

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

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN *REBRANDING* IDENTITAS VISUAL MITRA
PRINTING**



Diajukan Oleh :

SAIQON

061210030

**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 *REBRANDING* IDENTITAS VISUAL MITRA
PRINTING**



Diajukan Oleh :

SAIQON

061210030

**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 : SAIQON
NOMOR POKOK : 061210030
PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA
JUDUL : PERANCANGAN *REBRANDING* IDENTITAS
VISUAL MITRA PRINTING

Tanggal : 13 Juni 2024
Pembimbing



Didiek Prasetya, S.Pd., M.Sn
NIDN : 0226028201

Mengetahui,
Rektor



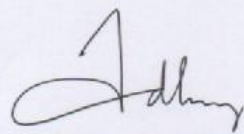
Benedictus Effendi, S.T., M.T.
NIP: 09.PCT.13

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

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI LAPORAN TUGAS AKHIR

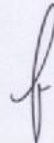
NAMA : SAIQON
NOMOR POKOK : 061210030
PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA
JUDUL : PERANCANGAN *REBRANDING* IDENTITAS
VISUAL MITRA PRINTING

Tanggal :05 Juli 2024
Penguji 1



Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom.
NIDN: 0224048203


Tanggal :05 Juli 2024
Penguji 2



M. Jhonsen Svaftriandi, S.Kom., M.Kom.
NIDN: 0229069301

Menyetujui,
Rektor




Benedictus Effendi, S.T., M.T.
NIP: 09.PCT.13

MOTTO:

"Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar,"

(QS. Al-Baqarah [2]: 153).

Kupersembahkan kepada :

- *Allah SWT.*
- *Ayah dan Ibu Tercinta.*
- *Pendidik yang Ku Hormati*
- *Teman-teams Seperjuangan*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, kami dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan judul "Perancangan Rebranding Mitra Printing di Palembang". Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi rahmat bagi seluruh alam.

Penulisan tugas akhir ini merupakan bagian dari perjalanan akademik kami dalam menuntut ilmu di jurusan Desain Komunikasi Visual. Dalam tugas akhir ini, kami berusaha untuk mendalami konsep rebranding dan menerapkannya secara konkret dalam studi kasus perusahaan Mitra Printing di Palembang.

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan serta bantuan dalam penyelesaian tugas akhir ini. Pertama-tama, kami mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing, atas bimbingan, arahan, dan masukan yang berharga selama proses penulisan tugas akhir ini.

Kami juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak perusahaan Mitra Printing di Palembang yang telah memberikan izin serta data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Kerjasama dari pihak perusahaan sangat kami hargai dan menjadi kunci keberhasilan penulisan tugas akhir ini.

Tidak lupa, ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada keluarga kami yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan motivasi dalam setiap langkah kami meniti pendidikan. Doa dan dukungan dari kalian menjadi pendorong semangat kami dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, kami menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kami mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pemahaman tentang konsep rebranding serta aplikasinya dalam dunia bisnis. Terima kasih.

Palembang, Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Manfaat Bagi Penulis	5
1.5.2 Manfaat Bagi Umum.....	5
1.5.3 Manfaat Bagi Akademik	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Identitas Awal.....	7
2.1.2 <i>Rebranding</i>	8

2.1.3	Nama	8
2.1.4	Logo	8
2.1.5	Warna.....	9
2.1.6	<i>Tagline</i>	9
2.1.7	<i>Tipografi</i>	10
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
2.3	Kerangka Penelitian	15
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	16
3.1.1	Lokasi.....	16
3.1.2	Waktu Penelitian	16
3.2	Jenis Data.....	17
3.2.1	Data Primer	17
3.2.2	Data Sekunder.....	18
3.3	Teknik Pengumpulan Data	18
3.3.1	Wawancara.....	19
3.3.2	Observasi	19
3.3.3	Studi Pustaka.....	19
3.3.4	Analisis SWOT.....	19
3.4	Metode Perancangan.....	20
3.4.1	<i>Orientation</i>	20
3.4.2	<i>Analysis</i>	21
3.4.3	<i>Conception</i>	23
3.4.4	<i>Desain</i>	28
3.4.5	<i>Implementation</i>	28
3.5	Ruang Lingkup Penelitian	29
3.6	Alat dan Bahan	29
3.6.1	Alat.....	29

3.6.2 Bahan	29
3.7 Tahapan Pengerjaan	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Hasil dan Pembahasan	32
4.1.1 <i>Orientation</i>	32
4.1.2 <i>Analysis</i>	32
4.1.3 <i>Concepts</i>	34
4.1.4 <i>Design</i>	34
4.1.3.1 <i>Thumbnail Sketches.</i>	35
4.1.3.2 <i>Rough</i>	39
4.1.3.2 <i>Comprehensives</i>	40
4.1.3.2.1 Logo	40
4.1.3.2.2 Poster A2.....	40
4.1.3.2.3 Poster A3.....	41
4.1.3.2.4 X-Banner.....	41
4.1.3.2.5 <i>T-shirt</i>	43
4.1.3.2.6 Stempel	43
4.1.3.2.7 Stiker	44
4.1.3.2.8 Kartu Nama.....	44
4.1.3.2.9 Kuitansi	45
4.1.3.2.10 <i>Brand Book</i>	46
4.1.3.2.11 Desain Invoice	46
4.1.3.2.12 <i>3d Room Mockup</i>	47
4.1.3.2.13 <i>Sign Mockup</i>	48
4.1.5 <i>Implementation</i>	48
4.1.5.1 Logo	49
4.1.5.2 Poster A2.....	49
4.1.5.3 Poster A3.....	50

4.1.5.4 X-Banner	50
4.1.5.5 <i>T-shirt</i>	51
4.1.5.6 Stempel.....	51
4.1.5.7 Stiker	52
4.1.5.8 kartu nama.....	52
4.1.5.9 Kuitansi	53
BAB V PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xix

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Mitra Printing.....	4
Gambar 2.1 Hasil dari Perancangan Re-branding Identitas Visual Kopi Totalitas di Surabaya.....	12
Gambar 2.2 Hasil Dari Rebranding Agen Travel Mitra Printing Melalui Perancangan Identitas Visual Untuk Meningkatkan Brand Awareness.....	13
Gambar 2.3 Hasil dari Perancangan identitas Visual Rebranding Citra Perusahaan Cemara Ceramics	14
Gambar 2.4 Kerangka Penelitian	15
Gambar 3.1 Proses Wawancara Dan Observasi Di Mitra Perinting.....	18
Gambar 3.2 Metode Perancangan Robin Land	21
Gambar 3.3 Konsep visual Logo/ Mitra Printing.....	26
Gambar 3.4 Palet Warna Cerah dan Kontras.....	27
Gambar 3.5 Jenis Font pada Tagline.....	28
Gambar 3.6 Jenis Font untuk Nama Mitra Printing	28
Gambar 4.1 Alternatif Desain Satu.....	35
Gambar 4.2 Alternatif Desain Dua	35
Gambar 4.3 Alternatif Desain Tiga.....	35

Gambar 4.4 Alternatif Desain Empat	35
Gambar 4.5 Alternatif Desain Lima	36
Gambar 4.6 Desain Yang terpilih.....	36
Gambar 4.7 Sketsa Poster A2.....	36
Gambar 4.8 Sketsa Poster A3.....	36
Gambar 4.9 Sketsa Poster X-Benner	37
Gambar 4.10 Sketsa T_Shirt	37
Gambar 4.11 Sketsa Stempel.....	37
Gambar 4.12 Sketsa Stiker	38
Gambar 4.13 Sketsa Kartu Nama	38
Gambar 4.14 Sketsa Kuitansi.....	38
Gambar 4.15 Digitalisasi Desain Logo	39
Gambar 4.16 Poster A2 Mitra Printing	40
Gambar 4.17 Poster A3 Mitra Printing	41
Gambar 4.18 Poster X-Benner Mitra Printing.....	42
Gambar 4.19 Desain T-shirt Mitra Printing.....	43
Gambar 4.20 Desain Stempel Mitra Printing.....	44
Gambar 4.21 Desain kartu nama Mitra Printing Tampak dari depan	44
Gambar 4.22 Desain kartu nama Mitra Printing Tampak dari belakang	45

Gambar 4.23 Desain Kuitansi Mitra Printing	45
Gambar 4.24 Desain <i>Brand Book</i> Mitra Printing	46
Gambar 4.25 Desain <i>Invoice</i> Mitra Printing	47
Gambar 4.26 Desain <i>3d Room Mockup</i> Mitra Printing	47
Gambar 4.27 Desain <i>Sign Mockup</i> Mitra Printing	48
Gambar 4.28 Hasil cetak Logo berbahan akrilik	49
Gambar 4.29 Hasil cetak poster A2	49
Gambar 4.30 Hasil cetak poster A3	50
Gambar 4.31 Hasil cetak X-Banner.....	50
Gambar 4.32 Hasil cetak T-shirt	51
Gambar 4.33 Hasil cetak Stempel.....	51
Gambar 4.34 Hasil cetak Stiker	52
Gambar 4.35 Hasil cetak kartu nama	52
Gambar 4.36 Hasil cetak Kuitansi	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	17
Tabel 4.1 Hasil Analisis SWOT	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Form Revisi Proposal (ASLI)

Lampiran 2. Form Konsultasi bimbingan (ASLI)

Lampiran 3. Surat Pernyataan Ujian TA (ASLI)

Lampiran 4. Form Topik dan judul TA (Fotocopy)

Lampiran 5. Surat Balasan Riset (ASLI)

Lampiran 6. Foto Dokumentasi Wawancara

ABSTRACT

SAIQON. *Visual Identity Rebranding Design of Printing Partners in Palembang.*

The purpose of this research is to help Mitra Printing in strengthening their brand image through a new visual identity. A good visual identity will help in strengthening the impression and image of Mitra Printing that you want to convey to customers, as well as make it easier for potential customers to remember and recognize Mitra Printing in the midst of increasingly broad and tight printing business competition. From the proliferation of this printing business, business competition was born between one printing service provider and another. So that printing service providers inevitably have to innovate to attract customers. Visual identity is one way to attract customers. Visual identity is important for a businessman, because with a visual identity, customers can recognize, remember, and interact with the printing service itself. The method used uses the Robin Landa method, which consists of 5 phases in the design process. These phases are orientation, analysis, concepts, design, and implementation. These five stages are tiered and multilevel stages. So that each stage must be passed to get the appropriate results. the logo used by Mitra Printing is a lettermark or monogram logo. The lettermark or monogram logo type is a typography-based logo consisting of several short letters. The letter symbols in this lettermark or monogram logo are very effective for streamlining company or brand names that have long names. The results of this research are the formation of a new Mitra Printing logo and supporting media such as acrylic, A2 Poster, A3 Poster, X-Banner, T-shirt, Stamp, Sticker, business card, Receipt.

