



STSRD VISI

www.stsrdvisi.ac.id

Instagram : @stsrd_visi

TUGAS

AKHIR

Desain Brand Identity dan Media Promosi Omjins Penyetan & Geprek

SEBAGAI UPAYA MEMPERLUAS TARGET PASAR

**MUHAMMAD TANDAN ARZAK
01191022**

**PROGRAM STUDI
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

2021 / 2022

**DESAIN *BRAND IDENTITY* DAN MEDIA PROMOSI
OMJINS PENYETAN & GEPREK
SEBAGAI UPAYA MEMPERLUAS TARGET PASAR**

Disusun Oleh :

MUHAMMAD TANDAN ARZAK

01191022

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
DIPLOMA III
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA**

Yogyakarta, 11 Juli 2022

Telah ditanda tangani oleh

Dosen Pembimbing



Dian Prajarini, S.T., M.Eng

NIP/NIK : 198407242015042003

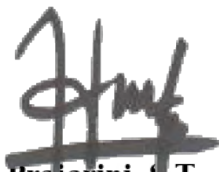
**DESAIN *BRAND IDENTITY* DAN MEDIA PROMOSI
OMJINS PENYETAN & GEPREK
SEBAGAI UPAYA MEMPERLUAS TARGET PASAR**

Tugas Akhir ini telah diuji dan dipertahankan
di hadapan tim penguji Program Studi Desain Komunikasi Visual
Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

Pada tanggal **12 Agustus 2022** di STSRD VISI Indonesia

Dewan Penguji

Pembimbing



Dian Prajarini, S.T., M.Eng

NIP/NIK : 198407242015042003

Ketua Penguji



Wahyu Tri Widadijo, M, Sn

NIP/NIK : 98093052

Mengetahui,

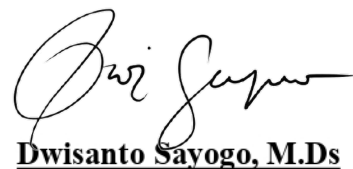
Ketua STSRD VISI



Sudjadi Tjipto Rahardjo, M.Ds

NIP/NIK : 197502132005011001

Ketua Jurusan



Dwisanto Sayogo, M.Ds

NIP/NIK : 09123113

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak, Ibu, dan adik saya tercinta, yang tidak henti-hentinya memotivasi dan memberi dukungan dalam keadaan apa pun sehingga akhirnya saya dapat menyelesaikan karya Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan perkuliahan tepat pada waktunya.
2. Pemilik UMKM Omjins Penyetan & Geprek, Mas Jindar Alfarisi, yang telah mau diajak bekerjasama dan menyempatkan waktunya untuk membantu saya dalam menyelesaikan karya Tugas Akhir ini yang juga sekaligus menyelesaikan pembuatan brand identity dan media promosi untuk Omjins Penyetan & Geprek. Semoga dengan terciptanya brand identity dan pembuatan media promosi ini, usaha Mas Jindar bisa semakin sukses.
3. Teman – teman terdekat saya, yang selalu memberikan saran dan masukan selama proses kreatif, juga selalu memberikan hiburan yang menarik sehingga meningkatkan mood saya untuk menyelesaikan karya Tugas Akhir ini.
4. Dosen Pembimbing Tugas Akhir Ibu Dian Prajarini, S.T., M.Eng selaku dosen pembimbing saya, terima kasih banyak Ibu sudah membantu selama ini, sudah menyemangati, sudah mengajari, dan mengarahkan saya sampai Tugas Akhir ini selesai.
5. Diri sendiri atas semangat dan kesetiaan untuk mau berproses ditengah pandemi sampai sejauh ini, serta keberanian untuk belajar hal yang baru.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya diberikan kesehatan dan kesempatan untuk menyelesaikan karya Tugas Akhir yang berjudul “DESAIN BRAND IDENTITY DAN MEDIA PROMOSI OMJINS PENYETAN & GEPREK SEBAGAI UPAYA MEMPERLUAS TARGET PASAR” yang diselenggarakan oleh Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia.

