



© 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

TUGAS AKHIR SPESIFIKASI PROYEK DESAIN

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UMKM NAMA KNA



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

Oleh:
SYAHIDAH NURBIVI VASHTI

NIM: 5017070553

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA DAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

DEPOK

2021



LEMBAR PERSETUJUAN

LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas Visual UMKM Namakna
Penulis : Syahidah Nurbivi Vashti
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, 6 Agustus 2021

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Rachmadita Dwi Pramesti, M. Ds.
NIP. 199005112019032019

Dosen Pembimbing II

Emmidia Djonaedi, S.T., M.T., M.B.A.
NIP. 198505162010122007



© Hak Cipta

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UMKM NAMAKNA

Oleh:

Syahidah Nurbivi Vashti
5017070553

Disahkan:

Depok,

Penguji I

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

Penguji II

Muchliyanto, M. Psi
NIP. 520000000000000078

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



Dra. Wiwi Prastiwinarti, M.M
NIP. 196407191997022001



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Identitas visual penting untuk dimiliki suatu usaha mikro kecil menengah agar konsumen mudah mengingat nama *brand*. Namakna adalah suatu usaha kuliner yang sudah ada sejak Januari 2020. Dengan *tagline* Namakna yaitu “Menyajikan makanan yang diinginkan”, Namakna menyediakan menu nasi kuning dan nasi uduk. Seiring berjalannya usaha tersebut, konsumen Namakna semakin meluas, namun belum memiliki identitas visual yang dapat dicantumkan pada kemasan dan media sosialnya, sehingga konsumen sulit untuk mengingat nama *brand*. Dengan identitas visual yang mampu mewakili *brand* Namakna, maka dapat membangun kepercayaan konsumen dan citra baru. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif yaitu wawancara, metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan survei. Landasan teori yang digunakan adalah teori *branding* dan identitas visual, logo, warna, tipografi, *gestalt*, *grid*, *graphic standard manual*. Melalui proses *mind map*, *moodboard*, eksplorasi sketsa serta digitalisasi, hasil dari penelitian ini adalah identitas visual berupa logo, warna, tipografi dan *supergraphic pattern* yang diatur dalam sebuah buku *graphic standard manual*. Dengan konsep yang natural dan ramah serta gaya desain yang *simple* dan *modern*, identitas visual diterapkan pada media pendukung yaitu label kemasan, poster digital, nota pembelian, *flyer* dan *banner*. Buku panduan berupa GSM dan media pendukungnya di cetak menggunakan bahan sesuai dengan kebutuhan Namakna. Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya identitas visual, maka UMKM Namakna dapat mengembangkan usahanya dengan *branding* produk melalui media *online* maupun *offline*.

Kata kunci: Usaha Kuliner, UMKM, Identitas Visual, Branding, Desain Grafis



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

Visual identity is important for a micro, small and medium business so that consumers can easily remember the brand name. Namakna is a culinary business which has existed since January 2020. With the Namakna tagline, "Serving the food you want", Namakna provides Nasi Kuning and Nasi Uduk menu. As the business goes on, Namakna consumers are getting wider, but do not yet have a visual identity which can be included on their packaging and social media, so that consumers find it difficult to remember the brand names. With a visual identity that is able to represent the Namakna brand, it can build consumer trust and a new image. The research method used is a descriptive qualitative method, such as interviews. Data collection methods are observation, interviews and surveys. The theoretical basis used is branding theory and visual identity, logo, color, typography, gestalt, grid, graphic standard manual. Through the process of mind mapping, moodboard, sketch exploration and digitization, the result of this research is a visual identity in the form of logos, colors, typography and super graphic patterns arranged in a graphic standard manual book (GSM). With a natural, friendly concept and a simple modern design style, visual identity is applied to support branding media such as packaging labels, digital posters, purchase notes, flyers and banners. The guide book in the form of GSM and its supporting media is printed using materials according to Namakna needs. It can be concluded that with a visual identity, Namakna can develop their business by branding products through online and offline media.

Keywords: *Culinary Business, UMKM, Visual Identity, Graphic 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

PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia nya, sehingga tugas akhir ini dapat dibuat dengan baik. Tugas akhir ini disusun untuk diajukan sebagai persyaratan kelulusan Sarjana Terapan Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini penulis dibantu oleh banyak pihak. Berkat bantuan dan bimbingannya, penulis dapat mengumpulkan data, menyusun, dan dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, ibu Siti Natasya dan ayah Drs. Heru Santoso. Serta semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan tugas akhir di antaranya:

1. Bapak Dr.sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Ibu Dra. Wiwi Prastiwinarti, M.M, selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan
3. Ibu Anggi Anggarini, S.Ds., M. Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis dan Pembimbing Akademik
4. Ibu Rachmadita Dwi Pramesti, M. Ds selaku Dosen Pembimbing I
5. Ibu Emmidia Djonaedi, S.T., M.T., M.B.A. selaku Dosen Pembimbing II
6. Seluruh dosen Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan program studi Desain Grafis
7. Mila selaku owner UMKM Namakna sebagai klien dalam Tugas Akhir serta pelanggan-pelanggan dari UMKM Namakna
8. Amalin dan teman-teman kelas desain grafis 8D angkatan 2017 yang selalu memberi semangat

Penulis menyadari tugas akhir ini jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang mendukung akan bermanfaat bagi penulis untuk menyempurnakan tugas akhir ini.

Depok, Agustus 2021

Syahidah Nurbivi Vashti



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.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	2
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II.....	6
LANDASAN PERANCANGAN.....	6
2.1 <i>Branding</i> dan Identitas visual.....	6
2.1.1 Pengertian identitas visual.....	6
2.1.2 Fungsi identitas visual.....	7
2.2 Elemen Identitas Visual.....	7
2.2.1 Logo.....	7
2.2.2 Warna.....	11
2.2.3 Tipografi.....	16
2.2.4 <i>Tagline</i>	20
2.2.5 <i>Pattern</i>	20



© 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

2.2.6 Penerapan Identitas	21
2.3 <i>Graphic Standard Manual</i>	23
2.4 <i>Layout</i>	26
2.5 <i>Grid</i>	26
2.6 Teori Gestalt	27
2.7 Teori Metode Riset Desain	27
2.7.1 Teori <i>Mind Mapping</i>	28
2.7.2 Teori <i>Moodboard</i>	28
BAB III	29
METODE PERANCANGAN	29
3.1 Metode Riset Desain	29
3.1.1 <i>Mind map</i>	29
3.1.2 <i>Moodboard</i>	29
3.1.3 <i>Sketsa Manual</i>	29
3.1.4 <i>Digitalisasi</i>	30
3.1.5 <i>Testing and Development</i>	30
3.1.6 <i>Modelling</i>	30
3.2 Metode Pengumpulan Data	30
3.2.1 <i>Wawancara</i>	30
3.2.2 <i>Observasi</i>	31
3.2.3 <i>Survei</i>	31
3.2.4 <i>Studi Literatur</i>	31
3.3. Data dan Analisis	32
3.3.1 <i>Profil Klien</i>	32
3.3.2 <i>Product Knowledge</i>	34
3.3.3 <i>Kompetitor</i>	35
3.3.4 <i>Consumer Insight</i>	37
3.3.5 <i>Target Market Namakna</i>	39
3.3.6 <i>SWOT (strength, weakness, opportunity, threats)</i>	40
3.4 <i>Arahan Kreatif</i>	42
BAB IV	46



© 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

HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN	46
4.1 Konsep Visual	46
4.1.1 <i>Mind Map</i>	46
4.1.2 <i>Moodboard</i>	47
4.2 Proses desain	49
4.2.1 Sketsa	51
4.2.2 Digitalisasi	52
4.2.3 Desain Terpilih	53
4.2.4 Hasil <i>Testing dan Development</i>	56
4.3 <i>Graphic Standard Manual</i>	56
4.3.1 <i>Modelling</i>	69
4.4 Media Pendukung	70
4.5 Pertimbangan Produksi	74
BAB V PENUTUP	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Saran	78

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh logotype Bolu Ummi	9
Gambar 2. 2 Contoh logogram	9
Gambar 2. 3 Contoh gabungan antara logogram dan logotype	10
Gambar 2. 4 Penggunaan warna orange dan hijau pada logo	13
Gambar 2. 5 Contoh logo brand Burger King	14
Gambar 2. 6 Contoh logo restoran	15
Gambar 2. 7 Contoh readability	18
Gambar 2. 8 Contoh legibility	18
Gambar 2. 9 Contoh huruf sans serif	19
Gambar 2. 10 Contoh huruf serif	20
Gambar 2. 11 Contoh supergrafis pattern	21
Gambar 2. 12 Contoh penerapan logo pada label kemasan	22
Gambar 2. 13 Contoh penerapan logo pada nota pembelian	22
Gambar 2. 14 Penerapan logo pada media sosial	23
Gambar 2. 15 Contoh penggunaan logo satu warna	25
Gambar 2. 16 Contoh penggunaan logo yang salah	25
Gambar 2. 17 Contoh grid sistem	26
Gambar 3. 1 Tampilan instagram Namakna	32
Gambar 3. 2 Menu nasi kuning	33
Gambar 3. 3 Menu nasi uduk	33
Gambar 3. 4 Keripik kentang Namakna	35
Gambar 3. 5 Kerupuk makaroni Namakna	35
Gambar 3. 6 Logo Nasi Kuning Mbok Rum	35
Gambar 3. 7 Logo nasi kuning & uduk Bang Apis	36
Gambar 3. 8 Logo Bakoel Nasi Uduk	37
Gambar 3. 9 Kesimpulan survei pelanggan Namakna	38
Gambar 3. 10 Pengetahuan pelanggan terhadap usaha kuliner Namakna	38
Gambar 3. 11 Kesimpulan Survei Target Market Namakna	39
Gambar 4. 1 <i>Mind map</i> Namakna	47
Gambar 4. 2 <i>Moodboard</i> elemen visual	48
Gambar 4. 3 <i>Moodboard layout</i> media turunan	48
Gambar 4. 4 Bumbu rempah Namakna untuk referensi warna	49
Gambar 4. 5 Beberapa pilihan <i>typeface</i> untuk referensi tipografi	50
Gambar 4. 6 Bodoni <i>typeface</i>	50
Gambar 4. 7 Glacial Indifference <i>typeface</i>	50
Gambar 4. 8 Eksplorasi sketsa logogram dan Logotype Namakna	51
Gambar 4. 9 Eksplorasi sketsa logogram Namakna	52
Gambar 4. 10 Sketsa alternatif logo digital Namakna	52
Gambar 4. 11 Sketsa pattern Namakna	53



© 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 4. 12 Sketsa logo digital Namakna	53
Gambar 4. 13 Warna <i>brand</i> Namakna	55
Gambar 4. 14 Tipografi <i>brand</i> Namakna	55
Gambar 4. 15 <i>Pattern brand</i> Namakna	56
Gambar 4. 16 <i>Cover GSM</i> Namakna	57
Gambar 4. 17 Daftar isi <i>GSM</i> Namakna	57
Gambar 4. 18 Profil <i>brand</i> Namakna	58
Gambar 4. 19 Identitas <i>brand</i> Namakna	58
Gambar 4. 20 Penggunaan logo <i>grid</i>	59
Gambar 4. 21 Penggunaan <i>minimum size</i> logo	59
Gambar 4. 22 Penggunaan logo yang tidak tepat	60
Gambar 4. 23 Penggunaan logo pada media kemasan	60
Gambar 4. 24 Penggunaan logo pada media nota pembelian	61
Gambar 4. 25 Penggunaan logo pada media <i>flyer</i>	61
Gambar 4. 26 Penggunaan logo pada media <i>banner</i>	62
Gambar 4. 27 Penggunaan logo pada media poster digital	62
Gambar 4. 28 Penggunaan logo pada warna <i>brand</i>	63
Gambar 4. 29 Warna Namakna	63
Gambar 4. 30 <i>Value</i> warna Namakna	64
Gambar 4. 31 Warna utama dan sekunder	64
Gambar 4. 32 Tipografi	65
Gambar 4. 33 <i>Emphasize</i> tipografi	65
Gambar 4. 34 Hierarki tipografi	66
Gambar 4. 35 Susunan alfabet tipografi	66
Gambar 4. 36 <i>Super graphic pattern</i>	67
Gambar 4. 37 Penggunaan <i>super graphic pattern</i>	67
Gambar 4. 38 <i>Cropping super graphic pattern</i>	68
Gambar 4. 39 <i>Cover</i> belakang <i>GSM</i>	68
Gambar 4. 40 <i>Mockup cover GSM</i>	69
Gambar 4. 41 <i>Mockup isi GSM</i> bagian 1	69
Gambar 4. 42 <i>Mockup isi GSM</i> bagian 2	70
Gambar 4. 43 Label kemasan	71
Gambar 4. 44 Kemasan sekunder	71
Gambar 4. 45 <i>Flyer</i>	72
Gambar 4. 46 Nota Pembelian	73
Gambar 4. 47 Sosial Media	73
Gambar 4. 48 <i>Standing banner</i>	74



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 SWOT Namakna.....	41
Tabel 3.2 Arahana kreatif Namakna.....	42





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 Dosen Pembimbing I
Lampiran 2 : Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing II
Lampiran 3 : Hasil Kuesioner
Lampiran 4 : Transkrip Wawancara





Hak Cipta :

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Makanan adalah suatu kebutuhan bagi manusia. Menurut Ardianti (2020), usaha kuliner memiliki sektor pasar yang menjanjikan karena sesuai dengan kebutuhan dasar manusia. Di kota-kota besar, usaha kuliner semakin berkembang karena kebutuhan masyarakat perkotaan yang semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Tingkat kesibukan kerja mereka yang semakin tinggi berpengaruh terhadap pemesanan makanan dari luar rumah (Prapti NSS & Rahoyo, 2019).

Produk UMKM dan bisnis rumahan cukup berpengaruh bagi masyarakat di Indonesia. Dalam survei yang diselenggarakan oleh Ipsos juga diteliti sejauh mana pandemi Covid-19 berpengaruh terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjadi penopang ekonomi di Indonesia. Berdasarkan hasil survei pada Februari 2021, porsi pembelian tertinggi yaitu dari sektor UMKM, baik sebelum dan selama pandemi. Sepanjang pandemi, mayoritas masyarakat Indonesia mengaku lebih memilih membeli produk UMKM melalui *e-commerce*, media sosial, aplikasi transportasi online dan *mini market* atau toko tradisional, Adapun tiga jenis produk UMKM yang akan tetap diminati sepanjang 2021 yaitu kuliner, minuman, dan buah. (Rahayu, 2021).

Dalam pemasaran suatu produk, *brand* memiliki peran penting. *Brand* atau merek yaitu suatu nama, tanda, istilah, simbol, desain atau kombinasi dari semuanya untuk mengidentifikasi suatu benda atau jasa agar *brand* tersebut dapat berbeda dengan kompetitor lain. Tidak hanya itu, merek dapat memberikan kesan positif dalam membangun identitas *brand*, menciptakan loyalitas konsumen dan memperluas jaringan pemasaran. (Yudianita et al., 2020). Salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner adalah Namakna, usaha mikro kecil menengah ini menyajikan paket makanan dengan menu nasi uduk, nasi kuning, berbagai lauk dan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

makanan ringan jenis kerupuk yang sudah berdiri sejak Januari 2020. Pada awalnya, pesanan diproduksi untuk kegiatan bakti sosial, pembicara seminar, hingga acara aqiqah. Setelah 1 tahun seiring meluasnya konsumen, Namakna pun sering dipesan 1 hingga 5 porsi untuk perorangan.

Konsumen Namakna sudah semakin meluas namun belum memiliki identitas yang dapat mewakili citra UMKM Namakna pada kemasannya maupun media sosial, sehingga konsumen kesulitan untuk mengingat nama dan memberi rekomendasi kepada orang lain karena tidak mengetahui jelas identitas bisnis kuliner tersebut. Selain itu, Namakna ingin menjangkau konsumen sesuai target marketnya yaitu kalangan dewasa muda sehingga memiliki tantangan untuk memasarkan produknya di kalangan usia muda, karena sejauh ini menu yang disajikan lebih populer di kalangan orang tua. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka diperlukan perancangan identitas visual yang dapat mewakili *brand* Namakna, agar dapat membangun kepercayaan konsumen dengan mempromosikan produknya melalui sosial media, melengkapi identitas pada kemasannya serta dapat menciptakan citra dan persepsi sesuai target marketnya. Dengan adanya identitas visual pada sosial media maupun kemasan, maka konsumen akan mudah mengingat nama *brand*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah dipaparkan pada bagian latar belakang, maka rumusan masalah yang dibahas dalam tugas akhir ini yaitu, Bagaimana merancang identitas visual yang mampu mewakili *brand* Namakna agar mudah diingat, dapat membangun citra tertentu dan membangun kepercayaan konsumen di kalangan usia muda?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup yang dibahas sebagai acuan dan batasan pada perancangan ini adalah hal-hal yang berkaitan dengan perancangan identitas visual Namakna yaitu sebagai berikut:

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

1. Perancangan identitas visual yang mampu mewakili Namakna dengan menggunakan elemen dan prinsip desain grafis.
2. Perancangan buku *Graphic Standard Manual* sebagai panduan penggunaan identitas visual *brand* Namakna.
3. Penerapan desain identitas visual Namakna pada media pendukung seperti: label pada kemasan, media promosi digital, *paper bag*, nota, *flyer* dan *banner*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun dalam perancangan desain identitas visual ini terdapat beberapa tujuan dan manfaat, tujuan tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Menjelaskan proses desain yang digunakan dalam pembuatan desain identitas visual untuk Namakna
2. Menjelaskan tentang aturan dalam penggunaan identitas visual Namakna yang dibuat dalam buku panduan *Graphic Standard Manual* (GSM).
3. Menerapkan desain identitas visual Namakna pada media pendukung seperti label pada kemasan, media promosi digital, *paper bag*, nota, *flyer* dan *banner*.

Manfaat yang ingin dicapai dalam pembahasan ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan/referensi untuk penelitian berikutnya yang berkaitan dengan identitas visual.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Klien

Dengan adanya desain identitas visual serta buku panduan berupa *Graphic Standard Manual* (GSM), klien dapat mengembangkan usahanya dengan *branding* produk melalui media *online* maupun *offline*.



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

- b. Bagi *Target Market*

Dengan adanya desain identitas visual, konsumen dapat membedakan antara Namakna dan usaha kuliner lainnya sehingga dapat membangun kepercayaan konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan tugas akhir ini, terdapat sistematika penulisan agar penyajian dan pembahasan materi dapat terstruktur dengan baik sehingga mudah dipahami. Sistematika penyusunan terbagi menjadi lima bagian, dengan susunan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang perancangan identitas visual Namakna, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan.

BAB II Landasan Perancangan

Bab ini berisi tentang landasan teori yang digunakan untuk mendukung perancangan identitas visual Namakna yang berkaitan dengan elemen desain grafis, landasan teori ini berasal dari beberapa referensi yaitu buku, jurnal dan website.

BAB III Metode Perancangan

Bab ini berisi tentang metode pengumpulan data dan data lainnya seperti fakta mengenai profil Namakna, analisis SWOT, metode riset desain, di dalam bab ini juga membahas tentang arahan kreatif yang digunakan untuk mendukung pembuatan identitas visual Namakna.



BAB IV Hasil dan Pembahasan desain

Bab ini berisi tentang proses pembuatan identitas visual Namakna, mulai dari konsep berupa *mind map* dan *moodboard*, *key message*, *tone and manner*, sketsa halus hingga sketsa digital yang terpilih serta hasil desain yang diterapkan pada media pendukung. Dalam bab ini juga menjelaskan tentang pertimbangan produksi mengenai material dan ukuran.

BAB V Penutup

Bab ini berisi tentang simpulan dari hasil perancangan identitas visual dan saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.