Keywords: Rebranding, Visual Identity, Redesigning

ABSTRAK

SAIQON. Perancangan Rebranding Identitas Visual Mitra Printing di Palembang

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu Mitra Printing dalam memperkuat gambar merek mereka melalui identitas visual yang baru. Identitas visual yang baik akan membantu dalam memperkuat kesan dan citra Mitra Printing yang ingin disampaikan kepada pelanggan, serta memudahkan calon pelanggan dalam mengingat dan mengenali Mitra Printing di Tengah persaingan bisnis percetakan yang semakin luas dan ketat. Dari menjamurnya bisnis percetakan ini, maka lahirnya persaingan bisnis antara penyedia jasa percetakan yang satu dengan yang lain. Sehingga penyedia layanan jasa percetakan mau tidak mau harus berinovasi untuk menarik pelanggan. Identitas visual merupakan salah satu cara untuk memikat hati pelanggan. Identitas visual menjadi penting bagi seorang pembisnis, karena dengan adanya identitas visual membuat pelanggan bisa mengenali, mengingat, dan berinteraksi dengan jasa percetakan itu sendiri. Metode yang digunakan menggunakan metode Robin Landa, yang terdiri dari 5 fase dalam proses desain. Fase tersebut adalah orientation, analysis, concepts, design, dan implementation. Kelima tahapan ini merupakan tahapan berjenjang dan bertingkat. Sehingga masing-masing tahapan harus dilalui untuk mendapatkan hasil yang sesuai. logo yang digunakan Mitra Printing yaitu logo lettermark atau monogram. Jenis logo lettermark atau monogram merupakan logo berbasis tipografi yang terdiri dari beberapa huruf yang singkat. Simbol huruf pada logo lettermark atau monogram ini sangat efektif untuk merampingkan nama perusahaan atau merek yang memiliki nama cukup Panjang. Hasil penelitian ini yaitu terbentuknya logo baru Mitra Printing serta media-media pendukung seperti akrilik, Poster A2, Poster A3, X-Banner, T-shirt, Stempel, Stiker, kartu nama, Kuitansi.

kata kunci : Rebranding, Identitas Visual, Perancangan Ulang

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dalam dunia bisnis di Indonesia pada saat ini semakin meningkat dan terus bertambah dari waktu ke waktu. Salah satu bisnis yang berkembang di masyarakat saat ini ialah bisnis percetakan. Jasa percetakan adalah layanan yang disediakan oleh perusahaan atau vendor untuk mencetak berbagai jenis material seperti dokumen, brosur, pamflet, katalog, kemasan produk, kartu nama, dan banyak lagi. Banyak faktor yang menjadi penyebab menjamurnya bisnis percetakan, seperti kebutuhan untuk mencetak dokumen, promosi, kemasan produk, dan materi lainnya dalam berbagai industri yang semakin tinggi. Sampai penggunaan pribadi seperti undangan pernikahan, kartu ucapan, dan foto keluarga. Ini juga menciptakan permintaan untuk layanan percetakan yang beragam.

Dari menjamurnya bisnis percetakan ini, maka lahirnya persaingan bisnis antara penyedia jasa percetakan yang satu dengan yang lain. Sehingga penyedia layanan jasa percetakan mau tidak mau harus berinovasi untuk menarik pelanggan. Identitas visual merupakan salah satu cara untuk memikat hati pelanggan. Identitas visual menjadi penting bagi seorang pembisnis, karena dengan adanya identitas visual membuat pelanggan bisa mengenali, mengingat, dan berinteraksi dengan jasa percetakan itu sendiri.

Salah satu yang membuka bisnis percetakan di Palembang yaitu Hermawan atau biasa dipanggil dengan sebutan mang wawan. Mang wawan adalah pendiri yang mendirikan bisnis percetakan bernama “Mitra Printing”. Mitra printing didirikan pada Maret 2020 Mitra Printing menerima berbagai jenis cetakan digital. Seperti cetak banner, cetak baleho, cetak buku yasin, cetak undangan, cerak kartu nama, cetak binder dan masih banyak lagi. Mitra printing beralamat di Jalan S Prawiro 30151 Sukarami Sumatera Selatan. Selain membuka jasa percetakan, Mitra Printing juga jasa pengetikan serta alat tulis kantor. Selain melayani pelanggan secara langsung, mitra printing juga melayani pelanggan melalui sosial media seperti *Whatsapp*, *Telegram*, dan *faebook*. Mitra Printing memiliki sebuah identitas visual Namun identitas visual ini jarang di gunakan dalam promosi Mitra Printing dan juga kurang mudah dikenali sehingga membutuhkan sebuah konsep identitas visual yang baru khususnya pada logonya agar lebih baik. Sehingga indentitas visual dari Mitra Printing bisa terlihat terlihat lebih fresh sehingga dapat meningkatkan daya Tarik untuk memikat pelanggan. Salah satu caranya yaitu dengan *Rebranding*.

Rebranding adalah proses di mana sebuah perusahaan atau merek mengubah identitas visualnya secara keseluruhan, termasuk logo, nama, desain, dan pesan, dengan tujuan untuk memperbarui citra mereka di mata konsumen atau untuk menyesuaikan dengan perubahan dalam industri atau pasar. Rebranding dapat dilakukan karena berbagai alasan, seperti untuk menarik pelanggan baru, meningkatkan daya saing, mengikuti tren terkini, mengatasi masalah reputasi, atau menyempurnakan visi dan misi perusahaan. Proses rebranding melibatkan

penelitian pasar, analisis kompetitif, pengembangan strategi, dan implementasi perubahan secara bertahap.

Dengan penjelasan diatas, *Rebranding* identitas visual Mitra Printing dibuat agar Mitra Printing dapat merepresentasikan identitasnya di khalayak yang luas sehingga mudah dikenali oleh calon pelanggan maupun masyarakat. Serta mampu bersaing dengan bisnis jasa percetakan lainnya. Identitas visual yang saat ini diterapkan pada Mitra Printing adalah logo berupa lingkaran yang di pisahkan oleh huruf M yang dengan garis melengkung dan terletak di diagonal lingkaran tersebut. Yang membuat lingkaran tersebut seolah-olah terbagi dua menjadi setengah lingkaran berwarna merah tua dan hitam. Sehingga huruf M dapat diartikan menjadi penghubung dua setengah lingkaran tersebut menjadi satu lingkaran utuh.

Oleh karena itu, penulis memilih topik "*Perancangan Rebranding Identitas Visual Mitra Printing di Palembang*" sebagai judul tugas akhir. Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk membantu Mitra Printing dalam memperkuat gambara merek mereka melalui identitas visual yang baru. Identitas visual yang baik akan membantu dalam memperkuat kesan dan citra Mitra Printing yang ingin disampaikan kepada pelanggan, serta memudahkan calon pelanggan dalam mengingat dan mengenali Mitra Printing di Tengah persaingan bisnis percetakan yang semakin luas dan ketat.

Penulis akan memperkenalkan konsep desain identitas visual yang baru yang didasarkan pada visi dan misi yang diusung oleh Mitra Printing. Sehingga dapat membantu Mitra Printing untuk lebih mudah dikenali dan diingat oleh pelanggan. Konsep desain yang diusung akan mencakup logo, warna, tipografi,

dan elemen visual lainnya yang akan diaplikasikan pada media cetak, serta kemasan produk. Dalam proses perancangannya, penulis akan megacu pada prinsip-prinsip desain yang tepat agar identitas visual yang dihasilkan dapat efektif dan efesien dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh Mitra Printing.

Dengan melakukan perancangan ulang identitas visual, diharapkan Mitra Printing dapat memperkuat citra mereknya dan menjaid lebih terkenal di kalangan pembisnis jasa percetakan lainnya. Selain itu, tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Mitra Printing dalam meningkatkan daya tarik kepada masyarakat, maupun penjualan produk mereka serta mampu menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.



Gambar 1.1 Logo Mitra Printing

(Sumber: Mitra Printing, 2024)

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merumuskan bagaimana melakukan perancangan *Rebranding* identitas visual dengan tujuan agar Mitra Printing dapat memperkuat kesan dan citra pelayanan dari Mitra Printing yang ingin disampaikan dan membekas kepada pelanggan.

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu “*Perancangan rebranding identitas visual Mitra Printing di Palembang*” Adapun ruang lingkup penelitian ini hanya dibatasi perancangan *rebranding* logo baru dan media pendukung lainnya berupa poster A2, poster A3, *X-banner*, kartu nama, *T-Shirt*, Stempel logo, *sticker*, serta kuitansi.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk merancang Identitas Visual Mitra Printing sebagai upaya meningkatkan jumlah penjualan dan dapat lebih dikenal oleh Masyarakat.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Bagi Penulis

Meningkatkan kualitas dan kreativitas bagi penulis serta desainer dan karya ini dapat menjadi portofolio dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan tentang identitas visual. Serta penulis juga dapat membantu memecahkan masalah dalam bidang desain komunikasi visual untuk membantu pelaku usaha.

1.5.2. Manfaat Bagi Umum

Dengan strategi identitas visual ini diharapkan dapat mengenalkan Mitra Printing, dan memperkuat kesan citra positif Mitra Printing. sehingga dapat mempermudah pemilik Mitra Printing dalam menjalankan bisnisnya.

1.5.3. Manfaat Bagi Akademik

Adapun manfaat akademik dari penelitian ini yaitu sebagai bahan rujukan yang memberikan pengetahuan tentang identitas visual bagi mahasiswa dan dosen. Serta dapat memberikan sedikit pengetahuan Teknik tentang pengaplikasian rancangan *Rebranding* pada identitas visual, juga sebagai referensi mahasiswa bagi yang Tengah menempuh proyek studi dengan tema sejenis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Identitas Visual

Menurut Rustan (2009: 54) dalam haikal & Kadarisman (2020) mengatakan bahwa identitas visual merupakan suatu identitas yang berkaitan dengan elemen visual yang selalu digunakan untuk menyampaikan pesan yang dapat dinilai oleh Masyarakat. Identitas visual terdiri dari logo, nama, tipografi, *tagline*, dan warna. Setiap elemen desain memiliki nilai keunikan yang dapat dirasakan oleh setiap masyarakat terkait dengan identitas suatu Perusahaan, Lembaga dan produk yang ingin diciptakan.

Menurut Darmawanto (2019:38), identitas visual merupakan sebuah citra yang berupa gambaran dan tekstual yang disusun secara estetis untuk memberikan kesan. Menurut Rustan (2017) dalam Sumedi (2018), identitas visual merupakan kepribadian suatu entitas dari Perusahaan yang dapat dirasakan oleh indra yang menyampaikan pesan atau tujuan Perusahaan tersebut serta citra dan karakter melalui symbol dan ciri khas yang berbeda-beda (*logo*, *tagline*, nama, dan warna). Sehingga dapat dikatakan bahwa Identitas visual merupakan cara bagi perusahaan untuk membedakan diri dari pesaingnya dan membentuk persepsi positif di benak konsumen atau pemangku kepentingan.

2.1.2 Rebranding

Istilah *re-branding* digunakan juga untuk menjelaskan tiga peristiwa penting, yaitu perubahan nama, perubahan merek secara estetika (warna, logo), ataupun reposisioning merek (Muzellec, Doogan & Lambkin, 2003: 31). Menurut Muzellec dalam Bantilan dkk (2018), menjelaskan bahwa rebranding bagi pihak perusahaan adalah suatu cara untuk memperkenalkan perubahan posisi brand di benak pemilik kepentingan dan sebagai identitas pembeda dengan pesaing.

2.1.3 Nama

Menurut Rustan (2017) dalam bukunya berjudul Mendesain Logo semua atribut yang berhubungan dengan identitas (logo, tipografi, warna, images) dibangun atas dasar nama. Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat dikatakan nama merupakan bagian yang terpenting dalam sebuah identitas karena menjadi dasar akan mengenal suatu entitas.

2.1.4 Logo

Menurut Suyanto dalam Widia Marta (2021) Logo merupakan sebuah simbol yang dirancang untuk mewakili karakter dan menjadi identitas dari sebuah perusahaan. Logo sebagai bentuk ekspresi dan bentuk visual dari konsep perusahaan, produk, organisasi, maupun institusi serta merupakan simbol visual yang memiliki bentuk yang berasal dari nilai strategis perusahaan yang bersangkutan. Sehingga dapat dijelaskan bahwa logo merupakan suatu identitas merek yang mengkomunikasikan Secara luas tentang produk pelayanan, dan organisasi dengan cepat.

2.1.5 Warna

Terdapat 3 (Tiga) jenis warna utama. Yang terdiri dari warna primer, warna sekunder dan warna Tersier. Warna primer adalah warna dasar yang dapat melahirkan warna-warna baru yang akan menjadi warna sekunder dan warna tersier. Yang termasuk dalam warna primer adalah warna merah, biru, dan kuning. Warna sekunder disebut juga warna turunan karena menghasilkan ragam warna baru yang berasal dari pecampuran dua warna primer. Contoh dari warna sekunder yaitu warna ungu, pencampuran dari warna biru dan merah. Warna terakhir yaitu warna tersier, merupakan yang dihasilkan dari pencampuran warna primer dan sekunder.

Pemilihan warna memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan identitas pada brand. Secara objektif atau fisik, warna adalah sifat cahaya berupa panjang gelombang yang dipancarkan, sedangkan secara subjektif atau psikologis, warna merupakan pengalaman indra penglihatan dan berkaitan dengan persepsi seseorang (Swasty, 2017).

2.1.6 Tagline

Menurut Nuradi, dalam Abiromo Baskorohito (2014) Tagline adalah kalimat singkat sebagai penutup teks inti yang menyimpulkan secara singkat tujuan komunikasi suatu iklan. Tagline yang diucapkan secara baik dan jelas dapat membantu masyarakat atau audience dalam mengingat merek dari produk yang diiklankan. Selain itu, tagline juga sebagai bentuk untuk mempresentasikan keseluruhan meliputi merek dan karakternya produknya,

dalam rangka proses penanaman konsep terhadap produk secara positif ke dalam benak Masyarakat.

2.1.7 Tipografi

Menurut Tinarbuko (2015:148) tipografi adalah seni memilih dan menata huruf untuk berbagai kepentingan menyampaikan informasi berbentuk pesan sosial ataupun komersil. Menurut Danton dalam Maharsi (2013: 3) tipografi ilmu disiplin yang mempelajari tentang pengetahuan huruf. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tipografi merupakan seni dan ilmu dalam 8 merancang serta membahas tentang huruf.

2.2 Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan referensi, penulis mendapatkan hasil referensi penelitian yang berkaitan dengan perancangan identitas visual promosi dari penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi yang dapat menunjang karya ilmiah penulis.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Nama Jurnal	Hasil Penelitian
1	Ahmad Asrori Al Ishaqi dan Muh Ariffudin Islam	PERANCANGAN RE-BRANDING IDENTITAS VISUAL KOPI TOTALITAS DI SURABAYA	Jurnal Barik, Vol. 2 No. 3, Tahun 2021, 1-15	Hasil dalam rebranding identitas visual perusahaan ini adalah perubahan pada logo yang disesuaikan dengan fungsi dan target market yang telah ditentukan. Logo divisualkan dalam media berupa; Botol plastik, papercup, apron, signboard, dan paperbag.
2	Laila Maulida, Rachel Florencia Joselin dan Ditya Fajar Rizkizha	Rebranding Agen Travel Mitra Printing Melalui Perancangan Identitas Visual Untuk Meningkatkan Brand Awareness	Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVSA) Vol.08, No.01, Tahun 2024 ISSN: 2580-8753 (print); 2597-4300 (online)	Perancangan ini menghasilkan logo Jajantiket dan penerapannya pada media terkait, seperti maskot, supergraphic, dan implementasinya pada media lainnya
3	Anak Agung Ngurah Gede Marhendra , Agung Eko Budi Waspada , Sangayu Ketut Laksemi Nilotama	PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL REBRANDING CITRA PERUSAHAAN CEMARA CERAMICS	Jurnal Seni & Reka Rancang Volume 4, No.1, November 2021, pp 1-20	penggunaan metode design thinking pada penelitian ini dapat menemukan berbagai permasalahan terkait citra perusahaan Mitra Printing. Permasalahan ini yang didapat yaitu mengenai bagaimana Hasil yang dicapai yaitu rancangan corporate identity Cemara Ceramics yang baru.

Penelitian terdahulu ini bertujuan untuk mendapatkan data sebagai bahan perbandingan dan sebagai acuan. Selain itu juga, untuk menghindari kesamaan dengan penelitian ini. Maka dari itu dalam kajian pustaka ini penelitian mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian Ahmad Asrori Al Ishaqi dan Muh Ariffudin Islam (2021)

Dengan judul Perancangan *Re-Branding* Identitas Visual Kopi Totalitas Di Surabaya. Kopi Totalitas merupakan sebuah coffee shop yang terletak di kawasan Ngagel, Surabaya. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, permasalahan utama yang dimiliki oleh coffee shop adalah citra brand. Terbatasnya jangkauan pasar oleh faktor persaingan yang tidak kompetitif sehingga mengakibatkan pada penurunan minat konsumen yang berkunjung. Hal itu membuat pemilik dari brand tersebut.

memutuskan untuk mengganti identitasnya menjadi Kopi Totalitas agar dapat menjangkau target pasar yang lebih luas. Perancangan Re-branding Identitas Visual Kopi Totalitas di Surabaya ini bertujuan untuk membangun brand baru serta merancang aplikasi media yang digunakan sebagai penunjang proses re-branding.



Gambar 2.1 Hasil Dari Perancangan Re-Branding Identitas Visual Kopi Totalitas Di Surabaya

2. Hasil penelitian Laila Maulida, Rachel Florencia Joselin dan Ditya Fajar Rizkizha (2024)

Dengan Judul Rebranding Agen Travel Mitra Printing Melalui Perancangan Identitas Visual Untuk Meningkatkan Brand Awareness. Tujuan dari dibuatnya perancangan ulang identitas visual ini yaitu membantu membangun kesadaran merek dengan menciptakan tampilan identitas visual yang konsisten dan mudah diingat oleh audience, membedakan dengan kompetitor dan juga memberi kesan profesional pada perusahaan Mitra Printing.



Gambar 2.2 Hasil Dari Rebranding Agen Travel Mitra Printing Melalui Perancangan Identitas Visual Untuk Meningkatkan Brand Awareness.

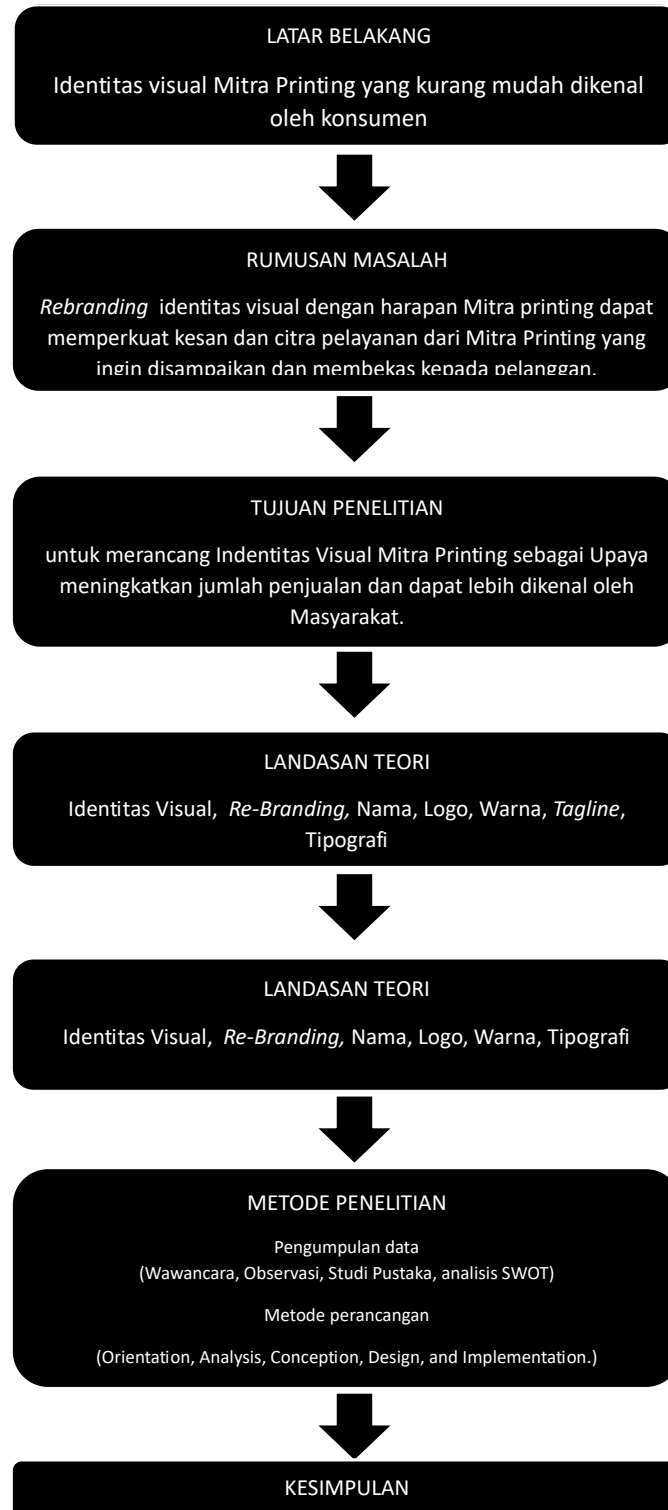
3. Hasil penelitian Anak Agung Ngurah Gede Marhendra, dkk (2021)

Dengan Judul Perancangan Identitas Visual Rebranding Citra Perusahaan Cemara Ceramics. Perancangan Identitas Visual Rebranding Citra Perusahaan Cemara Ceramics ini bertujuan untuk menghasilkan strategi konsep dan visual rebranding perusahaan Cemara Ceramics serta menghasilkan rancangan identitas visual rebranding Cemara Ceramics dalam rangka mendorong terciptanya citra identitas yang baru.



Gambar 2.3 Hasil Dari Perancangan Identitas Visual Rebranding Citra Perusahaan Cemara Ceramics.

2.3 Kerangka Penelitian



Gambar 2.4 Kerangka Penelitian

(Sumber : Saiqon 2024)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi

Penelitian ini dilakukan di tempat percetakan Mitra Printing yang beralamat di Jalan S Prawiro 30151 Sukarami Sumatera Selatan. Di percetakan Mitra Printing, penulis melakukan wawancara dan observasi sebagai bentuk Langkah awal pengamatan untuk mencari sumber informasi

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini mulai dari saat melakukan penelitian terdahulu. Berikut beberapa rangkaian penelitian yang dilakukan penulis dengan mendetail, dimana dalam tahap penyelesaian akhir kurang lebih 5 bulan, berikut adalah table jadwal penelitian yang dilakukan penulis:

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Jenis kegiatan	bulan																				
		Februari			Maret				April			Mei			Juni			Juli				
1	Orientation																					
2	Observasi																					
3	Wawancara																					
4	Studi Pustaka																					
5	Analysis																					
6	Conception																					
7	Design																					
8	Implementation																					
11	Ujian Proposal																					
12	Pengerjaan LTA																					
13	Pameran																					
14	Ujian TA																					

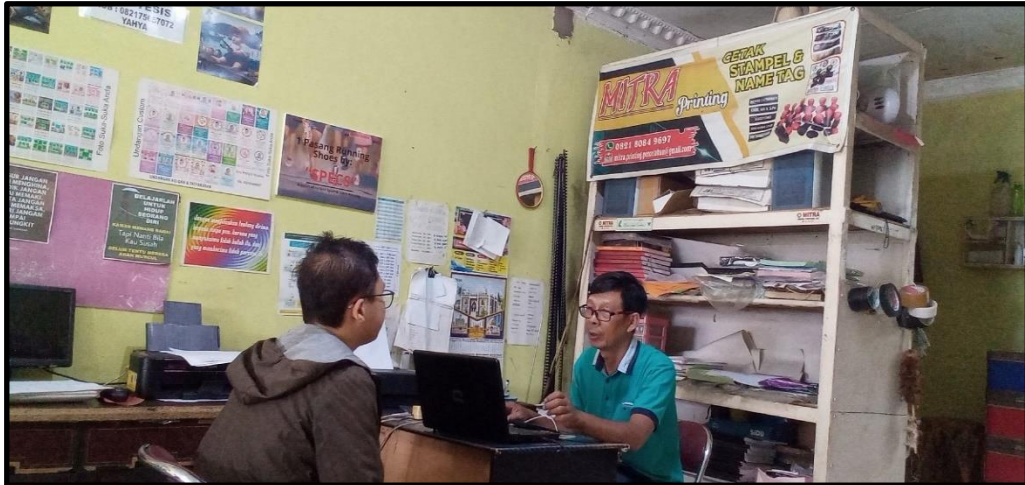
3.2 Jenis Data

3.2.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2019:194) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. 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:

- a. Dalam wawancara bersama pemilik Mitra Printing mengenai identitas visualnya yang kurang mudah dikenali secara luas.

- b. Dalam wawancara bersama pemilik Mitra Printing mengenai penerapan Identitas Visualnya saat ini membutuhkan rebranding pada logo agar lebih fresh.



Gambar 3.1 Proses wawancara dan Observasi Di Mitra Printing

(Sumber: Saiqon. 2024)

3.2.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu data yang didapatkan penulis melalui jurnal, dan media internet.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pada Penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode yang digunakan dalam mengumpulkan data, yaitu sebagai berikut:

3.3.1 Wawancara

Menurut Sugiyono (2017: 137), wawancara (interview) digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahannya yang harus diteliti.

Wawancara dilakukan dengan bertanya langsung kepada pemilik Mitra Printing secara langsung dan secara online melalui WhatsApp. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang orientasi bisnis, positioning, dan masalah yang dihadapi oleh Mitra Printing.

3.3.2 Observasi

Menurut Suharsaputra (2018: 264), observasi merupakan pengumpulan data yang didasarkan pada pemantauan secara langsung.

3.3.3 Studi Pustaka

Studi pustaka, menurut Nazir (2013: 93) teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Dalam perancangan ini menggunakan media pendukung dalam mendapatkan informasi dan data, berupa kajian dan literatur mengenai identitas visual pada Mitra Printing.

3.3.4 Analisis SWOT

Untuk mendapatkan data yang lebih mendalam, penulis menggunakan analisis SWOT sebagai alat utama pengumpulan data. Serta sebagai alat pendukung dalam metode perancangan. Analisis SWOT merupakan analisis data interaktif dari Miles And Hubberman (1992)

menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang mempengaruhi sebuah organisasi, proyek, atau rencana bisnis.

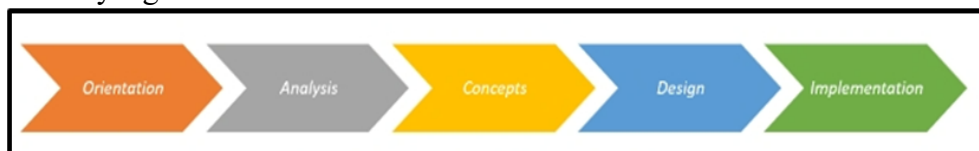
Analisis ini membantu dalam memahami posisi relatif suatu entitas dalam lingkungan internal dan eksternalnya, serta merumuskan strategi yang sesuai untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor ini, sebuah entitas dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengatasi atau meminimalkan kelemahan dan ancaman yang mungkin timbul.

3.4 Metode Perancangan

Terdapat banyak sekali metode perancangan. Seperti perancangan Menurut Luther (2010) dan Menurut Robin Landa (2011), serta Metode Multimedia (Development Life Cycle). Menurut Luther dalam Jurnal Online Informatika, terdapat 6 tahapan dalam perancangan yaitu concept (pengonsepan), design (perancangan), material collecting (pengumpulan bahan), assembly (pembuatan), testing (pengujian), dan distribution (pendistribusian). Lalu ada metode perancangan yang bernama Metode Multimedia (Development Life Cycle) terdiri dari enam tahap, yaitu concept, design, collecting content material, assembly, testing, dan distribution.

Pada tugas akhir ini penulis menggunakan teknik perancangan Menurut Robin Landa (2011). Menurut Robin Landa (2011) memaparkan 5 fase dalam proses desain. Fase tersebut adalah *orientation, analysis, concepts, design, dan*

implementation. Kelima tahapan ini merupakan tahapan berjenjang dan bertingkat. Sehingga masing-masing tahapan harus dilalui untuk mendapatkan hasil yang sesuai.



Gambar 3.2 Metode Perancangan Robin Land

3.4.1 Orientation

Tahap mencari dan mengumpulkan informasi maupun data yang dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap Mitra Printing untuk mengenal *brand* lebih dalam. Penulis melakukan pengumpulan data berupa wawancara, observasi, serta studi Pustaka. Pada tahap wawancara dan observasi, penulis melakukan teknik wawancara dan observasi langsung dan tidak langsung. Pada wawancara dan observasi langsung, penulis diizinkan untuk datang langsung ke lokasi penelitian. Untuk wawancara dan observasi tidak langsung, penulis menggunakan aplikasi sosial media untuk tetap bisa mewawancarai dan mengobeservasi objek penelitian. Salah satu sosial media yang digunakan yaitu aplikasi *Whatsapp*.

Dari wawancara dan observasi serta studi Pustaka yang dilakukan oleh penulis, mendapatkan beberapa data yang dapat menjadi pendukung dalam penulisan karya ilmiah ini. Diantaranya yaitu, sudah bermitra dengan usaha lain, sudah memiliki identitas visual khususnya logo, serta memiliki banyak pelayanan yang bisa di dapat di Mitra Printing dari hanya menyetak karya ilmiah sampai menyetak batu nisan.

3.4.2 *Analysis*

Melakukan analisis dari data-data yang sudah diperoleh untuk menentukan strategi yang nantinya akan menghasilkan pedoman dalam melakukan perancangan.

Analisis SWOT diperlukan oleh perusahaan untuk mencapai target bisnis yang sedang dijalankan atau yang masih dalam proses rancangan.

Proses menganalisis SWOT:

1. Kekuatan

Pada tahapan ini tujuannya untuk mengenali dan memahami kekuatan terbesar dalam bisnis/usaha yang sedang dijalankan. Proses pengenalan dan pemahaman ini akan menghasilkan sejumlah bahan temuan yang diharapkan berpengaruh positif bagi kesuksesan perusahaan seperti:

- a) Apa saja kelebihan bisnis atau usaha yang dijalani?
- b) Apa yang membuat bisnis atau usaha Mitra Printing lebih baik dari kompetitor?
- c) Apa keunikan atau ciri khas yang dimiliki Mitra Printing?

2. Kelemahan

Setiap perusahaan atau model bisnis apapun pasti memiliki kelemahan masing-masing. Pada tahapan mengidentifikasi kelemahan bisnis/usaha dapat ditemukan dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan diantaranya:

- a) Citra apa yang ingin dibangun oleh perusahaan Mitra Printing?

- b) Apa saja yang akan ditingkatkan dalam perusahaan Mitra Printing?
- c) Apa saja faktor-faktor kerugian yang telah berjalan selama ini?

3. Kesempatan

Tahapan ini ialah melihat peluang yang didapat dari faktor eksternal di lingkungan bisnis yang cenderung berkontribusi pada kesuksesan bisnis. pencarian peluang-peluang ini dapat dianalisis melalui sejumlah pertanyaan yaitu:

- a) Peluang jenis apa yang selama ini Mitra Printing lihat sebagai pelaku bisnis?
- b) Apakah ada event atau workshop yang dapat dimanfaatkan perusahaan Mitra Printing dalam mengembangkan bisnis?

4. Ancaman

Semua jenis bisnis akan selalu menghadapi beragam ancaman yang jika dibiarkan begitu saja akan menumbangkan perusahaan. oleh sebab itu, wajib dengan menganalisisnya dengan sejumlah pertanyaan:

- a) Kendala serta masalah apa saja yang sedang dihadapi Perusahaan Mitra Printing?
- b) Solusi-solusi apa saja yang telah dilakukan guna menuntaskan permasalahan yang ada?
- c) Apakah Mitra Printing memiliki pesaing yang potensial?
- d) Adakah tren market yang bisa menjadi sebuah ancaman?

3.4.3 *Conception*

Tahap kerangka ide dan desain dibuat. Melakukan rumusan informasi yang diperoleh guna untuk memulai pengembangan konsep desain. Setelah membuat konsep desain kemudian dilanjutkan dengan beberapa alternatif desain.

1. Konsep visual

Pembuatan sebuah karya visual tentu diperlukan suatu konsep. Konsep ini dibutuhkan agar ide dari karya visual yang akan diterapkan kepada media memiliki batasan yang terarah dan memiliki alasan yang kuat dalam penerapannya, seperti tujuan dari *Rebranding* identitas visual Mitra Printing ini yaitu konsep dalam pemilihan warna dan tipografi, secara keseluruhan dengan konsep tersebut maka pesan dan kesan yang ditujukan kepada audiens dapat tersampaikan dengan baik.

Dalam merubah identitas visual Mitra Printing ini, penulis merancang ulang sebuah identitas visual yang berpedoman pada identitas visual Mitra Printing yang sudah ada tanpa mengubah konsep utama dari identitas visual dari Mitra Printing.

2. Konsep logo

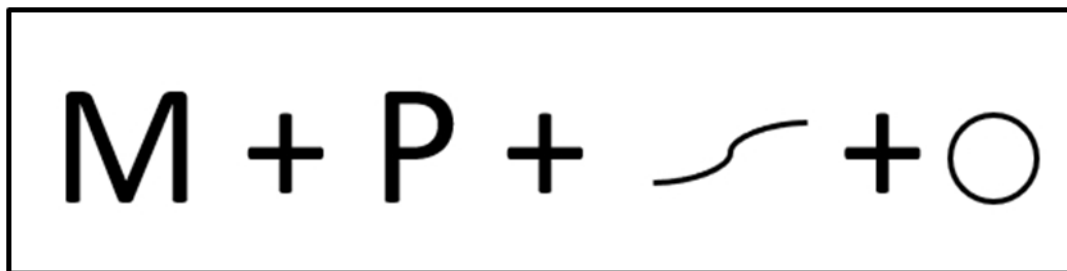
Dalam proses ide pembuatan sebuah logo, tipe logo yang digunakan Mitra Printing yaitu logo *lettermark* atau monogram. Jenis logo *lettermark* atau monogram merupakan logo berbasis tipografi yang terdiri dari beberapa huruf yang singkat. Simbol huruf

pada logo *lettermark* atau monogram ini sangat efektif untuk merampingkan nama perusahaan atau merek yang memiliki nama cukup Panjang. Logo *lettermark* atau monogram ini mengartikan kesederhanaan serta tampak mudah untuk dipahami dan diingat oleh orang. Sehingga Logo *lettermark* atau monogram yang digunakan memiliki unsur “MP” dari perpaduan singkatan dari Mitra Printing.

