

TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
PADA USAHA FAMILY LAUNDRY**

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



oleh:

Erik Satrio Wijaya

NIM 42321010035

Dosen Pembimbing:

Rizal Bay Khaqi, S.Ds., M.Sn

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

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erik Satrio Wijaya
 Nomor Induk Mahasiswa : 42321010035
 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, 21/08/2025

Yang memberikan pernyataan,


 Erik Satrio Wijaya



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Erik Satrio Wijaya
NIM : 42321010035
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas Visual Pada Usaha Family Laundry

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 : Rizal Bay Khaqi, S.Ds, M.Sn
NIDN : 0321098302
Ketua Penguji : Rizal Bay Khaqi, S.Ds, M.Sn
NIDN : 0321098302
Penguji 1 : Agustan, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0303038604
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.)

ABSTRAK

Family Laundry merupakan usaha laundry yang telah berjalan selama 10 tahun di Jakarta Barat dan melayani berbagai kalangan, namun belum pernah memiliki identitas visual atau sistem branding yang dirancang secara profesional. Ketiadaan identitas visual yang kuat membuat citra merek Family Laundry kurang konsisten di mata konsumen, meskipun usaha ini telah memiliki pelanggan tetap. Oleh karena itu, diperlukan perancangan identitas visual yang mencakup logo, warna, tipografi, serta elemen pendukung lainnya guna menciptakan kesan yang baik dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Design Thinking melalui tahapan empati, definisi, ideasi, prototype, dan uji coba. Hasil perancangan menghasilkan sistem identitas visual baru yang menonjolkan nilai kekeluargaan, kecepatan, kebersihan, serta kesan modern dan profesional. Dengan hadirnya identitas visual yang terstruktur, Family Laundry diharapkan mampu memperkuat citra merek dan meningkatkan daya saing di industri jasa laundry yang semakin berkembang.

Kata Kunci: Laundry, Identitas Visual, Citra Merek, Branding, Design Thinking

ABSTRACT

Family Laundry is a laundry business that has been operating for 10 years in West Jakarta and serves a wide range of customers. However, it has never had a professionally designed visual identity or branding system. The absence of a strong visual identity has resulted in an inconsistent brand image in the eyes of consumers, even though the business already has a loyal customer base. Therefore, a visual identity design is needed, including a logo, color palette, typography, and other supporting elements, to create a positive impression and increase consumer trust.

This research applies the Design Thinking approach through the stages of empathy, define, ideate, prototype, and test. The design results in a new visual identity system that highlights values of family, speed, cleanliness, as well as a modern and professional look. With a well-structured visual identity, Family Laundry is expected to strengthen its brand image and enhance its competitiveness in the growing laundry service industry.

Keywords: Laundry, Visual Identity, Brand Image, Branding, Design Thinking

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul "Perancangan Identitas Visual pada Usaha Family Laundry" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Mercu Buana.

Tugas Akhir ini merupakan hasil dari proses pembelajaran eksplorasi dan penerapan ilmu Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam bidang branding dan identitas visual. Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak akan dapat terlaksanakan tanpa adanya dukungan, bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga memberikan kesehatan dan kemampuan dalam proses Perancangan.
2. Keluarga yang selama ini mendukung penulis dengan doa dan semangat.
3. Kepada Ibu Ester Nur selaku pengelola UMKM Family Laundry.
4. Kepada Bapak Irfandi Masnur, S.Pd, M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
5. Kepada Bapak Rizal Bay Khaqi, S.Ds., M.Sn selaku dosen Pembimbing serta Koordinator Tugas Akhir yang selama ini telah memberikan arahan dan informasi dengan sangat baik dalam proses perancangan Tugas Akhir.
6. Kepada Teman-teman seperjuangan Fhika dan Leony serta Arya yang telah membantu selama proses brainstorming
7. Yuma Rafi yang telah menjadi tempat bertukar pikiran selama proses pengerjaan Tugas Akhir

Penulis menyadari banyak kekurangan dari laporan ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis hargai, sehingga penulis dapat memperbaiki diri di masa yang akan datang. Semoga

Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu Desain Komunikasi Visual dan menjadi Referensi dalam pengembangan identitas visual UMKM Laundry.

