

PERANCANGAN LOGO
PASAR KULINER TRADISIONAL
MBANDUL MULYO
KULON PROGO

Oleh:
Alfian Isna Yuda. P
NIM 01171005



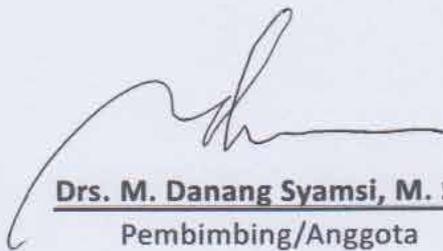
**Sekolah Tinggi Seni Rupa
Dan Desain VISI Indonesia**
PROGRAM DIPLOMA (D3)
2020

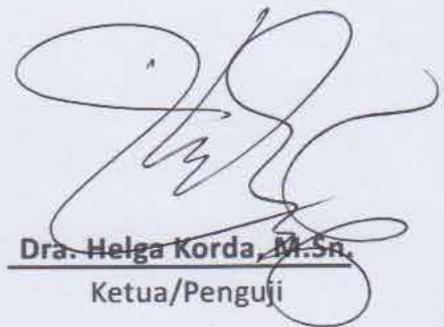
**PERANCANGAN LOGO
PASAR KULINER TRADISONAL
"MBANDUL MULYO"
KULON PROGO**

Penyajian akhir ini telah diuji dan dipertahankan
di depan Dewan Peguji Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jenjang Diploma III
Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia
pada tanggal 27 Juli 2020
di Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia



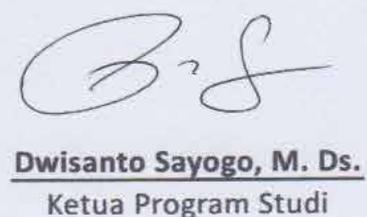
Dewan Peguji


Drs. M. Danang Syamsi, M. Sn.
Pembimbing/Anggota


Dra. Helga Korda, M.Sn.
Ketua/Peguji

Mengetahui


Sudjadi Tjipto R., M.Ds.
Ketua STSRD VISI

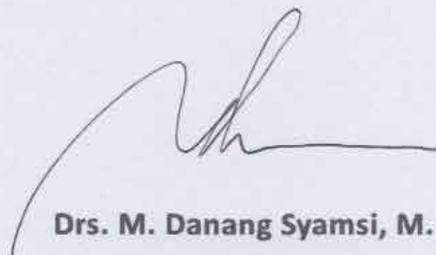

Dwisanto Sayogo, M. Ds.
Ketua Program Studi

LEMBAR PERSETUJUAN

Penyajian Akhir yang berjudul
Perancangan Logo Pasar Kuliner Tradisional "Mbandul Mulyo"
telah disetujui pembimbing untuk diujikan



Yogyakarta, Juli 2020
Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Drs. M. Danang Syamsi, M. Sn.", written in a cursive style.

Drs. M. Danang Syamsi, M. Sn.

Daftar Isi

DISKRIPSI DIRI

BAB 1

4

Minat Utama

5

Skill Unggulan

6

Skill manual

6

Skill Digital

8

Kesimpulan

9

*PENGANTAR
OBJEK
PERANCANGAN*

BAB 2

10

Latar Belakang Masalah

11

Profil Objek Perancangan

12

Data Visual

13

Target Audience

16

Kesimpulan

19

Analisa SWOT & Data Perancangan

20

KONSEP DESAIN

BAB 3

25

Konsep Verbal

26

Konsep Visual

28

PROSES DESAIN

BAB 4

32

Referensi Desain

33

Rough Desain

34

Alternatif Desain

35

Final Desain

39

Daftar Pustaka

48

BAB

*Diskripsi
Diri*

1

Minat Utama

Setelah Menempuh pendidikan selama kurang lebih 3 tahun di bidang Dkv. Penulis lama kelamaan menemukan ketertarikan dan minat di bidang branding

Branding bukanlah sekedar merek atau nama dagang dari sebuah produk, jasa, atau perusahaan. Namun semuanya yang berkaitan dengan hal-hal yang kasat mata dari sebuah merek mulai dari nama dagang, logo, ciri visual, citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan yang ada di benak konsumen perusahaan tersebut. (Landa:2006)

Menurut **Kotler (2009)**, pengertian branding adalah pemberian nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari kesemuanya, yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing.

Sedangkan Logo merupakan suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya.

