

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN VISUAL IDENTITY HUSEIN BAROKAH WANGI

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



Disusun Oleh :
Badru Akmal Murtadho
42321010048

Dosen Pembimbing :
Agustan, S.Pd , M.Sn

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

HALAMAN PERNYATAAN

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Badru Akmal Murtadho
Nomor Induk Mahasiswa : 42321010048
Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : 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, 23 Juli 2025

Yang memberikan pernyataan,



BADRU AKMAL MURTADHO

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Badru Akmal Murtadho
NIM : 42321010048
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Visual Identity Husein Barokah Wangi

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



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.)

PERANCANGAN *VISUAL IDENTITY* HUSEIN BAROKAH WANGI

Badru Akmal Murtadho
42321010048

ABSTRAK

Perkembangan industri parfum, khususnya di segmen parfum non-alkohol berbasis nilai Islami, membuka peluang bagi pelaku usaha lokal untuk membangun identitas merek yang kuat dan relevan. Husein Barokah Wangi, sebagai salah satu UMKM yang bergerak di bidang penjualan parfum isi ulang dan perlengkapan ibadah, menghadapi tantangan dalam hal konsistensi identitas visual dan penyampaian nilai merek secara efektif kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem identitas visual yang mampu merepresentasikan nilai-nilai religius, kesederhanaan, serta kualitas produk Husein Barokah Wangi. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara langsung dengan pemilik usaha, studi pustaka, serta analisis referensi tugas akhir sejenis. Proses perancangan dilakukan melalui tahapan eksplorasi ide seperti mind mapping, sketsa manual, pembuatan morfologi matrix, hingga digitalisasi dan implementasi desain pada berbagai media branding seperti logo, banner, kemasan, stiker, dan media promosi lainnya. Logo dirancang dengan pendekatan logogram dan logotype, menggabungkan simbol parfum, kaligrafi Arab, dan warna hijau serta emas sebagai cerminan nilai Islami dan kesan premium. Hasil akhir dari perancangan ini berupa sistem identitas visual yang terdokumentasi dalam Graphic Standard Manual (GSM) dan telah diuji melalui pameran karya yang mendapatkan umpan balik positif dari audiens. Identitas visual baru Husein Barokah Wangi dinilai mampu memperkuat citra profesional, meningkatkan daya tarik produk, serta memperluas jangkauan pasar. Diharapkan, perancangan ini menjadi acuan bagi UMKM sejenis dalam membangun branding yang kuat dan relevan dengan target pasar muslim.

Kata kunci: *Branding*, Identitas *Visual*, Logo, Parfum Non-Alkohol, Nilai Islami, UMKM

PERANCANGAN VISUAL IDENTITY HUSEIN BAROKAH WANGI

Badru Akmal Murtadho
42321010048

ABSTRACT

The growth of the perfume industry, particularly in the non-alcoholic fragrance segment with Islamic values, presents opportunities for local businesses to build strong and relevant brand identities. Husein Barokah Wangi, a small business (UMKM) specializing in refillable perfumes and religious accessories, faces challenges in maintaining consistent visual identity and effectively conveying brand values to its consumers. This study aims to design a visual identity system that reflects the brand's religious values, simplicity, and product quality. The design process involves observation, interviews with the business owner, literature review, and analysis of similar student projects. It progresses through stages such as idea exploration using mind mapping, manual sketches, morphology matrix development, digitalization, and implementation across various branding media including logo, banner, packaging, stickers, and promotional items. The logo combines logogram and logotype approaches, featuring perfume bottle elements, Arabic calligraphy, and a color palette of green and gold to represent Islamic identity and premium quality. The final outcome is a comprehensive visual identity system documented in a Graphic Standard Manual (GSM), which was presented at an exhibition and received positive feedback from the audience. The new identity is considered effective in enhancing brand professionalism, increasing product appeal, and expanding market reach. This project is expected to serve as a reference for other small businesses aiming to build strong and market-relevant branding, especially within the Muslim consumer segment.

Keywords: Branding, Visual Identity, Logo, Non-Alcoholic Perfume, Islamic Values, Small Business

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul "Perancangan Visual Branding Identity Husein Barokah Wangi" dengan baik. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Desain Komunikasi Visual.

Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang identitas visual yang dapat merepresentasikan nilai, visi, dan karakter dari brand *Husein Barokah Wangi*, sebuah usaha yang bergerak di bidang penjualan parfum dengan pendekatan nilai-nilai Islami. Melalui pendekatan desain yang strategis, diharapkan visual branding yang dihasilkan mampu meningkatkan citra merek serta memperkuat daya tarik produk di mata konsumen.

Penulis menyadari bahwa tersusunnya tugas akhir ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan yang sangat banyak yang menjadikan tugas akhir ini di selesaikan
2. Bapak Agustan S.Pd M,Sn sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan tugas akhir yang telah penulis buat.
3. Bapak Veri Susanto Selaku pemilik dari merek Husein Barokah Wangi yang telah bersedia bekerja sama , memberikan data serta masukan berharga selama proses perancangan berlangsung
4. Fikri,Aura teman yang telah mendukung dan membantu secara langsung selama proses tugas akhir ini

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan desain visual branding dan bagi pihak yang membutuhkan

Jakarta, 26 Juli 2025

Penulis

Badru Akmal Murtadho

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
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Perancangan.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Manfaat Perancangan.....	3
BAB II	4
2.1 Orisinalitas.....	4
2.2 Target Perancangan	5
2.3 Relevansi & Konsekuensi Studi	6
2.4 Skema Proses Desain	11
BAB III	17
3.1 Positioning & Konsep Desain.....	17
3.2 Strategi Pesan.....	18
3.3 Strategi Visual	19
3.4 Strategi Distribusi Karya.....	19
BAB IV	20
HASIL KARYA DKV	18
4.1 Deskripsi Karya	18
4.2 Pameran Karya.....	36
4.3 Hasil Uji Desain	37
BAB V.....	46
KESIMPULAN & SARAN	44
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Referensi Karya Terdahulu	5
Tabel 2. Biaya Perancangan dan Produksi	7
Tabel 3. Obeservasi & Riset.....	16
Tabel 4. Strategi AISAS	18
Tabel 5. Pendapat Audiens	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Perancangan Secara Umum	9
Gambar 2. Mind Mapping	11
Gambar 3. Moodboard	11
Gambar 4. Matrix	12
Gambar 5. Sketsa logo manual	12
Gambar 6. Sketsa logo digital	13
Gambar 7. Logo fix	14
Gambar 8. Penyajian Pesan	19
Gambar 9. Penyajian Visual	20
Gambar 10. Makna Logo	21
Gambar 11. Kontruksi Logo Grid	22
Gambar 12. Aplikasi Warna	22
Gambar 13. Batas Minimim	23
Gambar 14. Logo dianjurkan	23
Gambar 15. Batas Aman	24
Gambar 16. Warna Logo	25
Gambar 17. Tipografi	25
Gambar 18. Pattern	26
Gambar 19. Banner	28
Gambar 20. Pouch	28
Gambar 21. Packaging Dalal	29
Gambar 22. Packaging Misk Madinah	30
Gambar 23. Packaging Zahrat Hawai	31
Gambar 24. Packaging Misk Turki	32
Gambar 25. Packaging Oud Bukiyah	33
Gambar 26. Stiker	34
Gambar 27. GSM	34
Gambar 28. Pameran Karya	35

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Gambar 29. Poster Pameran	36
Gambar 30. Usia audience	37
Gambar 31. Jenis Kelamin audience.....	40
Gambar 32. Pendapat audiens.....	41
Gambar 33. Pendapat audiens.....	41
Gambar 34. Pendapat audiens.....	41
Gambar 35. Pendapat audiens.....	42
Gambar 36. Pendapat audiens.....	42
Gambar 37. Pendapat audiens.....	42
Gambar 38. Pendapat audiens.....	43
Gambar 39. Pendapat audiens.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1. Bukti Bimbingan/Asistensi Dosen	50
Gambar 2. Surat Keterangan Hasil Sidang	51
Gambar 3. Catatan Sidang Tugas Akhir	52
Gambar 4. Bukti Turnitin dan Lembar Similarity Check	53
Gambar 5. Dokumentasi Pameran	60
Gambar 6. Hasil Kuisioner.	61
Gambar 7. Dokumentasi Wawancara.....	64