Kemudian konsep logo yang menggunakan garis lengkung, menurut Sayanto (2009) Garis lengkung meliputi lengkung mengapung, lengkung kubah, lengkung busur, memberi kualitas mengapung seperti pelampung, mengasosiasikan gumpalan asap, buih sabun, balon, dan sebagainya; mengesankan gaya mengapung, ringan, dan dinamis. Garis ini memberi karakter ringan, dinamis, kuat; dan melambangkan kemegahan, kekuatan, dan kedinamisan. Di sisi lain, garis lengkung dalam logo juga dapat menggambarkan koneksi dan interaksi, cocok untuk merek yang menekankan pentingnya hubungan antara perusahaan dan pelanggan.

Serta lingkaran yang mengelilingi huruf M dan P yang memiliki arti dinamis dan ramah, serta menyenangkan. Konsep dinamis, ramah, serta menyenangkan ini sesuai dengan pelayanan yang disediakan oleh pemilik usaha Mitra Printing. Dinamis memiliki makna pelayanan Mitra Printing selaluberusaha menyediakan pelayanan yang serba bisa. Ramah dan menyenangkan memiliki makna bahwa Mitra Printing berkomitmen

untuk selalu melayani pelanggannya dengan sikap ramah dan menyenangkan.



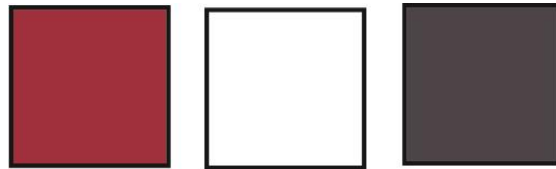
Gambar 3.3 konsep visual logo Mitra Printing

(Sumber: Saiqon, 2024)

3. Konsep Warna

Konsep warna yang ingin digunakan pada *rebranding* identitas visual Mitra Printing ini adalah menggunakan warna merah pada lingkarannya, dan warna hitam pada hurufnya. Penulis ingin mempertahankan warna asli dari logo ini dikarenakan menurut penulis warna ini sudah sesuai dengan visi misi yang dibangun oleh Mitra Printing, yaitu semangat dan cinta untuk warna merah. Warna merah dapat juga dimaknai sebagai warna yang mempunyai daya Tarik yang tinggi, sehingga warna merah pada logo diharapkan mampu membuat Masyarakat untuk bisa tertarik dengan Mitra Printing. Warna abu-abu memberi kesan elegan dan modern pada logo. Serta dimaknai sebagai keseriusan dan kepercayaan terhadap pelayanan di Mitra Printing. Warna merah yang digunakan pada konsep logo ini memiliki kode A9243A. dan untuk warna abu-abu yang digunakan pada

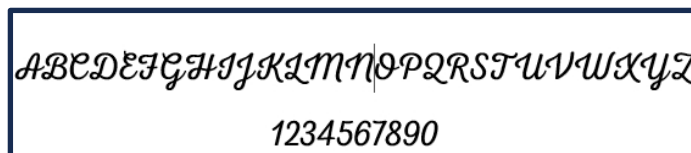
konsep logo ini memakai kode warna 44434D, serta warna putih dengan kode warna #FFFFFF



Gambar 3.4 Palet warna cerah pada logo
(Sumber: Saiqon. 2024)

4. Konsep Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk *tagline*, media digital dan media cetak menggunakan font “*Nexa Rust Script L0*” font ini memberi kesan sederhana namun elegan sehingga dapat menarik minat Masyarakat untuk datang ke Mitra Printing.



Gambar 3.5 Jenis Font pada Tagline
(Sumber: Saiqon. 2024)

Sedangkan Tipografi pada nama brand “Mitra Printing” menggunakan font “*Handineat*” yang dimana font ini berkarakter Bijaksana, berkarisma, feminim, elegant, artistik. Karakter ini sesuai dengan nama Mitra Printing yang ingin pelanggan setia dengan pelayan yang di terapkan di Mitra Printing.



Gambar 3.6 Jenis Font untuk nama Mitra Printing
(Sumber: Saiqon. 2024)

3.4.4 Desain

Dari konsep yang sudah di rancang pada tahap *conception*, maka tahap selanjutnya, yaitu tahap untuk memvisualisasikan konsep logo menjadi sebuah logo. Untuk membuat sebuah logo perlunya sebuah sketsa logo untuk mempermudah dalam pengerjaan pada tahap selanjutnya. Di dalam logo tersebut tentunya tidak lepas dari konsep logo yang sudah ditentukan sebelumnya. Pada tahap ini sudah menemukan sebuah logo akhir yang akan di implementasikan pada *software Adobe Illustrator*.

3.4.5 Implementation

Setelah logo sudah ditentukan dan sudah disketsa. maka Langkah selanjutnya yaitu mengimplemetasikan sketsa logo pada *software Adobe Illustrator* dengan cara digitalisasi. Dengan digitaslisasi ini dapat mengubah dari awalnya hanya sebuah sketsa logo, menjadi sebuah karya yang dapat di cetak.

3.5 Ruang Lingkup penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang pada bab sebelumnya maka penulis memiliki batasan ruang lingkup, mengenai penelitian ini yang hanya dibatasi pada Perancangan Logo sebagai identitas visual untuk Mitra Printing agar dengan identitas baru ataupun *brand recognition* nya terlihat kuat dan mudah dipahamin sekaligus sebagai bentuk promosi.

3.6 Alat dan Bahan

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:

3.6.1 Alat

1. Laptop Acer Aspire A514-54G
2. Software Adobe Illustrator 2022 untuk mendesain Logo, membuat karya utama A2, dan karya pendukung A3.

3.6.1 Bahan

1. Logo

Bahan yang digunakan untuk pembuatan logo menggunakan akrilik.

2. Poster A2

Media utama menggunakan poster ukuran A2 42.0 x 59.4 cm. Ukuran ini digunakan secara luas dalam berbagai bidang,

3. Poster A3

Media cetak poster berukuran A3 42 x 29.7 cm bahan a3 art paper dengan bingkai menggunakan frame warna hitam.

4. X-Banner

X-Banner merupakan media cetak yang biasa digunakan untuk keperluan promosi. X-banner berwujud stand banner karena memiliki kerangka sendiri yang berbentuk X dan memiliki penyangga. Ukuran X-banner: 60x160 cm, 80x180 cm, 80x200 cm.

5. *T-shirt*

T-Shirt dari toko Mitra Printing memiliki beberapa ukuran yang menyesuaikan kebutuhan. Bahan yang digunakan yaitu *Cotton Combed*.

6. Stempel

Stempel untuk Mitra Printing sendiri memiliki bentuk yang menyesuaikan dengan logo, stemple ini memiliki diameter luar 3 cm. Bahan yang digunakan dalam pembuatan stemple ini adalah karet runaflek dengan gagang plastik.

7. Stiker

Untuk Mitra Printing menggunakan stiker Monogram berbentuk lingkaran dengan ukuran 7cm x 7cm. Bahan yang digunakan yaitu kertas stiker dengan potongan *kiss cut*.

8. Kartu Nama

Kartu nama atau kartu identitas, adalah kartu fisik yang berisi informasi pribadi dan identitas seseorang. id card dua sisi untuk sisi depan serta belakang dengan ukuran tinggi 9cm dan lebar 5,5cm.

9. Kuitansi

Kuitansi merupakan bukti transaksi keuangan dalam kegiatan ekonomi berbentuk selebar kertas. Pada umumnya, kuitansi digunakan oleh pengusaha Ketika membeli atau membayar barang dagangan dalam jumlah besar.

3.7 Tahapan Pengerjaan

Dalam mencari konsep dasar ide pembuatan logo ini masih menggunakan konsep dasar dari logo yang sudah ada, yaitu huruf M yang terletak di tengah lingkaran. Dari konsep dasar yang digunakan, dikembangkan lagi menjadi sebuah konsep logo yang baru namun tetap mempertahankan konsep dasarnya. Terdapat beberapa unsur filosofi yang ditambahkan dalam konsep dasarnya. Yaitu dua orang yang berhadapan serta huruf P dalam satu huruf M.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini menghasilkan sebuah logo yang menjadi identitas visual bagi Mitra Printing. Proses perancangan logo ini dilakukan dengan menggunakan tahapan perancangan yang dikemukakan Robin Landa, yang membagi tahapan perancangan identitas visual menjadi 5 tahapan. Tahapan tersebut tersebut adalah *orientation, analysis, concepts, design, dan implementation*.

4.1.1 Orientation

Dalam tahap orientation, penulis melakukan kunjungan langsung ketempat objek penelitian untuk mengetahui identitas visual Mitra Printing secara umum, seperti ketersediaan identitas visual apa yang ada di Mitra Printing, pelayanan apa saja yang tersedia di Mitra Printing, Serta untuk memberi izin penelitian kepada pemilik Mitra Printing. Tahapan ini bertujuan untuk mengetahui identitas visual Mitra Printing Secara luas.

4.1.2 Analysis

Tahap analisis merupakan proses penjabaran dari data-data yang sudah diperoleh untuk menentukan strategi yang nantinya akan menghasilkan pedoman dalam melakukan perancangan. Tujuan dari tahap analisis ini adalah untuk mengetahui secara lebih mendalam dan khusus pada identitas visual Mitra Printing. Penulis menggunakan teknik analisis

SWOT untuk mendapatkan data pendukung. Berikut ini penjabaran hasil dari analisis SWOT.

Tabel 4.1 Hasil analisis SWOT

kekuatan	Kelemahan	Kesempatan	Ancaman
Menyediakan segala kebutuhan pribadi yg bisa berhubungan dg pekerjaan kantor sekolah dll	membangun image kepada customer bahwa mitra printing semua serba bisa dan pelayanan yg baik	Peluang usaha online	permodalan dan persaingan harga
Selain melayani berbagai macam percetakan, menyediakan juga jasa fotocopy dan ATK.	akan meningkatkan kualitas hasil pekerjaan kita semaksimal mungkin dan secepat mungkin	Tidak ada	meningkatkan kualitas hasil pekerjaan kita dan pelayanan kepada customer kita
jasa yg di tawakan mulai dari fotocopy, ATK, serta penjilitan pembuatan skripsi sampai dg percetakan yg bisa di kerjakan	sering terjadi kesalahan dan mis komunikasi dg customer mengenai pesanan		pesaing yg berpotensi ada
			yg menjadi ancaman adalah kemajuan teknologi digital yg semakin pesat

4.1.3 *Concepts*

Konsep yang digunakan dalam *Rebranding* logo Mitra Printing yaitu memperbaiki logo yang sudah ada, tanpa menghilangkan konsep dasar dari logo tersebut. Penulis mempertahankan bentuk dasar logo dan warna logo. Yang diubah adalah bentuk huruf M. serta warna yang digunakan juga menggunakan warna merah dan hitam. Penulis ingin mempertahankan konsep yang diusung oleh pemilik Mitra Printing dalam *rebranding* identitas visual khususnya logo Mitra Printing.

Dari analisis SWOT sebelumnya, penulis ingin membuat logo Mitra Printing yang membangun *image* kepada *customer* bahwa mitra printing semua serba bisa dan pelayanan yang baik. Dari analisis SWOT bagian *Weakness/Kelemahan* inilah yang mengilhami dan menginspirasi penulis untuk membuat logo M dan P yang berbentuk pegas atau per. Pegas atau per merupakan benda elastis yang memiliki fungsi sebagai penyangga pada suatu benda. Dan bentuk M dan P yang miring ke atas bermakna sebuah usaha harus berproses dalam mencapai kesuksesan.

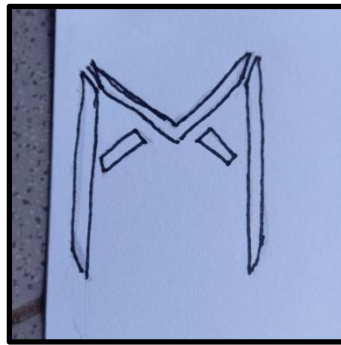
4.1.4 *Design*

Dari konsep logo yang dijabarkan sebelumnya, maka tahap selanjutnya yaitu mendesain logo. Dalam tahap ini, konsep yang telah dirancang mulai direalisasikan. Ada beberapa tahapan mendesain logo agar proses desain sistematis dan terstruktur. Sehingga setiap prosesnya dapat terdokumentasikan dengan baik. Berikut ini adalah beberapa langkah desain yang diterapkan pada pembuatan logo:

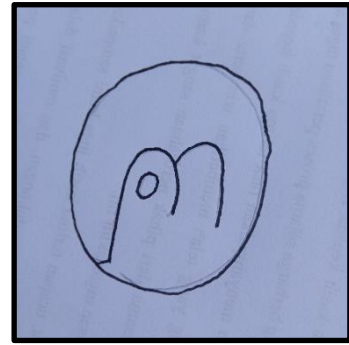
4.1.3.1 *Thumbnail Sketches*.

Thumbnail Sketches merupakan gambar sederhana dan cepat berukuran kecil. *Thumbnail Sketches* biasanya dibuat dalam mode warna hitam putih. Hal ini karena proses pembuatannya hanya menggunakan pensil atau bolpoin. *Thumbnail Sketches* pun seringkali dibuat dalam beberapa versi hal ini berfungsi sebagai alternatif desain yang ditawarkan. Berikut ini beberapa *Thumbnail Sketches* yang di buat.

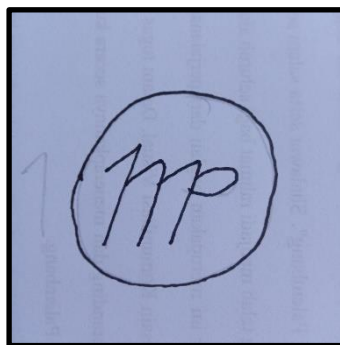
1. Sketsa logo.



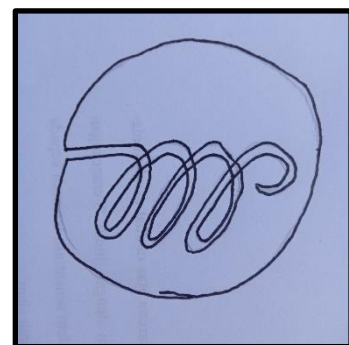
Gambar 4.1 Alternatif desain pertama



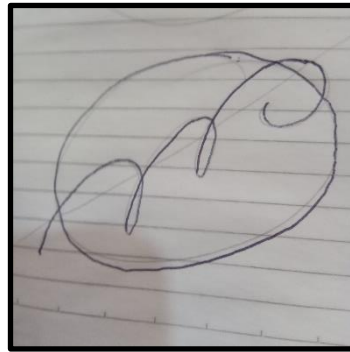
Gambar 4.2 Alternatif desain Kedua



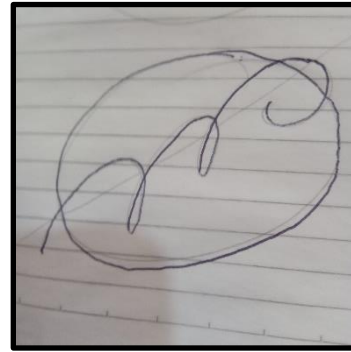
Gambar 4.3 Alternatif desain Ketiga



Gambar 4.4 Alternatif desain Keempat

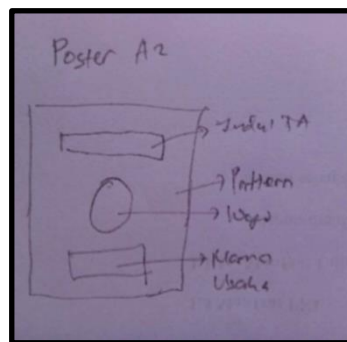


Gambar 4.5 Alternatif desain Kelima



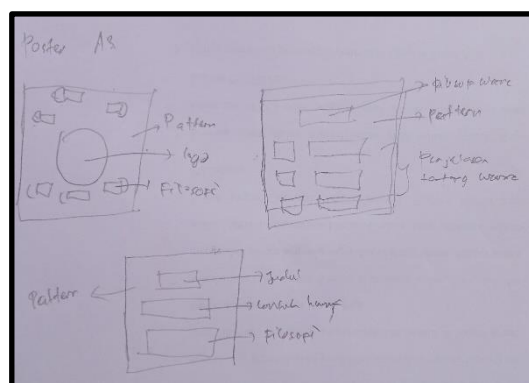
Gambar 4.6 Desain yang terpilih

2. Sketsa poster A2.



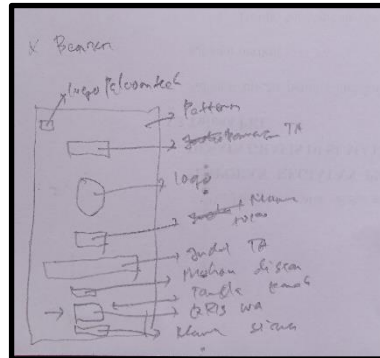
Gambar 4.7 Sketsa Poster A2

3. Poster A3



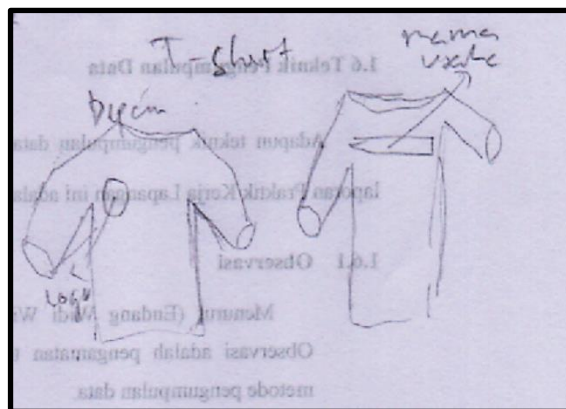
Gambar 4.8 Sketsa Poster A3

4. X- Benner



Gambar 4.9 Sketsa Poster X-Banner

5. T-Shirt



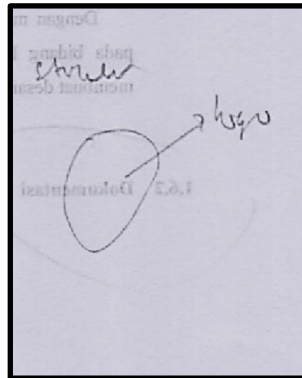
Gambar 4.10 Sketsa T_Shirt

6 . Stempel



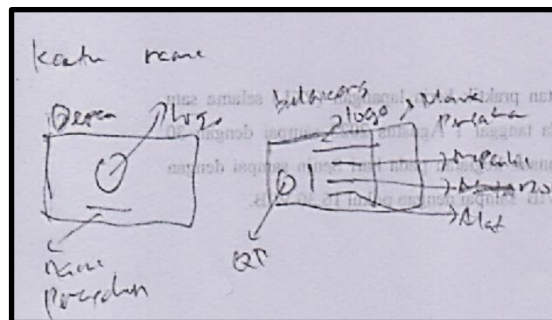
Gambar 4.11 Sketsa Stempel

7. Stiker



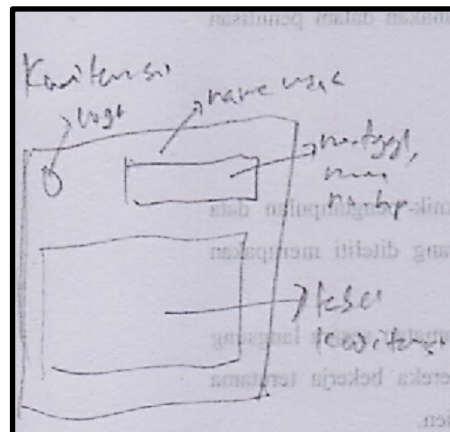
Gambar 4.12 Sketsa Stiker

8. Kartu Nama



Gambar 4.13 Sketsa Kartu Nama

9. Kuitansi

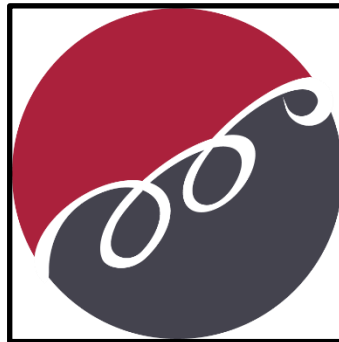


Gambar 4.14 Sketsa Kuitansi

4.1.3.2 *Rough*

Rough adalah *thumbnail sketches* dalam versi yang lebih detail, besar dan lengkap. Tujuan dari pembuatan *rough* adalah sebagai gambaran kasar dari desain yang dibuat. *Rough* pun dapat dibuat dengan pendekatan montase, gambar, digital, dan lain-lain. Fokus utama dari *rough* adalah hasil desain sesuai dengan konsep desain. Pada tahap ini pun desain mulai dibuat secara lebih realistis baik dalam alternatif warna, font, dan lain-lain.

Desain logo yang dipilih yaitu desain logo keempat dengan sedikit perbaikan. Berikut ini perbaikan dan hasil akhir dari pembuatan logo Mitra Printing.



Gambar 4.15 Digitalisasi Desain Logo

4.1.3.3 *Comprehensives*

Tahap *comprehensive* adalah tahap dimana sketsa kasar (*rough*) mulai di visualisasikan secara digital. Tahap ini pun desain mulai diperlihatkan dalam bentuk *mock-up* atau *dummy*. *Mock-up* adalah maket atau semacam *preview* ketika suatu desain direalisasikan. Pada tahap ini *mock-up* masih berpotensi untuk dievaluasi. Sehingga ketika terdapat kesalahan dalam desain dapat segera ditindaklanjuti. Berikut beberapa desain *mock-up* yang telah didesain.

4.1.3.2.1 Logo

Menggunakan media berbahan akrilik tranparan berdiameter 30cm.

4.1.3.2.2 Poster A2

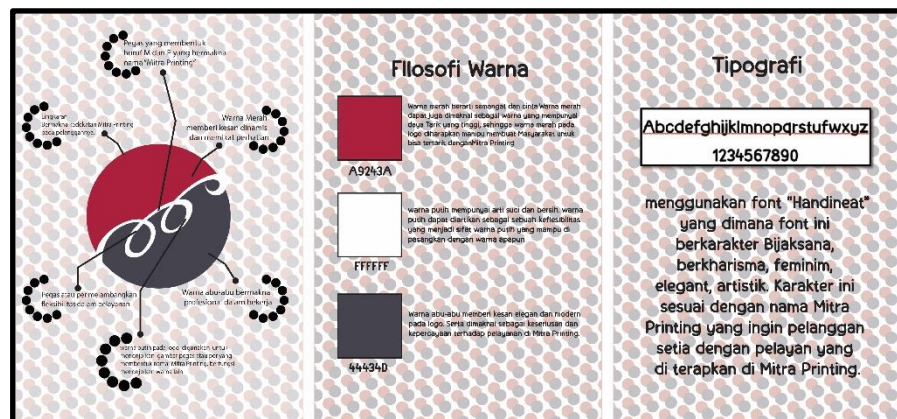
Media utama menggunakan poster ukuran A2 42.0 x 59.4 cm. Ukuran ini digunakan secara luas dalam berbagai bidang. Menggunakan pattern dua lingkaran berwarna merah dan abu-abu.



Gambar 4.16 Poster A2 Mitra Printing
(Sumber: Saiqon, 2024)

4.1.3.2.3 Poster A3

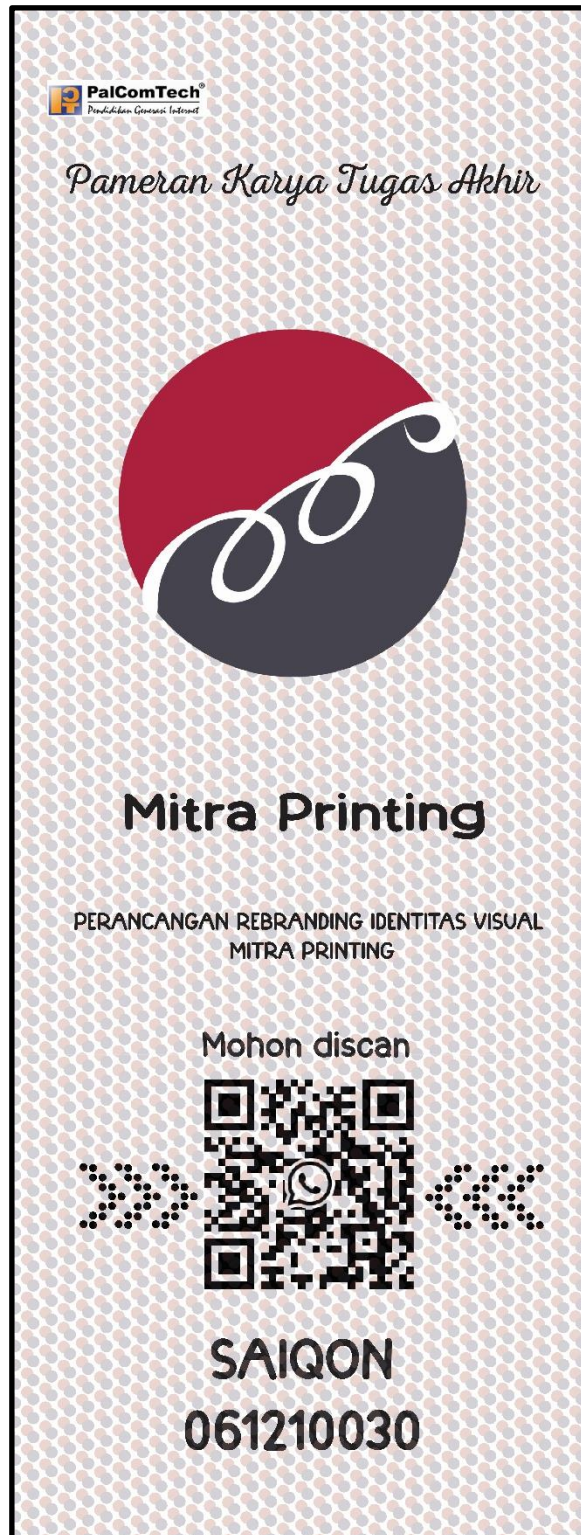
Media cetak poster berukuran A3 42 x 29.7 cm bahan A3 dengan bingkai menggunakan frame warna hitam. Sebanyak 3 buah. Menggunakan *pattern* dua lingkaran berwarna merah dan abu-abu.



Gambar 4.17 Poster A3 Mitra Printing
(Sumber: Saiqon. 2024)

4.1.3.2.4 X-Banner

X-Banner merupakan media cetak yang biasa digunakan untuk keperluan promosi. X-banner berwujud stand banner karena memiliki kerangka sendiri yang berbentuk X dan memiliki penyangga. Ukuran X-banner yang di gunakan adalah 60x160 cm. Menggunakan pattern dua lingkaran berwarna merah dan abu-abu.



Gambar 4.18 Poster X-Banner Mitra Printing
(Sumber: Saiqon, 2024)

4.1.3.2.5 T-shirt

T-Shirt dari toko Mitra Printing memiliki beberapa ukuran yang menyesuaikan kebutuhan. Untuk ukuran dan bahan *T-Shirt* opsional.



Gambar 4.19 Desain *T-shirt* Mitra Printing
(Sumber: Saiqon. 2024)

4.1.3.2.6 Stempel

Stempel untuk Mitra Printing sendiri memiliki bentuk yang menyesuaikan dengan logo, stempel ini memiliki diameter luar 3 cm. Bahan yang digunakan dalam pembuatan stempel ini adalah karet *runaflek* dengan gagang plastik.



Gambar 4.20 Desain Stempel Mitra Printing
(Sumber: Saiqon. 2024)

4.1.3.2.7 Stiker

Stiker adalah label atau gambar kecil yang dapat menempel pada berbagai permukaan, menggunakan bahan kertas, desain stiker mencakup logo dengan berbentuk lingkaran.

4.1.3.2.8 kartu nama

Kartu nama adalah alat untuk memperkenalkan diri dan memberikan informasi kontak kepada orang lain. Kartu nama mencakup logo, perusahaan, alamat, nomor telepon, dan sosial media. Menggunakan pattern dua lingkaran berwarna merah dan abu-abu.



Gambar 4.21 Desain kartu nama Mitra Printing
Tampak dari depan
(Sumber: Saiqon. 2024)



Gambar 4.22 Desain kartu nama Mitra Printing
Tampak dari belakang
(Sumber: Saiqon. 2024)

4.1.3.2.9 Kuitansi

Kuitansi merupakan bukti transaksi keuangan dalam kegiatan ekonomi berbentuk selembar kertas. Pada umumnya, kuitansi digunakan oleh pengusaha Ketika membeli atau membayar barang dagangan dalam jumlah besar.

BANYAK	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH

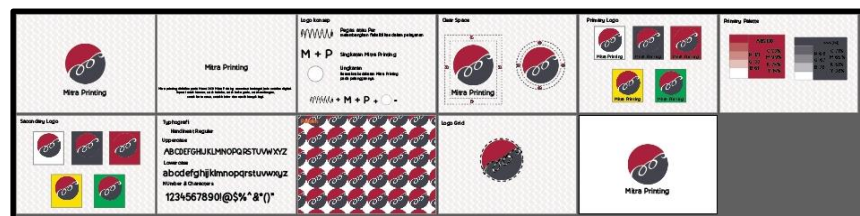
Jumlah Rp. _____

Tanda Terima _____ Hormat Kami, _____

Gambar 4.23 Desain Kuitansi Mitra Printing
(Sumber: Saiqon. 2024)

4.1.3.2.10 *Brand Book*

Brand book adalah dokumen yang merangkum semua elemen penting dari identitas merek sebuah perusahaan atau produk. Dokumen ini berfungsi sebagai panduan resmi yang memuat pandangan umum tentang merek, termasuk nilai-nilai inti, misi, visi, pesan merek, serta elemen desain seperti logo, palet warna, tipografi, dan gaya visual.

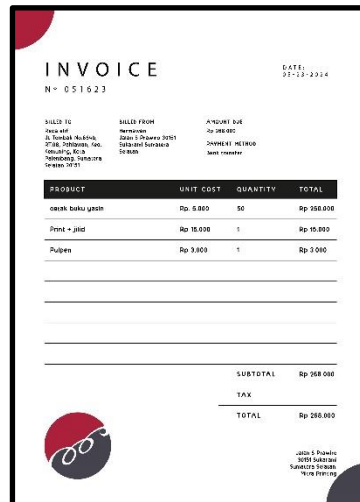


Gambar 4.24 Desain *Brand Book* Mitra Printing

(Sumber: Saiqon. 2024)

4.1.3.2.11 *Desain Invoice*

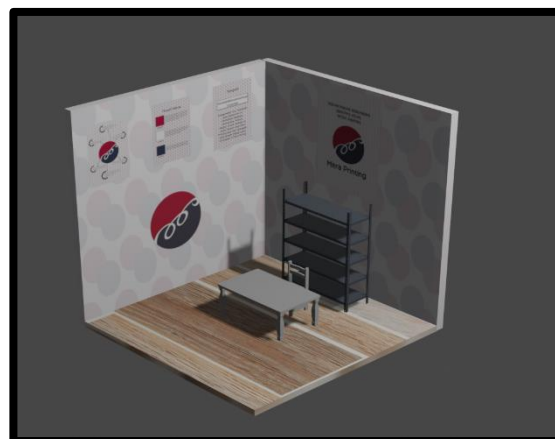
Invoice adalah dokumen komersial yang dikeluarkan oleh penjual kepada pembeli setelah barang atau jasa telah dikirim atau diberikan. Dokumen ini mencantumkan detail transaksi seperti jumlah dan jenis barang atau jasa, harga, tanggal transaksi, serta informasi pembayaran seperti metode dan tenggat waktu pembayaran.



Gambar 4.25 Desain Invoice Mitra Printing
(Sumber: Saiqon. 2024)

4.1.3.2.12 3d Room Mockup

3D Room Mockup adalah representasi visual tiga dimensi dari ruangan yang digunakan untuk menampilkan bagaimana suatu produk atau desain akan terlihat atau berinteraksi dalam konteks ruangan nyata. Ini sering digunakan dalam industri desain interior, perabotan, dekorasi, dan arsitektur untuk memvisualisasikan ide atau konsep dengan lebih realistis.



Gambar 4.26 Desain 3d Room Mockup Mitra Printing
(Sumber: Saiqon. 2024)

4.1.3.2.13 Sign Mockup

Sign mockup adalah representasi visual dari desain atau layout suatu tanda atau signage yang direplikasi dalam bentuk digital. *Mockup* ini biasanya digunakan untuk membantu desainer, pelanggan, atau pemangku kepentingan lainnya dalam memvisualisasikan bagaimana tanda tersebut akan terlihat di tempat atau situasi tertentu.



Gambar 4.27 Desain *Sign Mockup* Mitra Printing

(Sumber: Saiqon. 2024)

4.1.5 Implementation

Tahap *implementation* adalah tahap dimana desain mulai diimplementasikan atau diaplikasikan pada media yang akan digunakan. Setelah desain mendapatkan persetujuan dan tidak lagi memerlukan revisi atau perubahan, maka desain dapat diimplementasikan. Implementasi dapat dalam bentuk cetak maupun digital. Pada tahap ini hasil desain dapat dikomunikasikan atau dipublikasikan kepada audiens. Tahap *implementation* sekaligus sebagai tahap akhir dari serangkaian panjang proses desain yang dilakukan.