Skill Unggulan

Skill adalah kapasitas seorang individu untuk melakukan beragam tugas secara sadar menggunakan akal, fikiran dan ide dalam mengerjakan suatu pekerjaan. Kemampuan adalah sebuah penilaian terkini atas apa yang dapat dilakukan seseorang. Penulis memiliki skill atau kemampuan unggulan diantaranya:

Skill Manual



Sketsa
Karakter Jin

Kemampuan menggambar manual diperoleh dari semester 1 dan 2 dalam mata kuliah Gambar Bentuk dan Ilustrasi Manual

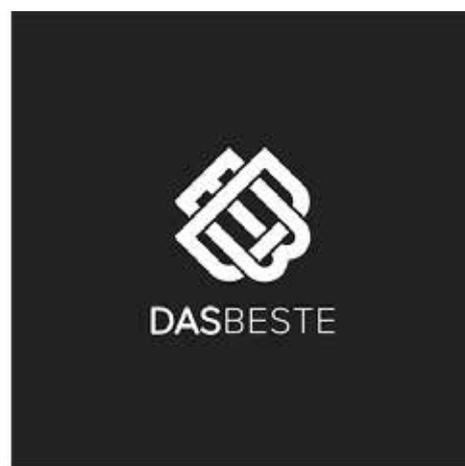
*Skill
Manual*



*Sketsa
Karakter Rubah*

Skill Digital

Selain kemampuan menggambar manual, penulis juga mahir dalam membuat gambar digital di beberapa software yaitu adobe illustrator dan adobe photoshop, sebagai berikut:



Logo
Das Beste
Olshop

Skill
Digital



Logo
Amora
Olshop



Kesim- pulan

Setelah penulis menempuh 5 semester di Sekolah Tinggi Seni Rupa Dan Desain VISI (STSRD VISI). Akhirnya penulis memiliki ketertarikan lebih dalam, ke dunia branding.

BAB

**Pengantar
Objek Perancangan**

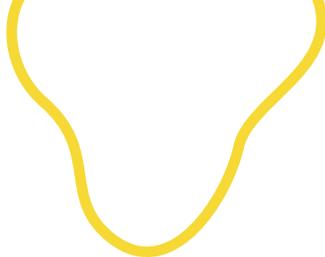
2

Latar belakang masalah

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Namun di Zaman sekarang kehadiran pasar tradisional sudah mulai memudar khususnya dikalangan generasi muda, mereka lebih memilih pergi ke supermarket, karena tempatnya yang lebih bersih dan nyaman,

tetapi menurut pandangan penulis, pasar tradisional tidak selalu buruk. Nyatanya Di daerah Kulon Progo terdapat sebuah pasar kuliner tradisional yang baru baru ini dibuka, lokasinya yang dekat dengan sungai, bukit yang masih hijau, hamparan sawah yang luas serta masih kental rasa pedesaannya. Menurut penulis ide pembangunan pasar tersebut sudah cukup bagus, yaitu dengan mengusung adat jawa dan nuansa pedesaan di dalamnya, tapi pasar ini masih belum memiliki identitas yang cukup kuat, sekilas hanya seperti pasar tradisional pada umumnya.

Oleh karena itu penulis ingin membuat logo yang bisa memperkuat identitas dari pasar tersebut sebagai pembeda dari pasar- pasar tradisional lainnya. dan supaya pasar tersebut bisa lebih dikenal oleh halayak umum terutama para generasi muda, karena menurut penulis pasar ini memiliki potensi yang cukup bagus, penulis berharap pasar ini tidak hanya sekedar menjadi pasar kuliner saja, namun kedepannya bisa menjadi salah satu objek wisata kuliner di kulon progo.



Profil objek perancangan.

- Nama** : Pasar Kuliner Tradisional Mbandul Mulyo
- Alamat** : Dusun, Kamal, Pendoworejo, Girimulyo, Kulon Progo
- Sejarah** : pasar kuliner ini didirikan sejak beberapa bulan terakhir alasan didirikanya karena masyarakat di dusun kamal melihat banyak pesepeda yang sering melewati daerah tersebut. tujuan dibangun tempat ini sebenarnya ditujukan sebagai res area untuk para pesepeda yang lewat, agar para pesepeda bisa beristirah sambil mengisi perut mereka, serta membuka peluang usaha bagi masyarakat dusun kamal, terutama dalam bidang kuliner tradisonal.
- Waktu Buka** : Setiap hari minggu legi & minggu kliwon mulai pukul 06.00 pagi sampai 11.00 siang.

Data Visual



Foto Suasana Pasar Kuliner Tradisional Mbandul Mulyo



Pesepedah yang beristirahat untuk membeli makanan di pasar



Foto Para pengunjung dari Pasar Kuliner Tradisional Mbandul Mulyo, yang sedang menikmati makanan, sembari menonton pertunjukan tari yang diadakan di seberang sungai.

*Data
Visual*



Foto salah satu pertunjukan (tari topeng) yang di selenggarakan oleh pasar tradisonal mbadul mulyo, sebagai tonotonan untuk para pengunjung yang datang ke pasar



Foto para Penjual yang menggunakan pakaian tradisonal jawa (kebayak) ketika melayani pelanggan



Beberapa sampel makanan yang di jual



sego jakulik (terdiri dari nasi putih, bakmi jawa, semur tahu, semur jengkol, telur rebus manis dan sambal)

Target Audience

Demografis

Usia : 25 -30

Jenis Kelamin : Laki- Laki & Perempuan

Hobi : Bersepeda, Pecinta Kuliner

Pekerjaan : Karyawan Kantor

Pendapatan : Ses B (pendapatan kurang dari
Rp 2.000.000 perbulan)

Geografis

para pekerja kantor yang hendak melepas penat dengan bersepeda dari luar dusun kamal dan juga para sepeda yang hendak melewati pasar

Psikografis

Fun

Energi

wellcome

Contoh pasar serupa

Berikut adalah beberapa contoh pasar yang menggunakan logo sebagai identitas mereka



foto Banner Festival Kuliner Sleman Gummyak



Destinasi Digital Pasar Ngingrong
www.google.com

Contoh pasar serupa



poster (www.instagram.com)

berikut adalah tampilan poster dan rundown acara salah satu pasar yang menyerupai (sleman gummyak), di media sosial intagram.





Ke- sim- pulan

Sebagai Mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang tertarik pada bidang branding, saya ingin merancang logo untuk Pasar Kuliner Mandul Mulyo yang mengangkat kearifan lokal adat jawa, dengan konsep desain yang kekinian. Harapan penulis logo ini dapat dijadikan identitas visual dari pasar tersebut dan juga dengan logo tersebut bisa lebih mengenalkan pasar tradisional ini ke halayak umum.

Analisa SWOT

Strenght

- Tempat masih asri, bernuansa alam terbuka
- Mengusung tema kearifan lokal adat Jawa.
- Terdapat bermacam makanan tradisional yang dijual seperti lempeng bakar, jenang sumsum, sego jakulik, dll.

Opportunity

- Dapat menjadi peluang usaha bagi masyarakat sekitar desa.
- Kedepannya bisa menjadi objek wisata kuliner baru.
- Bisa menjadi tempat melestarikan dan mengenalkan, bermacam makanan Tradisional ke halayak umum khususnya bagi para generasi muda.

Weakness

- Masih belum banyak dikenal oleh halayak umum, karena masih baru.
- lokasinya Jauh dari jalan raya.
- Kurangnya masyarakat dalam mempromosikan tempat tersebut
- Identitas sebagai pembeda dari pasar yang lain masih belum kuat.

Treat

Ada pasar yang hampir serupa, serta menjual beberapa makanan yang serupa.

Data Event

Data agenda event

Berhubungan dengan event yang akan diselenggarakan oleh pasar tersebut, berikut adalah agenda event yang akan di selegarakan pada 2 Agustus 2020 :

- Sepeda sehat
- Pentas tari topeng
- Pentas musik
- Pembagian doorprize

Tema event

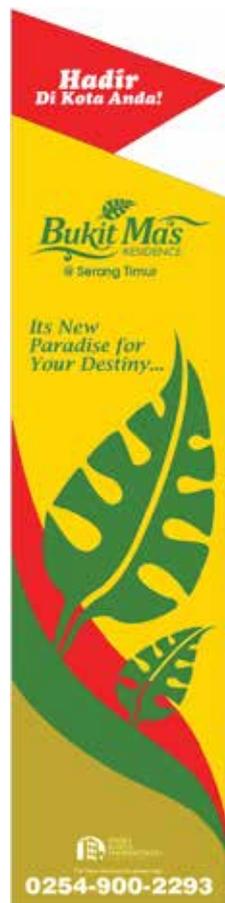
Tema yang akan di usung dialam event ini adalah “sepeda sehat bersama pasar Mbandul Mulyo”, karena kesehatan adalah salah satu hal yang fatal namun sering dilupakan oleh kebanyakan orang.

Jadwal agenda kegiatan

- 06.30 Sepeda sehat
- 07.00 Pentas tari topeng wanita
- 07.30 Pentas musik 1
- 08.00 Pembagian doorprize
- 08.30 Pentas tari topeng pria
- 09.00 Pentas musik 2 + fun color
- 09.30 Pembagian doorprize (hadiah utama)

Media Promosi

Nantinya dalam rangka memeriakan event tersebut penulis menggunakan beberapa media promosi baik itu media cetak dan digital, berikut adalah beberapa media yang akan digunakan:



*umbul-umbul
(www.google.com)*

Media cetak



Kaos (www.google.com)

Media
Cetak



cap surat (www.google.com)



cap surat (www.google.com)



BAB

**Konsep
Desain**

3

Konsep Verbal

Teori Brending

Berbagai bidang memandang brand dari sudut pandang mereka masing masing, seperti Product, Personal, Corporate, Geographic Cultural, komunikasi, hukum, desain grafis, Dll. Sehingga arti dari brand itu sendiri menjadi cukup luas.

menurut **Kotler** makna brand adalah istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya (membedakan) dari barang atau jasa pesaing.

Menurut **David A. Aaker** pengertian brand adalah seperangkat aset (atau kewajiban) yang ditautkan dengan nama dan simbol yang menambah (atau mengurangi) nilai yang diberikan oleh suatu produk atau layanan. brand adalah nama atau simbol yang bersifat membedakan (baik berupa logo, cap/kemasan) untuk mengidentifikasi barang/jasa dari seorang penjual/kelompok penjual tertentu (1991 : 7).

Sedangkan branding adalah kegiatan membangun sebuah brand. Membuat identitas, termasuk logo, merupakan salah satu kegiatan branding

Di masyarakat umum sering mengartikan brand sebagai merek. Sebagian lainnya mengatakan bahwa brand adalah desain dari sebuah entitas bisnis, berupa logo, warna, tagline, dan sebagainya. Tapi sebenarnya brand atau merek tidak lebih dari sekedar desain. Banyak yang sering menggunakan kata brand atau merek dalam sehari-hari

Brand adalah segala sesuatu yang terkait dengan perusahaan, produk, atau layanan semua atribut, baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Ini adalah apa yang harus Anda perjuangkan, apa yang harus Anda lakukan, katakan dan tampilkan ke depan publik.

Logo

Logo berasal dari Bahasa Yunani yaitu Logos , yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya yang lebih populer adalah istilah logotype, bukan logo. Pertama kali istilah logotype muncul tahun 1810-1840, diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu logotype adalah elemen tulisan saja. (Rustan, 2009: 12)

Logo adalah penyingkatan dari logotype. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada logotype. Logo bisa menggunakan elemen apa saja, berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar/ simbol pada identitas visual. (Rustan, 2009: 13).

secara garis besar logo merupakan suatu gambar atau sekadar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya.

Logo harus memiliki filosofi dan kerangka dasar berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri. Logo lebih lazim dikenal oleh penglihatan atau visual, seperti ciri khas berupa warna dan bentuk logo tersebut.

Typeface

Typeface adalah rancangan karakter sebagai tampilan atau desain yang membentuk karakteristik suatu huruf sehingga membedakannya dengan jenis huruf yang lain. tetapi sering orang menaganggap jika typeface degan font itu sama, padahal sejatinya typefase dan font memiliki arti yang berbeda.

Icon

adalah bentuk yang paling sederhana, karena ia hanya sebuah pola yang menampilkan kembali obyek yang ditandainya, sebagaimana bentuk fisik obyek itu. Icon cenderung hanya menyederhanakan bentuk, tetapi mencoba menampilkan bagian yang paling esensial dari bentuk tersebut, agar mudah dipahami oleh target audient

Bentuk Pada Logo

Sesuai dengan brainstorming yang telah dibuat maka pada logo terdapat beberapa kunci visual seperti, wanita berkebaya, yang sedang membawa piring berisi jajan tradisional, berupa makanan tradisoanal, dan payung.



wanita berkebaya sebagai gambaran dari para penjual yang menggunakan baju adat jawa saat berjualan di pasar tersebut.



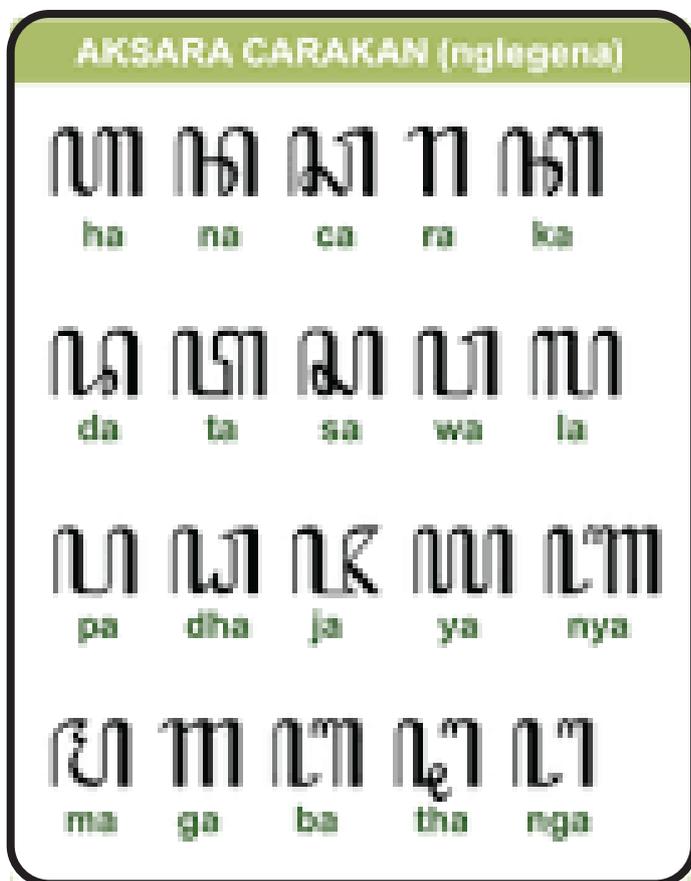
merupakan kuliner tradisonal yang di jual di pasar tersebut.



payung sebagai simbol dari ruko atau lapak yang digunakan sebagai tempat jual beli.

Bentuk Pada Typeface

penulis memiliki konsep untuk menggunakan typeface style manual, Tidak memakai font yang ada agar terkesan orisinal. dan agar terlihat lebih dinamis.



typeface pada logo mengambil dari aksara jawa, sebagai gambaran dari jati diri orang jawa, dan juga agar lebih sesuai dengan tema dari pasar tersebut yang megusung adat jawa di dalamnya.

Penggunaan Warna

warna yang digunakan dalam perancangan branding ini diambil dari keyword yang telah di dapat saat brainstorming. yaitu penggunaan empat warna utama antara lain warna merah, hijau, coklat, dan kuning, tetapi penulis juga menggunakan warna turunan dari empat warna tersebut, untuk memperkaya warna yang digunakan.



waran **hijau** ini di ambil dari kata asri dan nuansa alam, serta diambil dari warna perbukitan hijau.



warna **coklat** tua diambil dari makna kata mengayomi, merakyat, kesamaan drajat, serta rendah hati/ andab asor.



warna **merah** diambil dari semangat untuk tetap meletarikan makanan tradisonal ke generasi sekarang, dan untuk menjaga kebugaran jasmani, salah satunya yaitu dengan bersepeda.



Waran **kuning** bermakna fun, kebahagiaan



BAB

**Proses
Desain**

4

Referensi Desain



berikut adalah beberapa contoh logo yang penulis gunakan sebagai referensi dalam mendesain logo Pasar Mbandul Mulyo
Penulis mengambil referensi ini karena mempunyai konsep logo yang sama yaitu menggunakan gabungan logogram dan logotype



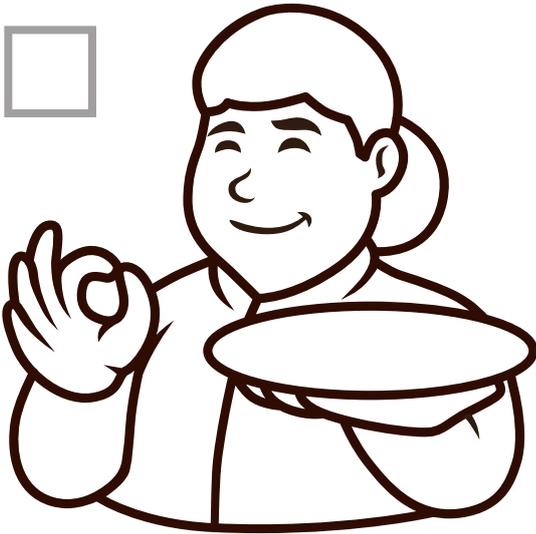
Rough Desain

Sketsa awal



Alternatif Desain

logogram



logotype

Alternatif
Desain



Tampilan
Awal



Alternatif Warna



**Final
Desain**



Filosofi Logo



1. **icon wanita berkebayak** dengan ekspresi tersenyum sebagai representasi dari para penjual di pasar mbandul mulyo yang ramah tamah serta menjunjung tinggi nilai budaya khususnya kebudayaan jawa itu sendiri.
2. **isyarat tangan kiri "OK"** memiliki arti, diharapkan kedepannya pasar mbandul mulyo bisa menjadi salah satu objek wisata kuliner baru di kulon progo yang baik serta dikenal oleh halayak umum.
3. bentuk **setengah lingkaran berwarna kuning**, merupakan gambaran dari lapak/ tempat berjualan yang digunakan oleh para penjual. setengah lingkaran itu sendiri diibaratkan sebagai payung yang dipasang di tiap-tiap lapak para penjual. **setengah lingkaran berwarna kuning** ini juga sebagai representasi dari matahari terbit. Sebab bertepatan dengan jam buka dari pasar mbandul mulyo, yaitu pagi hari ketika matahari mulai terbit.
4. **kue kukus, gorengan, lempur, nasi pincuk** yang berkumpul di atas piring merupakan representasi dari aneka kuliner yang di jual, mulai dari makanan yang dikukus hingga digoreng semua ada di pasar ini.
5. **bentuk typeface** yang terkesan flaksibel atau luwes, diambil dari aksara jawa yang dimodifikasi sedemikian rupa, merupakan representasi dari para pembeli dari pasar mbandul mulyo yang memiliki bermacam perbedaan baik itu sifat, karakter, drajat, dll. Tetapi mereka tetap bersatu meramaikan pasar mbandul mulyo tanpa melihat drajat satu sama lain. Dan apabila dilihat secara seksama ada **motif daun pisang** yang masih segar di dalam typeface tersebut, daun pisang ini merepresentasi kesuburan alam, dan juga menunjukkan bahwa di lingkungan sekitar pasar mbandul mulyo ini dekat dengan alam.
6. **huruf "S"** yang menyerupai angka dua yang terbalik memiliki makna yang berkaitan dengan jam oprasional pasar mbandul mulyo, yaitu hanya buka dua kali dalam sebulan tepatnya pada minggu legi dan minggu kliwon, kalender jawa.

Warna

dalam logo ini hanya menggunakan warna tetap, tidak ada penggunaan alternatif warna pada logo.

Warna dalam logo menggunakan teknik gradasi, agar terkesan lebih hidup.



Negatif



Positif

Gradasi Warna

C : 40 R :118 M: 40 G :190 Y : 67 B :128 K : 0	C : 13 R :205 M:100 G : 32 Y : 98 B : 40 K : 3	C : 22 R :173 M:100 G : 31 Y : 99 B : 37 K : 14
C : 40 R :138 M: 40 G :121 Y :108 B : 43 K : 20	C : 5 R :246 M: 10 G :217 Y : 90 B : 54 K : 0	C : 19 R :210 M: 30 G :172 Y :100 B : 42 K : 0
C :55 R :49 M:70 G :29 Y :75 B :20 K :75	C :43 R :96 M:71 G :57 Y :71 B :49 K :47	C :52 R :60 M:71 G :36 Y :73 B :29 K :68
C : 3 R :242 M:30 G :186 Y :46 B :140 K : 0	C : 15 R :214 M:42 G :155 Y :53 B :122 K : 0	
C : 13 R :205 M:100 G : 32 Y : 98 B : 40 K : 3	C : 22 R :173 M:100 G : 31 Y : 99 B : 37 K : 14	

Tipografi

Hobo Std Medium

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

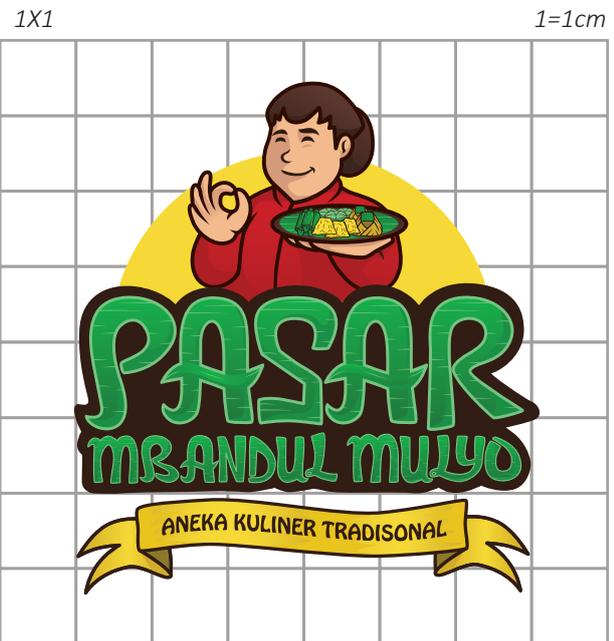
0123456789

→ *Hobo Std Medium* adalah jenis font yang digunakan pada bagian tagline logo

Ukuran Minimum



Grid System



Placement



Penggunaan Logo Salah



Jangan megubah dimensi logo
(megencet/menarik logo)



jagan merotasi logo



Tidak Boleh hanya menggunakan
outline pada logo



jagan memotong logo

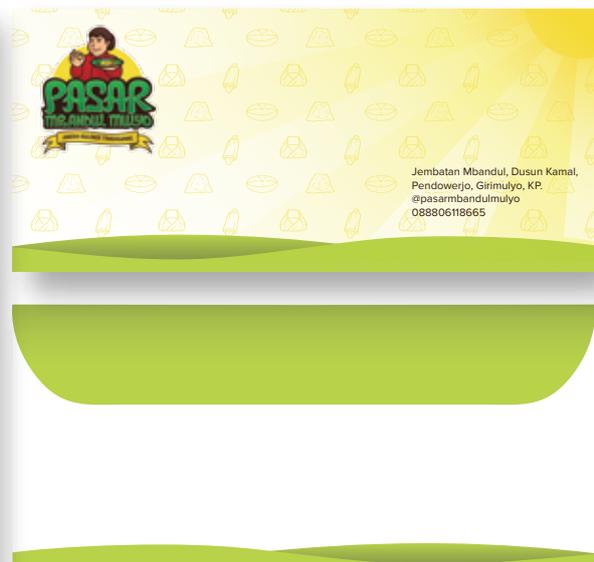
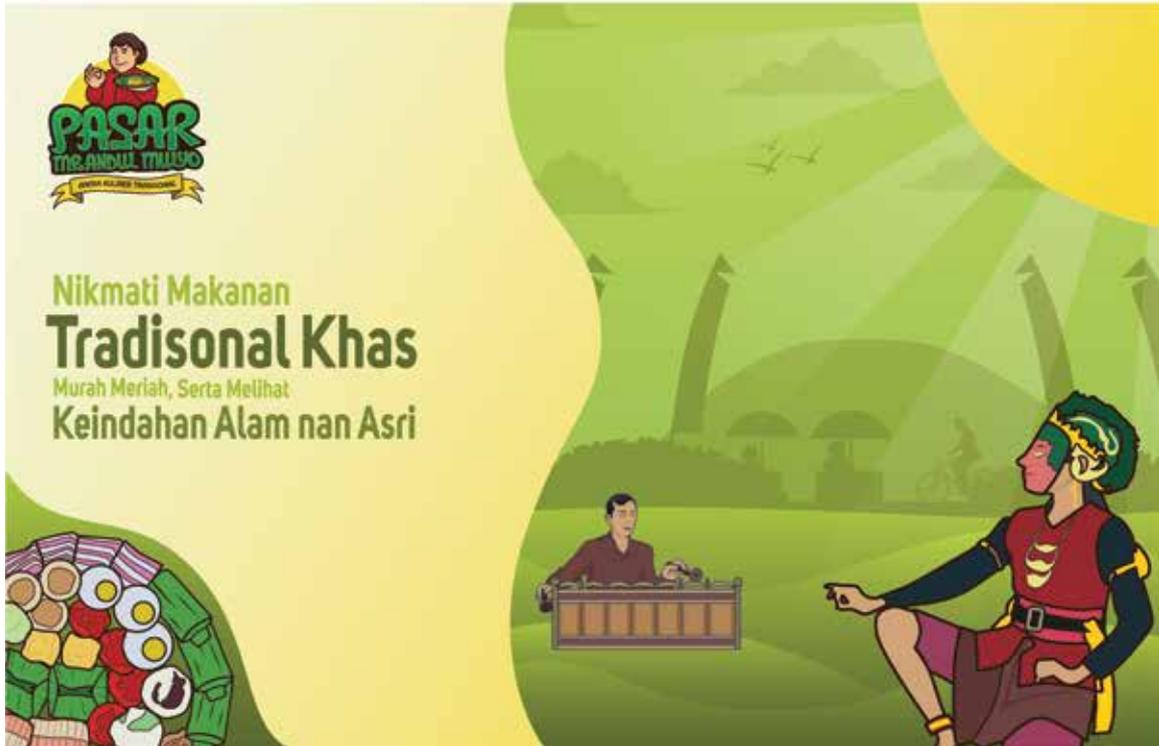


Jangan membaliakan logo

Tidak diperkenankan mengubah, memanipulasi, maupun menghiasi logo. Logo yang sudah ada tidak boleh dikomposisikan ulang, harus menggunakan komposisi yang sudah ditentukan sebelumnya.

Aplikasi Logo

Banner



Cap Surat



Kaos



Stiker



Umbul - Umbul

*Aplikasi
Logo*

Poster (media sosial)



Tampilan Home Instagram



Aplikasi Logo

Poster pasar



Poster Event



Rundown Event



Muckup foto



Daftar Pustaka

Aditiya Nugraha. 2019. *Perancangan Perancangan Ulang Bran Kaos Oleh-oleh Banyumas Demagang*. Tugas Akhir. Yogyakarta : STSRD VISI. (27 Februari 2020).

Kajianpustaka.com. *Pengertian Tujuan Unsur Dan Jenis Branding*. <https://www.kajianpustaka.com/2017/01/pengertian-tujuan-unsur-dan-jenis-branding>. (29 Februari 2020).

Maxmanroe.com. *Pengertian Branding*. <https://www.maxmanroe.com/pengertian-branding.html>. (29 Februari 2020).

Medium.com. *Apa Itu Brand*. <https://medium.com/@allenherlambang/apa-itu-brand-cc841836d2f3>. (29 Februari 2020).

Sangdes.com. *Tinjauan Umum Tentang Logo*. <https://www.sangdes.com/2015/02/tinjauan-umum-tentang-logo.html>. (29 Februari 2020).

Wikipedia. *Pengertian Branding*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Pengertian Branding](https://id.wikipedia.org/wiki/Pengertian_Branding). (29 Februari 2020).

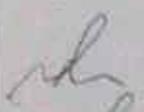
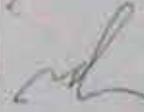
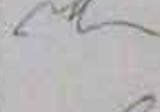
Wikipedia. *Pengertian Icon*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Pengertian Icon](https://id.wikipedia.org/wiki/Pengertian_Icon). (28 Februari 2020).

Wikipedia. *Pengertian Logo*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Pengertian Logo](https://id.wikipedia.org/wiki/Pengertian_Logo). (28 Februari 2020).

Wikipedia. *Pengertian Typeface*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Pengertian Typeface](https://id.wikipedia.org/wiki/Pengertian_Typeface). (28 Februari 2020).

LEMBAR KONSULTASI
 BIMBINGAN PENYAJIAN AKHIR
 PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

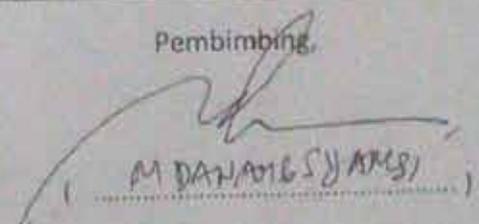
NAMA : ALFIAN WINA VUKI P NIM 0117 1005
 SEMESTER : 6 TAHUN AKADEMIK :
 JUDUL PA : Branding Pasar Kuliner Tradisional
 Mbandul Mulyo Kulan Praga
 PEMBIMBING : M. Danang Syamsi, M.Sn

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
27 Februari 2020	Perbaiki BAB 1	DI REVISI	
4 Maret 2020	Data belum lengkap	DITAMBAHKAN FOTO	
24 Maret 2020	Perbaiki BAB 2	POTENSI OK	
27 Maret 2020	Lengkapi data bab 2	DI REVISI	
4 April 2020	BAB 3 Lanjutkan	LANJUT	
28 April 2020	Revisi Desain awal BAB 4	DITAMBAHKAN GAMBAR	
4 Mei 2020	Revisi Desain	OK	
12 Mei 2020	Lanjut	DI TAMBAHKAN MASUK	
23 Mei 2020	Revisi Aplikasi Desain	OK	
		SIAP MAJU 11 Juni 2020	

Ketua Program Studi :

Pembimbing

(Dwisanto Sayogo, M.Ds)


 M. DANANG SYAMSI

