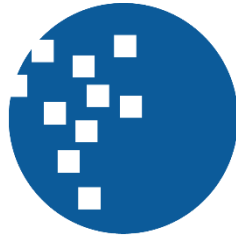


**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL  
BISNIS KULINER MIE LOKUT ASAL PANGKAL PINANG**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Cecilia**

**00000047862**

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

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BISNIS**

**KULINER MIE LOKUT ASAL PANGKAL PINANG**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Cecilia**

**00000047862**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Cecilia  
NIM : 00000047862  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul:

### **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BISNIS KULINER MIE LOKUT ASAL PANGKAL PINANG**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 27/05/2024

*Cecilia*



(Cecilia)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BISNIS KULINER MIE LOKUT ASAL PANGKAL PINANG

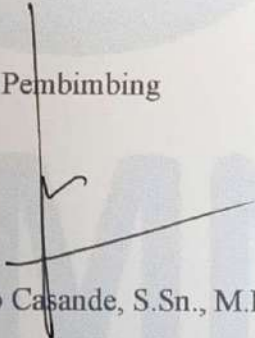
Oleh

Nama : Cecilia  
NIM : 00000047862  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

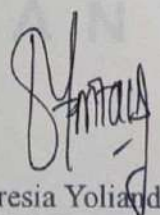
Tangerang, 27 Mei 2024

Pembimbing

  
Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.

0330117501/081436

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

  
Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.

0311099302/043487

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BISNIS KULINER MIE LOKUT ASAL PANGKAL PINANG

Oleh  
Nama : Cecilia  
NIM : 00000047862  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 27 Mei 2024  
Pukul 09.00 s.d 09.45 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



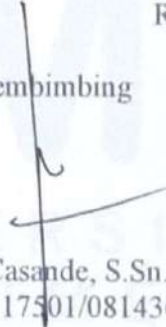
Clemens Felix Setiyawan, S.Sn., M.Hum.  
0305117504/051860

Penguji



Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.  
0310019201/023987

Pembimbing



Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.  
0330117501/081436

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

## HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cecilia  
NIM : 00000047862  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Ulang Identitas Visual Bisnis Kuliner  
Mie Lokut Asal Pangkal Pinang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)\*\*.

Tangerang, 27 Mei 2024



(Cecilia)

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Perancangan Ulang Identitas Visual Bisnis Kuliner Mie Lokut Asal Pangkal Pinang” dengan baik. Adapun tujuan dari penulisan laporan ini adalah salah satunya untuk memenuhi kewajiban menyelesaikan Program Studi Desain Komunikasi Visual dari Fakultas Seni dan Desain dan meraih gelar Sarjana Desain di Universitas Multimedia Nusantara. Pada penulisan laporan ini, penulis telah mendapatkan dukungan, bimbingan, dan doa 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. Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds., sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Edo Tirtadarma, S.Ds., M.Ds. sebagai Dosen Spesialis yang telah memberikan bimbingan dan arahan atas perancangan tugas akhir ini.
6. Eugene Bernadine Kumala, S.Ds, selaku narasumber ahli yang telah pengetahuan dan dan arahan atas perancangan tugas akhir ini.
7. Bpk. David dan Bpk. Bong Fong Phiaw, sebagai narasumber yang telah memberikan wawasan mengenai merek Mie Lokut asal Pangkal Pinang.
8. Abhi Vadana, Brenda Kurniawan, Rita Komala Sari, Celine Sugiaman Wiguna, Caroin, Syellen Mishellie, Risya Allisha Bachri, dan Michelle Huang selaku sesama pejuang dan penyemangat yang mendampingi setiap saat selama pelaksanaan tugas akhir ini.

9. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Dengan perancangan Tugas Akhir ini, penulis mengharapkan Mie Lokut dapat berhasil memperkuat citra dengan sistem identifikasi dan asosiasi merek melalui identitas visual yang representatif untuk mendukung upaya perkembangan potensinya sebagai wisata kuliner lokal dan melakukan perluasan merek pada segmentasi geografis dan demografis yang lebih luas.

Tangerang, 7 Juni 2024



(Cecilia)





# PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BISNIS KULINER MIE LOKUT ASAL PANGKAL PINANG

(Cecilia)

## ABSTRAK

Tugas akhir ini berpusat pada perancangan ulang identitas merek Mie Lokut yang merupakan bisnis kuliner daerah dengan potensi daya tarik wisata kuliner (*culinary tourism*) untuk kota Pangkal Pinang dengan menggunakan acuan teori 5 tahapan perancangan identitas visual merek oleh Alina Wheeler. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif. Hasil wawancara menunjukkan adanya hambatan dalam aspek identifikasi dan asosiasi merek yang berdampak pada penurunan minat beli konsumen potensial, kehilangan konsumen loyal, kegagalan mempertahankan cabang bisnis, hingga menghambat upaya perluasan merek. Terdapat dua sampel responden yang digunakan untuk mengvaluasi hasil perancangan ulang identitas visual Mie Lokut yang terdiri dari konsumen loyal usia 27 hingga 44 tahun keatas asal Kepulauan Bangka Belitung dan konsumen potensial usia 21 hingga 26 tahun asal Indonesia. Penulis menggunakan konsep kepribadian merek yang antusias, tulus, dan gigih serta ide besar “memberikan pengalaman rasa lokal melalui masakan khas Bangka dari semangkuk kesederhanaan yang autentik” pada desain, dan menetapkan panduan penggunaan identitas visual. Digunakan 5 indikator utama standar visual sebuah logo berdasarkan teori Landa (2018), yang terdiri dari kemudahan dalam mengingat, kesan unik dan menonjol, daya tarik, representasi citra merek, dan relevansi dengan zaman pada tahap pengujian hasil perancangan identitas visual Mie Lokut kepada konsumen loyal dan potensial. Berdasarkan hasil olah data pengujian, disimpulkan bahwa perancangan ulang identitas visual Mie Lokut telah efektif dalam memperkuat citra lokal dan mampu meningkatkan kredibilitas merek dengan penempatan identitas yang konsisten pada berbagai media kolateral sehingga mendukung faktor identifikasi dan asosiasi merek, berkaitan dengan pengaruh positif pada ekuitas merek.

**Kata kunci:** identitas, kuliner, merek, mie lokut, perancangan

***VISUAL IDENTITY REDESIGN OF MIE LOKUT,  
CULINARY BUSINESS OF PANGKAL PINANG***

(Cecilia)

***ABSTRACT (English)***

*This final project focuses on the redesign of Mie Lokut, a regional culinary business with potential as a culinary tourism attraction in Pangkal Pinang, using Alina Wheeler's five stages of brand identity design. Both qualitative and quantitative methods were used for data collection. Interviews revealed challenges in brand identification and association, impacting consumer interest, loyalty, business branch retention, and brand expansion efforts. Two respondent samples were used to evaluate the visual identity redesign: loyal consumers aged 27 to 44 from the Bangka Belitung Islands and potential consumers aged 21 to 26 from Indonesia. The brand personality concept of passion, sincerity, and persistence, along with the big idea of "providing a local taste experience through authentic Bangka cuisine in a bowl of simplicity," guided the design process. In which visual identity guidelines were established. Landa's (2018) five key visual logo standards: memorability, uniqueness, appeal, brand image representation, and contemporary relevance is used in the testing phase of Mie Lokut's visual identity redesign towards loyal and potential consumers. The testing results indicated that the redesign effectively strengthened the local image and enhanced brand credibility through consistent identity placement across various collateral media, positively influencing brand equity through improved brand identification and association.*

***Keywords:*** brand, culinary, identity, mie lokut, redesign

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3 Batasan Masalah.....</b>	<b>4</b>
<b>1.4 Tujuan Tugas Akhir.....</b>	<b>5</b>
<b>1.5 Manfaat Tugas Akhir.....</b>	<b>5</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Desain Komunikasi Visual.....</b>	<b>6</b>
2.1.1 Elemen Desain.....	6
2.1.2 Prinsip Desain.....	18
2.1.3 Tipografi.....	19
2.1.4 <i>Layout &amp; Grid</i> .....	22
<b>2.2 Identitas Visual.....</b>	<b>29</b>
2.2.1 <i>Brand &amp; Branding</i> .....	30
2.2.2 <i>Rebranding &amp; Redesign</i> .....	31
2.2.3 <i>Brand Brief</i> .....	31
2.2.3.1 Hubungan Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas dengan Ekuitas Merek.....	34
2.2.3.2 Perluasan Merek.....	35
2.2.4 Desain Identitas Visual.....	36
2.2.4.1 <i>Brand Brief</i> .....	36
2.2.4.2 <i>Symbol Design</i> .....	37

2.2.4.3	<i>Logotype Design</i> .....	37
2.2.5	Penempatan Identitas Visual.....	41
2.2.5.1	<i>Design Collateral</i> .....	42
2.2.5.2	<i>Collateral Media</i> .....	45
2.2.6	<i>Graphic Standard Manual</i> .....	47
2.3	Kuliner Lokal.....	48
2.3.1	Kuliner Bangka.....	48
2.3.2	Wisata Kuliner.....	50
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....		51
3.1	Metodologi Penelitian.....	51
3.1.1	Metode Kualitatif.....	51
3.1.1.1	Wawancara dengan Keluarga Pemilik Kedai Mie Lokut.....	51
3.1.1.1.1	Kesimpulan Wawancara dengan David.....	54
3.1.1.2	Wawancara dengan Konsumen.....	54
3.1.1.2.1	Kesimpulan Wawancara dengan Konsumen.....	57
3.1.1.3	Wawancara dengan Ahli Branding.....	58
3.1.1.3.1	Kesimpulan Wawancara dengan Eugene.....	60
3.1.1.4	Observasi.....	61
3.1.1.4.1	Kesimpulan Observasi.....	68
3.1.1.5	Studi Eksisting.....	69
3.1.1.5.1	Kesimpulan Studi Eksisting.....	74
3.1.1.6	Studi Referensi.....	74
3.1.1.6.1	Kesimpulan Studi Referensi.....	83
3.1.2	Metode Kuantitatif.....	84
3.1.2.1	Kuesioner Pertama.....	84
3.1.2.2	Kuesioner Kedua.....	102
3.2	Metodologi Perancangan.....	121
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....		123
4.1	Strategi Perancangan.....	123
4.1.1	<i>Conducting Research</i> .....	123
4.1.2	<i>Clarifying Strategy</i> .....	131
4.1.3	<i>Designing Identity</i> .....	146
4.1.4	<i>Creating Touchpoints</i> .....	154
4.1.5	<i>Managing Assets</i> .....	159
4.1.5.1	Merek.....	160
4.1.5.2	Logo & Identitas.....	161
4.1.5.3	Sistem Visual.....	161
4.1.5.4	Tipografi.....	163
4.1.5.5	Aplikasi Media.....	164

<b>4.2 Analisis Perancangan</b> .....	165
<b>4.2.1 Analisis <i>Beta Test</i></b> .....	165
<b>4.2.2 Analisis <i>Layout Graphic Standard Manual</i></b> .....	167
<b>4.2.3 Analisis <i>Media Stationery</i></b> .....	170
<b>4.2.4 Analisis <i>Media Signage</i></b> .....	179
<b>4.2.5 Analisis <i>Media Advertising</i></b> .....	182
<b>4.2.6 Analisis <i>Media Uniform</i></b> .....	186
<b>4.2.7 Analisis <i>Media Packaging</i></b> .....	187
<b>4.2.8 Analisis <i>Media Ephemera</i></b> .....	189
<b>4.3 <i>Budgeting</i></b> .....	190
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	191
<b>5.1 Simpulan</b> .....	191
<b>5.2 Saran</b> .....	191
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xx
<b>LAMPIRAN</b> .....	xxiv



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel 3.1 Analisis SWOT.....	72
Tabel 3.2 Tabel 3.2 Tabel SWOT Mie Bandung Kejaksaan 1964.....	75
Tabel 3.3 Tabel SWOT Bakmi Siantar Ko Fei.....	80
Tabel 3.4 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 01.....	87
Tabel 3.5 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 02.....	88
Tabel 3.6 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 03.....	89
Tabel 3.7 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 04.....	90
Tabel 3.8 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 05.....	91
Tabel 3.9 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 06.....	94
Tabel 3.10 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 07.....	95
Tabel 3.11 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 08.....	97
Tabel 3.12 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 09.....	98
Tabel 3.13 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 10.....	99
Tabel 3.14 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 11.....	109
Tabel 3.15 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 12.....	111
Tabel 3.16 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 13.....	112
Tabel 3.17 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 14.....	114
Tabel 3.18 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 15.....	115
Tabel 3.19 Tabel Pengukuran <i>Likert</i> 16.....	119
Tabel 4.1 Tabel Orientasi Masalah Identitas Merek.....	123
Tabel 4.2 Tabel Identitas Visual Eksisting.....	125
Tabel 4.3 Tabel Perbandingan Identitas Merek dengan Kompetitor.....	126
Tabel 4.4 Tabel <i>Brand Brief</i> .....	131
Tabel 4.5 Brand Pillars Mie Lokut.....	141
Tabel 4.6 Target Pemasaran dan Persona.....	142
Tabel 4.7 Tabel <i>Insight</i> Merek dan Audiens.....	143
Tabel 4.7 Tabel Media <i>Collateral</i> .....	155
Tabel 4.9 Tabel <i>Budgeting</i> .....	190

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis.....	6
Gambar 2.2 Bentuk.....	7
Gambar 2.3 Roda Warna.....	8
Gambar 2.4 Pigmen Primer pada Logo Indomaret.....	8
Gambar 2.5 Pigmen Sekunder pada Logo Orange Water.....	9
Gambar 2.6 Pigmen Interval.....	9
Gambar 2.7 <i>Hue, Saturation, Value</i> .....	9
Gambar 2.8 Temperatur Warna.....	10
Gambar 2.9 <i>Monochromatic</i> .....	10
Gambar 2.10 <i>Analogous</i> .....	11
Gambar 2.11 <i>Complementary</i> .....	11
Gambar 2.12 <i>Split Complementary</i> .....	12
Gambar 2.13 <i>Triadic</i> .....	12
Gambar 2.14 <i>Tetradic</i> .....	12
Gambar 2.15 Logo Coca Cola.....	13
Gambar 2.16 Logo Nickelodeon.....	14
Gambar 2.17 Logo McDonald's.....	14
Gambar 2.18 Logo Spotify.....	14
Gambar 2.19 Logo Facebook.....	15
Gambar 2.20 Logo Yahoo.....	15
Gambar 2.21 Logo Pink.....	15
Gambar 2.22 Logo Coklat.....	16
Gambar 2.23 Logo Nike.....	16
Gambar 2.24 Logo Wikipedia.....	16
Gambar 2.25 Logo Tesla.....	17
Gambar 2.26 Logo Scoop.....	17
Gambar 2.27 Anatomi Tipografi.....	19
Gambar 2.28 <i>Old Style</i> dalam Logo Rolex.....	19
Gambar 2.29 <i>Transitional</i> dalam Logo Kate Spade New York.....	20
Gambar 2.30 <i>Modern</i> dalam Logo Vogue.....	20
Gambar 2.31 <i>Slab Serif</i> dalam Logo Honda.....	20
Gambar 2.32 <i>Sans Serif</i> dalam Logo Chipotle.....	21
Gambar 2.33 <i>Blackletter</i> dalam Logo The New York Times.....	21
Gambar 2.34 <i>Script</i> dalam Logo Cadbury.....	21
Gambar 2.35 <i>Display</i> dalam Logo Lego.....	22

Gambar 2.36 <i>Grid System: Manuscript</i> .....	23
Gambar 2.37 <i>Grid System: Symmetrical</i> .....	24
Gambar 2.38 <i>Grid System: Modular</i> .....	25
Gambar 2.39 <i>Grid System: Asymmetrical</i> .....	25
Gambar 2.40 <i>Grid System: Baseline</i> .....	26
Gambar 2.41 <i>Grid System: Hierarchical</i> .....	27
Gambar 2.42 <i>Grid System: Compound</i> .....	27
Gambar 2.43 <i>Anatomi Grid</i> .....	28
Gambar 2.44 <i>Hierarki Visual</i> .....	29
Gambar 2.45 <i>Conceptual Framework Ekuitas Merek</i> .....	34
Gambar 2.46 <i>Brand Mark, Logotype, dan Signature</i> .....	37
Gambar 2.47 <i>Wordmarks: Logo Netflix</i> .....	38
Gambar 2.48 <i>Letterform: Logo Louis Vuitton</i> .....	38
Gambar 2.49 <i>Pictorial Marks: Logo Twitter</i> .....	39
Gambar 2.50 <i>Abstract/Symbolic Marks: Logo BP</i> .....	39
Gambar 2.51 <i>Emblems: Logo Ikea</i> .....	40
Gambar 2.52 <i>Dynamic Marks: Philadelphia Museum of Art</i> .....	40
Gambar 2.53 <i>Characters: Mickey Mouse</i> .....	41
Gambar 2.54 <i>Bakmi Bangka</i> .....	48
Gambar 2.55 <i>Songsui</i> .....	49
Gambar 2.56 <i>Cu Theu Phi</i> .....	49
Gambar 2.57 <i>Tahu Kok</i> .....	50
Gambar 3.1 <i>Foto dengan Bong Fong Phiaw</i> .....	52
Gambar 3.2 <i>Wawancara dengan David</i> .....	53
Gambar 3.3 <i>Wawancara dengan Konsumen 3</i> .....	56
Gambar 3.4 <i>Wawancara dengan Konsumen 5</i> .....	57
Gambar 3.5 <i>Wawancara dengan Ahli Branding</i> .....	59
Gambar 3.6 <i>Tampak Luar Mie Lokut</i> .....	61
Gambar 3.7 <i>Perbandingan Identitas Visual dengan Merek Sekitar</i> .....	62
Gambar 3.8 <i>Area Masak dan Pesan</i> .....	63
Gambar 3.9 <i>Tampak Dalam Mie Lokut</i> .....	64
Gambar 3.10 <i>Konsumen pada Rabu, 27 Maret 2024</i> .....	64
Gambar 3.11 <i>Konsumen pada Jumat, 29 Maret 2024</i> .....	65
Gambar 3.12 <i>Spanduk Mie Lokut</i> .....	66
Gambar 3.13 <i>Spanduk Menu Mie Lokut</i> .....	66
Gambar 3.14 <i>Spanduk Lama Mie Lokut</i> .....	67
Gambar 3.15 <i>Pajangan Bingkai Mie Lokut</i> .....	68
Gambar 3.16 <i>Perceptual Map</i> .....	69



