



**“PERANCANGAN *VISUAL BRAND IDENTITY*
MAKARONI HOPENG”**

LAPORAN TUGAS AKHIR



UNIVERSITAS
RICKY HARTONO
42318120018
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**



**“PERANCANGAN *VISUAL BRAND IDENTITY*
MAKARONI HOPENG”**

LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**RICKY HARTONO
42318120018**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ricky Hartono
NIM : 42318120018
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan Tugas Akhir : “Perancangan *Visual Brand Identity*
Makaroni Hopeng”

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Tugas Akhir saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 26 Agustus 2023



Ricky Hartono

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ricky Hartono
NIM : 42318120018
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN VISUAL BRAND
IDENTITY MAKARONI HOPENG

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 : Novena Ulita, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0321128506
Ketua Penguji : Novena Ulita, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0321128506
Penguji 1 : Anggi Almira Rahma, M.Ds
NIDN : 0307079304
Penguji 2 : Fatimah Yasmin Hasni S.Sos, M.Ds
NIDN : 0317078006



MERCUBUANA

Jakarta, 28 Agustus 2023

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.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul, “**PERANCANGAN VISUAL BRAND IDENTITY MAKARONI HOPENG**” guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pada program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Mercu Buana jenjang Pendidikan Strata Satu. Ucapan terima kasih penulis sampaikan 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 Seni Dan Kreatif Universitas Mercu Buana
3. Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
4. Novena Ulita S.ds, M.ds selaku dosen pembimbing yang sangat sabar membimbing penulis selama pembuatan riset sampai dengan Tugas Akhir ini.
5. Novena Ulita S.ds, M.ds, Anggi Almira Rahma, M.Ds, dan Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds selaku Dosen Penguji Tugas Akhir atas koreksi dan arahan serta masukannya
6. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendukung dan semua pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir, yang penulis tidak dapat menyebutkan satu demi satu

Penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat membantu untuk penulis kedepannya.

Jakarta, 26 Agustus 2023

Penulis.



Ricky Hartono

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Ricky Hartono
NIM : 42318120018
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan Tugas Akhir : “Perancangan *Visual Brand Identity* Makaroni Hopeng”

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 Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Agustus 2023

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Ricky Hartono

ABSTRAK

Nama	: Ricky Hartono
NIM	: 42318120018
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan Tugas Akhir	: “Perancangan <i>Visual Brand Identity</i> Makaroni Hopeng”
Pembimbing	: Novena Ulita S.Pd, M.Sn

Penelitian ini berfokus pada tata cara membangun *Visual Brand Identity*. Tujuan perancangan ini adalah agar penulis dapat merancang *Visual Brand Identity* dari sebuah produk makaroni. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif, dengan cara melakukan wawancara untuk menggali informasi mengenai produk terkait.

Data primer diperoleh melalui observasi lapangan terkait *identitas visual brand* dari produk sejenis dengan cara melakukan dokumentasi terhadap identitas visual brand pada outlet produk terkait. Hasil dari penelitian ini, yaitu penulis dapat membuat perancangan *visual brand identity* dari produk makaroni terkait, sehingga nantinya produk makaroni tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas dan memiliki ciri khasnya tersendiri.

Kata Kunci: Identitas Visual Brand, *Makaroni Telur*, *Makaroni Hopeng*.



ABSTRACT

Name : Ricky Hartono
NIM : 42318120018
Study Program : Desain Komunikasi Visual
Title Thesis Report : “Perancangan *Visual Brand Identity*
Makaroni Hopeng”
Counsellor : Novena Ulita S.Pd, M.Sn

This research focuses on the procedures for building a Visual Brand Identity. The purpose of this design is so that the writer can design a Visual Brand Identity from a macaroni product. The method used in this design is a qualitative method, by conducting interviews to gather information about related products.

Primary data was obtained through field observations related to the visual identity of the brand from similar products by documenting the visual identity of the brand at the outlet of the related product. The results of this study, namely the author can design a visual brand identity of related macaroni products, so that later these macaroni products can be recognized by the wider community and have their own characteristics.

Key Word: *Visual Brand Identity, Egg Macaroni, Makaroni Hopeng.*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Perancangan	1
1.2 Tujuan Perancangan.....	2
1.3 Manfaat Perancangan.....	2
1.3.1 Bagi Diri Sendiri/Personal	2
1.3.2 Bagi Masyarakat/Sosial.....	2
1.3.3 Bagi Bidang Ilmu Desain	3
1.3.4 Bagi Lembaga	3
BAB II METODE PERANCANGAN	4
2.1 Orisinalitas	4
2.2 Target/Kelompok Pengguna	5
2.3 Relevansi Dan Konsekuensi Studi.....	5
2.4 Skema Proses Desain	6
BAB III DATA DAN ANALISA PERANCANGAN.....	10
3.1 Data Aspek Komunikasi Karya Perancangan	10

3.2	Data Aspek Teknis Karya Perancangan	11
3.2.1	Identitas <i>Visual Branding</i>	11
3.2.2	<i>Brand Positioning</i>	11
3.2.3	Unsur Desain.....	12
3.2.4	Prinsip Desain	13
3.3	Data Aspek Keindahan Karya Perancangan	13
3.3.1	Logo	13
3.3.2	Tipografi	14
3.3.3	Warna	14
3.3.4	<i>Layout</i>	14
BAB IV KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN		15
4.1	Tataran Lingkungan/Komunitas	15
4.1.1	Analisa Pengguna/Komunitas Karya	15
4.1.2	Kontribusi Pada Masyarakat	15
4.2	Tataran Sistem	15
4.2.1	Cara Kerja Karya.....	15
4.2.2	Cara Penyebaran/Distribusi/Penempatan Karya	15
4.3	Tataran Produk.....	16
4.3.1	Deskripsi Karya.....	16
4.3.2	Konsep Visual	16
4.3.3	Konsep Material	22
4.3.4	Konsep Proteksi Karya	22
4.3.5	Spesifikasi Teknis & Desain <i>Layout</i> Karya	22
4.4	Tataran Komponen	25
BAB V UJI DESAIN		27
5.1	Deskripsi Karya	27
5.2	Kegiatan Uji Desain.....	27
5.3	Hasil Uji Desain.....	28
5.4	Analisa Terhadap Respon	28
BAB VI KESIMPULAN		29
DAFTAR PUSTAKA		30
LAMPIRAN		32

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Inspirasi Karya Sejenis.....	4
Tabel 2.2 Biaya Produksi	5
Tabel 2.3 Biaya Produksi 2	5
Tabel 5.1 Analisa Terhadap Respon.....	28



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Makaroni Ngehe (Sumber: LPM Perspektif, 2021).....	4
Gambar 2.2 Logo Mantan (Sumber: Behance, 2022)	4
Gambar 2.3 Logo Woy Makaroni (Sumber: Traveloka, 2022).....	4
Gambar 2.4 Design Thinking.....	6
Gambar 2.5 Mind Mapping.....	7
Gambar 2.6 Alternatif Ikon.....	7
Gambar 2.7 Alternatif Logo.....	8
Gambar 2.8 Moodboard	8
Gambar 4.1 Customer Journey.....	16
Gambar 4.2 Warna	16
Gambar 4.3 Font.....	17
Gambar 4.4 Logo	17
Gambar 4.5 Keberuntungan	18
Gambar 4.6 Teman.....	18
Gambar 4.7 Hangat	18
Gambar 4.8 Penggabungan Logo.....	18
Gambar 4.9 Komponen Logo.....	19
Gambar 4.10 Logo Scale.....	19
Gambar 4.11 Minimum Clear Area	20
Gambar 4.12 Logo Treatment	20
Gambar 4.13 Logo Treatment 2	21
Gambar 4.14 Supergrafis	22
Gambar 4.15 Kemasan.....	22
Gambar 4.16 Kartu Nama	23
Gambar 4.17 Menu.....	23
Gambar 4.18 Kaos/Seragam.....	23
Gambar 4.19 Topi	24
Gambar 4.20 Banner	24
Gambar 4.21 Kipas Tangan.....	24
Gambar 4.22 Booth.....	25
Gambar 5.1 Poster Pameran.....	27
Gambar 5.2 Kegiatan Pameran	27
Gambar 5.3 Kegiatan Pameran 2	28

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KARTU ASISTENSI TUGAS AKHIR	31
LAMPIRAN II RESPON TERHADAP KARYA	32

