



**“PERANCANGAN IDENTITAS MEREK BAKSO CONDONG
RAOS”**

TUGAS AKHIR APLIKATIF

HARISH HIDAYATUL FITRI

42322010023

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2026



**“PERANCANGAN IDENTITAS MEREK BAKSO CONDONG
RAOS”**

**TUGAS AKHIR
APLIKATIF**

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

HARISH HIDAYATUL FITRI

42322010023

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Harish Hidayatul Fitri
NIM : 42322010023
Fakultas/Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
“PERANCANGAN IDENTITAS MEREK BAKSO CONDONG RAOS ”
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.

Jakarta, 10 Juli 2026



Harish Hidayatul Fitri

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Harish Hidayatul Fitri
NIM : 42322010023
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Dengan judul **“Perancangan Identitas Merek Bakso Condong Raos”** telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 22 Juli 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 26%.

Jakarta, 22 Juli 2026
Administrator Turnitin



Anwar Maulana, ST

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Harish Hidayatul Fitri
NIM : 42322010023
Fakultas/Program Studi : Fakultas Desain dan Seni Kreatif / Desain
Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas Merek Bakso Condong Raos

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 20 Juli 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



(Dwi Ramayanti, M.Sn)
NIDN: 305128006

Jakarta, 10 Agustus 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Desain dan Seni Kreatif



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

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



(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 (FDSK)
3. Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV)
4. Dwi Ramayanti, S.Ds., M.Sn selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir.
5. Pemilik dan seluruh tim Bakso Condong Raos yang telah bersedia membantu dan memberikan informasi selama proses penelitian dan perancangan Tugas Akhir.
6. Teman-teman seangkatan Program Studi Desain Komunikasi Visual yang selalu memberikan semangat, bantuan, dan dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir.
7. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

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.

Jakarta, 10 Juli 2026

Harish Hidayatul Fitri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Harish Hidayatul Fitri
NIM : 42322010023
Fakultas/Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : “PERANCANGAN IDENTITAS MEREK BAKSO
CONDONG RAOS ”

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 Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Juli 2026

Yang menyatakan,



Harish Hidayatul Fitri

PERANCANGAN IDENTITAS MEREK BAKSO CONDONG RAOS

Harish Hidayatul Fitri

42322010023

ABSTRAK

Bakso Condong Raos merupakan usaha kuliner legendaris di Kota Depok yang telah berdiri sejak tahun 1987. Meskipun telah dikenal oleh masyarakat dan mempertahankan kualitas produknya, usaha ini belum memiliki identitas merek yang mampu merepresentasikan karakter usaha secara konsisten sehingga belum memiliki pembeda visual yang kuat di tengah persaingan usaha kuliner. Perancangan ini bertujuan menghasilkan identitas merek yang mampu memperkuat citra Bakso Condong Raos pada target audiens berusia 19–30 tahun. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah Design Thinking yang meliputi tahapan Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Proses perancangan didukung oleh pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, studi pustaka, dan penyebaran kuesioner untuk memahami karakter usaha serta kebutuhan target audiens. Hasil perancangan berupa sistem identitas merek yang meliputi logo, Graphic Standard Manual (GSM), sistem warna, tipografi, supergrafis, serta penerapan identitas visual pada berbagai media, seperti kemasan, papan nama, menu, apron, sign system, dan media promosi. Konsep visual menggunakan pendekatan Swiss International Style yang menekankan kesederhanaan, keterbacaan, dan konsistensi, dengan mengangkat nilai legendaris, autentik, dan tepercaya sebagai karakter utama Bakso Condong Raos. Melalui perancangan identitas merek ini diharapkan Bakso Condong Raos memiliki identitas visual yang lebih kuat, konsisten, mudah dikenali, serta mampu meningkatkan daya saing di tengah perkembangan industri kuliner.

Kata Kunci: Identitas Merek, Logo, Branding, Desain Thinking, UMKM.

PERANCANGAN IDENTITAS MEREK BAKSO CONDONG RAOS

Harish Hidayatul Fitri

42322010023

ABSTRACT

Bakso Condong Raos is a legendary culinary business in Depok City that has been operating since 1987. Although it is well known by the local community and has consistently maintained the quality of its products, the business has not yet established a brand identity that consistently represents its character, resulting in a lack of strong visual differentiation amid the increasingly competitive culinary industry. This brand identity design project aims to develop a brand identity that strengthens the brand image of Bakso Condong Raos for its target audience aged 19–30 years.

The design process applies the Design Thinking method, which consists of five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The process is supported by data collection through observation, interviews, documentation, literature review, and questionnaires to understand the characteristics of the business and the needs of its target audience. The final outcome is a comprehensive brand identity system consisting of a logo, Graphic Standard Manual (GSM), color system, typography, supergraphics, and the application of the visual identity across various media, including packaging, signage, menus, aprons, wayfinding systems, and promotional materials. The visual concept adopts the Swiss International Style, emphasizing simplicity, readability, and consistency while reflecting the brand values of being legendary, authentic, and trustworthy as the core characteristics of Bakso Condong Raos. Through this brand identity design, Bakso Condong Raos is expected to establish a stronger, more consistent, and easily recognizable visual identity, while enhancing its competitiveness in the growing culinary industry.

Keywords: Brand Identity, Logo, Branding, Desain Thinking, UMKM.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat	3
BAB II METODE PERANCANGAN.....	5
2.1 Orisinalitas.....	5
2.1.1 Bakso si gendut	5
2.1.2 Sibakso Mie Ayam	11
2.1.3 Bakso MM 73.....	15
2.1.4 Bakso Mooball	19
2.1.5 Bakso Lapangan Tembak Senayan	23
2.2 Target Perancangan	27
2.3 Relevansi Dan Konsekuensi Studi	28
2.3.1 Branding	29
2.3.2 Strategi Branding	29
2.3.3 Elemen Identitas Merek	30

2.4 Skema Proses Desain	39
2.4.1 Emphatize	39
2.4.2 Define.	42
2.4.3 Ideate.....	43
2.4.4 Prototype	44
2.4.5 <i>Test</i>	47
BAB III DATA DAN ANALISA PERANCANGAN	48
3.1 Positioning.....	48
3.1.1 Konsep Desain	48
3.2 Strategi Pesan	49
3.3 Strategi Visual	53
3.3.1 Eksplorasi dan Pengembangan Konsep Visual	53
3.3.2 Gaya Desain	57
3.3.3 Gaya Bahasa Visual	58
3.4 Strategi Distribusi Karya	58
BAB IV HASIL KARYA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	61
4.1 Deskripsi Karya	61
4.1.1 Visual Karya.....	64
4.1.2 Hasil relevansi karya dengan masalah perancangan	117
4.2 Pameran Karya	119
4.3 Hasil Uji Desain	121
4.4 Hasil Uji Desain	126
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	128
5.1 Kesimpulan.....	128
5.2 Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN	131

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tagline Responden Sumber: Penulis.....	52
Tabel 4. 1 Feedback Target Sumber Penulis.....	123



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Bakso si Gendut Sumber: @bakso_sigendut.....	6
Gambar 2. 2 e-Poster Bakso si gendut Sumber: @bakso-sigendut.....	8
Gambar 2. 3 Kemasan Bakso siGendut Sumber: @bakso_sigendut	9
Gambar 2. 4 Logo Bakso si gendut Sumber: @sibakso.id.....	11
Gambar 2. 5 e-Poster Sibakso Mie Ayam Sumber: @sibakso.id	13
Gambar 2. 6 Kemasan Sibakso Mie ayam Sumber: @sibakso.id.....	14
Gambar 2. 7 Logo Bakso MM 73 Sumber: @bakso_mm73_official.....	15
Gambar 2. 8 e-Poster Bakso MM 73 Sumber: @bakso_mm73_official ...	17
Gambar 2. 9 Kemasan Bakso MM 73 Sumber:@bakso_mm73_official ..	18
Gambar 2. 10 Logo Bakso Mooball Sumber: @baksomooball	19
Gambar 2. 11 Poster Bakso Mooball Sumber: @baksomooball	20
Gambar 2. 12 Kemasan Bakso Mooball Sumber: @baksomooball	22
Gambar 2. 13 Logo Bakso lapangan tembak Senayan Sumber: @baksolapangantembak1972	23
Gambar 2. 14 e-Poster Bakso Lapangan tembak Senayan Sumber: @baksolapangantembak1972	24
Gambar 2. 15 Kemasan Bakso Lapangan tembak Senayan Sumber: @baksolapangantembak1972	26
Gambar 2. 16 tahapan Proses desain Thinking Sumber Buku Design Thinking dan Inovasi hlm 6	39
Gambar 2. 17 Mind Mapping Sumber: penulis.....	43
Gambar 2. 18 Thumbnail Logo Sumber: Penulis	44
Gambar 2. 19 Rough Sketch Sumber: Penulis	44
Gambar 2. 20 Comprehensive Desain Logo Sumber: Penulis.....	45
Gambar 2. 21 Comprehensive Desain Kemasan Sumber: Penulis.....	45
Gambar 2. 22 Comprehensive Desain e-Poster Sumber: Penulis	46
Gambar 2. 23 Pameran Tugas Akhir Sumber: Penulis.....	47
Gambar 3. 1 Warna Merah Sumber: Penulis	54
Gambar 3. 2 Warna Hijau Sumber: Penulis	55
Gambar 3. 3 Font Sumber: Penulis.....	56