Gambar 3.17 Logo Bakmi Asu.....	70
Gambar 3.18 Media Promosi dan Kolateral Bakmi Asu.....	71
Gambar 3.19 Facebook dan Instagram Bakmi Asu.....	71
Gambar 3.20 Instagram Mie Bandung Kejaksaan 1964.....	76
Gambar 3.21 <i>Ambience</i> Mie Bandung Kejaksaan 1964.....	77
Gambar 3.22 Tampak Pintu Masuk Mie Bandung Kejaksaan 1964.....	78
Gambar 3.23 Buku Menu Mie Bandung Kejaksaan 1964.....	79
Gambar 3.24 Logo Bakmi Siantar Kofei.....	81
Gambar 3.25 Media Sosial Bakmi Siantar Kofei.....	81
Gambar 3.26 <i>Signage</i> Bakmi Siantar Kofei.....	82
Gambar 3.27 <i>Neon Box Menu</i> Bakmi Siantar Kofei.....	82
Gambar 3.28 <i>Menu Book</i> Bakmi Siantar Kofei.....	83
Gambar 3.29 Data Usia Responden.....	84
Gambar 3.30 Data Intensitas Perjalan Wisata Kuliner.....	85
Gambar 3.31 Data Pendapat Responden Mengenai Identitas Visual Mie Lokut... 85	85
Gambar 3.32 Data Tingkat Ketertarikan Responden Mengunjungi Mie Lokut.... 92	92
Gambar 3.33 Data Faktor Keputusan Memilih Destinasi Wisata Kuliner..... 94	94
Gambar 3.34 Data Pendapat Responden Mengenai Identitas Visual Mie Lokut. 101	101
Gambar 3.35 Data Penggunaan Media Cetak & Digital ..... 101	101
Gambar 3.36 Asal Daerah Responden..... 102	102
Gambar 3.37 Pengetahuan Responden Luar Daerah Mengenai Merek Mie Lokut ..... 103	103
Gambar 3.38 Identitas Responden Luar Daerah Sebagai Pelanggan Merek Mie Lokut..... 103	103
Gambar 3.39 Tanggapan Responden Luar Daerah Mengenai Mie Lokut..... 105	105
Gambar 3.40 Pengetahuan Responden Asal Bangka Belitung Mengenai Merek Mie Lokut..... 106	106
Gambar 3.41 Identitas Responden Asal Bangka Belitung Sebagai Pelanggan Merek Mie..... 106	106
Gambar 3.42 <i>Unique Selling Point</i> Mie Lokut..... 108	108
Gambar 3.43 Penilaian Responden Terhadap Faktor Menarik dari Logo Mie Lokut ..... 109	109
Gambar 3.44 Penilaian Responden Terhadap Faktor Unik & Menonjol dari Logo Mie Lokut..... 110	110
Gambar 3.45 Penilaian Responden Terhadap Faktor Representatif dari Logo Mie Lokut..... 112	112
Gambar 3.46 Penilaian Responden Terhadap Faktor Relevansi Zaman dari Logo Mie Lokut..... 113	113
Gambar 3.47 Penilaian Responden Terhadap Faktor Kemudahan ..... 115	115

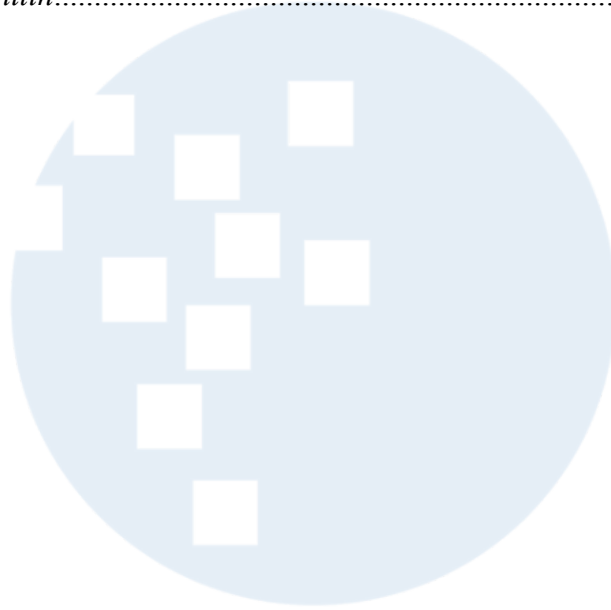
Gambar 3.48 Pendapat Responden Terhadap Unsur Visual Logo Mie Lokut.....	116
Gambar 3.49 Pendapat Responden Terhadap Logo Penggunaan Identitas Visual Mie Lokut.....	117
Gambar 3.50 Pendapat Responden Terhadap Perancangan Ulang Identitas Visual Mie Lokut.....	119
Gambar 3.51 Pendapat Responden Terhadap Pengaruh Desain Logo Terhadap Keputusan .....	120
Gambar 3.52 Status Pelanggan dari Konsumen Mie Lokut.....	121
Gambar 3.53 Persetujuan Konsumen Loyal Terkait Pembaharuan.....	121
Gambar 4.1 <i>Brand Positioning</i> .....	140
Gambar 4.2 <i>Matchstic Brand Pillars</i> .....	140
Gambar 4.3 <i>Mindmap</i> .....	145
Gambar 4.4 <i>Moodboard</i> .....	146
Gambar 4.5 Sketsa konsep pada media kertas.....	148
Gambar 4.6 Alternatif Logo 1.....	149
Gambar 4.7 Alternatif Logo 2.....	150
Gambar 4.8 Alternatif Logo 3.....	150
Gambar 4.9 Alterasi Logo.....	151
Gambar 4.10 Logo Final.....	151
Gambar 4.11 Implementasi 1 Warna Pada Logo.....	152
Gambar 4.12 Supergrafis.....	153
Gambar 4.13 Ilustrasi Karakter Bong Fong Phiaw.....	153
Gambar 4.14 Ilustrasi Alat dan Masakan.....	154
Gambar 4.15 Pola.....	154
Gambar 4.16 <i>Graphic Standard Manual</i> .....	159
Gambar 4.17 Tentang <i>Brand</i> .....	160
Gambar 4.18 Logo & Identitas.....	161
Gambar 4.19 Sistem Visual.....	162
Gambar 4.20 Jenis Huruf.....	163
Gambar 4.21 Aplikasi Media <i>Signage</i> .....	164
Gambar 4.22 <i>Layout Hierarchical Grid</i> .....	168
Gambar 4.23 <i>Layout Modular Grid</i> .....	168
Gambar 4.24 <i>Layout Baseline Grid</i> .....	169
Gambar 4.25 <i>Stationery</i> .....	171
Gambar 4.26 Kartu Nama.....	171
Gambar 4.27 Kop Surat.....	173
Gambar 4.28 Amplop.....	174

Gambar 4.29 Buku Nota.....	175
Gambar 4.30 Buku Menu.....	176
Gambar 4.31 Nomor Meja.....	177
Gambar 4.32 Label.....	178
Gambar 4.33 Papan Reklame.....	180
Gambar 4.34 Papan Nama Gantung.....	181
Gambar 4.35 Tanda Toilet dan Kasir.....	181
Gambar 4.36 Spanduk.....	182
Gambar 4.37 Poster.....	183
Gambar 4.38 Media Sosial.....	185
Gambar 4.39 Kaos.....	186
Gambar 4.40 Celemek.....	187
Gambar 4.41 Kemasan Primer.....	188
Gambar 4.42 Kemasan Sekunder.....	189
Gambar 4.43 Pin.....	190



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A <i>Form</i> BAP Bimbingan.....	xxiv
Lampiran B Hasil Kuesioner.....	xxvii
Lampiran C Transkrip Wawancara.....	xxxviii
Lampiran D <i>Beta Test</i> .....	liii
Lampiran E <i>Turnitin</i> .....	lviii



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA