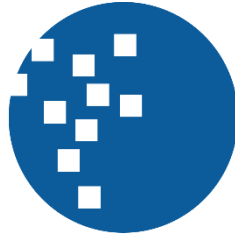


**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
MARTABAK JAYA BANDUNG**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Juan Christo Lapod

00000046638

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
MARTABAK JAYA BANDUNG**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Juan Christo Lapod

00000046638

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Juan Christo Lapod

Nomor Induk Mahasiswa : 00000046638

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MARTABAK JAYA BANDUNG

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Juan Christo Lapod)

U M M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL

MARTABAK JAYA BANDUNG

Oleh

Nama : Juan Christo Lapod

NIM : 00000046638

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

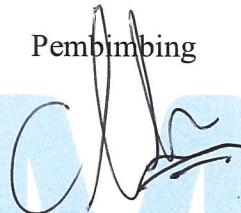
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Clemens Felix Setiyawan, S.Sn., M.Hum.
0305117504/051860

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MARTABAK JAYA BANDUNG

Oleh

Nama : Juan Christo Lapod
NIM : 00000046638
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 29 Mei 2024

Pukul 10.30 s.d 11.15 dan dinyatakan

LULUS

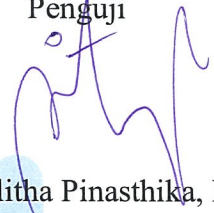
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



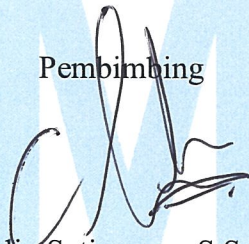
Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

Penguji



Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.
0308078801/034812

Pembimbing



Clemens Felix Setiyawan, S.Sn., M.Hum.
0305117504/051860

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Juan Christo Lapod
NIM : 00000046638
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
MARTABAK JAYA BANDUNG**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia :

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial. Saya tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 19 Mei 2024



(Juan Christo Lapod)

* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

U
M
N
U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan tuntunan-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang berjudul *Perancangan Ulang Identitas Visual Martabak Jaya Bandung*. Laporan ini disusun berdasarkan hasil pembelajaran penulis selama menempuh ilmu di Universitas Multimedia Nusantara dan merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana desain pada fakultas Seni dan Desain jurusan Desain Komunikasi Visual.

Penulis menyadari, penyusunan laporan tugas akhir ini berjalan dengan lancar karena adanya dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Clemens Felix Setiyawan, S.Sn., M.Hum., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Phuminto, sebagai narasumber yang telah memberikan informasi mengenai bisnisnya Martabak Jaya Bandung.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan karya tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Setiap upaya yang dilakukan tentu tidak luput dari keterbatasan pengetahuan, waktu, dan sumber daya yang tersedia. Namun demikian, penulis tetap berharap agar tugas akhir ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat dan dapat menambah wawasan bagi para pembaca, khususnya dalam memahami proses perancangan identitas visual suatu brand. Penulis berharap bahwa

meskipun terdapat kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan tugas akhir ini, semangat dan upaya yang telah dicurahkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi titik awal bagi penelitian lebih lanjut di bidang ini.

Tangerang, 12 Juni 2024



Juan Christo Lapod



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL

MARTABAK JAYA BANDUNG

(Juan Christo Lapod)

ABSTRAK

Martabak Jaya Bandung telah berdiri sejak tahun 1998 di daerah Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Awalnya, pemilik Martabak Jaya Bandung merupakan pedagang kaki lima. Kemudian, Martabak Jaya Bandung mulai berkembang dan saat ini telah memiliki tempat usaha sendiri yang berlokasi di Jalan Warung Jati Barat, Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Penulis menggunakan teori desain grafis dari buku Robin Landa yang berjudul *Graphic Design Solutions* dan teori brand diambil dari buku Alina Wheeler yang berjudul *Designing Brand Identity*. Dalam proses pengumpulan data, penulis menggunakan metode penelitian *mix methods*, yang terdiri dari wawancara, observasi dan kuesioner. Dari hasil penelitian tersebut, penulis menemukan bahwa terdapat kesamaan aset visual pada identitas visual Martabak Jaya Bandung dan Martabak Bandung Ayung, identitas visual yang belum konsisten pada Martabak Jaya Bandung. Oleh karena itu, dengan perancangan kembali identitas visual Martabak Jaya Bandung ini diharapkan dapat menciptakan citra merek baru yang sesuai dengan nilai dan target konsumen yang dituju, sehingga dapat menciptakan *brand awareness* yang kuat.

Kata kunci: Desain Grafis, Identitas Visual, Martabak Jaya Bandung

U M N

U N I V E R S I T A S

M U L T I M E D I A

N U S A N T A R A

DESIGNING THE VISUAL IDENTITY OF MARTABAK JAYA BANDUNG

(Juan Christo Lapod)

ABSTRACT (English)

The author uses graphic design theory from Robin Landa's book entitled Graphic Design Solutions and brand theory taken from Alina Wheeler's book entitled Designing Brand Identity. In the data collection process, the author uses a mix methods research method, which consists of interviews, observations and questionnaires. From the results of the research, the author found that there are similarities in visual assets in the visual identity of Martabak Jaya Bandung and Martabak Bandung Ayung, a visual identity that has not been consistent at Martabak Jaya Bandung. Therefore, by redesigning the visual identity of Martabak Jaya Bandung, it is expected to create a new brand image that is in accordance with the values and target consumers, so that it can create strong brand awareness.

Keywords: *Graphic Design, Visual Identity, Martabak Jaya Bandung*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Desain Grafis.....	5
2.1.1 Elemen Desain Grafis.....	5
2.1.2 Prinsip Desain	10
2.2 Grid & Proportion.....	18
2.3 Brand	21
2.3.1 Branding.....	21
2.3.2 Rebranding.....	21
2.3.3 Brand Positioning	22
2.3.4 Brand Equity	22
2.3.5 Brand Strategy	22
2.3.6 Brand Architecture.....	22

2.3.7	Brand Awareness	23
2.3.8	Brand Mantra	24
2.3.9	Brand Identity	24
2.3.10	Logo	25
2.3.11	Tagline	27
2.3.12	Collaterals	27
2.3.13	Manual Guidelines Book (GSM)	28
2.4	Martabak	28
2.4.1	Martabak Manis	28
2.4.2	Martabak Telor	29
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	31
3.1	Metodologi Penelitian	31
3.1.1	Metode Kualitatif	31
3.1.2	Metode Kuantitatif	41
3.2	Metodologi Perancangan	45
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	47
4.1	Strategi Perancangan	47
4.1.1	Conducting Research	47
4.1.2	Clarifying Strategy	48
4.1.3	Designing Identity	51
4.1.4	Creating Touch Points	59
4.1.5	Managing Assets	71
4.2	Analisis Perancangan	72
4.2.1	Analisis Bimbingan Spesialis	72
4.2.2	Analisis Beta Test	73
4.2.3	Analisis Kemasan	80
4.2.4	Analisis Neon Box	81
4.2.5	Analisis Banner	82
4.2.6	Analisis X-Banner	83
4.2.7	Analisis Poster	84
4.2.8	Analisis Menu	85
4.2.9	Analisis Seragam	86

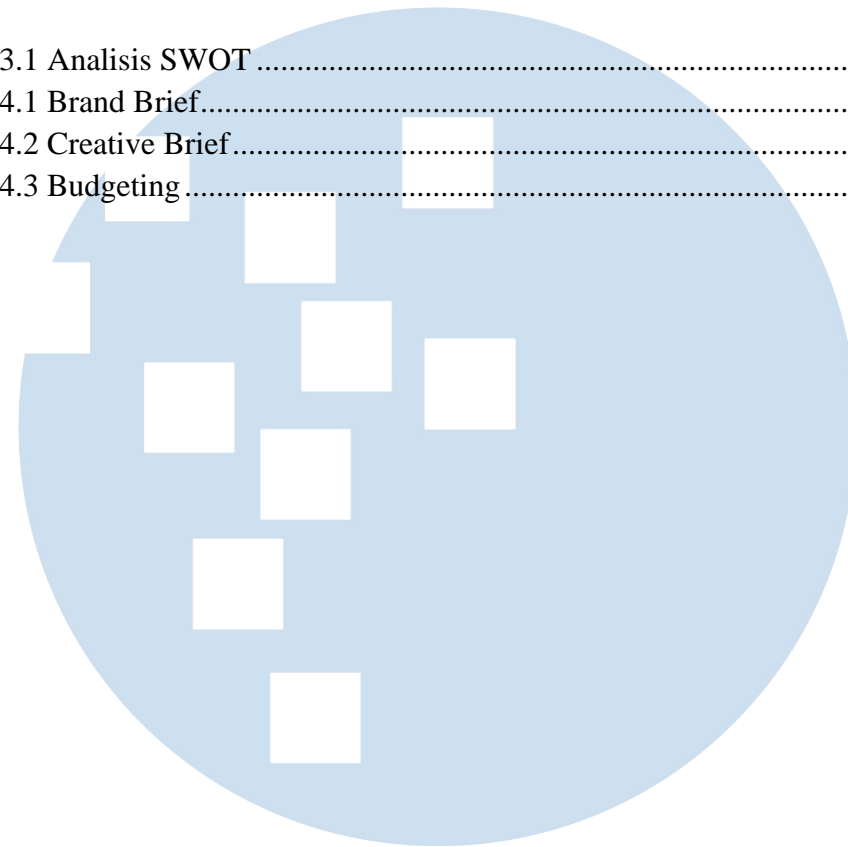
4.2.10 Analisis Feeds dan Story Media Sosial	87
4.2.11 Analisis Stiker	88
4.2.12 Analisis Tote bag	90
4.2.13 Analisis Tumbler	90
4.2.14 Analisis Tissue	91
4.2.15 Analisis Graphic Standart Manual	92
4.3 Budgeting	93
BAB V PENUTUP	94
5.1 Simpulan	84
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xvi

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT	39
Tabel 4.1 Brand Brief.....	48
Tabel 4.2 Creative Brief.....	49
Tabel 4.3 Budgeting	93



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis	6
Gambar 2.2 Bentuk	6
Gambar 2.3 Hues, Tints, Tones dan Shades.....	7
Gambar 2.4 RGB dan CMYK.....	8
Gambar 2.5 Tactical Texture dan Visual Texture.....	10
Gambar 2.6 Tiga jenis prinsip keseimbangan	10
Gambar 2.7 Visual Hierarchy	11
Gambar 2.8 Contoh Emphasis.....	12
Gambar 2.9 Contoh Rhythm	12
Gambar 2.10 Contoh Unity	13
Gambar 2.11 delapan tipe tipografi.....	15
Gambar 2.12 Type Family	16
Gambar 2.13 Allignment.....	17
Gambar 2.14 Spacing	19
Gambar 2.15 Fibonacci Squares and Spirals.....	19
Gambar 2.16 The Golden Ratio	19
Gambar 2.17 Rule of Thirds.....	20
Gambar 2.18 Modullar Grids	21
Gambar 2.19 Piramida Brand Awareness	23
Gambar 2.20 Jenis logo Wordmarks.....	25
Gambar 2.21 Jenis Letterforms	25
Gambar 2.22 Jenis logo Pictorial Marks	26
Gambar 2.23 Jenis logo Abstract/ Symboly Marks	26
Gambar 2.24 Jenis logo Emblems.....	27
Gambar 2.25 Martabak Manis.....	29
Gambar 2.26 Martabak Telur.....	29
Gambar 3.1 Interview dengan owner.....	33
Gambar 3.2 Tampilan visual toko martabak Jaya Bandung	34
Gambar 3.3 Tampilan daftar menu Martabak Jaya Bandung	34
Gambar 3.4 Logo Martabak Pizza Orins.....	35
Gambar 3.5 Martabak Pizza Orins	36
Gambar 3.6 Logo Martabak Pecenongan 78	37
Gambar 3.7 Martabak Pecenongan 78	37
Gambar 3.8 Logo Martabak Legit Group	38
Gambar 3.9 Martabak Legit Group.....	39
Gambar 3.10 Pertanyaan penggemar dan yang pernah mencicipi martabak	41
Gambar 3.11 Pertanyaan seberapa sering membeli martabak	42

Gambar 3.12 Pertanyaan identitas visual dapat meningkatkan kepercayaan konsumen	42
Gambar 3.13 Pertanyaan seberapa penting tampilan visual untuk meningkatkan kepercayaan konsumen	43
Gambar 3.14 Pertanyaan pendapat konsumen mengenai desain logo Martabak Jaya Bandung	44
Gambar 3.15 Pertanyaan pendapat konsumen mengenai tampilan visual toko	44
Gambar 3.16 Pertanyaan tingkat kesamaan desain kemasan dari kedua merek martabak.....	45
Gambar 4.1 Mindmap Martabak Jaya Bandung	51
Gambar 4.2 Moodboard Martabak Jaya Bandung	52
Gambar 4.3 Sketsa Alternatif Logo	52
Gambar 4.4 Alternatif Logo	53
Gambar 4.5 Final Logo	54
Gambar 4.6 Ide dan Konsep Logo	54
Gambar 4.7 Warna Merek.....	55
Gambar 4.8 Tipografi Final.....	57
Gambar 4.9 Supergrafik Final.....	58
Gambar 4.10 Desain Neon Box	59
Gambar 4.11 Desain Kemasan.....	60
Gambar 4.12 Seragam Karyawan	62
Gambar 4.13 Menu.....	63
Gambar 4.14 Poster.....	64
Gambar 4.15 Banner	64
Gambar 4.16 X-Banner	66
Gambar 4.17 Feeds & Story Media Sosial.....	67
Gambar 4.18 Tissue	68
Gambar 4.19 Stiker	69
Gambar 4.20 Totebag.....	70
Gambar 4.21 Tumbler	71
Gambar 4.22 Perancangan Graphic Standart Manual.....	72
Gambar 4.23 Beta Test 1.....	73
Gambar 4.24 Beta Test 2.....	74
Gambar 4.25 Beta Test 3.....	74
Gambar 4.26 Beta Test 4.....	75
Gambar 4.27 Beta Test 5.....	75
Gambar 4.28 Beta Test 6.....	76
Gambar 4.29 Beta Test 7.....	76
Gambar 4.30 Beta Test 8.....	77
Gambar 4.31 Beta Test 9.....	77

Gambar 4.32 Beta Test 10.....	78
Gambar 4.33 Beta Test 11.....	78
Gambar 4.34 Beta Test 12.....	79
Gambar 4.35 Beta Test 13.....	79
Gambar 4.36 Beta Test 14.....	80
Gambar 4.37 Mockup Desain Kemasan.....	81
Gambar 4.38 Mockup Neon Box.....	81
Gambar 4.39 Mockup Banner.....	83
Gambar 4.40 Mockup X-Banner.....	84
Gambar 4.41 Mockup Poster.....	85
Gambar 4.42 Mockup Menu.....	86
Gambar 4.43 Mockup Seragam Karyawan.....	86
Gambar 4.44 Mockup Story & Feeds Media Sosial.....	88
Gambar 4.45 Mockup Stiker.....	89
Gambar 4.46 Mockup Totebag.....	90
Gambar 4.47 Mockup Tumbler.....	91
Gambar 4.48 Mockup Tissue.....	92
Gambar 4.49 Mockup Graphic Standart Manual.....	93

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Bimbingan.....	xvi
Lampiran B Wawancara.....	xxii
Lampiran C Kuesioner	xxiv
Lampiran D Foto Wawancara.....	xxvii
Lampiran E Turnitin.....	xxviii



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA