

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PADA AYAM GORENG MBA SRI

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



Oleh:

ABDURRAHMAN HAKAM

NIM : 42320010097



Jurusan Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

(2024)

	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	---	---

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Abdurrahman Hakam**
 Nomor Induk Mahasiswa : **42320010097**
 Jurusan/Program Studi : **Desain Komunikasi Visual**
 Fakultas : **Fakultas Desain dan Seni Kreatif (FDSK)**

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, 10 Agustus 2024

Yang memberikan pernyataan,



Abdurrahman Hakam

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Abdurrahman Hakam
NIM : 42320010097
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas Visual Pada Ayam Goreng Mba Sri

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 : Diean Arjuna D., S.Ds.M.Sn
NIDN : 0306128601
Penguji 2 : Firmansah S.Pd, M.Sn
NIDN : 0311048705




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.)

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PADA AYAM GORENG MBA SRI

Abdurrahman Hakam

42320010097

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. UMKM di Indonesia mencakup sekitar 99% dari total unit usaha dan menyumbang sekitar 60,5% PDB, setara dengan Rp 8.573 Triliun per tahun, serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional atau sekitar 116 juta orang (KADIN Indonesia, 2023). Salah satu sektor UMKM yang signifikan adalah industri kuliner, khususnya bisnis olahan ayam yang terus berinovasi. Namun, persaingan yang ketat menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi, termasuk dalam pengembangan identitas merek. Ayam Goreng Mba Sri, yang telah berdiri sejak 2013 dan dikenal karena kelezatan serta variasi menu dan harga yang terjangkau di Pamulang, Kelurahan Benda Baru, menghadapi tantangan serupa. Meskipun memiliki pelanggan setia, usaha ini belum memiliki identitas visual yang mencerminkan keunikan dan nilai produknya. Identitas visual yang kuat diperlukan untuk menciptakan persepsi positif di benak konsumen, membedakan produk dari pesaing, dan meningkatkan daya saing di pasar. Perancangan Identitas Visual Ayam Goreng Mba Sri adalah perancangan yang bertujuan untuk membangun citra merek baru bagi Ayam Goreng Mba Sri. Perancangan ini mencakup perancangan logo, GSM, dan penerapan identitas visual pada berbagai media distribusi seperti apron, kemasan, menu, x-banner, dan poster. Hasil dari perancangan ini merupakan solusi yang diperoleh dari analisis masalah, identifikasi masalah, pengembangan ide, pembuatan karya, dan penyesuaian perancangan dengan kebutuhan usaha untuk memperkenalkan Identitas Visual Ayam Goreng Mba Sri.

Kata Kunci: Identitas Visual, UMKM, Ayam Goreng, Logo

DESIGNING THE VISUAL IDENTITY FOR MBA SRI FRIED CHICKEN

Abdurrahman Hakam

42320010097

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in driving economic growth through their contribution to the Gross Domestic Product (GDP) and employment absorption. In Indonesia, MSMEs account for approximately 99% of total business units and contribute around 60.5% to the GDP, equivalent to Rp 8,573 trillion per year, while also absorbing about 97% of the national workforce, or approximately 116 million people (KADIN Indonesia, 2023). One significant MSME sector is the culinary industry, particularly the continuously innovating chicken processing businesses. However, intense competition demands that business owners keep innovating, including in brand identity development. Ayam Goreng Mba Sri, established in 2013 and known for its delicious, varied menu and affordable prices in Pamulang, Kelurahan Benda Baru, faces similar challenges. Despite having loyal customers, this business lacks a visual identity that reflects its uniqueness and product value. A strong visual identity is essential to create a positive perception in consumers' minds, differentiate the product from competitors, and enhance market competitiveness. The Visual Identity Design for Ayam Goreng Mba Sri aims to build a new brand image for Ayam Goreng Mba Sri. This design project includes the creation of a logo, Graphic Standards Manual, and the application of visual identity across various distribution media such as aprons, packaging, menus, x-banners, and posters. The outcome of this design process is a solution derived from problem analysis, problem identification, idea development, creation, and the alignment of design needs with business requirements to introduce Ayam Goreng Mba Sri's Visual Identity.

Keywords: *Visual Identity, MSMEs, Fried Chicken, Logo*

KATA PENGANTAR

Puji serta rasa syukur kehadirat tuhan yang maha esa atas segala rahmat dan nikmat yang diberikannya sehingga perancangan identitas visual Ayam Goreng Mba Sri ini dapat disusun hingga selesai. Penulis ucapkan terima kasih banyak dari berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam membantu perancangan ini.

Perancangan identitas visual Ayam Goreng Mba Sri ini ditulis guna memenuhi syarat untuk memenuhi tugas akhir di program studi desain komunikasi visual fakultas desain dan seni kreatif (FDSK) Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa banyak yang telah berkontribusi dalam pembuatan laporan ini, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Allah SWT atas berkat dan nikmat yang diberikan yang dimana berupa nikmat kesehatan yang telah membantu penulis hingga saat ini. Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dari berbagai pihak dalam proses penyusunan laporan perancangan ini, terutama kepada:

1. Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn, selaku ketua program studi Desain Komunikasi Visual.
2. Novena Ulita, S.Pd, M.Sn. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses perancangan ini.
3. Mba Sri dan Hengky Handika sebagai pemilik dari merek Ayam Goreng Mba Sri.

Tangerang, 16 Juli 2024



Abdurrahman Hakam

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang perancangan	1
B. Rumusan masalah perancangan.....	3
C. Tujuan perancangan	3
D. Manfaat perancangan	3
BAB II METODE PERANCANGAN	4
A. Orisinalitas	4
B. Target/ Kelompok Konsumen	7
C. Relevansi dan konsekuensi studi	8
D. Skema proses desain.....	11
BAB III DATA DAN ANALISA PERANCANGAN	18
A. Positioning & konsep desain	18
B. Strategi pesan	19
C. Strategi visual.....	20
D. Strategi distribusi karya.....	21
BAB IV HASIL KARYA DKV	23
A. Deskripsi Karya.....	23
1. Visual karya	23
2. Hasil relevansi karya dengan masalah perancangan.....	32
B. Pameran Karya	41
C. Hasil Uji Desain	44
1. Profil Pengguna	44
2. Umpan Balik Pengguna.....	45
D. Evaluasi Perancangan Karya	47

1. Menemukan Kekuatan Karya	47
2. Menemukan Kelemahan Karya	48
3. Rumusan Perbaikan Karya	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Referensi Karya Sejenis	4
Tabel 2. Hasil pembahasan dari wawancara.....	16
Tabel 3. Hasil analisis siklus hidup produk.....	18
Tabel 4. Alur Distribusi Media Karya Perancangan menggunakan model AISAS	21
Tabel 5. Tanggapan responden.....	45
Tabel 6. Tanggapan ahli	46
Tabel 7. Tanggapan mitra.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Emphaty map (Sumber : Data penulis).....	11
Gambar 2. 2 Mindmapping.....	13
Gambar 2. 3 Moodboard	13
Gambar 2. 4 Morfologi matriks.....	14
Gambar 2. 5Sketsa digital	15
Gambar 2. 6 Alternatif logo.....	15
Gambar 4. 1 Logo Ayam Goreng Mba Sri.....	24
Gambar 4. 2 Ekspresi maskot.....	25
Gambar 4. 3 Bagian pada logo	26
Gambar 4. 4 Warna primer dan sekunder.....	26
Gambar 4. 5 Grid logo.....	27
Gambar 4. 6 Penempatan logo.....	28
Gambar 4. 7 Ruang kosong disekitar logo.....	28
Gambar 4. 8 Warna background untuk logo.....	29
Gambar 4. 9 Ukuran minimum logo.....	30
Gambar 4. 10 Pengaplikasian logo yang kurang tepat	30
Gambar 4. 11 Tipografi Ayam Goreng Mba Sri.....	31
Gambar 4. 12 Supergrafis logo.....	31
Gambar 4. 13 Graphic Standard Manual.....	33
Gambar 4. 14 Apron.....	34
Gambar 4. 15 Kemasan paper bag.....	35
Gambar 4. 16 Kemasan standing pouch.....	35
Gambar 4. 17 Katalog menu.....	36
Gambar 4. 18 Xbanner	37
Gambar 4. 19 Desain pada gerobak.....	38
Gambar 4. 20 Desain poster	39
Gambar 4. 21 Social media post.....	40
Gambar 4. 22 Foto persiapan sebelum acara	41
Gambar 4. 23 Foto pembukaan pameran.....	42
Gambar 4. 24 Foto saat pameran.....	43
Gambar 4. 25 Foto penutupan pameran	44
Gambar 4. 26 Data usia responden (Sumber : Data penulis).....	45
Gambar 4. 27 wordmark sebelum perbaikan (Sumber : Data penulis)	48
Gambar 4. 28 Wordmark setelah perbaikan (Sumber : Data penulis)	48
Gambar 4. 29 Supergrafis sebelum perbaikan (Sumber : Data penulis)	49
Gambar 4. 30 Supergrafis setelah perbaikan (Sumber : Data penulis)	49