

PERANCANGAN RE-BRANDING PADA UMKM SOTO SRENGSENG

Diajukan Guna Melengkapi Sebagai Syarat Dalam
Pencapaian Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ALDEN BAGAS FARDINAL

42320010011

Dosen Pembimbing :

Fachmi Khadam Haeril, S.Pd, M.Pd

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
BIDANG ILMU DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS DESAIN SENI KREATIF

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Alden Bagus Fardinal
NIM : 42320010011
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Re-Branding Pada UMKM Soto Srengseng

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 Hairil, S.Pd, M.Pd
NIDN : 0301098803
Ketua Penguji : Fachmi Khadam Hairil, S.Pd, M.Pd
NIDN : 0301098803
Penguji 1 : Rizal Bay Khaqi, S.Ds., M.Sn
NIDN : 0321098302
Penguji 2 : Wilsa Pratiwi M.Sn
NIDN : -

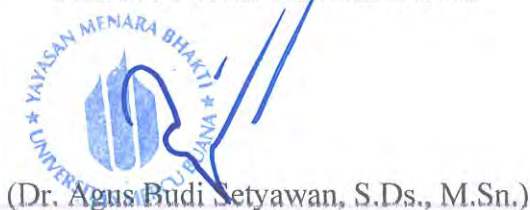


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Januari 2025

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.)

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

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Alden Bagus Fardinal
 Nomor Induk Mahasiswa : 42320010011
 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, 04 Februari 2025

Yang memberikan pernyataan,




FOR EAAMX172326401

Alden Bagus Fardinal

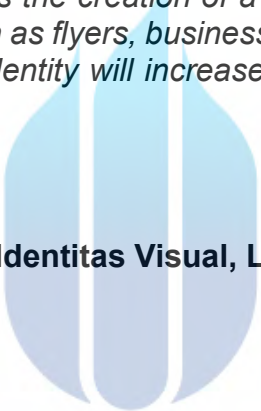
PERANCANGAN RE-BRANDING PADA UMKM SOTO SRENGSENG

ALDEN BAGAS FARDINAL
42320010011

ABSTRAK

A logo is a graphic element that includes pictorial letters, symbols, or signs representing the identity of a business. An appealing logo design helps create a positive impression and differentiates the business from others. Technological advancements encourage SMEs to create more innovative logos to support promotions. The logo design for UMKM Soto Srengseng aims to build an effective visual identity, enhance brand awareness, and simplify online marketing. Prior to the design process, a SWOT analysis was conducted to evaluate internal and external factors, along with the application of design thinking to find the right branding solution. The result is a new visual identity that is easily recognizable and distinctive. The design application includes the creation of a GSM (Graphic Standard Manual) and promotional materials such as flyers, business cards, packaging, and Instagram designs. It is hoped that this identity will increase brand recognition and consumer purchasing interest.

Kata Kunci: Soto, Branding, Identitas Visual, Logo



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

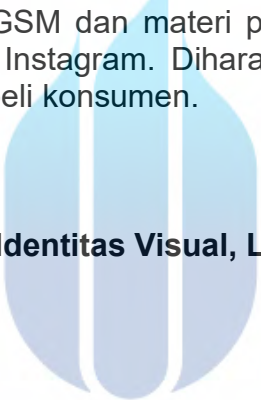
PERANCANGAN RE-BRANDING PADA UMKM SOTO SRENGSENG

ALDEN BAGAS FARDINAL
42320010011

ABSTRAK

Logo adalah elemen grafis yang meliputi huruf bergambar, simbol, atau tanda yang merepresentasikan identitas sebuah usaha. Desain logo yang menarik membantu menciptakan kesan positif dan membedakan usaha dari yang lain. Kemajuan teknologi mendorong UMKM untuk menciptakan logo yang lebih inovatif guna mendukung promosi. Perancangan logo untuk UMKM Soto Srengseng bertujuan membangun identitas visual yang efektif, meningkatkan brand awareness, dan mempermudah pemasaran melalui media online. Sebelum perancangan, dilakukan analisis SWOT untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal, serta menerapkan desain thinking untuk menemukan solusi branding yang tepat. Hasilnya, tercipta identitas visual baru yang mudah dikenali dan memiliki ciri khas. Penerapan desain ini meliputi pembuatan buku GSM dan materi promosi seperti flyer, kartu nama, kemasan, serta desain untuk Instagram. Diharapkan, identitas ini meningkatkan pengenalan merek dan minat beli konsumen.

Kata Kunci: Soto, Branding, Identitas Visual, Logo



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Penulis mengungkapkan puji syukur yang mendalam kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, yang telah memungkinkan penulis untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir berjudul “PERANCANGAN RE-BRANDING PADA UMKM SOTO SRENGSENG” ini dengan baik dan tepat waktu.

Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk memenuhi persyaratan penyelesaian mata kuliah Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual dan meraih gelar sarjana Desain Komunikasi Visual di Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas karunia-Nya berupa kecerdasan dan kesehatan, yang memungkinkan penulis untuk melaksanakan seluruh aktivitas dan menyelesaikan penulisan laporan serta perancangan desain ini.
2. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu, yang senantiasa memberikan motivasi, semangat, doa, serta dukungan material dan moril, yang sangat berperan dalam 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 telah memberikan arahan, inspirasi, dan semangat dalam setiap tahapan bimbingan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Rizal Bay Khaqi, selaku koordinator, yang telah memberikan materi dan arahan yang sangat bermanfaat selama penyusunan laporan ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen FDSK yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang berguna bagi penulis dalam menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana.
7. Teman-teman angkatan 2019-2020 Program Studi Desain Komunikasi Visual yang saling membantu dan memotivasi satu sama lain.
8. Teman-teman The Jakmania, yang telah memberikan pembelajaran mental untuk selalu menghadapi tantangan dengan keberanian dan memberikan hiburan saat mendukung Tim Persija.

Penulis menyadari bahwa laporan perancangan ini masih jauh dari kesempurnaan, terdapat beberapa kekurangan dalam penjelasan dan penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat dihargai dan diharapkan. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menambah wawasan bagi penulis.

Jakarta, 12 Januari 2025
Penulis,

Alden Bagas Fardinal

DAFTAR ISI

COVER DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Perancangan	2
D. Manfaat Perancangan	3
BAB II METODE PERANCANGAN	4
2.1 ORISINALITAS	4
2.2 TARGET PERANCANGAN	7
2.4 SKEMA PROSES DESAIN.....	12
BAB III DATA DAN ANALISIS PERANCANGAN	18
A. Positioning dan Konsep Desain	18
B. Strategi Pesan.....	19
C. Strategi Visual	19
D. Strategi distribusi.....	22
BAB IV HASIL KARYA DKV	24
A. Deskripsi Karya	24
B. Hasil Relevansi Karya Dengan Masalah Perancangan	34
C. Pameran Karya	36
D. Hasil Uji Desain.....	36
E. Evaluasi Perancangan Karya	41
F. Rumusan Perbaikan Karya	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	43
A. Kesimpulan	43

B. Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	45



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Inspirasi Karya Sejenis.....	6
Tabel 2 Biaya Pra Produksi.....	9
Tabel 3 Biaya Pameran	9
Tabel 4 Biaya Perancangan.....	9
Tabel 5 Biaya Produksi Masal	10
Tabel 6 Matrix Morfologi	15
Tabel 7 Hasil analisis siklus hidup produk.....	18
Tabel 8 Strategi Distribusi Karya Peran	23
Tabel 9 Umpan Balik Pengguna (sumber pribadi)	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1Karya sejenis.....	5
Gambar 1 2Karya sejenis.....	5
Gambar 1 3 Karya Sejenis.....	6
Gambar 1 4 Karya Sejenis.....	6
Gambar 1 5 Logo Dahulu (sumber penulis).....	7
Gambar 2 1Proses Desain (sumber google)	12
Gambar 2 2 Mindmapping (sumber penulis).....	14
Gambar 2 3 Moodboard (sumber penulis)	14
Gambar 2 4 Sketsa Logo (sumber penulis)	16
Gambar 2 5 Digitalisasi refrensi (sumber penulis).....	16
Gambar 2 6 pewarnaan refrensi (sumber penulis)	16
Gambar 3 1Warna (sumber penulis)	21
Gambar 3 2 Refrensi Aset Visual (sumber google)	22
Gambar 4 1Penyajian Visual (sumber penulis)	25
Gambar 4 2 Konsep Logo (sumber penulis).....	26
Gambar 4 3 Penggunaan Warna (sumber penulis)	26
Gambar 4 4 Penggunaan Tipografi (sumber penulis)	27
Gambar 4 5 Logo Grid System (sumber penulis).....	27
Gambar 4 6 Batas Aman (sumber penulis).....	28
Gambar 4 7 Besaran Minimum (sumber penulis)	28
Gambar 4 8 Background Control (sumber penulis)	29
Gambar 4 9 Larangan Logo (sumber penulis).....	29
Gambar 4 10 Pattern dan Supergrafis (sumber penulis)	30
Gambar 4 11 Buku GSM (sumber penulis)	30
Gambar 4 12 Poster (sumber penulis).....	31
Gambar 4 13 Menu (sumber penulis)	31
Gambar 4 14 Media Sosial (sumber penulis)	32
Gambar 4 15 Kemasan (sumber penulis)	32
Gambar 4 16 Kartu Nama (sumber penulis).....	33
Gambar 4 17 Apron (sumber penulis).....	33
Gambar 4 18 Gelas (sumber penulis).....	34

Gambar 4 19 Pameran Karya (sumber penulis).....	36
Gambar 4 20 Umpan Balik Usia (sumber penulis).....	39
Gambar 4 21 Jenis Kelamin (sumber penulis)	39
Gambar 4 22 Status (sumber penulis).....	39
Gambar 4 23 Umpan Balik Citra Brand (sumber penulis)	40
Gambar 4 24 Umpan Balik Warna (sumber penulis).....	40
Gambar 4 25 Feedback Font (sumber penulis).....	40
Gambar 4 26 Feedback mudah diingat (sumber penulis)	41

