

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL UMKM MAMA OKTA

Diajukan untuk melengkapi sebagian syarat
dalam mencapai gelar Sarjana setara 1 (S1)



NIM: 42321010054

Dosen Pembimbing:

Agustan S.Pd, M.Sn.

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

HALAMAN PENGESAHAN

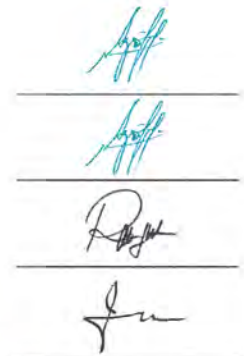
Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Yoga Wanda Prasetyo
NIM : 42321010054
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Ulang Identitas Visual UMKM
Mama Okta

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 : Agustan, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0303038604
Ketua Penguji : Agustan, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0303038604
Penguji 1 : Rizal Bay Khaqi, S.Ds, M.Sn
NIDN : 0321098302
Penguji 2 : Fachmi Khadam Haeril, S.Pd, M.Pd
NIDN : 0301098803



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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.)

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yoga Wanda Prasetyo
 Nomor Induk Mahasiswa : 42321010054
 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, 19/08/2025

Yang memberikan pernyataan,



Yoga Wanda Prasetyo

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Mama Okta” ini. Penulisan Laporan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Desain Seni dan Kreatif Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan karunianya Kesehatan dan kemampuan dalam menyelesaikan Laporan Perancangan Tugas Akhir ini.
2. Kedua orang tua, dan bude selaku keluarga penulis yang tidak pernah lelah untuk memberikan dukungan, semangat, doa, serta kepercayaan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
3. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd M.Sn. Selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
4. Bapak Agustan S.Pd, M.Sn. Selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, tempa dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Bapak Rizal Bay Khaqi S.Ds, M.Sn. Selaku dosen koordinator Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual.
6. Ibu Sukis Purwati Selaku Owner Mama Okta
7. Ibu, kakak Karyawan dan teman teman internship Biro Karir, Hubungan dan Penelusuran alumni yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu

8. Ouguth Studio yang membantu penulis menjadi wadah untuk mengerjakan laporan perancangan tugas akhir ini.
9. Serta semua teman teman DKV terutama keluarga Shampax yang sudah membantu penulis selama masa perkuliahan maupun selama pembuatan laporan perancangan tugas akhir ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga Laporan Tugas akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu lainnya.



Jakarta 26 Juli 2025

Yoga Wanda Prasetio

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Abstract

This redesign of the visual identity for UMKM Mama Okta aims to address issues of inconsistent visual branding and the brand's inability to effectively represent its values. Mama Okta is a home-based business that produces dry cookies and savory snacks without preservatives but lacks a strong and professional visual identity system, resulting in low brand awareness and unclear public perception. This project applies the design thinking method, which includes the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test. Data were collected through observation, interviews, questionnaires, literature review, and analysis of previous design references. The design process involved developing the brand personality and positioning, followed by the exploration of visual elements such as logo, color, typography, illustration, and promotional media. The final outcome is a complete visual identity system applied across various digital and print media, including product packaging, social media, merchandise, and offline promotional materials. This design project is expected to enhance the competitiveness of UMKM Mama Okta in the local market and build a strong emotional connection with its consumers. Keywords: Visual Identity, UMKM, Mama Okta, Homemade Snacks, Design Thinking

Keywords: Visual Identity, UMKM, Mama Okta, Homemade Snacks, Design Thinking



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Abstrak

Perancangan ulang identitas visual untuk UMKM Mama Okta ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan inkonsistensi branding visual serta ketidakmampuan brand dalam merepresentasikan nilai-nilainya secara efektif. Mama Okta merupakan usaha rumahan yang memproduksi kue kering dan camilan gurih tanpa bahan pengawet, namun belum memiliki sistem identitas visual yang kuat dan profesional, sehingga mengakibatkan rendahnya kesadaran merek dan persepsi publik yang kurang jelas. Proyek ini menggunakan metode design thinking yang meliputi tahapan empati, definisi, ideasi, pembuatan prototipe, dan pengujian. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, studi literatur, dan analisis referensi desain sebelumnya. Proses perancangan mencakup pengembangan kepribadian merek dan strategi positioning, dilanjutkan dengan eksplorasi elemen visual seperti logo, warna, tipografi, ilustrasi, dan media promosi. Hasil akhir berupa sistem identitas visual yang lengkap dan diterapkan pada berbagai media digital dan cetak, termasuk kemasan produk, media sosial, merchandise, serta materi promosi offline. Perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM Mama Okta di pasar lokal serta membangun hubungan emosional yang kuat dengan konsumennya.

Kata Kunci: Identitas Visual, UMKM, Mama Okta, Camilan Rumahan, Design Thinking.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Daftar Isi

Cover Dalam	i
Halaman Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Abstract	vi
Abstrak	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Perancangan	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Manfaat Perancangan	3
BAB II. METODE PERANCANGAN.....	4
2.1 Orisinalitas.....	4
2.2 Target Perancangan	15
2.2.1 Target Demografis.....	16
2.2.2 Target Geografis.....	16
2.2.3 Target Psikografis.....	16
2.3 Relevansi & Konsekuensi Studi.....	17
2.3.1 Logo	17
2.3.2 Warna.....	21
2.3.3 Tipografi	26
2.3.4 Maskot	28
2.4 Skema proses desain.....	29
2.4.1 Empathize	29
2.4.2 Define.....	31
2.4.3 Ideate	31
2.4.4 Prototype.....	34

2.4.5 Test	35
BAB III. ANALISIS DATA & PERANCANGAN.....	36
3.1 Positioning dan Konsep Desain.....	36
3.1.1 Segmentasi	36
3.1.2 USP (Unique Selling Point)	37
3.1.3 ESP (Emotional Selling Proposition)	37
3.1.4 Positioning	38
3.2 Strategi pesan	38
3.3 Strategi visual.....	40
3.3.1 Eksplorasi dan Pengembangan Konsep Visual	40
3.4 Strategi distribusi karya	41
3.4.1 Media Digital	41
3.4.2 Media Cetak.....	42
BAB IV. HASIL KARYA DKV	44
4.1 Deskripsi Karya	44
4.1.1 Penyajian Pesan	44
4.1.2 Penyajian Visual.....	44
4.1.3 Relevansi Penyajian Pesan dengan Target Perancangan	62
4.1.4 Relevansi Penyajian Visual dengan Target Perancangan	62
4.2 Pameran Karya	62
4.3 Hasil Uji Desain	64
4.3.1 Profil Pengguna	64
4.3.2 Usia Responden.....	65
4.3.2 Jenis kelamin	65
4.3.3 Pekerjaan.....	66
4.3.4 Status dalam acara	66
4.3.5 Umpan balik pengguna	67
4.4 Evaluasi Perancangan	73
4.4.1 Kekuatan Karya	73
4.4.2 Kelemahan karya	73
4.4.3 Rumusan Perbaikan Karya	74
BAB V. KESIMPULAN & SARAN	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	76

Daftar Pustaka.....	78
Lampiran	81



Daftar Tabel

Table 1 Referensi Karya.....	4
Table 2 data segmentasi audiens UMKM Mama Okta	36
Table 3 Rumusan Perbaikan Karya.....	74



Daftar Gambar

Gambar 1 Contoh logo Lattermark.....	17
Gambar 2 Contoh logo Wordmark	18
Gambar 3 Contoh logo Pictorialmark.....	18
Gambar 4 Contoh logo Abstrak.....	19
Gambar 5 Contoh logo maskot	19
Gambar 6 Contoh logo Emblem.....	20
Gambar 7 Contoh Logo Kombinasi.....	20
Gambar 8 Contoh Warna Primer.....	21
Gambar 9 Contoh Warna Sekunder.....	22
Gambar 10 Contoh Warna Tersier	22
Gambar 11 Contoh Warna Monokromatik.....	24
Gambar 12 Contoh Warna Komplementer.....	24
Gambar 13 Contoh Warna Analogus	24
Gambar 14 Contoh Warna Triadik	25
Gambar 15 Contoh Warna Panas Dingin.....	25
Gambar 16 Contoh Font Sans Serif.....	26
Gambar 17 Contoh Font Serif.....	27
Gambar 18 Contoh Font Script.....	27
Gambar 19 Contoh Font Dekoratif.....	27
Gambar 20 Maskot	28
Gambar 21 Emphati Map.....	30
Gambar 22 Mind Mapping	31
Gambar 23 Moodboard.....	32
Gambar 24 Morfologo Matrix	33
Gambar 25 Sketsa Alternatif Logo	33
Gambar 26 Sketsa Pengembangann Logo.....	34
Gambar 27 Alternatif desain	34
Gambar 28 Hasil Karya Desain.....	35
Gambar 29 Logo Grid	45
Gambar 30 Skema Warna	46
Gambar 31 Typografi	46
Gambar 32 Penggunaan Logo Yang Benar	47
Gambar 33 Penggunaan Logo Yang Salah.....	47
Gambar 34 Ilustrasi (Supergraphic & Maskot)	48
Gambar 35 GSM (cover depan).....	49
Gambar 36 GSM (belakang cover)	49
Gambar 37 GSM (penempatan warna logo)	49
Gambar 38 GSM (bab 1 konsep logo)	50
Gambar 39 GSM (daftar isi).....	50
Gambar 40 GSM (latar belakang).....	50
Gambar 41 GSM (ruang aman)	51
Gambar 42 GSM (skala logo)	51

Gambar 43 GSM (konsep logo)	51
Gambar 44 GSM (algternatif logo)	52
Gambar 45 GSM (ukuran minimal)	52
Gambar 46 GSM (logo grid)	52
Gambar 47 GSM (penempatan pada latar belakang)	53
Gambar 48 GSM (penggunaan yang tetap)	53
Gambar 49 GSM (penggunaan yang tidak tepat)	53
Gambar 50 GSM (papan warna)	54
Gambar 51 GSM (bab 2 elemen visual)	54
Gambar 52 GSM (moodboard)	54
Gambar 53 GSM (bab 3 kunci visual)	55
Gambar 54 (variasi warna)	55
Gambar 55 GSM (tipografi)	55
Gambar 56 GSM (celemek)	56
Gambar 57 GSM (supergrafis)	56
Gambar 58 GSM (bab 4 media aplikasi)	56
Gambar 59 GSM (sign)	57
Gambar 60 GSM (kemasan)	57
Gambar 61 GSM (media sosial)	57
Gambar 62 GSM (booth pameran)	58
Gambar 63 GSM (cover belakang)	58
Gambar 64 stendee maskot	59
Gambar 65 label kemasan	59
Gambar 66 Celemek	60
Gambar 67 Kaos	60
Gambar 68 neon box	61
Gambar 69 instagram feeds	61
Gambar 70 opening pameran	62
Gambar 71 suasana pameran	63

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kartu asistensi	81
Lampiran 2 Suasana Pameran	82
Lampiran 3 Hasil turnitin	87

