

## **TUGAS AKHIR**



***Rebranding Logo Codenito sebagai Identitas Visual Perusahaan***

**Disusun oleh :**  
Farrel Fazly - 42321010105

**Dosen Pembimbing :**  
Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds

**PROGRAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2025**

## LEMBAR PERNYATAAN

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farrel Fazly

Nomor Induk Mahasiswa : 42321010105

Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Desain dan 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, 21/8/25

Yang memberikan pernyataan,



Farrel Fazly

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Farrel Fazly  
NIM : 42321010105  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Tugas Akhir : Rebranding Logo Codenito Sebagai Identitas Visual Perusahaan

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 : Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds  
NIDN : 0317078006  
Ketua Penguji : Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds  
NIDN : 0317078006  
Penguji 1 : Nandang Wahyu Setia Abdi Buana, S.Sn, M.Ikom  
NIDN : -  
Penguji 2 : Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn  
NIDN : 0318017604

  
  
  


Jakarta, 8 Agustus 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.)

## ABSTRAK

Perancangan identitas visual memiliki peran strategis dalam membangun citra dan kredibilitas perusahaan, khususnya di bidang teknologi yang semakin kompetitif. Codenito, perusahaan pengembangan *software* dan konsultan IT yang berdiri sejak 2023, mengalami pertumbuhan proyek yang signifikan namun belum memiliki identitas visual yang kuat. Logo sebelumnya dibuat menggunakan aplikasi gratis, sehingga menimbulkan risiko kurangnya orisinalitas dan potensi pelanggaran hak cipta.

Melalui pendekatan *Design Thinking*, dilakukan perancangan ulang identitas visual Codenito dengan mengusung karakter profesional, aman, dan modern. Logo baru menggabungkan simbol detektif sebagai representasi keamanan dan kerahasiaan, serta kerah mantel yang membentuk simbol *fullstack development* sebagai ciri khas dunia pemrograman. Identitas visual diperkuat dengan palet warna monokrom dan tipografi Cygre untuk menciptakan kesan elegan dan profesional.

Perancangan ini juga dilengkapi dengan penyusunan *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai pedoman penerapan identitas visual secara konsisten di berbagai media. GSM mencakup aturan penggunaan logo, palet warna, tipografi, supergrafis, serta aplikasi pada media identitas, promosi *digital*, dan *merchandise*. Kehadiran GSM memastikan setiap implementasi visual Codenito selaras dengan karakter perusahaan yang diusung.

Uji desain melalui pameran dan survei audiens menunjukkan bahwa identitas baru ini dinilai kuat, mudah dikenali, dan sesuai dengan karakter Codenito. Namun, terdapat masukan terkait keterbacaan logo dalam ukuran kecil dan kebutuhan akan tagline sebagai penguat identitas verbal. Perancangan ini diharapkan mampu memperkuat posisi Codenito di industri teknologi dengan identitas visual yang lebih matang, komunikatif, dan profesional.

**Kata Kunci:** Identitas Visual, Logo, Codenito, *Rebranding*, Perancangan Logo, *Graphic Standard Manual*.

## ABSTRACT

*The design of visual identity plays a strategic role in building a company's image and credibility, particularly in the increasingly competitive technology sector. Codenito, a software development and IT consulting company established in 2023, has experienced significant project growth but still lacks a strong visual identity. The previous logo was created using free design applications, which poses risks of lacking originality and potential copyright infringement.*

*Through the Design Thinking approach, a redesign of Codenito's visual identity was carried out, emphasizing a character that is professional, secure, and modern. The new logo incorporates a detective symbol representing security and confidentiality, combined with a structured collar shape that symbolizes full-stack development as a hallmark of the programming world. The visual identity is strengthened by a monochrome color palette and the use of the Cygre typeface, creating an elegant and professional impression.*

*This design is also supported by the creation of a Graphic Standard Manual (GSM) as a guideline for the consistent application of visual identity across various media. The GSM includes regulations on logo usage, color palettes, typography, supergraphics, as well as applications across identity media, digital promotions, and merchandise. The presence of the GSM ensures that every visual implementation of Codenito aligns with the company's intended character.*

*Design testing through exhibitions and audience surveys indicates that the new identity is perceived as strong, recognizable, and aligned with Codenito's character. However, feedback highlighted issues with logo readability at small sizes and the need for a tagline to reinforce the verbal identity. This design effort is expected to strengthen Codenito's position in the technology industry with a more mature, communicative, and professional visual identity*

**Keywords:** Logo, Visual Identity, Branding, Codenito, Logo Design

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Rebranding Logo Codenito sebagai Identitas Visual Perusahaan.”

Perancangan ini dilakukan untuk merancang dan mengembangkan logo sebagai elemen utama identitas visual perusahaan Codenito. Dalam prosesnya, saya menganalisis nilai, visi, serta karakteristik perusahaan guna menciptakan logo yang tidak hanya estetik, tetapi juga mampu merepresentasikan citra dan arah strategis perusahaan secara tepat.

Di tengah persaingan industri teknologi yang semakin kompetitif, identitas visual yang kuat menjadi salah satu kunci untuk membangun citra profesional dan membedakan diri dari kompetitor. Oleh karena itu, perancangan logo Codenito ini diarahkan agar mampu memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia layanan teknologi yang aman, modern, dan profesional.

Melalui tugas akhir ini, saya berharap dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan identitas visual Codenito, serta menjadi referensi bagi perusahaan teknologi lainnya dalam memahami pentingnya logo sebagai bagian integral dari strategi komunikasi merek. Selain itu, perancangan ini diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi para desainer grafis dalam menciptakan logo yang relevan secara visual maupun fungsional.

Saya menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses perancangan ini. Secara khusus, saya mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berarti.

Tak lupa, saya juga berterima kasih kepada keluarga dan teman-teman yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat. Saya menyadari bahwa perancangan ini masih memiliki kekurangan, sehingga kritik dan saran sangat saya harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang.

Akhir kata, saya berharap perancangan ini dapat bermanfaat bagi pengembangan desain grafis, khususnya dalam memperkuat peran logo sebagai identitas visual perusahaan.

Jakarta, Maret 2025

Farrel Fazly

42321010105

Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Desain Komunikasi Visual



## DAFTAR ISI

|                                                   |     |
|---------------------------------------------------|-----|
| COVER DALAM.....                                  | i   |
| LEMBAR 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   |
| 1.1 Latar Belakang .....                          | 1   |
| 1.2 Pertanyaan Perancangan .....                  | 2   |
| 1.2 Tujuan Perancangan .....                      | 2   |
| 1.4 Manfaat Perancangan.....                      | 3   |
| BAB II METODE PERANCANGAN .....                   | 4   |
| 2.1 Orisinalitas .....                            | 4   |
| 2.2 Target Perancangan.....                       | 6   |
| 2.3 Relevansi dan konsekuensi studi .....         | 7   |
| 2.4 Skema Proses Desain .....                     | 11  |
| BAB III ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN .....       | 20  |
| 3.1 Analisis Data .....                           | 20  |
| 3.2 Strategi Pesan.....                           | 22  |
| 3.3 Strategi Visual .....                         | 25  |
| 3.4 Strategi Distribusi Karya .....               | 29  |
| BAB 4 KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN.....    | 31  |
| 4.1 Deskripsi Karya .....                         | 31  |
| 4.2 Hasil Relevansi Karya Dengan Perancangan..... | 37  |
| 4.3 Pameran Karya.....                            | 48  |
| 4.4 Hasil Uji Desain .....                        | 51  |
| 4.5 Evaluasi Perancangan Karya .....              | 61  |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....                  | 66  |
| 5.1 Kesimpulan .....                              | 66  |
| 5.2 Saran.....                                    | 66  |

|                     |    |
|---------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA..... | 68 |
| LAMPIRAN .....      | 70 |





## DAFTAR TABEL

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Referensi Karya Terdahulu ..... | 4  |
| Tabel 3. 1 Strategi Distribusi AISAS ..... | 29 |
| Tabel 4. 1 Profil Audiens.....             | 51 |
| Tabel 4. 2 Umpan Balik dari Audiens.....   | 54 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Design Thinking.....                  | 11 |
| Gambar 2. 2 Logo Lama Codenito .....              | 12 |
| Gambar 2. 3 Bukti Logo Lama .....                 | 13 |
| Gambar 2. 4 Bukti Logo Lama .....                 | 13 |
| Gambar 2. 5 Bukti Pemakaian Logo Lama .....       | 13 |
| Gambar 2. 6 Bukti Pemakaian Logo Lama 2 .....     | 14 |
| Gambar 2. 7 Mindmapping Codenito .....            | 15 |
| Gambar 2. 8 Morfologi .....                       | 16 |
| Gambar 2. 9 Alternatif Logo .....                 | 18 |
| Gambar 2. 10 Logo Terpilih .....                  | 19 |
| <br>                                              |    |
| Gambar 3. 1 Warna Codenito .....                  | 25 |
| Gambar 3. 2 Tipografi Codenito .....              | 26 |
| Gambar 3. 3 Logo Codenito .....                   | 26 |
| Gambar 3. 4 Simbol Codenito .....                 | 27 |
| Gambar 3. 5 Supergrafis Codenito .....            | 27 |
| Gambar 3. 6 Contoh Implementasi Supergrafis ..... | 28 |
| <br>                                              |    |
| Gambar 4. 1 Layout GSM Codenito .....             | 36 |
| Gambar 4. 2 Bukti Data Audiens .....              | 38 |
| Gambar 4. 3 Bukti Data Audiens .....              | 38 |
| Gambar 4. 4 Bukti Data Audiens .....              | 39 |
| Gambar 4. 5 Bukti Data Audiens .....              | 39 |
| Gambar 4. 6 Bukti Data Audiens .....              | 40 |
| Gambar 4. 7 Cover Depan GSM .....                 | 41 |
| Gambar 4. 8 Kartu Nama Codenito .....             | 42 |
| Gambar 4. 9 ID Card Codenito .....                | 43 |
| Gambar 4. 10 Post Instagram Codenito .....        | 44 |
| Gambar 4. 11 Story Instagram Codenito .....       | 44 |
| Gambar 4. 12 Website Codenito .....               | 45 |
| Gambar 4. 13 Totebag Codenito .....               | 46 |
| Gambar 4. 14 Notebook Codenito .....              | 46 |
| Gambar 4. 15 Pin Codenito .....                   | 47 |
| Gambar 4. 16 Mug dan Tumbler Codenito .....       | 47 |
| Gambar 4. 17 Pulpen dan Gantungan Kunci .....     | 48 |
| Gambar 4. 18 Persiapan Pameran .....              | 48 |
| Gambar 4. 19 Display Pameran Karya .....          | 49 |
| Gambar 4. 20 Foto dengan Mitra (Codenito) .....   | 49 |
| Gambar 4. 21 Interaksi dengan Pengunjung .....    | 50 |
| Gambar 4. 22 Foto dengan Dosen .....              | 50 |
| Gambar 4. 23 Bukti nama audiens .....             | 53 |
| Gambar 4. 24 Usia audiens .....                   | 53 |

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4. 25 Latar belakang audiens.....                   | 54 |
| Gambar 4. 26 Penilaian audiens .....                       | 59 |
| Gambar 4. 27 Penilaian audiens .....                       | 60 |
| Gambar 4. 28 Penilaian audiens .....                       | 60 |
| Gambar 4. 29 Bukti umpan balik audiens.....                | 60 |
| Gambar 4. 30 Bukti umpan balik audiens.....                | 61 |
| Gambar 4. 31 Perbaikan logo .....                          | 63 |
| Gambar 4. 32 Penambahan tagline di GSM.....                | 63 |
| Gambar 4. 33 Penambahan tagline pada media distribusi..... | 64 |
| Gambar 4. 34 Penambahan tagline pada media distribusi..... | 64 |
| Gambar 4. 35 Penambahan tagline pada media distribusi..... | 65 |

