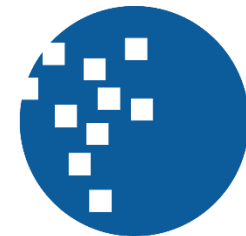


PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

DE' ATAKE CAFE



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Carlos Piero Paskananda

00000056110

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESIGN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

DE' ATAKE CAFE



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Carlos Piero Paskananda

00000056110

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 : Carlos Piero Paskananda
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056110
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DE' ATAKE CAFE

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, 19 Januari 2025



(Carlos Piero Paskananda)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DE' ATAKE CAFE

Oleh

Nama Lengkap : Carlos Piero Paskananda
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056110
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 6 Januari 2025
Pukul 10.30 s.d. 11.15 WIB dan dinyatakan

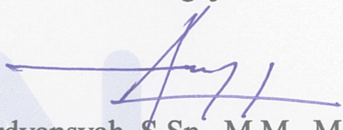
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

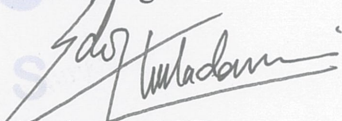
Penguji


Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/L00011

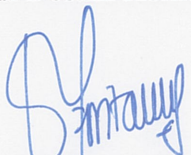
Pembimbing 1


Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds.
0311118807/100049

Pembimbing 2


Edo Tirtadarma, M.Ds.
032428506/071279

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

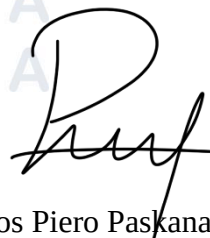
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Carlos Piero Paskananda
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056110
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN ULANG IDENTITAS
VISUAL DE' ATAKE CAFE

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 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, 12 Desember 2024



(Carlos Piero Paskananda)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang setiap hari telah setia memberikan berkat dan penyertaan, oleh karena-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Perancangan Ulang Identitas Visual De‘Atake *Café*”. Selain itu penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak pihak yang turut membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan laporan ini diantaranya adalah:

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. Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
 5. Edo Tirtadarma, M.Ds., selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
 6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
 7. Yudith Prasetyo dan Morias Dedi, Selaku owner dan narasumber yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam pengumpulan data.
- Semoga dengan adanya perancangan ini nantinya identitas visual dapat diimplementasikan kepada De ‘Atake *Café*.

Tangerang, 12 Desember 2024



(Carlos Piero Paskananda)

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DE' ATAKE CAFE

(Carlos Piero Paskananda)

ABSTRAK

Pertumbuhan industri kafe di Indonesia pertahunnya semakin meningkat. Perkembangan ini membuat persaingan di industri kafe menjadi semakin ketat, dimana semua kafe harus menjadi *top of mind* dari pelanggan dengan identitas visualnya. Keterikatan pelanggan terhadap sebuah identitas kafe dapat terbukti dari hasil kuesioner yang mengatakan bahwa mayoritas responden memiliki ikatan emosional terhadap suatu kafe hanya dengan melihat logonya saja. Terdapat kafe di Sangatta, Kalimantan Timur yaitu De' Atake Café yang mengunggulkan minuman kopi yang mereka jual dan pelayanan dimana mereka menganggap para pelanggan seperti teman atau kerabat. Namun terdapat suatu masalah, dimana De' Atake Café tidak memiliki identitas visual yang dapat mudah diingat dan menarik para pelanggan. Ditambah, De' Atake Café masih memiliki berbagai variasi logo yang berbeda-beda dimulai dari lampu neon, sticker logo dan pada kemasan minumannya, identitas visual yang berbeda ini dapat berdampak kepada kepercayaan dan loyalitas para pelanggan. Maka dari itu, akan dilakukan perancangan ulang identitas visual De' Atake Café yang akan menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu melakukan wawancara, menyebarkan kuesioner dan melakukan observasi, kemudian teori perancangan yang digunakan adalah teori perancangan Alina Wheeler yang diisi *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints* dan *managing assets* serta didasari oleh ilmu pengetahuan desain komunikasi visual. Penelitian ini menghasilkan perancangan ulang De' Atake Café.

Kata kunci: Identitas Visual, Kafe, De 'Atake Café

REDESIGNING THE VISUAL IDENTITY OF DE' ATAKE CAFÉ

(Carlos Piero Paskananda)

ABSTRACT (English)

The growth of the cafe industry in Indonesia is increasing every year. This development makes competition in the cafe industry increasingly tight, where all cafes must be top of mind for customers with their visual identity. Customer attachment to a cafe identity can be proven from the results of the questionnaire which said that the majority of respondents have an emotional attachment to a cafe just by looking at its logo. There is a cafe in Sangatta, East Kalimantan, namely De' Atake Café which excels in the coffee drinks they sell and the service where they consider customers like friends or relatives. However, there is a problem, where De' Atake Café does not have a visual identity that can be easily remembered and attract customers. In addition, De' Atake Café still has various variations of different logos starting from neon lights, logo stickers and on the packaging of its drinks, this different visual identity can have an impact on customer trust and loyalty. Therefore, a redesign of the visual identity of De' Atake Café will be carried out which will use qualitative research methods, namely conducting interviews, distributing questionnaires and conducting observations, then the design theory used is Alina Wheeler's design theory which is filled with conducting research, clarifying strategy, designing identity, designing touchpoints and managing assets and is based on the science of visual communication design. This research resulted in a redesign of De' Atake Café.

Kata kunci: Visual Identity, Cafe, De 'Atake Café



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	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 <i>Brand</i>	5
2.1.1 <i>Branding</i>	5
2.1.2 Identitas Visual.....	7
2.2 Layout	17
2.2.1 Komponen Layout.....	17
2.2.2 Grid	18
2.3 Prinsip Desain.....	18
2.4 <i>Photography</i>	19
2.4.1 Pencahayaan	19
2.4.2 Komposisi.....	20
2.4.3 <i>Editing and Retouching</i>	20
2.5 Graphic Standard Manual	20
2.5.1 Pembukaan	21

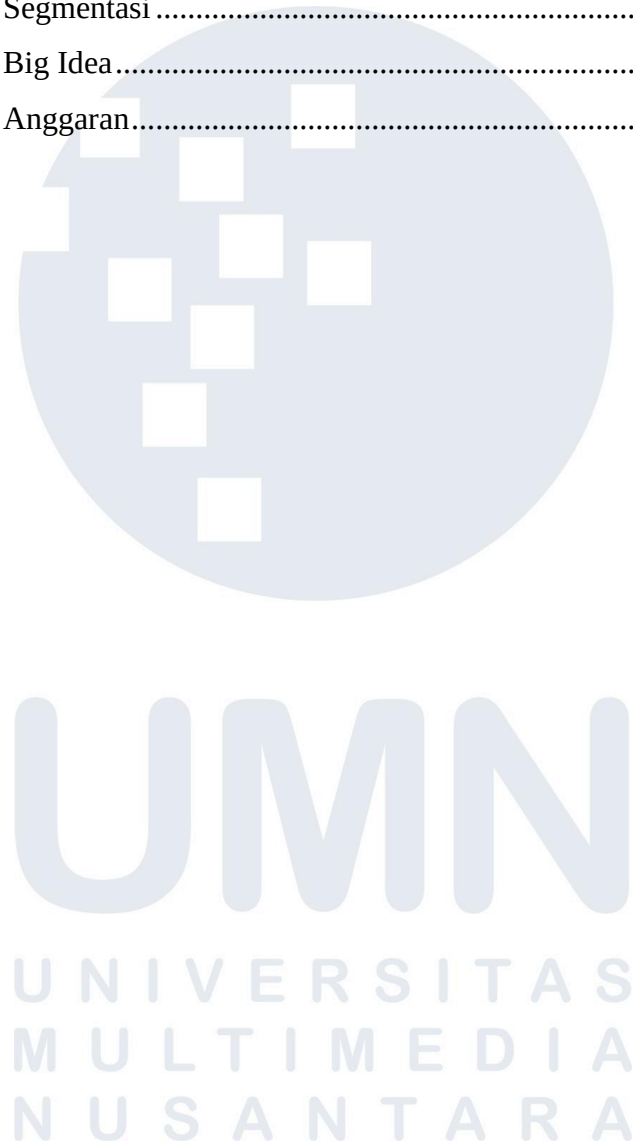
2.5.2 Logo	21
2.5.3 <i>Pattern/Supergraphic</i>	21
2.5.4 <i>Typhography</i>	21
2.5.5 Media Kolateral.....	21
2.6 <i>Café</i>	21
2.7 Penelitian yang Relevan.....	22
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	24
3.1 Subjek Perancangan	24
3.1.1 Demografis	24
3.2.1 Geografis	24
3.3.1 Psikografis.....	24
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	25
3.2.1 <i>Conducting Research</i>	25
3.2.2 <i>Clarifying Strategy</i>	25
3.2.3 <i>Designing Identity</i>	26
3.2.4 <i>Creating Touchpoints</i>	26
3.2.5 <i>Managing Assets</i>	26
3.2.6 <i>Testing</i>	26
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	26
3.3.1 Wawancara	26
3.3.2 Kuesioner	29
3.3.3 Observasi.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	36
4.1 Hasil Perancangan	36
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	36
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	48
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	51
4.1.4 <i>Creating Touchpoint</i>	60
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	87
4.1.6 Kesimpulan Perancancangan.....	92
4.2 Analisis Perancangan.....	92
4.2.1 Analisis Beta Test	93

4.2.2 Analisis Logo	94
4.2.3 Analisis Warna	99
4.2.4 Analisis Media Kolateral	99
F. Anggaran.....	112
BAB V PENUTUP	114
5.1. Simpulan	114
5.2. Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	xvii



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Section 1 Kuesioner Terkait Biodata Responden	29
Tabel 3.2 Section 2 Kuesioner Terkait Kebiasaan Menghabiskan Waktu di Cafe .	30
Tabel 3.3 Section 3 Kuesioner Terkait Ikatan Emosional Responden.....	33
Tabel 4.1 Tabel Segmentasi	49
Tabel 4.2 Tabel Big Idea.....	53
Tabel 4.3 Tabel Anggaran.....	112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perbandingan Logo BSI Lama dan Baru.....	5
Gambar 2.2 Perbandingan Logo Janji Jiwa Lama dan Baru.....	6
Gambar 2.3 Perbandingan Logo Gojek Lama dan Baru	6
Gambar 2.4 Contoh <i>Wordmark</i>	8
Gambar 2.5 Contoh <i>Lettermark</i>	9
Gambar 2.6 Contoh <i>Symbolmark</i>	9
Gambar 2.7 Contoh <i>Abstract Symbol</i>	10
Gambar 2.8 Contoh <i>Character Icon</i>	10
Gambar 2.9 Contoh Emblem.....	11
Gambar 2.10 Hue	11
Gambar 2.11 Value	12
Gambar 2.12 Saturation	12
Gambar 2.13 Contoh Pemakaian Warna Merah Pada Logo	12
Gambar 2.14 Contoh Pemakaian Warna Biru Pada Logo.....	13
Gambar 2.15 Contoh Pemakaian Warna Hijau Pada Logo.....	13
Gambar 2.16 Contoh Pemakaian Warna Kuning Pada Logo.....	13
Gambar 2.17 Contoh Pemakaian Warna Putih Pada Logo	14
Gambar 2.18 <i>Type Measurement</i>	14
Gambar 2.19 Type Anatomy	15
Gambar 2.20 Contoh lighting Pada Kaca.....	20
Gambar 4.1 Dokumentasi Wawancara.....	37
Gambar 4.2 Logo De' Atake Café	38
Gambar 4.3 Dokumentasi Wawancara Pelanggan	39
Gambar 4.4 Dokumentasi Wawancara Ahli Desain	41
Gambar 4.5 Kegiatan Saat Berada di Kafe	43
Gambar 4.6 Data Suasana Kafé Baru.....	43
Gambar 4.7 Data Akun Sosial Media Kafe.....	44
Gambar 4.8 Data Ketertarikan Responden dengan Logo De' Atake Kafé	45
Gambar 4.9 Akun Instagram De' Atake Café.....	46
Gambar 4.10 Variasi Logo.....	47
Gambar 4.11 Kemasan Minuman Panas	47
Gambar 4. 12 <i>User persona</i>	51
Gambar 4.13 <i>Mindmap</i>	52
Gambar 4.14 <i>Moodboard</i> Logo.....	54
Gambar 4.15 <i>Moodboard Font</i>	54
Gambar 4.16 <i>Moodboard</i> Konfigurasi Logo	55
Gambar 4.17 <i>Moodboard</i> Warna	55
Gambar 4.18 Sketsa Logo	56
Gambar 4.19 Sketsa Logo Terpilih	56
Gambar 4.20 Digitalisasi.....	57
Gambar 4.21 Logo Setelah Diasistensikan 1	58
Gambar 4.22 Logo Final	58

Gambar 4.23 Ukuran Logo Primer.....	58
Gambar 4.24 Ukuran Logo Sekunder	59
Gambar 4.25 Supergraphic.....	59
Gambar 4.26 <i>Artboard</i> desain Amplop.....	60
Gambar 4.27 Penyesuaian Desain dengan Margin	61
Gambar 4.28 Hasil <i>Flat</i> Desain Amplop	61
Gambar 4.29 <i>Artboard</i> Desain Stampel	62
Gambar 4.30 <i>Artboard</i> Desain Dengan Garis Bantu	62
Gambar 4.31 Hasil <i>Flat</i> Desain Stampel.....	63
Gambar 4.32 <i>Artboard</i> Desain Kartu Nama Dengan Margin	63
Gambar 4.33 <i>Artboard</i> Desain Kartu Nama	64
Gambar 4.34 Hasil <i>Flat</i> Desain Kartu Nama	64
Gambar 4.35 <i>Artboard</i> Desain Dengan Garis Bantu dan Margin.....	64
Gambar 4. 36 <i>Artboard</i> Desain Cover Menu	65
Gambar 4.37 Hasil Flat Desain Cover Menu	66
Gambar 4.38 <i>Artboard</i> Desain Kertas Struk	66
Gambar 4.39 <i>Artboard</i> Dengan Desain Utama	67
Gambar 4.40 Hasil <i>Flat</i> Desain Kertas Struk.....	67
Gambar 4.41 <i>Artboard</i> Desain <i>Signage</i>	68
Gambar 4.42 Hasil <i>Flat</i> Desain <i>Signage</i>	68
Gambar 4.43 <i>Artboard</i> Desain <i>Toilet Sign</i>	69
Gambar 4.44 Hasil <i>Flat</i> Desain <i>Toilet Sign</i>	69
Gambar 4. 45 <i>Artboard</i> Desain <i>Order Here Sign</i>	70
Gambar 4.46 Hasil <i>Flat</i> Desain <i>Toilet Sign</i>	71
Gambar 4.47 <i>Artboard</i> Desain Sosial Media	71
Gambar 4.48 Proses <i>Digital Imaging</i>	72
Gambar 4.49 <i>Color Adjustment</i>	72
Gambar 4.50 Hasil <i>Flat</i> Desain Instagram.....	73
Gambar 4.51 <i>Artboard</i> Desain <i>Loyalty Card</i>	73
Gambar 4.52 Hasil <i>Flat</i> Desain <i>Loyalty Card</i>	74
Gambar 4.53 <i>Artboard</i> Desain Poster	74
Gambar 4.54 <i>Artboard</i> Konsep Desain.....	75
Gambar 4.55 Hasil <i>Flat</i> Desain Poster.....	76
Gambar 4.56 Hasil <i>Flat</i> Desain Apron	77
Gambar 4.57 Proses Modifikasi Foto.....	78
Gambar 4. 58 Hasil <i>Flat</i> Desain <i>T Shirt</i>	78
Gambar 4.59 Hasil <i>Flat</i> Desain gelas	79
Gambar 4.60 <i>Artboard</i> Desain <i>Coaster</i>	80
Gambar 4. 61 <i>Artboard</i> Desain <i>Coaster</i> Dengan Garis Bantu.....	80
Gambar 4.62 Hasil <i>Flat</i> Desain Coster	81
Gambar 4.63 Hasil <i>Flat</i> Desain Nomor Meja	82
Gambar 4.64 Hasil <i>Flat</i> Desain Sticker	83
Gambar 4.65 <i>Artboard</i> Desain <i>Paperbag</i>	84

Gambar 4.66 Hasil <i>Flat</i> Desain <i>Paperbag</i>	84
Gambar 4.67 Hasil <i>Flat</i> Desain <i>Kraft Paper</i>	85
Gambar 4.68 Hasil <i>Flat</i> Desain <i>Grease Paper</i>	86
Gambar 4.69 Hasil <i>Flat</i> Desain <i>Plastic Cup</i>	86
Gambar 4.70 Hasil <i>Flat</i> Desain <i>Papercup</i>	87
Gambar 4.71 Cover GSM <i>Atake</i>	87
Gambar 4. 72 Proses Perancangan Bab 1 <i>Brand Guideline</i>	88
Gambar 4.73 Proses Perancangan Bab 2 <i>Brand Guideline</i>	89
Gambar 4.74 Proses Perancangan bab 3 <i>Brand Guideline</i>	89
Gambar 4.75 Proses Perancangan Bagian <i>Stationery</i>	89
Gambar 4.76 Proses Pengerjaan Bagian <i>Signsystem</i>	90
Gambar 4.77 Proses Pengerjaan Bagian <i>Advertising</i>	90
Gambar 4.78 Proses Pengerjaan Bagian <i>Uniform</i>	90
Gambar 4.79 Proses Pengerjaan Bagian <i>Placemaking</i>	91
Gambar 4.80 Proses Pengerjaan <i>Packaging</i>	91
Gambar 4.81 Tampilan <i>Brand Guideline</i> Secara Keseluruhan	92
Gambar 4.82 Hasil Kuesioner Pertanyaan Perbandingan Identitas Visual	93
Gambar 4.83 Hasil Pertanyaan Konsistensi Media	94
Gambar 4.84 Bentuk Dasar Logo <i>Atake</i>	95
Gambar 4.85 Bentuk Dasar <i>Atake</i> Dengan Bentuk Kepala Kerbau	95
Gambar 4.86 Bentuk logogram <i>Atake</i>	96
Gambar 4.87 Logotype Yang Sudah Dimodifikasi	96
Gambar 4.88 Komposisi Logo Horizontal	97
Gambar 4.89 Komposisi Logo Vertikal	97
Gambar 4.90 Analisis Warna Merah	99
Gambar 4.91 <i>Mockup Envelope</i>	99
Gambar 4.92 <i>Mockup Stamp</i>	100
Gambar 4.93 <i>Mockup</i> Kartu Nama	100
Gambar 4.94 <i>Mockup</i> Cover Menu	101
Gambar 4.95 <i>Mockup</i> Kertas Struk	101
Gambar 4.96 <i>Mockup Signage</i>	102
Gambar 4.97 <i>Mockup Toilet Sign</i>	103
Gambar 4.98 <i>Mockup Order Here Sign</i>	103
Gambar 4.99 <i>Mockup Social Media</i>	104
Gambar 4.100 <i>Mockup Loyalty Card</i>	104
Gambar 4.101 <i>Mockup Poster</i>	105
Gambar 4.102 <i>Mockup Apron</i>	106
Gambar 4.103 <i>Mockup T Shirt</i>	106
Gambar 4.104 <i>Mockup Creamic Mug</i>	107
Gambar 4 105 <i>Mockup Enamelled Mug</i>	107
Gambar 4 106 <i>Mockup Coaster</i>	108
Gambar 4.107 <i>Mockup Nomor Meja</i>	108
Gambar 4.108 <i>Mockup Sticker</i>	109

Gambar 4.109 <i>Mockup Paperbag</i>	110
Gambar 4.110 <i>Mockup Kraft Paper</i>	110
Gambar 4.111 <i>Mokcup Grease Paper</i>	111
Gambar 4.112 <i>Mockup Plastic Cup</i>	111
Gambar 4.113 <i>Mockup Paper Cup</i>	112



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Hasil Turnitin	xvii
Lampiran II Bimbingan Dosen Pembimbing 1	xix
Lampiran III Bimbingan Dosen Pembimbing 2	xx
Lampiran IV Bukti Bimbingan Spesialis	xxi
Lampiran V Non-Disclosure Agreement	xxii
Lampiran VI Consent From (owner).....	xxiii
Lampiran VII Consent Form (Pelanggan).....	xxiv
Lampiran VIII Consent Form (Ahli Desain).....	xxv
Lampiran IX Wawancara Pemilik.....	xxxv
Lampiran X Wawancara pengunjung.....	xxxviii
Lampiran XI Wawancara Ahli Desain	xl

