



© 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 PRIVATE WASHING
SEBAGAI *MEDIA BRANDING***



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:

**REZKY BELIANTO
2106421104**

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

**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas visual Private Washing
Sebagai *Media Branding*

Penulis : Rezky Belianto
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 4 Juli 2025
Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds.

Iqbal Yamin, M.T.

NIP 198812152018032001

NIP 198909292022031005



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

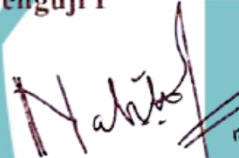
**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PRIVATE WASHING
SEBAGAI *MEDIA BRANDING***

Oleh:

REZKY BELIANTO
2106421104

Disahkan:

Depok, 17 Juli 2025
Penguji I


Nabila Fajrina, M.Si.
NIP 199509212022032014

Penguji II

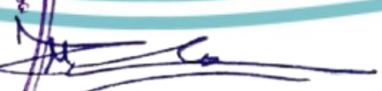

Sari Puspita Dewi, M.Pd.
NIP 198208312015042001

Kepala Program Studi


**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds.
NIP 198812152018032001

Ketua Jurusan
Grafika Penerbitan




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



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Perancangan Identitas Visual Private Washing 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, 17 Juli 2025

Yang menyatakan,



Rezky Belianto

2106421104

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

ABSTRAK

UMKM di sektor laundry di Indonesia diperkirakan akan terus mengalami pertumbuhan signifikan dengan laju pertumbuhan tahunan (CAGR) sekitar 4,1% hingga tahun 2030, didukung dengan urbanisasi yang pesat serta gaya hidup masyarakat yang semakin efisiensi. Persaingan di sektor laundry UMKM semakin ketat dengan munculnya berbagai model bisnis, mulai dari laundry kiloan hingga laundry self-service. Dalam menghadapi persaingan tersebut, identitas visual laundry menjadi aspek yang sangat penting sebagai *media branding* yang membedakan satu usaha dengan yang lain dan juga meningkatkan daya tarik konsumen tetapi juga membangun citra profesional dan kepercayaan pelanggan. Private-Washing didirikan pada tahun 2000 di Depok, memiliki layanan dalam hal cuci kiloan, satuan dan cuci sepatu. Seiring dengan berjalannya waktu, usaha Private Laundry menghadapi tantangan dalam legalitas hukum karena memiliki kesamaan dengan merek milik Vileo Nyoto Handoko. Solusi yang tepat dalam kasus ini yaitu mengganti nama menjadi Private-Washing tanpa mengubah makna dan perancangan identitas visual untuk menaikan eksistensi serta daya saing dengan kompetitor sekitar. Perancangan identitas visual Private-Washing menggunakan *mixed-method* kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan data dan informasi yang akurat dengan teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, studi literatur serta kuesioner. Setelah seluruh data diperoleh selanjutnya dilanjutkan ke tahap analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk dirumuskan di dalam arahan kreatif. Tahapan perancangan identitas visual diawali dengan pembuatan konsep awal melalui proses brainstorming seperti mind mapping dan moodboard yang akan digunakan dalam pembuatan sketsa kasar dan dilanjutkan ke proses desain yang lebih komprehensif. Hasil akhir perancangan identitas visual ini berupa desain logo kombinasi yang meliputi struktur logo dengan warna *colorfull*, tipografi sans-serif dan *script*, supergrafis, *graphic standard manual*, dan media turunan dengan gaya desain minimalis, geometris, modern, *flat design* meliputi banner, poster, label stiker, standing menu, apron, instagram post dan whatsapp broadcasting. Identitas visual ini diharapkan dapat menaikan eksistensi serta daya saing dengan kompetitor sekitar.

Kata kunci: Branding, Desain Grafis, Identitas Visual, *Laundry*, Private-Washing

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

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) in the laundry sector in Indonesia are expected to continue experiencing significant growth with an annual growth rate (CAGR) of around 4.1% until 2030, driven by rapid urbanization and the increasing demand for efficient lifestyles. Competition in the UMKM laundry sector is becoming more intense with the emergence of various business models, ranging from kilo laundry to self-service laundry. To face this competition, a laundry's visual identity becomes a critical aspect of branding, distinguishing one business from another, enhancing consumer appeal, and building a professional image and customer trust. Private Washing, established in 2000 in Depok, offers services such as kilo laundry, single-item laundry, and shoe cleaning. Over time, Private Laundry faced legal challenges due to similarities with the trademark of Vileo Nyoto Handoko. The solution was to rebrand the business as Private Washing, while maintaining the original meaning, and redesigning the visual identity to increase its presence and competitiveness with nearby competitors. The visual identity design for Private Washing utilized a mixed-method approach, combining quantitative and qualitative research to gather accurate data and information through interviews, observations, literature review, and questionnaires. Once all data was collected, a SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) was conducted to inform the creative direction. The visual identity design process began with concept development through brainstorming techniques such as mind mapping and mood boards, followed by sketching and comprehensive design work. The final outcome of the visual identity design includes a combination logo design with colorful structures, sans-serif and script typography, supergraphics, a graphic standard manual, and derivative media with a minimalist, geometric, modern, flat design style, including banners, posters, label stickers, standing menus, aprons, Instagram posts, and WhatsApp broadcasts. This visual identity is expected to enhance the presence and competitiveness of Private Washing against nearby competitors.

Keywords: Branding, Graphics Design, Laundry, Private Washing, Visual Identity

Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Identitas Visual Private Washing Sebagai *Media Branding*” dengan sebaik-baiknya, sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Tidak lupa ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada orang tua yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan hingga Tugas Akhir ini terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam penulisan Tugas Akhir dari awal sampai akhirnya dapat terselesaikan dengan baik, banyak pihak yang telah membantu dan memberi dukungan. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati pada kesempatan kali ini ucapan terima kasih disampaikan kepada :

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta;
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan;
3. Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds., selaku Sekretaris Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan;
4. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Ketua Program Studi Desain Grafis dan juga sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Materi yang telah mengarahkan serta membantu dalam penyusunan laporan Tugas Akhir;
5. Iqbal Yamin, M.T., selaku Dosen Pembimbing Teknis atas masukan dan dukungannya dalam menyempurnakan Tugas Akhir ini;
6. Anggi Anggarini, M.Ds., MRR. Tyas Maheni D.K., M.H., Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds., serta seluruh Dosen Program Studi Desain Grafis yang telah membimbing selama proses pembelajaran di Politeknik Negeri Jakarta;
7. Keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moral yang membangun selama proses penyusunan Tugas Akhir.

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

8. Pihak Private Washing atas kerja sama dan data yang telah diberikan dalam proses perancangan;
9. Azwa, Izzah, Raka, Puspa, Wenda, Cerry, serta teman-teman mahasiswa khususnya jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan lainnya yang tidak dapat disebutkan namanya, terima kasih atas dukungan, arahan, dan semangat yang telah diberikan;
10. Terima kasih kepada Aldian dan Kadek yang telah menjadi bagian penting dalam proses penulisan Tugas Akhir penulis. Terima kasih sudah menjadi tempat untuk melepas keluh kesah, segala usaha yang diberikan mulai dari waktu, dukungan, doa dan *support* dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini hingga selesai;
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberi dukungan selama penyusunan Tugas Akhir ini;
12. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri selama proses penyusunan Tugas Akhir hingga selesai.

Tugas Akhir ini sudah dibuat dengan sebaik-baiknya, namun tentu masih jauh dalam kesempurnaan baik isi maupun sistematikanya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dan diterima dengan senang hati.

Depok, 17 Juli 2025



Rezky Belianto

2106421104

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	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.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4. Tujuan dan Manfaat	4
1.5. Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 <i>Brand</i> (Merek).....	7
2.2 <i>Branding</i> (Pemerekan)	8
2.3 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	8
2.4 Identitas Visual.....	9
2.5 Prinsip Desain	30
2.6 Pedoman Sistem Identitas	33
2.7 Media Promosi	34
2.8 Teori Gestalt.....	35
2.9 Semiotika Visual	38
2.10 Metode Riset Desain	39
BAB III METODE PERANCANGAN.....	41
3.1 Metode Penelitian.....	41
3.2 Data dan Analisis	43
3.3 Arahan Kreatif (<i>Creative Brief</i>)	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 <i>Ideate</i>	57
4.2 <i>Prototyping</i>	71
4.3 <i>Testing</i>	80
4.4 Penerapan Prinsip Desain.....	87
4.5 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Logo	87



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

4.6 Penerapan Prinsip Teori Gestalt.....	91
4.7 Media Pendukung	92
4.8 Pertimbangan Produksi	96
BAB V PENUTUP.....	98
5.1 Simpulan	98
5.2 Saran.....	100
DAFTAR REFERENSI	101
LAMPIRAN.....	105



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh logo berjenis <i>logotype</i>	10
Gambar 2.2 Contoh logo berjenis <i>letter mark</i>	10
Gambar 2.3 Contoh logo berjenis <i>pictorial symbol</i>	11
Gambar 2.4 Contoh logo berjenis <i>abstract symbol</i>	11
Gambar 2.5 Contoh logo berjenis <i>nonrepresentational symbol</i>	12
Gambar 2.6 Contoh logo berjenis <i>letterform symbol</i>	12
Gambar 2.7 Contoh logo berjenis <i>character icon</i>	12
Gambar 2.8 Contoh logo berjenis <i>emblem</i>	13
Gambar 2.9 Contoh logo <i>combination mark</i>	13
Gambar 2.10 Warna RGB	14
Gambar 2.11 Warna CMYK	14
Gambar 2.12 Pigment <i>color wheel</i> beserta <i>shade</i> dan <i>tint</i> -nya	15
Gambar 2.13 Warna monokromatik	16
Gambar 2.14 Warna analog	16
Gambar 2.15 Warna komplementer	16
Gambar 2.16 Warna split komplementer	17
Gambar 2.17 Warna triad	17
Gambar 2.18 Warna tendrad/dual komplementer	18
Gambar 2.19 Warna tetrad persegi panjang	18
Gambar 2.20 Perbedaan antara <i>typeface</i> dan <i>font</i>	19
Gambar 2.21 Anatomi huruf dalam tipografi	20
Gambar 2.22 klasifikasi huruf dalam tipografi	20
Gambar 2.23 Contoh huruf serif	21
Gambar 2.24 Contoh logo dengan karakter huruf serif	22
Gambar 2.25 Contoh huruf sans-serif	23
Gambar 2.26 Contoh logo dengan karakter huruf sans-serif	23
Gambar 2.27 Contoh huruf <i>script</i>	24
Gambar 2.28 Contoh logo dengan karakter huruf <i>script</i>	24
Gambar 2.29 Contoh logo huruf dekoratif	24
Gambar 2.30 <i>Legibility</i> dalam tipografi	25
Gambar 2.31 <i>Readability</i> dalam tipografi	25
Gambar 2.32 Contoh penggunaan fotografi	26
Gambar 2.33 Contoh penggunaan ilustrasi	27
Gambar 2.34 Contoh penggunaan pola	27
Gambar 2.35 Contoh penggunaan ikon	28
Gambar 2.36 Contoh penggunaan maskot	29



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 2.37 Contoh keseimbangan simetris	30
Gambar 2.38 Contoh keseimbangan asimetris	30
Gambar 2.39 Contoh irama	31
Gambar 2.40 Contoh penekanan kontras.....	31
Gambar 2.41 Contoh penekanan isolasi objek	32
Gambar 2.42 Contoh penekanan penempatan objek	32
Gambar 2.43 Contoh kesatuan.....	32
Gambar 2.44 Contoh buku pedoman sistem identitas	34
Gambar 2.45 Contoh papan nama toko <i>laundry</i>	35
Gambar 2.46 Contoh prinsip <i>law of similarity</i>	36
Gambar 2.47 Contoh prinsip <i>law of proximity</i>	36
Gambar 2.48 Contoh prinsip <i>law of continuing</i>	36
Gambar 2.49 Contoh prinsip <i>law of closure</i>	37
Gambar 2.50 Contoh prinsip <i>law of figure</i>	37
Gambar 2.51 Contoh prinsip <i>illusion</i>	38
Gambar 3.1 Gerai dan pemilik Private Washing.....	44
Gambar 3.2 Logo Kumbah	45
Gambar 3.3 Logo Sewangi Laundry Express.....	46
Gambar 3.4 Logo Bitte Laundry.....	47
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i>	57
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i>	58
Gambar 4.3 Sketsa kasar logogram	59
Gambar 4.4 Sketsa kasar logo	59
Gambar 4.5 Sketsa kasar alternatif 1	60
Gambar 4.6 Sketsa kasar alternatif 2	60
Gambar 4.7 Sketsa kasar alternatif 3	61
Gambar 4.8 Sketsa kasar alternatif 4	61
Gambar 4.9 Sketsa kasar alternatif 5	62
Gambar 4.10 Warna alternatif 1	63
Gambar 4.11 Warna alternatif 2	63
Gambar 4.12 Warna alternatif 3	64
Gambar 4.13 Warna alternatif 4	64
Gambar 4.14 Alternatif sans-serif 1	65
Gambar 4.15 Alternatif sans-serif 2	65
Gambar 4.16 Alternatif sans-serif 3	66
Gambar 4.17 Sketsa konsep maskot Private Washing	66
Gambar 4.18 Final konsep digital maskot Private Washing	67
Gambar 4.19 Desain komprehensif 1	67



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4.20 Desain komprehensif 2	68
Gambar 4.21 Desain komprehensif 3	69
Gambar 4.22 Desain komprehensif 4	70
Gambar 4.23 Desain komprehensif 5	71
Gambar 4.24 Desain komprehensif terpilih.....	72
Gambar 4.25 Konsep logo	73
Gambar 4.26 Warna <i>brand</i>	73
Gambar 4.27 Pengaplikasian warna <i>brand</i>	74
Gambar 4.28 Tipografi <i>brand</i>	74
Gambar 4.29 Konfigurasi logo	75
Gambar 4.30 Ukuran minimum logo.....	75
Gambar 4.31 <i>Logo clear space</i>	76
Gambar 4.32 <i>Logo grid system</i>	76
Gambar 4.33 <i>Incorrect and Correct use logo</i>	77
Gambar 4.34 <i>Logo alignment</i>	78
Gambar 4.35 Contoh supergrafis dan penerapan supergrafis.....	79
Gambar 4.36 Maskot Private Washing.....	79
Gambar 4.37 Pengujian <i>similarity image</i>	80
Gambar 4.38 Logo Private Washing	84
Gambar 4.39 Warna <i>brand</i>	84
Gambar 4.40 Pengaplikasian warna <i>brand</i>	85
Gambar 4.41 Tipografi <i>brand</i>	85
Gambar 4.42 Contoh supergrafis dan penerapan supergrafis.....	86
Gambar 4.43 Maskot Private Washing.....	86
Gambar 4.44 Analisis <i>logomark</i>	88
Gambar 4.45 Analisis <i>letter mark</i>	89
Gambar 4.46 Analisis warna logo Private Washing.....	89
Gambar 4.47 <i>Graphic Standard Manual</i>	92
Gambar 4.48 Spanduk nama toko.....	92
Gambar 4.49 <i>Standing menu</i>	93
Gambar 4.50 Seragam & <i>apron</i>	93
Gambar 4.51 Buku nota.....	94
Gambar 4.52 Label kemasan	94
Gambar 4.53 Tripod poster.....	95
Gambar 4.54 Instagram post.....	95

Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hubungan Psikologis dari Warna terhadap Manusia	18
Tabel 2.2 Klasifikasi jenis <i>tagline</i>	29
Tabel 2.3 Daftar isi buku pedoman	33
Tabel 3.1 Analisis SWOT	51
Tabel 3.2 <i>Creative Brief</i>	54
Tabel 4.1 Kata kunci	58
Tabel 4.2 Prinsip desain	87
Tabel 4.3 Analisis <i>logomark</i> Private Washing.....	88
Tabel 4.4 Analisis <i>letter mark</i> Private Washing	89
Tabel 4.5 Analisis warna pada logo Private Washing.....	90
Tabel 4.6 Prinsip teori Gestalt.....	91



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

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir (Pembimbing 1)
- Lampiran 2. Lembar Bimbingan Tugas Akhir (Pembimbing 2)
- Lampiran 3. Transkrip Wawancara
- Lampiran 4. Hasil Data Kuesioner *Consumer Insight*
- Lampiran 5. *Mindmap*
- Lampiran 6. Hasil data kuesioner pada tahap testing
- Lampiran 7. Hasil Cek Plagiarisme
- Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup



Hak Cipta :

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor UMKM laundry di Indonesia diperkirakan akan terus mengalami pertumbuhan signifikan seiring urbanisasi dan meningkatnya kebutuhan hidup efisien. Menurut data global, laju peningkatan rata-rata tahunan (CAGR) sebesar 4,1 % diperkirakan akan berlanjut hingga 2030 (Documenta, 2025). Urbanisasi yang cepat mendorong perilaku masyarakat yang lebih sibuk, sehingga permintaan layanan *laundry*, baik kiloan maupun *self-service* akan terus meningkat. Didukung dengan munculnya berbagai model bisnis *laundry* menambah kompetisi, memaksa UMKM untuk menciptakan strategi diferensiasi agar tetap relevan. Dalam konteks persaingan yang semakin kompetitif, identitas visual menjadi instrumen strategis utama untuk membangun diferensiasi dan profesionalisme.

Penelitian pada UMKM *laundry* seperti C&F Laundry Service Cerme mencatat bahwa logo, palet warna, dan materi *branding* lainnya yang lemah membuat usaha sulit menonjol di antara pesaing yang serupa (Djakaria & Hidayat, 2023). Studi serupa pada Kurnia Jaya Laundry menegaskan bahwa peningkatan kesadaran merek dan kepercayaan pelanggan dapat dicapai melalui *visual branding* yang konsisten dan dirancang dengan baik (Ramzy & Susanti, 2025). Dengan demikian, UMKM yang mampu merancang dan mengimplementasikan identitas visual yang kuat akan memiliki peluang lebih besar untuk menarik pelanggan dan menciptakan loyalitas jangka panjang. Salah satu UMKM laundry yang sudah berdiri lama di sekitar Universitas Indonesia, tepatnya di Kelurahan Kukusan, kota Depok adalah Private Laundry.

Private Laundry merupakan pelopor layanan cuci kiloan mandiri untuk mahasiswa yang pertama didirikan di Jalan Kober, Kelurahan Pondok Cina, Kota Depok pada tahun 2000 oleh beberapa mahasiswa UI yang salah satunya bernama Fahrul Ismaeni. Makna dari “Private Laundry” mengacu pada usaha *laundry* yang dimiliki dan dijalankan oleh individu atau kelompok tertentu, bukan oleh perusahaan besar atau jaringan *laundry* yang dikelola secara luas. Dalam hal ini, kata “*private*” pada Private Laundry mengacu pada karakteristik layanan yang lebih individual atau menargetkan kebutuhan pelanggan tertentu. Awal bisnis ini tidak berjalan dengan



© 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

lancar karena baru pertama kali mendirikan *laundry* sekelas kos-kosan. Kemudian strategi pun diubah yang awalnya hanya sekadar menyewakan mesin tanpa operator dengan menambah operator untuk membantu proses pencucian dan pelanggan pun membanjir. Semakin banyaknya peminat, Private Laundry mengalami peningkatan pegawai yang salah satunya masih bertahan sampai saat ini yaitu Ibu Rusmini. Pada tahun 2007, Private Laundry membuka cabang kedua dan ketiga di Kukusan, Beji, Kota Depok, yang dikelola langsung oleh Ibu Rusmini sebagai pegawai kepercayaan Private Laundry.

Dalam perkembangannya, pemilik Private Laundry memutuskan untuk menjual usahanya kepada Ibu Rusmini pada tahun 2015 karena terjadi pecah kongsi. Setelah proses akuisisi tersebut, ibu Rusmini menjalankan usahanya berdua bersama suaminya yaitu bapak Yus Riagung serta kini melayani juga cuci sepatu. Seiring dengan berjalannya waktu, usaha Private Laundry menghadapi tantangan dalam hal legalitas hukum di mana memiliki kesamaan dengan merek jasa Private Laundry milik Vileo Nyoto Handoko. Private Laundry milik Vileo telah terdaftar di Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) terlebih dahulu dengan nomor registrasi IDM000417749 pada tahun 2011. Hal tersebut baru diketahui oleh ibu Rusmini pada tahun 2024 ketika akan mendaftarkan mereknya. Pada akhirnya ibu Rusmini harus menunda pendaftaran mereknya karena khawatir akan menimbulkan sengketa hukum terkait persamaan nama merek berdasarkan Pasal 21 ayat (1) Undang-undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Kasus serupa pernah terjadi yaitu merek “cap KILAT” menggugat merek “surat KILAT” yang memiliki kesamaan penamaan dan produk yang dipasarkan yang tertuang pada Putusan Pengadilan Niaga Surabaya Nomor 01/HKI.Merek/2017/PN-Niaga-Sby.

Berdasarkan permasalahan tersebut, solusi yang tepat dalam kasus ini yaitu melakukan proses perubahan nama menjadi Private Washing. Proses perubahan nama ini tidak mengubah makna identitas inti dari merek, melainkan mengadaptasinya dengan menggunakan padanan kata yang memiliki makna yang mirip. Padanan kata “*washing*” dipilih karena memiliki makna yang mirip dengan “*laundry*” yang artinya layanan penatu/ pencucian pakaian berdasarkan penuturan pemilik Private Washing. Selain itu, nama merek jasa Private Washing saat ini belum terdaftar di HAKI dan



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

menjadi kesempatan emas bagi Private Washing untuk mendapatkan legalitas hukum secara maksimal untuk didaftarkan ke HAKI. Hal tersebut yang menjadi alasan mengapa Private Washing perlu melakukan *rebranding* secara keseluruhan baik penamaan merek jasa maupun identitas visual.

Menurut Rustan (2017) menyebutkan bahwa identitas visual sebagai personalitas suatu perusahaan yang di mana dapat dirasakan serta bertujuan dalam menyampaikan informasi terkait citra dan karakteristik perusahaan dalam bentuk lambang dan keunikan yang beraneka ragam baik logo, nama, slogan maupun warna. Identitas visual termasuk sesuatu yang penting untuk perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang mengelola pelayanan, kredibilitas, serta keramahan manusia di dalamnya. Fungsi utamanya adalah agar perusahaan dapat tampil dengan sebaik-baiknya serta memberikan kesan yang tak terlupakan yang tercipta oleh perusahaan (Nurliana & Akbar, 2022).

Berdasarkan pertimbangan pemaparan latar belakang di atas, penelitian ini dalam memperkenalkan Private Washing kepada masyarakat secara luas melalui perancangan identitas visual yang lebih kuat. Pada akhirnya, Private Washing dapat menaikan eksistensi serta daya saing dengan kompetitor sekitar yang memiliki identitas visual sejenis. Identitas visual ini yang nantinya akan diimplementasikan ke berbagai media desain seperti banner, poster, *laundry kit*, daftar menu, nota harga, dan seragam. Oleh sebab itu, perancangan identitas visual ini mencakup perancangan logo baru untuk Private Washing beserta turunan visualnya, akan menjadi fokus penelitian tugas akhir yang memiliki judul yaitu “Perancangan Identitas Visual Private Washing Sebagai *Media Branding*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, rumusan masalah penelitian ini yaitu “Bagaimana merancang identitas visual Private Washing sebagai *media branding*?”



Hak Cipta :

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

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Penyusunan tugas akhir ini berfokus pada perancangan identitas visual meliputi pembahasan utama sebagai berikut:

1. Proses perancangan identitas visual Private Washing.
2. Penerapan prinsip dan elemen desain pada perancangan identitas visual.
3. Penerapan *graphic standard manual* pada logo dan *mock up* identitas visual pada media turunan.

1.4. Tujuan dan Manfaat

a. Tujuan

Berdasarkan penulisan tugas akhir ini terdapat tujuan sebagai berikut:

1. Menjelaskan perancangan identitas visual Private Washing.
2. Menjelaskan penerapan prinsip dan elemen desain yang digunakan.
3. Menjelaskan penerapan identitas visual pada *graphic standard manual*, *mock up* dan berbagai media turunannya.

b. Manfaat

1. Manfaat Akademis

Menyajikan sebuah referensi untuk para pembaca yang diharapkan dapat bermanfaat serta menambah wawasan dan informasi mengenai langkah-langkah dalam perancangan identitas dari awal hingga akhir.

2. Manfaat Praktis

Perancangan identitas visual Private Washing diharapkan dapat membantu konsistensi Private Washing dalam mengimplementasikan identitas visual yang terbaru dan juga membangun *brand image* yang berdampak dalam peningkatan *brand awareness*.

1.5. Sistematika Penulisan

Pada penyusunan tugas akhir ini memiliki sistematika penyusunan. Sistematika penyusunan berfungsi supaya dalam penulisan laporan tugas akhir



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

tersusun secara sistematis, runtut, rapi, dan terstruktur. Berikut merupakan sistematika penyusunan dalam penulisan laporan tugas akhir ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas seputar latar belakang perancangan identitas visual berupa logo Private Washing dan juga membahas rumusan masalah, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan dari laporan tugas akhir.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini memberi gambaran mengenai teori dasar serta prinsip desain grafis yang digunakan dalam perancangan identitas visual Private Washing seperti teori logo, warna, tipografi, dan lain-lain sebagai pedoman dalam perancangan. Semua teori berdasarkan sumber-sumber terpercaya seperti buku, jurnal, artikel ilmiah dan pendapat para ahli yang tersusun secara sistematis sebagai bahan pertimbangan terhadap ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini membahas serangkaian uraian teknik dalam pengumpulan data melalui metode riset desain dan data, wawancara, serta analisis data dan fakta, yang kemudian disusun menjadi arahan kreatif yang digunakan sebagai pedoman dalam perancangan identitas visual.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini akan menjelaskan hasil mengenai proses visualisasi desain yang dibuat berdasarkan arahan kreatif yang telah disusun sebelumnya, dimulai dari pencarian ide kreatif melalui serangkaian *mind mapping* dan moodboard, pembuatan sketsa kasar, pengembangan konsep visual menjadi digital yang akan dipilih, serta penerapan desain terpilih yang akan digunakan pada media turunan. Selain aspek visualisasi desain, penyajian perhitungan



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

biaya produksi disertakan sebagai bahan pertimbangan produksi dan implementasi desain.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan perancangan identitas visual Private Washing sebagai *media branding*.



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

DAFTAR REFERENSI

- Aga, J., & Prihand, I. (2020). *Object Oriented Technology*. 2.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual; Dasar dasar Panduan Untuk Pemula*. (1st ed.). Nuansa Cendekia.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. 4.
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/Maneggio/article/view/6766/5413?>
- Aryani, W., & Toni, A. (2020). *Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Logo PT Bank Mega Syariah*. Vol. 2.
- Gurusinga, D., Siagian, T., & Hutagalung, T. (2023). Kesalahan Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Papan Nama Sekitar Medan Baru Padang Bulan. *enggang: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*, 3(2), 372–280. <https://doi.org/10.37304/enggang.v3i2.10033>
- Djakaria, M. Y. P., & Hidayat, D. (2023). *Jurnal Perancangan Identitas Visual Dan Media Promosi Laundry Djak Clean*.
- Farida, E., Kholidah, N. R. J., & Sarjono, S. (2020). Penerapan Pembelajaran Psikologi Warna untuk Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Memilih Warna pada Desain Kemasan Produk Prodi Manajemen FEB UNISMA. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 10 (1), 40.
<https://doi.org/10.24036/011085220>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Heding, T., Knudtzen, C. F., & Bjerre, M. (2020). *Brand Management Mastering*



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

Research, Theory and Practice (3rd ed.). Routledge.

Husna, N. N., & Juhana, A. (2024). *Peran Elemen Visual Dalam Upaya Meningkatkan Brand Identity Perusahaan: Tinjauan Literatur Yang Sistematis*. 11.

Indonesia. (2016). *Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*.

Iswanto, R. (2023). *Perancangan Buku Ajar Tipografi*. 23(2).

Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam f Mempromosikan Produk Torabika. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(2).

<https://doi.org/10.33096/respon.v2i2.44>

Landa, R. (2019). *Graphic Design Solution* (6th ed.). Cengage.

Lazuardi, M. L., & Sukoco, I. (2019). *Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek*. 02(01).

Lin, F., Ansell, J., Marshall, A., & Ojiako, U. (2019). Managing and building B2B SME brands: An emerging market perspective. *PSU Research Review*, 3(3), 191–214. <https://doi.org/10.1108/PRR-04-2019-0010>

Mahendra, A. T., & Anam, C. (2020). Konsep Desain Tas Modular Fotografi Dan Videografi. *Jurnal Kreatif: Desain Produk Industri dan Arsitektur*, 7(2). <https://doi.org/10.46964/jkdpia.v7i2.53>

Mawardi, Kholid, M., Supriono, D., S, & Rifky, M. (2022). *Strategi Pemasaran UMKM : Membangun Brand Awareness UMKM Kuliner Melalui Digital Marketing* (1st ed.). Deepublish.



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

Mishra, A. (2016). Attribute-based design perceptions and consumer-brand relationship: Role of user expertise. *Journal of Business Research*, 69(12), 5983–5992. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.05.012>

Mulyana, E. H., Nurzaman, I., & Fauziah, N. A. (2017). Upaya Meningkatkan Kemampuan Anak Usia Dini Mengenal Warna. *Jurnal Paud Agapedia*, 1(1), 76–91. <https://doi.org/10.17509/jpa.v1i1.7170>

Nugraha, S. A. (2019). *Papercraft Design For Indonesian Rare Animals Introduction*.

Nurliana, F., & Akbar, A. (2022). *Perancangan Ulang Identitas Visual Kedai Kopi Monotype untuk Membangun Brand Awareness dan Meningkatkan Citra Brand Terhadap Konsumen*.
<https://magenta.trisaktimultimedia.ac.id/magenta/index.php/magenta/article/view/83/65>

Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 111–116.
<https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>

Ramzy, K., & Susanti, I. (2025). *Perancangan Ulang Identitas Visual Kurnia Jaya Laundry Sebagai Brand Awareness*. 07.

Rustan, S. (2017). *Layout, Dasar & Penerapannya*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Rustan, S. (2019). *Warna* (1st ed.). Lintas Kreasi Imaji.

Rustan, S. (2021). *Logo 21 Mengenal Logo, Identitas, Brand, Dan Merek*. Nulisbuku Jendela Dunia. Jakarta. (2nd ed.). Nulisbuku Jendela Dunia.

Salsabila, I. F. (2025). Symbolism of Rain in the Qur'an: Semiotic Analysis Based



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

on Charles S. Peirce's theory. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 6(1), 51–60. <https://doi.org/10.59525/ijois.v6i1.774>

Schnurr, B. (2017). *The impact of atypical product design on consumer product and brand perception. Journal of Brand Management*. 609–621.

Setiawati, S. D. (2019). *Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah*. 2.

Susanti, A., Handayani, L. S., Hildayati, S. K., Hertati, L., & Hendarmin, R. M. R. (2023). *Branding Dan Labeling Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Produk Emping Singkong Umkm Di Desa Petanang*. 4.

Syahbani, M. F., & Widodo, A. (2017). *Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media*. 1(1).

Wardhana, A. (2024). *Brand Management In The Digital Era – Edisi Indonesia* (1st ed.). Eureka Media Aksara.

Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity* (5th ed.). John Wiley & Sons, Inc.

Zain, I., Richardo, D., Silalahi, N. K., Lee, R., Sabrina, R., & Aprillia, N. D. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Daya Saing Bisnis Laundry dengan Pendekatan SWOT (Studi Kasus pada Laundry Kota Pekanbaru). *Jurnal BANSI - Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 4(1), 21–29. <https://doi.org/10.58794/bns.v4i1.890>



LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir (Pembimbing 1)

A	B	C	D
LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		REZKY BELIANTO	
NAMA PEMBIMBING		AGNES NATALIA BANGUN	
JUDUL TUGAS AKHIR		PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PRIVATE-WASHING SEBAGAI MEDIA BRANDING	
KETERANGAN:			
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	02/27/2025	- Melakukan observasi lapangan - Mencari literatur pendukung untuk data - Membuat road map tugas akhir - Survei output kebutuhan klien	- Menyusun rencana penelitian - Membuat roadmap tugas akhir - Mengumpulkan data penelitian seperti studi literatur, observasi dan kuesioner, wawancara - Melengkapi kepenulisan bab I
2	06/03/2025	- Memperkuat urgensi penggantian nama klien - Wawancara kembali klien mengenai penggantian nama	- Menemukan landasan urgensi yang kuat penggantian nama klien berdasarkan aspek hukum
3	03/14/2025	- Mengubah sistem pertanyaan responden yang digunakan di form responden	- Menyelesaikan kepenulisan bab II - Menyelesaikan kepenulisan bab III - Menyebar link responden
4	03/28/2025	- Revisi minor untuk kepenulisan bab II - Menyamakan persepsi kebutuhan desain antara klien dan pelanggan	- Menyelesaikan kepenulisan bab III
5	04/10/2025	- Revisi bagian analisis SWOT - Revisi bagian analisis STP - Revisi Creative Brief	- Proses revisi bagian analisis SWOT, STP - Revisi Creative Brief
6	04/21/2025	- Melanjutkan revisi sesuai arahan dari dosen penguji	- Revisi minor proposal - Proses Mindmapping dan Moodboard
7	05/06/2025	- Eksplorasi kembali mindmap & Moodboard	- Eksplor mind map lebih banyak
8	05/14/2025	- Mindmap sudah oke, hanya beberapa kata kunci dipindah ruaskan - Moodboard dibuatkan dalam 1 page saja	- Merapihkan kembali moodboard
9	05/28/2025	- Eksplorasi sketsa kasar logo - Eksplorasi warna, tipografi	- Memperbanyak sketsa kasar logo - Mencoba membuat kombinasi logo dan warna
10	06/05/2025	- Alternatif logo sudah oke - Cari tipografi yang lebih playful lagi	- Mengganti tipografi yang lebih cocok
11	06/19/2025	- Penerapan supergrafis harus lebih eksploratif lagi - Belum ada teori semiotika	- Memperbanyak variasi supergrafis - Menambahkan teori semiotika
12	6/26/2025	- Belum ada penjelasan konfigurasi logo - Belum ada analisis semiotika	- Menambahkan penjelasan konfigurasi logo - Menambahkan analisis semiotika

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

Hak Cipta :

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

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

Lampiran 3. Transkrip Wawancara

Tanggal : Senin, 24 Maret 2024, pukul 09.45 WIB

Tempat : Gerai Private Washing

Narasumber : Bapak Yus Riagung dan Ibu Rusmini (Pemilik Private Washing)

1 Peneliti : Bisa tolong diceritakan bagaimana awal berdirinya *laundry* ini?

Narasumber : Private *Laundry* awalnya berdiri di Jalan Kober (Yus Riagung) Margonda tahun 2000-an. Waktu itu yang buat Private *Laundry* mahasiswa UI yang ngekos di Jalan Kober, salah satunya mas Fahrul Ismaeni yang sekarang udah kerja jadi dosen UI. Awalnya cuman *laundry* buat kebutuhan anak kos-kosan gitu, tapi makin kesini makin banyak peminatnya. Sistem nyucinya masih mandiri kalo dulu, nanti ada operator yang ngarahin pelanggan buat nyuci bajunya. Terus berkembanglah jadi yang nyuci sama karyawan-karyawan Private *Laundry*, salah satunya istri saya ini (Ibu Rusmini). Tahun 2007 buka lagi cabang kedua dekat masjid Alfaruq, kebetulan ibu Rusmini yang memegang cabangnya. Makin kesini permintaan *laundry* makin meningkat, ditambah mulai pada buka yang usaha *laundry* di Kukusan semenjak Private *Laundry* buka cabang kedua ini. Tahun 2015-an, saya beli nama usaha Private *Laundry* ini karena *ownernya* udah pada berkeluarga jadi ga bareng-bareng lagi. Setelah ibu ngambil alih namanya, buka cabang lagi deketan sama cabang kedua di Kukusan. Semenjak pandemi, usaha-usaha di Kukusan pada sepi, saya juga kena dampaknya jadi ngga ada pemasukan buat operasional. Akhirnya, 2 outlet saya yang di Kober sama cabang Kukusan pertama saya tutup, jadi fokusnya ke cabang terakhir ini. Cabang terakhir ini yang sampai sekarang bertahan, karena saya nambah beberapa layanan juga buat *laundry* ini kaya cuci sepatu juga, cuci karpet, sama antar jemput juga.

2 Peneliti : Apa alasan bapak dan ibu ingin mengganti nama *laundry* ini?

Narasumber : Awalnya sih saya di kasih tau sama mas Fahrul, owner pertama Private *Laundry* ini. Namanya udah ada yang daftarin lebih dulu, jadi nyarani saya buat ganti namanya jadi Private Washing di tahun 2022.

Private Washing pertama kali dikenal oleh konsumen

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

- | | | | |
|----|-----------------------------|---|--|
| 3 | Peneliti | : | dari mana? |
| | Narasumber
(Yus Riagung) | : | Kebanyakan dari rekomendasi antar temennya, sama yang datang langsung ke toko. |
| 4 | Peneliti | : | Apa yang membedakan Private Washing dengan <i>laundry</i> lain? |
| | Narasumber
(Yus Riagung) | : | Disini ada layanan cuci <i>express</i> 3 jam jadi sama layanan antar jemput sekitaran Beji, kebetulan ada pelanggan saya juga yang di dekat Pondok Cina. |
| 5 | Peneliti | : | Sejauh ini yang menjadi target market dari Private Washing siapa saja? |
| | Narasumber
(Ibu Rusmini) | : | Kebanyakan mahasiswa sama pekerja kantoran. |
| 6 | Peneliti | : | Apakah Private Washing memiliki cerita unik yang bisa ditonjolkan di logonya dan media promosi lain? |
| | Narasumber
(Ibu Rusmini) | : | Paling ini sih mas, kebanyakan pelanggan saya nyebut <i>laundry</i> Private Washing sama PW mas. |
| 7 | Peneliti | : | Gaya desain seperti apa yang cocok menggambarkan Private Washing? |
| | Narasumber
(Ibu Rusmini) | : | Mungkin bisa minimalis gitu ada tulisan PW nyabiar gampang diinget, sama warnanya bisa dikasih aksen biru. |
| 8 | Peneliti | : | Apakah ada elemen visual khusus (ikon, simbol, motif) yang wajib ada pada logo Private Washing yang baru? |
| | Narasumber
(Ibu Rusmini) | : | Bebas sih mas, yang terpenting tulisan "Private Washing" nya lebih dominan. |
| 9 | Peneliti | : | Media turunan apa saja yang dibutuhkan ibu? |
| | Narasumber
(Ibu Rusmini) | : | Saya pengen ada <i>banner</i> atau papan nama di toko saya utamanya, sama papan menu layanan juga karena belum ke <i>update</i> semua isinya. Selain itu kaya perintilan lain mas kaya nota, seragam gitu boleh, sama label kemasan buat nambah informasi ke pelanggan juga mas. |
| 10 | Peneliti | : | Bagaimana harapan anda mengenai media promosi Private Washing yang baru? |
| | Narasumber
(Ibu Rusmini) | : | <i>Laundry</i> yang ramah dengan gaya hidup mahasiswa yang murah sat-set gitu mas, karena kan kebetulan disini yang pake <i>laundry</i> saya kebanyakan mahasiswa. |
| | | : | Apa yang menjadi tujuan dalam pembuatan logo dan |



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

- 11 Peneliti : media promosi Private Washing?
 : Bisa lebih dikenal pelanggan sama menarik pelanggan
 : baru mas, kebetulan juga kan ini namanya ganti
 : Narasumber : sekaligus mau ngenalin ke pelanggan lama.
 (Ibu Rusmini)





Hak Cipta :

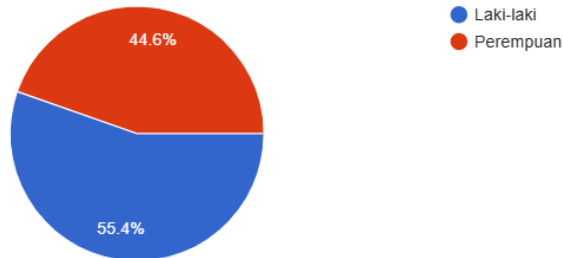
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Lampiran 4. Hasil Data Kuesioner *Consumer Insight*

Jenis Kelamin

56 responses

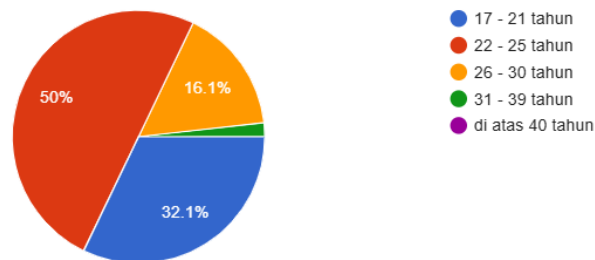
Copy chart



Usia

56 responses

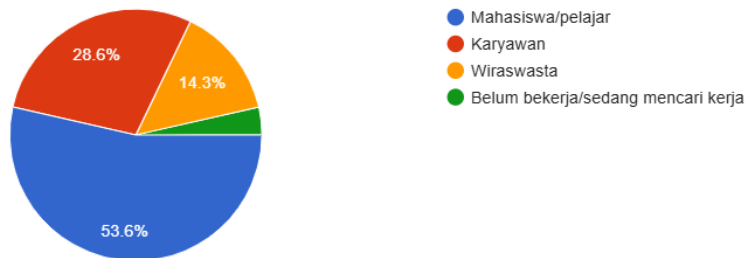
Copy chart



Pekerjaan Responden

56 responses

Copy chart





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

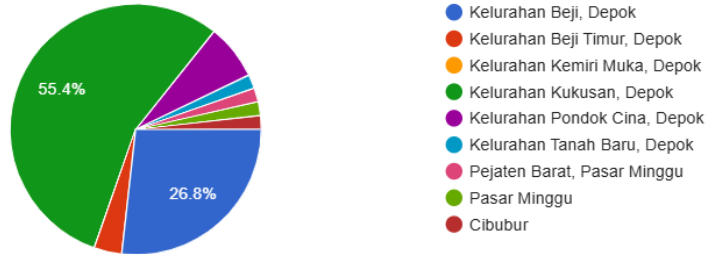
Hak Cipta :

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

Domisili Responden (Wilayah Kecamatan Beji)

56 responses

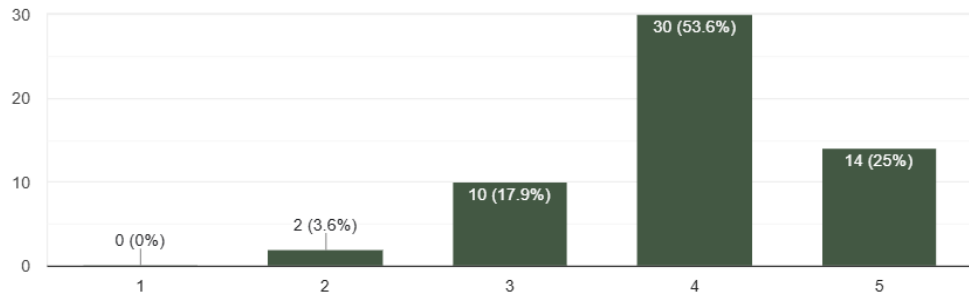
[Copy chart](#)



Seberapa sering anda menggunakan layanan laundry?

56 responses

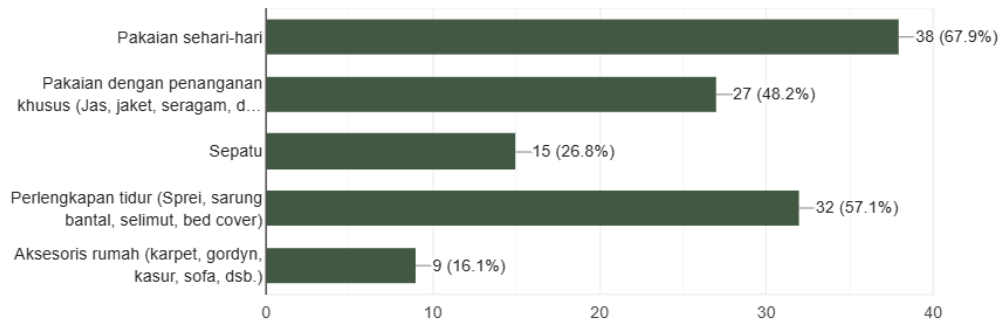
[Copy chart](#)



Barang apa saja yang bisa anda laundry?

56 responses

[Copy chart](#)





© 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

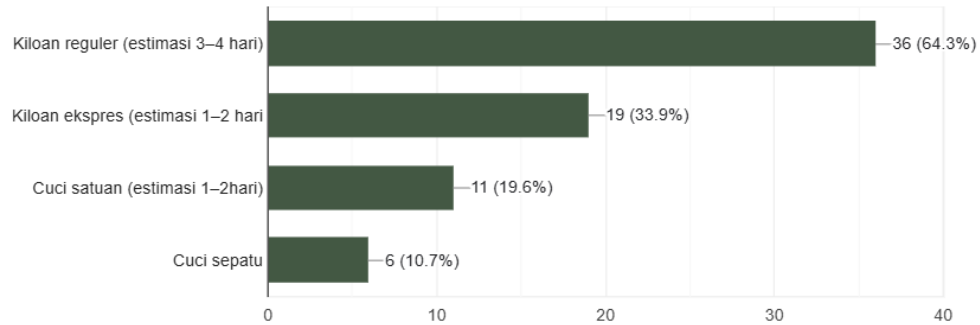
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Layanan laundry mana yang sering anda gunakan?

[Copy chart](#)

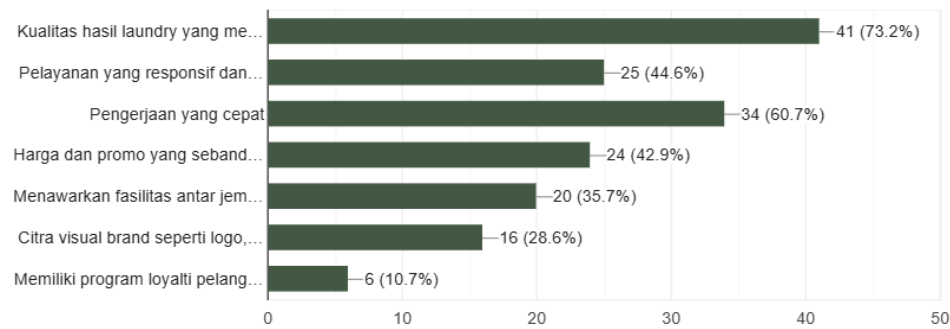
56 responses



Laundry seperti apa yang paling berkesan menurut anda?

[Copy chart](#)

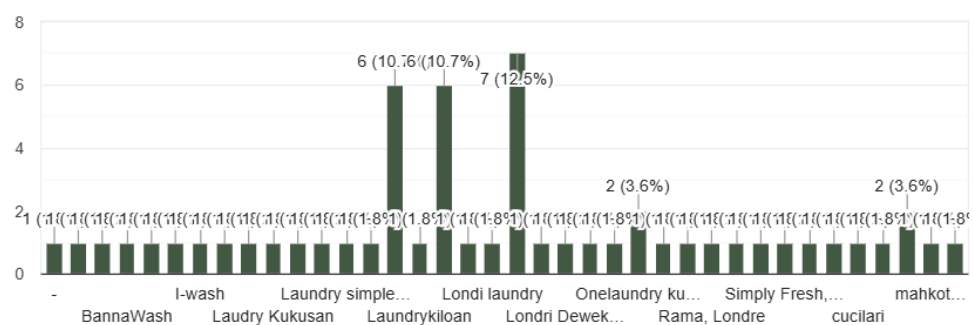
56 responses



Nama merek laundry apa yang paling berkesan yang pernah anda gunakan?

[Copy chart](#)

56 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

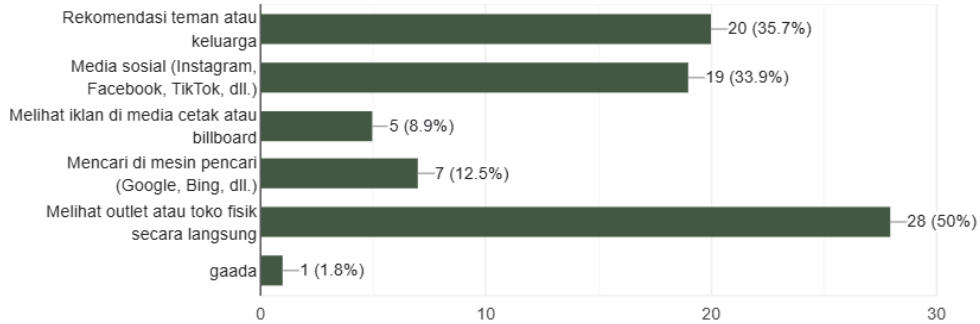
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bagaimana Anda pertama kali mengetahui merek laundry tersebut?

Copy chart

56 responses



Menurut Anda, apa keunggulan utama yang membedakan laundry yang anda maksud dari merek laundry lain?

56 responses

Lebih Wangi Hasilnya dan juga sangat ramah pelayanannya

menggunakan teknologi mutakhir dan produk ramah lingkungan untuk memberikan hasil cucian yang bersih dan aman. Pelanggan menyukai efisiensi dan kualitas layanan yang konsisten

responsif

kualitas layanan laundry yg sngt baik

pelayanan profesional

pelayanan profesional, hasil layanan baik dan memiliki identitas yang menarik

Ibu nya sangat baik dan ramah sehingga membantu sekali

-

Kualitas hasil laundry dan packaging mengesankan



© 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

Bagaimana pendapat Anda tentang **logo, desain kemasan, dan tampilan outlet laundry yang menurut anda paling berkesan?**

56 responses

Logo yg digunakan sudah cukup bagus bisa mencerminkan jasa laundry tersebut, dalam packaging juga terdapat penggunaan logo sebagai identitas visual, pacakging tergolong rapih dan sangat pas untuk usaha laundry, tampilan outlet bersih, wangi dan tersusun dengan rapih.

Sejauh ini belum ada yang paling berkesan dan sepertinya tidak terlalu menjadi perhatian. Mungkin ketika ada inovasi yang benar-benar unik baru membuat saya terkesan.

Masih kurang menarik dan masih mempergunakan wording saja untuk daya tariknya

Ketika merancang iklan jasa laundry, kata-kata yang kamu gunakan sangat penting. Kata-kata ini harus menarik, meyakinkan, dan sesuai dengan target pasar kamu.

Menurut saya yg paling menarik adalah outlet laundry yg benar2 bisa menggambarkan brand laundry tersebut

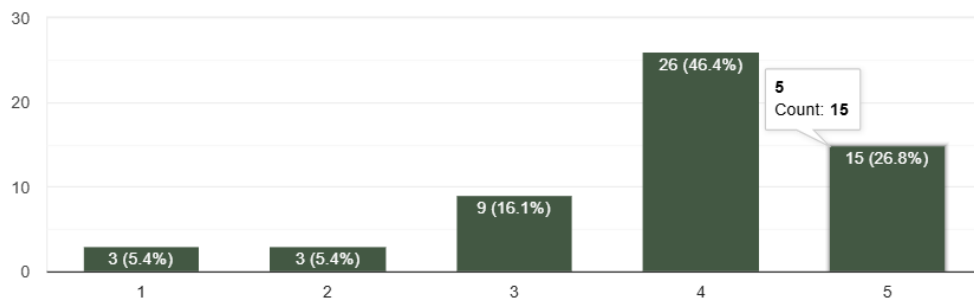
Gunakan gambar yang menarik dan berkualitas tinggi. Gambar yang menarik dapat menarik perhatian orang dan membuat mereka ingin membaca informasi pada banner.

Perhatikan tata letak banner mudah dibaca dan dipahami. Gunakan font yang jelas dan ukuran yang cukup

Apakah tampilan visual laundry yang anda sebutkan sebelumnya **memengaruhi keputusan Anda dalam menggunakan layanan laundry tersebut?**

Copy chart

56 responses





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

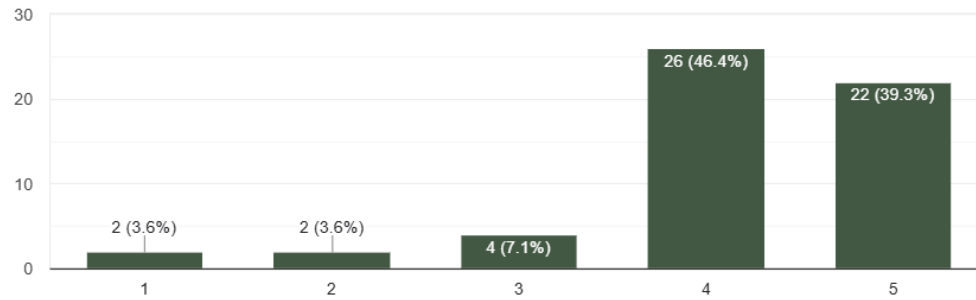
Hak Cipta :

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

Apakah tampilan visual laundry yang anda sebutkan sebelumnya **bisa menjadi pembeda antara merek laundry lain?** (skala 1-5)

Copy chart

56 responses



Apa yang menjadikan **ciri khas laundry tersebut** dari hal logo, desain kemasan, dan tampilan outlet laundry yang menurut anda paling berkesan?

56 responses

kayak Londre gitu ya menurutku desain ny simple and unik karena cuman gantungan baju dan ngenignit merk laundry nya jadi keliatan menonjol. trs pilihan warna nya jg bikin nojol karena latar orange tulisan hitam bold. hbs itu mungkin kalo laundry yg ada di sekitar kukusan kebanyakan kurang menonjol desain nya tapi lebih ke slogan nya gitu?

Logo yang dipakai cukup sederhana yang mencerminkan usaha laundry tersebut, tampilan outlet dan media promosi secara visual konsisten menggunakan warna biru yang sama sehingga bisa menjadi ciri khas dari usaha laundry tersebut.

Tentunya sesuatu yang mudah diingat dan berbeda dengan laundry yang lain.

Wording yang digunakan

Semakin simpel dan elegan seseorang membuat logo maka calon pelanggan akan lebih mudah mengenalnya. Namun perlu menjadi perhatian jika mendesain logo simpel tidak mudah.

Logo usaha laundry yang berhasil akan memiliki beberapa ciri khas. Pertama, logo harus simpel dan mudah dibaca, tidak rumit atau terlalu banyak detail. Kedua, menggabungkan simbol atau ikon yang relevan dengan layanan Anda, seperti gambar baju yang bersih atau gelembung sabun, bisa meningkatkan



© 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

Menurut Anda, apakah sebuah layanan laundry yang sudah memiliki konsumen tetapi **belum memiliki identitas visual yang jelas** tetap bisa berkembang? **Mengapa?**

56 responses

harga, waktu pengerjaan, kualitas laundry, dan lokasi laundry.

Bisa, namun memang harus lebih berusaha dalam marketing atau promosi ke tetangga atau orang2 sekitar

Menurut saya, umumnya orang tidak terlalu memperdulikan identitas visual dari sebuah laundry, karena prioritas utama adalah kualitasnya. Ketika sebuah layanan laundry memiliki kualitas yang bagus dan sudah banyak pelanggan tetap yang percaya kepada merek laundry tersebut, merek laundry itu pasti akan terus berkembang karena pastinya pelanggan tetap akan mendatangkan pelanggan baru lainnya.

Menurut saya tetap bisa berkembang apabila kualitas layanannya baik karena percuma punya identitas jelas tapi layanannya buruk

Bisa, tapi terbatas. Layanan laundry bisa tetap berkembang lewat kualitas layanan, harga bersaing, atau lokasi strategis

ya namun sulit karena identitas sangat penting untuk perkembangan jasa seperti layanan laundry

Bisa, apalagi di lingkungan yg banyak rumah/kos2an, karena urgensi seseorang untuk pake jasa laundry itu lebih ke yg penting bajunya bersih dan wangi, bukan apakah logonya bagus atau engga. Tapi kembali lagi, kalo jasa mereka bisa memuaskan service mereka ya bagus, siapa pasti akan datang

Apakah penting bagi Anda jika sebuah layanan laundry **memiliki keseragaman dalam desain logo, kemasan, dan media promosi?** **Mengapa?**

56 responses

Apabila sebuah merek laundry ingin mencapai target komersial yang tinggi, maka iya. Kebanyakan bisnis yang berkembang pesat sangat didukung oleh promosi di media sosial yang tepat, dan untuk mempromosikan suatu bisnis di media sosial, keseragaman identitas visual merupakan salah satu faktor besar untuk menarik pelanggan baru bagi bisnis tersebut.

Menurut saya apabila target pasarnya ingin dikembangkan lagi tentu saja perlu karena di era digital ini semua orang itu fomo2an dan menggunakan apa apa itu berdasarkan media sosial jadi apabila bisa mempromosikan dengan baik maka tentu akan sangat terkenal luas toko laundrynya

Keseragaman menciptakan branding yang kuat dan konsisten, yang memudahkan konsumen mengingat dan mengenali layanan tersebut

ya, agar memiliki identitas yang jelas dan menjadikannya unik daripada layanan yang lainnya

Penting, karena itu menunjukkan konsistensi dan komitmen dari layanan tersebut. Berarti owner-nya mau keluarin modal lebih untuk branding dan identitas visual, dan itu bisa menimbulkan kesan positif lainnya. Gw pribadi bakal berasumsi kalo layanan mereka bagus dan profesional, dibanding sama laundry yg masih ala kadarnya.

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

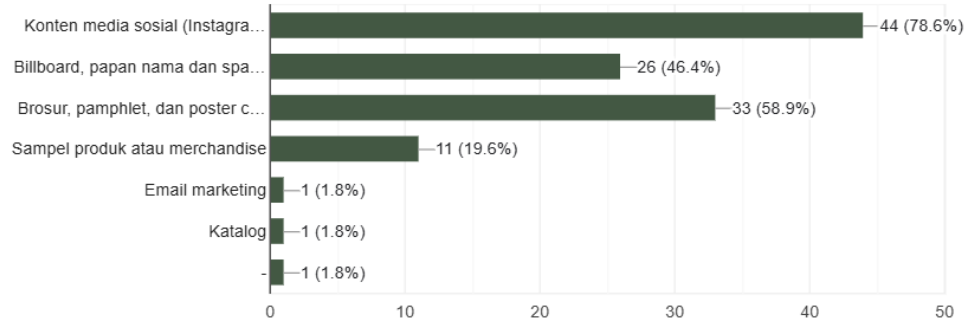
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Media promosi apa yang paling sering Anda temui dalam kehidupan sehari-hari?

[Copy chart](#)

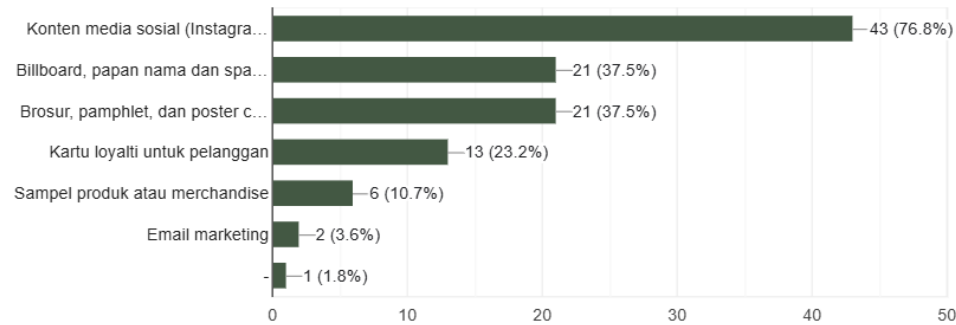
56 responses



Menurut Anda, media promosi mana yang paling informatif dalam memberikan pemahaman tentang layanan sebuah laundry?

[Copy chart](#)

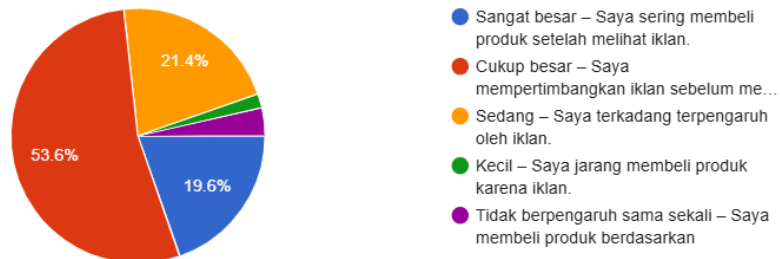
56 responses



Seberapa besar pengaruh media promosi terhadap keputusan Anda dalam membeli suatu produk atau menggunakan layanan tertentu?

[Copy chart](#)

56 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Apakah Anda lebih mempercayai media promosi digital dibandingkan media promosi cetak?

Copy chart

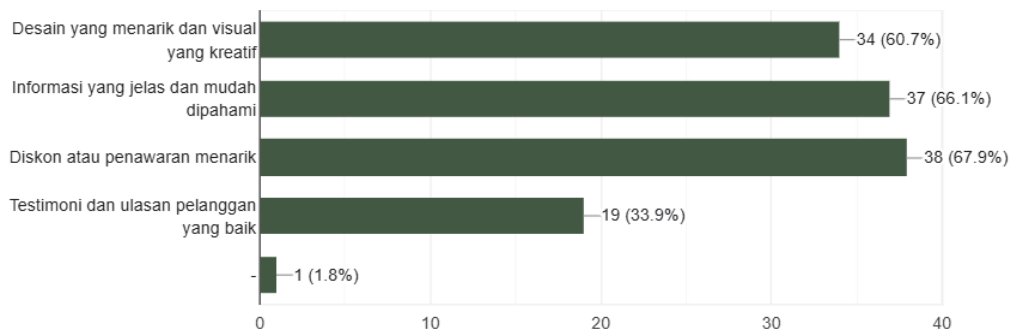
56 responses



Apa faktor utama yang membuat Anda tertarik dengan suatu media promosi?

Copy chart

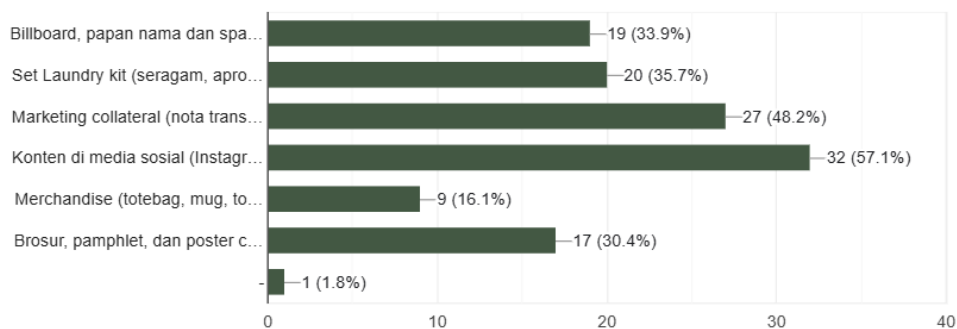
56 responses



Menurut Anda, media branding seperti apa yang paling efektif untuk meningkatkan **brand awareness** suatu produk untuk layanan Laundry?

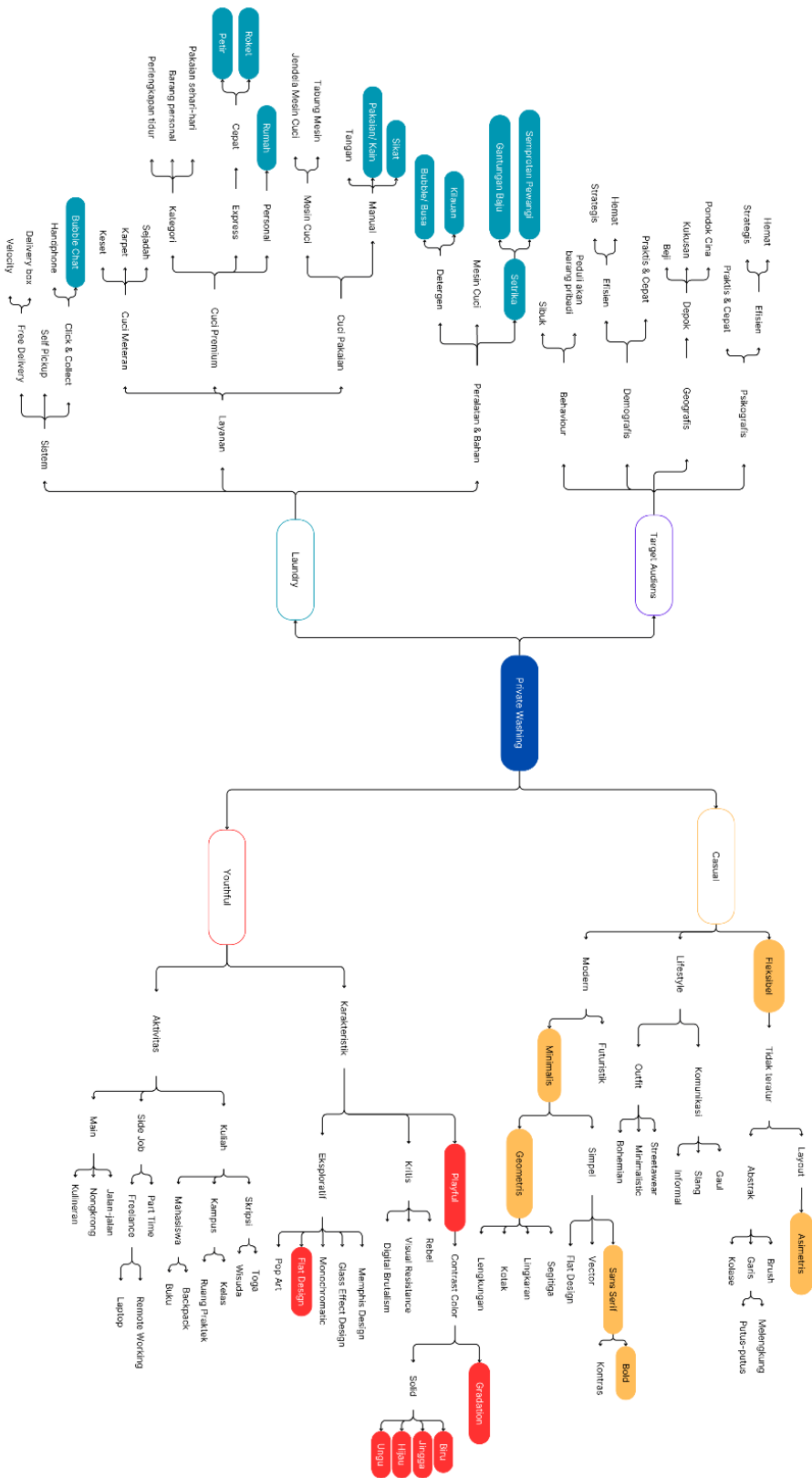
Copy chart

56 responses



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5. Mindmap



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

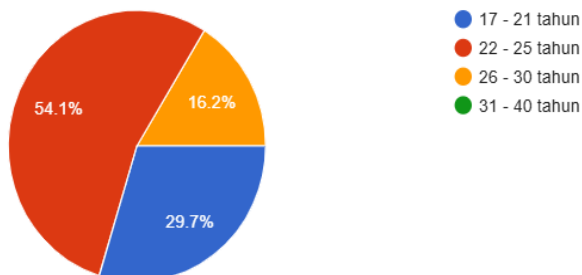
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Lampiran 6. Hasil Data Kuesioner Pada Tahap *Testing*

Usia

37 responses

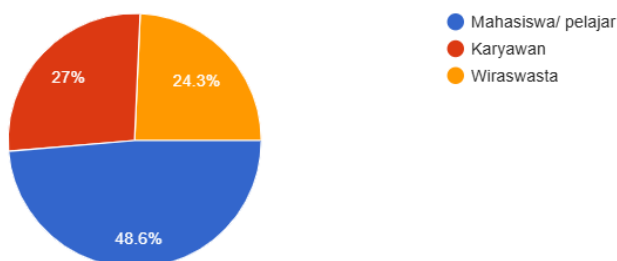
[Copy chart](#)



Pekerjaan

37 responses

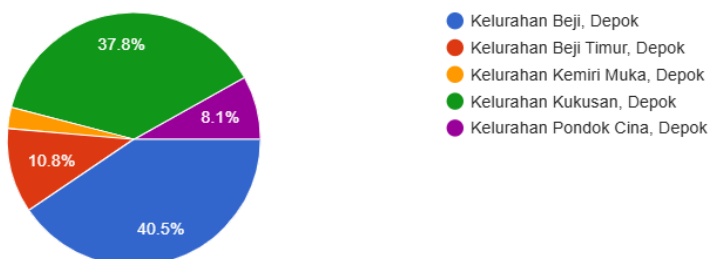
[Copy chart](#)



Domisili Responden

37 responses

[Copy chart](#)





© 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

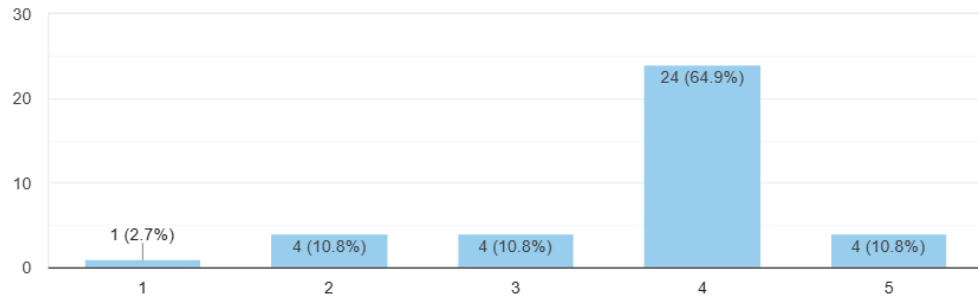
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Desain logo Private-Washing apakah sudah mencerminkan sebuah layanan laundry berdasarkan filosofis setiap elemen logo?

[Copy chart](#)

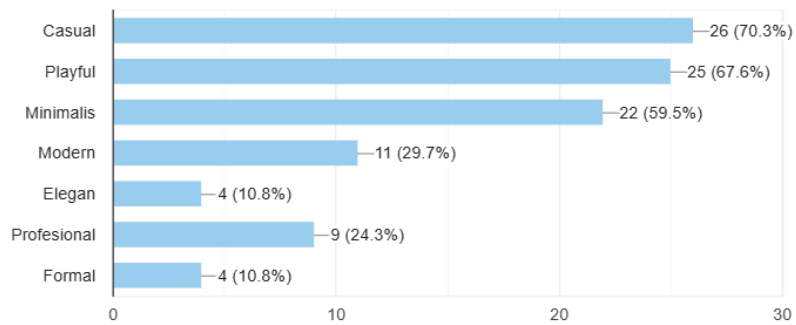
37 responses



Apa kesan pertama anda ketika melihat logo Private-Washing?

[Copy chart](#)

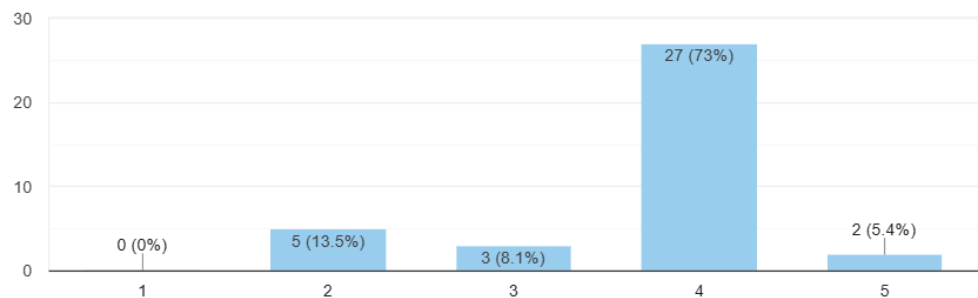
37 responses



Desain logo Private-Washing apakah sudah memberikan kesan *playful*, *casual*, dan *minimalis* (menyenangkan, kasual, dan minimalis)?

[Copy chart](#)

37 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

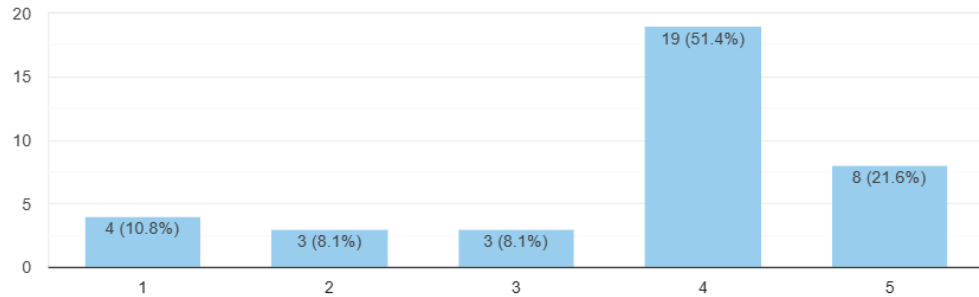
Hak Cipta :

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

Desain logo Private-Washing apakah sudah baik dari segi estetika (menarik)?

Copy chart

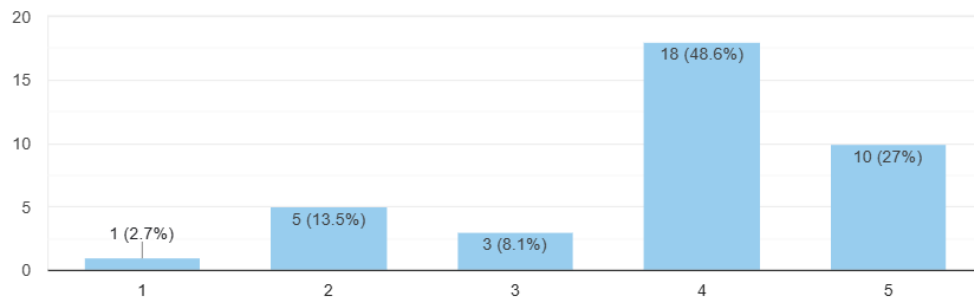
37 responses



Warna brand Private-Washing apakah memberikan kesan *playful*, *casual*, dan *minimalis* (menyenangkan, kasual, dan minimalis)?

Copy chart

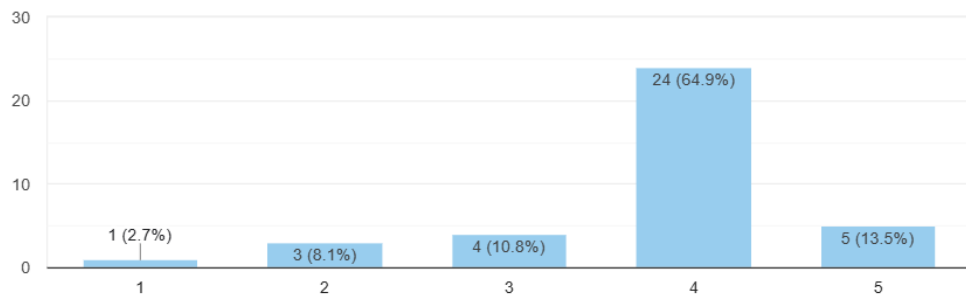
37 responses



Warna brand Private-Washing apakah sudah tepat dan menarik?

Copy chart

37 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

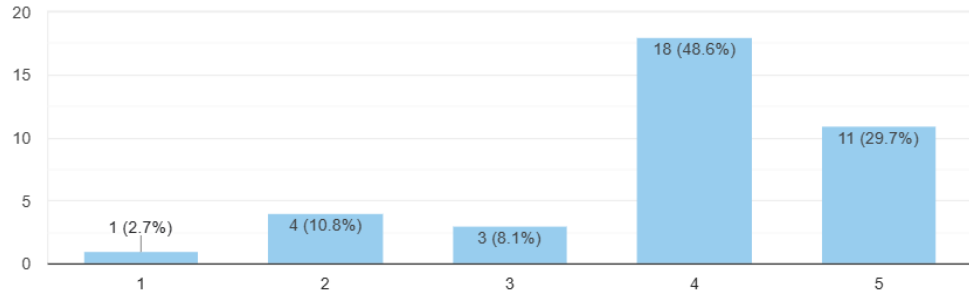
Hak Cipta :

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

Tipografi Private-Washing apakah memberikan kesan *playful*, *casual*, dan *minimalis* (menyenangkan, kasual, dan minimalis)?

[Copy chart](#)

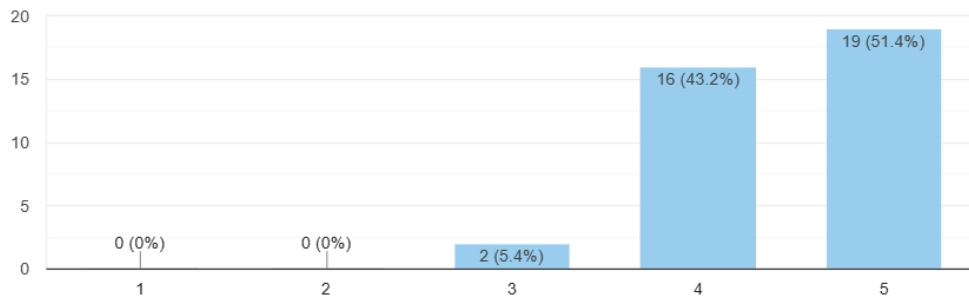
37 responses



Tipografi Private-Washing apakah sudah memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi?

[Copy chart](#)

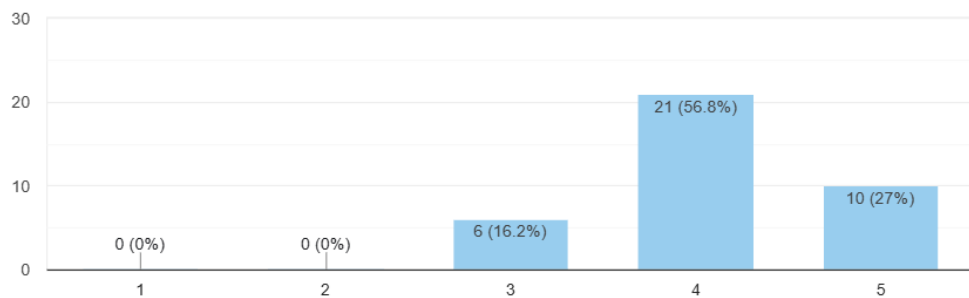
37 responses



Tipografi Private-Washing apakah sudah tepat dan menarik?

[Copy chart](#)

37 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

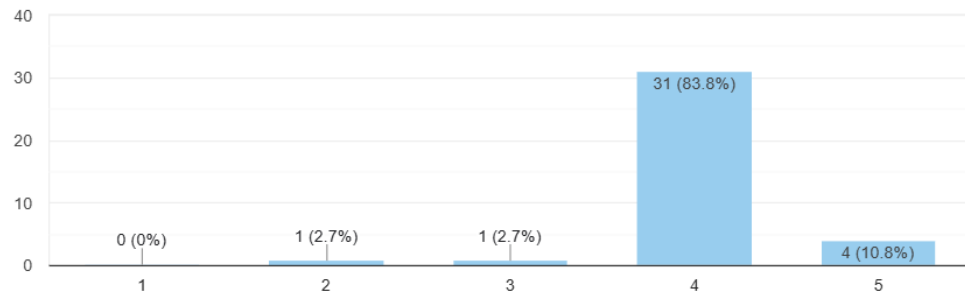
Hak Cipta :

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

Elemen supergrafis yang digunakan apakah sudah sesuai diaplikasikan pada identitas visual Private-Washing

[Copy chart](#)

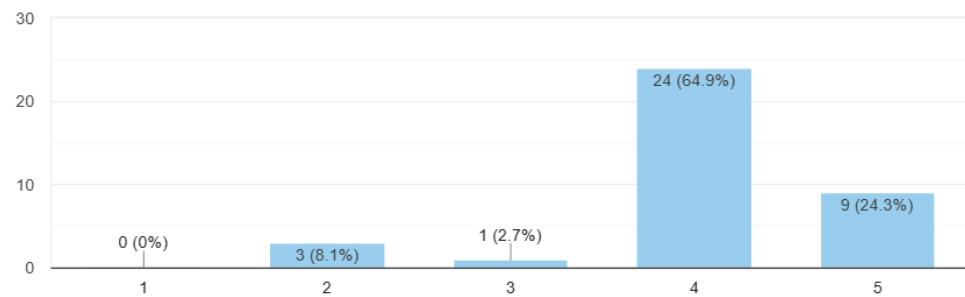
37 responses



Desain supergrafis Private-Washing apakah sudah memberikan kesan *playful*, *casual*, dan *minimalis* (menyenangkan, kasual, dan minimalis)?

[Copy chart](#)

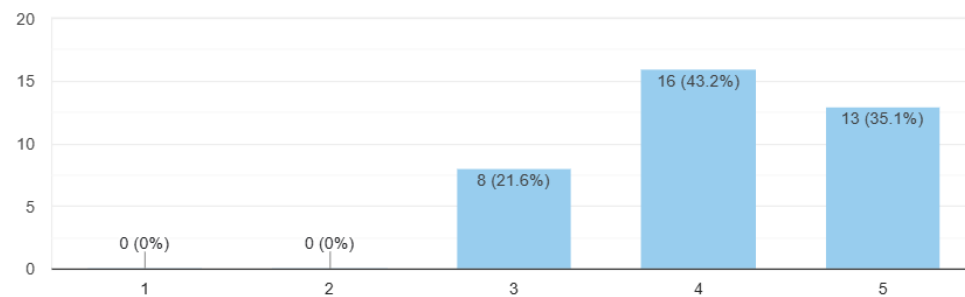
37 responses



Supergrafis Private-Washing apakah sudah tepat dan menarik?

[Copy chart](#)

37 responses





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

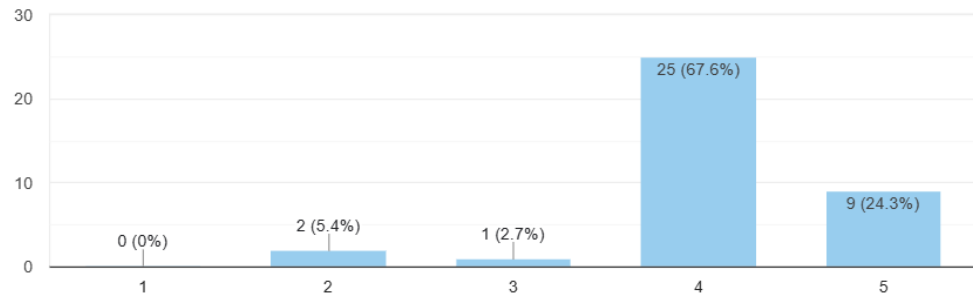
Hak Cipta :

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

Desain maskot Private-Washing apakah sudah memberikan kesan *playful*, *casual*, dan *minimalis* (menyenangkan, kasual, dan minimalis)?

[Copy chart](#)

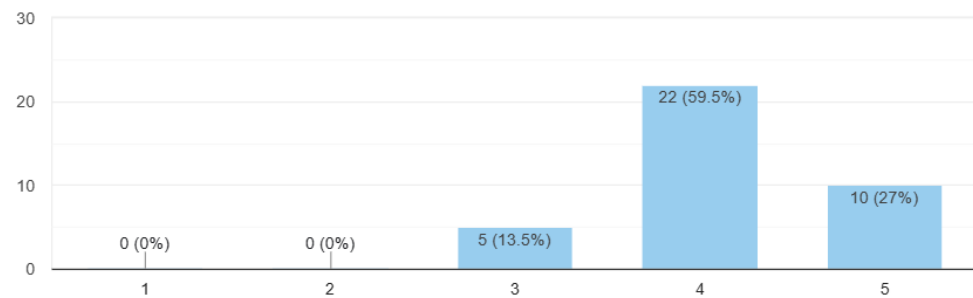
37 responses



Desain maskot Private-Washing apakah sudah tepat dan menarik?

[Copy chart](#)

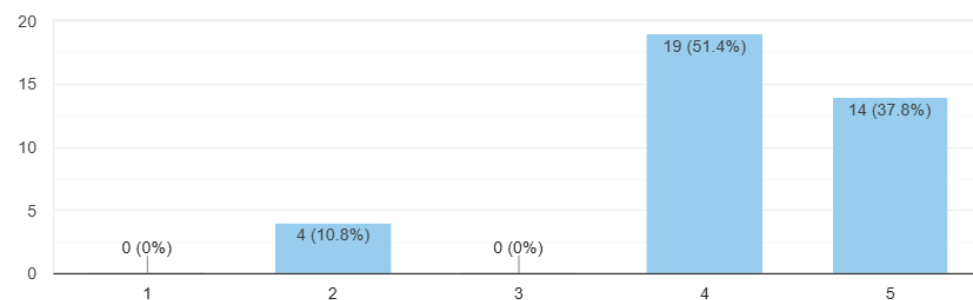
37 responses



Jika dibandingkan dengan brand laundry lain, apakah Private-Washing sudah memiliki tampilah visual yang menonjol?

[Copy chart](#)

37 responses





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

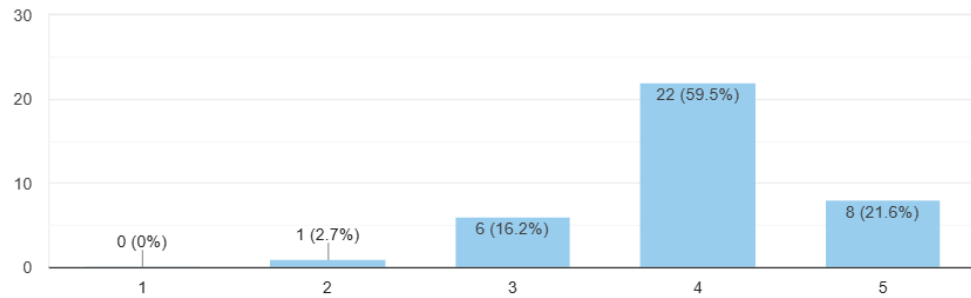
Hak Cipta :

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

Berdasarkan tampilan visualnya, seberapa besar kemungkinan Anda memilih layanan Private-Washing dibandingkan brand lain?

[Copy chart](#)

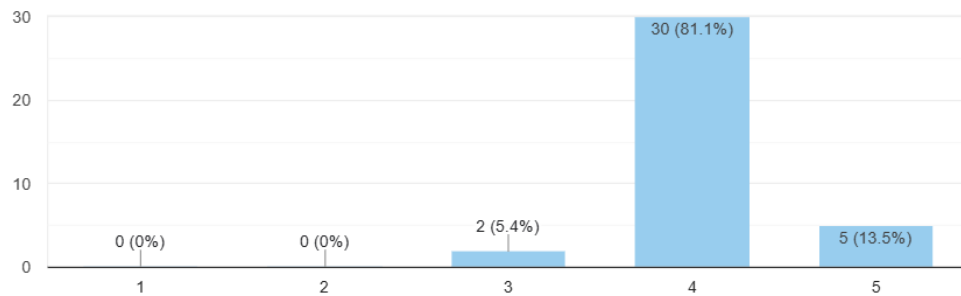
37 responses



Seberapa suka anda terhadap identitas visual Private-Washing?

[Copy chart](#)

37 responses



Apakah ada saran atau masukan yang bisa diberikan Anda terkait desain identitas visual (logo, maskot, supergrafis) Private-Washing?

37 responses

- tidak ada, sudah baik dan menarik
- Simpel tapi bagus logonya hehe
- tidak ada, cukup.
- Overall sudah bagus, tapi untuk warna bisa dipilih yg lebih menarik
- Udah the best itu logonya
- Udah bagus biyarkan saja seperti itu
- Cukup
- Sudah cocok dan playful dengan warna biru
- sudah cukup baik



Hak Cipta :

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

Lampiran 7. Hasil Cek Plagiarisme

 iThenticate®		Similarity Report ID: oid:3618:102994173	
PAPER NAME		AUTHOR	
Tugas Akhir_Rezky Belianto.pdf		Rezky Belianto	
WORD COUNT		CHARACTER COUNT	
14718 Words		93872 Characters	
PAGE COUNT		FILE SIZE	
96 Pages		16.2MB	
SUBMISSION DATE		REPORT DATE	
Jun 30, 2025 12:22 PM GMT+7		Jun 30, 2025 12:25 PM GMT+7	

● 5% Overall Similarity

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

- 5% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

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 8. Daftar Riwayat Hidup

REZKY BELIANTO

+6285158545155 | rezky.belianto@gmail.com | <https://www.linkedin.com/in/rezky-belianto/>

Depok, Indonesia, 16425

Undergraduate Graphic Design of State Polytechnic of Jakarta who is deeply passionate in graphic design and content designer. As a Graphic Designer, I offer a creative perspective, an open-minded approach, and capable using Adobe Creative Suite and Figma. My success lies in my ability to consistently deliver the highest quality, whether working collaboratively in a team or independently.

Education Level

Politeknik Negeri Jakarta

Sep 2021 - Sep 2025 (Expected)

Undergraduate Graphic Design, 3.45/4.00

- Relevant courses: Graphic Design Theory, Digital Illustration, Typography, Photography, Digital Imaging, Design Methodology, Visual Semiotics, Digital Layout, Packaging Design Innovation, Design Management, and Visual Branding.

Professional Experiences

AlloFresh - Jakarta, Indonesia (Hybrid)

Dec 2024 - May 2025

Graphic Designer Internship

- Communicating productively with Designer Lead to keep them up-to-date with project progression when 75%-100% progression.
- Consistently producing excellent visual work for AlloFresh collaboration partnership design, special deals promo design on app and social media with target 3-4 campaign a week
- Crafted various design materials for the AlloFresh Campaign such as Double Date, Pesta Gajian, Tanggal Tua every month.
- Created excelent artwork for Human Resources request such as dashboard, linkedin post, special day post, mascot, merchandise, deck, printing media and another design.

Kompas Gramedia - Jakarta, Indonesia (On-Site)

Sep 2024 - Dec 2024

Graphic Designer Internship

- Communicating productively with Mentor and Manager to keep them up-to-date with project progression when 75%-100% progression.
- Consistently producing excellent visual work for Bentara Budaya Event and Public Realtions needs 4+ contents in a week.
- Creating excelent artwork for company neededs such as Instagram feed and Instagram story, banner, webinar poster, and another media promotional.

Riliv - Surabaya, Indonesia (Remote)

Jul 2024 - Nov 2024

Graphic Designer Internship

- Consistently producing excellent visual work for linkedin post with 5+ contents a weeks.
- Executing graphic design based on the brand's guidelines for webinar poster, email blast, tutorial poster, deck material with 7+ contents a weeks.
- Executing graphic design based on the brand's guidelines for decks, and another media design.

Diagma Volksschule - Surakarta, Indonesia (Remote)

Jun 2024 - Dec 2024

Graphic Designer Assistant

- Communicating productively with Head of Team to keep them up-to-date with project progression when 75%-100% progression.Rebranding for corporate and marketing needs
- Successfully completed design content projects of approximately 5+ designs per week.
- Executing graphic design based on the brand's guidelines for decks, website, advertising media, and another media design.

StickEarn - Jakarta, Indonesia (Hybrid)

Feb 2024 - Aug 2024

Graphic Designer Internship

- Successfully completed design projects for campaign Kimia Farma Apotek "KF Mudik Lebaran" campaign with an audience interaction rate of 700.000 audiences in a week.
- Successfully redesign and transmigration of websiter StickEarn and Playlog for internal use.
- Executing graphic design based on the brand's guidelines for decks, website, advertising media, and another media design.

Conten Marketing Labs - Malang, Indonesia (Remote)

Feb 2024 - Apr 2024

Graphic Designer Internship

Internal company needs

- Communicating productively with Lead Designer to keep them up-to-date with project progression when 75%-100% progression.
- Successfully completed design content projects of approximately 4+ designs per client per week.
- Creating graphic visual needs for cmlab's based on the brand's guidelines for decks, e-book, brochure, and another media design.



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

Pemilu Land by GNFI - Jakarta, Indonesia (Remote)

Oct 2023 - Nov 2023

Graphic Design Internship

Internal company needs.

- Communicating productively with Head of Team to keep them up-to-date with project progression when 50%-100% progression.
- Successfully completed design content projects of approximately 7+ designs a week in one period.
- Successfully increased interaction with Instagram followers, achieving the most post likes of 7000+ likes.

Alan Creative - Depok, Indonesia (Remote)

Jul 2023 - Dec 2023

Graphic Designer Internship

Clients: 1. Alan Creative; 2. Alan Desa; 3. Alan School; 4. Teman Pasar; 5. Imani Almadani; 6. Green Grass Grocery; 7. Andi Rusni Official; 8. PemiluNow; 9. Sakabe Buffet; 10. Rakyat ProGibran Milenialz; 11. Tuan Guru Fauzan; 12. Success Academy.

- Consistently producing excellent visual work for client's communication in their digital channel such as on social media with 3+ contents per days.
- Successfully completed design content projects of approximately 7+ designs per client per week.
- Executing graphic design based on the brand's guidelines for decks, advertising media, and another media design.

Starting Point Indonesia - Depok, Indonesia (Remote)

Apr 2023 - Present

Graphic Designer Freelance

Clients: Flo&Sun Foods, Warmas Store.

- Executing graphic design based on the client's brief for design content purposes with 2 times consultations.
- Successfully achieved customer satisfaction of 85% during the period.

DigitalKrew - Jakarta, Indonesia (Hybrid)

Mar 2023 - Jun 2023

Content Designer Internship

Clients: 1. Naiba Houseware; 2. Sepeda Nakami; 3. STAR Asset Management.

- Executing graphic design based on the brand's guidelines for social media content purposes 7 design per week.
- Communicating productively with Head of Team to keep them up-to-date with project progression.
- Successfully completed design content projects of approximately 84+ designs per client in one period.

Salam Qurban - Bekasi, Indonesia (Remote)

Oct 2022 - Jan 2023

Graphic Design Internship

Internal company needs.

- Created an inbound design team for daily content needs with weekly achievements of 14+ designs.
- Created an outbound design team for administrative needs with weekly achievement of 8+ designs.

Organization Experiences

PNJ Mengabdi

Jul 2022 - Aug 2022

Videographer

- Create a company profile video for branding needs and increase followers engagement up to +500 likes and +50 shares.
- Documenting all agendas of public services every 5 times every days.

Anjangsana Sosial PNJ

Sep 2021 - Aug 2022

Communications and Informatics Field Staff

- Creating daily content design Instagram +2 contents a weeks.
- Creating Edufun 2022 committee content and producing contents +25 design.
- Creating Open Recruitmen Staff 2022 New Member committee content and producing +10 design.

Audit Week 2020

Nov 2020 - Dec 2020

Public Relations and Design Staff

- Planning and designing content for events +10 contents per period.
- Preparing zoom meeting confrence and received positive feedback of 87%.

Landscape Himas PKN STAN

Oct 2020 - Dec 2020

Head of Public Relations and Creative Division

- Creating visual identity Landscape Himas PKN STAN 2020 with +3 design media concept.
- Documenting events once every days recap.

Badan Audit Kemahasiswaan PKN STAN

May 2020 - Apr 2021

Public Relations Staff

- Creating designing dailly content +2 design feeds a weeks.
- Creating designing content for Instagram Story +5 design a weeks.



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

Skills, Achievements, & Other Experiences

- **Hard Skills:** Graphic design, visual branding, Illustration, layouting, editorial design, photography.
- **Soft Skills:** Critical thinking, attention to detail, growth mindset, time management, teamwork, work independently .
- **Language:** Indonesian (Native), English (Intermediate)
- **Project Based Learning (2024):** COO & Brand Designer | Founding and branding Kumoki Ichigo Daifuku for Project Based Learning
- **Projects Based Learning (2023):** Graphic Designer | Creating brand identity and compny profile book for UPA-TIK PNJ on Project Based Learning.
- **Projects (2022):** Logo Designer | Creating Boxpia logo and packaging at the TCC competition organized by HMGP.
- **Projects Based Learning (2022):** Graphic Designer | Branding company for Politeknik Negeri Jakarta on Project Based Learning.
- **Projects Based Learning (2022):** Graphic Designer | Redesigning MSME packaging from Gajeng Green Smoothies on Project Based Learning.
- **Projects (2021):** Layout Designer | Creating a design layout PPKn e-pocket book for grade X at the SMA/SMK.