

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL**

**BAKMI ALING**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**James Orlando Wesley**

**00000053728**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

# **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL**

**BAKMI ALING**



## **LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh**

**Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**James Orlando Wesley**

**00000053728**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : James Orlando Wesley

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053728

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~  
~~Magang/ MBKM~~ saya yang berjudul:

### PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

#### BAKMI ALING

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 penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, 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, 9 Juni 2025



(James Orlando Wesley)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BAKMI ALING

Oleh

Nama Lengkap : James Orlando Wesley  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053728  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

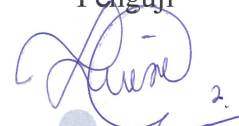
Telah diujikan pada hari Senin, 16 Juni 2025  
Pukul 15.15 s.d. 16.00 WIB dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

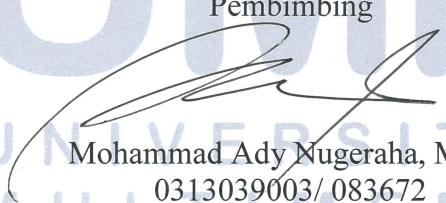
Ketua Sidang

  
Ardiles Akyuwen, M.Sn.  
0323067804/ 067811

Penguji

  
Luisa Erica, S.Ds., M.Si.  
0260774675230193/ 100194

Pembimbing

  
Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.  
0313039003/ 083672

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

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

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : James Orlando Wesley  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053728  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2  
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN ULANG IDENTITAS  
VISUAL BAKMI ALING

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia\* (pilih salah satu):

- ☒ 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 bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) \*\*.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
  - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
  - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 16 Juni 2025



(James Orlando Wesley)

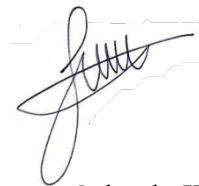
## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat Rahmat karunia-Nya, penulis dapat melaksanakan tugas akhir ini yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Bakmi Aling”. Tugas akhir ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memenuhi syarat kelulusan mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara. Tidak terlepas dari kendala yang dialami selama perancangan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih atas bantuan dan dukungan kepada yang terhormat:

1. Dr. Andrey Andoko, 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. Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Hadi Hartanto, selaku narasumber dan pemilik dari Bakmi Aling yang telah membantu dalam memberikan informasi Bakmi Aling dalam perancangan ini.

Penulis berharap dapat belajar banyak tentang perancangan dan branding yang efektif lebih lagi lewat perancangan ini. Penulis juga berharap hasil dari perancangan ini dapat menjadi inspirasi dan wawasan bagi pembaca mengenai pentingnya identitas visual bagi suatu brand, terutama dalam bidang kuliner.

Tangerang, 16 Juni 2025



(James Orlando Wesley)

# PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

## BAKMI ALING

(James Orlando Wesley)

### ABSTRAK

Bakmi merupakan hidangan populer terutama di kalangan pecinta kuliner Indonesia. Usaha kuliner bakmi yang semakin menjamur menciptakan persaingan yang ketat. Salah satunya adalah Bakmi Aling yang sudah berdiri sejak tahun 2017 yang kini berlokasi di dalam Pasar Paramount, Gading Serpong. Pada awalnya Bakmi Aling memulai usahanya dengan menjual hidangan bakminya di kantin sekolah dan universitas yang kemudian berpindah lokasi sejak tahun 2020 akibat pandemi. Bakmi Aling menawarkan keunikan melalui hidangan yang dapat diracik sesuai dengan yang diinginkan konsumen dengan berbagai pilihan *topping* yang tersedia. Meskipun sudah cukup dikenal, terutama di sekitar Gading Serpong, pemilik dari Bakmi Aling merasa brandnya masih kurang dikenal, tidak memiliki identitas visual yang cukup menarik, dan tidak sesuai dengan pasar yang ditargetkan. Logo dari Bakmi Aling saat ini hanya berupa tulisan nama merek, yang dianggap kurang menonjolkan ciri khas yang unik dari Bakmi Aling. Selain itu, identitas visual, seperti logo dan media kolateral yang kurang sesuai dan tidak konsisten pada tiap media yang berbeda menjadi identitas visualnya kurang menarik. Karena hal ini, penulis ingin melakukan perancangan ulang pada identitas visual dari Bakmi Aling.

**Kata kunci:** Bakmi Aling, Identitas Visual, Merek, Target Pasar

# REDESIGNING THE VISUAL IDENTITY OF BAKMI ALING

(James Orlando Wesley)

## ***ABSTRACT (English)***

*Bakmi is a popular dish, especially among Indonesian food enthusiasts. The booming bakmi culinary business has created fierce competition. One of them is Bakmi Aling, which has been established since 2017 and is now located inside Pasar Paramount, Gading Serpong. Initially, Bakmi Aling started its business by selling its noodle dishes in school and university canteens, which then relocated in 2020 due to the pandemic. Bakmi Aling offers uniqueness through dishes that can be customized according to consumer preferences with various available toppings. Although it is already quite well-known, especially around Gading Serpong, the owner of Bakmi Aling feels that the brand is still not well-known, lacks an attractive visual identity, and does not align with the target market. The current logo of Bakmi Aling is just the brand name written out, which is considered to lack the unique characteristics that distinguish Bakmi Aling. Additionally, the visual identity such as logo and collateral media that is inconsistent and not suitable across different media makes its visual identity less appealing. Because of this, the author wants to redesign the visual identity of Bakmi Aling.*

**Keywords:** *Bakmi Aling, Visual Identity, Brand, Target Market*



## DAFTAR ISI

|                                                  |      |
|--------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                              | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....           | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                         | iii  |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ..... | iv   |
| KATA PENGANTAR .....                             | v    |
| ABSTRAK .....                                    | vi   |
| <i>ABSTRACT (English)</i> .....                  | vii  |
| DAFTAR ISI .....                                 | viii |
| DAFTAR TABEL .....                               | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                              | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                            | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                          | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                         | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                        | 3    |
| 1.3 Batasan Masalah .....                        | 3    |
| 1.4 Tujuan Tugas Akhir .....                     | 4    |
| 1.5 Manfaat Tugas Akhir .....                    | 4    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                    | 5    |
| 2.1 Desain Grafis dan Elemen Desain .....        | 5    |
| 2.1.1 Warna .....                                | 5    |
| 2.1.2 Tipografi .....                            | 7    |
| 2.1.3 Fotografi .....                            | 8    |
| 2.2 Brand .....                                  | 9    |
| 2.2.1 <i>Branding</i> .....                      | 9    |
| 2.2.2 <i>Brand Equity</i> .....                  | 10   |
| 2.2.3 <i>Brand Positioning</i> .....             | 11   |
| 2.3 Identitas Visual .....                       | 11   |
| 2.4 Penelitian yang Relevan .....                | 13   |
| BAB III METODOLOGI PERANCANGAN .....             | 16   |
| 3.1 Subjek Perancangan .....                     | 16   |
| 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan .....        | 16   |
| 3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan .....        | 18   |

|                                                          |            |
|----------------------------------------------------------|------------|
| 3.3.1 Observasi.....                                     | 19         |
| 3.3.2 Wawancara .....                                    | 19         |
| 3.3.3 Kuesioner .....                                    | 22         |
| 3.3.4 Studi Eksisting.....                               | 24         |
| 3.3.5 Studi Refrensi .....                               | 24         |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN .....</b>     | <b>25</b>  |
| 4.1 Hasil Perancangan .....                              | 25         |
| 4.1.1. Conducting Research .....                         | 25         |
| 4.1.2. Clarifying Strategy.....                          | 42         |
| 4.1.3. Designing Identity .....                          | 45         |
| 4.1.4. Creating Touchpoints .....                        | 56         |
| 4.1.5. Managing Assets.....                              | 76         |
| 4.1.6. Hasil Bimbingan Spesialis .....                   | 77         |
| 4.2 Pembahasan Perancangan .....                         | 78         |
| 4.2.1 Analisis <i>Market Validation/ Beta Test</i> ..... | 78         |
| 4.2.2 Analisis Logo .....                                | 80         |
| 4.2.3 Analisis Supergrafis .....                         | 82         |
| 4.2.4 Analisis <i>Stationery</i> .....                   | 83         |
| 4.2.5 Analisis <i>Uniform</i> .....                      | 86         |
| 4.2.6 Analisis Menu .....                                | 87         |
| 4.2.7 Analisis <i>Packaging</i> .....                    | 89         |
| 4.2.8 Analisis <i>Signage</i> .....                      | 93         |
| 4.2.9 Analisis Media Digital.....                        | 95         |
| 4.2.10 Analisis GSM.....                                 | 98         |
| 4.2.11 Anggaran .....                                    | 100        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                                | <b>103</b> |
| 5.1 Simpulan .....                                       | 103        |
| 5.2 Saran .....                                          | 104        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                              | <b>107</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                     | <b>xiv</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                            |     |
|--------------------------------------------|-----|
| Tabel 2.1 Penelitian yang relevan .....    | 13  |
| Tabel 4.1 Tabel kuesioner .....            | 33  |
| Tabel 4.2 SWOT Sedjuk Bakmi dan Kopi ..... | 39  |
| Tabel 4.3 Tabel Beta Test .....            | 79  |
| Tabel 4.4 Tabel anggaran desain .....      | 100 |
| Tabel 4.5 Tabel anggaran media .....       | 101 |



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Warna aditif.....                            | 6  |
| Gambar 2.2 Warna subtraktif.....                        | 6  |
| Gambar 2.3 Hubungan warna Tetrad .....                  | 7  |
| Gambar 2.4 Jenis-jenis Tipografi.....                   | 7  |
| Gambar 2.5 Logo Google wordmarks.....                   | 12 |
| Gambar 2.6 Logo Apple pictoral marks.....               | 12 |
| Gambar 4.1 Wawancara dengan pemilik Bakmi Aling .....   | 26 |
| Gambar 4.2 Wawancara dengan konsumen Bakmi Aling .....  | 28 |
| Gambar 4.3 Hasil kuesioner demografis.....              | 32 |
| Gambar 4.4 Observasi lapangan .....                     | 34 |
| Gambar 4.5 Foto media.....                              | 34 |
| Gambar 4.6 Logo Bakmi Aling.....                        | 35 |
| Gambar 4.7 Perbandingan logo dan visual media.....      | 35 |
| Gambar 4.8 Instagram Bakmi Aling .....                  | 36 |
| Gambar 4.9 Logo Bakmi Wie Sin.....                      | 36 |
| Gambar 4.10 Instagram Bakmi Wie Sin .....               | 37 |
| Gambar 4.11 Logo Sedjuk Bakmi & Kopi.....               | 38 |
| Gambar 4.12 Media sosial Sedjuk Bakmi & Kopi.....       | 39 |
| Gambar 4.13 Bakmi Kofei .....                           | 40 |
| Gambar 4.14 Bakmi Garing Awei .....                     | 41 |
| Gambar 4.15 Mindmap .....                               | 42 |
| Gambar 4.16 Moodboard .....                             | 46 |
| Gambar 4.17 Sketsa alternatif logo.....                 | 47 |
| Gambar 4.18 Digitalisasi logo dan alternatif warna..... | 47 |
| Gambar 4.19 Variasi logo Bakmi Aling .....              | 48 |
| Gambar 4.20 Ukuran minimal logo Bakmi Aling.....        | 49 |
| Gambar 4.21 Color Pallete Bakmi Aling .....             | 50 |
| Gambar 4.22 Tipografi Bakmi Aling.....                  | 51 |
| Gambar 4.23 Aset supergrafis Bakmi Aling.....           | 52 |
| Gambar 4.24 Supergrafis Bakmi Aling.....                | 53 |
| Gambar 4.25 Refrensi fotografi Bakmi Aling.....         | 54 |
| Gambar 4.26 Hasil fotografi Bakmi Aling.....            | 54 |
| Gambar 4.27 Proses editing foto.....                    | 55 |
| Gambar 4.28 Hasil editing .....                         | 55 |
| Gambar 4.29 Perancangan business card Bakmi Aling ..... | 57 |
| Gambar 4.30 Business card Bakmi Aling.....              | 58 |
| Gambar 4.31 Perancangan kertas order Bakmi Aling.....   | 58 |
| Gambar 4.32 Kertas order Bakmi Aling .....              | 59 |
| Gambar 4.33 Perancangan stiker Bakmi Aling.....         | 60 |
| Gambar 4.34 Stiker Bakmi Aling.....                     | 60 |

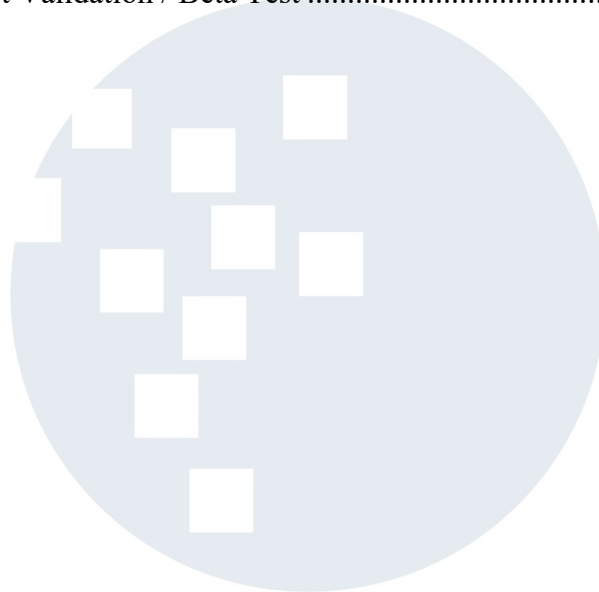
|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.35 Perancangan apron Bakmi Aling.....            | 61 |
| Gambar 4.36 Apron Bakmi Aling.....                        | 62 |
| Gambar 4.37 Perancangan menu Bakmi Aling.....             | 63 |
| Gambar 4.38 Menu Bakmi Aling.....                         | 64 |
| Gambar 4.39 Mangkok Bakmi Aling.....                      | 65 |
| Gambar 4.40 Perancangan cover sumpit Bakmi Aling.....     | 65 |
| Gambar 4.41 Cover sumpit Bakmi Aling .....                | 66 |
| Gambar 4.42 Perancangan packaging besar Bakmi Aling.....  | 67 |
| Gambar 4.43 Perancangan packaging kecil Bakmi Aling ..... | 68 |
| Gambar 4.44 Packaging Bakmi Aling .....                   | 68 |
| Gambar 4.45 Perancangan kantong plastik Bakmi Aling.....  | 69 |
| Gambar 4.46 Kantong plastik Bakmi Aling.....              | 69 |
| Gambar 4.47 Perancangan signage Bakmi Aling .....         | 70 |
| Gambar 4.48 Signage Bakmi Aling .....                     | 70 |
| Gambar 4.49 Perancangan signage Menu Bakmi Aling .....    | 71 |
| Gambar 4.50 Signage menu Bakmi Aling .....                | 72 |
| Gambar 4.51 Instagram Bakmi Aling.....                    | 73 |
| Gambar 4.52 Instagram post Bakmi Aling .....              | 73 |
| Gambar 4.53 Perancangan Instagram feeds pertama .....     | 74 |
| Gambar 4.54 Perancangan Instagram feeds kedua .....       | 74 |
| Gambar 4. 55 Perancangan Instagram feeds ketiga .....     | 75 |
| Gambar 4.56 GSM Bakmi Aling .....                         | 76 |
| Gambar 4.57 Perancangan GSM Bakmi Aling.....              | 77 |
| Gambar 4.58 Logo lama Bakmi Aling.....                    | 80 |
| Gambar 4.59 Logo baru Bakmi Aling.....                    | 81 |
| Gambar 4.60 Supergrafis .....                             | 82 |
| Gambar 4.61 Business card.....                            | 84 |
| Gambar 4.62 Kertas order.....                             | 85 |
| Gambar 4.63 Stiker .....                                  | 86 |
| Gambar 4.64 Apron.....                                    | 86 |
| Gambar 4.65 Menu.....                                     | 87 |
| Gambar 4.66 Mangkok.....                                  | 89 |
| Gambar 4.67 Cover sumpit .....                            | 90 |
| Gambar 4.68 Packaging besar.....                          | 91 |
| Gambar 4.69 Packaging kecil .....                         | 92 |
| Gambar 4.70 Kantong plastik .....                         | 92 |
| Gambar 4.71 Signage .....                                 | 93 |
| Gambar 4.72 Signage menu .....                            | 94 |
| Gambar 4.73 Instagram post .....                          | 96 |
| Gambar 4.74 Instagram feeds pertama.....                  | 96 |
| Gambar 4.75 Instagram feeds kedua.....                    | 97 |
| Gambar 4.76 Instagram feeds ketiga.....                   | 98 |
| Gambar 4.77 Graphic Standard Manual.....                  | 99 |

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| Gambar 4.78 Isi Graphic Standar Manual..... | 99 |
|---------------------------------------------|----|



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                              |       |
|----------------------------------------------|-------|
| Lampiran Hasil Presentase Turnitin.....      | xiv   |
| Lampiran Form Bimbingan & Spesialis .....    | xv    |
| Lampiran Kuesioner.....                      | xvii  |
| Lampiran Bimbingan Spesialis .....           | xxiii |
| Lampiran Market Validation / Beta Test ..... | xxiv  |



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA