

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL R.M SATE PAK YANTO



Diajukan Oleh :

- 1. MAULANA WAHYUDI / 061210005**
- 2. M. YUSUP / 061210001**

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat

Mencapai Gelar Ahli Madya

PALEMBANG

2024

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL R.M SATE PAK YANTO



Diajukan Oleh :

1. MAULANA WAHYUDI / 061210005

2. M. YUSUP / 061210001

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat

Mencapai Gelar Ahli Madya

PALEMBANG

2024

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING LAPORAN TUGAS AKHIR

NAMA/NPM : 1. MAULANA WAHYUDI / 061210005
2. M. YUSUP / 061210001
PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA
JUDUL : PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL R.M
SATE PAK YANTO

Tanggal : 29 Juni 2024

Pembimbing,

Mengetahui,

Rektor,



Didiek Prasetya, S.Pd., M.Sn

NIDN : 0226028201



Benedictus Effendi, S.T., M.T.

NIP: 09.PCT.13

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI LAPORAN TUGAS AKHIR

NAMA/NPM : 1. MAULANA WAHYUDI / 061210005
2. M. YUSUP / 061210001
PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA
JUDUL : PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL R.M
SATE PAK YANTO

Tanggal : 29 Juni 2024

Penguji 1,



Eko Setiawan, S.Kom., M.Kom

NIDN: 0208098703

Tanggal : 29 Juni 2024

Penguji 2,



Muhammad Jhonsen Syaftriandi, S.Kom., M.Kom

NIDN: 0229069301

Menyetujui,

Rektor



Benedictus Effendi, S.T., M.T.

NIP: 09.PCT.13

MOTTO:

***JANGAN PERNAH MENINGGALKAN PALESTINE
DALAM SETIAP DO'A KITA
(HAMBA ALLAH)***

***JIKA DISINI DKV TIDAK ADA,
MAKA SELAMANYA DEKAGEVIS SELALU ADA
@Dekageviss #dekagevisneverdie***

***JANGAN BERSEDIH KARENA KITA BERPISAH,
TAPI BERSENGLAH KITA PERNAH ADA
@Pidibaiq***

Kupersembahkan kepada:

1. Allah yang maha Esa.
2. Ayah dan Ibu tercinta.
3. Kekasih tercinta.
4. Guru yang ku hormati.
5. Saudara seperjuangan.
6. Untuk diri sendiri.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian dari syarat mencapai gelar ahli madya. Laporan ini diberi judul “**Perancangan Identitas Visual R.M Sate Pak Yanto**”.

Laporan Tugas Akhir ini dapat disusun dengan baik berkat bantuan dari pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukugan sebagai bahan masukan bagi penulis. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. **Tuhan Yang Maha Esa**, yang telah memberikan limpahan rahmat, ilmu yang bermanfaat dan kesehatan.
2. **Bpk. Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom.** Sebagai Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual
3. **Bpk. Didiek Prasetya, S.Pd., M.Sn** Sebagai Dosen Pembimbing Laporan Tugas Akhir.
4. **Bpk. Yanto** Sebagai pemilik R.M Sate Pak Yanto
5. **Orang Tua dan Teman-Teman** yang telah memotivasi dan mendukung saya sehingga terselesaikannya laporan ini dengan baik.

Penulis sadar bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Demi kesempurnaan laporan ini. Akhir kata, semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis, khususnya pembaca.

Palembang, 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Manfaat Bagi Umum	4
1.5.2 Manfaat Bagi Penulis	4
1.5.3 Manfaat Bagi Akademik.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Identitas Visual.....	5

2.1.2	Tujuan Identitas Visual.....	6
2.1.3	Strategi perancangan.....	6
2.1.4	Standar identitas visual.....	7
2.1.5	Nama.....	7
2.1.6	Logo.....	7
2.1.7	Warna.....	8
2.1.8	Tipografi.....	8
2.1.9	Ilustrasi.....	9
2.1.10	Layout.....	9
2.2	Penelitian Terdahulu.....	10
2.3	Kerangka Penelitian.....	19
2.4	Identifikasi Masalah.....	20
2.5	Metode Pengumpulan Data.....	20
2.6	Hasil Perancangan.....	21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Objek dan Waktu Penelitian.....	24
3.1.1	Objek.....	24
3.1.2	Observasi.....	24
3.1.3	Waktu Penelitian.....	25
3.2	Jenis Data.....	26
3.3	Metode Perancangan.....	27

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil.....	36
4.1.1	Orientation.....	36
4.1.2	Analysis.....	36
4.1.3	Consepts.....	37
4.2	Pembahasan.....	40

4.2.1 Karya Pendukung	40
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	xv
HALAMAN LAMPIRAN	xvii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hasil Logo Serbuk Bawang Dayak.....	15
Gambar 2.2 Hasil Logo djoeragan.....	16
Gambar 2.3 hasil logo Makan Segala.....	17
Gambar 2.4 Hasil Logo Bakery cherry	18
Gambar 2.5 Kerangka Penelitian	19
Gambar 3.1 Proses wawancara.....	27
Gambar 3.2 Pertanyaan Sate Pak Yanto	27
Gambar 3.3 Konsep Visual	29
Gambar 3.4 Palet Warna.....	30
Gambar 3.5 Jenis Font	30
Gambar 3.6 Sketsa X-Banner	31
Gambar 3.7 Sketsa Poster	32
Gambar 3.8. Sketsa Buku Menu	32
Gambar 3.9 Sketsa Stiker	33
Gambar 3.10 Modul Sketsa Sistem Identitas.....	34
Gambar 4.1 Sketsa Logo Final	37
Gambar 4.2 Sketsa Karya A2	38
Gambar 4.3 Sketsa Karya A3	39
Gambar 4.4 Sketsa Media Follow Up	39
Gambar 4.5 Digital Hasil Logo	39

Gambar 4.6	Karya A2 dan A3	40
Gambar 4.7	Karya X-Banner	41
Gambar 4.8	Hasil Jadi <i>T-Shirt</i>	42
Gambar 4.9	Hasil Jadi Buku Menu	42
Gambar 4.10	Hasil Jadi Stiker	43
Gambar 4.11	Hasil Jadi Brand Book	43
Gambar 4.12	<i>Packging</i>	44
Gamba4 4.13	X-Banner	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. *Form* Konsultasi LTA

Lampiran 2. Surat Balasan Riset

Lampiran 3. *Form* Topik dan Judul

Lampiran 4. *Form* Kelayakan

Lampiran 5. Surat Pernyataan

Lampiran 6. *Form* Revisi Ujian Proposal

Lampiran 7. *Form* Revisi Ujian Kompre

ABSTRACT

M. YUSUP, MAULANA WAHYUDI. *Visual Identity Design of R.M Satay Pak Yanto*

R.M Satay Pak Yanto is a local business of residents of Muktijaya village, Oki district, Air sugihan sub-district which sells typical madura satay dishes. but R.M Satay Pak Yanto does not yet have a Logo as a Visual Identity because Visual Identity is the main element in presenting its existence and purpose to the general public. so it requires a logo in order to increase attractiveness and market reach while building consumer interest and trust. therefore the author designs a Visual Identity for R.M Satay Pak Yanto which is expected to strengthen the brand image, make it easier for the public and potential customers to remember and recognize R.M Satay Pak Yanto.

Keywords: *Visual Identity, Logo, R.M Satay.*

ABSTRAK

M. YUSUP, MAULANA WAHYUDI. Perancangan Identitas Visual R.M Sate Pak Yanto

R.M Sate Pak Yanto merupakan usaha lokal warga desa Muktijaya, kabupaten Oki, kecamatan Air sugihan yang menjual hidangan sate khas madura. namun R.M Sate Pak Yanto belum memiliki Logo sebagai Identitas Visual karena Identitas Visual merupakan element utama dalam mempresentasikan eksistensi dan tujuannya ke khalayak umum. sehingga membutuhkan logo agar dapat meningkatkan daya tarik dan jangkauan pasar sambil membangun minat dan kepercayaan konsumen. oleh karena itu penulis merancang Identitas Visual untuk R.M Sate Pak Yanto diharapkan mampu memperkuat citra merek, memudahkan masyarakat maupun calon pelanggan dalam mengingat dan mengenali R.M Sate Pak Yanto.

Kata Kunci: Identitas Visual, Logo, R.M Sate.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dalam dunia bisnis di Indonesia pada saat ini semakin meningkat dan terus bertambah dari hari ke hari. Mulai dari bisnis di bidang jasa, transportasi, finansial, properti, kuliner dan banyak lagi. Salah satu bisnis yang sering kita cari yaitu kuliner tidak heran bisnis kuliner saat ini semakin bersaing, baik itu *restaurant* maupun UMKM, tidak heran bisnis kuliner ini banyak macamnya mulai dari bakso, *seafood* maupun sate.

Industri kuliner sate ayam merupakan salah satu industri makanan khas Kabupaten Ponorogo. Perkembangan industri kuliner memberikan peluang yang menjanjikan bagi masyarakat untuk membuka usaha kuliner sate ayam, ditandai dengan terdapat beberapa kawasan yang khusus. Dari banyaknya pelaku usaha sate ayam tidak dapat dihindari terjadinya persaingan antar pelaku usaha kuliner sate ayam.

Sate dikenalkan dari pedagang India yang datang ke Pulau Jawa dan mengenalkan sajian daging di tusuk ini. Di Indonesia, sate dikenal dari Ponorogo Jawa Timur sejak abad ke-15 kata sate diambil dari Bahasa Jawa yakni “Sak Beteng” yang berarti satu tusuk. Pada abad ke-15 sate diketahui bupati Ponorogo dan menjadi makanan warok (tokoh masyarakat) pada kala itu. (Sari, W. N., Gadu, P., & Mahsun, M. 2023).

Sate Pak Yanto adalah sate yang di buat dari daging ayam yang di potong kecil-kecil seperti dadu yang kemudian ditusukan pada tusukan sate yang

umumnya dari bambu kemudian di bakar di atas bara api arang, dan di beri bumbu kacang.

Sate Pak Yanto merupakan sate Madura yang memiliki menu utama sate ayam, kemudian diikuti menu ringan seperti gorengan, dan minuman seperti kopi, es teh. Sate Pak Yanto berada di Desa Muktijaya Kabupaten Ogan Komering Ilir Kecamatan Air Sugihan. Rumah makan sate pak yanto ini sudah lama berdiri sejak tahun 2015. Kendala pertama yang di hadapi R.M Sate Pak Yanto adalah belum memiliki merek/identitas yang mudah di kenali oleh calon konsumen. Permasalahan yang kedua adalah R.M Sate Pak Yanto belum memiliki buku menu tanpa buku menu sebagai panduan kemungkinan terjadi kesalahan dalam memesan makanan. Pelanggan mungkin mengira bahwa rumah makan tersebut menyediakan satu hidangan saja. Karena itulah diperlukannya taktik penjualan dengan *trend* yang ada saat ini.

