

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN ULANG LOGO TUMPENG DKI DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN DI INDUSTRI KULINER JAKARTA

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



Oleh :

Rizal Eka Adhari

NIM : 42321010107

Jurusan Desain Komunikasi Visual

Dosen Pembimbing :

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

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

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizal Eka Adhari
 Nomor Induk Mahasiswa : 42321010107
 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, 16/08/2025

Yang memberikan pernyataan,



Rizal Eka Adhari

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rizal Eka Adhari
NIM : 42321010107
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Ulang Logo Tumpeng Dki Dalam
Membangun Citra Perusahaan Di Industri
Kuliner Jakarta

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 : Anggi Almira Rahma, S.Ds, M.Ds
NIDN : 0307079304

Penguji 2 : Wilsa Pratiwi, S.Sn, M.Sn
NIDN : -



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.)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul "Perancangan Ulang Logo Tumpeng DKI Dalam Membangun Citra Perusahaan Di Industri Kuliner Jakarta" sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual. Penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Rizal Bay Khaqi, S.Ds, M.Sn, selaku dosen pembimbing, atas arahan, kesabaran, dan masukan yang sangat berarti selama proses perancangan dan penyusunan laporan ini.
2. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, yang telah memberikan fasilitas dan dukungan selama proses studi.
3. Bapak Rizal Bay Khaqi, S.Ds, M.Sn, selaku Koordinator Tugas Akhir, atas arahnya yang membantu kelancaran pelaksanaan tugas akhir ini.
4. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan moral serta materi tanpa henti dalam setiap langkah.
5. Teman-teman seperjuangan, khususnya keluarga Shampax, atas kebersamaan, semangat, serta bantuan selama proses pengerjaan tugas akhir.
6. Ibu Lin Ihtiarini selaku mitra dan pemilik Tumpeng DKI, yang telah memberikan kepercayaan, data, dan kerja sama selama proses penelitian dan perancangan.
7. Mitra Shopee Food Driver, yang tanpa disadari telah menyediakan lapangan pekerjaan untuk membantu saya mencari rezeki sampingan agar bisa mengikuti pameran tugas akhir sampai melaksanakan sidang Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan 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 kuliner lokal.

Jakarta, 15 Agustus 2025

Penulis

Rizal Eka Adhari

**PERANCANGAN ULANG LOGO TUMPENG DKI DALAM
MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN DI INDUSTRI KULINER
JAKARTA**

Rizal Eka Adhari
42321010107

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi proses perancangan ulang **Visual Brand Identity** Tumpeng DKI, sebuah bisnis makanan rumahan yang berada di Rawa Belong Jakarta Barat, dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing serta memperkuat citra mereknya di tengah persaingan industri makanan. Proses pembuatan dilakukan dengan menggunakan metode **Design Thinking** yang meliputi langkah-langkah empati, penentuan masalah, pengembangan ide, pembuatan prototipe, dan tahap pengujian. Identitas visual yang baru dibangun dengan mengintegrasikan elemen logotype dan logomark yang mencerminkan nilai-nilai ikonik, nusantara, dan lezat. serta memperhatikan elemen budaya Betawi melalui simbol-simbol seperti tumpeng, daun pisang, dan bintang. Strategi **Branding** diimplementasikan secara konsisten melalui beragam media, termasuk logo, supergrafis, slogan, merchandise, dan platform media sosial. Hasil akhir dari desain menunjukkan bahwa identitas visual yang kuat dan memiliki makna bisa meningkatkan daya tarik bagi konsumen serta membentuk persepsi merek yang positif. Diharapkan proyek ini dapat dijadikan panduan dalam pengembangan identitas merek untuk pendekatan desain yang strategis dan sistematis.

Kata Kunci: Visual Brand Identity, Design Thinking, Branding

Redesign of the Tumpeng DKI Logo to Build Brand Image in Jakarta's Culinary Industry

Rizal Eka Adhari

42321010107

ABSTRACT

*This study explores the redesign process of the **Visual Brand Identity** for Tumpeng DKI, a home-based food business located in Rawa Belong, West Jakarta, with the aim of enhancing its competitiveness and strengthening brand image amidst the intense food industry competition. The design process was carried out using the **Design Thinking** method, which includes the stages of empathy, problem definition, ideation, prototyping, and testing. The new visual identity integrates both logotype and logomark elements that reflect the brand's core values of being iconic, traditional (nusantara), and delicious. It also incorporates cultural elements of Betawi through symbols such as the tumpeng (cone-shaped rice dish), banana leaf, and star. The **Branding** strategy was implemented consistently across various media, including logos, supergraphics, slogans, merchandise, and social media platforms. The final design results indicate that a strong and meaningful visual identity can enhance consumer appeal and foster a positive brand perception. This project is expected to serve as a guideline for brand identity development using a strategic and systematic design approach.*

Keywords: *Visual Brand Identity, Design Thinking, Branding*

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Perancangan	1
1.2 Rumusan Masalah Perancangan.....	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Manfaat Perancangan	3
BAB II METODE PERANCANGAN.....	5
2.1 Orisinalitas.....	5
2.2 Target Perancangan	11
2.3 Relevansi & Konsekuensi Studi	13
2.3.1 Identitas Visual.....	13
2.3.2 Logo.....	14
2.3.3 Warna	18
2.3.4 Tipografi	22
2.3.5 Ilustrasi	24
2.3.6 Icon.....	24
2.3.7 Analisis S.W.O.T	25
2.4 Skema Proses Desain	26
2.4.1 <i>Empathize</i>	27
2.4.2 <i>Define</i>	28
2.4.3 <i>Ideate</i>	29
2.4.4 <i>Prototype</i>	30
2.4.5 Test.....	34

BAB III ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN	37
3.1 <i>Positioning</i> & Konsep Desain.....	37
3.2 Strategi Pesan	38
3.3 Strategi Visual	39
3.4 Strategi Distribusi Karya	40
BAB IV HASIL KARYA DKV	43
4.1 Deskripsi Karya	43
4.1.1 Visual Karya.....	43
4.1.2 Hasil Relevansi Karya Dengan Masalah	52
4.2 Pameran Karya.....	59
4.3 Hasil Uji Desain	64
4.3.1 Profil Pengguna	64
4.3.2 Umpan Balik Pengguna	66
4.4 Evaluasi Perancangan Karya.....	69
4.4.1 Menemukan Kekuatan Karya	69
4.4.2 Menemukan Kelemahan Karya	69
4.4.3 Rumusan Perbaikan Karya	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel Tabel 2. 1 Referensi Karya Logo Sejenis	5
Tabel 2. 2 Hasil Survey dan Wawancara	34
Tabel 3. 1 Alur Distribusi Media Karya Perancangan Menggunakan Model AISAS	41
Tabel 4. 1 Kuisiner Terhadap konsumen	66
Tabel 4. 2 Kuisisioner Terhadap Mitra	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Signature.....	15
Gambar 2. 2 Logo Mark.....	15
Gambar 2. 3 Logo Word Mark.....	16
Gambar 2. 4 Name-only Logo.....	16
Gambar 2. 5 Name-simbol Logo.....	17
Gambar 2. 6 Intial Letter Logo.....	17
Gambar 2. 7 Pictorial Name Logo.....	17
Gambar 2. 8 Associative Logo.....	18
Gambar 2. 9 Lingkaran Warna Additive dan Subtractive.....	19
Gambar 2. 10 Lingkaran Klasifikasi Warna (Henry, 1998:238).....	21
Gambar 2. 11 Karakter Warna (Henry, 1998:238).....	21
Gambar 2. 12 Huruf Serif.....	22
Gambar 2. 13 Huruf Sans Serif.....	23
Gambar 2. 14 Huruf Script.....	23
Gambar 2. 15 Huruf Stencil.....	24
Gambar 2. 16 Tahapan Design Thinking.....	27
Gambar 2. 17 Empathy Map dan Pain Gain.....	28
Gambar 2. 18 Pembuatan Value.....	29
Gambar 2. 19 Mindmapping.....	30
Gambar 2. 20 Moodboard.....	30
Gambar 2. 21 Morfologi Matrix.....	31
Gambar 2. 22 Sketsa Logo.....	32
Gambar 2. 23 Alternatif Logo.....	33
Gambar 4. 1 Logo Tumpeng DKI.....	44
Gambar 4. 2 Bagian Pada Logo.....	46
Gambar 4. 3 Warna primer dan sekunder.....	47
Gambar 4. 4 Grid Logo.....	48
Gambar 4. 5 Ruang Sekitar Logo.....	48
Gambar 4. 6 Warna Background Pada Logo.....	49
Gambar 4. 7 Ukuran Minimum Pada Logo.....	49
Gambar 4. 8 Pengaplikasian Logo Yang Salah.....	50
Gambar 4. 9 Tipografi Tumpeng DKI.....	51
Gambar 4. 10 Supergraphic.....	52
Gambar 4. 11 Graphic Standard Manual.....	54
Gambar 4. 12 Seragam Kerja.....	55
Gambar 4. 13 Stationery.....	56
Gambar 4. 14 Sosial Media Post.....	57
Gambar 4. 15 Signage.....	58
Gambar 4. 16 Foto Booth Sebelum Acara.....	59
Gambar 4. 17 Foto Pembukaan Pameran.....	60
Gambar 4. 18 Foto Saat Pameran.....	63
Gambar 4. 19 Foto Penutupan Pameran.....	64
Gambar 4. 20 Data Usia Responden.....	65

Gambar 4. 21 Desain Daftar Menu	71
Gambar 4. 22 Revisi Desain Daftar Menu.....	73

