

**REDESAIN IDENTITAS BRANDING
TOKO KUE DAN ROTI AROMA RASA**

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



Oleh :
Aditya Bayu Anugrah
NIM 42318210016
Program Studi Desain Komunikasi
Visual

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing :
Dwi Ramayanti, S.Sn, M.Sn.

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023

**REDESAIN IDENTITAS BRANDING
TOKO KUE DAN ROTI AROMA RASA**

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing :
Dwi Ramayanti, S.Sn, M.Sn.

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aditya Bayu Anugrah
NIM : 42318210016
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan Tugas Akhir : Redesain Identitas Branding
Toko Kue dan Roti Aroma
Rasa

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, 19 Januari 2023



Aditya Bayu Anugrah

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aditya Bayu Anugrah
NIM : 42318210016
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Redesain Identitas Branding Toko Kue dan Roti Aroma Rasa

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 : Dwi Ramayanti, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0305128006
Ketua Penguji : Dwi Ramayanti, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0305128006
Penguji 1 : Abdul Hakim Santoso S.Sn, M.Ds
NIDN : 0301128701
Penguji 2 : Denta Mandra Pradipta Budiastomo, S. Ds, M.Si
NIDN : 0328028303


Digitally signed by
Dwi Ramayanti,
M.Sn
Date: 2023.01.24
15:23:17 +07'00'







UNIVERSITAS

MERCU BUANA


Jakarta, 21 Januari 2023

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Desain dan Seni Kreatif


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

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual


(Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT karena telah memberikan Rahmat, dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “REDESAIN IDENTITAS BRANDING TOKO KUE DAN ROTI AROMA RASA” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi (S1) Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Mercu Buana, dalam perancangan buku *Graphic Standard Manual* ini penulis menggunakan data-data riset yang telah penulis dapatkan.

Penulis menyadari dalam menyusun laporan tugas akhir ini banyak mendapat dukungan, bimbingan, bantuan, dan kemudahan dari berbagai pihak sehingga laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan. Dengan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kepada ibu Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn selaku ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
2. Kepada ibu Dwi Ramayanti, S.Sn, M.Sn selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dalam proses penyusunan laporan tugas akhir, proses perancangan karya *Graphic Standard Manual*, memberikan berbagai kritik, dan saran kepada penulis.
3. Kepada ibu Rinkapati Swatriani, S.Ds, M.Ikom selaku dosen koordinator tugas akhir.
4. Kepada kedua Orang Tua yang selalu memberikan dukungan, do'a, serta material kepada penulis.
5. Kepada seluruh teman-teman saya di Universitas Mercu Buana baik di Fakultas Desain Seni Kreatif maupun bukan yang telah memberikan dukungan, berbagai kritik, dan saran dalam penyusunan laporan tugas akhir serta prancangan karya *Graphic Standard Manual*.

Penulis juga sadar bahwa laporan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis akan sangat terbuka dengan kritik dan saran.

Jakarta, 21 Januari 2023

Penulis,



Aditya Bayu Anugrah

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

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

Nama : Aditya Bayu Anugrah
NIM : 42318210016
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan Tugas Akhir : Redesain Identitas Branding Toko Kue dan Roti
Aroma Rasa

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Januari 2023

Yang menyatakan,

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAL TEMPEL' and '10000'. The serial number '0D7AAJX307729111' is visible at the bottom.

(Aditya Bayu Anugrah)