Memasuki dunia *modern*, perkembangan cara mempromosikan suatu produk atau *brand* mulai memasuki era digital sehingga di butuhkan identitas visual suatu produk untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk tersebut. Identitas visual perusahaan merupakan pembeda antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya untuk menjaga image atau citra yang dapat menjadi daya tarik perusahaan tersebut. Aspek perusahaan yang memperhatikan citra perusahaan dari semua aspek fisik adalah identitas visual.

Perancangan identitas visual dengan membuat logo perusahaan merupakan sebuah investasi jangka panjang dalam membangun usaha rumah makan sate Pak Yanto ini. Untuk menarik pembeli dan membangun potensi untuk semakin

banyak konsumen mengenali produk tersebut. logo merupakan sebuah identitas perusahaan yang bertujuan untuk dikenali masyarakat luas. logo bisa diumpamakan seperti wajah manusia berbeda antara satu sama yang lain untuk dapat dikenali orang lain. Begitu juga dengan logo, memiliki bentuk dan warna yang berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya atau disebut dengan simbol, yang memiliki sebuah visi untuk menyampaikan citra positif dan perusahaan tersebut.

Oleh karena itu penulis memilih topik “Perancangan Identitas Visual R.M Sate Pak Yanto” sebagai judul tugas akhir. Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk membantu R.M Sate Pak Yanto dalam pembuatan logo. Identitas visual yang baik akan membantu memperkuat kesan dan citra dari R.M Sate Pak Yanto yang ingin disampaikan kepada pelanggan, serta memudahkan calon pelanggan dalam mengingat dan mengenali di tengah persaingan pasar yang semakin kuat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merumuskan bagaimana cara merancang identitas visual R.M Sate Pak Yanto, agar memiliki ciri khas dan citra tersendiri dari R.M Sate Pak Yanto.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang dipilih penulis memilih judul yaitu “Perancangan Identitas Visual R.M Sate Pak Yanto” adapun ruang lingkup penelitian ini hanya dibatasi pada perancangan logo dan media pendukung lainnya berupa (poster, x-banner, baju dan stiker) sebagai identitas visual guna mempromosikan R.M Sate Pak Yanto.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah menawarkan konsep logo RM Sate Pak Yanto agar memiliki karakter dan pembeda dari para pesaing supaya mudah dikenal oleh konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

Meningkatkan kualitas dan kreatifitas penulis dalam memecahkan masalah dalam bentuk hasil karya desain komunikasi visual yang di wujudkan dalam hal perancangan logo. Selain itu penulis juga dapat membantu memecahkan masalah dalam bidang desain komunikasi visual untuk membantu pelaku usaha.

1.5.2 Manfaat Bagi Umum

Strategi identitas visual ini diharapkan dapat mengenalkan R.M Sate Pak Yanto sehingga dapat mempermudah pemilik usaha menjalankan bisnisnya. Serta unuk memberikan kontribusi berupa pemikiran atau temuan-temuan mengenai identitas visual atau penelitian yang sejenis sehingga dapat di jadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5.3 Manfaat Bagi Akademik

Sebagai bahan rujukan yang memberikan pengetahuan tentang *branding* logo bagi mahasiswa dan dosen. Serta memberi sedikit pengetahuan tentang bagaimana cara kita memperkenalkan *brand* dengan konsisten dengan sebuah panduan, juga sebagai referensi bagi mahasiswa

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Identitas Visual

Menurut Victor Adihulung (2018) identitas visual memiliki makna sebagai segala bentuk identitas sebuah brand atau produk yang dapat diidentifikasi secara visual, merupakan wajah pertama yang akan dikenal oleh masyarakat. Menurut Kurniansyah (2021) identitas visual adalah citra visual yang berbentuk logo dan turunan-turunannya yang menggambarkan nilai-nilai, karakteristik dan visi misi dari suatu perusahaan. Citra visual yang menjadikan pembeda antara suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Sehingga perusahaan lebih mudah dikenali oleh audiens dan didukung oleh karakteristik khas yang ditampilkan

Kevin Lane Keller menyatakan bahwa brand identity adalah aspek yang membantu membedakan merek dari pesaingnya dan menciptakan kesadaran dan loyalitas merek. Ini mencakup semua elemen yang dapat diidentifikasi dan dikaitkan dengan merek, seperti nama, logo, slogan, dan desain kemasan.

Berdasarkan kutipan diatas, identitas visual dapat diartikan segala bentuk atau objek dapat dikenali oleh audiens melalui karakteristik yang dapat membedakan antara satu dan lainnya. Identitas sangatlah penting sebagai simbol dari karakter perusahaan, organisasi.

2.1.2 Fungsi dan Tujuan Identitas Visual

Fungsi Identitas Visual yaitu menyampaikan pesan dalam bentuk visual. Hal ini dipertegas oleh definisi kaputa dalam bukunya “You are a Brand” mengatakan bahwa identitas visual adalah penyampaian pesan yang ingin diungkapkan secara visual (Kaputa, 2011:89)

Tujuan Identitas Visual adalah untuk membangun kepercayaan konsumen. Kepercayaan tersebut akan membuat konsumen kembali. Yang mana dapat didefinisikan bahwa desainer hendak menyampaikan pesan atau citra merek yang ingin diungkapkan secara visual berupa simbol ciri khas yang berbeda dari yang lainnya (logo, nama, warna dan tipografi) untuk mendapatkan kepercayaan konsumen (Rustan, 2010).

2.1.3 Strategi Perancangan Identitas Visual

R.M Sate Pak Yanto merupakan sebuah usaha lokal warga desa Muktijaya kabupaten Ogan Komering Ilir kecamatan Air Sugihan. Dalam perancangan identitas visual ini rancangan desain juga dapat dipromosikan dalam berbagai media sosial seperti Instagram, Facebook dan WhatsApp. Perancangan identitas visual ini disusun menggunakan strategi penelitian dengan metode kualitatif yang bertujuan untuk mengumpulkan dan mengolah data secara sistematis. Dengan strategi tersebut diharapkan dapat membantu R.M Sate Pak Yanto dalam meningkatkan loyalitas konsumen, mendapatkan lebih banyak konsumen, serta berdampak pada peningkatan penghasilan R.M Sate Pak Yanto.

2.1.4 Standar Identitas Visual

Logo berasal dari bahasa Yunani yaitu logos yang berarti pikiran atau penyajian atau tampilan nama, bentuk seragam, tulisan, atau ciri khas perusahaan secara visual (Anggoro, 2001). Namun perlu diperhatikan, logo harus tetap simpel dan fleksibel, baik secara bentuk, warna, ukuran. karena logo akan diaplikasikan dalam berbagai identitas visual lain dalam berbagai media. Selain itu logo simpel juga akan mudah diingat oleh masyarakat. Berikut standar identitas visual dari R.M Sate Pak Yanto:

	Unik	Simpel	Fleksibel
Bentuk	✓	✓	✓
Warna		✓	
Ukuran			✓

Tabel 2.1 Standar Identitas Visual Logo RM Sate Pak Yanto
(Sumber: Penulis, 2024)

Ada beberapa elemen dalam sistem identitas visual yaitu:

2.1.5 Nama

Nama merupakan salah satu inti dari membangun sebuah entitas. Rustan (2017) menyatakan, semua atribut identitas lainnya seperti logo, tipografi, warna, images, dan lain-lain dibangun dengan berpijak pada nama. Sehingga secara sederhana dapat dipahami bahwa nama adalah awal dari entitas itu dapat dikenal oleh konsumen.

2.1.6 Logo

Logo berasal dari bahasa Yunani yaitu “logos”, yang berasal dari kata, pikiran, pembicaraan serta akal budi. Kata logo diambil dari kata logotype.

Dan seiring perkembangan waktu berubah menjadi logo. Menurut Rustan (2021:14) logo adalah pembeda visual berisi tulisan, gambar, atau kombinasi atau keduanya yang didesain khusus untuk mewakili sebuah brand.

2.1.7 Warna

Warna, adalah salah satu elemen yang memiliki daya pikat kuat bagi konsumen. Rustan dalam buku Mendesain Logo (2017), menyatakan umumnya ada dua macam warna dalam merancang identitas visual yaitu warna pada logo dan warna untuk corporate color / warna perusahaan. Warna corporate color digunakan dalam aplikasi-aplikasi desain menggunakan warna yang sama dengan warna pada logo, namun ada juga yang memperluas jangkauan area warnanya.

2.1.8 Tipografi

Umumnya tipografi adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang penataan huruf cetak. Bermula dari istilah Yunani, typos dan graphe. Tipografi juga disebut seni yang mempelajari huruf dan keterbacaan huruf. Penggunaan tipografi pada sebuah karya merupakan elemen yang penting pada sebuah karya agar memaksimalkan pemahaman terhadap pesan yang disampaikan. Pemilihan jenis huruf dan ukuran sangat perlu dipertimbangkan legibility dan keterbacaan pada sebuah karya, karena bentuk huruf dan penempatannya dapat mempengaruhi tingkat keterbacaan. Jenis huruf dan penempatan disesuaikan dengan konsep desain pada sebuah karya yang akan dibuat (Sihombing, 2017).

2.1.9 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan seni yang didalamnya menyertakan gambar, foto ataupun diagram, dijelaskan juga bahwa ilustrasi dapat menjelaskan suatu maksud dengan berbagai bentuk yang dapat dilihat oleh indra mata (Maharsi, 2016). Kata ilustrasi diambil dalam bahasa latin, “Illustrate” yang bermakna menjelaskan atau menerangkan, dengan demikian gambar ilustrasi diartikan sebagai gambar yang bersifat sekaligus berfungsi untuk menerangkan suatu peristiwa. Ada pula yang mengatakan ilustrasi berasal dari kata ilusi, yang artinya gambaran angan-angan yang menyerupai hiasan belaka. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ilustrasi merupakan sebuah gambar yang dapat dilihat oleh indra penglihatan/mata yang berfungsi untuk memperjelas atau menerangkan suatu gambaran.

2.2.10 Layout

Layout secara bahasa adalah tata letak. Layout secara umum adalah penyusunan elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Secara lebih spesifik Layout adalah suatu kegiatan menyusun, mengatur dan memadukan unsur komunikasi grafis (text, gambar, tabel) menjadi komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik (Hendratman 85).

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Nama Jurnal	Hasil Penelitian
1	Riantika Norma Noviantari, Asidigisianti Surya Patria	PERANCANGAN BRAND IDENTITY SERBUK BAWANG DAYAK BUNIC	Jurnal Barik, Vol. 1 No. 2, Tahun 2020, 247 – 260 https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/	Pada penelitian ini, penulis melakukan perancangan brand identity bertujuan untuk memudahkan konsumen mengenal produk sehingga dapat meningkatkan brand awareness di masyarakat. Hasil perancangan desain logo dan desain label kemasan, diharapkan mampu meningkatkan daya jual produk.

2	Kenny Rachmansyah Ardi wijaya, Muh Ariffudin Islam	PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DJOERAGAN KUE LEKKER SURABAYA	Jurnal Barik, Vol. 5 No. 1, Tahun 2023, 198 – 212 https://ejournal.unesa.ac.id/Index.php/JDKV/ e-ISSN: 2747 - 1195	Pada penelitian ini penulis melakukan perancangan bertujuan untuk merancang identitas visual yang diharapkan melalui identitas visual ini dapat diaplikasikan terhadap berbagai media cetak maupun digital untuk meningkatkan kesadaran merk serta mampu dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga mampu bersaing dengan UMKM sejenis.
---	--	---	--	---

3	Byan Aristia Ramadhanti, Fariha Eridani Naufalina, Novian Denny Nugraha	PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MAKAN SEGALA	e-Proceeding of Art & Desain : Vol. 10, No. 6 Desember 2023 Page 9659 ISSN: 2355-9349	Pada penelitian ini penulis bertujuan untuk merancang sebuah sistem identitas visual agar dapat dikenali masyarakat melalui media visual. Perancangan identitas visual menghasilkan sebuah logo, yang kemudian dilanjutkan dengan penciptaan Graphic Standard Manual (GSM), hal tersebut diharapkan dapat membantu untuk menciptakan sistem visual yang akan dipakai pada media yang dapat dilihat, untuk membantu
---	--	--	--	--

				meningkatkan kemampuan masyarakat untuk mengetahui Makan Segala melalui media visual.
4	Chealza Nuansa de Riandra, Muh Ariffudin Islam	PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL CATERING & BAKERY CHERRY	Jurnal Barik, Vol.2 No. 2, Tahun 2021, 43-56 https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/ e-ISSN: 2747-1195	Pada penelitian ini penulis memahami pentingnya membangun identitas visual untuk brand-nya, melalui analisis kebutuhan diketahui bahwa selama ini Catering & Bakery Cherry tidak memiliki konsep desain yang khusus, sehingga konsumen lebih mengenal nama owner dari pada nama brand-nya, Terlihat pada logo

				<p>yang digunakan berbeda antara Catering & Bakery Cherry. Oleh karena itu dibutuhkan perancangan desain identitas visual yang meliputi warna, pattern, serta redesain logo bertujuan agar usaha UMKM ini konsisten dan menjadi sebuah ciri khas setiap produk mereka serta dapat lebih dikenal oleh masyarakat.</p>
--	--	--	--	--

Penelitian terdahulu ini bertujuan untuk mendapatkan data sebagai bahan perbandingan dan sebagai acuan. Selain itu juga, untuk menghindari kesamaandengan penelitian ini. Maka dari itu dalam kajian pustaka ini penelitian mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut: Hasil penelitian Riantika Norma Noviantari, Asidigisianti Surya Patria (2020)

Penelitian Riantika Norma Noviantari, Asidigisianti Surya Patria (2020) yang berjudul “Perancangan Brand Identity Serbuk Bawang Dayak Bunic”. Pada penelitian ini, penulis melakukan perancangan brand identity bertujuan untuk memudahkan konsumen mengenal produk sehingga dapat meningkatkan brand awareness di masyarakat. Hasil perancangan desain logo dan desain label kemasan, diharapkan mampu meningkatkan daya jual produk.



Gambar 2.1 Hasil Logo Serbuk Bawang Dayak Bunic

(Sumber: Perancangan Brand Identity Serbuk Bawang Dayak Bunic)

Hasil penelitian Kenny Rachmansyah Ardi wijaya, Muh Ariffudin Islam (2023) Penelitian Kenny Rachmansyah Ardi wijaya, Muh Ariffudin Islam yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Djoeragan Kue Lekker Surabaya”. Pada penelitian ini penulis melakukan perancangan bertujuan untuk merancang identitas visual yang diharapkan melalui identitas visual ini dapat diaplikasikan terhadap berbagai media cetak maupun digital untuk meningkatkan kesadaran merk serta mampu dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga mampu bersaing dengan UMKM sejenis.



Gambar 2.2 Hasil Logo Djoeragan Kue Lekker Surabaya

(Sumber: Perancangan Identitas Visual Djoeragan Kue Lekker Surabaya)

Hasil penelitian Byan Aristia Ramadhanti, Fariha Eridani Naufalina, Novian Denny Nugraha (2023). Penelitian Byan Aristia Ramadhanti, Fariha Eridani Naufalina, Novian Denny Nugraha yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Makan Segala”. Pada penelitian ini penulis bertujuan untuk merancang sebuah sistem identitas visual agar dapat dikenali masyarakat melalui media visual. Perancangan identitas visual menghasilkan sebuah logo, yang kemudian dilanjutkan dengan penciptaan Graphic Standard Manual (GSM), hal tersebut diharapkan dapat membantu untuk menciptakan sistem visual yang akan dipakai pada media yang dapat dilihat, untuk membantu meningkatkan kemampuan masyarakat untuk mengetahui Makan Segala melalui media visual.



Gambar 2.3 Hasil Logo Makan Segala

(Sumber: Perancangan Identitas Visual Makan Segala)

Hasil penelitian Chealza Nuansa de Riandra, Muh Ariffudin Islam (2021). Penelitian Chealza Nuansa de Riandra, Muh Ariffudin Islam yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry”. Pada penelitian ini penulis memahami pentingnya membangun identitas visual untuk brand-nya, melalui analisis kebutuhan diketahui bahwa selama ini Catering & Bakery Cherry tidak memiliki konsep desain yang khusus, sehingga konsumen lebih mengenal nama owner dari pada nama brand-nya, Terlihat pada logo yang digunakan berbeda antara Catering & Bakery Cherry. Oleh karena itu dibutuhkan perancangan desain identitas visual yang meliputi warna, pattern, serta redesain logo bertujuan agar usaha UMKM ini konsisten dan menjadi sebuah ciri khas setiap produk mereka serta dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

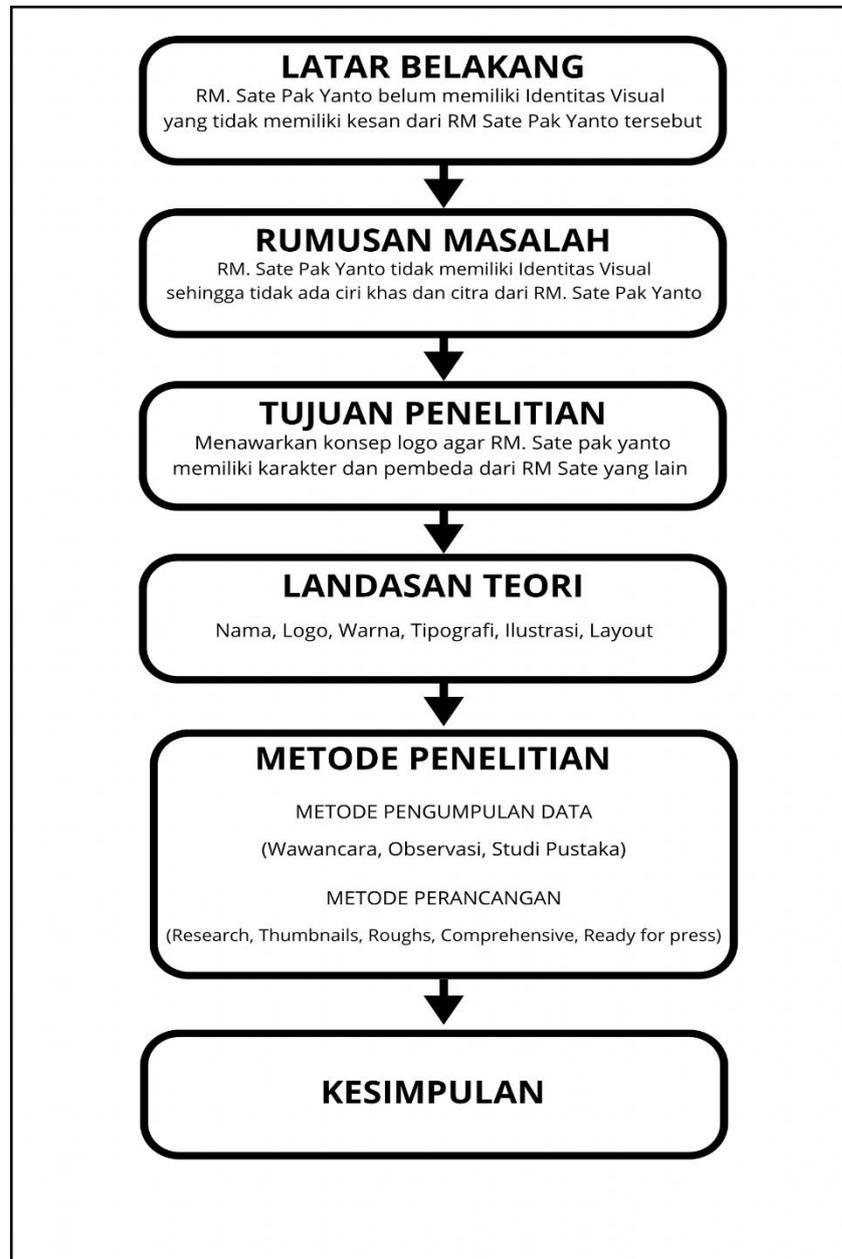


Gambar 2.4 Hasil Logo Catering & Bakery Cherry

(Sumber: Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry)

2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka pada penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2.5 Kerangka Penelitian

(Sumber: Penulis, 2024)

2.4 Identifikasi Masalah

Pada penelitian ini dapat diidentifikasi permasalahan terkait logo sebagai identitas visual yang belum dimiliki oleh R.M Sate Pak Yanto sehingga kurang mudah dikenali oleh masyarakat, karena identitas visual merupakan elemen utama dalam merepresentasikan eksistensi dan tujuannya ke khalayak umum.

Kemudian penulis merancang identitas visual untuk R.M Sate Pak Yanto diharapkan lebih mudah dikenali dengan mempertimbangkan beberapa elemen penting yaitu logo, warna, tipografi dan layout yang nantinya diharapkan mampu memudahkan masyarakat maupun calon pelanggan dalam mengingat dan mengenali R.M Sate Pak Yanto.

2.5 Metode Yang Digunakan

2.5.1 Metode Pengumpulan Data

3.3.1.1 Wawancara

Wawancara menurut Sugyono (2014) merupakan proses untuk memperoleh data untuk penelitian dengan cara tanya jawab dengan bertatap muka antara penanya dengan narasumber. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara atau survey langsung ke subyek penelitian dengan cara memberikan pertanyaan langsung atau berbicara secara lisan dengan pemilik UMKM.

3.3.1.2 Observasi

Menurut Sugiyono (2014: 145) observasi dapat dilakukan pada apapun dan tidak berfokus pada manusia. Dalam penelitian ini

instrumen observasi dilakukan secara tidak tertata. Sebab observasi yang dilakukan tidak disusun secara sistematis.

3.3.1.3 Studi pustaka

Menurut Sugiyono (2015: 140) studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah.

Dalam perancangan ini, objek penelitian adalah identitas visual dari RM Sate Pak Yanto. Oleh karena itu penulis mencari segala informasi dan melakukan analisa terkait dengan objek penelitian, yang memiliki tujuan untuk memahami lebih baik lagi mengenai permasalahan terhadap logo R.M Sate Pak Yanto.

2.6 Hasil Perancangan/Simulasi

1. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan adalah untuk merancang identitas visual sebagai bentuk identitas yang mewakili R.M Sate Pak Yanto dalam mempromosikan usahanya sehingga diharapkan dapat mudah dikenali oleh masyarakat atau calon pelanggan.

2. Konsep Logo

Perancangan identitas visual R.M Sate Pak Yanto, penulis akan menambahkan sebuah ilustrasi sketsa berupa logogram sebelum transformasikan kedalam bentuk logo yang unik dan utuh, penulis juga menambahkan keterangan filosofi serta latar belakang dari logo tersebut

kedalam paragraf singkat dengan tujuan diharapkan *audience* dapat memahami makna dari logo tersebut.

3. Konsep Nama

Konsep nama yang akan ditampilkan nanti berupa nama daari R.M Sate Pak Yanto. Dengan ditampilkan nama ini diharapkan dapat mudah dikenali oleh calon pelanggan maupun masyarakat.

4. Konsep Warna

Konsep warna yang digunakan penulis dalam perancangan identitas visual R.M Sate Pak Yanto ini menggunakan warna netral sebagai warna yang menyajikan filosofi dari R.M Sate Pak Yanto serta produk yaang ditawarkan. Dalam penerapannya penulis menggunakan kombinasi warna netral dan primer yaitu hitam, putih, merah.

5. Konsep tipografi

Tipografi merupakan unsur penting dalam sebuah desain, tentunya tipografi memberikan dampak yang besar bagi sebuah *brand* ataupun usaha dalam menyajikan *brand*-nya kepada khalayak umum. Tipografi yang digunakan untuk nama brand “**RM Sate Pak Yanto**” menggunakan *font Dino Care Regular* yang mana *font* ini bersifat dekoratif dan unik yang bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan R.M Sate Pak Yanto.

6. Konsep Ilustrasi

Ilustrasi merupakan gambar atau gambaran yang dibuat untuk menggambarkan suatu objek, konsep atau ide. Ilustrasi juga sering digunakan dalam desain grafis, branding dan marketing, untuk menciptakan

citra merk atau produk yang menarik dan mudah dikenali. Konsep ilustrasi yang digunakan pada perancangan identitas visual R.M Sate Pak Yanto adalah ilustrasi *line art* mengacu pada konsep R.M Sate Pak Yanto yang terkesan berkarakter. Konsep *line art* ini cocok digunakan pada logo RM Sate Pak Yanto sebagai identitas.

7. Konsep Layout

Layout adalah suatu kegiatan menyusun, mengatur dan memadukan unsur komunikasi grafis (text, gambar, tabel) menjadi komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik. Konsep layout yang digunakan pada perancangan identitas visual R.M Sate Pak Yanto meliputi prinsip keseimbangan dan perataan. Prinsip ini cocok digunakan pada logo R.M Sate Pak Yanto dikarenakan memiliki banyak elemen objek yang simetris dan saling terhubung.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Waktu Penelitian

3.1.1 Objek

Objek penelitian menurut Sugiyono (2012) adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang sesuatu hal (variabel tertentu). dalam penelitian ini adalah logo R.M Sate Pak Yanto yang mana cakupan penelitiannya mulai dari lokasi, fasilitas serta pengunjung yang datang. Pengumpulan data dilakukan di R.M Sate Pak Yanto dengan cara Observasi dan wawancara, yang dilakukan pada Januari. Observasi dilakukan untuk mendokumentasikan kondisi tempat, sedangkan wawancara dilakukan langsung kepada pemilik R.M Sate Pak Yanto untuk mendapatkan data-data yang diperlukan untuk melakukan perancangan.

3.1.2 Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2014: 145) observasi dapat dilakukan pada apapun dan tidak terfokus pada manusia. Dalam penelitian ini instrumen observasi dilakukan secara tidak tertata, sebab observasi yang dilakukan tidak disusun secara sistematis.

Penulis melakukan observasi dengan cara mengamati dan memahami secara langsung di tempat R.M Sate Pak Yanto di OKI Air sugihan.

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian dimulai sejak penelaian terdahulu. Beberapa rangkaian penelitian dilakukan dengan cermat dan rinci oleh penulis. Pada tahap penyelesaian akhir, penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 5 bulan. Berikut ini merupakan tabel jadwal penelitian yang dilakukan oleh penulis

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2024														
		februai			Maret			April		Mei		Juni		juli		
1	Pengajuan judul TA															
2	Pengumpulan data Observasi Dokumentasi															
3	Pembuatan Proposal															
4	Ujian proposal															
5	Pembuatan laporan TA															
6	Tahap <i>research</i>															
7	Tahap <i>Thumbnails</i>															

8	<i>Tahap Rounghs</i>																				
9	<i>Tahap comprehensive</i>																				
10	Ujian TA																				

3.2 Jenis Data

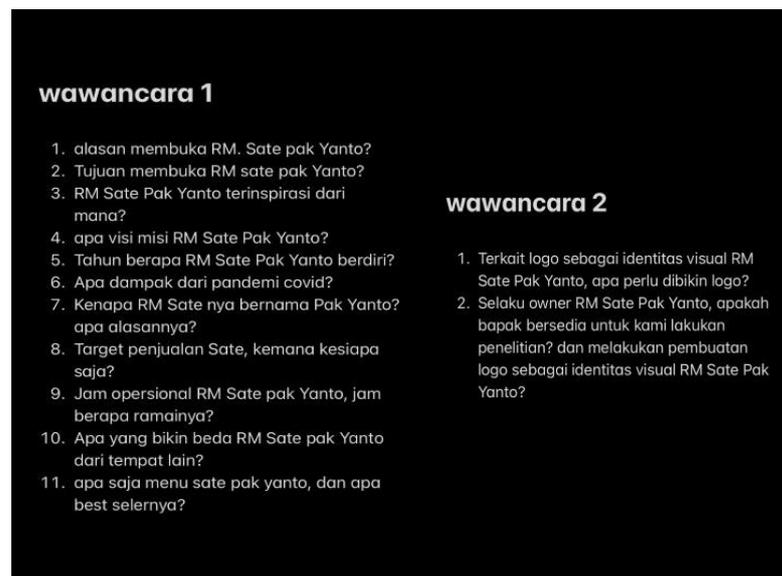
3.2.1 Data Premier

Menurut Sugiyono (2017) data premier merupakan data yang diperoleh langsung dilapangan oleh peneliti sebagai objek penulis. Teknik pengumpulan data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan subjek berupa penelitian baik secara observasi maupun pengamatan yang dilakukan secara langsung dalam wawancara yang dilakukan, penulis memperoleh beberapa data diantaranya:

1. Dalam wawancara bersama pemilik R.M Sate Pak Yanto mengenai identitas visual yang belum dimiliki dan hanya berupa nama saja sehingga kurang menarik dan kurang dikenali oleh masyarakat luas.
2. Dalam wawancara bersama pemilik R.M Sate Pak Yanto mengenai penerapan identitas visualnya saat ini membutuhkan perancangan logo agar lebih menarik dan menjadi simbol ciri khas yang berbeda dari pesaing.



Gambar 3.1 Proses Wawancara dan Observasi Di R.M Sate Pak Yanto
(Sumber: Maulana Wahyudi dan M Yusup 2024)



Gambar 3.2 pertanyaan Wawancara Di R.M Sate Pak Yanto
(Sumber: M Yusup dan Maulana Yahudi 2024)

3.2.2 Data Sekunder

Menurut sugiyono (2014) data sekunder merupakan data yang sudah tersedia dan peneliti tidak perlu mengumpulkan sendiri. Data yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu

Data yang didapatkan penulis melalui jurnal dan media internet.

3.3 Metode Perancangan

Metode perancangan identitas visual R.M Sate Pak Yanto menggunakan metode perancangan Amtson, yang tahapan-tahapannya adalah sebagai berikut :

3.3.1 *Research*

Tahap *research* adalah mempersiapkan solusi desain, cari tahu siapa sasarannya, batas gaya, biaya, waktu, tujuan proyek. Kumpulkan dan pelajari seluruh materi yang berkaitan. Pada tahap ini penulis menentukan target yang akan dituju, biaya, alat, dan konsep untuk pembuatan dalam perancangan identitas visual R.M Sate Pak Yanto, berdasarkan penjelasan diatas penulis mempersiapkan:

3.3.1.1 Konsep Visual

Dalam pembuatan karya visual maka diperlukan sebuah konsep. Konsep dibutuhkan agar visual yang akan diterapkan ke media memiliki sebuah batasan yang terarah dan tertata serta memiliki alasan yang kuat dalam pemilihan sebuah warna, tipografi, ilustrasi dan sebuah tampilan layout secara keseluruhan. Dengan konsep yang dibuat maka audiens merasa nyaman dalam melihat dan menangkap pesan yang akan disampaikan.

Dalam proses ide pembuatan sebuah logo, tipe logo yang digunakan R.M Sate Pak Yanto yaitu perpaduan logogram, untuk logogram sendiri ilustrasi yang digunakan adalah karakter dari Rumah adat madura, baju sakera madura, element balon udara,

owner dari R.M Sate Pak Yanto dan element bentuk segitiga.



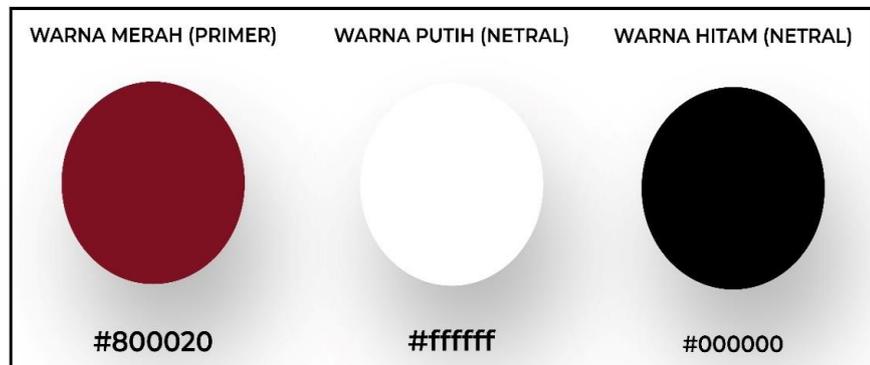
Gambar 3.3 konsep visual untuk R.M Sate pak yanto

(Sumber M Yusup dan Maulana wahyudi,2024)

3.3.1.2 Konsep Warna

Konsep warna dalam perancangan identitas visual R.M Sate Pak Yanto tentunya diharapkan dapat merepresentasikan filosofi dan ciri khas dari RM Sate Pak Yanto. Dalam penerapannya penulis menggunakan warna premier seperti warna merah (dengan kode warna #800020) yang melambangkan kekuatan dalam persaingan dan semangat dalam bekerja, dengan harapan keseluruhan memberikan dampak baik untuk usaha R.M Sate Pak Yanto. warna netral seperti warna putih (dengan kode warna #ffffff) yang melambangkan kebersihan dan ketulusan. Bersih dalam menyajikan sebuah hidangan yang diberikan kepelanggan dan tulus dalam melayani pelanggan, dan warna netral seperti warna hitam (dengan kode warna #000000) warna hitam pada logo tersebut melambangkan sebuah profesional dalam

bekerja



Gambar 3.4 Palet Warna Identitas Visual R.M Sate Pak Yanto

(Sumber: M Yusup dan Maulana Wahyudi, 2024)

3.3.1.3 Konsep Tipografi

Tipografi yang digunakan pada nama brand “**R.M Sate Pak Yanto**” menggunakan *font Dino Care* yang dimana font ini bersifat dekoratif dan unik yang dirancang untuk menarik perhatian terutama perhatian dari para pelanggan sate pak yanto, hal ini sangat cocok untuk brand dari R.M Sate Pak Yanto.



Gambar 3.5 Jenis Font R.M Sate Pak Yanto

(Sumber: M Yusup dan Maulana Wahyudi, 2024)

3.3.2 Alat dan Perangkat lunak

Dalam proses pembuatan identitas visual ini tentunya penulis memerlukan alat dan bahan yang dapat menunjang pembuatan logo tersebut. Dibawah ini merupakan beberapa alat dan bahan yang akan digunakan:

3.3.2.1 Alat dan Perangkat Lunak

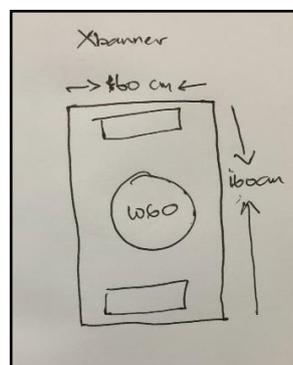
1. Laptop Asus TUF Gaming
2. *Software Adobe Photoshop cc 2020*
3. *Software Adobe Illustrator cc 2020*

3.3.3 Media Komunikasi

Media komunikasi sendiri dipergunakan untuk memperkenalkan dan memberikan informasi tentang kegiatan dan hal yang ingin disampaikan kepada masyarakat tentang R.M Sate Pak Yanto Beberapa *item* yang terdapat dalam media komunikasi RM Sate Pak Yanto yaitu:

3.3.3.1 X-Banner

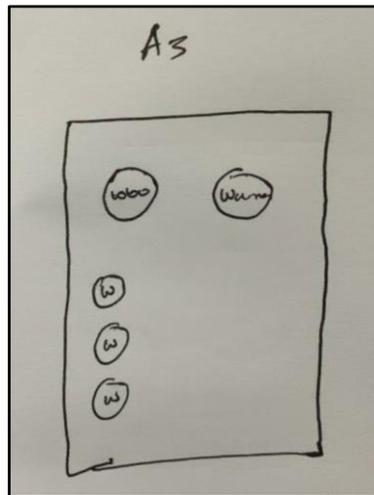
X-banner ukuran 160 cm X 60 cm potrait menggunakan bahan flexi china.



Gambar 3.6 Sketsa X-banner

3.3.3.2 Poster

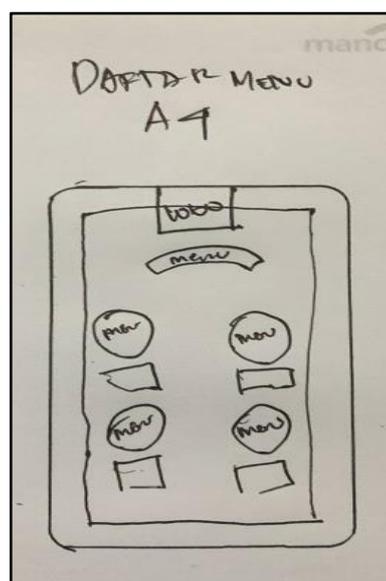
Poster ini memiliki ukuran A3, menyesuaikan dengan kebutuhan. Bahan yang digunakan adalah *albatros* dan *Linen*.



Gambar 3.7 Sketsa Poster

3.3.3.3 Buku Menu

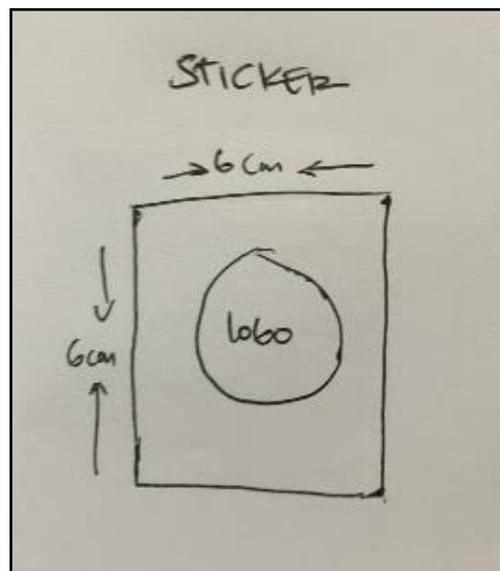
Buku menu RM Sate Pak yanto memiliki ukuran A4 210 mm x 297 mm potret, dengan bahan konstruk.



Gambar 3.8 Sketsa Buku Menu

3.3.3.4 Sticker

Sticker R.M Sate Pak Yanto menggunakan *sticker* logo berbentuk lingkaran dengan Diameter 6cm x 6cm. Bahan yang digunakan yaitu kertas pvc glossy dan transparant dengan potongan die cut.



Gambar 3.9 Sketsa Sticker

3.3.4 Thumbnails

Tahap *thumbnails* adalah memvisualkan alternatif (konsep pemecah masalah) dengan merancang sketsa desain. Tahap ini juga membantu dalam menemukan ide, melalui proses *brainstorming* dari berfikir, pencarian dan mengklasifikasi.

Dalam tahap thumbnails, penulis membuat modul sketsa sistem identitas berdasarkan dari referensi yang penulis ambil, berikut penulis lampirkan :



Gambar 3.10 Modul sketsa sistem identitas

(sumber: Penulis,2024)

3.3.5 *Roughs*

Tahap *roughs* adalah setelah selesai eksplorasi pilih *thumbnails* terbaik untuk dibuat menjadi desain dikomputer dan mintalah review dari klien. Kemungkinan dilakukan revisi atau membuat alternatif *thumbnails* kembali. Manfaatkan tahap ini untuk memilih elemen yang tidak dapat terlihat jelas pada tahap *thumbnails* seperti pemilihan *font*, bentuk, kesesuaian elemen visual dengan format warna, bahkan membandingkan nilai (*value*) desain dengan nilai lain. Jangan sampai terjadi salah persepsi, karena visualisasi mirip dengan identitas lain.

Dalam tahap *roughs*, penulis membuat konsep logo menggunakan *software adobe illustrator*, dengan komposisi *landscape*, penulis menggunakan elemen pendukung seperti rumah adat madura tanean lanjhang yang diambil atapnya saja, lalu owner dari R.M Sate Pak Yanto, kemudian sketsa dari balon udara, baju sakera madura, element bentuk segitiga, untuk *background* ilustrasi menggunakan warna merah, hitam dan putih. Jenis font yang digunakan dalam logo ini adalah *font Dino Care Regular*.

3.3.6 *Comprehensive*

Tahap *comprehensive* adalah hasil jadi yang dimintai approval. Lebih baik jika dapat menunjukan ke clien contoh hasil cetak. Pada tahap ini penulis akan memberikan hasil jadi desain final kepada penulis dan menjelaskan makna filosofi dari logo yang penulis buat.

3.3.7 *Ready for press*

Tahap *ready for press* adalah dimana desain siap diproduksi, file harus dipersiapkan dengan baik. Pilih printer atau percetakan yang dapat mencetak sesuai dengan desain yang telah disetujui. Dalam tahap ini ketika penulis sudah menyelesaikan proses pengerjaan perancangan identitas visual R.M Sate Pak Yanto dan mengevaluasi kepada dosen pembimbing, perancangan identitas visual akan menjadi layak untuk dicetak.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Hasil penelitian ini menghasilkan sebuah logo yang menjadi identitas visual bagi R.M Sate Pak Yanto. Pada perancangan identitas visual ini menggunakan tahap yang terdiri dari beberapa proses sebagai berikut.

4.1.1 *Orientation*

Pada perancangan identitas visual ini penulis mendapatkan hasil wawancara dari Pak Yanto selaku owner R.M Sate Pak Yanto mengenai Perancangan identitas Visual sebagai bentuk logo, sebagai harapan menciptakan identitas yang kuat dan mudah di pahami oleh konsumen.

4.1.2 *Analysis*

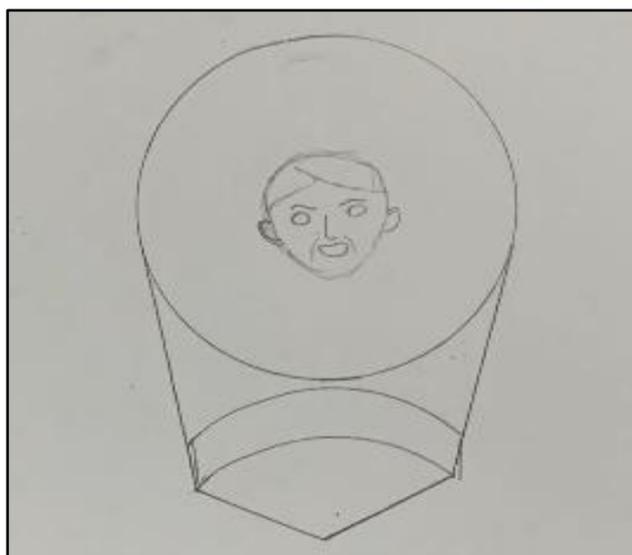
Pada Tahap analisis ini penulis mendapatkan informasi dari hasil Observasi ke R.M Sate Pak Yanto dan penulis menemukan masalah di R.M Sate Pak Yanto yaitu belum memiliki identitas visual. Sehingga di perlukan perancangan identitas visual dengan membuat logo dengan tujuan agar mudah di pahami oleh konsumen.

4.1.3 Concepts

Pada tahap ini penulis menunjukkan sketsa logo dengan konsep logo seperti balon udara yang memiliki filosofi R.M Sate Pak yanto tumbuh, mengudara tinggi dan sukses.

4.1.3.1 Sketsa Logo

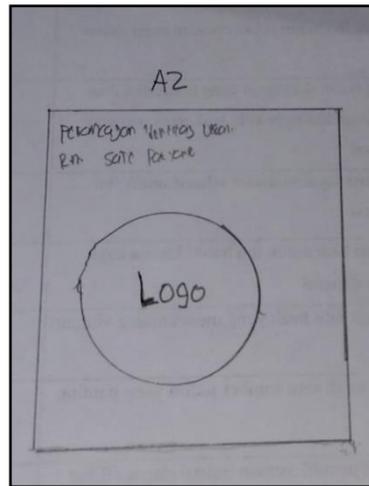
Penulis menghasilkan konsep logo yaitu seperti balon udara dan terdapat wajah Pak yanto selaku Owner, dan terdapat elemen lainnya seperti atap rumah adat tanean lanjhang dan segitiga.



Gambar 4.1 Sketsa Logo Final RM Sate pak Yanto

4.1.3.2 Sketsa Karya Penunjang

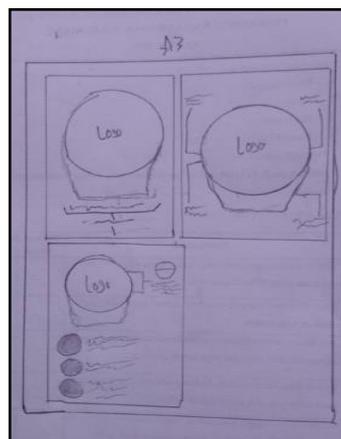
Sketsa karya A2 Karya utama pada logo RM Sate Pak Yanto berbentuk poster A2 yang didesain menyesuaikan dengan konsep yang telah di buat.



Gambar 4.2 Sketsa karya A2

4.1.3.3 Sketsa karya A3

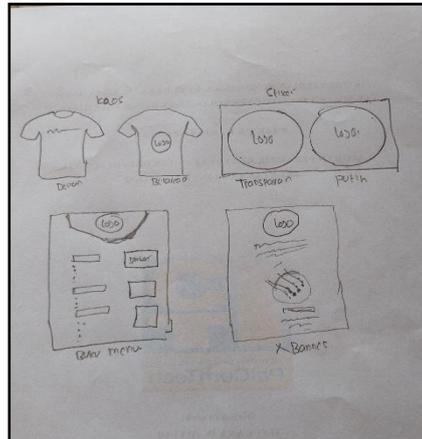
Karya pendukung ini berfungsi sebagai penegas dan penunjang dari karya utama terdapat satu karya berbentuk A3 menggunakan kertas linen dengan bingkai warna hitam yaitu komponen logo sebagai layout logo, peletakan logo, lalu konsep dan filosofi yang berfungsi sebagai memperjelas apa yang ada di setiap logo beserta arti di setiap komponen.



Gambar 4.3 Sketsa karya A3

4.1.3.4 Sketsa Media Follow Up

Media follow up merupakan media yang di gunakan sebagai media promosi untuk menarik pelanggan.



Gambar 4.4 sketsa Media Follow Up

4.1.3.5 Proses Digital Dan desain Akhir

Pada proses ini penulis melakukan proses digital dari sketsa logo yang telah di buat menggunakan *adobe illustrator CC 2020*.



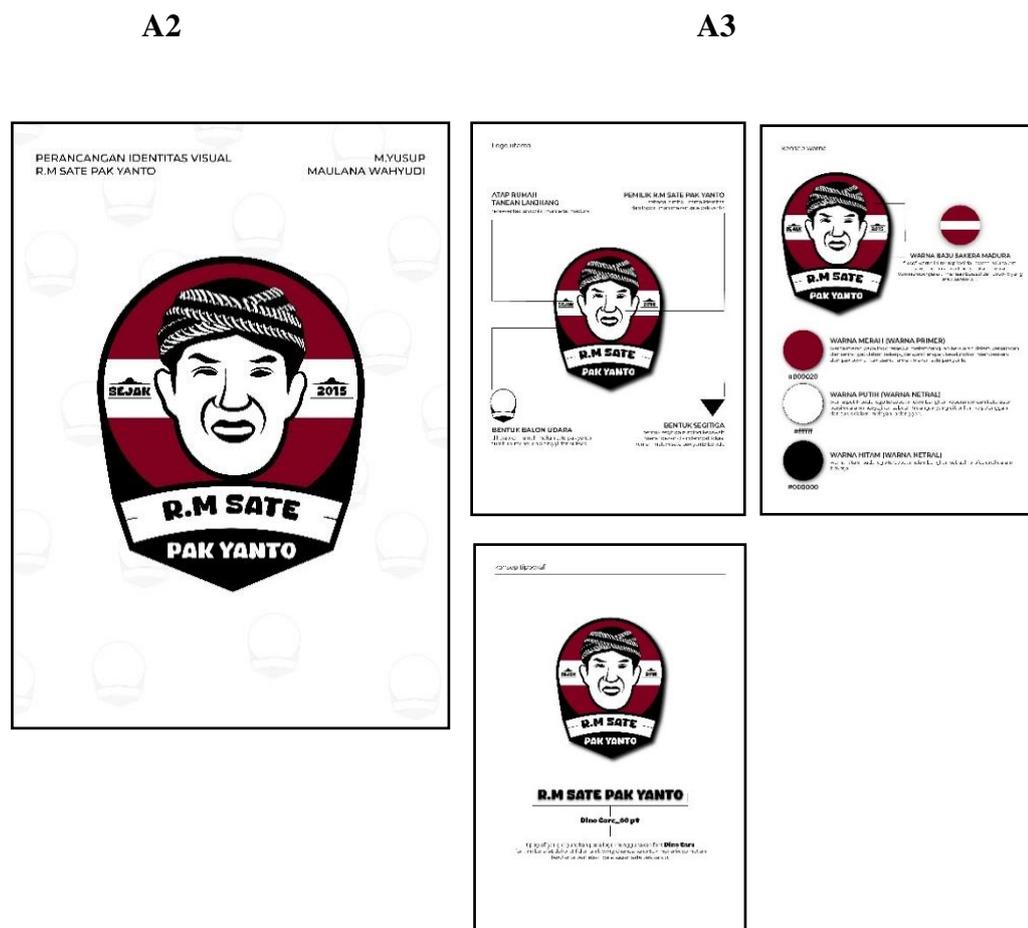
Gambar 4.5 Digital Hasil Logo

4.2 Pembahasan

Hasil dari perancangan Logo untuk Projek laporan tugas Akhir ini di tampilkan dalam bentuk beberapa karya, sebagai berikut:

4.2.1 Karya Penunjang A2 Dan A3

Terdapat beberapa karya penunjang dari karya utama yang kemudian di cetak dalam dalam bentuk poster, satu buah dengan ukuran A2 dan tiga buah dengan ukuran A3, A2 menggunakan bahan kertas *Albatros* dan A3 menggunakan kertas *Linen*.



Gambar 4.6 karya A2 dan A3

4.2.2 Media Follow Up

4.2.2.1 X-Banner

X Banner merupakan media cetak yang bisa di gunakan untuk keperluan promosi. X-Banner berwujud stand banner karena memiliki kerangka sendiri yang berbentuk X dan memiliki penyangga X- banner yang di gunakan adalah ukuran 60x160 cm dengan bahan *flexi china*.



Gambar 4.7 karya X-Banner

4.2.2.2 T-shirt

Baju menggunakan warna hitam dengan desain depan terdapat tagline Sate *Forever* dan pada bagian bagian belakang desain terdapat logo R.M Sate Pak yanto bahan 24s sablon DTF.



Gambar 4.8 Hasil Jadi T-shirt

4.2.2.3 Buku Menu

Buku menu yang di gunakan oleh R.M sate Pak yanto untuk mengkomunikasikan kepada konsumen mengenai apa yang disediakan oleh R.M Sate Pak yanto. Buku menu menggunakan ukuran A4 bahan kertas konstruk.



Gambar 4.9 Hasil jadi Buku menu

4.2.2.4 Sticker

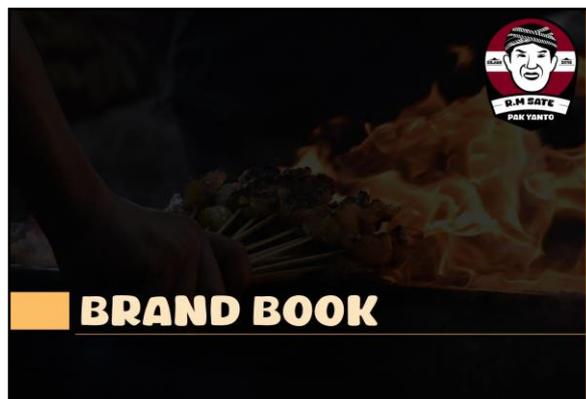
Untuk *Sticker* sendiri menggunakan dua warna background yang berbeda yaitu background Transparan dan warna Putih dengan bahan PVC Glossy dan Transparan.



Gambar 4.10 Hasil Jadi *Sticker*

4.2.2.5 Brand Book

Tujuan dari *Brand Book* adalah untuk menyediakan panduan yang jelas dan komprehensif tentang identitas merk suatu perusahaan atau produk. berikut adalah brand book R.M Sate Pak Yanto dengan ukuran A4 *landscape*.



