

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENCIPTAAN KONSEP VISUAL DALAM
PEMBENTUKAN IDENTITAS BRAND AYAM
ANDALIMAN

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun Oleh:

TUFFA AD DIWANI

NIM: 19033128

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2022

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Penciptaan Konsep Visual Dalam Pembentukan Identitas Brand
Ayam Andaliman
Penulis : Tuffa Ad Diwani
NIM : 19033128
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

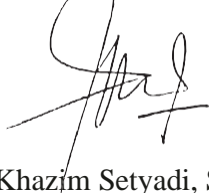
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat, tanggal 22 Juli 2022.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Suratni, S.S., M.Hum.
NIP. 198310242009122002

Anggota 1



Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom
NIP. 199005232019031012

Anggota 2



Zaenab S.S, M.Si.,
NIP. 199211132019032025

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefudin, S.S., M.Hum.
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Penciptaan Konsep Visual Dalam Pembentukan Identitas
Brand
Ayam Andaliman
Penulis : Tuffa Ad Diwani
NIM : 19033128
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

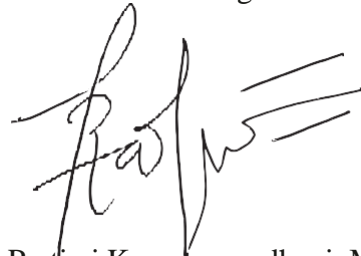
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 22 Juli 2022

Pembimbing I



Zaenab S.S, M.Si.,
NIP. 199211132019032025

Pembimbing II



Pratiwi Kusumowardhani, M.Ds.
NIP. 198512082014042002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.
NIP. 199211132019032025

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tuffa Ad Diwani

NIM : 19033128

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tahun Akademik : 2022-2023

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Penciptaan Konsep Visual Dalam Pembentukan Identitas Brand Ayam Andaliman adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 22 Juli 2022

Yang menyatakan,



Tuffa Ad Diwani

NIM: 19033128

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tuffa Ad Diwani
NIM : 19033128
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2022-2023

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Penciptaan Konsep Visual Dalam Pembentukan Identitas Brand Ayam Andaliman beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 22 Juli 2022

Yang menyatakan,



Tuffa Ad Diwani
NIM: 19033128

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir	: Penciptaan Konsep Visual Dalam Pembentukan Identitas Brand Ayam Andaliman
Penulis	: Septiana Dwi Artha
Pembimbing I	: Zaenab, S.S., M.Si., M.Hum.
Pembimbing II	: Pratiwi Kusumowardhani, M.Ds.

Dengan semakin banyaknya merek kuliner yang ada di Indonesia khususnya di Jakarta, semakin tingginya persaingan dalam memperkenalkan merek, dan juga produk yang ditawarkan. Dalam proses promosi merek melalui media sosial yang dapat menjangkau lebih banyak khalayak, identitas visual adalah salah satu hal terpenting dalam membuat wajah merek menjadi baik. Visual yang menarik, mudah diidentifikasi, dan juga sesuai dengan pasar akan dapat lebih mudah menjangkau khalayak. Di dalam naungan Rangka Creative, Ayam Andaliman didesain untuk bersaing dengan pesaing secara kualitas, dan juga visual, baik berupa *branding*, maupun konten-konten yang representatif terhadap kualitas produk. Dalam tugas akhir ini penulis mendeskripsikan proses penciptaan konsep visual dari perancangan hingga hasil visual.

Kata kunci: *Identitas Merek, Konten Sosial Media, Kemasan, Agensi, Desainer Grafis.*

With the increasing number of culinary brands in Indonesia, especially in Jakarta, the competition in introducing brands and products offered is getting higher. In the process of brand promotion through social media that can reach more audiences, visual identity is one of the most important things in making a good brand face. Visuals that are attractive, easily identifiable, and also in accordance with the market will be able to more easily reach the audience. Under the auspices of Rangka Creative, Ayam Andaliman is designed to compete with competitors in terms of quality, as well as visually, both in the form of branding, as well as content that is representative of product quality. In this final project the author describes the process of creating a visual concept from design to visual results.

Keywords: *Brand Identity, Social Media Content, Packaging, Agency, Graphic Designer.*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kesehatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma 3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai Graphic Designer Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Penciptaan Konsep Visual Dalam Pembentukan Identitas Brand Ayam Andaliman” Laporan TA ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Ayah, Bunda, dan keluarga yang telah mendukung dan selalu senantiasa mendoakan untuk penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dr. Tipri Rose Kartika., MM., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Dr. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur Bidang Akademik.
4. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab S.S, M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Zaenab S.S, M.Si., selaku Dosen Pembimbing 1.
7. Pratiwi Kusumowardhani, M.Ds., selaku Pembimbing II.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
9. PT, Rangka Kreatif Indonesia, yang telah memberikan penulis kesempatan dalam menjalani Praktik Industri.
10. Seluruh teman-teman dari mahasiswa/i Program Studi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 9 Juli 2022

Penulis,



Tuffa Ad Diwani

NIM 19033128

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR	iv
DAN BEBAS PLAGIARISME	
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penulisan	6
F. Manfaat Penulisan	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Komunikasi	8
1. Definisi Komunikasi	8
2. Tujuan Komunikasi	8
3. Fungsi Komunikasi	9
4. Unsur Komunikasi	9
B. Bidang Periklanan	10
1. Definisi Periklanan	10
2. Tujuan Periklanan	11
3. Fungsi Periklanan	11

4. Media Periklanan	12
5. Jenis Media Periklanan	12
C. STP (Segmentation, Targeting, Positioning).....	14
D. SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).....	16
E. Media Sosial	16
1. Definisi Media Sosial	16
2. Jenis-jenis Media Sosial	16
F. Instagram.....	20
1. Instagram Sebagai Media Periklanan.....	20
2. Fitur-fitur Instagram Untuk Bisnis.....	20
G. Lokapasar.....	21
H. Desain Grafis	23
1. Definisi Desain Grafis.....	23
2. Unsur Desain Grafis	24
3. Prinsip Dasar Desain Grafis.....	27
I. Branding.....	29
1. Fungsi Branding.....	30
2. Tujuan Branding	31
3. Unsur Branding.....	31
4. Jenis Branding.....	32
5. Kemasan	33
BAB III.....	35
METODE PELAKSANAAN	35
A. Data Perusahaan	35
1. Profil Perusahaan	35
2. Waktu dan Tempat	35
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	35
4. Logo Perusahaan	36
5. Jenis Layanan	36
6. Struktur Organisasi.....	38
7. Fasilitas	39
B. Teknik Pengumpulan Data	40
1. Wawancara	40
2. Studi Pustaka.....	40
C. Ruang Lingkup	41
1. Peran Desainer Grafis	41
2. Jadwal dan Kegiatan	41
D. Kategori Karya	42
1. Membuat Logo	42
2. Membuat Kemasan.....	42
3. Membuat Konten Instagram.....	42

E. GSM (Graphic Standard Manual).....	43
F. Langkah Kerja	43
1. Client Brief.....	43
2. Pengumpulan Ide dan Referensi.....	44
3. Visualisasi	44
4. Presentasi Hasil Pekerjaan	45
5. Finalisasi	45
BAB IV	46
PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum	46
1. Analisis Penulis	47
2. Analisis Proses Kreatif	48
3. Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	55
4. Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)	57
B. Alur Pekerjaan	58
C. Hasil Pembuatan Visual	61
D. Komparasi Praktik dengan Teori	77
BAB V.....	81
PENUTUP.....	81
A. Simpulan	81
B. Saran.....	82
Daftar Pustaka.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data jumlah UMKM di Indonesia.....	1
Gambar 2. Garis.....	24
Gambar 3. Bidang.....	24
Gambar 4. Warna.....	25
Gambar 5. Gelap terang.....	26
Gambar 6. Tekstur.....	26
Gambar 7. Ukuran.....	27
Gambar 8. Logo Rangka Creative.....	36
Gambar 9. Konten media sosial @sushimatsu.....	37
Gambar 10. Branding Ayam Andaliman.....	37
Gambar 11. Website development Poze.....	38
Gambar 12. Struktur organisasi.....	39
Gambar 13. Ruangan main office.....	40
Gambar 14. Instagram @ayam.andaliman.....	47
Gambar 15. Logo Ayam Andaliman.....	48
Gambar 16. Motif Gorga Batak Toba.....	49
Gambar 17. Pengaplikasian logo.....	50
Gambar 18. Progres pembuatan logo Ayam Andaliman.....	50
Gambar 19. Color palette Ayam Andaliman.....	51
Gambar 20. Spectral SC font.....	52
Gambar 21. Glacial Indifference font.....	52

Gambar 22. Elemen grafis.....	53
Gambar 23. Layout konten.....	54
Gambar 24. Grafik segmentasi geografis.....	55
Gambar 25. Grafik segmentasi gender.....	56
Gambar 26. Grafik segmentasi usia... ..	56
Gambar 27. Alur pekerjaan... ..	58
Gambar 28. Spreadsheet konten.....	59
Gambar 29. Google drive hasil konten... ..	61
Gambar 30. Mockup logo Ayam Andaliman... ..	62
Gambar 31. Preview business card... ..	62
Gambar 32. Konten feeds Ayam Andaliman 1.....	63
Gambar 33. Konten feeds Ayam Andaliman 2.....	64
Gambar 34. Konten feeds Ayam Andaliman 3.....	65
Gambar 35. Konten feeds Ayam Andaliman 4.....	66
Gambar 36. Konten feeds Ayam Andaliman 5.....	67
Gambar 37. Konten feeds Ayam Andaliman 6.....	68
Gambar 38. Konten feeds Ayam Andaliman 7.....	69
Gambar 39. Konten feeds Ayam Andaliman 8.....	70
Gambar 40. Menu Ayam Andaliman.....	71
Gambar 41. Packaging template food pail... ..	72
Gambar 42. Final Packaging food pail.....	72
Gambar 43. Packaging template lunchbox.....	73
Gambar 44. Final Packaging lunchbox... ..	73
Gambar 45. Preview design packaging sambal jar... ..	74
Gambar 46. Final Packaging sambal jar.....	74

Gambar 47. Preview design packaging frozen pack... ..	75
Gambar 48. Final Packaging frozen pack... ..	75
Gambar 49. Review semua jenis packaging... ..	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penerapan prinsip desain grafis pada hasil pekerjaan.....	78
Tabel 2. Peta Okupasi Graphic Designer Dengan Praktik Industri.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata penulis	85
Lampiran 2. Sertifikat praktik industri Rangka Creative... ..	86