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | v |
| ABSTRACT | vi |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| I. PENDAHULUAN | 1 |
| I.1. Latar Belakang Perancangan..... | 1 |
| I.2. Tujuan Perancangan | 4 |
| I.3. Manfaat Perancangan | 4 |
| II. METODE PERANCANGAN | 5 |
| II.1. Orisinalitas | 5 |
| II.1.1. Referensi Karya / Toko Sejenis 1..... | 5 |
| II.1.2. Referensi Karya / Toko Sejenis 2..... | 7 |
| II.2. Target/Kelompok Pengguna (Khalayak Sasaran)..... | 9 |
| II.2.1. Target Audience | 9 |
| II.3. Relevansi dan Konsekuensi Studi..... | 9 |
| II.3.1. Ekonomi | 9 |
| II.3.2. Sosial..... | 11 |
| II.3.3. Budaya..... | 11 |
| II.4. Skema Proses Desain | 12 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| II.4.1. Empathize..... | 12 |
| II.4.2. Define..... | 12 |
| II.4.3. Ideate..... | 13 |
| II.4.4. Prototype..... | 16 |
| II.4.5. Test..... | 16 |
| III. DATA DAN ANALISA PERANCANGAN | 17 |
| III.1. Data Aspek Komunikasi Karya Perancangan..... | 17 |
| III.1.1. Sebagai Pembeda | 17 |
| III.1.2. Sebagai Promosi | 17 |
| III.1.3. Membangun Citra, Keyakinan, dan Penjamin Kualitas..... | 18 |
| III.1.4. Pengendali Pasar | 18 |
| III.2. Data Aspek Teknis Karya Perancangan | 18 |
| III.2.1. Pra Produksi..... | 18 |
| III.2.2. Produksi | 19 |
| III.2.3. Pasca Produksi | 19 |
| III.3. Data Aspek Keindahan Karya Perancangan..... | 19 |
| III.3.1. Logo..... | 19 |
| III.3.2. Desain Layout <i>Brand Guidelines</i> | 22 |
| IV. KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN..... | 27 |
| IV.1. Tataran Lingkungan/Komunitas (Community Level)..... | 27 |
| IV.2. Tataran Sistem (System Level) | 27 |
| IV.3. Tataran Produk (Products Level) | 28 |
| IV.4. Tataran Komponen (Components Level)..... | 74 |
| V. UJI DESAIN | 77 |
| V.1 Deskripsi Karya | 77 |
| V.2 Kegiatan Uji Desain..... | 78 |
| V.3. Hasil Uji Desain..... | 80 |
| KEPUSTAKAAN | 83 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 85 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar II.1. Logo Three'n Cookies..... | 5 |
| Gambar II.2. Logo Weebee..... | 7 |
| Gambar II.3. Skema Proses Desain..... | 12 |
| Gambar II.4. Mind Mapping..... | 13 |
| Gambar II.5. Sketsa Logo..... | 14 |
| Gambar II.6. Sketsa Kemasan..... | 15 |
| Gambar II.7. Sketsa Struktur Kemasan..... | 16 |
| Gambar II.8. Mockup Buku..... | 16 |
| Gambar III.1. Balance pada Logo..... | 19 |
| Gambar III.2. Unity Logo..... | 20 |
| Gambar III.3. Logo Upgrade..... | 21 |
| Gambar III.4. Logo Upgrade..... | 21 |
| Gambar III.5. Logo Upgrade..... | 22 |
| Gambar III.6. Layout 'Kemasan' <i>Brand Guidelines</i> Aroma Rasa..... | 22 |
| Gambar III.7. Layout 'Visi & Misi' <i>Brand Guidelines</i> Aroma Rasa..... | 23 |
| Gambar III.8. Layout 'Sub Bab' <i>Brand Guidelines</i> Aroma Rasa..... | 24 |
| Gambar III.9. Layout 'Seragam' <i>Brand Guidelines</i> Aroma Rasa..... | 25 |
| Gambar III.10. Layout 'Tentang Aroma Rasa' <i>Brand Guidelines</i> Aroma Rasa..... | 26 |
| Gambar IV.1. Buku Cetak..... | 29 |
| Gambar IV.2. E-Book..... | 29 |
| Gambar IV.3. Layout Brand Guideline..... | 30 |
| Gambar IV.4. Layout Brand Guideline..... | 31 |
| Gambar IV.5. Cover <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa..... | 32 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar IV.6. Layout <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa..... | 33 |
| Gambar IV.7. Layout ‘Daftar Isi’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa..... | 33 |
| Gambar IV.8. Layout Sub Bab ‘Tentang Aroma Rasa’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa..... | 34 |
| Gambar IV.10. Layout Sub Bab ‘Visi & Misi’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa | 35 |
| Gambar IV.11. Layout ‘Visi’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa | 35 |
| Gambar IV.12. Layout ‘Misi’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa..... | 36 |
| Gambar IV.13. Layout ‘ <i>Brand Positioning</i> ’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa..... | 36 |
| Gambar IV.14. Layout Sub Bab ‘ <i>Brand Personality</i> ’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa | 37 |
| Gambar IV.16. Layout Sub Bab ‘ <i>Logo Guidelines</i> ’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa ... | 38 |
| Gambar IV.27. Layout Sub Bab ‘Tipografi’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa | 43 |
| Gambar IV.33. Layout Sub Bab ‘Skema Warna’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa..... | 46 |
| Gambar IV.36. Layout Sub Bab ‘ <i>Supergrafis</i> ’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa..... | 48 |
| Gambar IV.39. Layout Sub Bab ‘ <i>Pattern</i> ’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa | 49 |
| Gambar IV.44. Layout Sub Bab ‘Gaya Pemotongan’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa | 52 |
| Gambar IV.47. Layout Sub Bab ‘ <i>Copywriting</i> ’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa | 53 |
| Gambar IV.50. Layout Sub Bab ‘ <i>Touchpoints</i> ’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa..... | 55 |
| Gambar IV.69. Layout Sub Bab ‘Media Sosial’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa | 64 |
| Gambar IV.74. Layout Sub Bab ‘ <i>Mechandise</i> ’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa | 67 |
| Gambar IV.79. Layout ‘Cover Belakang’ <i>Brand Guideline</i> Aroma Rasa | 69 |
| Gambar IV.80. Home page website | 70 |
| Gambar IV.83. Laman Profil Akun Instagram Aroma Rasa..... | 72 |
| Gambar IV.87. Corporate Color..... | 74 |
| Gambar V.1. Tampilan Buku..... | 77 |
| Gambar V.2. Laman Pameran..... | 78 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| I. Kartu Asistensi..... | 85 |
| II. Identitas Narasumber..... | 86 |
| II.1. Pemilik Toko Kue dan Roti Aroma Rasa | 86 |
| II.2. Planggan Toko Kue dan Roti Aroma Rasa..... | 86 |
| III. Dokumentasi Kegiatan Uji Desain..... | 87 |
| III.1. Tangkapan Layar Komentar Pada Laman Karya Penulis Di Galeri FDSK | 87 |
| III.2. Tangkapan Layar Komentar Dari Pemilik Aroma Rasa Di Galeri FDSK..... | 90 |
| III.3. Tangkapan Layar Wawancara Target Audience Via <i>WhatsApp Chat</i> | 90 |

