

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL FIXMAKAN!
SEBAGAI SOLUSI PEMILIHAN MAKANAN YANG EFISIEN
DAN SESUAI PREFERENSI**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

**Farhan Muhammad Naufal
00000076439**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL FIXMAKAN!
SEBAGAI SOLUSI PEMILIHAN MAKANAN YANG EFISIEN
DAN SESUAI PREFERENSI**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

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

**Farhan Muhammad Naufal
00000076439**

**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 : Farhan Muhammad Naufal

Nomor Induk Mahasiswa : 00000076439

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL FIXMAKAN!
SEBAGAI SOLUSI PEMILIHAN MAKANAN YANG EFISIEN
DAN SESUAI PREFERENSI**

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

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



Farhan Muhammad Naufal

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL FIXMAKAN! SEBAGAI SOLUSI PEMILIHAN MAKANAN YANG EFISIEN DAN SESUAI PREFERENSI

Oleh

Nama Lengkap : Farhan Muhammad Naufal
Nomor Induk Mahasiswa : 00000076439
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025
Pukul 13.30 s.d. 14.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

Penguji


Vania Hefira, S.Ds., M.M.
0317099801/ 100021

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 : Farhan Muhammad Naufal
Nomor Induk Mahasiswa : 00000076439
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
FIXMAKAN! SEBAGAI SOLUSI
PEMILIHAN MAKANAN YANG
EFISIEN DAN SESUAI PREFERENSI**

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, 9 Juni 2025



(Farhan Muhammad Naufal)

* 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 dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat-Nya laporan ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini merupakan bagian dari persyaratan kelulusan MBKM Kewirausahaan. Penyusunan proposal ini pun tidak mungkin tercapai tanpa bantuan dan dukungan berbagai pihak. Penulis 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. Adhreza Brahma, M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya laporan MBKM Kewirausahaan ini.
5. Hoky Nanda, S.M., selaku *Supervisor* dari Skystar Ventures yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya laporan perancangan MBKM Kewirausahaan ini.
6. Aurelia Beryl Foustine, S.M., selaku Mentor dari SPIL Ventures yang telah memberikan bimbingan dan arahan ide bisnis MBKM Kewirausahaan ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Anggota dari tim FixMakan! yang telah berkontribusi dalam ide dan pendapat, sehingga terselesainya laporan MBKM Kewirausahaan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga karya ilmiah ini dapat berkontribusi dalam memahami pengguna untuk memilih makanan dengan efisien dan sesuai preferensi.

Tangerang, 9 Juni 2025


(Farhan Muhammad Naufal)

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL FIXMAKAN! SEBAGAI SOLUSI PEMILIHAN MAKANAN YANG EFISIEN DAN SESUAI PREFERENSI

Farhan Muhammad Naufal

ABSTRAK

Industri kuliner Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan dengan jumlah usaha yang terus meningkat dan menawarkan beragam pilihan makanan. Hal ini menyebabkan masyarakat dihadapkan pada banyak variasi kuliner, dari makanan lokal hingga internasional, tradisional hingga modern, dan semua pilihan tersedia dengan mudah melalui layanan digital. Namun, melimpahnya pilihan ini memicu fenomena kebingungan dalam pengambilan keputusan, terutama ketika konsumen harus mempertimbangkan harga, suasana hati, preferensi pribadi, serta pengaruh dari media sosial. Kondisi tersebut menciptakan proses memilih makanan yang seharusnya sederhana menjadi rumit, memakan waktu, dan mengganggu efisiensi aktivitas harian. Saat ini, beberapa platform kuliner telah hadir untuk menyediakan informasi seputar restoran, namun cenderung mengandalkan pengguna yang telah memiliki keputusan awal. Kenyataannya, sebagian besar konsumen justru memerlukan stimulus awal untuk menentukan pilihan makanan. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan akan sebuah platform yang dapat membantu pengguna dalam mengambil keputusan berdasarkan kondisi dan preferensi mereka secara *real-time*. FixMakan! hadir untuk menjawab tantangan tersebut melalui sebuah mobile website yang menawarkan rekomendasi makanan secara personal dan interaktif. Untuk membangun daya tarik dan kepercayaan pengguna, FixMakan! dirancang dengan identitas visual yang mencerminkan nilai utama *brand*, yaitu interaktif, *up to date*, dan efisien. Identitas ini diharapkan mampu memperkuat kehadiran FixMakan! sebagai solusi digital yang relevan dan responsif terhadap permasalahan konsumen dalam menentukan makanan yang diinginkan.

Kata kunci: Kuliner, *Mobile Website*, Identitas visual

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

VISUAL IDENTITY DESIGN FOR FIXMAKAN! AS A SOLUTION FOR EFFICIENT FOOD SELECTION AND BASED ON USER PREFERENCES

Farhan Muhammad Naufal

ABSTRACT (English)

Indonesia's culinary industry has experienced significant growth, with an increasing number of businesses offering a diverse array of food choices. This has exposed consumers to a wide variety of culinary options, ranging from local to international cuisines, traditional to modern styles, all made easily accessible through digital services. However, the abundance of choices has triggered decision-making confusion, especially when consumers must consider factors such as price, mood, personal preferences, and social media influence. As a result, the process of choosing what to eat originally a simple task becomes complicated, time-consuming, and disruptive to daily efficiency. Currently, several culinary platforms provide restaurant-related information, but most rely on users who already have a predefined intention. In reality, many consumers require an initial trigger to help them determine what they want to eat. This highlights the need for a platform that can assist users in making real-time decisions based on their conditions and preferences. FixMakan! was created to address this challenge through a mobile website that offers personalized and interactive food recommendations. To build user appeal and trust, FixMakan! is designed with a visual identity that reflects its core brand values: interactivity, being up to date, and efficiency. This identity aims to strengthen FixMakan!'s presence as a relevant and responsive digital solution to consumers' daily challenge of choosing food.

Keywords: Culinary, Mobile Website, Visual Identity

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT (English).....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan	1
1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan.....	2
1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan	3
1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan.....	4
1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan	5
1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan.....	5
BAB II PEMBENTUKAN IDE BISNIS.....	8
2.1 Validasi Ide Bisnis.....	8
2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis	8
2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis.....	10
2.2 Business Model Canvas	14
2.3 Deskripsi Perusahaan	17
2.4 Struktur Perusahaan	20
2.5 Alur Kerja Perusahaan	21
2.6 Analisis Kelayakan Usaha	22
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION	25
3.1 <i>Market Research Validation</i>	25
3.1.1 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	25
3.1.2 <i>Market Persona</i>	28

3.1.3 <i>Market Behaviour</i>	30
3.1.4 <i>User Journey</i>	31
3.2 Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis	31
3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif	32
3.2.2 Pengumpulan Data Kuantitatif.....	34
3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor	35
3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi	40
3.4.1 Studi Eksisting.....	40
3.4.2 Studi Referensi	43
3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa	47
3.6 Metode Perancangan Produk/Jasa.....	48
BAB IV PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA	51
4.1 Timeline dan Tahapan Perancangan Produk/Jasa.....	51
4.2 Uraian Perancangan Prototype Produk/Jasa.....	52
4.2.1 Perancangan <i>Brief Prototype</i>	53
4.2.2 <i>Brainstorming</i>	53
4.2.3 Referensi, <i>Moodboard</i> , dan Konsep	54
4.2.4 Perancangan Desain.....	59
4.2.5 Draft Desain.....	61
4.2.6 Revisi	76
4.2.7 Finalisasi	79
4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa	79
4.3.1 Proyek 1: Perancangan Identitas Visual FixMakan!	80
4.3.2 Proyek 2: Perancangan Maskot FixMakan!	84
4.3.2 Proyek 3: Perancangan Video Promosi untuk Media Sosial Instagram FixMakan!	86
4.4 Penentuan Vendor Prototype Produk /Jasa	87
4.4.1 Desa Percetakan Online.....	87
4.4.2 KaosCeria.....	87
4.4.3 Unii Media Digital Printing	88
4.4.4 Fillout.....	88
4.4.5 Salt.id	89

4.5 Hasil Uji Coba Prototype Produk/Jasa.....	89
4.6 Kendala yang Ditemukan.....	91
4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	92
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Simpulan.....	93
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA.....	xcvi
LAMPIRAN.....	xcviii



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu dan prosedur MBKM Kewirausahaan.....	7
Tabel 2.1 BEP dari FixMakan!	23
Tabel 3.1 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i> dari FixMakan!.....	26
Tabel 3.2 <i>Targeting</i> dari FixMakan!.....	27
Tabel 3.3 Perbandingan FixMakan! dengan Kompetitor.....	37
Tabel 3.4 Analisis SWOT PergiKuliner	41
Tabel 3.5 Tabel Analisis SWOT FixMakan!	42
Tabel 4.1 <i>Timeline</i> Produksi <i>Prototype</i> Produk/Jasa	51
Tabel 4.2 Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa	51
Tabel 4.3 Keterangan Ikon.....	65

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Metode perancangan menurut Alina Wheeler.....	9
Gambar 2.2 Referensi halaman <i>home</i> dan <i>call to action</i>	12
Gambar 2.3 Referensi halaman rekomendasi dan informasi di dalamnya.....	13
Gambar 2.4 Contoh penerapan <i>food personality</i> pengguna melalui <i>website</i> Fillout	14
Gambar 2.5 <i>Business Model Canvas</i> FixMakan!	15
Gambar 2.6 Penamaan <i>brand</i> FixMakan!	18
Gambar 2.7 Logo FixMakan!.....	19
Gambar 2.8 Struktur perusahaan FixMakan!	20
Gambar 2.9 Alur koordinasi tim MBKM Cluster Kewirausahaan	22
Gambar 3.1 <i>User persona</i> pertama dari FixMakan!	28
Gambar 3.2 <i>User persona</i> kedua dari FixMakan!.....	29
Gambar 3.3 Wawancara kepada pelaku usaha kuliner Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi dan Rumah Makan Empat Saudagar	33
Gambar 3.4 <i>Brand positioning map</i> dari FixMakan!	36
Gambar 3.5 FixMakan! dengan kompetitornya, meliputi PergiKuliner, GoFood, GrabFood, Google Maps, Foodirate, dan Qraved	39
Gambar 3.6 <i>Website</i> Kahoot!	44
Gambar 3.7 <i>Website</i> Spotify	45
Gambar 3.8 <i>Website</i> Spotify	45
Gambar 3.9 Aplikasi Shopee	47
Gambar 3.10 Metode perancangan menurut Alina Wheeler.....	48
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i> FixMakan!.....	54
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i> FixMakan!	55
Gambar 4.3 Referensi logo FixMakan!.....	56
Gambar 4.4 Referensi <i>mobile website</i> FixMakan!.....	56
Gambar 4.5 Referensi konten FixMakan!.....	57
Gambar 4.6 Tipografi FixMakan!	58
Gambar 4.7 Palet warna FixMakan!	58
Gambar 4.8 <i>Information architecture</i> FixMakan!	62
Gambar 4.9 Supergrafis FixMakan!.....	64
Gambar 4.10 Halaman <i>home</i> FixMakan!	68
Gambar 4.11 Halaman <i>taste quiz</i> FixMakan!	69
Gambar 4.12 Halaman <i>recommendation</i> dan <i>result</i> FixMakan!.....	70
Gambar 4.13 Halaman restoran FixMakan!.....	72
Gambar 4.14 Halaman deskripsi restoran <i>FixMakan!</i>	73
Gambar 4.15 <i>High fidelity</i> beranda FixMakan!	75
Gambar 4.16 Logo FixMakan! sebelum dan sesudah revisi.....	77
Gambar 4.17 Halaman hasil rekomendasi sebelum dan sesudah revisi.....	77
Gambar 4.18 Halaman <i>taste quiz</i> sebelum dan sesudah revisi	78

Gambar 4.19 Halaman daftar restoran sebelum dan sesudah revisi.....	78
Gambar 4.20 <i>Overview prototype mobile website</i> FixMakan!.....	79
Gambar 4.21 Palet warna FixMakan!	80
Gambar 4.22 Tampilan sketsa dan final dari logo FixMakan!.....	82
Gambar 4.23 Tampilan sketsa dan final dari supergrafis FixMakan!	83
Gambar 4.24 Tipografi dalam perancangan FixMakan!	84
Gambar 4.25 Tampilan sketsa maskot FixMakan!	85
Gambar 4.26 Tampilan final maskot FixMakan!	85
Gambar 4.27 Video promosi media sosial Instagram FixMakan!	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran MBKM 01: Cover Letter Cluster MBKM.....	xcviii
Lampiran MBKM 02: Kartu Identitas Peserta MBKM	xcix
Lampiran MBKM 03: MBKM Daily Task	c
Lampiran MBKM 04: Verification Form of Entrepreneurial Report MBKM Entrepreneurship	cxiii
Lampiran Letter of Accaptance Cluster MBKM Entrepreneurship	cxiv
Lampiran Letter of Completion Cluster MBKM Entrepreneurship.....	cxv
Lampiran Laporan Hasil Turnitin	cxvi
Lampiran Karya Cluster MBKM Kewirausahaan.....	cxxii
Lampiran Data Kuantitatif Kuisioner	i
Lampiran Data Kualitatif Wawancara	xxvi

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA