

TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN BRANDING BRAND  
IDENTITY MOLLEX**

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



Oleh :  
Nanda Dwi Ramadhan  
42317010005

Program Studi Desain Komunikasi Visual





Dosen Pembimbing :  
Fachmi Khadam Khaeril, S.Pd, M.Pd

**FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

	<b>LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>	
---	---	---

Semester : 10

Tahun Akademik : 2022

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nanda Dwi Ramadhan  
 Nomor Induk Mahasiswa : 42317010005  
 Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
 Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
 Judul Tugas Akhir : Perancangan Branding Brand Identity Mollex

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.

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 4 Agustus 2022

Yang memberikan pernyataan,



**Nanda Dwi Ramadhan**



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

**Q**

Semester : 10

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 BRANDING BRAND IDENTITY  
MOLLEX

Disusun Oleh,  
Nama Mahasiswa : Nanda Dwi Ramadhan  
Nomor Induk Mahasiswa : 42317010005  
Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Telah diajukan dan dinyatakan LULUS pada Sidang Sarjana Tanggal 20 Juli 2022

Pembimbing,

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**Fachmi Khadam Haeril, S.Pd, M.Pd**

Jakarta, 01 Agustus 2022

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir

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

Ketua Program Studi

**Rika Handraruminggar, S.Sn, M.Sn**

PERANCANGAN BRANDING  
BRAND IDENTITY MOLLEX

Nanda Dwi Ramadhan  
42317010005

**ABSTRACT**

Brand is an identity of the company that distinguishes between products and places. Brand is also defined as a name, term, sign, symbol or design. While Branding is a communication activity and also maintains the brand. Branding is also the process of designing, designing, and communicating a name and identity. Branding is also influential in order to give perspective to others who see it. With branding, companies can receive responses from consumers and can also. In this era, the brand in a company is very influential on the image that is conveyed to the public to increase brand awareness.

The purpose of this design is to produce a brand identity that is in accordance with Mollex, to build a better company image, to be able to adapt to the times, and also to make it look more professional and support media that is able to be accepted by the community and in accordance with the target market.

**Key Word:** Brand Identity, Branding, Mollex



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Perancangan</b> .....	1
<b>1.2 Tujuan Perancangan</b> .....	2
<b>1.3 Manfaat Perancangan</b> .....	2
<b>II. METODE PERANCANGAN</b> .....	4
<b>2.1 Orisinalitas</b> .....	4
<b>2.2 Target/Kelompok Pengguna (Khalayak Sasaran)</b> .....	6
<b>2.3 Relevansi dan konsekuensi Studi</b> .....	7
<b>III. DATA DAN ANALISA PERANCANGAN</b> .....	15
<b>3.1 Data Aspek Komunikasi Karya Perncangan</b> .....	15
<b>3.2 Data Aspek Teknis/Teknologi Karya Perancangan</b> .....	21
<b>3.3 Data aspek Estetika/Keindahan Perancangan</b> .....	28
<b>IV. KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN</b> .....	40
<b>4.1 Tataran Lingkungan/Komunitas (Community Level)</b> .....	40
<b>4.2 Tataran Sistem (System Level)</b> .....	40
<b>4.3 Tataran Produk (Product Level)</b> .....	45
<b>4.4 Tataran Komponen (Components Level)</b> .....	61
<b>V. UJI DESAIN</b> .....	66

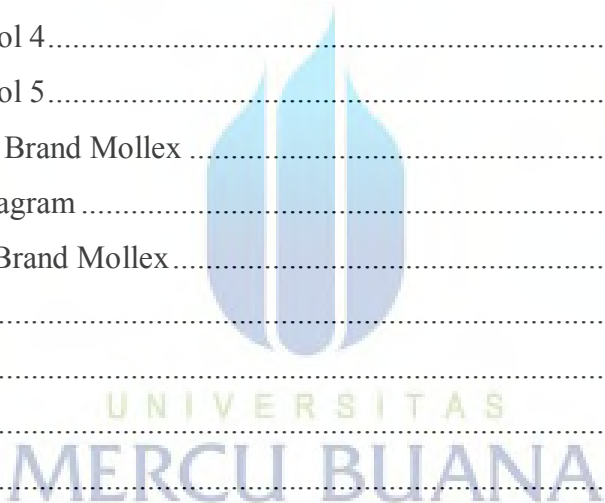
<b>5.1 Deskripsi Karya .....</b>	<b>66</b>
<b>5.2 Kegiatan Ujian Desain .....</b>	<b>67</b>
<b>5.3 Hasil Uji Desain .....</b>	<b>70</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Sorella .....	4
Gambar 2. Logo Sorex .....	5
Gambar 3. Logo Younghearts.....	5
Gambar 4. Skema Proses Desain .....	10
Gambar 5. Mind Mapping Brand Mollex.....	11
Gambar 6. Moodboard brand Mollex.....	12
Gambar 7. Sketsa Logo Brand Mollex.....	13
Gambar 8. Proses Digital Brand Mollex .....	13
Gambar 9. Final Design Brand Mollex .....	14
Gambar 10. Logo Lama Brand Mollex .....	15
Gambar 11. Produk Brand Mollex .....	18
Gambar 12. Produk Brand Mollex .....	18
Gambar 13. Produk Brand Mollex .....	19
Gambar 14. Produk Brand Mollex .....	19
Gambar 15. Mind Map Brand Mollex.....	22
Gambar 16. Moodboard Brand Mollex.....	23
Gambar 17. Icon Mollex .....	23
Gambar 18. Icon Kupu – Kupu.....	24
Gambar 19. Icon Bunga.....	24
Gambar 20. Icon Love.....	24
Gambar 21. Icon Bra.....	24
Gambar 22. Icon Garis Patah – patah.....	25
Gambar 23. Icon Target Market .....	25
Gambar 24. Icon Tipografi .....	25
Gambar 25. Gambar Brand & Brand Touch Point .....	30
Gambar 26. Skema Proses Desain Brand Mollex.....	41
Gambar 27. Sketsa Manual Logo Mollex .....	42
Gambar 28. Sketsa Manual Logo Mollex .....	42
Gambar 29. Sketsa Digital Logo Mollex.....	42
Gambar 30. Logo Baru Brand Mollex .....	43

Gambar 31. Logo Lama Mollex .....	44
Gambar 32. Logo Baru Brand Mollex .....	44
Gambar 33. Logo Baru Brand Mollex .....	46
Gambar 34. Konsep Logo Brand Mollex .....	46
Gambar 35. Pengecilan Logo .....	47
Gambar 36. Logo Grid .....	47
Gambar 37. Clear Space Logo .....	48
Gambar 38. Background Brand Mollex .....	49
Gambar 39. Logo Control 1 .....	49
Gambar 40. Logo Control 2 .....	50
Gambar 41. Logo Control 3 .....	50
Gambar 42. Logo Control 4 .....	51
Gambar 43. Logo Control 5 .....	51
Gambar 44. Buku GSM Brand Mollex .....	52
Gambar 45. Layout Instagram .....	53
Gambar 46. Name Tag Brand Mollex .....	54
Gambar 47. Packaging .....	55
Gambar 48. Papper Bag .....	55
Gambar 49. ID Card .....	56
Gambar 50. Baju .....	57
Gambar 51. Mug .....	57
Gambar 52. Stamb .....	58
Gambar 53. Tumbler .....	59
Gambar 54. Pin .....	60
Gambar 55. Nota .....	60
Gambar 56. Penggunaan Warna .....	61
Gambar 57. Tipografi .....	62
Gambar 58. Layar Karya#2 .....	67
Gambar 59. Sambutan Dari Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual .....	68
Gambar 60. Sambutan Dari ketua acara .....	68
Gambar 61. Pembukaan Pameran Layar Karya#2 .....	69







## DAFTAR TABEL

Table 1. Objek Inspirasi Karya Sejenis .....	5
Table 2. Biaya Pra Produksi .....	9
Table 3. Biaya Produksi .....	9
Table 4. Biaya Media Pendukung .....	9
Table 5. Biaya Keseluruhan .....	10
Table 6. Matriks Morfologi .....	25
Table 7. Perbandingan Logo Lama & Logo Baru Brand Mollex .....	44
Table 8. Biaya Perancangan .....	63
Table 9. Penilaian Karya .....	73



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Asistensi FDSK .....	75
Lampiran 2. Surat Keterangan Hasil Sidang Tugas Akhir .....	76
Lampiran 3. Pembukaan Pameran Layar Karya#2.....	77
Lampiran 4. Pameran Layar Karya .....	78

