lebih *prefer* ada ininya enggak, pakai maskot atau karakter gitu? Atau cukup logo aja?

Mpok Mila:

Logo aja sih.



© 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

Raka:

Logo aja? Gak perlu pake maskot? Kayak misalnya kan, Geprek Benu ada gambar ayamnya gitu ya. Ini kan kayak D'Fresto ada ayamnya juga. Kalo Mpok Mila gak usah ya?

Mpok Mila:

Aku pake itu, logo doang gitu udah.

Raka:

Logo aja maunya Mpok Mila?

Mpok Mila:

Iya.

Raka:

Kemudian, kesan apa sih yang pengen Mpok Mila perlihatkan gitu ke konsumen Mpok Mila? Kayak misalnya kan disini, aku ada contoh nih. Sebentar, nih (menunjukkan contoh logo dari *brand* kompetitor serupa).

Mpok Mila:

Kesannya ya? Kalau aku sih apa namanya? Murah, enak, beda dari yang lain. Kalau kan harga standarnya kan 20an, kalau aku standarnya 15, 13 ribu udah bisa makan ayam geprek.

Raka:

Oke, berarti kesannya itu terjangkau, murah gitu ya?

Mpok Mila:

Iya, gitu.

Raka:

Oke. Kalau semisalnya dari kesan apa ya, secara layanan itu lebih ke arah yang profesional atau lebih ke arah yang kasual, biasa aja gitu yang lokal-lokal?

Mpok Mila:

Kita sih biasa aja ya, lebih ke keakraban gitu ya. Kayak temen, kayak udah ketemu temen lama aja kalo udah langganan, lebih keakraban, gak formal, gak resmi. Gak mesti dia pembeli, saya penjual, biasa aja kayak temen. Kalo sama pembeli ya gitu.

Raka:

Oke, oke. Berarti lebih, emang keakraban aja ya. Kemudian, kalo Mpok Mila disuruh pilih nih tiga kata yang menggambarkan Ayam Creet apa Mpok Mila? Tiga kata.

Mpok Mila:

Pedesnya, terus banyaknya, murah.



© 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

Raka:

Pedes, banyak, dan murah. Oke, kemudian persepsi apa sih yang Mpok Mila mau nih dari konsumen Mpok Mila saat melihat *brand* Mpok Mila nih kayak “Ayam Creet tuh kayak gimana?” gitu Mpok Mila maunya.

Mpok Mila:

Ya selama ini sih ditanya ya murah, banyak.

Raka:

Berarti Mpok Mila maunya konsumen...

Mpok Mila:

Puas.

Raka:

Ya, oke. Berarti puas ya secara persepsi ya. Kemaren kan Mpok Mila bilang gak ada *tagline* atau slogan gitu kan ya?

Mpok Mila:

Iya, gak pake slogan.

Raka:

Kemudian untuk media pendukung *banner* nih Mpok Mila, berkaitan dengan isi kontennya ini. Kira-kira ada konten-konten yang mau dimasukin gak ke *banner* itu? Kayak misalnya kan di situ ada menu-menunya, harganya, kira-kira Mpok Mila mau masukin apa aja di *banner* itu selain menu, harga.

Mpok Mila:

Paling sih saya mau gambar-gambar ayam sama sambal ya.

Raka:

Gambar-gambar ayam...

Mpok Mila:

Yang *simple* aja, kalau harga mah enggak.

Raka:

Oke, kalau misalnya dilihat kan Mpok Mila kan pendukungnya *banner* yang di atas itu, sama nanti *banner* yang berdiri ya? Kalau misalnya *banner* yang di atas itu cukup gambar-gambar aja sama logo?

Mpok Mila:

Iya.



© 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

Raka:

Kalau misalnya untuk yang *banner* berdiri, itu mau dikasih menu-menu, harga-harganya gitu?

Mpok Mila:

Enggak, cuma gambar-gambar aja. Kita kalau menu yang udah-udah ya, buat pribadi aja. Maksudnya kita buat di dalam aja, jadi orang datang bisa langsung lihat.

Raka:

Oh, berarti dalam bentuk menu aja gitu ya?

Mpok Mila:

Iya. Kalau buat dipajang enggak.

Raka:

Oke. Berarti untuk yang *banner* itu cukup gambar-gambar ayam aja gitu ya, *fried chicken*.

Mpok Mila:

Iya.

Raka:

Oke. Kemudian... Sebentar. Untuk ukuran *banner* kira-kira Mpok Mila tau gak yang dibutuhkan berapa?

Mpok Mila:

Kalau yang berdiri?

Raka:

Yang berdiri mungkin standar kali ya?

Mpok Mila:

Standar aja.

Raka:

Kalau untuk yang di atas itu kira-kira Mpok Mila butuh berapa ukurannya?

Mpok Mila:

Ukurannya, paling ukuran yang kayak apa ya? Seukuran ini, sekotak ini, kayak minuman tuh (menunjuk papan nama kios minuman).

Raka:

Kayak minuman. Mungkin itu sekitar 1 (mete) kali berapa ya?



© 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

Mpok Mila:

Entar ya saya tanya.

Raka:

Oke. Pokoknya segitu ya, yang minuman ya.

Raka:

Kemudian... Sebentar. Oh iya, untuk *banner*, untuk yang berdiri, Mpok Mila milihnya yang mana nih? (menunjukkan contoh jenis-jenis *standing banner*) Ini ada *standing banner*, dia penopangnya cuma ada satu gini aja. Ini yang X banner ya. Ini kemudian ada Y *banner*, dia ada penopangnya ada tambahan lagi di belakangnya. Kemudian *roll banner*, ini bisa digulung. Kemudian *tripod banner*, dia bisa kecil gitu nanti bentukannya. Mpok Mila lebih suka yang mana?

Mpok Mila:

Yang bagus sih sama yang apa?

Raka:

Semuanya bagus sih mpok.

Mpok Mila:

Hehehehe.

Raka:

Tapi kalau misalnya, mungkin melihat dari yang lama ini kan ukurannya lumayan kecil ya mpok yang berdiri (menunjuk *banner* lama) ya mungkin yang *tripod* sih aku saraninnya.

Mpok Mila:

Yang ini? (menunjuk contoh *standing banner*)

Raka:

Yang ini boleh?

Mpok Mila:

He'eh.

Raka:

Boleh? Yang ini aja?

Mpok Mila:

He'eh.



© 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

Raka:

Oke. Kemudian...

Mpok Mila:

Tapi nanti ngerepotin. Kalo inimah gak usah.

Raka:

Nggak, nggak apa-apa. Jadi gini, Mpok Mila kan nanti, aku kan bakal bikin desainnya. Nanti kalau misalnya udah jadi, Mpok Mila untuk barangnya aku belum tahu nih. Nanti barangnya bakal aku kasih ke Mpok Mila atau aku kasih ke pihak kampus, aku belum tahu. Cuma untuk desainnya udah pasti Mpok Mila bisa pakai kalau Mpok Mila mau, gitu. Jadi nggak apa-apa.

Mpok Mila:

Ohh, oke.

Raka:

Kemudian keunggulannya Ayam Creet ini apa nih dibandingkan dengan usaha lain? Selain harga, kan udah tadi ya harga.

Mpok Mila:

Kita dari rasa sambel yang di sini yang dikenal, dikenal sama lingkungan sini ya. Sambelnya beda.

Raka:

Sambelnya beda karena resep Mpok Mila sendiri ya?

Mpok Mila:

Iya, dari pribadi sendiri.

Raka:

Kalau nggak salah baca ya, kemarin pas Mpok Mila ngasih menu ke aku itu kan ada menu lele ya? Itu masih ada nggak kira-kira?

Mpok Mila:

Udah gak ada. Karena kios sebelah mau ada menu lele. Saya kasian, jadi ya udah ambil, tadinya dagang soto doang sepi. Jadi “Oh ya udah, pake menu saya aja.”

Raka:

Berarti emang perbedaannya dari *brand* lain cuma dari sambelnya aja ya. Kira-kira untuk kekurangannya Ayam Creet nih, kalau waktu itu sempat aku tanyain juga ya belum ada media sosial, ya kan? Kemudian juga kemasan, kan Mpok Mila masih pakai *styrofoam* ya? Kira-kira ada kekurangan yang lain nggak yang kira-kiranya dimiliki?



© 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

Mpok Mila:

Sementara kalau buat di lingkungan kantin ya? Itu udah cukup. Kecuali kita dagang di usaha di luar jalan gitu ya. Kalau usaha kantor standarnya segitu ya ya, kayaknya cukup deh.

Raka:

Kalau misalnya Mpok Mila waktu itu kan sempet ada rencana mau buka cabang katanya ya di Taman Aries, itu kira-kira menurut Mpok Mila kekurangan yang belum tercapai itu apa?

Mpok Mila:

Ini dari nol ya, banyak ya. Dari nol, saya belum iniin. Baru ada tempatnya doang. Jadi belum dipikirin, masih banyak yang direncanain gitu loh.

Raka:

Oke, berarti masih bener-bener nol banget ya?

Mpok Mila:

Iya, masih nol banget.

Raka:

Oke, sebentar. Selama menjual produk Ayam Creet nih, ada nggak hambatan-hambatan atau kendala yang pernah Mpok Mila hadapi gitu? Dari segi manapun gitu.

Mpok Mila:

Hambatannya palingan kita mah kendala sama apa ya? Orang kerja ya, orang kerja sama pembeli.

Raka:

Kenapa itu mpok?

Mila:

Kalau orang kerja ya, resep kita pernah diambil. Dia berhenti dari kita, kita diambil resep kita gitu. Dia bikin usaha dengan resep yang sama pernah begitu. Terus kalau pembeli disini kan agak bersaing ya dagangannya iya walaupun beda-beda, cuman kan pelanggan kayaknya gitu-gitu aja, orang kantor sini jadi udah punya “Oh gue pengennya ini terus” gitu “Oh dia ini” gitu-gitu. Jadinya kalau ada orang baru mudah-mudahan sih tarik ke Ayam Creet begitu paling. Ntar kalau udah ke Ayam Creet, Ayam Creet terus, kayak mau mie, mie terus gitu. Di sini begitu, jadi kita kayak punya pelanggan tetap.

Raka:

Jadi kayak ini ya lebih ke apa ya istilahnya ya, *awareness* atau kayak mereka ngeliat “Oh yang mana nih yang menurut mereka menarik gitu”.



© 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

Mpok Mila:

Iya, di sini begitu. Saya juga bingung, kok gak bosan-bosan gitu ya? Jadi kayak tiap *stand* tuh udah punya pelanggan masing-masing.

Raka:

Oke. Mpok Mila, itu pertanyaan terakhir dari aku. Udah cukup, insya Allah. Kalau nanti aku ternyata udah olah-olah datanya nih dari Mpok Mila, ternyata masih ada data yang sekiranya kurang gitu, nanti aku tanya Mpok Mila lewat chat aja atau telepon ya.

Mpok Mila:

Iya gak apa-apa.

9 April – Wawancara keempat untuk mengetahui informasi yang kurang (via WhatsApp)

Raka:

Assalamu'alaikum, mpok Mila maaf ganggu. Aku ada bbrp pertanyaan nih yg ternyata infonya blm aku dptin kemarin. Ini pertanyaan2nya ya:

1. Apa aja konten yang mau dimasukkan ke dalam desain *banner* selain gambar-gambar produk? (Misalnya nomor telepon, alamat, dll.)
2. Ukuran *banner* yang di atas gerobak kan ngikutin ukuran yg di toko minuman punya Mpok Mila ya, itu udh dapat ukurannya belum mpok? Kalo udh, ukurannya berapa?
3. Menu-menu yang dijual Ayam Creet apa aja? Dan masing2 menu harganya berapa?
4. Kalo Mpok Mila dibuatin desain stiker/label kemasan mau gak mpok? Biar kemasannya di masa yang akan datang nanti gak polosan *styrofoam* aja.

Mpok Mila:

1. Telepon & alamat boleh.
2. Panjang 1,3 meter, lebar 70cm
3. Ini mau direkapin dulu ya, masalahnya ada yg mau dinaekin harganya.
4. Iya kayak pa pa. Kita kadang-kadang pake *thinwall* gitu sesuai permintaan.

Raka:

Siap mpok. Makasih banyak mpok.

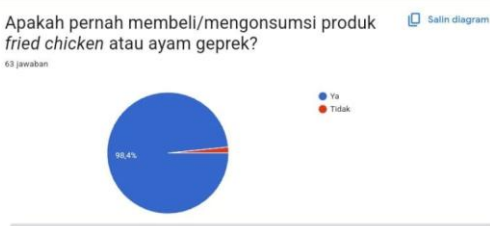
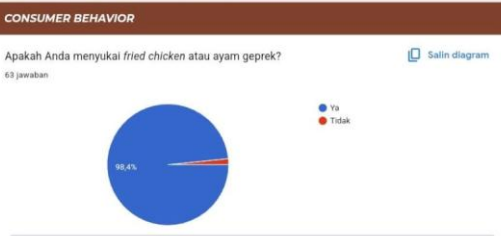
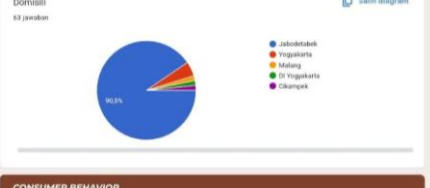
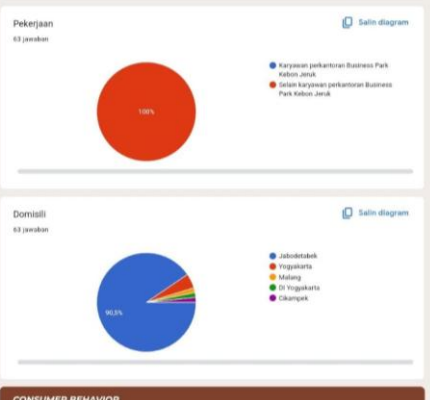
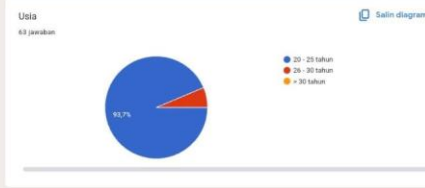


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Hasil Kuesioner Preferensi Target Audiens

Hak Cipta :

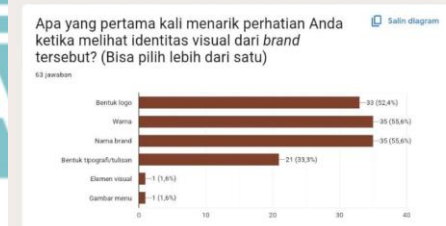
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Produk *fried chicken* atau ayam geprek dari brand apa yang biasanya Anda beli?

63 jawaban

Preksu, tacibay, Geprek kak rose
Ayam geybok bang jarwo
geprek bensu
D besto
sabana, lazato, kfc, geprek juara
Pak gembus, ayam geybok, dkriuk geprek





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

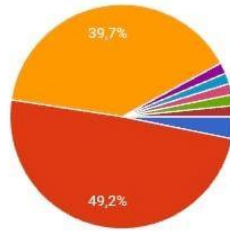
Hak Cipta :

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

Dalam mencari informasi mengenai usaha kuliner terutama usaha *fried chicken* atau ayam geprek, biasanya Anda mencari/mendapatkan informasi usaha tersebut dari mana?

Salin diagram

63 jawaban



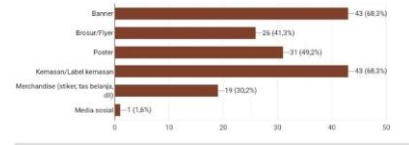
- Ikran
- Media sosial
- Informasi dari mulut ke mulut
- Selebaran brosur/flyer
- Gofood
- Shopee food, gofood
- Google Maps
- Ngelawatin pas pulang trus di coba eh kok enak
- Dekat rumah

INSIGHTS PREFERENSI MEDIA PENDUKUNG

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

Salin diagram

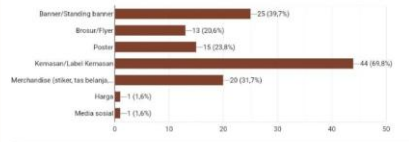
63 jawaban



Selain identitas visual, media pendukung apa yang biasanya membuat Anda mengingat suatu *brand*? (Bisa pilih dari satu)

Salin diagram

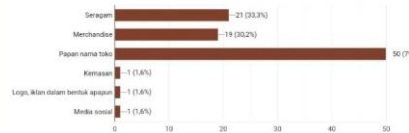
63 jawaban



Menurut Anda, media pendukung apa saja yang bisa meningkatkan *brand awareness* serta meningkatkan citra *brand fried chicken* atau ayam geprek?

Salin diagram

63 jawaban

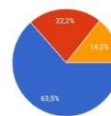


CONSUMER PREFERENCE

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

Salin diagram

63 jawaban



Berikan alasan singkat dari jawaban tersebut.

63 jawaban

Simple

Sering terlihat

Ikonik

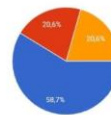
Simple dan tetap mencantumkan nama brand di logonya

Karena geprek benu logonya lebih jelas daripada

Dari *brand-brand* berikut, mana yang paling membuat Anda tertarik dari segi *warnanya*?

Salin diagram

63 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Berikan alasan singkat dari jawaban tersebut.

63 jawaban

Saya memilih jeong bok chicken karena brand ayam tersebut berani beda dibandingkan beberapa brand ayam lainnya yg rata² menggunakan palette warna merah dan kuning.

Cerah berwarna merah, lebih tersorot warnanya

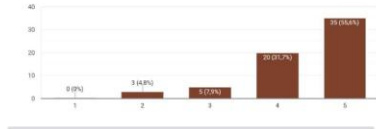
karna lebih simple dan warna yg pas

Warnanya terlihat jelas

Saya lebih menyukai produk fired chicken dengan

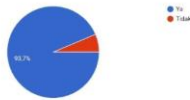
Menurut Anda, seberapa penting penggunaan elemen visual seperti gambar makanan atau bahan makanan pada desain logo brand kuliner?

63 jawaban



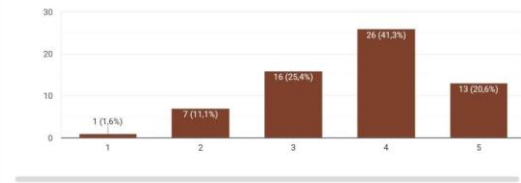
Selain logo, apakah menurut Anda media promosi yang lain (cth: banner, label kemasan, dll.) perlu menggunakan gambar makanan atau bahan makanan?

63 jawaban



Menurut Anda, seberapa penting/perlunya brand ayam geprek menggunakan maskot sebagai identitas brandnya?

63 jawaban



Berdasarkan jawaban Anda sebelumnya, berikan alasan singkat kenapa Anda memilih jawaban tersebut.

63 jawaban

Perlu, agar lebih dikenal dan menjadi pembeda dengan brand lain.

karna menurut saya tergantung dari orang membeli dan mengetahui rasa jadi bisa dengan mulut ke mulut

Agar orang orang tertarik

Penggunaan elemen visual, media promosi dan maskot sebagai identitas menurut saya menjadi

