

LAPORAN TUGAS AKHIR



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL KEDAI KOPI DAN RASA

Oleh:

Ega Setyawan

42316010013

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Dosen Pembimbing:



Diean Arjuna D., S.Ds, M.Sn

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2022

LEMBAR PERNYATAAN

 MERCU BUANA	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPRESIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	
--------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

Semester : II

Tahun Akademik : 2021-2022

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : EGA SETYAWAN
Nomor Induk Mahasiswa : 42316010013
Program Studi : DKV
Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas Visual Kedai Kopi Dan Rasa

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini menyatakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

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


Jakarta, 08 Agustus 2022
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Yang memberikan pernyataan,



(Ega Setyawan)

LEMBAR PENGESAHAN

 MERCU BUANA	LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
--------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------

Semester : 11

Tahun Akademik : 2021-2022

Tugas akhir ini untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Desain, jenjang pendidikan Strata I (S-1), Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Judul Tugas Akhir : Perancangan identitas Visual Kedai Kopi Dan Rasa
Diajukan Oleh,
Nama Mahasiswa : EGA SETYAWAN
Nomor Induk Mahasiswa : 42516010013
Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Telah diajukan dan dinyatakan **LULUS** pada Sidang Sarjana Tanggal 19 Juli 2022

Pembimbing,


Dean Arjuna D., S.Ds., M.Sn.

Jakarta, 01 Agustus 2022

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir


Rizal Bay Khaqi, S.Ds., M.Sn

Mengetahui, Kepala Program Studi


Riki Indrarumunggar, S.Sn, M.Sn

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL KEDAI KOPI DAN RASA

EGA SETYAWAN

NIM 42316010013

ABSTRAK

"Kopi Dan Rasa" merupakan sebuah usaha UMKM local warga Rawa Buaya, Cengkareng Jakarta Barat, dalam perancangan identitas visual ini rancangan desain juga dapat di promosikan dalam berbagai media sosial seperti Instagram, facebook, dan youtube. Perancangan identitas visual ini di susun menggunakan strategi setelah melalui riset 10 identitas visual kedai kopi di Jakarta. Dengan strategi yang da penulis berusaha membedakan strategi pada setiap platform namun pada setiap platform memiliki ikatan hingga menjadi satu kesatuan yang menggambarkan "Kopi Dan Rasa".

Perancangan identitas visual "Kopi Dan Rasa" akan mulai dari pembuatan sebuah logo dan palette warna yang akan menjadi acuan perancangan identitas visual, lalu akan diikuti dengan pembuatan buku Graphic Standar Manual (GSM) yang akan mengkomunikasikan filosofi ataupun makna yang ada pada Kopi Dan Rasa. Media promosi akan menjadi penutup dari perancangan identitas visual "Kopi Dan Rasa" agar konsumen dapat mengenali identitas visual yang baru dengan mudah.

Kata Kunci: *Perancangan, Kedai Kopi, Logo, Identitas visual.*

DESIGN VISUAL IDENTITY STORE KOPI DAN RASA

EGA SETYAWAN

NIM 42316010013

ABSTRACT

"Kopi Dan Rasa" is a local MSME business, residents of Rawa Buaya, Cengkareng, West Jakarta, in designing this visual identity the design can also be promoted in various social media such as Instagram, Facebook, and YouTube. This visual identity design was compiled using a strategy after going through research on 10 visual identities of coffee shops in Jakarta. With this strategy, the author tries to distinguish strategies on each platform, but each platform has a bond so that it becomes a single unit that describes "Coffee and Taste".

The design of the visual identity of "Kopi dan Rasa" will start with the creation of a logo and color palette which will be the reference for designing a visual identity, then this will be followed by the creation of a Graphic Standard Manual (GSM) book that will communicate the philosophy or meaning of Kopi Dan Rasa. Promotional media will be the closing of the visual identity design "Kopi dan Rasa" so that consumers can easily recognize the new visual identity.

Keywords: *Design, Coffee Shop, Logo, Visual identity.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas nikmat dan hikmahnya bagi seluruh ciptaan-Nya, sehingga saya dapat melaksanakan tugas dan kewajiban menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini berjudul “Perancangan Identitas Visual Kedai Kopi Dan Rasa”.

Selanjutnya, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam pelaksanaan kerja praktek hingga proses penyusunan laporannya. Ucapan terima kasih kepada:

1. Diean Arjuna D., S.Ds., M.Sn Dosen Pembimbing Riset Desain.
2. Rizal Baykhaqi S.Ds., M.Sn dan Rika Hindraruminggar M.Sn. Selaku Koordinator Tugas Akhir.
3. Keluarga saya, terlebih Ayah dan Ibu saya yang senantiasa dan selalu mendukung saya dalam doa di setiap kegiatan perkuliahan yang saya jalani.
4. Teman-teman DKV yang selalu menyemangati saya dan mendoakan saya

Semoga Tugas Akhir ini dapat berguna dan memberikan masukan bagi saya sebagai penulis maupun pembaca. Meskipun masih terdapat kekurangan dan kesalahan yang tidak disengaja. Penulis akan menerima segala kritik dan saran demi perbaikan mulai dari setiap bentuk karya yang akan kita buat. Terima kasih.

Jakarta, 2022

Penulis



Ega Setyawan

DAFTAR ISI

<u>COVER</u>	i
<u>LEMBAR PERNYATAAN</u>	ii
<u>LEMBAR PENGESAHAN</u>	iii
<u>ABSTRAK</u>	iv
<u>ABSTRACT</u>	v
<u>KATA PENGANTAR</u>	vi
<u>DAFTAR ISI</u>	vii
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	x
<u>DAFTAR TABLE</u>	xi
<u>I. PENDAHULUAN</u>	1
<u>A. LATAR BELAKANG PERANCANGAN</u>	1
<u>B. TUJUAN PERANCANGAN</u>	3
<u>C. MANFAAT PERANCANGAN</u>	3
1. <u>BAGI PENULIS</u>	3
2. <u>BAGI LEMBAGA</u>	3
3. <u>BAGI MASYARAKAT</u>	3
4. <u>BAGI ILMU DESAIN</u>	3
<u>II. METODE PERANCANGAN</u>	4
<u>A. ORISINALITAS</u>	4
<u>B. TARGET /KELOMPOK PENGGUNA (KHALAYAK SASARAN)</u>	6
<u>C. RELEVANSI DAN KONSEKUENSI STUDI</u>	6
1. <u>RELEVANSI</u>	6
2. <u>KELENGKAPAN PERALATAN</u>	7
3. <u>BIAYA PERANCANGAN PRODUKSI</u>	7
<u>D. SKEMA PROSES DESAIN</u>	8
1. <u>MENETUKAN MASALAH DAN IDE</u>	9
2. <u>PENGUMPULAN DATA DAN REFRENSI</u>	9
3. <u>PROSES PENGEMBANGAN DESAIN</u>	9
4. <u>PROSES SKETSA DAN DESAIN VISUAL BRANDING</u>	10
5. <u>UJI KELAYAKAN KARYA</u>	10
6. <u>REALISASI KARYA</u>	10
7. <u>PAMERAN KARYA</u>	10

<u>III. DATA DAN ANALISA PERANCANGAN</u>	11
<u>A. DATA ASPEK KOMUNIKASI PERANCANGAN</u>	11
<u>B. DATA ASPEK TEKNIS PERANCANGAN</u>	12
1. <u>TAHAP PRA-PRODUKSI</u>	12
2. <u>TAHAP PRODUKSI</u>	15
3. <u>TAHAP PASCA PRODUKSI</u>	18
<u>C. DATA ASPEK KEINDAHAN KARYA PERANCANGAN</u>	19
1. <u>ELEMEN DESAIN</u>	19
2. <u>TIPOGRAFI</u>	20
3. <u>WARNA</u>	25
4. <u>LAYOUT</u>	32
5. <u>MEDIA PROMOSI</u>	33
6. <u>BRANDING</u>	34
<u>BAB IV. KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN</u>	35
<u>A. TATARAN LINGKUNGAN</u>	35
1. <u>ANALISA KONSUMEN</u>	35
2. <u>KONTRIBUSI PADA MSYARAKAT</u>	35
<u>B. TATARAN MEDIA</u>	35
1. <u>PENGGUNAAN KARYA</u>	35
2. <u>CARA PENYABARAN KARYA</u>	36
<u>C. TATARAN KARYA</u>	36
1. <u>DESKRIPSI KARYA</u>	36
2. <u>TEKNIS KARYA</u>	36
<u>D. TATARAN ELEMEN DESAIN</u>	42
1. <u>KONSEP VISUAL</u>	42
2. <u>KONSEP MATERIAL</u>	46
3. <u>KONSEP PROTEKSI KARYA</u>	47
<u>V. UJI DESAIN</u>	48
<u>A. DESKRIPSI KARYA</u>	48
<u>B. KEGIATAN UJI DESAIN</u>	49
<u>C. HASIL UJI DESAIN</u>	52
1. <u>RESPON DARI FORM FEEDBACK PAMERAN</u>	52
2. <u>RESPON PADA MEDIA SOSIAL</u>	52
3. <u>LAUNCHING BRAND</u>	53
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	54

<u>BUKU DAN JURNAL</u>	54
<u>WEBSITE</u>	54
<u>LAMPIRAN</u>	55
<u>KARTU ASISTENSI</u>	55



DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 1. Logo Stuja Coffee</u>	4
<u>Gambar 2. Logo Arah Kopi</u>	5
<u>Gambar 3. Logo 1/15 Coffee</u>	5
<u>Gambar 4. Skema Proses Desain</u>	8
<u>Gambar 5. Mind Mapping</u>	9
<u>Gambar 6. Moodboard</u>	10
<u>Gambar 7. Logo Lama Kopi Dan Rasa</u>	11
<u>Gambar 8. Mind Mapping</u>	14
<u>Gambar 9. Moodboard</u>	15
<u>Gambar 10. Sketsa Manual</u>	15
<u>Gambar 11. Sketsa Digital</u>	16
<u>Gambar 12. Opsi Logo Gram</u>	16
<u>Gambar 13. Opsi Warna</u>	17
<u>Gambar 14. Logo Akhir</u>	18
<u>Gambar 15. Jenis-Jenis Tipografi</u>	24
<u>Gambar 16. Warna Monokromatik</u>	30
<u>Gambar 17. Warna Monokromatik 2</u>	31
<u>Gambar 18. Lingkaran Warn Brewster</u>	31
<u>Gambar 19. Cover Buku Menu</u>	37
<u>Gambar 20. Instagram Profile</u>	38
<u>Gambar 21. Merchandise</u>	39
<u>Gambar 22. Label Cup</u>	39
<u>Gambar 23. Mockup Cup</u>	40
<u>Gambar 24. Seragam</u>	40
<u>Gambar 25. Store Signage</u>	41
<u>Gambar 26. Logo Terpilih</u>	42
<u>Gambar 27. Filosofi Logo</u>	43
<u>Gambar 28. Pallette Warna</u>	44
<u>Gambar 29. Size Logo</u>	45
<u>Gambar 30. Supergraphic</u>	45
<u>Gambar 31. Tipografi</u>	46
<u>Gambar 32. Logo Kopi Dan Rasa</u>	48
<u>Gambar 33. Layar Karya Poster</u>	50
<u>Gambar 34. Pameran Layar Karya#2</u>	51
<u>Gambar 35. Hasil Pameran</u>	51
<u>Gambar 36. Komen Instagram</u>	53

DAFTAR TABLE

<u>Table 1. Riset Logo Kedai Kopi</u>	6
<u>Table 2. Biaya Pra Produksi</u>	7
<u>Table 3. Biaya Produksi</u>	8
<u>Table 4. Biaya Cetak Media Pendukung</u>	8
<u>Table 5. Total Biaya Perancangan</u>	8
<u>Table 6. Analisa SWOT</u>	13
<u>Table 7. Respon Audiens Pameran</u>	52

