

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL ASHI MASHI



LAPORAN TUGAS AKHIR

Michael Utomo

00000054236

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL ASHI MASHI



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain**

**Michael Utomo
00000054236**

**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 : Michael Utomo
Nomor Induk Mahasiswa : 00000054236
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/Skripsi/ Tugas Akhir/Laporan~~
~~Magang/MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL ASHI MASHI

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, 3 Januari 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Michael Utomo

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL ASHI MASHI

Oleh

Nama Lengkap : Michael Utomo
Nomor Induk Mahasiswa : 00000054236
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

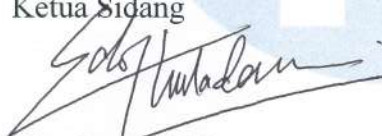
Telah diujikan pada hari Jumat, 3 Januari 2025

Pukul 10.30 s.d 11.15 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

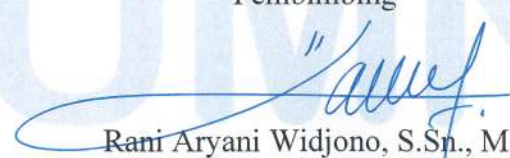
Ketua Sidang


Edo Tirtadarma, M.Ds.
0324128506/071279

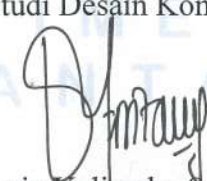
Penguji


Ester Anggun K, S.Sn., M.Ds.
0325039401/077724

Pembimbing


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

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

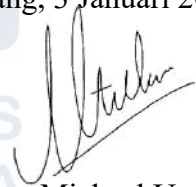
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Michael Utomo
Nomor Induk Mahasiswa : 00000054236
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Ulang Identitas Visual Ashi Mashih

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, 3 Januari 2025



Michael Utomo

* Pilih salah satu

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

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Perancangan Ulang Identitas Visual Ashi Mashi”. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi program Sarjana Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara.

Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang identitas visual yang sesuai dengan nilai-nilai dari UMKM Ashi Mashi, sebuah merek lokal yang bergerak di bidang makanan sehat, alami, dan bersih tanpa pengawet, serta memiliki misi sosial dalam mendukung pengungsi Afghanistan di Jakarta dan mendukung komunitas lokal. Dengan perancangan identitas visual ini, diharapkan Ashi Mashi dapat berkembang dan dikenal luas oleh masyarakat.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

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. Rani Aryani Widjono S.Sn., M.Ds. selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Peter, selaku pemilik Ashi Mashi yang telah memberikan informasi dan menceritakan mengenai Ashi Mashi kepada penulis, sehingga mendapatkan pencerahan mengenai tugas akhir ini.
6. Aulia Akbar, sebagai narasumber ahli yang telah memberikan penulis wawasan yang berharga dan relevan untuk perancangan tugas akhir penulis.

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

Penulis menyadari bahwa perancangan tugas akhir ini masih memiliki banyak kesalahan, oleh karena itu, penulis meminta maaf jika masih banyak kesalahan dan penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan tugas akhir ini. Penulis berharap bahwa tugas akhir yang telah dirancang penulis dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Tangerang, 3 Januari 2025



Michael Utomo



PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL ASHI MASHI

(Michael Utomo)

ABSTRAK

Tren konsumsi makanan sehat di Indonesia sedang meningkat secara signifikan. Hal ini memicu munculnya berbagai merek lokal yang memiliki fokus pada makanan sehat dan alami tanpa bahan tambahan seperti pengawet, termasuk Ashi Mashi. Ashi Mashi merupakan merek yang menjual berbagai *snack* sehat dari timur tengah yang tidak hanya menawarkan makanan sehat, namun juga mendukung komunitas lokal dan pengungsi Afghanistan di Jakarta. Penelitian ini memiliki tujuan untuk merancang ulang identitas visual Ashi Mashi agar merepresentasikan nilai-nilai *snack* sehat timur tengah yang diusung Ashi Mashi. Metode yang digunakan pada perancangan ini adalah metode David Airey pada bukunya *Identity Designed: The Process* yang membagi tahapan dalam merancang identitas visual menjadi empat tahapan, yaitu *research*, *strategy*, *design*, dan *implementation*. Hasil dari perancangan ini mencakup perancangan identitas visual yang menekankan kesan sehat, bersih, dan timur tengah. Kesimpulan dari penelitian ini adalah identitas visual yang dirancang dapat mencerminkan nilai-nilai merek yang sehat dan bersih, serta memiliki unsur timur tengah secara konsisten dan jelas.

Kata kunci: Perancangan Identitas Visual, *Snack* Sehat, Pemberdayaan Komunitas Lokal, UMKM



ASHI MASHI VISUAL IDENTITY REDESIGN

(Michael Utomo)

ABSTRACT (English)

The trend of healthy food consumption in Indonesia is significantly increasing, prompting the emergence of various local brands focusing on healthy and natural foods without additives such as preservatives, including Ashi Mashi. Ashi Mashi is a brand that offers a variety of healthy Middle Eastern snacks, providing not only nutritious food but also supporting local communities and Afghan refugees in Jakarta. This study aims to redesign Ashi Mashi's visual identity to represent the values of healthy Middle Eastern snacks promoted by the brand. The design process follows the methodology outlined in David Airey's book Identity Designed: The Process, which divides the visual identity design into four stages: research, strategy, design, and implementation. The results of this redesign include a visual identity emphasizing a healthy, clean, and Middle Eastern impression. The study concludes that the redesigned visual identity effectively reflects the brand's values of health and cleanliness while consistently incorporating Middle Eastern elements.

Keywords: *Visual Identity Design, Healthy Snack, Local Communities Empowerment, MSMEs*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
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 <i>Branding</i>	5
2.1.1 <i>Brand Identity</i>	5
2.1.2 <i>Brand Awareness</i>	6
2.1.3 <i>Brand Image</i>	7
2.1.4 <i>Brand Equity</i>	7
2.1.5 <i>Brand Positioning</i>	8
2.1.6 <i>Brand Mantra</i>	8
2.1.7 <i>Brand Tagline</i>	9
2.2 Identitas Visual.....	9
2.2.1 Prinsip desain	10
2.2.2 <i>Graphic Standard Manual</i>	11
2.2.3 Logo	12
2.2.4 <i>Typography</i>	16

2.2.5 Warna.....	18
2.2.6 Media Kolateral.....	21
2.3 UMKM	21
2.4 <i>Snack</i> Sehat	23
2.5 Seni Timur Tengah, Afghanistan, dan Persia.	24
2.6 Studi yang Relevan.....	24
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	27
3.1 Subjek Perancangan	27
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	27
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	29
3.3.1 Studi Eksisting.....	30
3.3.2 Wawancara	30
3.3.3 Kuesioner	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	37
4.1 Hasil Perancangan	37
4.1.1 <i>Research</i>	37
4.1.2 <i>Strategy</i>	56
4.1.3 <i>Design</i>	63
4.1.4 <i>Implementation</i>	75
4.2 Pembahasan Perancangan.....	92
4.2.1 Analisis <i>Market Validation/ Beta Test</i>	93
4.2.2 Analisis Desain Logo dan Identitas Visual	94
4.2.3 Analisis <i>Graphic Standard Manual</i>	103
4.2.4 Analisis Desain Kartu Nama	107
4.2.5 Analisis Desain <i>Letterhead</i>	108
4.2.6 Analisis Desain Amplop Surat	110
4.2.7 Analisis Desain <i>Apron</i>	111
4.2.8 Analisis Desain <i>Chips Packaging</i>	111
4.2.9 Analisis Desain <i>Masala Tea Packaging</i>	114
4.2.10 Analisis Desain <i>Turkish Hummus Packaging</i>	116
4.2.11 Analisis Desain <i>Packaging Paper Bag</i>	117
4.2.12 Analisis Desain <i>Booth</i>	118

4.2.13	<i>Analisis Desain Product Price</i>	119
4.2.14	<i>Analisis Desain Instagram Post</i>	120
4.2.15	<i>Analisis Desain Instagram Story</i>	121
4.2.16	<i>Analisis Desain Merchandise Coaster</i>	122
4.2.17	<i>Analisis Desain Merchandise Bowl</i>	123
4.2.18	<i>Analisis Desain Gimmick Keychain</i>	124
4.2.19	<i>Analisis Desain Gimmick Thankyou Card</i>	125
4.2.20	<i>Anggaran</i>	126
BAB V	PENUTUP	128
5.1	<i>Simpulan</i>	128
5.2	<i>Saran</i>	129
DAFTAR PUSTAKA		xviii
LAMPIRAN		xxiv



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	25
Tabel 3.1 Pertanyaan Kuesioner	33
Tabel 4.1 Kuesioner <i>Section</i> Pertama	49
Tabel 4.2 Kuesioner <i>Section</i> Kedua	50
Tabel 4.3 Kuesioner <i>Section</i> Ketiga.....	52
Tabel 4.4 Kuesioner <i>Section</i> Keempat	55
Tabel 4.5 <i>Brand Positioning</i>	58
Tabel 4.6 <i>Brand Mantra</i>	61
Tabel 4.7 Anggaran.....	126



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh <i>Graphic Standard Manual</i>	11
Gambar 2.2 Contoh <i>Word Mark Logo</i>	13
Gambar 2.3 Contoh <i>Pictorial Logo</i>	13
Gambar 2.4 Contoh <i>Abstract Logo</i>	14
Gambar 2.5 Contoh <i>Emblem Logo</i>	14
Gambar 2.6 Contoh <i>Letter Form Logo</i>	15
Gambar 2.7 Contoh <i>Mascot Logo</i>	15
Gambar 2.8 Contoh Huruf <i>Serif</i>	16
Gambar 2.9 Contoh Huruf <i>Sans Serif</i>	17
Gambar 2.10 Contoh Huruf <i>Script</i>	17
Gambar 2.11 Contoh RGB & CMYK.....	18
Gambar 2.12 Contoh <i>Color Wheel</i>	19
Gambar 4.1 Media Sosial Ashi Mashi	38
Gambar 4.2 E-commerce Ashi Mashi.....	49
Gambar 4.3 Hummus & Co	41
Gambar 4.4 <i>Mindmapping</i>	56
Gambar 4.5 <i>Moodboard Visual</i>	63
Gambar 4.6 <i>Moodboard Logo</i>	64
Gambar 4.7 Sketsa Logo	65
Gambar 4.8 Filosofi Elemen Logo.....	66
Gambar 4.9 Sketsa Logo Terpilih	66
Gambar 4.10 Digitalisasi Logo	67
Gambar 4.11 Logo Sekunder dan Tersier	67
Gambar 4.12 <i>Moodboard Warna</i>	68
Gambar 4.13 Warna Primer & Sekunder	69
Gambar 4.14 Warna Tersier	69
Gambar 4.15 Warna Pada Logo	70
Gambar 4.16 Tipografi <i>Headline</i>	70

Gambar 4.17 Tipografi Alternatif <i>Headline</i> dan <i>Subheadline</i>	71
Gambar 4.18 Tipografi <i>Body Text</i>	71
Gambar 4.19 Perancangan Supergrafis	72
Gambar 4.20 Layout dan Warna Supergrafis	72
Gambar 4.21 Penggunaan Supergrafis Pada Teks	73
Gambar 4.22 Penggunaan Supergrafis Pada Foto	73
Gambar 4.23 Komposisi <i>Rule of Third</i>	74
Gambar 4.24 Pengaturan Fotografi	75
Gambar 4.25 Perancangan Kartu Nama	76
Gambar 4.26 Perancangan <i>Letterhead</i>	76
Gambar 4.27 Perancangan Amplop Surat	77
Gambar 4.28 Perancangan <i>Apron</i>	78
Gambar 4.29 Perancangan <i>Chips Packaging</i>	79
Gambar 4.30 Perancangan Masala <i>Tea Packaging</i>	80
Gambar 4.31 Perancangan Masala <i>Tea Sachet</i>	81
Gambar 4.32 Perancangan Masala <i>Tea Label</i>	81
Gambar 4.33 Perancangan <i>Turkish Hummus Packaging</i>	82
Gambar 4.34 Perancangan <i>Paper Bag</i>	83
Gambar 4.35 Perancangan <i>Booth</i>	84
Gambar 4.36 Perancangan <i>Product Price</i>	84
Gambar 4.37 Perancangan <i>Instagram Post</i>	85
Gambar 4.38 Perancangan <i>Instagram Story</i>	86
Gambar 4.39 Perancangan <i>Merchandise Bowl</i>	87
Gambar 4.40 Perancangan <i>Merchandise Coaster</i>	87
Gambar 4.41 Perancangan <i>Keychain</i>	88
Gambar 4.42 Perancangan <i>Thankyou Card</i>	88
Gambar 4.43 Perancangan <i>Flatplan</i> GSM	89
Gambar 4.44 Perancangan <i>Grid</i> Pada GSM	90
Gambar 4.45 Perancangan <i>Layout</i> GSM Secara Keseluruhan	90

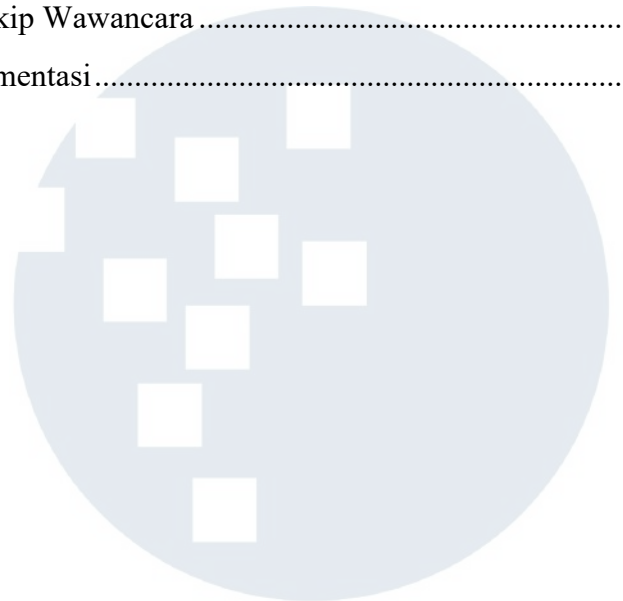
Gambar 4.46 Perancangan Halaman Subbab Pada GSM.....	91
Gambar 4.47 Perancangan Halaman Isi Pada GSM.....	91
Gambar 4.48 Perancangan <i>Cover</i> Pada GSM	92
Gambar 4.49 Logo Primer.....	94
Gambar 4.50 Logo Sekunder & Tersier	96
Gambar 4.51 Warna Pada Logo	97
Gambar 4.52 Warna Primer	97
Gambar 4.53 Proporsi Warna.....	98
Gambar 4.54 Warna Tersier.....	98
Gambar 4.55 Tipografi <i>Headline</i>	99
Gambar 4.56 Tipografi Alternatif <i>Headline</i> dan <i>Subheadline</i>	99
Gambar 4.57 Tipografi <i>Body Text</i>	100
Gambar 4.58 Supergrafis	100
Gambar 4.59 Penggunaan Supergrafis Pada Teks	102
Gambar 4.60 Penggunaan Supergrafis Pada Fotografi	102
Gambar 4.61 Fotografi.....	103
Gambar 4.62 Penggunaan <i>Grid</i> pada GSM.....	104
Gambar 4.63 Penerapan <i>Grid</i> pada GSM Secara Keseluruhan.....	105
Gambar 4.64 Halaman Subbab Pada GSM.....	105
Gambar 4.65 Halaman Isi Pada GSM.....	106
Gambar 4.66 Cover Pada GSM.....	107
Gambar 4.67 Media Kartu Nama.....	107
Gambar 4.68 Media <i>Letterhead</i>	109
Gambar 4.69 Media Amplop Surat	110
Gambar 4.70 <i>Uniform Apron</i>	111
Gambar 4.71 <i>Chips Packaging</i> Bagian Depan.....	112
Gambar 4.72 <i>Chips Packaging</i> Bagian Belakang	113
Gambar 4.73 Masala <i>Tea Packaging</i>	114
Gambar 4.74 <i>Turkish Hummus Packaging</i>	116

Gambar 4.75 <i>Paper Bag</i>	117
Gambar 4.76 <i>Booth</i>	118
Gambar 4.77 <i>Product Price</i>	119
Gambar 4.78 <i>Instagram Post</i>	120
Gambar 4.79 <i>Instagram Story</i>	121
Gambar 4.80 <i>Merchandise Coaster</i>	122
Gambar 4.81 <i>Merchandise Bowl</i>	123
Gambar 4.82 <i>Gimmick Keychain</i>	124
Gambar 4.83 <i>Gimmick Thankyou Card</i>	125



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xxiv
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	xxv
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxvi
Lampiran Transkrip Wawancara	xxvii
Lampiran Dokumentasi.....	xlii



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA