

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* PADA PRODUK**

**LA MILLEBUCK**

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk**

**Memperoleh gelar Ahli Madya**



**DISUSUN OLEH:**

**AFIFAH LUTHFIYYAH KALTSUM**

**NIM : 21710001**

**PROGRAM STUDI SENI KULINER**

**JURUSAN PARIWISATA**

**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**

**JAKARTA**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan *Brand Identity* Pada Produk La Millebuck

Penulis : Afifah Luthfiyyah Kaltsum

NIM : 21710001

Program Studi : Seni Kuliner

Jurusan : Pariwisata

Tugas akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari kamis, 11 Juli 2024.

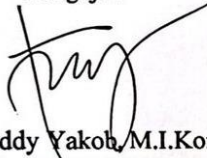
Disahkan oleh :

Ketua Penguji,



Fristi Bellia Annishia, S.KM., M.Par., M.M  
NIP. 198809082022032008

Penguji 1



Freddy Yakob, M.I.Kom  
NIP. 199011182019031009

Penguji 2



Maria Ulfah Catur A, S.Pd.,MM.  
NIP. 198609052019032011

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata



Anindita Budi Astuti, S.E., M.M  
NIP. 198103052008122001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan *Brand Identity* Pada Produk La Millebuck  
Penulis : Afifah Luthfiyah Kaltsum  
NIM : 21710001  
Program Studi : Seni Kuliner  
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir Ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

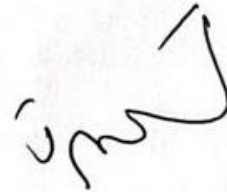
Ditandatangani di Jakarta, 05 Juli 2024

Pembimbing I



**Maria ulfah Catur A, S.Pd., MM.**  
NIP. 198609052019032011

Pembimbing II



**Citra Eka Lamda N, S.Sn., M,Ikom**  
NIP. 198609052019032011

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Seni Kuliner



**Dimas Bayu Pinandoyo, S.S., M.Sc.**

NIP. 198402032019031005

## PERNYATAAN ORISINALITAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Afifah Luthfiyyah Kaltsum  
NIM : 21710001  
Program Studi : Seni Kuliner  
Jurusan : Pariwisata  
Tahun Akademik : 2021

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul :  
Perancangan *Brand Identity* Pada Produk La Millebuck  
**adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari  
plagiarisme.**

Bila mana pada kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan persyaratan ini,  
saya bersedia dituntut dna diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 05 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Afifah Luthfiyyah K.

NIM: 21710001

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Afifah Luthfiyyah Kaltsum  
NIM : 21710001  
Program Studi : Seni Kuliner  
Jurusan : Pariwisata Tahun Akademik 2021

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: Perancangan *Brand Identity* Pada Produk La Millebuck.

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 05 Juli 2024

Yang menyatakan,



Afifah Luthfiyyah K.

NIM: 21710001

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the impact of product branding on purchase intention and the effect of marketing branding on consumer perception of the marketed product. The background issue arises from ongoing innovations in the culinary industry, including the creation of mille crepes. La Millebuck emerges as a new innovation using buckwheat flour and sweet potato cream filling., offering uniqueness and health benefits. However, strong and effective branding is required to attract consumers' attention. The theories underpinning this research include branding and graphic design to build brand identity. Theories of segmentation, targeting, and positioning (STP) are also used to identify the right target market. The research method combines qualitative and quantitative approaches involving interview with design experts and surveys of 68 respondents. The result show that revisions to the logo and packaging design based on expert and consumer feedback can strengthen the product's image and enhance visual appeal. Thus, this study successfully develops the brand identity of La Millebuck through attractive logo and packaging design and effective promotional strategies on social media. Revisions based on expert and respondent feedback strengthen the product's image in consumers' eyes. Consequently, La Millebuck has great potential to attract attention and build consumer loyalty in the mille crepes market.*

**Keywords:** *Mille Crepes, Buckwheat Flour, Brand, Brand Identity, Logo*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh branding produk terhadap minat beli dan untuk mengetahui pengaruh branding marketing terhadap produk yang di pasarkan kepada konsumen. Latar belakang permasalahan muncul dari inovasi dalam industri kuliner terus berkembang, termasuk dalam pembuatan *mille crepes*. *La Millebuck* hadir sebagai inovasi terbaru dengan menggunakan tepung *buckwheat* dan isian krim ubi cilembu, menawarkan keunikan dan manfaat kesehatan. Namun, untuk menarik perhatian konsumen, diperlukan branding yang kuat dan efektif. Teori yang mendasari penelitian ini menggunakan teori branding dan desain grafis untuk membangun identitas brand. Teori segmentasi, targeting, dan positioning (STP) juga digunakan untuk menentukan target pasar yang tepat. Metode penelitian kombinatif kualitatif dan kuantitatif melibatkan wawancara dengan ahli desain dan survei terhadap 68 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa revisi desain logo dan kemasan berdasarkan masukan ahli dan konsumen dapat memperkuat citra produk dan meningkatkan daya tarik visual. Dengan demikian penelitian ini berhasil mengembangkan identitas brand *La Millebuck* melalui desain logo dan kemasan yang menarik serta strategi promosi yang efektif di media sosial. Revisi yang dilakukan berdasarkan masukan dari ahli dan responden memperkuat citra produk di mata konsumen. Dengan demikian, *La Millebuck* memiliki potensi besar untuk menarik perhatian dan membangun loyalitas konsumen di pasar *mille crepes*.

**Kata Kunci:** *Mille Crepes, Tepung Buckwheat, Merek, Brand Identity, Logo*

## **PRAKATA**

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kemampuan dan kesabaran kepada penulis, sehingga bisa terselesaikannya laporan tugas akhir ini yang berjudul **“Perancangan Brand Identity Mille Crepes Kekinin Dengan Filling Krim Ubi Cilembu dan Substitusi Tepung Buckwheat ”**.

Tujuan penulisan akhir adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma-3 Program Studi Seni Kuliner di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

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 terimakasih banyak kepada:

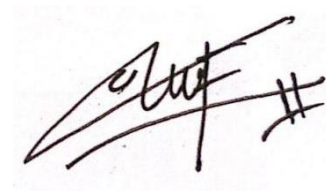
1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M, selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, S.Si., M.Si Wakil Direktur Bidang Akademik
3. Anindita Budi Astuti, S.E, M.M., selaku Ketua Jurusan Pariwisata.
4. Mariah Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M, selaku Sekertaris Jurusan Pariwisata dan Dosen Pembimbing I
5. Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc., selaku Koordinator Program Studi Seni Kuliner.
6. Rr. Christina Mayang Anggraeni Stj, S.Pd.,M.Pd., Sekertaris Program Studi Kuliner

7. Citra Eka Lamda Nur, S.Sn., M.Ikom selaku dosen pembimbing II padatugas akhir ini.
8. Para dosen dan para tenaga kerja kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu mahasiswa/I selama menempuh pendidikan.
9. Segenap keluarga yang telah mendukung baik secara moril dan supportif.
10. Para sahabat dan teman terdekat yang telah memberi semangat dan bantuan dalam penyusunan tugas akhir ini.
11. Kepada diri saya sendiri yang mampu menyelesaikan penulisan ini hingga selesai.

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

Jakarta, 11 Juli 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Afifah' followed by a stylized flourish and a hash symbol (#).

Afifah Luthfiyyah Kaltsum  
NIM. 21710001



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME ...	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Batasan Masalah .....	4
BAB II .....	7
TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. <i>Brand</i> .....	7
B. <i>Branding</i> .....	7

C. <i>Brand Identity</i> .....	7
D. <i>Desain Visual</i> .....	9
E. <i>Mille Crepes</i> .....	12
F. La Millebuck.....	12
<b>BAB III</b> .....	<b>14</b>
<b>METODE PELAKSANAAN</b> .....	<b>14</b>
A. Data/Objek Penulisan.....	14
B. Teknik Pengumpulan Data.....	15
C. Ruang Lingkup.....	16
D. Langkah Kerja.....	17
<b>BAB IV</b> .....	<b>21</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>21</b>
A. <i>Persiapan Branding</i> .....	21
B. Pelaksanaan.....	25
C. <i>Evaluasi Branding</i> .....	30
<b>BAB V</b> .....	<b>38</b>
<b>PENUTUP</b> .....	<b>38</b>
A. Kesimpulan .....	38
B. Saran.....	39
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>40</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>45</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Mille Crepes .....	12
Gambar 2. La Millebuck .....	12
Gambar 3. Referensi Kemasan dan Label .....	22
Gambar 4. Desain Mind Mapping.....	24
Gambar 5. Desain Mood Board .....	25
Gambar 6. Sketsa La Millebuck.....	26
Gambar 7. Logo La Millebuck .....	26
Gambar 8. Color Palette .....	27
Gambar 9. Tipografi Logo La Millebuck .....	28
Gambar 10. Mock Up Kemasan La Millebuck.....	29
Gambar 11. Revisi Logo la Millebuck .....	30
Gambar 12. Revisi Label Kemasan La Millebuck .....	31
Gambar 13. Diagram Hasil Data Logo.....	32
Gambar 14. Diagram Hasil Data Identitas Kemasan .....	32
Gambar 15. Diagram Hasil Data Desain Kemasan .....	33
Gambar 16. Diagram Hasil Data Desain Kemasan.....	33
Gambar 17. Diagram Hasil Data Kemasan.....	34

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kategori Wawancara Seputar Kemasan .....	35
Tabel 2. Kategori Wawancara Seputar Logo .....	36

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Mahasiswa .....	45
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1 .....	46
Lampiran 3. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2 .....	47
Lampiran 4. Penilaian Bimbingan Tugas Akhir .....	48
Lampiran 5. Kartu Penilaian Bimbingan Tugas Akhir .....	49
Lampiran 6. Desain Logo La Millebuck .....	50
Lampiran 7. Desain Label Kemasan .....	50
Lampiran 8. Mock Up Kemasan.....	50
Lampiran 9. Wawancara Kepada Narasumber .....	51