Gambar 4.11 Hasil Jadi Brand Book

4.2.2.6 Packaging

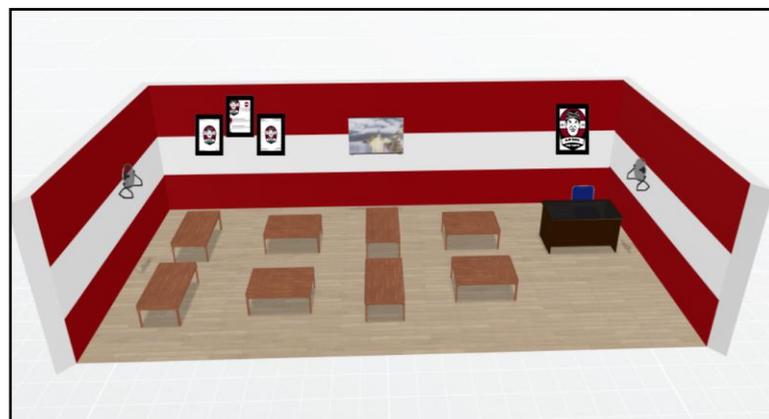
Packaging (kemasan) adalah wadah atau bungkus yang digunakan untuk melindungi, mengemas, mengangkut, dan menyajikan produk kepada konsumen. Berikut adalah packaging R.M Sate Pak Yanto ukuran 18cm X 12cm.



Gambar 4.12 packaging

4.2.2.7 Karya 3D

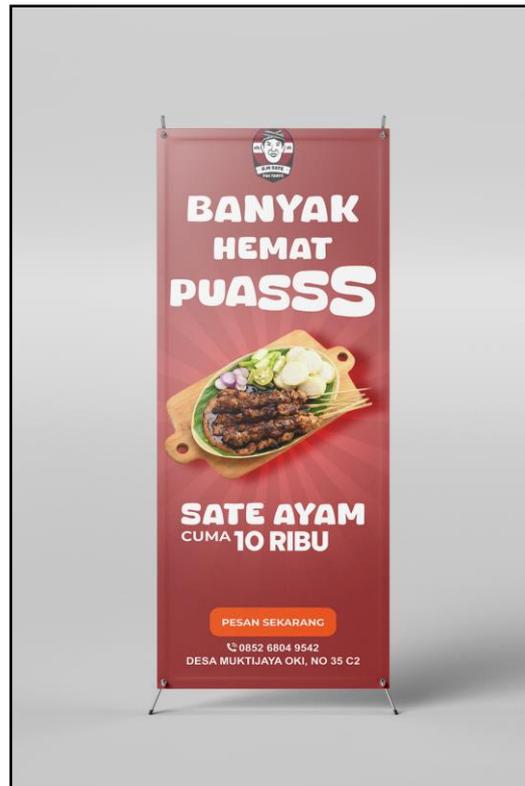
Berikut adalah karya 3D yang menggambarkan tempat R.M Sate Pak Yanto.



Gambar 4.13 Karya 3D

4.2.2.8 X-Banner

Berikut adalah *X-banner* yang menjadi media promosi, yang akan dipajang di R.M Sate Pak Yanto dengan ukuran 60cm X 160cm bahan flexi china.



Gambar 4.14 X-Banner

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kegiatan perancangan visual *branding* memiliki peranan yang sangat penting untuk mengembangkan sebuah produk, barang ataupun jasa karena dapat memperkuat sebuah *brand* dan dapat dijadikan pembeda antara satu *brand* dengan *brand* yang lainnya. Perancangan branding bisa juga digunakan untuk membangun citra positif yang membuat nilai tambah pada sebuah *brand* atau merek. Tidak hanya dibutuhkan sebuah pembeda untuk memperkuat sebuah *brand* atau merek, namun juga dibutuhkan kekuatan serta strategi pengelolaan *brand* yang baik dan tepat untuk bersaing dalam kompetisi pasar.

1. Melalui hasil perancangan visual branding Sate pak Yanto Desa Mukti Jaya ini, kesimpulan yang dapat diambil antara lain: Perancangan visual *branding* adalah salah satu upaya yang tepat untuk mengenalkan Sate Pak Yanto ini kepada masyarakat luas akan keberadaan dan eksistensi rasa sate yang masih memiliki cita rasa yang masih kental akan budaya Madura. Perancangan visual Sate Pak Yanto sangat diperlukan untuk tetap melestarikan potensi-potensi yang ada agar tidak hilang begitu saja hingga masa mendatang. Dengan adanya *branding* yang baik dan tepat yang disampaikan kepada target audience maka akan lebih tepat sasaran dan lebih efektif.

2. Pemilihan media yang menarik, unik, dan berbeda dengan yang lainnya dapat memunculkan rasa ingin tahu masyarakat luas terhadap cita rasa khas sate madura Pak Yanto ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan branding Sate Pak Yanto mengenai perancangan logo dan identitas visual, beberapa saran yang dapat diberikan agar perancangan identitas visual dapat lebih baik lagi adalah sebagai berikut:

1. Sebelum Meluncurkan Hasil Perancangan Identitas Visual Pastikan bahwa perancangan identitas visual telah melalui proses revisi dan pengujian yang teliti untuk memastikan bahwa hasilnya sesuai dengan tujuan dan target *audience*.
2. Integrasi dengan Media Promosi Pastikan bahwa identitas visual yang dirancang dapat diintegrasikan dengan media promosi yang digunakan, seperti logo, *x-banner*, dan *sticker*. Pastikan bahwa media promosi yang digunakan dapat mempresentasikan identitas visual dengan jelas dan konsisten.
3. Pastikan bahwa identitas visual yang dirancang memiliki konsistensi dalam desain dan kualitas yang tinggi. Pastikan bahwa identitas visual dapat diterapkan pada berbagai media dan platform dengan kualitas yang sama.
4. Pastikan bahwa identitas visual yang dirancang telah dipahami dan disesuaikan dengan target audience yang dituju. Pastikan bahwa identitas

visual dapat mempresentasikan citra dan nilai yang sesuai dengan target *audience*.

DAFTAR PUSTAKA

- Damara, S. L. (2019). *TA: Perancangan Identitas Visual Kampung 1000 Topeng sebagai Upaya Brand Recognition* (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).
- Erlistiani, M., Syachruraji, A., & Andriana, E. (2020). Penerapan model pembelajaran SSCS (Search, Solve, Create and Share) terhadap kemampuan berpikir kritis siswa. *Jurnal PGSD: Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 13(2), 161-168.
- Fathony, A. A., & Wulandari, Y. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Perkebunan Nusantara VIII. *Akurat/ Jurnal Ilmiah Akuntansi Fe Unibba*, 11(1), 43-54.
- Galura, R. (2014). Layout majalah sebagai sebuah cerminan identitas pembaca studi kasus layout majalah cosmopolitan dan aneka yes. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3).
- Ibrahim, F., Nuraeni, T., Ahmad, F., Kee, CP, & Mustaffa, N. (2012). Bahasa Komunikasi Visual Dan Pengantaraan Produk: Satu Analisis Semiotik. *GEMA Online Jurnal Studi Bahasa*, 12(1).
- Januariyansah, S. (2018). Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien. *Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Layaliya, F. N., Haryadi, H., & Setyaningsih, N. H. (2021). Media pembelajaran bahasa dan sastra (studi pustaka). *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Metalingua*, 6(2), 81-84.
- Nuvitasari, A., & Martiana, N. (2019). Implementasi SAK EMKM sebagai dasar penyusunan laporan keuangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *International Journal of Social Science and Business*, 3(3), 341- 347.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya peran logo dalam membangun

brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202.

Damara, S. L. (2019). *TA: Perancangan Identitas Visual Kampung 1000 Topeng sebagai Upaya Brand Recognition* (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).

Nuvitasari, A., & Martiana, N. (2019). Implementasi SAK EMKM sebagai dasar penyusunan laporan keuangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *International Journal of Social Science and Business*, 3(3), 341- 347.

Pradipta, S. A., & Dewi, R. M. (2020). Pengaruh rata-rata lama sekolah dan pengangguran terbuka terhadap kemiskinan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 109-115.

Raymond, R., Siregar, D. L., Putri, A. D., Indrawan, M. G., & Simanjuntak, J. (2023). Pengaruh disiplin kerja dan beban kerja terhadap kinerja karyawan pada pt tanjung mutiara perkasa. *JURSIMA*, 11(1), 129-133.



FORMULIR

KONSULTASI LAPORAN TUGAS AKHIR
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS
PALCOMTECH

Kode Formulir

Institusi

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

FM-IPCT-BAK-PSB-046

Tahun Akademik

2023/2024

NO	NPM	Nama	Prodi	Semester
1	061216005	Maulana Wahyuni	Desain komunikasi Visual	6
2	061216001	M. Yusup	Desain komunikasi Visual	6
3				

Judul Laporan Skripsi : Penerapan Identitas Visual P.M. Sate Pak. Yanto.

Portemuan Ke	Tanggal Konsultasi	Batas Waktu Perbaikan	Materi yang Dibahas / Catatan Perbaikan	Paraf Pembimbing
01	14 maret 24		Bimbingan BAB 1	
2	26 maret 24		Bimbingan BAB 2 dan 3	
3	17 APRIL 24		Bimbingan konsep logo	
4	30 April		Bimbingan desain logo	
5	6 Mei 24		Revisi digitalisasi logo	
6	3 Juni 24		Bimbingan digitalisasi logo	
7	6 Juni 24		Bimbingan digitalisasi logo	
8	10 Juni 24		Bimbingan BAB 4 dan BAB 5	
9	9 Jun 24		Bimbingan BAB 4 dan BAB 5	
10	12 Jun 24		Bimbingan BAB 4 dan BAB 5	
11	13 Jun 24		Acc Gm	

Palembang,
Dosen Pembimbing

DIDIEK PRASETYA

RM Sate Pak Yanto
MUKTIJAYA DUSUN II RT 05 RW 03 Kec Air Sugihan Kab Ogan Komering Ilir
Kota Palembang

Palembang, 10 Maret 2024

Kepada Yth :
Rektor Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech
Di Tempat.

Dengan hormat,

• Berdasarkan Surat dari Rektor Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech Nomor :
0308/IPCT/R/II/2024 Pada Tanggal 27 Februari 2024 Perihal Izin Riset/Penelitian.

MEMBERI IZIN

No.	Nama	NPM	Program Studi
1.	Maulana Wahyudi	061210005	Desain Komunikasi Visual
2.	M Yusup	061210001	Desain Komunikasi Visual

Untuk Mengadakan Riset dan penelitian dalam pencarian informasi/data terkait di RM SATE
PAK YANTO dalam rangka penyusunan laporan Tugas akhir dengan judul

Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan agar sekiranya bermanfaat dan dapat
digunakan sebagaimana mestinya. atas perhatiannya kami mengucapkan terima kasih.

Palembang, 10 Maret 2024
Pemilik RM Sate Pak Yanto



Suyanto



FORMULIR
SURAT PERSETUJUAN TOPIK & JUDUL LTA

Kode Formulir :
FM-IPCT-BAAK-PSB-043

Institusi : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Kepada Yth.
Ka.Prodi Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom.
di tempat.

