



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**Perancangan Ulang Visual Identity Sebagai Media Branding Pada UMKM  
Kebab MM**



**SKRIPSI**

UNIVERSITAS  
OLEH  
MUHAMMAD LUQMANUL HAKIM  
42320120001

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2026**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**Perancangan Ulang Visual Identity Sebagai Media Branding Pada  
UMKM Kebab MM**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

OLEH  
**MUHAMMAD LUQMANUL HAKIM**  
**42320120001**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2026**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Luqmanul Hakim

NIM : 42320120001

Fakultas/Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Perancangan Ulang Visual Identity Sebagai Media Branding Pada UMKM Kebab MM”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Januari 2026



Muhammad Luqmanul Hakim

## PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Muhammad Luqmanul Hakim

NIM : 42320120001

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Dengan judul **“Perancangan Ulang Visual Identity Sebagai Media Branding Pada UMKM Kebab MM”** telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 26 Januari 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 11%.

Jakarta, 26 Januari 2026

Administrator Turnitin



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Anwar Maulana, ST

### KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650  
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813  
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: [umb@mercubuana.ac.id](mailto:umb@mercubuana.ac.id)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Luqmanul Hakim  
NIM : 42320120001  
Fakultas/Program Studi : Fakultas Desain dan Seni Kreatif / Desain  
Komunikasi Visual  
Judul Tugas Akhir : Perancangan Ulang Visual Identity Sebagai Media  
Branding Pada UMKM Kebab MM

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 17 Januari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



(Fachmi Khadam Haeril, S.Pd, M.Pd)  
NIDN: 0301098803


Jakarta, 2 Februari 2026

Mengetahui,


Dekan Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Ketua Program Studi

Desain Komunikasi Visual



(Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn)  
NIDN: 0306088302



(Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn)  
NIDN: 0304039101

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Desain dan seni Kreatif Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn. selaku Dekan Fakultas Desain dan Seni Kreatif.
3. Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
4. Fachmi Khadam Khaeril, S.Ds., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Abdullah sebagai owner Kebab MM.
6. Keluarga saya, terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan kepada penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis selama masa perkuliahan ini.
7. Teman-teman dan semua pihak yang telah membantu penulis.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Luqmanul Hakim  
NIM : 42320120001  
Fakultas / Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Laporan : Perancangan Ulang Visual Identity Sebagai Media Branding  
Pada UMKM Kebab MM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Januari 2026

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Muhammad Luqmanul Hakim

## ABSTRAK

### Perancangan Ulang Visual Identity Sebagai Media Branding Pada UMKM Kebab MM

Muhammad Luqmanul Hakim  
42320120001

Industri kuliner saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, yang menyebabkan meningkatnya tingkat persaingan antar pelaku usaha. Kondisi ini menuntut setiap bisnis untuk terus memperkuat identitas merek mereka agar dapat bersaing secara efektif di pasar. Salah satu aspek penting dalam membangun citra merek adalah identitas visual, khususnya logo. Logo berperan sebagai representasi visual utama dari suatu usaha yang dapat membantu konsumen mengenali, mengingat, serta membedakan merek tersebut dari para kompetitor. Desain logo yang baik tidak hanya mencerminkan karakter merek, tetapi juga mampu menciptakan kesan yang kuat dan konsisten terhadap identitas usaha secara keseluruhan. Tugas Akhir ini bertujuan untuk perancangan ulang identitas visual logo Kebab MM dalam konteks teori identitas visual logo yang ideal. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data meliputi wawancara dengan pemilik usaha, studi pustaka terhadap teori desain logo dan branding, serta dokumentasi visual dari elemen-elemen yang digunakan dalam logo Kebab MM. Analisis dilakukan dengan mencocokkan elemen-elemen visual logo dengan prinsip desain ideal seperti kesederhanaan, keunikan, relevansi, fleksibilitas, dan daya ingat visual. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa logo Kebab MM belum sepenuhnya memenuhi standar identitas visual yang ideal. Diharapkan dengan adanya perancangan ulang identitas visual Kebab MM dapat meningkatkan minat pelanggan dan menaikkan citra Kebab MM

**Kata kunci:** *UMKM, Kebab MM, Identitas Visual, Perancangan logo*

## ABSTRACT

### Perancangan Ulang Visual Identity Sebagai Media Branding Pada UMKM Kebab MM

Muhammad Luqmanul Hakim  
42320120001

The culinary industry is currently experiencing rapid growth, which has led to an increased level of competition among business actors. This condition requires every business to continuously strengthen its brand identity in order to compete effectively in the market. One of the most important aspects in building brand image is visual identity, particularly the logo. A logo serves as the primary visual representation of a business that helps consumers recognize, remember, and distinguish a brand from its competitors. A well-designed logo not only reflects the character of the brand but also creates a strong and consistent impression of the overall business identity. This Final Project aims to redesign the visual identity of the Kebab MM logo based on the theory of ideal visual identity. The data collection methods used in this study include interviews with the business owner, literature review of logo design and branding theories, and visual documentation of the elements used in the Kebab MM logo. The analysis was conducted by comparing the visual elements of the logo with ideal design principles such as simplicity, uniqueness, relevance, flexibility, and visual memorability. The results of the study indicate that the existing Kebab MM logo has not fully met the standards of an ideal visual identity. It is expected that the redesign of Kebab MM's visual identity will increase customer interest and enhance the brand image of Kebab MM.

**Kata kunci:** *UMKM, Kebab MM, Visual Identity, logo Design*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
AMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	3
1.5 Manfaat Perancangan.....	4
<b>BAB II. METODE PERANCANGAN.....</b>	<b>5</b>
2.1 Orisinalitas .....	5
2.2 Target Perancangan .....	14
2.3 Konsep Perancangan.....	15
2.3.1. Konsep Kreatif.....	15
2.3.2. Konsep Visual .....	16
2.3.3. Konsep Komunikasi .....	17
2.4 Relevansi Dan Konsekuensi Studi.....	18
2.5 Skema Proses Desain.....	19
<b>BAB III. ANALISIS DATA &amp; PERANCANGAN.....</b>	<b>21</b>
3.1 Positioning & Konsep Desain .....	21
3.2 Konsep Desain .....	21
3.2.1. Logo .....	22
3.2.2. Warna.....	22
3.2.3. Tipografi.....	23
3.2.4. Gaya Visual.....	23
3.3 Strategi Visual .....	23
3.4 Strategi Distribusi Karya.....	25
<b>BAB IV. HASIL KARYA DKV.....</b>	<b>28</b>
4.1 Deskripsi Karya.....	28
4.2 Hasil Relevansi Karya dengan Masalah Perancangan .....	36
4.3 Pameran Karya.....	37
4.4 Hasil Uji Desain .....	37
4.5 Evaluasi Perancangan Karya .....	41
<b>BAB V. KESIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>43</b>

5.1	Kesimpulan .....	43
5.2	Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA .....		45
LAMPIRAN.....		46



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sketsa Logo .....	21
Gambar 2. Konsep Warna .....	22
Gambar 3. Konsep Tipografi .....	22
Gambar 4. Icon .....	27
Gambar 5. Konsep Icon .....	27
Gambar 6. Logo .....	28
Gambar 7. Tipografi Primer & Sekunder .....	29
Gambar 8. Struktur Logo .....	29
Gambar 9. Warna Primer & Sekunder .....	30
Gambar 10. Penerapan Warna Pada Logo .....	30
Gambar 11. Logo Misuse .....	31
Gambar 12. GSM .....	31
Gambar 13. Lightbox .....	32
Gambar 14. Buku Menu .....	33
Gambar 15. Poster .....	34
Gambar 16. Merchandise .....	34
Gambar 17. Dokumentasi Pameran .....	36
Gambar 18. Profil Responden .....	38
Gambar 19. Behavioral Responden .....	38
Gambar 20. Pendapat Responden Tentang Logo .....	39
Gambar 21. Kesan Responden Terhadap Karya .....	40