Adapun tujuan dari pembuatan karya Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu syarat guna mengakhiri studi pada jenjang Diploma III. Dengan terlaksananya karya Tugas Akhir ini, saya bisa mendapatkan wawasan baru dan pengalaman yang mungkin akan bermanfaat dalam bidang Desain Komunikasi Visual. Dalam penyusunan laporan ini, saya juga mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya ingin menyampaikan ungkapan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya
2. Orang tua yang telah mendukung dan memotivasi saya dalam keadaan apa pun
3. Pemilik Omjins Penyetan & Geprek, Mas Jindar Alfarisi yang telah mau diajak bekerjasama
4. Ibu Dian Prajarini, S.T., M.Eng selaku dosen pembimbing Tugas Akhir
5. Bapak Sudjadi Tjipto R., M.Ds selaku Ketua STSRD VISI
6. Bpk. Dwisanto Sayogo, M.Ds selaku Kaprodi STSRD VISI
7. Seluruh teman - teman angkatan D3 2019 yang luar biasa

Segala kebaikan yang telah diberikan seluruh pihak terkait sangat berarti karena saya dapat menyelesaikan laporan dan karya tugas akhir ini dengan sebaik - baiknya dan semaksimal mungkin. Saya juga menyadari bahwa laporan ini jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan karya Tugas Akhir ini. Semoga tersusunya karya Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukan. Amiin.

Yogyakarta, 28 Maret 2022
MUHAMMAD TANDAN ARZAK

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	1
LEMBAR PENGESAHAN	2
HALAMAN PERSEMBAHAN	3
KATA PENGANTAR	4
DAFTAR ISI	5
DAFTAR GAMBAR	6
DAFTAR TABEL	8
BAB I PENDAHULUAN	
Minat Utama	9
Skill Unggulan	9
Kesimpulan	12
BAB II PENGANTAR OBJEK PERANCANGAN	
Latar Belakang	13
Data Objek	14
Analisis SWOT	16
BAB III KONSEP DESAIN	
Konsep Verbal	17
Konsep Visual	18
BAB IV PROSES DESAIN	
Referensi Desain	21
Rough Desain	24
Alternatif Desain	26
Final Desain	27
Mockup Logo	29
Jadwal Posting & Caption Instagram	30
Hasil Posting	33
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Skills	9
Gambar 1.2 Presentase Penguasaan Software Desain	9
Gambar 1.3 Feed Instagram Aloeha Jogja	10
Gambar 1.4 Flyer Shellad	10
Gambar 1.5 Flyer Sebar Temukan	10
Gambar 1.6 Flyer Bunnis Catering	10
Gambar 1.7 Banner Boro – Boro Pizza	11
Gambar 1.8 Banner Aloeha Jogja	11
Gambar 1.9 Pamflet Iklan Jadul	11
Gambar 1.10 Pamflet Oprec OSIS SMTI	11
Gambar 1.11 Pamflet Merchandise	11
Gambar 2.1 Akun Shoopefood	14
Gambar 2.2 Akun Instagram	14
Gambar 2.3 Lokasi UMKM	14
Gambar 3.1 Logo HokBen	18
Gambar 3.2 Kombinasi warna	18
Gambar 3.3 Contoh media konvensional coffe	19
Gambar 3.4 Contoh instagram bergaya color coordinated	19
Gambar 3.5 font Chela One	20
Gambar 3.6 font Libre Franklin	20
Gambar 3.7 font Yellowtail	20
Gambar 3.8 font Sofia Pro	20
Gambar 4.1 “Gennie” di film Aladdin	21
Gambar 4.2 Kepala ayam	21
Gambar 4.3 Koki	22
Gambar 4.4 Teko / Poci	22
Gambar 4.5 Referensi perancangan logo	23

Gambar 4.6 Instagram Traffic Bun	23
Gambar 4.7 Sketsa Proses Logo	24
Gambar 4.8 Sketsa Banner	25
Gambar 4.9 Sketsa Icon	25
Gambar 4.10 Sketsa InstaStory	25
Gambar 4.11 Sketsa Feed Instagram	25
Gambar 4.12 Alternatif Desain Logo	26
Gambar 4.13 Desain Logo	27
Gambar 4.14 Desain Icon	27
Gambar 4.15 Desain InstaStory	27
Gambar 4.16 Desain Feed Instagram	28
Gambar 4.17 Desain Banner	28
Gambar 4.18 Mockup Logo	29
Gambar 4.19 Hasil Akun Instagram	33
Gambar 4.20 Hasil Reels Instagram	33
Gambar 4.21 Hasil Feed Instagram	34
Gambar 4.22 Hasil InstaStory	35

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis SWOT	16
Tabel 4.1 Jadwal Posting & Caption Instagram	30

BAB I

PENDAHULUAN

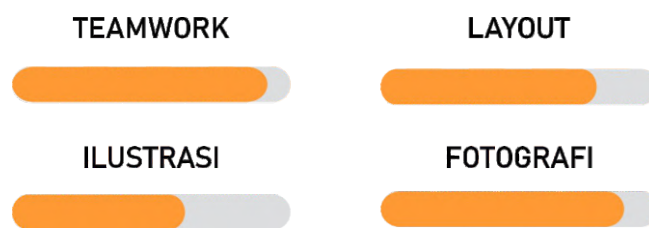
A. Minat Utama

Hidayati (2021) menyatakan bahwa di zaman teknologi yang semakin maju ini, tampilan visual menjadi sangat penting sehingga dibutuhkan orang-orang yang bisa membuat tampilan visual menjadi menarik. Karena semakin menarik, maka akan semakin menjual dan semakin mendatangkan keuntungan. Salah satu posisi yang saat ini banyak dicari oleh perusahaan adalah desainer grafis. Hampir seluruh perusahaan dibidang apapun mulai membutuhkan seorang desainer grafis. Melihat dari itu saya sebagai seorang mahasiswa Desain Komunikasi Visual semester akhir, lebih memilih fokus sebagai seorang desainer grafis yang nantinya akan sangat berguna di setiap perusahaan pada era yang serba digital ini.

B. Skill Unggulan

1. Kemampuan

Sebagai seorang mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang nantinya akan berprofesi sebagai desainer grafis, saya mampu mengoperasikan berbagai software digital, diantaranya CorelDraw, Adobe Photoshop, dan Adobe Illustrator. Ketiga software tersebut memang harus wajib dikuasai bagi seorang desainer grafis. Software yang paling sering saya gunakan dan paling saya kuasai adalah CorelDraw. Hampir setiap pekerjaan atau tugas saya selalu menggunakan CorelDraw. Selain mampu menguasai software digital, saya juga mampu membuat ilustrasi dan layout secara manual yang nantinya akan saya gunakan sebagai acuan atau konsep diproses digitalisasi.



Gambar 1.1 Presentase Skills



Gambar 1.2 Presentase Pengusaan Software Desain

2. Karya - Karya

a. Feed Instagram



Gambar 1.3 Feed Instagram Aloeha Jogja

b. Flyer



Gambar 1.4 Flyer Shellad



Gambar 1.5 Flyer Sebar Temukan #3



Gambar 1.6 Flyer Bunnis Catering

c. Banner



Gambar 1.7 Banner Boro - Boro Pizza



Gambar 1.8 Banner Aloeha Jogja

d. Pamflet



Gambar 1.9 Pamflet Iklan Judul



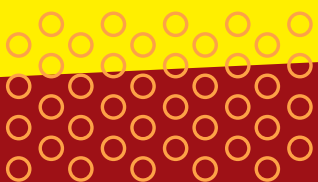
Gambar 1.10 Pamflet Oprec OSIS SMTI



Gambar 1.11 Pamflet Merchandise CF #6

C. Kesimpulan

Melihat dari karya - karya yang telah saya kerjakan, kebanyakan adalah berupa desain brand identity dan media promosi. Desain media promosi yang saya buat ini rata - rata merupakan pesanan dari client. Ada yang berupa logo, merchandise, banner, flyer, feed instagram, dan media promosi lainnya. Dikutip dari artikel Highlight Media (2020) tujuan dibuatnya desain - desain tersebut adalah untuk memberikan informasi yang tepat mengenai produk atau jasa yang dijual kepada pasar potensial dan juga membangun citra yang baik bagi nama perusahaan di mata konsumen. Sebagai seorang desainer grafis, saya sangat menyukai pekerjaan seperti ini. Selain bisa membantu perusahaan membangun citranya, saya juga bisa sekaligus mengasah skill saya diberbagai software grafis. Jadi, dapat disimpulkan bahwa saya lebih sering mendesain untuk hal yang berkaitan dengan periklanan. Melihat dari situlah saya berniat untuk membuat topik dari Tugas Akhir ini berupa desain brand identity dan media promosi.



BAB II

PENGANTAR OBJEK PERANCANGAN

A. Latar Belakang

Semua bermula dari sebuah warteg kecil berlokasi di Jl. Kaliurang Km. 2, Sleman, Yogyakarta. Dimana warteg ini buka secara 24 jam dan memiliki lokasi yang strategis bagi pelanggan. Seiring berjalannya waktu warteg ini makin kesini makin laris. Salah satu menu yang paling laris dan juga menu paling unik yaitu ayam penyet dan geprek. Ayam penyet dan geprek ini sangat diminati bagi kalangan mahasiswa dan ojek online. Hingga akhirnya, pemilik warteg tersebut memisahkan ayam penyet gepreknya sebagai sebuah terobosan baru usaha perkulineran di Yogyakarta. Usaha tersebut diberi nama Omjins Penyetan & Geprek.

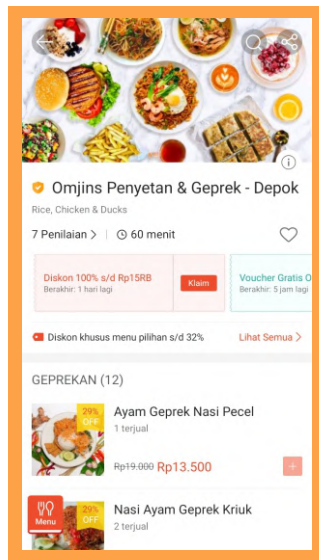
Omjins Penyetan & Geprek ini dibangun dengan properti dan suasana yang masih sederhana, bahkan bisa dikatakan masih belum lengkap dan belum mempunyai ciri khas. Desain branding seperti pembuatan logo perusahaan perlu dibuat agar para masyarakat atau pembeli dapat mengenal dan mengingat bahwa ini adalah Omjins yang menjual berbagai aneka penyetan dan geprek. Kemudian, selain pembuatan desain logo juga nantinya akan ada berbagai desain media promosi konvensional seperti banner, daftar menu, seragam, dan desain kemasan, yang mengingat belum tersedianya di sana. Selain itu ada juga media promosi digital yaitu konten instagram, mengingat bahwa saat ini instagram sangat efektif untuk berjualan.

Dengan adanya latar belakang tersebut, maka diperlukan “DESAIN BRAND IDENTITY & MEDIA PROMOSI OMJINS PENYETAN & GEPREK SEBAGAI UPAYA MEMPERLUAS TARGET PASAR” yang diharapkan desain brand identity dapat membantu meningkatkan kualitas dan nama baik Omjins Penyetan & Geprek sendiri.

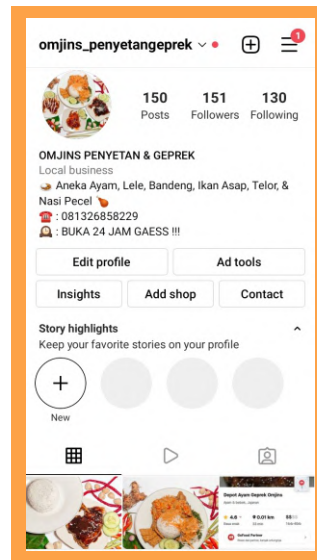
B. Data Objek

1. Profil Lengkap Objek Perancangan

Omjins Penyetan & Geprek merupakan usaha terobosan baru yang bergerak di bidang kuliner. UMKM ini benar – benar baru mulai berdiri awal tahun 2022. Usaha ini menjual berbagai aneka penyetan dan geprek ayam, lele, bandeng, ikan asap, telur, dan nasi pecel. Omjins Penyetan & Geprek ini berlokasi di Jl. Asem Gede Ruko No.5 RT. 03 RW. 11 Sambirejo, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Tidak hanya dijual secara langsung saja, Omjins Penyetan & Geprek ini juga menyediakan pesanan secara online juga melalui gofood, grabfood, dan shoopefood.



Gambar 2.1 Akun Shoopefood



Gambar 2.2 Akun Instagram



Gambar 2.3 Lokasi UMKM

2. Profil Target Audiens

a. Geografis

Sleman – Yogyakarta

b. Demografis

Jenis Kelamin : Laki – laki & Perempuan

Usia : 17 – 40 tahun

Pekerjaan : Semua pekerjaan

Pendidikan : Kalangan SMA ke atas

c. Psikografis

Tingkat Sosial : Menengah

Gaya Hidup : Modern

Kepribadian : Orang yang hobi kulineran

Tingkat Pengguna : 1x sehari

Waktu Pembelian : 3 – 5x seminggu

C. Analisis SWOT

Internal Eksternal	Strenght	Weakness
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga murah dengan porsi cukup banyak 2. Terdapat banyak varian menu penyetan dan geprek 3. Produk disukai kalangan mahasiswa dan ojek online 4. Usaha buka 24 jam
Opportunities	S - O	W - O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi tengah kota dan dekat kampus akan selalu ramai 2. Peningkatan gaya hidup konsumtif, hobi kulineran, kebiasaan konsumen <i>post</i> makanan di media sosial 3. Dengan daya inovatif dan kreatif, usaha ini memiliki kesempatan menguasai pasaran 	Omjins Penyetan & Geprek bisa menggunakan kelebihan dalam mengembangkan varian menu yang unik dan selalu buka 24 jam di lokasi yang selalu ramai yaitu di tengah kota dan dekat kampus - kampus.	Mengingat usaha ini masih baru terletak di tengah kota dekat kampus dan belum memiliki <i>brand identity</i> maupun media promosi maka akan sangat menarik jika usaha ini dikembangkan dengan daya inovatif dan kreatif.
Threats	S - T	W - T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan geprek dan penyet banyak di menu, harga, dan promo yang bervariasi 2. Pesaing sudah dikenal melalui <i>brand identity</i> (logo, warna, tagline, font, dll) 3. Pesaing gencar melakukan promosi di media sosial 	Sekalipun jam terbang yang dimiliki oleh kompetitor lebih lama dan telah memiliki logo dan media promosi, namun Omjins Penyetan & Geprek masih dapat menarik minat calon pembeli karena konsepnya yang unik.	Kurangnya sebuah <i>brand identity</i> membuat Omjins Penyetan & Geprek ini jadi kurang dikenal oleh masyarakat dan kompetitor yang memiliki jam terbang lebih lama membuat warung ini harus berusaha agar tak ketinggalan dengan kompetitornya.
<p>Strategi Utama :</p> <p>Mengingat usaha ini masih baru terletak di tengah kota dekat kampus dan belum memiliki <i>brand identity</i> maupun media promosi, maka dengan daya inovatif dan kreatifnya dilakukanlah perancangan <i>brand identity</i> dan media promosi yang sesuai nilai - nilai profesionalitas dengan gaya desain modern yang mampu menggugah selera makan orang dengan tetap menonjolkan ciri khas ayam geprek dan penyet sebagai menu utama sehingga nantinya masyarakat semakin tertarik dan lebih mengenal Omjins Penyetan & Geprek terutama masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.</p>		

Gambar 2.1 Tabel Analisis SWOT

BAB III

KONSEP DESAIN

A. Konsep Verbal

Pada perancangan brand identity dan media promosi Omjins Penyetan & Geprek ini, hasil wawancara yang saya dapatkan adalah pemilik meminta untuk dibuatkan usahanya memiliki ciri khas berwarna merah dan kuning. Tidak lupa juga saya menanyakan sebuah makna dari “Omjins” itu apa. Omjins merupakan panggilan akrab dari pemilik UMKM ini.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, saya memiliki ide untuk nantinya logo dari usaha ini adalah logo berjenis maskot. Jenis logo maskot memang selalu trend dikalangan usaha kuliner. Disamping itu, logo maskot sangat mudah dihafal dan diingat oleh orang-orang. Setelah itu, saya mendapatkan ide bagaimana jika Omjins ini kita representasikan seperti “Jin” di film Aladdin. Jin ini saya gambarkan berkepala manusia (koki), namun sesuai permintaan pemilik, lebih unik dan bermakna jika Jin tersebut nantinya diberi kepala ayam saja yang merupakan menu utama dari usaha ini. Juga nantinya Jin berkepala ayam tersebut digambarkan keluar dari sebuah teko. Adanya teko ini, menandakan bahwa terdapat minuman yang disajikan dengan teko, minuman tersebut adalah teh poci, teh poci merupakan minuman khas dari kota asal sang pemilik, yaitu Kota Tegal. Jin yang keluar dari sebuah teko pada logo ini juga mengandung makna bahwa usaha ini selalu melihat ke luar untuk terus belajar mengikuti dinamika perubahan di luar dirinya, keluar untuk membuat terobosan baru di dunia perkulineran dan disamping itu siap memenuhi permintaan atau saran yang diberikan pelanggan. Di bawah logo maskot nantinya diberi tulisan nama dari usaha ini. Pemilik Omjins pun setuju dengan konsep ini. Konsep brand identity ini nantinya akan dibuat bergaya desain fun and playful didominasi warna merah dan kuning yang kemudian diterapkan di media promosi konvensional maupun digital.

Setelah brand identity selesai, perancangan dilanjutkan ke media promosi konvensional berupa banner, apron, kemasan produk, baju, topi, dll. Tetap menggunakan warna yang dominan merah dan kuning. Kemudian, perancangan dilanjutkan ke media promosi digital yaitu pada aplikasi instagram. Konsep perancangan konten pada instagram ini, nantinya saya akan mendesain konten sebanyak 9 feed, 1 reels, 4 story beserta 6 icon story. Jenis gaya desain yang digunakan adalah color coordinated. Gaya desain ini tidak membosankan dan sangat cocok untuk akun instagram bisnis terutama jika menggunakan unsur warna yang identik dengan brand.

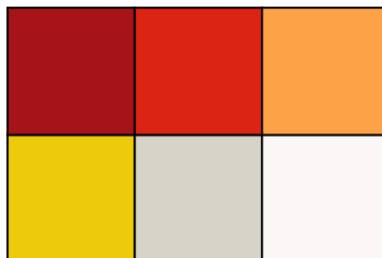
B. Konsep Visual

Dalam pengerjaan brand identity dan media promosi ini, pertama yang harus dibuat adalah sebuah logo. Jenis logo yang dipilih yaitu logo maskot. Dibuatnya logo maskot ini untuk memberikan ciri khas tersendiri pada sebuah produk agar mudah diingat oleh setiap orang. Maskot pada dasarnya adalah sebuah desain karakter dan seperti yang telah dijelaskan di konsep verbal tadi, karakter yang didesain berupa Jin berkepala ayam yang keluar dari teko. Jenis logo ini memiliki kandungan unsur warna yang cerah dan ceria yang dinilai sebagai maskot brand atau perusahaan. Logo usaha Omjins Penyetan & Geprek ini nantinya akan dibuat berjenis seperti logo HokBen, terlihat ceria menyenangkan dan terdapat outline tebal yang berfungsi untuk mempertegas logo yang ditampilkan.



Gambar 3.1 Logo HokBen
(Sumber : www.hokben.co.id)

Pada perancangan ini, kombinasi warna pada Gambar 3.2 akan digunakan sebagai warna resmi atau ciri khas dari Omjins Penyetan & Geprek, terutama akan didominasi warna merah dan kuning. Warna kuning melambangkan kehangatan dan kenyamanan, sehingga diharapkan mampu membuat rasa dari menu Omjins Penyetan & Geprek identik dengan kenyamanan yang dirasakan oleh penikmatnya. Tidak hanya itu, menurut Junaedi (2021) warna merah sendiri dipercaya mampu menumbuhkan rasa lapar dan rasa bahagia terhadap manusia. Jika keduanya digabungkan, tidak hanya menghasilkan perpaduan warna yang mencolok perhatian, namun juga dipercaya dapat membujuk orang agar tergoda untuk mencicipi makanan kita.



Gambar 3.2 Kombinasi warna

Setelah logo selesai, logo tersebut nantinya akan diterapkan diberbagai media konvensional. Diantaranya kebutuhan yang belum ada di lokasi UMKM seperti banner, apron, kemasan produk, baju, topi, dll. Kurang lebih contohnya seperti berikut.



Gambar 3.3 Contoh media konvensional coffee

(Sumber : <https://www.dreamstime.com/illustration/cafe-set-menu-package-cap-uniform.html>)

Setelah diterapkan di media promosi konvensional, perancangan dilanjutkan ke media promosi digital yaitu pada aplikasi instagram. Pada perancangan desain konten instagram ini, nantinya saya akan mendesain konten sebanyak 9 feed, 1 reels, 4 story, beserta 6 icon story. Jenis gaya desain yang saya gunakan adalah color coordinated. Bagi saya, gaya desain ini tidak membosankan dan sangat cocok untuk akun instagram bisnis. Terutama jika bisnis tersebut kuliner dan menggunakan unsur warna yang identik dengan brand. Kurang lebih contohnya seperti pada Gambar 3.4.



Gambar 3.4 Contoh Instagram bergaya color coordinated
(Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/450852612702062323/>)

Dalam pembuatan brand identity dan media promosi ini pastinya tidak lepas dengan peran tipografi, maka dari itu penggunaan dan pemilihan font sangat penting dalam kasus ini. Pada perancangan logo saya memilih menggunakan font “Chela One”, dipilihnya font tersebut karena mampu mengeluarkan kesan yang ramah, fleksibel, seru, dan mudah dibaca. Selanjutnya, untuk tulisan “Penyetan & Geprek” saya akan menggunakan font “Libre Franklin”, karena font ini terlihat efisien dan modern, sangat cocok untuk menyeimbangi komposisi dari karakter logo yang akan dibuat.

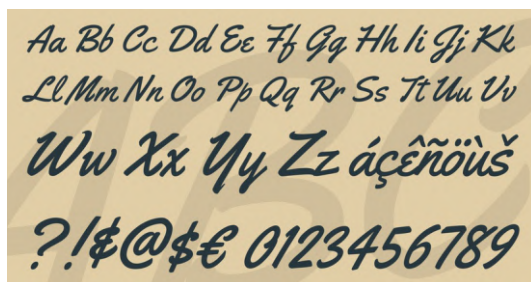


Gambar 3.5 font Chela One



Gambar 3.6 font Libre Franklin

Selanjutnya, dalam perancangan media promosi digital yaitu pada aplikasi instagram, saya akan menggunakan font “Yellowtail”, Menurut Arviana (2022) font ini berjenis Script mampu menggambarkan sesuatu yang elegan dan natural. Sementara, kombinasi fontnya saya akan menggunakan “Sofia Pro”, font ini sangat cocok menyeimbangi font “Yellowtail” mampu memberikan kesan yang sederhana dan modern.



Gambar 3.7 font Yellowtail



Gambar 3.8 font Sofia Pro

DAFTAR PUSTAKA

- Arviana, Geofanni Nerissa. 2022. *Jenis Font yang Bisa Kamu Gunakan dalam Karya Desain Grafis*. [Online].
<https://glints.com/id/lowongan/jenis-font/#.Yv4vQy5BzIV>. Diakses: 28 Maret 2022.
- Asrianti, Shelbi. 2019. *Berkenalan dengan Para Tokoh di Film Adaptasi Aladdin*. [Online].
<https://republika.co.id/berita/prxz1k328/berkenalan-dengan-para-tokoh-di-film-adaptasiem-aladdinem>. Diakses: 1 Juni 2022.
- Azmi, Nabila. 2021. *7 Cara Memadamkan Sensasi Terbakar di Mulut setelah Makan Pedas*. [Online].
<https://hellosehat.com/nutrisi/tips-makan-sehat/cara-cepat-mengatasi-kepedasan/>.
Diakses: 20 Juni 2022.
- Gabriela, Maria. 2014. *17 Kebiasaan Unik Yang Cuma Ada Di Indonesia*. [Online].
<https://www.hipwee.com/hiburan/ini-dia-kebiasaan-orang-indonesia-yang-selalu-bikin-heran-orang-bule/>. Diakses: 28 Juni 2022.
- Hidayati, Khairina. 2021. *12 Skill Ini Harus Dimiliki Desainer Grafis Berkualitas*. [Online].
<https://glints.com/id/lowongan/skill-desain-grafis/#.Yv4u4C5BzIW>. Diakses: 2 Maret 2022.
- Highlight Media. 2020. *Pengertian Brand Identity Serta Komponen & Manfaatnya*. [Online].
<https://highlight.id/pengertian-definisi-arti-identitas-merek-brand-identity-komponen-manfaat-tujuan-kegunaan-bagi-perusahaan-bisnis/>. Diakses: 2 Maret 2022.
- Junaedi, Nur Lella. 2021. *Psikologi warna: 10 Warna yang memengaruhi marketing & branding*. [Online].
<https://www.ekrut.com/media/psikologi-warna>. Diakses: 25 Maret 2022.

LAMPIRAN

A. Lembar Konsultasi Tugas Akhir



F.STSRD VISI/B.5

SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

LEMBAR KONSULTASI
BIMBINGAN TUGAS AKHIR D3
PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : MUHAMMAD TANDAN ARZAK , NIM : 01191022
SEMESTER : 6 , TAHUN AKADEMIK : 2021 / 2022
JUDUL TA : DESAIN *BRAND IDENTITY* DAN MEDIA PROMOSI OMJINS PENYETAN & GEPREK
SEBAGAI UPAYA MEMPERLUAS TARGET PASAR
PEMBIMBING : Dian Prajarini, S.T., M.Eng

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
04/03/2022	BAB I	Perbaiki kalimat2 yang tidak baku, lengkapi skill keunggulan	
22/03/2022	BAB II	Lengkapi profil objek perancangan, profil target audiens, dan Analisis SWOT	
29/03/2022	BAB III - IV	Penataan paragraf, lengkapi refrensi, tampilkan stilasi logo beri penjelasan dan langkahnya	
22/06/2022	BAB IV	Lanjut desain instastory, sumber gambar dicantumkan	
30/06/2022	BAB IV (InstaStory)	Ganti kombinasi warna, Tips penjelasan singkat aja	
01/07/2022	BAB IV (InstaStory & Mockup Logo)	Pada instastory tips penjelasan masih terlalu detail, dirangkas lagi	
07/07/2022	BAB IV (Reels)	Ganti kalimat pembuka reels yang menunjukkan kelebihan produk	
08/07/2022	BAB IV (Reels)	Ganti fontnya jenis sans serief aja	
08/07/2022	BAB IV (Reels)	ACC SIDANG	

Ketua Jurusan :

(Dwisanto Sayogo, M.Ds)

Pembimbing,

(Dian Prajarini, S.T., M.Eng.

B. Formulir Pendaftaran Sidang Tugas Akhir

F.STSRD VISI/B7

FORMULIR PENDAFTARAN SIDANG UJIAN TUGAS AKHIR (TA) D3 / SKRIPSI S1

Yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama	MUHAMMAD TANDAN ARZAK
NIM	01191022
Program Studi	D3
Dosen Pembimbing	Dian Prajarini, S.T., M.Eng
Judul TA / Skripsi	DESAIN <i>BRAND IDENTITY</i> DAN MEDIA PROMOSI OMJINS PENYETAN & GEPREK SEBAGAI UPAYA MEMPERLUAS TARGET PASAR
Rencana Pelaksanaan Sidang	<i>Tatap muka</i>
Nomer WA aktif	085711847179

*(Coret yang tidak perlu)

Mengajukan diri sebagai peserta sidang TA/Skripsi tahun akademik 2021/2022 dan menyatakan bersedia memenuhi persyaratan ujian Tugas Akhir/Skripsi:

1. Video presentasi max. 15 menit format MP4 (1280x720) ukuran maksimal 100 mb. (medium bitrate preset)
2. Menyerahkan formulir pendaftaran sidang ujian TA/Skripsi dalam format PDF.
3. Menyerahkan transkrip nilai yang bersumber dari Ecampus calon peserta sidang, didalamnya telah lulus semua mata kuliah minimal C dalam format PDF.
4. Menyerahkan bendel TA/Skripsi dalam format PDF.
5. Tambahan file khusus S1 berisi : Judul, Bab 1, Bab 2 & daftar pustaka yang digabung dalam format PDF untuk pengecekan plagiarsime.
6. Menyerahkan lembar konsultasi TA/Skripsi yang ditandatangani dan disetujui Dosen pembimbing TA/Skripsi dalam format PDF.
7. Mengirimkan semua persyaratan ujian TA/Skripsi ke email/google drive stsrervisita@gmail.com dengan subjek:
 - a. TA D3 : TA_Nama_Nim
 - b. Skripsi S1 : Skripsi_Nama_Nim
8. Peserta sidang *online* peserta bersedia menyiapkan aplikasi ZOOM dan jaringan internet yang optimal.

Yogyakarta, 10 Juli 2022

Mengetahui,
Pembimbing TA/Skripsi


(Dian Prajarini, S.T., M.Eng.)

Mahasiswa,


(MUH. TANDAN ARZAK)

C. Dokumentasi Sidang Tugas Akhir