Palembang, 21 Februari 2024

Dengan hormat,
Saya yang Bertanda tangan di bawah ini : Maulana Wahyudi dan M Yusup

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

No	NPM	Nama	IPK	Semester	Sesi Belajar*	No.HP
1.	061210005	Maulana Wahyudi	3.31	5	Malam	082386859610
2.	061210001	M Yusup	3.49	5	Malam	082378979287
3.						

* Pilih Salah Satu :Pagi/Siang/Malam

Mengajukan LTA dengan topik :

Desain Grafis

Dengan melampirkan deskripsi awal penelitian yang terdiri dari :

1. Objek Penelitian
2. Apa yang akan diteliti dari objek
3. Metode Pengembangan/analisis yang digunakan
4. Tujuan / hasil yang diharapkan dari penelitian

Rekomendasi Nama Pembimbing :

Menyetujui,
Wakil Rektor 1,

Adelin, S.T., M.kom.

Mengetahui,
Ka. Prodi. Desain Komunikasi Visual

Judul LTA (dalam bahasa Indonesia dan Inggris):

1. Perancangan identitas visual RM Sate Pak Yanto.....
2. (Visual Identity Design RM Sate Pak Yanto).....

Diusulkan judul nomor :

Pemohon,
Mahasiswa 1,

Maulana Wahyudi

Mahasiswa 2,

M Yusup

Mahasiswa 3,

Menyetujui,
Pembimbing

DIDIK . P

Mengetahui,
Ka. Prodi Desain Komunikasi

Mengesahkan
Wakil Rektor 1

Adelin, S.T., M.kom.

- Diperbanyak 1 kali : Asli diserahkan ke BAAK dan copy diarsip Mahasiswa
- Form ini wajib dikembalikan ke BAAK pada saat pengumpulan berkas untuk pengajuan ujian komprehensif



FORMULIR
KELAYAKAN PENJILIDAN BUKU TUGAS AKHIR

Kode Formulir
FM-IPCT-BAAK-PSB-018

Institusi : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Nama : M. Yusup
NPM : 061210001
Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas Visual R.M. Sate Pak Yanto
Dosen Pembimbing : Didiek Prasetya, S.Pd., M.Sn.
Tanggal Ujian : 29 Juni 2024

Daftar Bagian yang diperiksa:

No.	Bagian yang diperiksa	Sesuai panduan*
1.	Halaman Cover Laporan Tugas Akhir	✓
2.	Halaman Cover Hitam Putih Laporan Tugas Akhir	✓
3.	Halaman Pengesahan Pembimbing Tugas Akhir	✓
4.	Halaman Pengesahan Penguji Tugas Akhir	✓
5.	Moto dan Persembahan	✓
6.	Kata Pengantar	✓
7.	Daftar Isi	✓
8.	Daftar Gambar	✓
9.	Daftar Tabel	✓
10.	Daftar Lampiran	✓
11.	Abstract	✓
12.	Abstrak	✓
13.	Isi Laporan Tugas Akhir (Bab 1 s.d Bab V)	✓
14.	Daftar Pustaka	✓
15.	Lampiran-lampiran	
	• Form Topik dan Judul (fotokopi)	✓
	• Surat Balasan dari Perusahaan (jika mempunyai tempat riset) (Asli)	✓
	• Form Konsultasi (Asli)	✓
	• Surat Pernyataan (Asli)	✓
	• Form Revisi Ujian Pra Sidang (Asli)	✓
	• Form Revisi Ujian Kompre (Asli)	✓
	• Listing Code (jika mahasiswa/i membuat sebuah aplikasi)	✓

*diisi dengan tanda v jika sudah sesuai dan x jika belum sesuai

Dengan ini menyatakan bahwa buku laporan skripsi "LAYAK" untuk dijilid sesuai dengan format buku panduan penulisan tugas akhir yang berlaku di lingkungan Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech. Jika terdapat kesalahan pada penjilidan buku laporan tugas akhir, maka bersedia menerima konsekuensi berupa melakukan pembongkaran buku.

Palembang, 12 Juli 2024

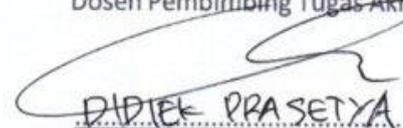
Mahasiswa,


M. Yusup

NPM: 061210001

Mengetahui,

Dosen Pembimbing Tugas Akhir,


DIDIEK PRASETYA

NIDN: 0226028201

SURAT PERNYATAAN UJIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

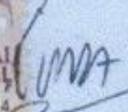
Nama : Maulana Wahyudi
Tempat/Tanggal Lahir : Mukti Jaya / 16 Juni 2002
Prodi : Desain Komunikasi Visual
NPM : 06131005
Semester : VI (enam)
No. Telp/Hp : 081386819610
Alamat : Mukti Jaya no 835 C2

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Laporan ini saya buat dengan sebenarnya dan berdasarkan sumber yang benar.
2. Objek tempat saya melaksanakan laporan berbentuk CV/PT/Pemerintahan/SMA sederajat dan dinyatakan masih aktif beroperasi hingga saat ini
3. Data perusahaan dalam laporan LTA ini benar adanya dan bersifat valid.
4. Laporan ini bukan merupakan hasil plagiat/menjiplak karya ilmiah orang lain
5. Laporan ini merupakan hasil kerja saya sendiri (bukan buatan/dibuatkan orang lain)
6. Buku referensi yang saya gunakan untuk laporan LTA ini merupakan buku yang terbit dalam 5 (lima) tahun terakhir ini.
7. Semua dokumen baik berupa dokumen asli maupun salinan yang saya serahkan sebagai syarat untuk mengikuti ujian skripsi adalah dokumen yang sah dan benar.
8. Hasil karya saya yang merupakan hasil dari tugas akhir berupa karya tulis, program, aplikasi atau alat, setelah melalui ujian komprehensif dan revisi, bersedia untuk saya serahkan kepada lembaga melalui Kaprodi untuk dokumentasi dan kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun dan apabila di kemudian hari ternyata saya terbukti secara sah melanggar salah satu dari pernyataan ini, saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan hukum berlaku di negara Republik Indonesia, dan gelar akademik yang saya peroleh dari Perguruan Tinggi ini dapat dibatalkan.

Palembang, 15 Juni 2024.

yatakan,

Maulana Wahyudi



SURAT PERNYATAAN UJIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Yusup
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 06 September 1998
Prodi : D3 Desain Komunikasi Visual
NPM : 061210001
Semester : 6
No.Telp/Hp : 0825 7807 9287
Alamat : Jl Brig Jend Soedarto Kasim

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Laporan ini saya buat dengan sebenarnya dan berdasarkan sumber yang benar.
2. Objek tempat saya melaksanakan laporan berbentuk CV/PT/Pemerintahan/SMA sederajat dan dinyatakan masih aktif beroperasi hingga saat ini
3. Data perusahaan dalam laporan LTA ini benar adanya dan bersifat valid.
4. Laporan ini bukan merupakan hasil plagiat/menjiplak karya ilmiah orang lain
5. Laporan ini merupakan hasil kerja saya sendiri (bukan buatan/dibuatkan orang lain)
6. Buku referensi yang saya gunakan untuk laporan LTA ini merupakan buku yang terbit dalam 5 (lima) tahun terakhir ini.
7. Semua dokumen baik berupa dokumen asli maupun salinan yang saya serahkan sebagai syarat untuk mengikuti ujian skripsi adalah dokumen yang sah dan benar.
8. Hasil karya saya yang merupakan hasil dari tugas akhir berupa karya tulis, program, aplikasi atau alat, setelah melalui ujian komprehensif dan revisi, bersedia untuk saya serahkan kepada lembaga melalui Kaprodi untuk dokumentasi dan kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun dan apabila di kemudian hari ternyata saya terbukti secara sah melanggar salah satu dari pernyataan ini, saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan hukum berlaku di negara Republik Indonesia, dan gelar akademik yang saya peroleh dari Perguruan Tinggi ini dapat dibatalkan.

Palembang, 13 Juni 2024

Yang menyatakan,





FORMULIR
REVISI UJIAN PROPOSAL
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

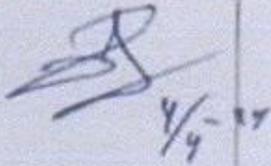
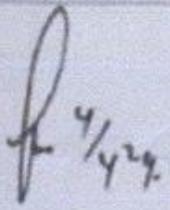
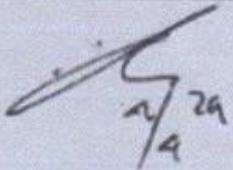
Kode Formulir
FM-PCT-BAAK-PSB-127

Institusi : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Revisi Ujian Proposal LTA
Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech

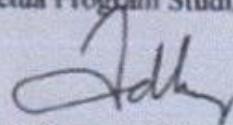
Program Studi : Desain Komunikasi Visual Program Diploma Tiga
Tanggal Pelaksanaan : 28 Maret 2024
Judul Proposal LTA : Perancangan Identitas Visual RM Sate Pak Yanto

No	NPM	Nama	Semester
1	061210001	M Yusup	6
2	061210005	Maulana Wahyudi	6

No	Revisi	Nama Penguji	Tanda Tangan
1.	Penalisa laporan		
2.	Buat skema project yang akan dibuat	Eko S	 4/4-24
2.	- Honorir visual - Metode penelitian - Penerap dan Perancangan visual	Jhoni	 4/4/24
		DIDIE L	 2/4/24

Perubahan Judul LTA :

Palembang, 28 Maret 2024
Ketua Program Studi,



Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom.



FORMULIR
REVISI UJIAN LTA
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Kode Formulir
FM-IPCT-BAAK-PSB-055

Institusi : : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Revisi Ujian LTA
Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech

Program Studi : Desain Komunikasi Visual Program Diploma Tiga
Topik LTA : Desain Grafis
Ujian ke- : 1 (Satu)
Tanggal Pelaksanaan : 29 Juni 2024

Judul Skripsi : Perancangan Identitas Visual RM Sate Pak Yanto

NO	NPM	Nama	Semester
1	061210001	M Yusup	VI (Enam)
2	061210005	Maulana Wahyudi	VI (Enam)

Revisi diselesaikan paling lambat tanggal 5 Juli 2024.....

No	Revisi	Nama Penguji	Tanda Tangan
1- 2.	Buat brand book Buat 1 media (spanduk) dengan desain yang menampilkan brand identity dan kerajinan produk	Eko S.	8/7-24
1.	Penulisan : - Isikan amsy. - Tambah Mockup Desain Rame RM - Packaging Unit.	Jhann	
	Perbaiki Cuni warna dan Pangaji 1. dan 2	DIDIEK	

Palembang, 29 Juni 2024
Ketua Program Studi,

Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom.