

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL
ONE STREET COFFEE

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1)



Disusun oleh:

Muhammad Farrel Attala

42321010057

Dosen Pembimbing:

Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2025

	LEMBAR PERNYATAAN LAPORAN TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCUBUANA	Q
---	---	-------------------------

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Farrel Attala
 Nomor Induk Mahasiswa : 42321010057
 Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan kelulusan Mata Kuliah/Skors/DO.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Tangerang Selatan, 20 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Farrel Attala

(42321010057)

HALAMAN PENGESAHAN

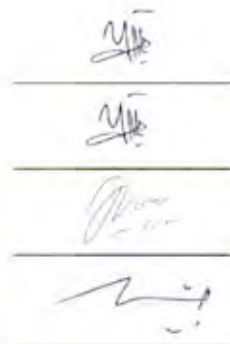
Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Farrel Attala
NIM : 42321010057
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Ulang Identitas Visual One Street Coffee

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds
NIDN : 0317078006
Ketua Penguji : Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds
NIDN : 0317078006
Penguji 1 : Nandang Wahyu Setia Abdi Buana, S.Sn, M.Ikom
NIDN : -
Penguji 2 : Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0318017604



Jakarta, 8 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Desain dan Seni Kreatif

(Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn.)

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

(Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn.)

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL ONE STREET COFFEE

Muhammad Farrel Attala
4231010057

ABSTRAK

“One Street Coffee” adalah merek kopi lokal yang menyasar mahasiswa, pekerja lepas, dan pekerja kantoran berusia 21–37 tahun yang menyukai karakter kopi yang bold dan strong. Namun, dalam praktiknya, “One Street Coffee” menghadapi tantangan utama berupa kurangnya konsistensi penggunaan logo pada berbagai media promosi serta belum adanya identitas visual yang kuat dan terintegrasi. Hal ini menghambat pembentukan citra merek yang kohesif di mata konsumen.

Perancangan ulang visual identitas visual ini bertujuan untuk menciptakan sistem identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter produk dan value merek secara konsisten. Proses perancangan dilakukan melalui pendekatan *Design Thinking* yang mencakup riset, analisis audiens, eksplorasi visual, serta pengujian terhadap responden. Hasil perancangan meliputi logo utama, elemen visual pendukung (warna, tipografi, layout), serta penerapannya pada media promosi seperti kemasan, merchandise, dan materi cetak. Dengan adanya identitas visual yang kuat dan konsisten, “One Street Coffee” diharapkan mampu membentuk persepsi merek yang lebih profesional, mudah dikenali, dan sesuai dengan segmen pasar yang dituju.

Kata Kunci: Identitas Visual, Rebranding, Design Thinking

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL ONE STREET COFFEE

Muhammad Farrel Attala

4231010057

ABSTRACT

“One Street Coffee” is a local coffee brand targeting students, freelancers, and office workers aged 21–37 who appreciate a bold and strong coffee character. However, in practice, “One Street Coffee” faces major challenges, such as the lack of consistency in logo usage across various promotional media and the absence of a strong and integrated visual identity. These issues hinder the development of a cohesive brand image in the eyes of consumers.

This rebranding project aims to create a visual identity system that consistently represents the brand's character and values. The design process was carried out using a Design Thinking approach, which includes research, audience analysis, visual exploration, and respondent testing. The final outcome includes the primary logo, supporting visual elements (color, typography, layout), and their application across various promotional materials such as packaging, merchandise, and print media. With a strong and consistent visual identity, “One Street Coffee” is expected to establish a more professional brand perception, increase recognition, and better align with its target market.

Keyword: Visual Brand Identity, Rebranding, Design Thinking

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul *“Perancangan Ulang Identitas Visual One Street Coffee”*. Laporan penulisan ini disusun sebagai bagian dari mata kuliah Tugas Akhir pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Laporan Penulisan ini juga menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Sarjana Desain di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif (FDSK), Universitas Mercu Buana. Selain itu, laporan ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan yang bermanfaat bagi para penulis dan pembaca.

Proses penelitian ini dilakukan dengan sebaik-baiknya dan tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan serta bantuan dari berbagai pihak yang terlibat. Oleh karena itu, kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan bimbingan, kesehatan, dan ketenangan selama proses penelitian berlangsung.
2. Ibu Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds, atas bimbingan, dukungan, dan wawasan yang sangat berharga selama proses tugas akhir ini.
3. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn, selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual.
4. Bapak Rizal Bay Khaqi, S.Ds, M.Sn, selaku Koordinator Tugas Akhir yang telah mengkoordinasi segala aspek mengenai penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Ibu saya, atas segala doa, dukungan moral dan kasih sayang yang tiada henti.

6. Bapak Kusna selaku Owner dari One Street Coffee yang dengan sukarela memberikan informasi yang sangat membantu dalam kelancaran penyusunan laporan ini.
7. Rekan-rekan di Bangor Group yang memberikan masukan berharga dan dukungan untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Pimpinan dan dosen program studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Mercu Buana.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi, masukan, serta dukungan yang begitu berarti dalam penyusunan laporan ini. Segala bentuk bantuan yang diberikan sangat menambah kualitas dari laporan ini.

Meskipun begitu, penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan tugas akhir ini bermanfaat dan dapat menjadi referensi yang berguna bagi para penulis maupun pembaca. Terima kasih.

Tangerang Selatan, 20 Juli 2025

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Muhammad Farrel Attala

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Perancangan	1
1.2 Rumusan Masalah Perancangan	3
1.2.1 Apa strategi yang tepat dalam perancangan logo One Street Coffee untuk membangun Identitas Visual?	3
1.2.2 Bagaimana hasil perancangan identitas visual One Street Coffee merepresentasikan identitas visual merek?	3
1.3 Batasan Perancangan	3
1.3.1 Perancangan akan lebih berfokus pada perancangan logo, warna logo, tipografi logo serta penggunaan elemen visual logo One Street Coffee.	3
1.3.2 Perancangan ini berfokus pada Identitas Visual One Street Coffee.....	3
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.4.1 Untuk mengidentifikasi dan merancang elemen logo yang tepat sebagai representasi utama dalam membangun identitas visual One Street Coffee.	3
1.4.2 Untuk merancang logo sebagai pendekatan identitas visual One Street Coffee secara konsisten, relevan, dan mudah diaplikasikan pada berbagai media komunikasi merek.	4

1.5 Manfaat Perancangan.....	4
1.5.1 Manfaat Teoritis	4
1.5.2 Manfaat Praktis	4
BAB II	5
METODE PERANCANGAN	5
2.1 Orisinalitas	5
2.2 Target Perancangan	9
2.3 Relevansi & Konsekuensi Studi	9
2.3.1 Identitas Visual	9
2.3.2 Strategi Visual	14
2.4 Skema Proses Desain	15
2.4.1 Empathize	15
2.4.2 Define	16
2.4.3 Ideate	17
2.4.4 Prototype	19
2.4.5 Test	20
BAB III	22
ANALISIS DATA & PERANCANGAN	22
3.1 Positioning & Konsep Desain	22
3.2 Strategi Pesan	22
3.2.1 Nilai yang Dikomunikasikan.....	23
3.2.2 Gaya Komunikasi	23
3.2.3 Tujuan Komunikasi	23
3.3 Strategi Visual	23
BAB IV	25
HASIL KARYA DKV	25
4.1 Deskripsi Karya	25
4.1.1 Penyajian Pesan	25
4.1.2 Penyajian Visual	26
4.2 Hasil Relevansi Karya dengan Target Perancangan	37
4.2.1 Relevansi Penyajian Pesan dengan Target Perancangan	37

4.2.2 Relevansi Penyajian Visual dengan Target Perancangan.....	37
4.3 Distribusi Karya	38
4.3.1 <i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	38
4.3.2 Apron.....	40
4.3.3 Topi	41
4.3.4 T-shirt	42
4.3.5 Cup Kopi.....	43
4.3.6 X-Banner	44
4.3.7 Tumbler	45
4.3.8 Poster	46
4.3.9 Keychain.....	47
4.3.10 Sticker	48
4.3.11 Menu	49
4.4 Pameran Karya.....	49
4.4.1 Tahapan Persiapan	50
4.4.2 Pembukaan	51
4.4.3 Pameran.....	52
4.4.4 Penutupan	53
4.5 Hasil Uji Desain.....	53
4.5.1 Profil Pengguna.....	53
4.5.2 Umpan Balik Pengguna.....	55
4.6 Evaluasi Perancangan Karya.....	56
4.6.1 Menemukan Kekuatan Karya	56
4.6.2 Menemukan Kelemahan Karya	57
4.6.3 Rumusan Perbaikan Karya.....	58
BAB V.....	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Foto Observasi.....	16
Gambar 2. 2 Mind Mapping	17
Gambar 2. 3 Sketsa Manual	18
Gambar 2. 4 Eksplorasi Visual.....	18
Gambar 2. 5 Moodboarding	19
Gambar 2. 6 Sketsa Digital	20
Gambar 2. 7 Final Logo	21
Gambar 4. 1 Logo One Street Coffee	26
Gambar 4. 2 Warna One Street Coffee.....	27
Gambar 4. 3 Logo Grid One Street Coffee	29
Gambar 4. 4 Safe Area Logo One Street Coffee	29
Gambar 4. 5 Bakgorund Logo One Street Coffee.....	31
Gambar 4. 6 Ukuran Minimum Logo One Street Coffee	31
Gambar 4. 7 Larangan/Aturan Logo One Street Coffee.....	33
Gambar 4. 8 Tipografi Logo One Street Coffee	36
Gambar 4. 9 Graphic Standard Manual Logo One Street Coffee.....	39
Gambar 4. 10 Apron One Street Coffee.....	40
Gambar 4. 11 Topi One Street Coffee	41
Gambar 4. 12 T-shirt One Street Coffee	42
Gambar 4. 13 Cup Kopi One Street Coffee	43
Gambar 4. 14 X-Banner One Street Coffee	44
Gambar 4. 15 Tumbler One Street Coffee	45
Gambar 4. 16 Poster One Street Coffee	46
Gambar 4. 17 Keychain One Street Coffee	47
Gambar 4. 18 Sticker One Street Coffee	48
Gambar 4. 19 Menu One Street Coffee	49
Gambar 4. 20 Persiapan Pameran	50
Gambar 4. 21 Pembukaan Pameran	51
Gambar 4. 22 Pameran	52

Gambar 4. 23 Data Usia Responden	55
--	----



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Referensi Karya Terdahulu	6
Tabel 4. 1 Tanggapan Target Audiens.....	55