Jakarta, 1 Agustus 2025

Penulis

Erik Satrio Wijaya



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Perancangan	4
1.5 Rumusan Masalah.....	4
BAB II METODE PERANCANGAN	6
2.1 Originalitas Karya	6
2.2 Target Perancangan	7
2.3 Relevansi dan Konsekuensi Studi.....	8
2.4 Skema dan Proses Desain	13
BAB III ANALISIS DATA PERANCANGAN.....	20
3.1 Positioning Statement & Konsep Desain	20
3.2 Strategi Pesan	23
3.3 Strategi Visual	25
3.4 Strategi Distribusi Karya	26
BAB IV KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN	30
4.1 Deskripsi Karya	30
4.2 Hasil Relevansi Karya dengan Masalah Perancangan.....	40
4.3 Hasil Relevansi Karya dengan Masalah Perancangan.....	50
4.4 Hasil Uji Desain	53
4.5 Evaluasi Perancangan Karya.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	69
Lampiran 1 Kartu Asistensi	69
Lampiran 2 Form Pendaftaran Sidang Tugas Akhir.....	70
Lampiran 3 Surat Keterangan Hasil Sidang Tugas Akhir	71
Lampiran 4 Turnitin	72
Lampiran 5 Similarity Check.....	73
Lampiran 6 Catatan Revisi Pada Sidang Tugas Akhir.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo SimplyFreshLaundry.....	6
Gambar 2. 2 Logo Cleanlab Laundry	7
Gambar 2. 3 Skema Proses Desain	13
Gambar 2. 4 Wawancara Mitra	14
Gambar 2. 5 Brainstorming	15
Gambar 2. 6 Moodboard	16
Gambar 2. 7 Morfologi Baju.....	17
Gambar 2. 8 Morfologi Gelembung	17
Gambar 2. 9 Morfologi Garis	18
Gambar 2. 10 Sketsa Manual.....	18
Gambar 2. 11 Sketsa Digitalisasi	19
Gambar 3. 2 Konsep Design	22
Gambar 4. 1 Penyajian Visual.....	30
Gambar 4. 2 Makna Logo.....	31
Gambar 4. 3 Batas Aman Logo	32
Gambar 4. 4 Besaran Minimum Logo.....	33
Gambar 4. 5 Aplikasi Warna Pada Background	34
Gambar 4. 6 Penggunaan Logo	36
Gambar 4. 7 Penggunaan Warna.....	37
Gambar 4. 8 Tipografi Brand.....	38
Gambar 4. 9 Supergrafi.....	40
Gambar 4. 10 Mockup Distribusi Karya.....	42
Gambar 4. 11 Graphic Standar Manual.....	43
Gambar 4. 12 Mockup Signboard.....	44
Gambar 4. 13 Mockup Namecard	45
Gambar 4. 14 Mockup Banner	46
Gambar 4. 15 Mockup Totebag.....	46
Gambar 4. 16 Mockup Kaos.....	47
Gambar 4. 17 Media Sosial.....	48
Gambar 4. 18 Kartu Cuci Point	49
Gambar 4. 19 Pricelist.....	50
Gambar 4. 20 Display Karya	51
Gambar 4. 21 Interaksi Dengan Pengunjung	52
Gambar 4. 22 Kunjungan Dosen	53
Gambar 4. 23 Profil Pengguna.....	53
Gambar 4. 24 Hasil Kuisisioner 1	58
Gambar 4. 25 Hasil Kuisisioner 2	58
Gambar 4. 26 Hasil Kuisisioner 3	58
Gambar 4. 27 Hasil Kuisisioner 4	58
Gambar 4. 28 Hasil Kuisisioner 5	59
Gambar 4. 29 Hasil Kuisisioner 6	59
Gambar 4. 30 Hasil Kuisisioner 7	59
Gambar 4. 31 Hasil Kuisisioner 8	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Referensi Karya Logo Sejenis	7
Tabel 2. 2 Target Perancangan.....	8
Tabel 2. 3 Biaya perancangan Studi.....	13
Tabel 3. 1 Strategi Distribusi Karya	28
Tabel 4. 1 Umpan Balik Pengguna.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kartu Asistensi.....	69
Lampiran 2. 1 Form Pendaftaran Sidang Tugas Akhir.....	70
Lampiran 3. 1 Surat Keterangan Hasil Sidang Tugas Akhir	71
Lampiran 4. 1 Turnitin	72
Lampiran 5. 1 Similarity Check.....	73
Lampiran 6. 1 Catatan Revisi Penguji I	74
Lampiran 6. 2 Catatan Revisi Penguji II	75
Lampiran 6. 3 Catatan Revisi Pembimbing	76