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



BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Dalam perancangan identitas visual UMKM Namakna terdapat simpulan berisi pernyataan singkat tentang hasil dan pembahasan serta saran. Kesimpulan dari perancangan identitas visual ini adalah sebagai berikut:

1. UMKM Namakna adalah usaha kuliner yang membutuhkan suatu identitas visual untuk mendukung perkembangannya. Dengan adanya identitas visual, maka Namakna dapat *promosi* serta *branding* produk melalui media sosial maupun media cetak. Dengan adanya identitas visual dapat membantu Namakna agar mudah diingat oleh konsumennya, dapat membangun citra tertentu dan membangun kepercayaan konsumen.
2. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif berupa wawancara. Selain itu, metode pengumpulan data berupa survei melalui kuesioner dan observasi. Dilakukan Analisis SWOT dan STP untuk mengetahui tentang kekuatan dan kekurangan Namakna.
3. Proses *mind map* dan *moodboard* dibuat untuk mengembangkan ide konsep perancangan. Proses desain yaitu eksplorasi sketsa serta digitalisasi. Logo yang terpilih untuk menjadi logo Namakna sesuai dengan tema yaitu bentuk sederhana dari hidangan nasi dengan bumbu rempah yang natural. Konsep visual untuk perancangan identitas visual Namakna yaitu dengan gaya desain modern dan sederhana serta *key message* yaitu ramah dan bumbu rempah natural. Penggunaan *warm colour* warna untuk *brand* didapatkan melalui warna bumbu rempah yang mencerminkan kesan hangat. Penggunaan gambar *outline* dan elemen visual garis yang tipis mewakili kesan sederhana.
4. Tipografi sans serif mewakili kesan sederhana, modern dan futuristik. Tipografi serif jenis modern mewakili kesan formal disesuaikan dengan audiens dan target market yang dituju oleh Namakna yaitu usia dewasa muda, tipografi serif juga menciptakan kesan mewah dan elegan. Penggunaan identitas visual

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



Hak Cipta :

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

Namakna berupa logo, warna, tipografi dan *super graphic pattern* diatur dalam buku panduan *Graphic Standard Manual (GSM)*.

5. Landasan untuk merancang identitas visual sesuai dengan ilmu desain grafis yaitu penggunaan teori logo, tipografi, warna, gestalt, *graphic standard manual* dan teori yang berkaitan dengan *branding* dan identitas visual. Teori *gestalt* yang diterapkan untuk logo dan *super graphic pattern* Namakna yaitu teori *simplicity* dan *continuity*.
6. Identitas visual diterapkan pada media pendukung yaitu label pada kemasan, *paper bag*, *flyer*, *banner*, nota pembelian serta poster digital untuk sosial media.

5.2 Saran

Dengan dibuatnya perancangan identitas visual, maka terdapat beberapa saran untuk pembaca maupun penelitian yang berkaitan dengan *branding* dan identitas visual. Beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Untuk merancang sebuah identitas visual, perlu aktif dalam mengumpulkan data sesuai dengan data yang dibutuhkan yaitu yang berkaitan dengan klien maupun berkaitan dengan eksplorasi desain.
2. Pada proses desain, perlu adanya banyak referensi ide desain secara visual maupun yang berkaitan dengan landasan teori sehingga mempermudah eksplorasi sketsa dan desain yang telah dibuat dapat disesuaikan dengan teori desain grafis. Dalam proses cetak perlu memperhatikan kesesuaian antara desain yang telah dibuat secara digital dan hasil desain setelah dicetak terutama dalam penggunaan warna.



DAFTAR REFERENSI

Buku

- Anggraini, L., dan Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual, Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Caniago, Ferri. (2012) *Cara Mutakhir Jago Desain Logo*. Jakarta: Laskar Group.
- Kartika dan wijaya (2016). *Logo Visual Asset Development*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Redono, D (2013). *Simple Promotion Dan Branding Untuk UKM*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sihombing, Danton (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Swasty, W. (2017). *Serba Serbi Warna Penerapan pada Desain*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Swasty, W. (2016). *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya
- Setiawan, I. N. A. F. (2019). *Sistem Tanda Visual Logo STMIK STIKOM Indonesia*. STMIK STIKOM Indonesia.

Jurnal

- Adi, G. B. (2017). Dampak penggunaan warna panas dalam upaya *branding* suatu produk. *PRODUCTUM Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 3(2).
- Aprinawati, I. (2018). Penggunaan Model Peta Pikiran (*Mind Mapping*) untuk Meningkatkan Pemahaman Membaca Wacana Siswa Sekolah Dasar. 2(1), 9.
- Ardianti, P. N. H., Suwandewi, P. A. M., & Danini, D. A. R. (2020). *Bisnis Kuliner Online Solusi Usaha di Tengah Pandemi Covid-19*.
- Bakri, N. (2020). Perancangan Visual *Branding* Usaha Mila di Kabupaten Sidrap. *Eprints*, Universitas Negeri makassar.
- Chandra, G.D. (2018). Pengaruh Warna Logo *Brand* Terhadap *Brand Personality*. *Journal Ubaya*

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

M. A. Hafidzan and D. Apsari, "Perancangan Identitas Visual Taman Kota 1 Tangerang Selatan Melalui Media Informasi," *eProceeding of Art & Design, Telkom University*. 2020

Haeruddin Wijaya, M., & Wibawa, M. (2020). Perancangan *Brand Identity* Industri Kecil Menengah "Pawone Unin" Sebagai Identitas Usaha Katering di Kota Malang.

Noviantari, R. N., & Patria, A. S. (2020). Perancangan *Brand Identity* Serbuk Bawang Dayak Unik. 1(2), 14.

Prapti NSS, Rr. L., & Rahoyo, R. (2019). Dampak Bisnis Kuliner Melalui *Go Food* Bagi Pertumbuhan Ekonomi di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 20(2), 120. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v20i2.1243>.

Violetta, F., & Melini, E. (2020). Analisis Identitas Visual *Water Boom* Lippo Cikarang.

Wibowo, A., Utami, B. S., & Pratiwi, P. (2020). Perancangan Visual *Brand Identity* Tukang Sayoer Online Sebagai Upaya Menaikkan *Brand Awareness*. 5, 18.

Witabora, J., Adidharma, K. S., Meilani, M., & Respati, A. A. (2018). Studi Skema Warna Berdasarkan Lokal Konten Budaya Kota. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 5(1). <https://doi.org/10.36806/jsrw.v5i1.7>

Januariansyah S. (2018). Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien. Universitas Negeri Yogyakarta.

Website

Andina, Y. (2020). Kenapa ada warna merah, oranye, dan kuning di logo makanan. Diakses pada 20 April 2021. Dari <https://www.google.com/amp/s/kreativv.com/seni-rupa-dan-desain/logo-makanan/amp/>

Ayam Kriwil HO (n.d). Diakses pada 25 April 2021. Dari <https://page.line.me/kvk1444h>

Bakoel Nasi Uduk (n.d). Diakses pada 25 April 2021. <https://www.instagram.com/bakoelnasiuduk/>

Graphic Design Studio. Diakses pada 26 April 2021. Dari <https://id.pinterest.com/pin/199776933458868198/>

Hal-Hal Apa Saja yang Perlu Diperhatikan dalam *typography*. Diakses pada 26 April 2021. Dari <https://www.dictio.id/t/hal-hal-apa-saja-yang-perlu-diperhatikan-dalam-typography/107024/3>



© 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

Nasi Kuning Bang Apis (n.d). Diakses pada 25 April dari linktr.ee/nasikuningbangapis

MbokRum.com (n.d). About us. Diakses pada 25 April 2021. Dari www.MbokRum.com

Rahayu, A. C. (2021). Selama Pandemi, Produk UMKM ini yang Paling Banyak Diminati. Diakses pada 1 April 2021. Dari <https://www.Kontan.co.id>.

Starbucks.co.id (n.d). Diakses pada 26 April 2021. Dari <https://www.starbucks.co.id/>

The Burger King Logo and The History Behind its Brand (n.d). Diakses pada 26 April 2021. Dari <https://www.designyourway.net/blog/graphic-design/burger-king-logo/>





Lampiran 1: Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing I

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA: Syahidah Nurbivi Vashti
 NAMA PEMBIMBING: Rachmadita Dwi Pramesli, M.Ds
 JUDUL TUGAS AKHIR: Perancangan Identitas Visual UMKM Namakna

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	29 / maret / 2021	mengganti media turunan kartu nama menjadi brosur, karena kartu nama kurang dibutuhkan	melengkapi media turunan sesuai keperluan klien yaitu label pada kemasan, poster digital untuk sosial media, standing banner, brosur, paper bag, nota.
	6 / April / 2021	penambahan kata-kata pada bagian judul, mempersingkat paragraf 1 dan menambahkan penjelasan tentang alasan usaha kuliner perlu identitas visual pada paragraf 3. mengubah kalimat pada bagian manfaat praktis	melengkapi judul, revisi pada bagian latar belakang, revisi pada bagian manfaat
2	19/April/2021	konsultasi mengenai pertanyaan yang ada pada kuisioner (untuk data pada bab 3)	melengkapi pertanyaan yang kurang lengkap pada kuisioner (yaitu data tentang behavior konsumen Namakna)
3	10/mei/2021	menambahkan teori branding pada bab 2	revisi bagian bab 2
4	20/mei/2021	menambahkan teori metode riset desain serta teori mind map dan moodboard pada bab 2, perjelas hasil kuisioner, ubah poin kuisioner menjadi poin survei, menghapus foto pada bagian observasi	revisi bagian bab 2 dan bab 3. Melengkapi teori yang belum ada
5	10/juli/2021	Menambahkan poin pada mind map dan menyusun ulang moodboard (membuat mood media turunan dan mood elemen visual)	revisi bab 4 pada bagian moodboard dan mind map
6	19/juli/2021	Mengubah logo sesuai dengan konsep visual yaitu membentuk sudut rounded pada logo agar mewakili gaya desain fleksibel	Mengubah sudut pada logo dan melanjutkan pembuatan GSM
7	27/juli/2021	Perbaiki di bagian testing & development	melengkapi hasil testing & development
8	3/Agustus/2021	edit desain pattern pada paper bag	revisi bab 4

*untuk & menanti arisan bimbingan selanjutnya

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



Lampiran 2: Lembar Bimbingan Teknis Dosen Pembimbing II

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA Syahidah Nurbivi Vashiti
NAMA PEMBIMBING Emmidia Djonaedi, S.T., MT., M.B.A
JUDUL TUGAS AKHIR Perancangan Identitas Visual UMKM Namakna

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	7 Mei 2021	Identifikasi kata asing dibuat italic, spasi 1,5, edit tulisan "brand" menjadi italic, edit tulisan mindmap menjadi "mind map" dan dibuat italic	revisi bab 1
2	23 Juni 2021	Menambahkan nama pengarang buku dan jurnal pada paragraf, mengubah kata "terdapat" menjadi "bisa didapatkan", mencari gambar sesuai dengan sumbernya, edit ukuran huruf pada bagian caption gambar, membuat diagram pie untuk kesimpulan kuesioner, edit line spacing, mencantumkan sumber pada bagian teori observasi, memberi judul tabel dalam satu halaman yang sama dengan tabel, penulisan ulang keterangan hasil kuesioner pada bagian lampiran, edit kata asing menjadi italic, edit kata dengan penulisan yang salah, menambahkan gambar mind map, edit kata "diantara nya" menjadi "diantaranya", edit kata "merk" dengan "merek", edit kata "akikah" menjadi "aqiqah", edit kata "perseorangan" menjadi "perorangan",	Revisi bab 2 dan bab 3, dengan mengganti kata yang salah dalam penulisan, edit kata asing menjadi italic, menambahkan diagram pie pada bagian kesimpulan hasil kuesioner, edit ukuran huruf dan line spacing
3	3 Agustus 2021	mengganti kata "merk" dengan "merek", kata "picture mark" italics, memberi nomor pada lampiran kuesioner, ubah resolusi gambar pada lampiran kuesioner. Menambahkan judul tabel setiap tabel berganti halaman	Revisi bab 2, bab 3 dan lampiran
4	4 agustus 2021	bab 4 di perbaiki susunan kalimatnya, dan ukuran gambar	menambahkan numbering pada kesimpulan dan numbering penjelasan tentang mind map. kata asing dibuat italics, perbaiki ukuran gambar, menambahkan imbuhan "ber" pada kata di bagian kesimpulan, menyusun kalimat pada penjelasan tentang media turunan, mengubah kata yang kurang tepat
5	5 Agustus 2021	bab 5 diperbaiki susunan kalimat	perbaiki pada bab 5, Perbaiki daftar referensi

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



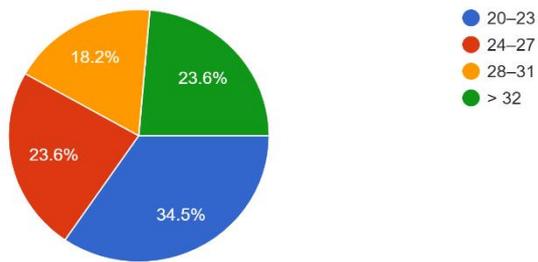
Hak Cipta :

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 3: Hasil kuesioner

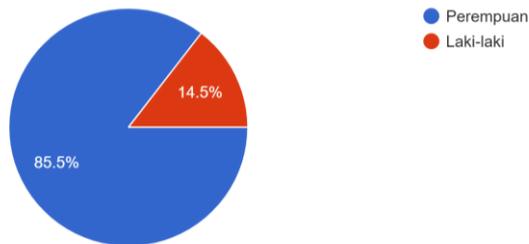
1. Usia responden

Usia Responden
55 responses



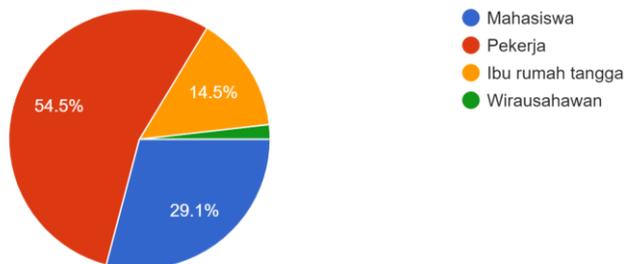
2. Jenis Kelamin Responden

55 responses



3. Profesi Responden

55 responses

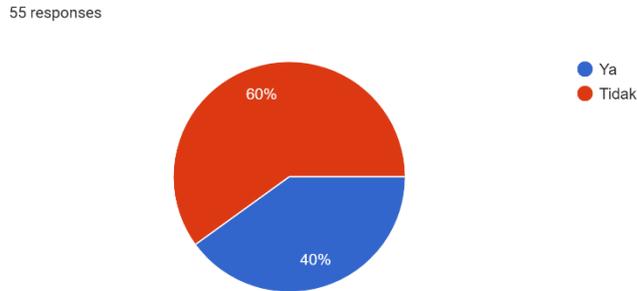




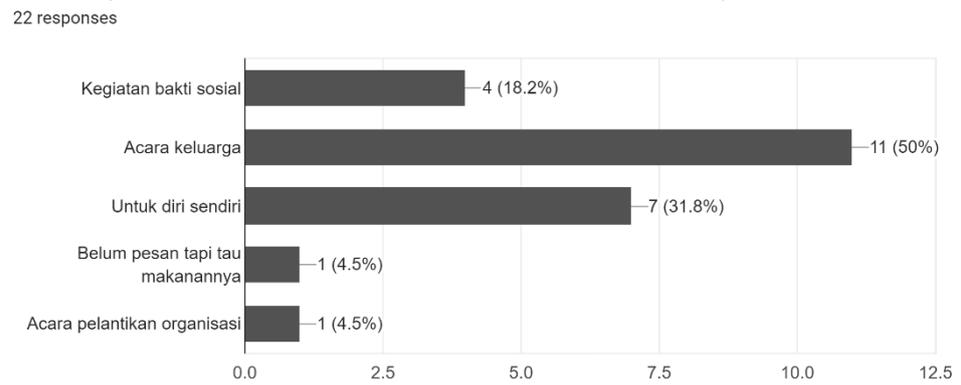
Hak Cipta :

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

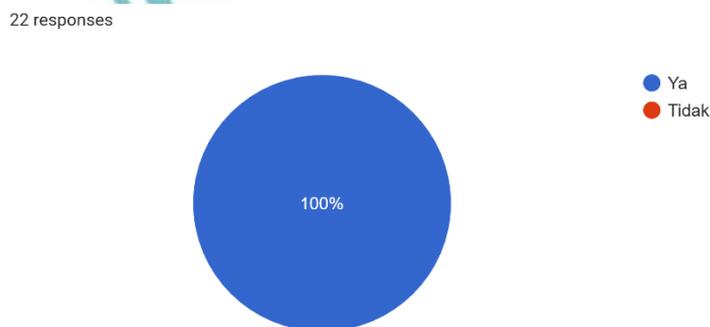
4. Pengetahuan Responden Terhadap Usaha Kuliner Namakna



5. Kegiatan Konsumen Namakna Saat Memesan Nasi Kuning dan Nasi Uduk



6. Tingkat Rekomendasi dari Konsumen Terhadap Menu Nasi Kuning dan Nasi Uduk Namakna



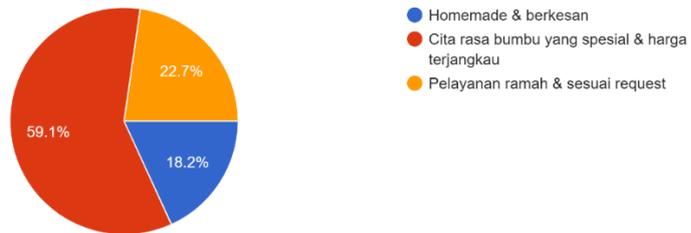


Hak Cipta :

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

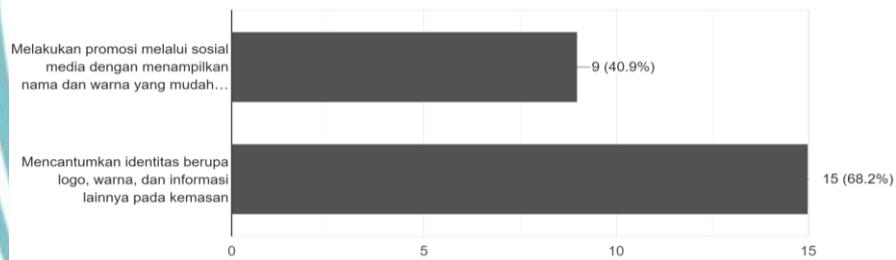
7. Persepsi yang Paling Mencerminkan Usaha Kuliner Namakna

22 responses



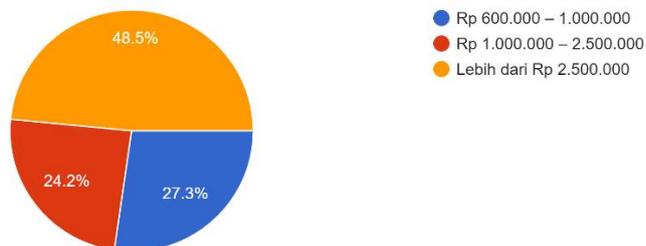
8. Harapan dari Konsumen untuk Usaha Kuliner Namakna

22 responses



9. Jumlah Pengeluaran Responden Per Bulan

33 responses



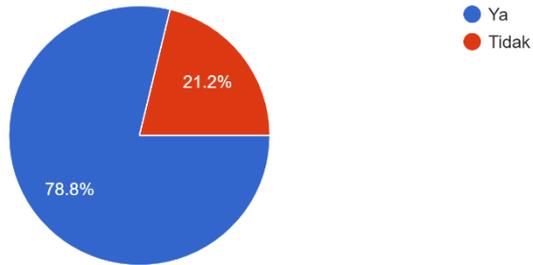


Hak Cipta :

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

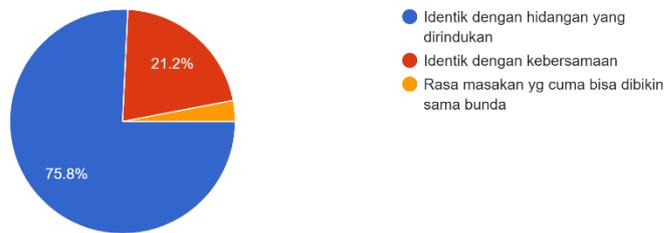
10. Jumlah Responden Yang Pernah/Sedang Berbeda Tempat Tinggal dengan Orang Tua

33 responses



11. Jumlah Persepsi Responden Terhadap Suasana dari Masakan Rumahan

33 responses



12. Pentingnya Sebuah Logo untuk Suatu Usaha

33 responses

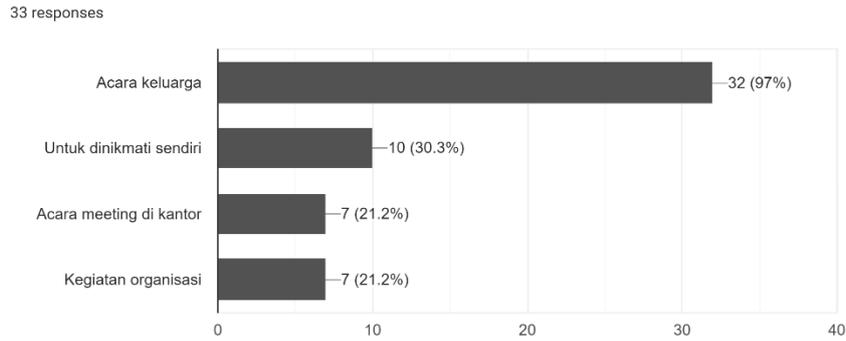




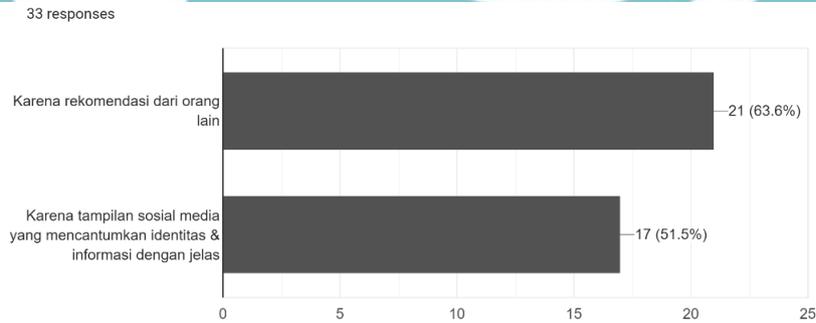
Hak Cipta :

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

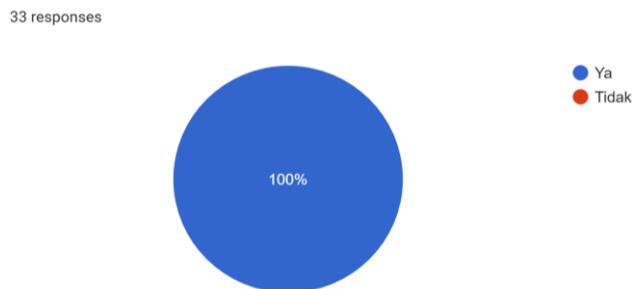
13. Kegiatan Responden Saat Memesan Nasi Kuning dan Nasi Uduk



14. Tingkat Ketertarikan Responden Terhadap Pemilihan Suatu Brand Makanan



15. Pengaruh Tampilan Logo dan Warna yang Konsisten Pada Suatu Kemasan Makanan Terhadap Ingatan Responden





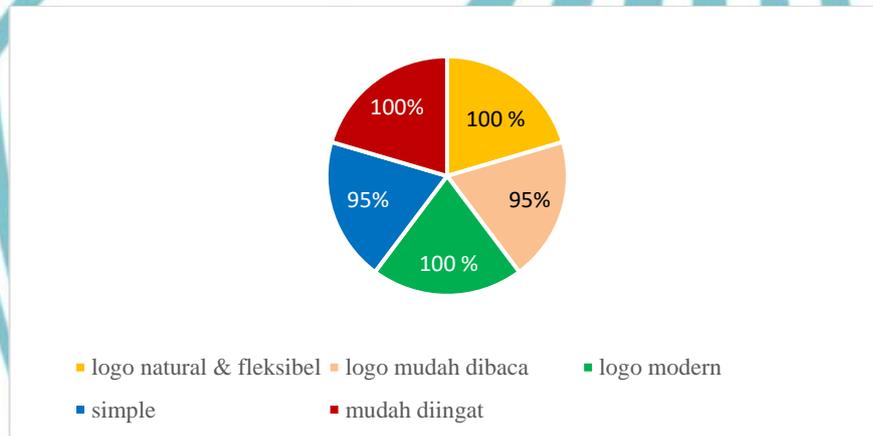
16. Sebutan yang Lebih Dikenali Oleh Konsumen untuk Usaha Kuliner

Namakna

20 responses



17. Hasil *testing* Logo Namakna Terhadap Audiens



NEGERI
JAKARTA

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



Hak Cipta :

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

Lampiran 4: Transkrip wawancara

Melalui aplikasi whatsapp, wawancara dilakukan pada tanggal 21 Maret dan 15 April 2021 dengan ibu Aah dan Mila (anak dari ibu Aah)

1. Kalau dalam 1 bulan, biasanya berapa orang yang pesan? Kalau pesan itu untuk acara atau ada juga yang pesan satuan? Kalau ada event bazaar makanan pernah coba ikut ngga?

Ibu Aah: kalau dulu sih yang pesen ada sekitar 1-5 orang. Biasanya pesan untuk kegiatan arisan, bakti sosial, akikahan gitu nah sekarang ini makin unik kadang ada yang pesan 1-5 porsi untuk makan di rumah atau buat pembicara seminar. kalau untuk food event sih sebenarnya pengen banget yaa. nah, di kondisi pandemi belum pernah liat ada bazar makanan tapi, kalau ada kegiatan seperti itu mau banget ikut

2. Kalau konsumen yang beli ini berarti rentang usia nya di atas 35 tahun?

Ibu Aah: usia nya di atas 25 tahun sampai 30 tahun kira-kira. Kebanyakan yang beli ibu ibu muda

3. Menu best seller nya apa?

Ibu Aah: Paket nasi uduk dan nasi kuning

4. Lokasi produksi Namakna dimana ya? Berapa harga per porsi?

Ibu Aah: Jalan Swadaya Kp. Rawabadung Rt.06/13 Jatinegara, Cakung, Jakarta Timur 13930, Kisaran 20-an. Tergantung request pelanggan juga

5. Kalau tentang keunikan, apa yang unik dari namakna? yang berbeda dari yang lain, dari sambel nya kah ada yg khas, atau menu paket nasi nya yg spesial? Atau yg lain?

Ibu Aah: secara keseluruhan kami nggak pelit bumbu, kaya akan rempah-rempah. Dari semua yang ada kami khas di nasi sih (untuk nasi uduk dan nasi kuningnya) terlebih kalau ada pesenan, menu nya bisa request



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

6. Oh jadi supaya makin mudah dikenal orang banyak, mau dibuat logo ya?
Mila: iya, benar. kalau misalkan udah ada logo yang oke. pastinya akan dipake untuk branding bisnis kuliner ini di instagram. Mila juga nantinya mau ngembangin bisnis ini di IG dengan bikin konten yang menarik dan kekinian.

7. Kalau target market Namakna untuk kedepannya gimana?

Mila: karena Namakna ini menasar usia muda dan anak kuliah juga, di sini pendekatannya menggunakan bahasa sebagai marketing nya

8. Namakna ini mau dikenal oleh konsumen sebagai usaha kuliner yang seperti apa? Modern kekinian atau tradisional kah atau punya konsep lain?

Mila: Maunya sih Namakna dikenal sebagai bisnis kuliner rumahan yang dirindukan. Menasar anak muda yang kangen sama masakan ibunya dan males masak. jadi, Namakna bisa jadi jalan ninja anak milenial untuk makan-makanan rumahan yang nggak kalah enakya dengan masakan orang tua. Ini juga menjadi tantangan buat Namakna karena sejauh ini menu yang disajikan lebih cocok untuk ibu-ibu yang usianya sudah tua. Konsep nya sih pengen yang modern tapi simple.

9. Kalau selama ini, jualan offline nya gimana? Ada tempat makan nya kah atau bisa pesen lewat whatsapp? Bagaimana keadaan Namakna saat ini?

Mila : sejauh ini promosinya melalui WA. Ada aja sih yang beli setiap minggu nya, dulu ada tempat makannya, cuma karena satu dan lain hal jadi sekarang jualannya saat ada pesanan kayak sistem PO gitu, di ig sama sekali belum ada konten sih masih terbentur dengan idealisme tentang logo nih sebenarnya sih ingin coba buat logo sendiri, cuma keliatannya amatiran banget, masih riset2 untuk pemilihan warna font, sama bentuknya, soalnya ini kan bisnis kuliner ya dan yang dijual kayak makanan rumahan gitu



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

10. Namakna punya visi dan misi?

Mila: Namakna Indonesia, dan berikut visi misi dari brand nya

Visi: Memanjakan degan rasa
Menyentuh dengan bahasa

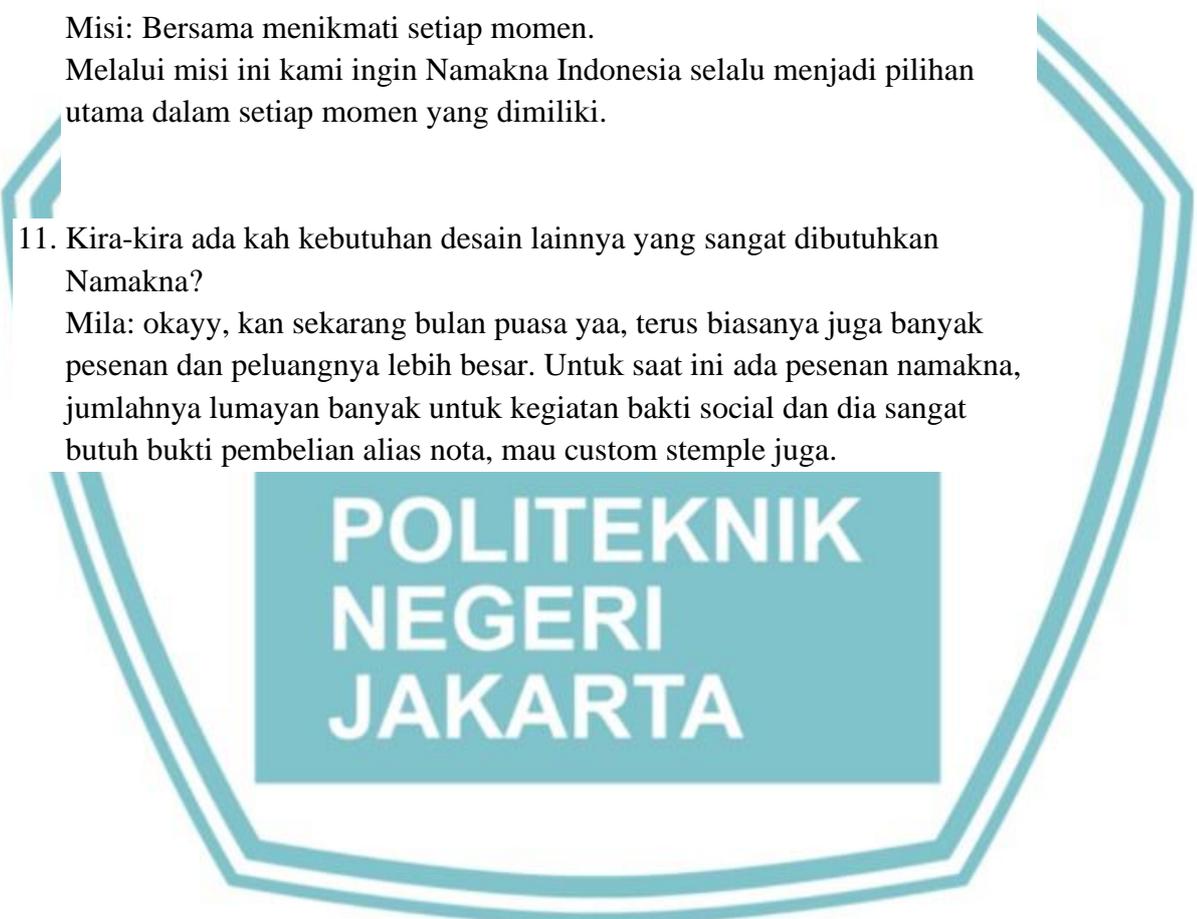
Melalui visi ini kami ingin memanjakan setiap pelanggan dengan makanan yang dijualnya. menyentuh perasaan pelanggan serta hadir bersamanya kata dan sentuhan bahasa yang melekat disetiap produknya.

Misi: Bersama menikmati setiap momen.

Melalui misi ini kami ingin Namakna Indonesia selalu menjadi pilihan utama dalam setiap momen yang dimiliki.

11. Kira-kira ada kah kebutuhan desain lainnya yang sangat dibutuhkan Namakna?

Mila: okayy, kan sekarang bulan puasa yaa, terus biasanya juga banyak pesenan dan peluangnya lebih besar. Untuk saat ini ada pesenan namakna, jumlahnya lumayan banyak untuk kegiatan bakti social dan dia sangat butuh bukti pembelian alias nota, mau custom stemple juga.



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**