Gambar 3. 4 e-Poster Bakso Keju Condong Raos Sumber: Pribadi	60
Gambar 4. 1 Logo Bakso Condong Raos Sumber: Penulis	65
Gambar 4. 2 Cover GSM Sumber: penulis	66
Gambar 4. 3 Introduction GSM Sumber: Penulis	66
Gambar 4. 4 GSM Sumber : Penulis.....	67
Gambar 4. 5 Table Of Content Sumber: Penulis	67
Gambar 4. 6 Our Brand Sumber: Penulis	68
Gambar 4. 7 Company Profile Sumber: Penulis	68
Gambar 4. 8 Brand Positioning Sumber: Penulis.....	69
Gambar 4. 9 Brand Personality Sumber: Penulis.....	69
Gambar 4. 10 Target Audience Sumber: Penulis	70
Gambar 4. 11 Our Logo & Identity Sumber Penulis	70
Gambar 4. 12 Meaning Of Logo Sumber : Penulis	71
Gambar 4. 13 Logo Component Sumber: Penulis	71
Gambar 4. 14 Logo Variations Sumber: Penulis	72
Gambar 4. 15 Full Color Sumber: Penulis	72
Gambar 4. 16 Light Background Sumber:: Penulis	73
Gambar 4. 17 Mono Sumber: Penulis.....	73
Gambar 4. 18 Grid Contruction Sumber: Penulis.....	74
Gambar 4. 19 Logo Grid Sumber: Penulis	74
Gambar 4. 20 Color Contruction Sumber: Penulis	75
Gambar 4. 21 Clear Space Sumber: Penulis	75
Gambar 4. 22 Minimum Logo Size Sumber: Penulis	76
Gambar 4. 23 Pengaplikasian Minimum Logo Size Print Sumber: Penulis	76
Gambar 4. 24 Minimum Logo Size Web&Mobile Sumber: Penulis	77
Gambar 4. 25 Pengaplikasian Minimum Logo Size Web&Mobile Sumber: Penulis	77
Gambar 4. 26 Incorrect Logo Sumber: penulis	78
Gambar 4. 27 Pengaplikasian Logo Lock Up With Clear Space Sumber: Penulis	78

Gambar 4. 28 Pengaplikasian Logo Lock Up With Clear Space Sumber: Penulis	79
Gambar 4. 29 Layout Proportions Sumber: Penulis	79
Gambar 4. 30 Color Primer Sumber: Penulis	80
Gambar 4. 31 Filosofi Color Primer Sumber : Penulis	80
Gambar 4. 32 Color Secondary Sumber: Penulis	81
Gambar 4. 33 Filosofi Color Secondary Sumber: Penulis	81
Gambar 4. 34 Font Type Sumber: Penulis	82
Gambar 4. 35 Typography Sumber: Penulis	82
Gambar 4. 36 Size Typography Sumber: Penulis	83
Gambar 4. 37 Tracking Sumber: Penulis	83
Gambar 4. 38 Leading Sumber: Penulis	84
Gambar 4. 39 Type System Sumber: Penulis	84
Gambar 4. 40 Tyface Usage Sumber: Penulis	85
Gambar 4. 41 Primary Tyface Sumber: Penulis	85
Gambar 4. 42 Secondary Typeface Sumber: Penulis	86
Gambar 4. 43 Visual Sistem Component Sumber: Penulis	86
Gambar 4. 44 Pattern Sumber: Penulis	87
Gambar 4. 45 Pattern Aplication Sumber: Penulis	87
Gambar 4. 46 Pengaplikasian Pattern Sumber: Penulis	88
Gambar 4. 47 Pattern Transition Sumber: Penulis	88
Gambar 4. 48 Pengaplikasian Transisi Pattern Sumber: Penulis	89
Gambar 4. 49 Color Consideration For Pattern Sumber: Penulis	89
Gambar 4. 50 SuperGraphic Sumber: Penulis	90
Gambar 4. 51 SuperGraphic Filosofi Sumber: Penulis	90
Gambar 4. 52 SuperGraphic Resize Sumber: Penulis	91
Gambar 4. 53 Pengaplikasian SuperGraphic Sumber: Penulis	91
Gambar 4. 54 Copywriting Sumber: Penulis	92
Gambar 4. 55 Copywiring usage Sumber: Penulis	92
Gambar 4. 56 Our Tone Of Voice Sumber: Penulis	93
Gambar 4. 57 Writing Tips For Promos Sumber: Penulis	93
Gambar 4. 58 Pengaplikasian Promo Sumber: Penulis	94

Gambar 4. 59 Copywriting Concept For Medium Sumber: Penulis.....	94
Gambar 4. 60 Pengaplikasian Copywriting Sumber : Penulis	95
Gambar 4. 61 Copywiring Concept Sumber: Penulis.....	95
Gambar 4. 62 Pengaplikasian Copywriting Concept Sumber: Penulis.....	96
Gambar 4. 63 CO Branding Sumber: penulis	96
Gambar 4. 64 Panduan Penerapan Co Branding Sumber: Penulis	97
Gambar 4. 65 When Bakso Condong Raos Is the Lead Brand Sumber: Penulis.....	97
Gambar 4. 66 Pengaplikasian Lead Brand CO Branding Sumber: Penulis	98
Gambar 4. 67 When Bakso Condong Raos Is Equal to the Partner Bisnis Sumber: Penulis.....	98
Gambar 4. 68 Pengaplikasian Equal CO Branding Sumber: Penulis.....	99
Gambar 4. 69 When Partner Is The Lead Brand Sumber: Penulis	99
Gambar 4. 70 Pengaplikasian Partner Is The Lead Brand Sumber: Penulis	100
Gambar 4. 71 Partner Logo Place On Sumber: Penulis	100
Gambar 4. 72 Pengaplikasian Partner Logo Place On Sumber: Penulis	101
Gambar 4. 73 Partner Logo Placement On Online Banners Summber: Penulis	101
Gambar 4. 74 Pengaplikasian Partner Logo Placement On Online Banners Sumber: Penulis.....	102
Gambar 4. 75 Media Distribution Sumber: Penulis	102
Gambar 4. 76 Banner Sumber: Penulis	103
Gambar 4. 77 Poster Menu Sumber: Penulis	103
Gambar 4. 78 Sign System Sumber: Penulis.....	104
Gambar 4. 79 Sign System Kasir Sumber: Penulis.....	104
Gambar 4. 80 Sign System Tempat Sampah Sumber: Penulis.....	105
Gambar 4. 81 Sign System take Away Sumber: Penulis	105
Gambar 4. 82 Sign System Scan QR Sumber: Penulis	106
Gambar 4. 83 Sign System Parkir Motor Sumber: Penulis	106
Gambar 4. 84 Sign System Parkir Mobil Sumber: Penulis.....	107

Gambar 4. 85 Sign System Toilet Sumber: penulis.....	107
Gambar 4. 86 Sign System Order Sumber: Penulis.....	108
Gambar 4. 87 No table Sumber: Penulis	108
Gambar 4. 88 No Table Mockup 1 Sumber: Penulis	109
Gambar 4. 89 No Table Mockup 2 Sumber: Penulis	109
Gambar 4. 90 No Table Mockup 3 Sumber: Penulis	110
Gambar 4. 91 Keychain Sumber: Penulis	110
Gambar 4. 92 Pin Sumber: Penulis.....	111
Gambar 4. 93 Tumbler Sumber: Penulis.....	111
Gambar 4. 94 Bowl Packaging Sumber: Penulis	112
Gambar 4. 95 Mockup Bowl Packaging Sumber: Penulis.....	112
Gambar 4. 96 Sign Board Sumber: Penulis	113
Gambar 4. 97 Envelope Sumber: Penulis	113
Gambar 4. 98 name Card Sumber: Penulis	114
Gambar 4. 99 Polo Shirt Sumber: Penulis	114
Gambar 4. 100 Pen Sumber: penulis.....	115
Gambar 4. 101 Apron Sumber: Penulis	115
Gambar 4. 102 Alamat Bakso Condong Raos Sumber: penulis	116
Gambar 4. 103 Copyright Sumber: Penulis	116
Gambar 4. 104 Foto Pameran Sumber: Penulis	120
Gambar 4. 105 Responden Sumber: Penulis	126

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan	131
Lampiran 2 Catatan Penguji	132

