

PERANCANGAN VISUAL BRANDING UMKM KING RASA RESTO

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



Nama:

Muhammad Helmy Riansyah

NIM 42319010009



Jurusan Desain Komunikasi Visual

Dosen pembimbing:

Fachmi Khadam Haeril, S.Pd, M.Pd

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

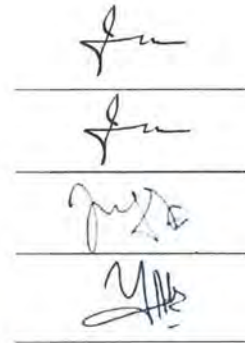
Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Helmy Riansyah
NIM : 42319010009
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Visual Branding UMKM King
Rasa Resto

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 : Fachmi Khadam Haeril, S.Pd, M.Pd
NIDN : 0301098803
Ketua Penguji : Fachmi Khadam Haeril, S.Pd, M.Pd
NIDN : 0301098803
Penguji 1 : Anggi Almira Rahma S.Ds, M.Ds
NIDN : 0307079304
Penguji 2 : Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos., M.Ds
NIDN : 0317078006



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

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

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Muhammad Helmy Riansyah
Nomor Induk Mahasiswa : 42319010009
Jurusan / Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain Seni Kreatif

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan 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, 2 Agustus 2024

Yang memberikan pernyataan,



(Muhammad Helmy Riansyah)

PERANCANGAN VISUAL BRANDING UMKM KING RASA RESTO

Muhammad Helmy Riansyah
42319010009

ABSTRACT

A logo is a graphic element that consists of graphic letters, symbols, signs that have a certain meaning and meaning that will represent an entity or business owned. The visual identity and the visual logo make a logo look attractive that will describe something of the endeavour it has. There's more and more advanced technology and information, making the logo created by the small and medium-sized enterprises (UMKM) more attractive, so that the promotion will go smoothly. The visual logo that is displayed is also a characteristic of an enterprise that is formed. The purpose of this design is to form a visual identity and provide a solution to branding problems especially on the UMKM logo King Rasa resto. Many such initiatives make King Feel only known to a few people as well as King Sense who plans to market products more widely through online media then it requires a visual identity that can represent brand image, uniqueness and of course easy to remember. Therefore, before doing the design research and analysis of the design data. SWOT analysis is a framework used to evaluate strengths, weaknesses, opportunities, and threats of an organization, project, or business situation. This analysis helps in strategic planning by providing a comprehensive view of internal and external factors that can affect the performance of the organization. In addition, it uses design thinking principles (empathize, define, ideate, prototype, test) to make it easier to find branding solutions especially in the formation of logos according to needs. After that phase, a new identity was created for the King Rest Rest to be easily recognized, remembered, and have uniqueness and to create a media application for the king Rest Rest. This design produced a GSM (Graphic Standard Manual) book, media application forms, flayers, name cards, stampels, sweatshirt, product packaging, and media design promotion on the Instagram platform. It is expected that consumers will be able to know the brand and have an interest in purchasing products from King Rasa as well as can enhance the positive image by consumers.

Kata Kunci: *King Rasa, Branding, Visual Identity, Logo*

PERANCANGAN VISUAL BRANDING UMKM KING RASA RESTO

Muhammad Helmy Riansyah
42319010009

ABSTRAK

Logo merupakan unsur grafis yang meliputi huruf bergambar, simbol, tanda yang memiliki arti dan makna tertentu yang akan mewakili sebuah instansi atau usaha yang dimiliki. Identitas visual dan visual logo membuat sebuah logo akan tampak menarik yang akan menggambarkan sesuatu usaha yang dimiliki. Adanya teknologi dan informasi yang semakin canggih, membuat logo yang tercipta oleh para Usaha mikro kecil menengah (UMKM) menjadi lebih menarik sehingga, promosi akan berjalan dengan lancar. Visual logo yang ditampilkan juga menjadi ciri khas dari sebuah usaha yang dibentuk. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk membentuk suatu identitas visual dan memberi solusi masalah branding terutama pada logo UMKM King Rasa resto. Banyaknya usaha sejenis membuat King Rasa hanya dikenal segelintir orang serta King Rasa yang berencana memasarkan produk lebih luas melalui media online maka dibutuhkan suatu identitas visual yang dapat mewakili citra brand, keunikan dan tentunya mudah diingat. Oleh karena itu, sebelum melakukan perancangan dilakukan riset dan analisis data perancangan. Metode analisis meliputi SWOT adalah kerangka kerja yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dari suatu organisasi, proyek, atau situasi bisnis. Analisis ini membantu dalam perencanaan strategis dengan memberikan pandangan yang komprehensif tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja organisasi. Selain itu menggunakan prinsip desain thinking (empathize, define, ideate, prototype, test) guna mempermudah dalam menemukan solusi branding terutama dalam pembentukan logo yang sesuai kebutuhan. Setelah tahapan tersebut terciptalah identitas baru bagi King Rasa resto agar mudah dikenali, diingat, dan memiliki keunikan dan membuat sebuah penerapan media bagi King Rasa resto. Perancangan ini menghasilkan sebuah buku GSM (Graphic Standart Manual), media-media penerapan berupa, flayer, kartu nama, stampel, celemek, kemasan produk, dan desain media promosi di platform Instagram. Perancangan ini diharapkan konsumen dapat mengenal brand dan memiliki minat untuk membeli produk dari King Rasa serta dapat meningkatkan citra positif oleh konsumen.

Kata Kunci: King Rasa, Branding, Identitas Visual, Logo

KATA PENGANTAR

Puji serta rasa syukur yang mendalam penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang senantiasa telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “PERANCANGAN VISUAL BRANDING UMKM KING RASA RESTO” ini dengan baik dan tepat waktu.

Tujuan dari penulisan Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat agar dapat menyelesaikan mata kuliah Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual dan untuk menempuh gelar sarjana Desain Komunikasi Visual di Universitas Mercu Buana. Perancang menyadari bahwa Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini tidak luput dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu perancang mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT. Atas karunianya dalam kecerdasan dan kesehatan sehingga perancang dapat melaksanakan segala kegiatan dan menyelesaikan proses penulisan laporan serta perancangan desain ini.
2. Terimakasih Kedua orang tua Bapak dan Ibu yang tidak pernah lelah untuk memberikan motivasi, semangat, doa dan dukungan material maupun moril sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan ini.
3. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd, M,Sn selaku ketua program Studi Desain Komunikasi Visual.
4. Bapak Fachmi Khadam Hairil selaku Dosen Pembimbing Riset Desain yang selalu menjadi inspirasi dan selalu semangat dalam memberikan arahan serta saran dalam proses bimbingan Tugas Akhir perancangan ini.
5. Kepada Bapak Rizal Bay Khaqi selaku coordinator saya mengucapkan materi dan arahan yang sudah diberikan, karena itu sangat bermanfaat bagi saya Ketika saya Menyusun laporan Tugas Akhir saya.
6. Bapak dan Ibu Dosen FDSK yang senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat bagi perancang dalam menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana.

7. Teman-teman Desain Komunikasi Visual angkatan 2019-2020 yang saling membantu, memotivasi antara satu sama lain.

Hasil Laporan Perancangan ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan didalamnya seperti cara penjelasan serta kekeliruan dalam penulisan. Untuk itu kritik dan saran dari pembaca sangat dihargai dan diharapkan. Yang terakhir, semoga laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan juga menambah wawasan bagi perancang juga.

Jakarta, 2 Agustus 2024
Penulis,

Muhammad Helmy Riansyah



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A Latar Belakang Perancangan.....	1
B Rumusan Masalah Perancangan.....	2
C Tujuan Perancangan.....	3
D Manfaat Perancangan.....	3
BAB II. METODE PERANCANGAN.....	5
A Orisinalitas.....	5
B Target Perancangan.....	9
a Secara Geografis.....	9
b Secara Demografis.....	10
c Secara Psikografis.....	10
d Gaya Hidup.....	10
C Relevansi dan Konsekuensi Studi.....	10
a Pengetahuan.....	11
b Keterampilan.....	11
c Kelengkapan Peralatan.....	11
d Biaya Perancangan dan Produksi.....	11
e Studi Estetika.....	13
f Studi Komunikasi Visual.....	14
g Studi Teknis.....	15
D Skema Proses Desain.....	16
a <i>Empathize</i> (riset dan wawancara).....	16
b <i>Define</i> (analisis SWOT).....	17
c <i>Ideate</i> (menemukan ide).....	18
d <i>Prototype</i> (eksekusi desain).....	21
e <i>Test</i> (tahapan akhir perancangan).....	24
BAB III. ANALISIS DATA & PERANCANGAN.....	26
A <i>Positioning</i> & Konsep Desain.....	26
B Strategi Pesan.....	26
C Strategi Visual.....	27
a Eksplorasi dan Pengembangan Konsep Visual.....	27
b Gaya Desain.....	28

c	Gaya Bahasa Visual	28
D	Strategi Distribusi Karya	31
BAB IV.	HASIL KARYA DKV.....	34
A	Deskripsi Karya	34
a	Visual Karya	34
b	Hasil Relevansi Karya dengan Masalah Perancangan.....	46
B	Pameran Karya	48
C	Hasil Uji Desain.....	48
a	Profil Pengguna	48
b	Umpan Balik Pengguna	49
D	Evaluasi Perancangan Karya.....	56
a	Menemukan Kekuatan Karya.....	56
b	Menemukan Kelemahan Karya.....	56
c	Rumus Perbaikan Karya	56
BAB V.	KESIMPULAN & SARAN.....	58
A	Kesimpulan	58
B	Saran	59
DAFTAR	PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....		62



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Isnpirasi Karya Sejenis.....	6
Tabel 2. Biaya Pra Produksi dan Produksi.....	12
Tabel 3. Biaya Pameran	12
Tabel 4. Biaya Keseluruhan.....	12
Tabel 5. Morfologi Matrix	20
Tabel 6. Strategi Distribusi Karya Peran	31
Tabel 7. Umpan Balik Pengguna	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Inspirasi Karya Sejenis 1.....	6
Gambar 2. Inspirasi Karya Sejenis 2.....	6
Gambar 3. Inspirasi Karya Sejenis 3.....	7
Gambar 4. Inspirasi Karya Sejenis 4.....	7
Gambar 5. Inspirasi Karya Sejenis 5.....	7
Gambar 6. Logo Lama King Rasa.....	9
Gambar 6. Skema Desain <i>Thinking</i>	16
Gambar 7. <i>Mind Mapping</i>	18
Gambar 8. <i>Mood board</i>	19
Gambar 9. Sketsa Manual dan Digital.....	22
Gambar 10. Logo Terpilih.....	23
Gambar 11. Penerapan Logo di Media.....	23
Gambar 12. Karya Test.....	25
Gambar 13. Gaya Desain.....	28
Gambar 14. Pengaplikasian Warna.....	29
Gambar 15. Pengaplikasian Tipografi.....	29
Gambar 16. Referensi Aset Visual.....	30
Gambar 17. Penyajian Visual Logo.....	35
Gambar 18. Konsep Logo.....	36
Gambar 19. Konsep Penggunaan Warna.....	37
Gambar 20. Konsep Penggunaan Tipografi.....	38
Gambar 21. Konstruksi <i>Logo Grid System</i>	38
Gambar 22. Batas Aman Logo.....	39
Gambar 23. Besaran Minimum Logo.....	39
Gambar 24. <i>Background Control</i>	40
Gambar 25. Larangan Logo.....	40
Gambar 26. Pattern dan Supergrafis King Rasa.....	41
Gambar 27. Buku GSM.....	41
Gambar 28. Layout Visual GSM.....	42
Gambar 29. Media Visual Flayer.....	42
Gambar 30. Media Visual Menu.....	43
Gambar 31. Media Visual Instagram.....	43
Gambar 32. Media Visual Kemasan.....	44
Gambar 33. Media Visual Kartu Nama.....	44
Gambar 34. Media Visual Stampel.....	45
Gambar 35. Media Visual Apron.....	45
Gambar 36. Media Visual Sticker.....	46
Gambar 37. Pameran Karya.....	48
Gambar 38. Umpan Balik Usia.....	54
Gambar 39. Umpan Balik Jenis Kelamin.....	54
Gambar 40. Umpan Balik Status.....	54
Gambar 41. Umpan Balik Logo.....	55
Gambar 42. Umpan Balik Rating Visual dan Citra Logo.....	55

Gambar 43. Umpan Balik Rating Keseluruhan 55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Form Sidang Priview	62
Lampiran 2. Form Pendaftaran Sidang TA	63
Lampiran 3. Surat Keterangan Hasil Sidang	64
Lampiran 4. Komentar Penguji Hasil Sidang	65
Lampiran 5. ACC Sidang	68
Lampiran 6. Form Asistensi	69
Lampiran 7. Kegiatan Pameran Karya	70
Lampiran 8. <i>Feedback</i> Pengunjung	71
Lampiran 9. Hasil Turnitin Laporan	72

