

TUGAS AKHIR

**REDESAIN IDENTITAS HANIS KITCHEN**

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



Oleh:

**Faris Ahmad Rayhan**

NIM 42320010084

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Faris Ahmad Rayhan  
NIM : 42320010084  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Tugas Akhir : Redesain Identitas Hanis Kitchen

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 : Octavianus Bramantha, S.Ds, M.Ds  
NIDN : 0304108803  
Ketua Penguji : Octavianus Bramantha, S.Ds, M.Ds  
NIDN : 0304108803  
Penguji 1 : Novena Ulita, S.Pd, M.Sn  
NIDN : 0321128506  
Penguji 2 : Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn  
NIDN : 0304039101



Jakarta, 7 Agustus 2024

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.)

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faris Ahmad Rayhan  
NIM : 42320010084  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Laporan Tugas Akhir : Redesain Identitas Hanis Kitchen

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, 7 Agustus 2024

  
  
66ALX326210732

Faris Ahmad Rayhan

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Faris Ahmad Rayhan  
NIM : 42320010084  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Laporan Tugas Akhir : Redesain Identitas Hanis Kitchen

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 Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Faris Ahmad Rayhan

## KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul "Redesain Identitas Hanis Kethen." Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh pemahaman mendalam mengenai identitas Hanis Kitchen yang menjadi fokus perancangan. Penulis menyadari bahwa penyelesaian laporan ini tidak akan tercapai tanpa dukungan dari berbagai pihak.

1. Saya ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada keluarga saya terutama kedua orang tua saya ayah dan mama saya yang sudah mendukung saya selama menempuh pendidikan dan mendidik saya selama ini.
2. Saya ingin mengucapkan Terima kasih banyak kepada Pak Octavianus Bramantha, S.Ds, M.Ds selaku Dosen Pembimbing Riset Desain yang telah membimbing, memberikan arahan, nasehat serta dukungan selama ini.
3. Saya juga mengucapkan terima kasih banyak kepada Ibu Novena Ulita, S.Pd, M.Sn., selaku Dosen koordinator Laporan Tugas akhir yang sudah memberikan dukungan, bimbingan serta arahan dalam penelitian ini sesuai dengan proses mata Tugas akhir.
4. Saya ingin berterima kasih kepada Kak Phoebe Shafa Fiorentina, Marceline Rebecca Ryanto selama ini atas bantuan serta dukungan dalam berbagai segala hal.
5. Dan juga untuk Teman –teman di kelas, organisasi dan dimanapun kalian yang telah memberikan semua dukungan dalam proses penyusunan Laporan Tugas Akhir.
6. Terakhir, saya ingin berterima kasih banyak atas diri saya yang sudah berusaha, pantang menyerah, selalu semangat, dan tidak takut akan kegagalan. Terima kasih banyak untuk diri saya sendiri yang sudah berjuang selama saya hidup.

Penulis berharap perancangan ini akan menjadi langkah awal yang penting menuju peningkatan ilmu pengetahuan. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua orang dan memberikan kontribusi positif bagi pengembangan bidang terkait.

Jakarta, 25 Juli 2024

Penulis

Faris Ahmad Rayhan

## ABSTRAK

Nama : Faris Ahmad Rayhan  
NIM : 42320010084  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Laporan Tugas Akhir : Redesain Identitas Hanis Kitchen  
Dosen Pembimbing : Octavianus Bramantha, S.Ds, M.Ds

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan meredesain identitas merek Hanis Kitchen, sebuah brand kue tradisional yang menyasar generasi milenial. Fokus utama penelitian adalah memahami dan memperbaiki elemen visual serta identitas merek agar selaras dengan citra dan nilai yang diinginkan oleh target audiens. Proses perancangan melibatkan penentuan segmentasi pasar yang spesifik, yaitu generasi milenial usia 25-40 tahun yang tinggal di perkotaan, dengan minat pada jajanan pasar tradisional. Identitas merek yang diperkuat mencakup elemen-elemen visual seperti logo, tipografi, dan warna yang mencerminkan karakter homemade dan autentik dari produk Hanis Kitchen.

Metode AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) diterapkan dalam strategi pemasaran dan distribusi media. Metode ini membantu menarik perhatian, membangun minat, menyediakan informasi yang relevan, mendorong tindakan pembelian, dan memfasilitasi pembagian pengalaman oleh konsumen. Hanis Kitchen menggunakan berbagai platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok serta media cetak seperti poster, brosur, dan kemasan untuk mencapai audiens target. Strategi distribusi ini dirancang untuk memaksimalkan interaksi dengan generasi milenial yang dikenal sangat visual dan interaktif.

Hasil akhir dari penelitian ini adalah desain ulang identitas visual Hanis Kitchen yang diaplikasikan ke berbagai media. Uji coba dan feedback dari audiens menunjukkan peningkatan signifikan dalam kesadaran merek dan minat konsumen terhadap produk Hanis Kitchen. Evaluasi ini memperlihatkan bahwa pendekatan visual yang menarik dan penggunaan bahan berkualitas tinggi dapat memperkuat persepsi positif terhadap kue-kue tradisional. Dengan demikian, redesain identitas ini diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan daya tarik kuliner tradisional Indonesia di kalangan generasi milenial.

**Kata Kunci:** Redesain Identitas, Hanis Kitchen, Generasi Milenial, AISAS, Desain Visual, Citra Merek, Media Sosial, Pengujian Audiens.



## ABSTRACT

Name : Faris Ahmad Rayhan  
NIM : 42320010084  
Study Program : Desain Komunikasi Visual  
Title Final Project Report : Redesain Identitas Hanis Kitchen  
Counsellor : Octavianus Bramantha, S.Ds, M.Ds

This research aims to analyze and redesign the brand identity of Hanis Kitchen, a traditional cake brand targeting the millennial generation. The main focus of the research is to understand and improve the visual elements and brand identity to be in harmony with the image and values desired by the target audience. The design process involves determining a specific market segmentation, namely the millennial generation aged 25-40 years who live in urban areas, with an interest in traditional market snacks. The reinforced brand identity includes visual elements such as logos, typography, and colors that reflect the homemade and authentic character of Hanis Kitchen products.

The AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) method is applied in marketing and media distribution strategies. This method helps attract attention, build interest, provide relevant information, encourage purchase actions, and facilitate experience sharing by consumers. Hanis Kitchen uses various social media platforms such as Instagram, WhatsApp, and TikTok as well as print media such as posters, brochures, and packaging to reach the target audience. This distribution strategy is designed to maximize interaction with the millennial generation, which is known to be very visual and interactive.

The end result of this study is a redesign of Hanis Kitchen's visual identity which is applied to various media. Trials and feedback from the audience showed a significant increase in brand awareness and consumer interest in Hanis Kitchen products. This evaluation shows that an attractive visual approach and the use of high-quality ingredients can reinforce the positive perception of traditional pastries. Thus, this identity redesign is expected to maintain and increase the appeal of traditional Indonesia cuisine among the millennial generation.

**Keywords:** Identity Redesign, Hanis Kitchen, Millennial Generation, AISAS, Visual Design, Brand Image, Social Media, Audience Testing.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGATAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TAMPILAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Perancangan .....	1
1.2 Rumusan Masalah Perancangan .....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	4
1.4 Manfaat Perancangan.....	4
<b>BAB II METODE PERANCANGAN</b> .....	<b>6</b>
2.1 Orisinalitas .....	6
2.2 Target Perancangan.....	15
2.3 Relevansi dan Konsekuensi studi .....	20
2.4 Skema Proses Desain.....	27
<b>BAB III ANALISIS DATA DNA PERANCANGAN</b> .....	<b>43</b>
3.1 Positioning Statement & Konsep Desain.....	43
3.2 Strategi Pesan .....	45
3.3 Strategi Visual .....	46
3.4 Strategi Distribusi Karya .....	47



<b>BAB IV HASIL KARYA DKV .....</b>	<b>50</b>
4.1 Deskripsi Karya .....	50
4.2 Pameran Karya .....	78
4.3 Hasil Uji Desain.....	82
4.4 Evaluasi Perancangan Karya .....	88
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>89</b>
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1</b> Customer Journey Hanis Kitchen (sumber: Olahan Penulis) .....	18
<b>Gambar 2</b> Costumer Journey Penulis (sumber: Olahan Penulis) .....	19
<b>Gambar 3</b> Tahap Design Thinking (Sumber: Medium.com).....	28
<b>Gambar 4</b> Proses Perancangan Tugas Akhir (Sumber: Olahan Penulis).....	29
<b>Gambar 5</b> Empaty Map (Sumber: Olahan Penulis) .....	30
<b>Gambar 6</b> Mindmap Hanis Kitchen (sumber Olahan Penulis).....	32
<b>Gambar 7</b> Brainstroming Rebranding Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis)	34
<b>Gambar 8</b> Moodboard Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	36
<b>Gambar 9</b> Referensi Logo (Sumber: Olahan Penulis).....	36
<b>Gambar 10</b> Sketsa Kasar Logo Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	37
<b>Gambar 11</b> Sketsa Terpilih Logo Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	37
<b>Gambar 12</b> Layout Poster (Sumber: Olahan Penulis) .....	38
<b>Gambar 13</b> Layout Banner (Sumber: Olahan Penulis).....	38
<b>Gambar 14</b> GSM (Sumber: Olahan Penulis) .....	39
<b>Gambar 15</b> Tagline Hanis Kitchen (Sumber Olahan Penulis).....	51
<b>Gambar 16</b> Logo Hanis Kitchen Baru (Sumber: Olahan Penulis).....	51
<b>Gambar 17</b> Logo Clear Space Hanis Kitchen (Sumber Olahan Penulis) .....	53
<b>Gambar 18</b> Logo Primary Hanis Kitchen (Sumber Olahan Penulis).....	54
<b>Gambar 19</b> Logo Small Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	55
<b>Gambar 20</b> Logo Full Color Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	55
<b>Gambar 21</b> Logo Color Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	56
<b>Gambar 22</b> Logo on Light Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	56
<b>Gambar 23</b> Logo Mono Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	57
<b>Gambar 24</b> Logo Don'ts Place Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	57
<b>Gambar 25</b> Logo Varian Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	58
<b>Gambar 26</b> Supergraphic Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	58
<b>Gambar 27</b> Pattern Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	59
<b>Gambar 28</b> Pallet Warna Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	59
<b>Gambar 29</b> Pallet Warna Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	60
<b>Gambar 30</b> Font Coolvetica dan Poppins (Sumber: Olahan Penulis) .....	61
<b>Gambar 31</b> Feed Instagram Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	64

<b>Gambar 32</b>	X-Banner Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	65
<b>Gambar 33</b>	Feed Instagram Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	66
<b>Gambar 34</b>	Tampilan Instagram Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	67
<b>Gambar 35</b>	X-Banner Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	68
<b>Gambar 36</b>	Banner Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	68
<b>Gambar 37</b>	Brosur Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	69
<b>Gambar 38</b>	Tampilan Feed Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	69
<b>Gambar 39</b>	Banner Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	70
<b>Gambar 40</b>	X-Banner Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	70
<b>Gambar 41</b>	Kartu Nama Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	70
<b>Gambar 42</b>	Brosur Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	71
<b>Gambar 43</b>	Tampilan Map Final Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	71
<b>Gambar 44</b>	Tampilan Struk Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	71
<b>Gambar 45</b>	Tampilan Stamp Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	71
<b>Gambar 46</b>	Tampilan Kemasan Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	72
<b>Gambar 47</b>	Id Card Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	72
<b>Gambar 48</b>	Apron Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	72
<b>Gambar 49</b>	Tampilan Feed Instagram Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis)	73
<b>Gambar 50</b>	Kop Surat Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	73
<b>Gambar 51</b>	Tampilan Map Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	73
<b>Gambar 52</b>	Tampilan Feed Instagram Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis)	74
<b>Gambar 53</b>	X-Banner Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	74
<b>Gambar 54</b>	Brosur Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	74
<b>Gambar 55</b>	Tampilan Feed Instagram Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis)	75
<b>Gambar 56</b>	Tampilan Story Instagram Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis)	75
<b>Gambar 57</b>	Brosur Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	75
<b>Gambar 58</b>	Kemasan Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	76
<b>Gambar 59</b>	Tampilan Feed Instagram Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis)	76
<b>Gambar 60</b>	TampilanTotebag Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	76
<b>Gambar 61</b>	Tampilan Kaos Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	77
<b>Gambar 62</b>	Tampilan Stiker Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	77
<b>Gambar 63</b>	Tampilan Gantungan Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis) .....	77

<b>Gambar 64</b> Tampilan Pin Hanis Kitchen (Sumber: Olahan Penulis).....	78
<b>Gambar 65</b> Dokumentasi Persiapan Pameran (Sumber: Olahan Penulis).....	79
<b>Gambar 66</b> Dokumentasi Hari Pertama (Sumber: Olahan Penulis) .....	79
<b>Gambar 67</b> Dokumentasi Hari Kedua (Sumber: Olahan Penulis).....	80
<b>Gambar 68</b> Penutupan Pameran PoP exhibition (Sumber: Olahan Penulis) .....	81
<b>Gambar 69</b> Profil Usia Pengguna (Sumber: Olahan Penulis).....	82
<b>Gambar 70</b> Porfil Jenis Kelamin Pengguna (Sumber: Olahan Penulis) .....	82
<b>Gambar 71</b> Profil Status Pengguna (Sumber: Olahan Penulis) .....	83
<b>Gambar 72</b> Diagram 1 (Sumber: Olahan Penulis).....	83
<b>Gambar 73</b> Diagram 2 (Sumber: Olahan Penulis).....	84
<b>Gambar 74</b> Diagram 3 (Sumber: Olahan Penulis).....	84
<b>Gambar 75</b> Diagram 4 (Sumber: Olahan Penulis).....	85
<b>Gambar 76</b> Diagram 5 (Sumber: Olahan Penulis).....	85
<b>Gambar 77</b> Diagram 6 (Sumber: Olahan Penulis).....	86
<b>Gambar 78</b> Diagram Satis (Sumber: Olahan Penulis) .....	86
<b>Gambar 79</b> Diagram 7 (Sumber: Olahan Penulis).....	87
<b>Gambar 80</b> Diagram 8 (Sumber: Olahan Penulis).....	87



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1</b> Orisinalitas (Sumber: Olahan Penulis).....	7
<b>Tabel 2</b> Segmentasi Audiens (Sumber: Olahan Penulis).....	16
<b>Tabel 3</b> Jobs to be done (Sumber: Olahan Penulis).....	32
<b>Tabel 4</b> 5W + 1H strategi Perancangan (Sumber: Olahan Penulis) .....	33
<b>Tabel 5</b> Job Description List (Sumber: Olahan Penulis) .....	40
<b>Tabel 6</b> Strategi Pesan (Sumber: Olahan Penulis).....	45
<b>Tabel 7</b> Model AISAS (Sumber: Olahan Penulis).....	48
<b>Tabel 8</b> Perbaikan Karya (Sumber: Olahan Penulis).....	88



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Turnitin .....	93
<b>Lampiran 2</b> Kartu Asistensi.....	94
<b>Lampiran 3</b> Hasil Sidang Tugas Akhir.....	95
<b>Lampiran 4</b> Feedback Kuesioner.....	96
<b>Lampiran 5</b> Dokumentasi Kegiatan Pameran.....	99