4.1.5.1 Logo



Gambar 4.28 Hasil cetak Logo berbahan akrilik
(Sumber: Saiqon. 2024)

4.1.5.2 Poster A2



Gambar 4.29 Hasil cetak poster A2
(Sumber: Saiqon. 2024)

4.1.5.3 Poster A3



Gambar 4.30 Hasil cetak poster A3

(Sumber: Saiqon, 2024)

4.1.5.4 X-Banner



Gambar 4.31 Hasil cetak X-Banner

(Sumber: Saiqon, 2024)

4.1.5.5 T-shirt



Gambar 4.32 Hasil cetak T-shirt
(Sumber: Saiqon. 2024)

4.1.5.6 Stempel



Gambar 4.33 Hasil cetak Stempel
(Sumber: Saiqon. 2024)

4.1.5.7 Stiker



Gambar 4.34 Hasil cetak Stiker
(Sumber: Saiqon. 2024)

4.1.5.8 kartu nama



Gambar 4.35 Hasil cetak kartu nama
(Sumber: Saiqon. 2024)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, pembaruan identitas visual Mitra Printing merupakan langkah strategis yang melibatkan perubahan dalam elemen desain dan pesan merek untuk mencapai tujuan perusahaan. Tujuan dari dibuatnya perancangan ulang identitas visual ini yaitu membantu membangun kesadaran merek dengan menciptakan tampilan identitas visual yang konsisten dan mudah diingat oleh audience, membedakan dengan kompetitor dan juga memberi kesan profesional pada perusahaan Mitra Printing.

5.2 Saran

Dengan adanya *rebranding* identitas visual pada Mitra Printing diharapkan mampu meningkatkan penjualan serta mampu memberikan peningkatan kualitas pelayanan pada Mitra Printing, dari gempuran persaingan usaha percetakan yang semakin hari semakin menjamur.

DAFTAR PUSTAKA

Abiromo Baskorohito, A. (2014). Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Produk Kartu Perdana Simpati (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi)

Bantilan, D. S. I., Wulan, R. R., & Pamungkas, I. N. A. (2018). Strategi Rebranding Zora Radio. *Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*.
<https://doi.org/10.24198/prh.v1i2.12110>

Darmawanto, Eko. (2019). *Desain Komunikasi Visual II Perancangan Identitas Visual*. Jepara: Unisnu Press.

Haikal, F. H. M., Kadarisman, A., & Mustikawan, A. (2020). Perancangan Identitas Visual Museum Talaga Manggung Kabupaten Majalengka. *eProceedings of Art & Design*, 7(2).

Landa, Robin. 2011. *Graphic Design Solutions*, 4th Edition. USA: Wadsworth.

Maharsi, I. (2013). *Tipografi: Tiap Font memiliki nyawa dan arti*. Media Pressindo.

- Marta, W. (2021). Redesain Logo pada produk kopi Sago. Prosiding SNADES 2021 - Kebangkitan Desain & New Media: Membangun Indonesia di Era Pandemi
- Mustika, M., Sugara, E. P. A., & Pratiwi, M. (2017). Pengembangan media pembelajaran interaktif dengan menggunakan metode multimedia Development Life Cycle. *Jurnal Online Informatika*, 2(2), 121-126.
- Muzellec, L., Doogan, M., & Lambkin, M. (2003). Corporate rebranding-an exploratory review. *Irish Marketing Review*, 16(2), 31-40.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Rustan, S. (2017). *Mendesain Logo*. Jakarta, Indonesia: PT. Gramedia Pustaka.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. *NIRMANA Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra. ISBN: 978-602-8252-16-4
- Septiandi, R., Viatra, A. W., & Prasetya, D. (2021). PERANCANGAN PACKAGING GULO PUAN MAKANAN TRADISIONAL PALEMBANG. *Educraf: Journal Of Craft Education, Craft Design And Creative Industries*, 1(1), 19-31.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Bisnis, Bandung* : Alfabeta

Sugiyono (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFAB

Suharsaputra,Uhar. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Tindakan.*: ReflikaAditama.


Sumedi, M (2018) Perancangan Visual Identity Kampung Surodinawan Mojokerto Sebagai Upaya Pengenalan Kepada Masyarakat, Thesis, Universitas Dinamika, Surabaya.

Swasty, W., & Utama, J. (2017). Warna sebagai identitas merek pada website. ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia, 3(01), 1-16.

Syaftriandi, M. J., & Pratama, R. A. A. (2022). Rancang Bangun Edugame Pembelajaran Information Technology Menggunakan Adobe Flash Actionscript 3.0. Teknomatika, 12(02), 187-198.

Tinarbulko, Sumbo. DEKAVE Desain Komunikasi Visual – Penanda Zaman
Masyarakat Global. Yogyakarta: PT Buku. 2015.

LAMPIRAN

 PalComTech	FORMULIR SURAT PERSETUJUAN TOPIK & JUDUL LTA
Kode Formulir : FM-IPCT-BAAK-PSB-043	Institusi : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Kepada Yth.
Ka.Prodi Desain Komunikasi Visual
di tempat.

Palembang, 11 Februari 2014

Dengan hormat,
Saya yang Bertanda tangan di bawah ini :

Program Studi

: Desain Komunikasi Visual

No	NPM	Nama	IPK	Semester	Sesi Belajar*	No.HP
1.	061210050	Saiqon	3.61	6	Pagi	085156721652
2.						
3.						

* Pilih Salah Satu :Pagi/Siang/Malam

Mengajukan LTA dengan topik :

Desain Sampak

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 DKV

Jelly

Judul LTA (dalam bahasa Indonesia dan Inggris):

1. Perencanaan Rebranding Identitas Visual Mitra Printing di Palembang.

2. (Visual Identity Rebranding Desain of Mitra Printing in Palembang.)

Diusulkan judul nomor :

Pemohon,
Mahasiswa 1,

Mahasiswa 2,

Mahasiswa 3,

Saiqon

Menyetujui,
Pembimbing

ADRIK P

Mengetahui,
Ka. Prodi DKV

Jelly

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

"MITRA PRINTING & PERCETAKAN"

Jl.S.Prawiro No. 23 lehong Siarang Palembang
Hp. 082180849697

Nomor : 012/K/MP/0224
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bpk Rektor PALCOMTECH
Di
Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan Surat Bapak Rektor Tertanggal 27 Februari 2024 Tentang Bantuan untuk Riset kepada Mahasiswa :

Nama : Saiqon
NPM : 061210030
Smtr : VI (enam)
Prodi : Desain Komunikasi Visual

Dengan ini kami memberikan izin kepada mahasiswa diatas selama 1(satu) Bulan untuk riset di Mitra Printing, semoga dapat membantu mahasiswa untuk mengembangkan ilmu pengetahuanya. Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan banyak trima kasih.

Palembang, 29 Februari 2024














Hizmawan
Owner


 PalComTech	FORMULIR	
	KONSULTASI LAPORAN TUGAS AKHIR INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH	
Kode Formulir	Institusi	: INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH
FN-IPCT-SAAK-PSB-046	Tahun Akademik	: 2023/2024

NO	NPM	Nama	Prodi	Semester
1	061210030	Saiqon	Desain Komunikasi visual	6
2				
3				

Judul Laporan Skripsi : **Rebranding Identitas Visual Mitra Printing**

Pertemuan Ke -	Tanggal Konsultasi	Batas Waktu Perbaikan	Materi yang Dibahas / Catatan Perbaikan	Paraf Pembimbing
1.	14 Maret 24		Bimbingan BAB 1	
2	26 Maret 24		Bimbingan BAB 2 & BAB 3.	
3	17 April 24		Bimbingan Konsep Logo	
4	30 April 24		Bimbingan Desain logo	
5	6 Mei 24		Bimbingan Desain logo	
6	3 Juni 24		Rearin Digitalisasi logo	
7	6 Juni 24		Bimbingan Digitalisasi logo	
8	10 Juni 24		Bimbingan BAB 4 & BAB 5	
9	11 Juni 24		Bimbingan BAB 4 & BAB 5.	
10	12 Juni 24		Bimbingan BAB 4 & 5	
11.	13 Juni 24		Ac Lin	

Palembang,
Dosen Pembimbing


DIDIEK PRASETYA

SURAT PERNYATAAN UJIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Saiqon
 Tempat/Tanggal Lahir : Mesuji OKI / 23 Oktober 1997
 Prodi : Desain Komunikasi Visual (DKV)
 NPM : 061210030
 Semester : 6 (Enam)
 No.Telp/Hp : 085156721652
 Alamat : Mutiara Indah 1 Blok A no.36, Indralaya Raya, Kec. Indralaya,
 Kab. Ogan Ilir, Sumatera Selatan

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, 11 Juni 2024

Yang menyatakan,


 Saiqon



FORMULIR
REVISI UJIAN PROPOSAL
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Kode Formulir
FM-IPCT-BAAK-PSB-127

Institusi : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

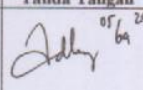
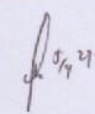
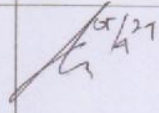
Revisi Ujian Proposal LTA
Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech

Program Studi : Desain Komunikasi Visual Program Diploma Tiga

Tanggal Pelaksanaan : 27 Maret 2024

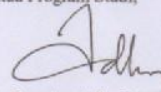
Judul Proposal LTA : Perancangan Rebranding Identitas Visual Mitra Printing di Palembang

NPM	Nama	Semester
061210030	Saiqon	VI

No	Revisi	Nama Penguji	Tanda Tangan
1.	format proposal	Eka Prasetya Adhy	
2.	penelitian terdahulu - Supaya 1 paragraf saja		
3.	Motode penelitian - Kurang detail diuraikan		
2.	-diupdate filosofi logo, warna - refrain dari judul, dll.	Jhonny	
	Perubahan LTA dari Penguji	DIAEK	


Perubahan Judul LTA :

Palembang, 27 Maret 2024
Ketua Program Studi,



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

*Fotokopi Form Revisi dikumpulkan ke BAAK setelah ditandatangani Kaprodi

 Kode Formulir FM-IPCT-BAAK-PSB-055	FORMULIR REVISI UJIAN LTA INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH
	Institusi : : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

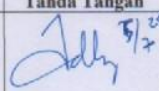
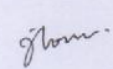
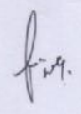
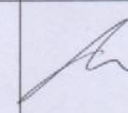
**Revisi Ujian LTA
 Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech**

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

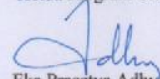
Judul Skripsi : Perancangan Rebranding Identitas Visual Mitra Printing di Palembang

NPM	Nama	Semester
061210030	Saiqon	VI (Enam)

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

No	Revisi	Nama Penguji	Tanda Tangan
1	Abstrak - kurang identifikasi & Hasil	Eka Prasetya A.S	
2	Tabel Pendefinisian terdahulu - terlalu kecil		
3	Implementasi - foto & hasil perancangan logo & media		
4	Differ. Riset - kutip dan dosen, referensi & jurnal teknokratika		
1.	Tampilkan Output Media Brany. - 3D Papan Melayu. - Desain ungu - Brand Guide.		
	Koran. Suni mondan dan Penguji	DINDIK.P	

Palembang, 29 Juni 2024
 Ketua Program Studi,


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