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

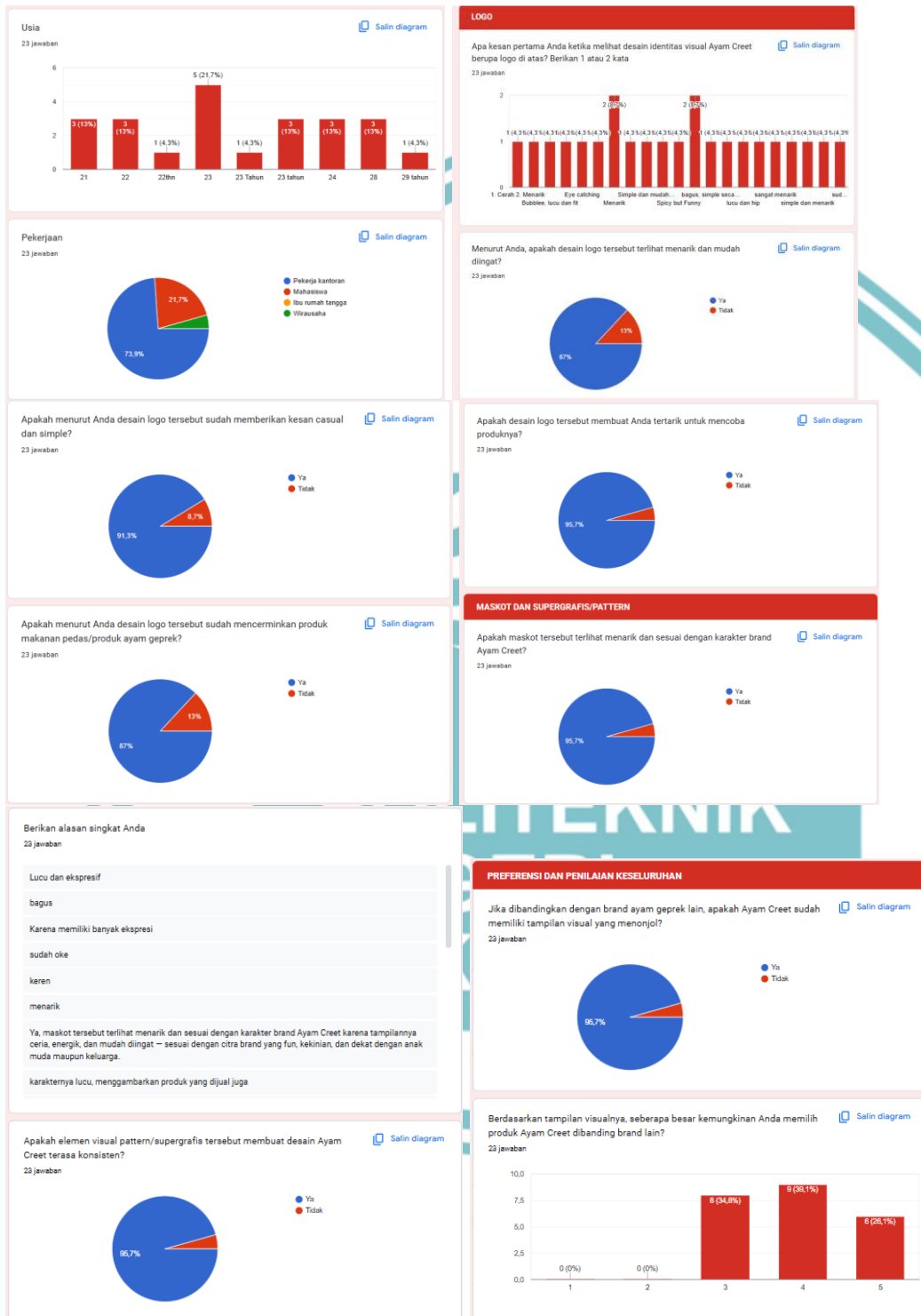


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta:

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

Lampiran 5 Hasil Kuesioner Testing





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

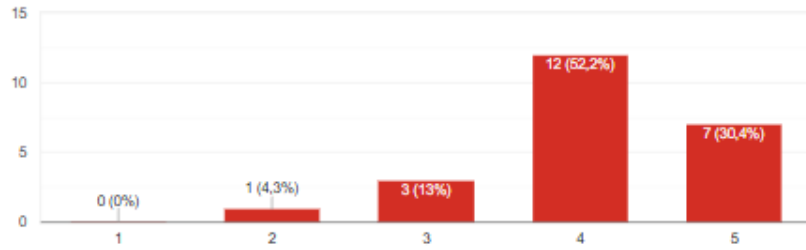
Hak Cipta :

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

Dari skala 1-5, seberapa Anda menyukai desain identitas visual Ayam Creet?

[Salin diagram](#)

23 jawaban



Apakah ada saran atau masukan yang bisa Anda berikan terkait desain identitas visual (logo, maskot, supergrafis) Ayam Creet?

