



© 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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN ULANG LOGO DAN IDENTITAS VISUAL SARIWANGI
LAUNDRY SEBAGAI MEDIA KONSISTENSI *BRAND***



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
MUHAMMAD RASY RAMDHANI
2206421029

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



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 Ulang Logo dan Identitas Visual Sariwangi
Laundry Sebagai Media Konsistensi Brand
Penulis : Muhammad Rasy Ramdhani
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 3 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Annisaa Syifa Aqlina, M.Ds
NIP 199805142025062012



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN ULANG LOGO DAN IDENTITAS VISUAL SARIWANGI
LAUNDRY SEBAGAI MEDIA KONSISTENSI BRAND**

Oleh:

MUHAMMAD RASY RAMDHANI
2206421029

Disahkan:
Depok, 13 Juli 2026

Penguji I

Susilawati, S.I.Kom., M.Si.
NIP 197209021995122001

Penguji II

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds
NIP 199005112019032019

Kepala Program Studi

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

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

**Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan**



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



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN ULANG LOGO DAN IDENTITAS VISUAL SARIWANGI LAUNDRY SEBAGAI MEDIA KONSISTENSI *BRAND*

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, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Rasy Ramdhani

2206421029



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang semakin pesat mendorong pelaku usaha untuk memiliki identitas visual yang mampu membangun citra merek dan meningkatkan daya saing. Salah satu aspek penting dalam membangun identitas merek adalah logo dan sistem identitas visual yang konsisten pada berbagai media komunikasi. Sariwangi *Laundry* merupakan usaha jasa *laundry* yang telah beroperasi sejak tahun 2018 dan memiliki empat cabang di Jakarta dan Yogyakarta. Berdasarkan hasil observasi, identitas visual yang digunakan belum mampu merepresentasikan bidang usaha secara jelas serta penerapannya masih belum konsisten pada berbagai media, sehingga citra merek kurang kuat dan sulit dibedakan dari kompetitor. Penelitian ini bertujuan merancang ulang logo dan identitas visual Sariwangi *Laundry* agar lebih representatif, mudah dikenali, dan diterapkan secara konsisten. Penelitian menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner, studi literatur, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui analisis visual, analisis kompetitor, analisis SWOT, dan penyusunan *creative brief*, sedangkan proses perancangan menggunakan metode Design Thinking yang meliputi tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Hasil perancangan menghasilkan identitas visual baru dengan *tone and manner* bersih, modern, dan ramah melalui konsep visual air, gelembung, dan bunga tulip yang dipadukan dengan huruf "S" sebagai logomark berbentuk *combination mark*. Identitas visual didukung warna biru, putih, kuning, dan oranye, tipografi sans serif Poppins, tata letak asimetris bergaya minimalis modern, serta diterapkan pada berbagai media melalui *Graphic Standard Manual* (GSM). Perancangan ini menunjukkan bahwa identitas visual yang terstruktur mampu memperkuat karakter merek, meningkatkan konsistensi komunikasi visual, serta mendukung daya saing Sariwangi *Laundry* di tengah persaingan usaha *laundry*.

Kata Kunci: Identitas Visual, Logo, *Branding*, *Laundry*, *Graphic Standard Manual*.



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

The rapid growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) has encouraged business owners to establish a strong visual identity to enhance brand image and competitiveness. One of the essential elements in building a brand identity is a logo and a consistent visual identity system across various communication media. Sariwangi Laundry is a laundry service business established in 2018, currently operating four branches across Jakarta and Yogyakarta. Based on the observation results, the existing visual identity does not clearly represent the nature of the business, and its implementation remains inconsistent across various media, resulting in a weak brand image and limited differentiation from competitors. This study aims to redesign the logo and visual identity of Sariwangi Laundry to create a more representative, recognizable, and consistently applicable brand identity. The study employed a mixed methods approach with data collected through observation, interviews, questionnaires, literature review, and documentation. Data analysis was conducted using visual analysis, competitor analysis, SWOT analysis, and the development of a creative brief, while the design process adopted the Design Thinking method consisting of the empathize, define, ideate, prototype, and test stages. The redesign resulted in a new visual identity characterized by a clean, modern, and friendly tone and manner through the use of water, bubbles, and tulip flower concepts combined with the letter "S" as a combination mark logomark. The visual identity is supported by blue, white, yellow, and orange color schemes, Poppins sans-serif typography, an asymmetrical layout with a modern minimalist design style, and is implemented across various media through a Graphic Standard Manual (GSM). The findings indicate that a well-structured visual identity can strengthen brand character, improve the consistency of visual communication, and enhance the competitiveness of Sariwangi Laundry in the laundry service industry.

Keywords: Visual Identity, Logo, Branding, Laundry, Graphic Standard Manual



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

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Logo dan Identitas Visual Sariwangi *Laundry* Sebagai Media Konsistensi *Brand*” dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Desain Grafis, Politeknik Negeri Jakarta.

Laporan Tugas Akhir ini membahas proses perancangan ulang identitas visual Sariwangi *Laundry* yang dilatarbelakangi oleh kurangnya kejelasan dan konsistensi identitas visual sebelumnya dalam merepresentasikan usaha di bidang layanan *laundry*. Proses perancangan meliputi tahap pengumpulan data, analisis permasalahan, perumusan konsep desain, hingga penerapan identitas visual secara konsisten melalui penyusunan *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai pedoman penggunaan identitas visual pada berbagai media.

Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian Tugas Akhir tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih 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. Ibu Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Ibu Annisaa Syifa Aqlina, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan selama proses perancangan dan penyusunan laporan Tugas Akhir.
5. Pihak Sariwangi *Laundry* selaku klien yang telah memberikan kesempatan, data, dan informasi yang dibutuhkan dalam pelaksanaan perancangan ulang 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6. Terima kasih yang tulus penulis persembahkan kepada ayah tercinta Martias atas segala doa, pengorbanan, nasihat, dan dukungan yang selalu menguatkan penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Rasa syukur yang mendalam penulis sampaikan kepada ibu tercinta Acih Susilawaty atas kasih sayang, doa, kesabaran, serta dukungan yang tidak pernah putus hingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.
8. Ungkapan terima kasih penulis berikan kepada adik perempuan tercinta Raisya Almira Kirani atas semangat, doa, perhatian, dan kebersamaan yang selalu menjadi penyemangat selama penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Terima kasih penulis sampaikan kepada adik laki-laki tercinta Muhammad Raihan Rakha atas doa, dukungan, dan semangat yang diberikan selama penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Rekan-rekan Seperjuangan Kelas DG-8B Angkatan 22 Program Studi Desain Grafis dan Anak Komplek yang telah memberikan bantuan dan semangat selama proses penyusunan laporan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pengembangan keilmuan di bidang desain komunikasi visual, khususnya dalam perancangan identitas visual dan *branding* UMKM.

Jakarta, 8 Juli 2026

Penulis,

Muhammad Rasy Ramdhani



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB 5 PENUTUP.....	79
5.1 Simpulan	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR REFERENSI	82
LAMPIRAN.....	85

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 GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Logotype</i> (Wordmark).....	10
Gambar 2.2 <i>Lettermark</i> (Monogram).....	11
Gambar 2.3 <i>Pictorial Mark</i> (Logo Simbol/Gambar)	11
Gambar 2.4 <i>Abstract Mark</i> (Logo Abstrak)	12
Gambar 2.5 <i>Emblem</i>	12
Gambar 2.6 <i>Combination Mark</i>	12
Gambar 2.7 <i>Typography</i>	13
Gambar 2.8 <i>Serif & Sans Serif</i>	15
Gambar 2.9 <i>Klasifikasi Warna</i>	17
Gambar 2.10 <i>Elemen Grafis Pendukung</i>	18
Gambar 2.11 <i>Simply Fresh Laundry</i>	20
Gambar 2.12 <i>Kurnia Jaya Laundry</i>	20
Gambar 2.13 <i>ROW Laundry</i>	21
Gambar 2.14 <i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	22
Gambar 2.15 <i>Design Thinking</i>	24
Gambar 3.1 <i>Sariwangi Laundry</i>	28
Gambar 3.2 <i>Penempatan Identitas Visual yang tidak konsisten</i>	29
Gambar 3.3 <i>Hirami Laundromat</i>	31
Gambar 3.4 <i>Oxford Laundry</i>	31
Gambar 3.5 <i>Chingu Laundry</i>	32
Gambar 3.6 <i>Laundry 24 Jam</i>	33
Gambar 3.7 <i>Matrix Kompetitor</i>	36
Gambar 4.1 <i>Mind Map</i>	43
Gambar 4.2 <i>Project Profile Board</i>	45
Gambar 4.3 <i>Moodboard Past Project Profile Board</i>	46
Gambar 4.4 <i>Moodboard Consumer Profile Brand</i>	46
Gambar 4.5 <i>Moodboard Referensi Desain</i>	47
Gambar 4.6 <i>Sketsa Manual</i>	49
Gambar 4.7 <i>Sketsa Terpilih</i>	50
Gambar 4.8 <i>Sketsa Alternatif 1</i>	50
Gambar 4.9 <i>Sketsa Alternatif 2</i>	51
Gambar 4.10 <i>Sketsa Alternatif 3</i>	52
Gambar 4.11 <i>Sketsa Alternatif 4</i>	53
Gambar 4.12 <i>Sketsa Alternatif 5</i>	54
Gambar 4.13 <i>Tipografi Alternatif 1</i>	55
Gambar 4.14 <i>Tipografi Alternatif 2</i>	55
Gambar 4.15 <i>Tipografi Alternatif 3</i>	56
Gambar 4.16 <i>Desain Komprehensif 1</i>	57
Gambar 4.17 <i>Desain Komprehensif 2</i>	58
Gambar 4.18 <i>Desain Komprehensif 3</i>	59
Gambar 4.19 <i>Desain Komprehensif 4</i>	60
Gambar 4.20 <i>Desain Komprehensif 5</i>	61
Gambar 4.21 <i>Desain Komprehensif Terpilih</i>	62



© 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 4.22 <i>Testing Similarity Image Logo</i>	63
Gambar 4.23 <i>Graphic Standard Manual</i>	65
Gambar 4.24 Konsep Logo	66
Gambar 4.25 Warna <i>Brand</i>	67
Gambar 4.26 Tipografi <i>Brand</i>	67
Gambar 4.27 Konfigurasi Logo	68
Gambar 4.28 <i>Logo In Background</i>	69
Gambar 4.29 <i>Incorrect Use Logo</i>	69
Gambar 4.30 <i>Clear Space Logo</i>	70
Gambar 4.31 Grid Logo	71
Gambar 4.32 Ukuran Minimum Logo	72
Gambar 4.33 Spanduk Nama Toko	74
Gambar 4.34 <i>Signage / Neon Box</i>	75
Gambar 4.35 <i>List Menu Harga</i>	75
Gambar 4.36 Kartu Nama	76
Gambar 4.37 Desain Feed	77



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 Tabel Matrix SWOT	38
Tabel 3.2 <i>Creative Brief</i>	39
Tabel 4.1 Kata Kunci Hasil <i>Mind Map</i>	44
Tabel 4.2 Teori Gestalt.....	73





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 Transkrip Wawancara Dengan Klien Sariwangi <i>Laundry</i> Saat Observasi.....	85
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Perihal Testing Dengan Klien Sariwangi Laundry Dan Target Konsumen.....	88
Lampiran 3 Hasil Kueisoner	98
Lampiran 4 Dokumentasi Riset Konsumen Sariwangi Laundry Yang.....	103
Lampiran 5 Lembar Logbook Bimbingan Tugas Akhir	104
Lampiran 6 Hasil Cek Turnitin Plagiarisme	106
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	107

**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

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting sebagai sektor penting yang berperan besar dalam menopang stabilitas perekonomian nasional. UMKM berkontribusi signifikan dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Istilah UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, namun maknanya tidak hanya sebatas akronim, melainkan mencakup kegiatan usaha yang dijalankan oleh individu, keluarga, atau badan usaha berskala kecil (Pratiwi 2024). UMKM perlu cepat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen (Sonani, 2024).

Kesuksesan sebuah UMKM tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk atau layanan, tetapi juga oleh kemampuan dalam membangun citra visual yang kuat dan kepercayaan konsumen melalui identitas visual yang konsisten dan relevan (Sianturi & Noviana, 2025). Strategi komunikasi visual dan *branding* menjadi hal penting agar bisnis dapat bertahan dan terus berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, terutama bagi usaha di bidang jasa seperti *laundry* yang sangat bergantung pada kepercayaan dan kesan pertama melalui tampilan visualnya. Menurut (Suhana et al., 2024), identitas visual merupakan aspek esensial bagi UMKM dengan adanya elemen seperti logo, warna, tipografi, dan panduan visual yang konsisten melalui GSM, *brand* menjadi lebih mudah dikenali oleh konsumen dan membangun citra profesional, sehingga meningkatkan daya saing pasar. Salah satu elemen terpenting di dalam identitas visual ialah logo. Logo merupakan identitas kuat dari suatu *brand* yang berperan dalam membangun citra *brand* sekaligus memudahkan konsumen maupun calon konsumen untuk mengenali dan mengingatnya. Selain itu, logo juga berfungsi sebagai pembeda produk antara satu *brand* dengan *brand* lainnya (Astika, 2024).



© 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

Pertumbuhan usaha *laundry* di banyak kota besar semakin cepat mengikuti kebutuhan masyarakat akan layanan praktis dan efisien, seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat urban dan perubahan gaya hidup yang semakin sibuk (Sudirman & Usman, 2025). Fenomena ini menyebabkan kompetisi di bidang *laundry* menjadi sangat ketat, dan banyak usaha yang mulai menyadari bahwa menyediakan layanan saja tidak cukup, identitas visual yang kuat menjadi pembeda penting agar usaha dapat menonjol dan mudah dikenali oleh konsumen (Ramzy & Susanti, 2025). Salah satunya adalah Sariwangi *Laundry* yang harus bersaing dengan berbagai usaha *laundry* lain yang menawarkan layanan dan harga yang relatif serupa.

Sariwangi *Laundry* adalah usaha jasa cuci yang berdiri sejak tahun 2018 dan kini telah berkembang dengan empat cabang, yaitu tiga cabang di Jakarta dan satu cabang di Yogyakarta. Dalam situasi tersebut, identitas visual menjadi aspek penting sebagai pembeda antar *brand*. Namun, logo Sariwangi *Laundry* yang digunakan saat ini belum berfungsi secara optimal sebagai media komunikasi merek karena secara visual masih bersifat generik dan memiliki kemiripan dengan identitas usaha *laundry* pada umumnya, sehingga kurang mampu menampilkan karakter dan keunikan merek secara jelas. Akibatnya, *brand* berisiko kehilangan daya ingat di benak konsumen serta berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan audiens.

Penerapannya belum konsisten di berbagai media cetak maupun digital, pada media cetak seperti banner dan spanduk, ditemukan penggunaan beberapa versi logo yang berbeda-beda, sehingga menimbulkan kesan visual yang tidak konsisten. Berdasarkan penelitian terdahulu, elemen identitas visual seperti logo, warna, tipografi, dan elemen grafis pendukung terbukti berperan signifikan dalam membangun kesan profesional sekaligus memperkuat pembeda suatu usaha *laundry* dari para pesaingnya. Penerapan identitas visual yang terstruktur dan konsisten dapat membentuk karakter merek yang lebih mudah dikenali serta meningkatkan rasa percaya pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Identitas visual tidak hanya dipandang sebagai simbol, namun dianggap dalam pembentukan kepercayaan dan kesan mendalam di benak konsumen.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Tampilan visual Sariwangi *Laundry* saat ini belum sepenuhnya mampu merepresentasikan jenis usaha *laundry* secara jelas, terutama karena penerapannya belum konsisten pada berbagai media digital maupun cetak. Selain itu, pemilihan warna yang tidak konsisten, serta variasi penulisan tipografi pada media cetak semakin memperkuat ketidakkonsistenan identitas visual. Kondisi ini menyebabkan pesan visual *brand* menjadi tidak terarah, kurang profesional, dan berpotensi membingungkan konsumen dalam mengenali Sariwangi *Laundry* sebagai layanan jasa *laundry*. belum mampu menggambarkan citra yang relevan dengan karakter usaha *laundry*.

Berdasarkan kondisi tersebut, perancangan ulang identitas visual Sariwangi *Laundry* diperlukan agar dapat menggambarkan karakter usaha *laundry* secara lebih jelas serta diterapkan secara konsisten pada berbagai media komunikasi visual.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, terdapat tiga poin permasalahan yang akan dibahas dalam laporan tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang ulang identitas visual Sariwangi *Laundry* agar mampu merepresentasikan karakter dan jenis usaha secara tepat?
2. Bagaimana penerapan elemen visual berupa logo, warna, tipografi, dan elemen grafis dalam perancangan identitas visual Sariwangi *Laundry*?
3. Bagaimana identitas visual yang telah dirancang ulang dapat diterapkan secara fleksibel namun tetap konsisten pada berbagai media promosi, baik cetak maupun digital?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini difokuskan pada perancangan ulang identitas visual Sariwangi *Laundry* sebagai upaya memperkuat citra usaha dan mudah dikenali oleh masyarakat. Pembahasan meliputi analisis identitas visual yang telah digunakan sebelumnya, perancangan logo baru, serta



© 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

penyusunan *Graphic Standard Manual* (GSM) yang mencakup pedoman penggunaan logo, tipografi, warna, dan elemen grafis pendukung lainnya. Selain itu, perancangan juga akan diterapkan pada beberapa media turunan seperti banner promosi, nota transaksi, kartu nama, stiker kemasan, dan desain konten media sosial, agar identitas visual baru dapat diterapkan secara konsisten di berbagai *platform*, baik cetak maupun digital. Dari sisi teori, pembahasan akan mengacu pada konsep identitas visual, prinsip desain grafis, teori warna, tipografi, dan *branding* sebagai dasar dalam proses perancangan. Dengan pembatasan ruang lingkup ini, diharapkan hasil perancangan dapat memberikan solusi yang tepat terhadap permasalahan identitas visual Sariwangi Laundry serta mendukung peningkatan citra *brand* di tengah persaingan industri *laundry* yang semakin ketat.

1.4 Tujuan dan Manfaat

a. Tujuan

1. Merancang ulang identitas visual Sariwangi Laundry yang memiliki karakter yang jelas dibandingkan kompetitor serta mampu merepresentasikan karakter dan jenis usaha *laundry* secara tepat.
2. Mengembangkan elemen visual berupa logo, warna, dan tipografi yang tepat dan strategis guna memperkuat citra *brand* Sariwangi Laundry agar terlihat lebih profesional, terpercaya, dan mudah dikenali.
3. Menciptakan sistem identitas visual yang fleksibel namun konsisten, sehingga dapat diterapkan secara efektif pada berbagai media promosi, baik media cetak maupun digital, melalui pedoman penerapan yang terstruktur.

b. Manfaat

1. Bagi Klien (Sariwangi Laundry):

Hasil perancangan ini diharapkan dapat membantu Sariwangi Laundry memiliki identitas visual yang kuat, menarik, dan mudah dikenali, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan serta memperkuat posisi *brand* di pasar.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan:

Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya terkait proses perancangan ulang identitas visual pada usaha mikro dan kecil, serta penerapan prinsip desain dalam membangun citra *brand*.

3. Bagi Penulis:

Melalui penelitian ini, penulis dapat memperdalam pemahaman dan kemampuan dalam proses perancangan identitas visual secara menyeluruh, mulai dari analisis masalah, konsep desain, hingga penerapan visual yang tepat sesuai kebutuhan klien.

4. Bagi Orang Lain:

Penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran dan referensi bagi mahasiswa atau desainer lain yang ingin memahami proses perancangan ulang identitas visual dan pentingnya *branding* dalam meningkatkan nilai serta citra sebuah usaha.

1.5 Sistematika Penulisan

Laporan Tugas Akhir ini disusun secara sistematis agar pembahasan dapat tersusun dengan jelas dan mudah dipahami. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bagian ini memberikan gambaran umum mengenai alasan dilakukannya penelitian, batasan permasalahan yang diteliti, arah serta manfaat yang ingin dicapai, sehingga pembaca dapat memahami konteks penelitian secara menyeluruh sejak awal.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

BAB 2 LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini memuat kajian teori dan kerangka berpikir yang menjadi dasar dalam perancangan. Teori-teori yang disajikan mencakup konsep desain grafis, teori pendukung sesuai topik penelitian, serta metode riset desain yang digunakan. Teori yang digunakan bersumber dari buku, jurnal ilmiah, dan artikel penelitian terkini (maksimal 10 tahun terakhir). Kajian ini menjadi landasan dalam penyusunan konsep dan solusi desain pada bab selanjutnya.

BAB 3 METODE PERANCANGAN

Bab ini menguraikan metode serta tahapan proses penelitian yang diterapkan dalam perancangan tugas akhir, yang meliputi penjelasan mengenai metode dan pendekatan penelitian beserta teknik pengumpulan data serta alasan pemilihannya, pemaparan data dan hasil analisis yang mencakup profil klien, product knowledge, target audience, kompetitor, consumer insight, positioning (jika ada), serta analisis SWOT, hingga penjabaran arahan kreatif sebagai hasil penerjemahan analisis ke dalam arah dan strategi desain yang menjadi dasar proses perancangan karya, meliputi latar belakang proyek, tujuan, target audiens, pesan utama, gaya visual, dan media yang digunakan.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

berisi hasil analisis data, penyusunan creative brief, pengembangan konsep desain, proses eksplorasi dan pengembangan alternatif logo, pemilihan desain terbaik, final artwork identitas visual, penyusunan *Graphic Standard Manual* (GSM), pengujian desain, serta penerapan identitas visual pada berbagai media pendukung.

BAB 5 PENUTUP

berisi simpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian dan perancangan, serta saran yang ditujukan kepada Sariwangi *Laundry* maupun peneliti selanjutnya sebagai bahan pengembangan identitas visual dan penelitian pada masa mendatang.

Hak Cipta :

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

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan proses perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan ulang identitas visual Sariwangi *Laundry* menghasilkan identitas visual baru yang mampu merepresentasikan karakter dan jenis usaha *laundry* secara lebih jelas. Perancangan dilakukan berdasarkan hasil analisis terhadap permasalahan identitas visual sebelumnya yang belum merepresentasikan bidang usaha secara tepat serta belum diterapkan secara konsisten pada berbagai media. Simpulan berikut disusun untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

1. Perancangan ulang identitas visual Sariwangi *Laundry* dilakukan menggunakan metode *design thinking* yang terdiri atas tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pada tahap *empathize* dilakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, studi literatur, dan dokumentasi. Hasil dari observasi menunjukkan adanya penggunaan identitas visual yang belum konsisten pada berbagai media. Hasil wawancara menghasilkan informasi mengenai profil perusahaan, target audiens, karakter merek, serta kebutuhan klien terhadap perancangan ulang identitas visual. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa identitas visual sebelumnya belum mampu merepresentasikan jenis usaha *laundry* secara jelas berdasarkan persepsi responden. Studi literatur menghasilkan landasan teori mengenai identitas visual, *branding*, logo, warna, tipografi, Gestalt, *Graphic Standard Manual* (GSM), dan metode *design thinking*, sedangkan dokumentasi menghasilkan data visual berupa logo lama dan media pendukung yang digunakan sebagai bahan analisis. Pada tahap *define*, dilakukan analisis visual, analisis kompetitor, dan analisis SWOT yang menghasilkan identifikasi permasalahan, kelebihan dan kekurangan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

identitas visual, peluang pengembangan, serta posisi Sariwangi *Laundry* dibandingkan kompetitor. Hasil analisis tersebut menjadi dasar penyusunan *creative brief* yang memuat tujuan perancangan, target audiens, konsep visual, *key message*, *tone and manner*, serta arahan kreatif. Selanjutnya pada tahap *ideate* dihasilkan *mindmap*, *moodboard*, eksplorasi ide, alternatif sketsa, dan desain komprehensif sebagai dasar pemilihan konsep terbaik. Tahap *prototype* menghasilkan logo digital terpilih beserta pengembangan sistem identitas visual. Terakhir, tahap *test* menghasilkan masukan dari responden terhadap desain yang telah dibuat sehingga diperoleh identitas visual final yang selanjutnya disusun ke dalam *Graphic Standard Manual* (GSM) dan diterapkan pada media pendukung.

2. Penerapan elemen visual pada identitas visual Sariwangi *Laundry* diwujudkan melalui penggunaan logo *combination mark*, warna biru, putih, kuning, dan oranye, tipografi Poppins, serta elemen grafis pendukung yang mengusung konsep visual *clean & friendly*. Seluruh elemen tersebut dirancang berdasarkan teori identitas visual, *branding*, Gestalt, tipografi, dan warna sehingga membentuk identitas visual yang selaras dan mudah dikenali.
3. Hasil akhir perancangan berupa identitas visual baru Sariwangi *Laundry* yang disusun dalam *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai pedoman penggunaan logo, warna, tipografi, dan elemen grafis agar penerapannya konsisten. Identitas visual tersebut kemudian diimplementasikan pada berbagai media pendukung, yaitu papan nama toko, signage, daftar harga, kartu nama, dan media sosial sesuai kebutuhan komunikasi visual Sariwangi *Laundry*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan ulang logo dan identitas visual Sariwangi *Laundry*, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat mendukung pengembangan identitas visual maupun penelitian selanjutnya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

1. Bagi Sariwangi *Laundry*, disarankan untuk menerapkan identitas visual yang telah dirancang secara konsisten pada seluruh media komunikasi, baik media cetak maupun digital, dengan mengacu pada *Graphic Standard Manual* (GSM) yang telah disusun. Konsistensi penggunaan logo, warna, tipografi, dan elemen visual pendukung akan membantu mempertahankan citra merek yang profesional, meningkatkan kepercayaan pelanggan, serta memperkuat daya ingat masyarakat terhadap identitas baru Sariwangi *Laundry*.
2. Bagi pengelola usaha, identitas visual yang telah dirancang sebaiknya dievaluasi dan dikembangkan secara berkala agar tetap sesuai dengan perkembangan bisnis dan kebutuhan pasar. Apabila terdapat penambahan cabang, layanan baru, maupun media promosi, seluruh penerapan identitas visual hendaknya tetap mengacu pada standar yang terdapat dalam GSM sehingga konsistensi merek tetap terjaga dan karakter visual yang telah dibangun tidak mengalami perubahan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan mengkaji efektivitas penerapan identitas visual terhadap peningkatan *brand awareness*, *brand image*, maupun loyalitas pelanggan melalui pendekatan kuantitatif atau metode evaluasi lainnya. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat memperluas proses pengujian dengan melibatkan jumlah responden yang lebih banyak, cakupan wilayah yang lebih luas, maupun pengembangan strategi komunikasi pemasaran digital sehingga manfaat identitas visual dapat dianalisis secara lebih komprehensif.
4. Bagi mahasiswa atau desainer, hasil perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam merancang identitas visual bagi UMKM, khususnya pada bidang jasa. Proses perancangan sebaiknya tidak hanya berorientasi pada aspek estetika, tetapi juga didasarkan pada hasil riset, analisis kebutuhan pengguna, serta penerapan metode desain yang sistematis, seperti *design thinking*, sehingga solusi visual yang dihasilkan mampu menjawab permasalahan identitas merek dan menghasilkan desain yang lebih tepat sasaran.



Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

- Achmad, N. A., Bahfiarti, T., & Fatimah, J. M. (2023). FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK PERSONAL BRANDING “INDO” BOTTING" DALAM MEDIA SOSIAL DI SULAWESI SELATAN.” *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi*, 8(4), 770–782. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i4.117>
- Ahmad, O., & Sulistio, B. (2021). *BRANDING SEBAGAI INTI DARI PROMOSI BISNIS*.
- Arum, M., & Kirani, C. (2023). *Perancangan Graphic Standard Manual (GSM) sebagai Panduan Identitas Visual Eduwisata Bendosari Berbasis Teori Warna dalam Multimedia*.
- Astika, I. & U. (2024). *Membangun Brand Identity melalui Perancangan Logo pada UMKM Makanan Corresponding Author*. <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmmba/index>
- Chusnan Widodo, A., & Gustri Wahyuni, E. (2021). *Penerapan Metode Pendekatan Design Thinking dalam Rancangan Ide Bisnis Kalografi*.
- Dian, Ni, I Gede, Wicaksana, Made, N., & Cahyani, J. (2022). Branding dan Marketing Digital Produk Makanan. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 8, 9–17. <https://doi.org/10.31940/bp.v8i1.9-17>
- Eka Diah Pratiwi, O., & Darussalam Lampung, S. (2024). *PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) — DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT*.
- Elisabet Valentina Sianturi, & Eka Noviana. (2025). Analisis Dampak Positif Visual Branding terhadap UMKM. *Abstrak : Jurnal Kajian Ilmu Seni, Media Dan Desain*, 2(4), 85–108. <https://doi.org/10.62383/abstrak.v2i4.772>
- Fajrina, N., & Zahra, F. (2023). *EKSPLORASI DESIGN THINKING DALAM PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAN DESAIN KEMASAN*



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

BERKELANJUTAN PADA UMKM DJADI BATIK DI PROGRAM BEDA'KAN.

Ferdyan Ramadhani, M., Eka Vernanda, O., Amadea, A., & Avira Citra Paramita, B. (2024). *Peningkatan Kualitas Produk “Keripik Samiler Aulia” Melalui Re-Branding Kemasan.*

Ghifari & Rizky. (2022). *PERANCANGAN DESAIN PRODUK KATALOG PUPUK ORGANIK di PT. METRONIK EKO PERTIWI SURABAYA KERJA PRAKTIK.*

Hakim SantosoSSn MDs, A. (2021). *TIPOGRAFI DASAR PENGERTIAN TIPOGRAFI MODUL 1.*

Handayani, W., Ulum, R., & Khofia, N. (2025). *PSIKOLOGI WARNA DALAM KEHIDUPAN SEHARI-HARI: PENGARUH WARNA TERHADAP EMOSI, PERSEPSI, DAN PERILAKU KONSUMEN.* In *Online Journal System* (Vol. 1, Number 1).

Kurnianto, F., & Wahyuni, E. G. (2023). *Penerapan Metode Design Thinking Dalam Perancangan UI/UX Pada Aplikasi Basis Data Sekar Kawung Untuk Pegawai Lapangan Perusahaan Sosial Sekar Kawung.*

Mamis, P. H. R. & H. (2023). *PENGANTAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL.*

Mela Riani. (2023). *STRATEGI CORPORATE BRANDING SAMBU GROUP DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PERUSAHAAN.*

Nugraha, A. A., Arifin, I., Surhianto, V., & Prateseko, F. (2024). *Jurnal Desain Komunikasi Kreatif Perancangan Graphic Standard Manual Book Logo Festival Gau Maraja.* <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.1>

Nur, D., & Paksi, F. (2021). *Warna dalam Dunia Visual | 90 Warna dalam Dunia Visual.*

Pangestu. (2020). *PEMBUATAN DESAIN LOGO IKM SEBAGAI SALAH SATU FASILITASI DI DINAS PERINDUSTRIAN & PERDAGANGAN PROVINSI JAWA TIMUR.*

Ramzy, K., & Susanti, I. (2025). *PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL KURNIA JAYA LAUNDRY SEBAGAI BRAND AWARENESS* (Vol. 07, Number 02).



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

- Rochmawati, I. (2020a). *Prinsip-prinsip Dalam Desain PENGANTAR DESAIN GRAFIS*.
- Rochmawati, I. (2020b). *Unsur-Unsur Desain PENGANTAR DESAIN GRAFIS*.
- Solihin, D. (2023). *Buku Service Pemasaran*.
<https://www.researchgate.net/publication/369595042>
- Sonani, R. & F. (2024). *Ekonomi Digital dan Sektor UMKM : Meningkatkan Daya Saing*.
- Sudirman, & Usman. (2025). *PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN USAHA LAUNDRY BERBASIS BREAK EVEN POINT DAN DRYSHIFT TECHNOLOGY*. <https://journal.mediasii.id/index.php/jpm>
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Suhana, W., Baihaqi, M. I., Asefi, A., Rahma, A., Wijaya, F., & Ilham Baihaqi, M. (2024). *Perancangan Identitas Visual UMKM Light Giftbox sebagai Bentuk Strategi Komunikasi Bisnis*. 2, 12. <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple>
- Syahrullah. (2023). *STRATEGI BRANDING SEBAGAI UPAYA OPTIMALISASI PENGUMPULAN WAKAF*. In *Jurnal ISLAMIKA* (Vol. 6, Number 1).
- Waskitha, K. A., & Aryanto, H. (2023). *PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL SI TELANG*. In *Junal Desgrafia* (Vol. 1, Number 2).
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/desgrafia/>
- Yuwono, B. (2021). *PERANCANGAN REDESAN LOGO LPI SALSABILA DENGAN MENGAPLIKASIKAN PRINSIP GESTALT*. 5(1), 732–742.
<http://aksa.stsrdvisi.ac.id>



Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Dengan Klien Sariwangi *Laundry* Saat Observasi

Peneliti : aku udah buatin beberapa pertanyaan sih mas aku bacain aja ntar mas tinggal jawabin di Sariwangi nih pelayanannya apa aja sih? mulai dari cuci baju doang atau apa gitu?

Klien : di Sariwangi pelayanannya tuh ada cuci terus bed cover, karpet, sepatu terus sama boneka hording itu bisa semuanya

Peneliti : berarti cuci yang kiloan ya bisa satu aja juga?

Klien : iya bisa konsepnya awalnya yang kiloan cuma kalau misalkan ada yang bisa satu juga bisa

Peneliti : kalau yang paling rame tuh *laundry*-nya kayak apa sih mas?

Klien : pelayanan pelayanan pada kilon karena kita kilon menurut saya di daerah sini paling murah sih paling murah yak

Peneliti : 5 ribu per kilo? per kilo itu untuk semua pakaian per kilo 5 ribu?

Klien : iya per kilo itu 5 ribu cuma syaratnya kayak ada terkecuali kayak jaket, spray terus selimut itu beda harga oh itu beda harga? iya 2 ribu kalau 1 kilo itu paling dapat berapa baju sih?

Peneliti : kalau 1 kilo paling 4 baju oh 1 kilo dapat 4 baju oh tergantung ini ya? grammasinya ya?

Peneliti : kalau cucian ini nggak ada khusus nggak? harus banget wangi pas setelah diambil pelanggan gitu? harus harus ini apa? emang khas ciri-ciri wangi gitu? disini kan banyak *laundry* dimana-mana nah kalau beda dari tempat lain apa sih itu apa?

Klien : ya satu pertama harganya sih yang kita paling murah lebih paling ini ya paling terjangkau terjangkau ekonomis ya rata-rata *laundry* lain 7 ribu pasaran cuma kita taruh harga 5 ribu dari dari awal buka 5 ribu dari dulu

Peneliti : iya dari awal buka jadi perbedaannya di segi harga lebih murah ya? itu biasanya kalau pelanggan itu rata-rata pekerjaanya apa sih? anak kos apa gimana pekerjaannya?



© 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

Klien : paling utama ibu rumah tangga sih anak sekolah, anak kampus itu semua kalangan kayak kemarin dia sempat 30 kilo kan tuh di rumah tangga baru lahiran jadi dia gak sempat cuci kali satu orang?

Peneliti : oh berarti paling banyak rata-rata ibu rumah tangga ya?
iya benar oh emang karena gak males cuci ya jadi gitu ya? iya oh berarti kalau di kisaran umur itu berarti dari umur 20-an sampai 40-an tahun ya?

Klien : kadang anak SMP juga ada ya, iya kadang nyunci baju paskibra

Peneliti : terus kalau biasanya pelanggan tuh datang kesini apa ada jemputan ke rumah gitu?

Klien : ada yang pick up juga bisa pelayanan pick up kita juga jadi ya ngambil ke rumah orang buat dicuci disini gitu oh ada gitu oh kalau gitu ada biayanya gak?

Peneliti : nah biasanya kalau pelanggan tuh lebih utamain cepat apa lebih kualitas gitu?

Klien : minta cepat tapi kalau yang cepat tuh express biasanya banyak di hari Sabtu, Minggu kayak kemarin Sabtu, Malam, Minggu terus tadi Minggu, Malam, Senin tadi apa? Senin kalau pelanggan lebih penting ini kualitas sama rapi disini kalau cepetnya dia ini kayaknya udah 5 hari tanggal 11 jadi dia ini kan 10 ribu jadi mereka yaudah yang penting baju saya rapi, kellar gitu misalnya gak pentingin apa yang cepat kalau misalkan dia mau cepat ya paling di express oh berarti biaya nambah juga ya? jadi berapa?
2x lipatan berarti itu langsung dikerjain hari itu juga ya? di utamanya

Peneliti : nah kalau biasanya yang orang baru datang kesini tau *laundry* Sarawang itu biasa dari kenalan atau temen?

Klien : dari ketemu kadang orang lewat ngeliat banner bannernya bikin yang gede jadi sarana iklan berarti lebih kebanyakan mulut-mulut ya

Peneliti : kayak kenalan dari siapa hmm berarti kalau misalkan pelanggan balik terus itu gara-gara kualitas ya, berarti selalu wangi terus atau gimana, ya itu konsistennya
nah kalau misalkan pelanggan kasih saran keluar itu biasanya tentang hal lain sih mas?
tentang pelayanannya atau gimana?

Klien : sarannya kadang mbak-mbaknya nyemprot parfumnya kurang banyak jadi kurang wangi itu sih yang paling sering diterima jadi pas nyerahin yang udah di packing masih kurang, terus kan disemprot parfum mungkin kurang rata jadi cuma atas-atas jadi dia maunya wangi parfum iya kebanyakan berarti kalau parfum mbak-

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

mbak itu nggak dipakai saat cuma disitu kalau sabun sama kewangi yang biasa sih yang kayak di di tempat yang memasukkan banyak yang kayak beneran merk gitu ya

Klien : kayak spray gitu ya wangi yang pas pengeringan gitu ya? kalau sabun kan udah wangi tuh ya sama detergen nggak, detergen kalau molto itu? wangi maksudnya pelicin kan ibaratnya sabun wangi tuh sampai molto pelicin, wangi itu kan jadi double sih sama nanti pas udah harus digosok disemprot lagi kalau dari pelanggan.

Peneliti : pelayanannya ngelihatnya paling customer tuh ngelihatnya gimana? kayak itu sih ya? kayak lebih apa? ramah gitu maksudnya

Klien : di utamanya pelayanan terus misalkan kalau udah ganti logo baru kira-kira ntar apa ya pelanggan tuh bakal nangkap kesannya misalkan ada logo baru yang udah logo yang baru yang mas pengen terus nangkapnya tuh pelanggan tuh langsung ngiranya maunya kayak laundry nih laundry yang udah gede terus kayaknya udah terpercaya kalau misalkan ada jadi logo baru tiba-tiba mungkin customer mikirnya kayak jadi refreshing pembaruan konsep apa gimana jadi mungkin bisa lebih penampak lebih baik lagi ngelihatnya mungkin gak hanya baju doang.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 2 Transkrip Wawancara Perihal Testing Dengan Klien Sariwangi Laundry Dan Target Konsumen

Hari/Tanggal : 2 Juli 2026

Narasumber : Ibu Sari

Klien Sariwangi Laundry (55 tahun)

Pertanyaan	Jawaban
Apakah logo baru sudah menggambarkan usaha jasa laundry?	Iya, sekarang lebih gampang dipahami.
Apakah logo mudah dikenali dan diingat?	Mudah diingat karena bentuknya sederhana.
Apakah warna, tipografi, dan simbol sudah sesuai dengan karakter Sariwangi Laundry?	Sudah pas, warna birunya cocok.
Apakah identitas visual baru terlihat lebih modern dibandingkan sebelumnya?	Lebih modern dan menarik.
Apakah Anda memiliki saran atau masukan terhadap desain yang telah dibuat?	Tidak ada, menurut saya sudah bagus.





© 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

Hari/Tanggal : 2 Juli 2026

Narasumber : Rifki Halim Nugraha

Mahasiswa (22 tahun)

Pertanyaan	Jawaban
Apakah logo baru sudah menggambarkan usaha jasa <i>laundry</i> ?	Iya, langsung kelihatan kalau ini <i>laundry</i> .
Apakah logo mudah dikenali dan diingat?	Iya, gampang diingat.
Apakah warna, tipografi, dan simbol sudah sesuai dengan karakter Sariwangi <i>Laundry</i> ?	Sudah cocok, warnanya bersih.
Apakah identitas visual baru terlihat lebih modern dibandingkan sebelumnya?	Iya, jauh lebih modern dari sebelumnya.
Apakah Anda memiliki saran atau masukan terhadap desain yang telah dibuat?	Menurut saya sudah bagus, tidak ada saran.





© 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

Hari/Tanggal : 2 Juli 2026

Narasumber : Achmad Husein Rifansyah

Mahasiswa (22 tahun)

Pertanyaan	Jawaban
Apakah logo baru sudah menggambarkan usaha jasa <i>laundry</i> ?	Sudah, lebih jelas menggambarkan <i>laundry</i> .
Apakah logo mudah dikenali dan diingat?	Mudah Dikenali.
Apakah warna, tipografi, dan simbol sudah sesuai dengan karakter Sariwangi <i>Laundry</i> ?	Sudah sesuai, tampilannya bersih..
Apakah identitas visual baru terlihat lebih modern dibandingkan sebelumnya?	Iya, lebih profesional.
Apakah Anda memiliki saran atau masukan terhadap desain yang telah dibuat?	Sudah oke, dipertahankan saja.





© 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

Hari/Tanggal : 2 Juli 2026

Narasumber : Akkasha Maulana

Karyawan (22 tahun)

Pertanyaan	Jawaban
Apakah logo baru sudah menggambarkan usaha jasa <i>laundry</i> ?	Iya, lebih mencerminkan jasa <i>laundry</i> .
Apakah logo mudah dikenali dan diingat?	Cukup mudah dikenali.
Apakah warna, tipografi, dan simbol sudah sesuai dengan karakter Sariwangi <i>Laundry</i> ?	Simbol dan tulisannya sudah sesuai.
Apakah identitas visual baru terlihat lebih modern dibandingkan sebelumnya?	Iya, terlihat lebih kekinian.
Apakah Anda memiliki saran atau masukan terhadap desain yang telah dibuat?	Mungkin bisa lebih sering dipakai di media sosial.





© 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

Hari/Tanggal : 3 Juli 2026

Narasumber : Gilang Rohman

Pedagang (25 tahun)

Pertanyaan	Jawaban
Apakah logo baru sudah menggambarkan usaha jasa <i>laundry</i> ?	Sudah, lebih jelas dibanding logo lama.
Apakah logo mudah dikenali dan diingat?	Iya, simpel jadi mudah diingat.
Apakah warna, tipografi, dan simbol sudah sesuai dengan karakter Sariwangi <i>Laundry</i> ?	Sudah sesuai dengan karakter <i>brand</i> .
Apakah identitas visual baru terlihat lebih modern dibandingkan sebelumnya?	Iya, tampilannya lebih fresh.
Apakah Anda memiliki saran atau masukan terhadap desain yang telah dibuat?	Tidak ada masukan.





© 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

Hari/Tanggal : 3 Juli 2026

Narasumber : Yuda Wahyudi

Mahasiswa (22 tahun)

Pertanyaan	Jawaban
Apakah logo baru sudah menggambarkan usaha jasa <i>laundry</i> ?	Iya, langsung tahu ini <i>laundry</i> .
Apakah logo mudah dikenali dan diingat?	Mudah dikenali dari bentuk logonya.
Apakah warna, tipografi, dan simbol sudah sesuai dengan karakter Sariwangi <i>Laundry</i> ?	Sudah cocok semuanya.
Apakah identitas visual baru terlihat lebih modern dibandingkan sebelumnya?	Lebih modern dan rapi.
Apakah Anda memiliki saran atau masukan terhadap desain yang telah dibuat?	Sudah bagus seperti ini





© 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

Hari/Tanggal : 3 Juli 2026

Narasumber : Acih Susilawaty

Ibu Rumah Tangga (50 tahun)

Pertanyaan	Jawaban
Apakah logo baru sudah menggambarkan usaha jasa <i>laundry</i> ?	Iya, logonya lebih menggambarkan <i>laundry</i> .
Apakah logo mudah dikenali dan diingat?	Mudah diingat karena unik.
Apakah warna, tipografi, dan simbol sudah sesuai dengan karakter Sariwangi <i>Laundry</i> ?	Warna dan simbolnya sudah pas.
Apakah identitas visual baru terlihat lebih modern dibandingkan sebelumnya?	Iya, lebih menarik dilihat.
Apakah Anda memiliki saran atau masukan terhadap desain yang telah dibuat?	Tidak ada, saya suka desainnya.





© 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

Hari/Tanggal : 4 Juli 2026

Narasumber : Aurelia Nur Putri

Mahasiswa (22 tahun)

Pertanyaan	Jawaban
Apakah logo baru sudah menggambarkan usaha jasa <i>laundry</i> ?	Sudah sangat mewakili usaha <i>laundry</i> .
Apakah logo mudah dikenali dan diingat?	Iya, mudah dikenali.
Apakah warna, tipografi, dan simbol sudah sesuai dengan karakter Sariwangi <i>Laundry</i> ?	Sudah sesuai, terlihat profesional.
Apakah identitas visual baru terlihat lebih modern dibandingkan sebelumnya?	Jelas lebih modern.
Apakah Anda memiliki saran atau masukan terhadap desain yang telah dibuat?	Menurut saya sudah siap digunakan.





© 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

Hari/Tanggal : 4 Juli 2026

Narasumber : Aulia Supriyanti

Karyawan (22 tahun)

Pertanyaan	Jawaban
Apakah logo baru sudah menggambarkan usaha jasa <i>laundry</i> ?	Menurut saya sudah cukup menggambarkan <i>laundry</i> , walaupun awalnya saya masih melihat bentuk bunganya lebih dulu.
Apakah logo mudah dikenali dan diingat?	Cukup mudah diingat karena bentuknya sederhana.
Apakah warna, tipografi, dan simbol sudah sesuai dengan karakter Sariwangi <i>Laundry</i> ?	Menurut saya sudah sesuai, terutama warna birunya yang memberi kesan bersih.
Apakah identitas visual baru terlihat lebih modern dibandingkan sebelumnya?	Iya, tampilannya lebih modern dan lebih rapi dibanding logo sebelumnya.
Apakah Anda memiliki saran atau masukan terhadap desain yang telah dibuat?	Mungkin ukuran logomark bisa sedikit diperbesar supaya lebih jelas saat digunakan dalam ukuran kecil.





© 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

Hari/Tanggal : 4 Juli 2026

Narasumber : Muhammad Fadhil

Mahasiswa (22 tahun)

Pertanyaan	Jawaban
Apakah logo baru sudah menggambarkan usaha jasa <i>laundry</i> ?	Iya, sudah cukup menggambarkan <i>laundry</i> , walaupun saya baru benar-benar paham setelah dijelaskan maknanya.
Apakah logo mudah dikenali dan diingat?	Lumayan mudah diingat karena bentuknya simpel.
Apakah warna, tipografi, dan simbol sudah sesuai dengan karakter Sariwangi <i>Laundry</i> ?	Sudah cocok, warna dan tulisannya enak dilihat.
Apakah identitas visual baru terlihat lebih modern dibandingkan sebelumnya?	Iya, menurut saya jauh lebih modern dan lebih menarik.
Apakah Anda memiliki saran atau masukan terhadap desain yang telah dibuat?	Sudah bagus, mungkin tinggal lebih sering dipakai di media promosi supaya orang cepat mengenalnya.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

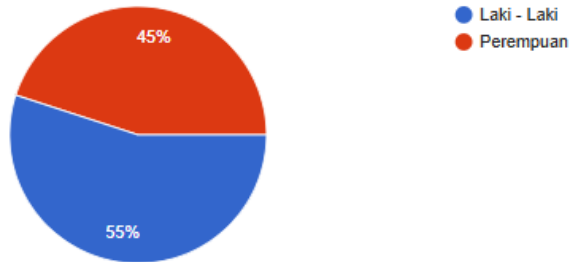
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Lampiran 3 Hasil Kueisoner

Jenis Kelamin

100 responses

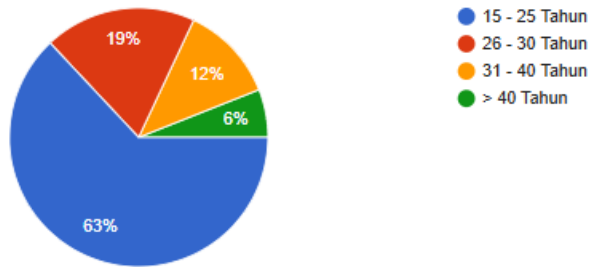
Copy chart



Usia

100 responses

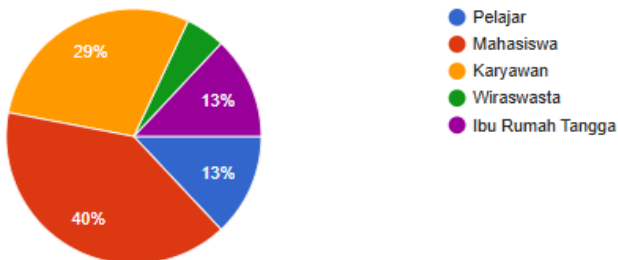
Copy chart



Pekerjaan

100 responses

Copy chart





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

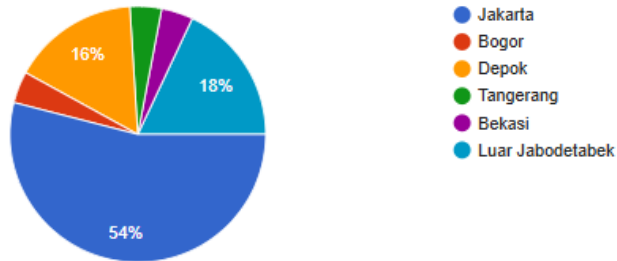
Hak Cipta :

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

Domisili

100 responses

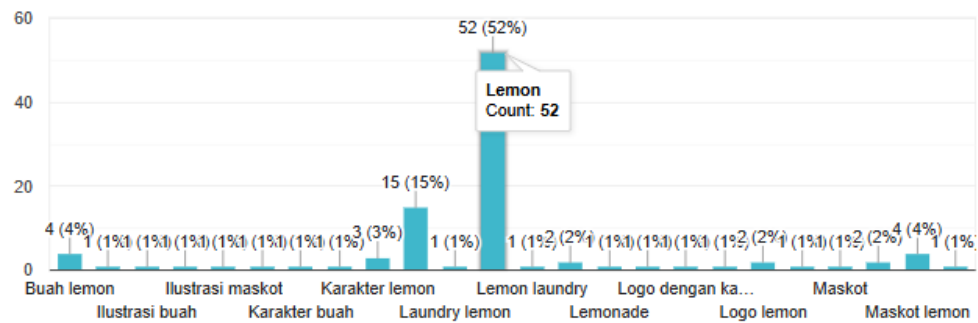
Copy chart



Jika melihat gambar ini, apa yang anda pikirkan pertama kali?

Copy chart

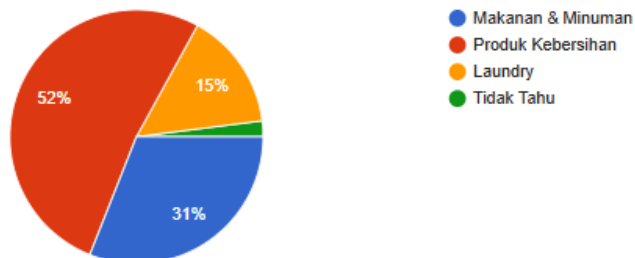
100 responses



Menurut Anda, gambar ini menggambarkan usaha apa?

Copy chart

100 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

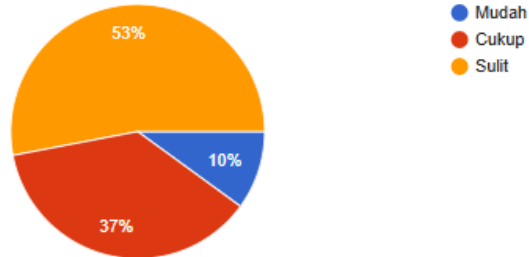
Hak Cipta :

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

Seberapa mudah Anda memahami makna logo ini?

Copy chart

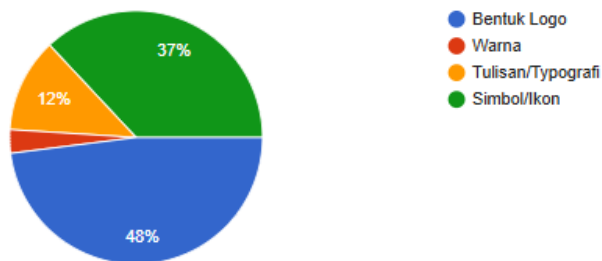
100 responses



Menurut Anda, elemen visual apa yang paling menonjol dari logo ini?

Copy chart

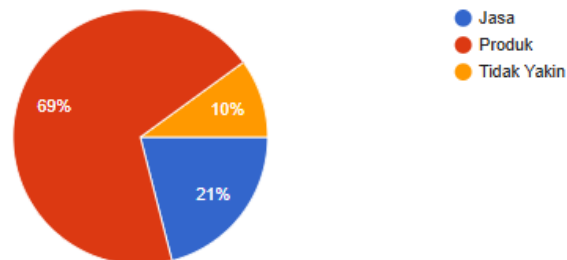
100 responses



Apakah logo ini terlihat seperti merek jasa atau produk?

Copy chart

100 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

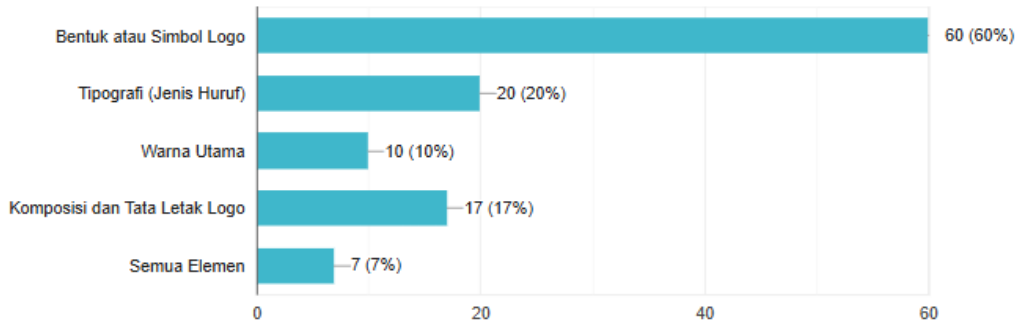
Hak Cipta :

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

Jika logo diubah, elemen visual apa yang perlu diperbaiki? (boleh lebih dari 1)

[Copy chart](#)

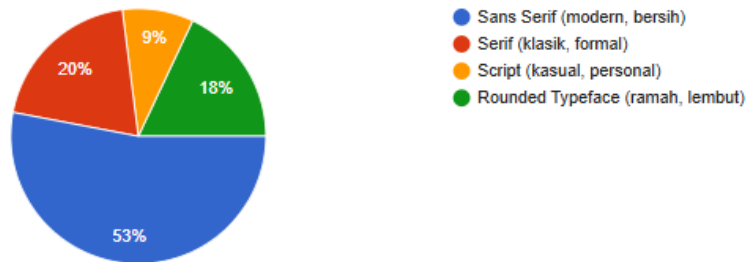
100 responses



Jenis tipografi (jenis huruf) seperti apa yang menurut Anda paling sesuai untuk mewakili jasa laundry?

[Copy chart](#)

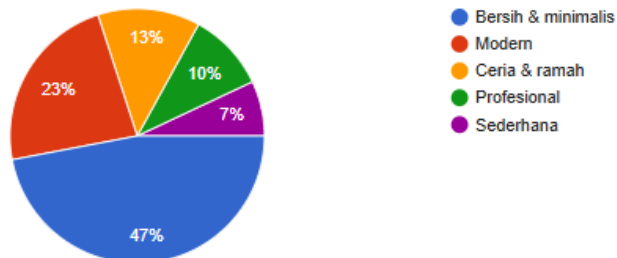
100 responses



Gaya visual seperti apa yang paling cocok untuk Sariwangi Laundry?

[Copy chart](#)

100 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

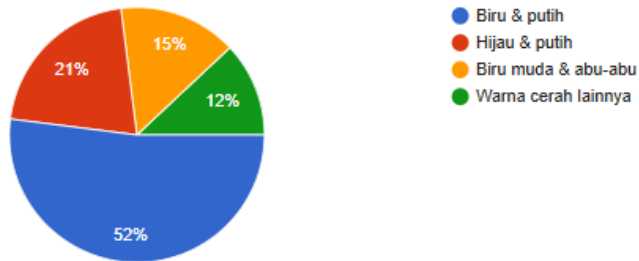
Hak Cipta :

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

Warna apa yang paling menggambarkan kesan bersih dan terpercaya untuk laundry?

[Copy chart](#)

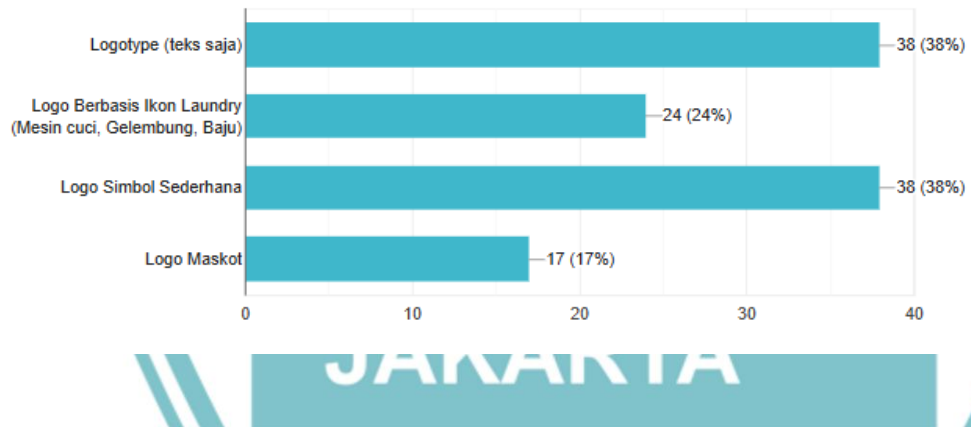
100 responses



Jenis logo Laundry seperti apa yang Anda anggap paling menarik? (boleh lebih dari 1)

[Copy chart](#)

100 responses



Lampiran 4 Dokumentasi Riset Konsumen Sariwangi Laundry Yang Mengisi Google Form Kueisoner

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 milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 5 Lembar Logbook Bimbingan Tugas Akhir

Template Logbook Penelitian

Edited just now

Share

...

Template Logbook Penelitian

Template yang dapat digunakan untuk mendokumentasikan progress penelitian dan Tugas Akhir.

PERANCANGAN ULANG LOGO DAN IDENTITAS VISUAL SARIWANGI LAUNDRY SEBAGAI MEDIA KONSISTENSI BRAND

Nama: Muhammad Rasy Ramdhani
Kelas: DG - 8B

Progress Penelitian

Tahap Penelitian

Bab 1 Pendahuluan

0.00%

Latar Belakang Tujuan penelitian Ruang Lingkup dan Batasan Rumusan Masalah

Not started Not started Not started Not started

Bimbingan ke-2 Bimbingan ke-3 Bimbingan ke-4

Bab 2 Landasan Perancangan

0.00%

More Info

Penelitian DG2025

Instruksi Penulisan Proposal

Hasil Bimbingan Terakhir

Feed

MUHAMMAD RASY RAMDHANI Mahasiswa PNJ 22h (edited)

Bimbingan ke-18

Melakukan cek turnitin setelah laporan selesai Creative Brief

July 3, 2026

Template Logbook Penelitian

Edited 2m ago

Share

...



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

Template Logbook Penelitian						Edited 3m ago	88 Share			
No	Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing				
Bimbingan ke- 10		Bab 3 Metode Perancangan	Profil Klien Target Audience Product Knowledge Mencari data consumer insight Analisis SWOT	Not started Not started Not started Not started Not started	December 11, 2025	Mekanjutkan semua revisi hingga akhir sampai bab 3 diselesaikan				
Bimbingan ke- 11		Bab 3 Metode Perancangan Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	Creative Brief	Not started	March 5, 2026	Mencari Data yang valid untuk consumer insight dengan target audience yang baru dan Memulai ke Bab 4				
Bimbingan ke- 12		Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	Creative Brief	Not started	April 22, 2026	Membuat Mind Map				
Bimbingan ke- 13		Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	Creative Brief	Not started	April 29, 2026	Revisi Mind Map dan melanjutkan ke Mood Board				
Bimbingan ke- 14		Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	New page Creative Brief	Not started Not started	May 13, 2026	Melanjutkan tahap sketsa kasar dan sketsa terpilih				
Bimbingan ke- 15		Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	Creative Brief	Not started	June 1, 2026	Membuat digital dari sketsa terpilih				
Bimbingan ke- 16		Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	Creative Brief	Not started	June 18, 2026	Memilih desain komprehensif terpilih				
Bimbingan ke- 17		Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	Creative Brief	Not started	June 26, 2026	Melakukan testing terhadap klien & konsumen				
Bimbingan ke- 18		Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	Creative Brief	Not started	July 3, 2026	Melakukan cek turnitin setelah laporan selesai				

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 Cek Turnitin Plagiarisme



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144715782

PAPER NAME

DG8B_Muhammad Rasy Ramdhani_PER
ANCANGAN ULANG LOGO DAN IDENTIT
AS VISUAL SARIWANGI LAUNDRY SEBA
GAI MEDIA KONSISTENSI BRAND(1).pdf

WORD COUNT

15099 Words

CHARACTER COUNT

98867 Characters

PAGE COUNT

81 Pages

FILE SIZE

1.8MB

SUBMISSION DATE

Jul 2, 2026 9:39 AM GMT+7

REPORT DATE

Jul 2, 2026 9:41 AM GMT+7

● 10% Overall Similarity

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

- 9% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary



Lampiran 7 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

MUHAMMAD RASY RAMDHANI

Graphic Designer Student

muhammadrasyramdhani@gmail.com | +62895 10133053
<https://www.linkedin.com/in/MuhammadRasyRamdhani/> | South Jakarta, Indonesia

SUMMARY

With a passion for graphic design and three years of university-level design studies, I have gained experience in packaging design, video editing, and social media management. Additionally, I am currently deepening my knowledge of digital imaging techniques and product layout theory. My involvement in various projects including developing the "Browich" sandwich brand, creating a logo for Sariwangi Laundry, and producing a brand profile for Elkana Gunawan has helped me enhance my teamwork, communication, and presentation skills, while also strengthening my sense of responsibility in completing tasks.

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

JAKARTA, INDONESIA

Bachelor of Graphic Design

Sep 2022 - Present

1st semester GPA : 3.38

2nd semester GPA : 3.60

3rd semester GPA : 3.91

4th semester GPA : 3.61

5th semester GPA : 3.56

6th semester GPA : 3.79

7th semester GPA : 3.79

PROFESSIONAL EXPERIENCE

PT DIGITAL NUSANTARA ADVERTENSI

JAKARTA, INDONESIA

Graphic Designer (Internship)

Apr – Aug 2025

- Designed social media content for Diginusantara's digital communication needs.
- Created commercial social media designs for the Directorate General of Railways (DJKA).
- Developed promotional social media content for the Mastercard Strive brand campaign.

BROWICH

DEPOK, INDONESIA

Graphic Designer (Freelance)

Apr – Aug 2024

- Designing brand concepts with the team through brainstorming sessions.
 - Assisting in creating alternative brand logos using Adobe Illustrator.
 - Assisting in the product photography process for the brand.
- Creating the brand's graphic standard manual to serve as a guideline.

FOURWARD STUDIO (PBL)

DEPOK, INDONESIA

Graphic Designer (Freelance)

Sep 2024 – Jan 2025

- Assisting in creating the brand profile for Elkana Gunawan by designing the layout in InDesign.
- Assisting in designing the structure of the Elkana Gunawan book.
- Assisting with product photography for Elkana Gunawan to be included in the brand profile.

STUDIO GELORA TV

JAKARTA, INDONESIA

Graphic Designer (Internship)

Juli 2022 – Aug 2022

- Creating covers using Adobe Photoshop and Illustrator for YouTube content.
- Operating the camera and assisting with the live video process on YouTube.
- Editing YouTube video content.

ADDITIONAL INFORMATION