23 jawaban

- sudah bagus
- Cukup
- suda super baguss
- Lebih menarik lagi, agar bisa bersaing dengan brand lainnya
- tidak ada, sudah okeee.
- untuk logo jangan terlalu anak kecil
- pada gambar api nya mungkin di perbesar dan di lebih jelas lagi, biar menjadi lebih terkesan api nya dan pedas nya
- tidak ada sudah baik
- karena sudah memiliki maskot yang bagus, dan sudah memiliki template ekspresi, dalam penggunaan

JAKARTA



Hak Cipta :

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

Lampiran 6 Cek Plagiasi Turnitin



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102992047

PAPER NAME

DG8D_Muhammad Raka Fadillah_Perancangan Identitas Visual Ayam Creet sebagai Media Branding.pdf

AUTHOR

Muhammad Raka Fadillah

WORD COUNT

11448 Words

CHARACTER COUNT

70630 Characters

PAGE COUNT

67 Pages

FILE SIZE

1.7MB

SUBMISSION DATE

Jun 30, 2025 12:05 PM GMT+7

REPORT DATE

Jun 30, 2025 12:08 PM GMT+7

● 7% 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

Summary



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 7 Riwayat Hidup



Muhammad Raka Fadillah

Tangerang, Banten, Indonesia | rakasusn12@gmail.com | +62-812-9157-3674 | [Portofolio](#)

Mahasiswa D4 Desain Grafis dari Politeknik Negeri Jakarta yang memiliki kemampuan mengoperasikan software-software desain. Saya adalah seorang yang dapat diandalkan dan dapat bekerjasama dengan tim dalam mengerjakan sebuah proyek.

TINGKAT PENDIDIKAN

- Politeknik Negeri Jakarta : D4 Desain Grafis 2021 – Sekarang

PENGALAMAN KERJA DAN PROYEK

Shipper – Magang Mandiri Apr 2025 – Jul 2025
Pemegang Desainer Grafis

- Mendesain konten banner revamp untuk marketplace dari klien Aloshop
- Mendesain campaign marketplace klien Aloshop seperti Teh Kepala Djenggot, Evian, Mahakam, dan beberapa brand lain
- Mendesain beberapa slide presentasi pada presentation deck milik Aloshop (eksternal)
- Mendesain konten media sosial dan website Pintek

PT Hacktivate Teknologi Indonesia – MSIB Batch 7 Sept 2024 – Des 2024

Pemegang Asisten Desainer Asosiasi

- Membantu desainer grafis senior
- Mendesain konten promosi feeds Instagram @hacktiv8id
- Mengedit konten reels dan mendesain cover reels Instagram @hacktiv8id
- Mendesain media promosi event collateral META AI Llama Hackathon Indonesia

PT Hacktivate Teknologi Indonesia – MSIB Batch 6 Feb 2024 – Jun 2024

Pemegang Asisten Desainer Grafis

- Membantu desainer grafis senior dalam membuat media promosi
- Mendesain konten promosi untuk feeds Instagram @hacktiv8id and @reskill.id
- Mengedit konten reels dan mendesain cover reels Instagram @hacktiv8id, @reskill.id, and @kelolah
- Membuat template cover Series ISA

SpiceLab – Project Based Learning Semester 5: Design Branding Sept 2023 – Feb 2024

Manajer Tim dan Bendahara Tim

- Mengelola kerja tim pada aplikasi 'notion'
- Mengelola keuangan tim
- Mendesain 2 produk "SpiceLab"
- Menyusun konsep logo "SpiceLab"
- Mendesain Graphic Standard Manual

Company Profile Unit Bisnis PNJ – Project Based Learning Semester 4: Rebranding Mar 2023 – Jul 2023

Manajer Tim

- Mengkoordinasikan kerja tim
- Menyusun timeline proyek
- Menyusun konsep dan membuat sketsa company profile

Kalender dan Lunch Box PNJ – Project Based Learning Semester 3 Sept 2022 – Jan 2023

Manajer Tim

- Mengkoordinasikan kerja tim
- Menyusun konsep desain kalender dan lunch box
- Finishing desain kalender dan lunch box

KEMAMPUAN

- | | |
|--------------------|---|
| Kemampuan Personal | : Bekerjasama, Bertanggung jawab, Mudah beradaptasi |
| Kemampuan Teknis | : Desain Grafis, Edit Foto, Edit Video (dasar) |
| Software/Aplikasi | : Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Photoshop, Canva, CapCut |
| Bahasa | : Indonesia, Inggris (pasif) |