



**PRODUKSI *BRAND IDENTITY* UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND RECOGNITION* PADA
UMKM LAPIS MANADO IBU JOJO**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Program Studi (S.Tr) Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas

Diponegoro Semarang

Oleh :

Jessica Virginia Yola

NIM 4002061650137

PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa mengambil bahan penelitian baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil penelitian lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa skripsi ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah di sebutkan dalam rujukan dan dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi / penjiplakan.

Nama : Jessica Virginia Yola

NIM : 40020621650137

Tanda Tangan :



Tanggal : 28 Juli 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PRODUKSI *BRAND IDENTITY* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND RECOGNITION* PADA UMKM LAPIS MANADO IBU JOJO

Oleh :

Jessica Virginia Yola

NIM 40020621650137

Semarang, 13/8/2025

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si

NIP 196201311987032001

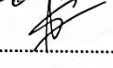
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Jessica Virginia Yola
NIM : 40020621650137
Program Studi : S.Tr Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi *Brand Identity* Untuk Meningkatkan *Brand Recognition* Pada UMKM Lapis Manado Ibu Jojo

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing	: Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si NIP 196201311987032001	(..... )
Penguji I	: Nur Laili Mardhiyani S.I.Kom, M.I.Kom NIP 199003172019032014	(..... )
Penguji II	: Deony Dewanggi Mulyono, M.I.Kom NIP 199612032024062002	(..... )

Semarang, 13 Agustus 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas


Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP 199202122020122022

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa puji syukur, penulis menyampaikan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kelimpahan rahmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “**Produksi *Brand Identity* Untuk Meningkatkan *Brand Recognition* Pada UMKM Lapis Manado Ibu Jojo**” dengan baik dari awal hingga akhir.

Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. Karya Tugas akhir ini diselesaikan dengan memfokuskan pada pengkaryaan *brand identity* sebagai strategi komunikasi visual dalam memperkuat identitas produk UMKM serta meningkatkan kesadaran merek di tengah persaingan pasar. Dengan diselesaikannya tugas akhir ini, diharapkan karya ini dapat menjadi kontribusi nyata dalam pengembangan komunikasi visual di ranah UMKM serta referensi bagi pihak lain yang berkaitan.

Tugas akhir ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis. Kelima bab tersebut diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN, bagian ini membahas latar belakang UMKM dan alasan pemilihan produksi *brand identity* yang terdiri dari logo dan *tagline*. Terdapat juga rumusan masalah, manfaat, dan luaran pada bab ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, bab ini mengulas sumber rujukan yang digunakan oleh penulis baik karya terdahulu, teori-teori, serta konsep yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini.

BAB III METODE PENGKARYAAN, pada bab ini, penulis menguraikan profil klien, target audiens, jenis karya bidang serta implementasi *brand identity*, proses penyusunan tugas akhir, dan rencana hingga proses pasca produksi *brand identity*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, bab ini memaparkan hasil desain *brand identity* dari awal sampai yang telah disetujui, proses produksi hingga evaluasi

pasca produksi, terdapat juga *Key Performance Indicator* untuk melihat keberhasilan karya,

BAB V PENUTUP, Selain kesimpulan, penulis juga menyajikan saran yang berkaitan dengan proyek tugas akhir ini.

Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu kehumasan dan pelaku UMKM terkait. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna sehingga kritik dan saran yang membangun akan sangat berarti. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi bagi UMKM Lapis Manado Ibu Jojo

Semarang, 15 Juli 2025

Penulis

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO:

*“ Therefore do not worry about tomorrow, for tomorrow will worry about itself.
Each day has enough trouble of its own ”*

– Matthew 6:34

PERSEMBAHAN:

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah mengajarkan saya banyak hal tentang ilmu kehumasan selama empat tahun dan mendapatkan gelar sarjana. Selanjutnya, saya persembahkan ini untuk kedua orang tua dan keluarga saya yang tidak pernah berhenti memberikan dukungannya untuk saya melakukan hal-hal positif selama menjalani masa studi. Tidak lupa saya persembahkan ini kepada teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan untuk bisa meraih kesuksesan bersama. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan dengan hati yang tulus saya persembahkan tugas akhir ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan terima kasih kepada Tuhan Yesus atas berlimpahnya berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Produksi *Brand Identity* Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Pada UMKM Lapis Manado Ibu Jojo”** dengan baik dari awal hingga akhir tanpa kendala yang berarti. Penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak mungkin terwujud tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak selama proses penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, izinkan penulis menyampaikan rasa terima kasih setulus-tulusnya kepada seluruh pihak yang memberikan kekuatan dan motivasi selama proses ini.

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus, dan Bunda Maria atas limpahan berkat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
2. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
3. Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan, arahan, komitmen, dan motivasi dari magang hingga penyusunan tugas akhir ini selesai.
4. Mbak Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. dan Deony Dewanggi Mulyono, M.I.Kom, selaku tim dosen penguji yang telah menguji dan memberikan masukan terhadap proyek tugas akhir ini hingga selesai dengan baik dan utuh.
5. Kedua orang tua tersayang, Ayah dan Ibu penulis yang selalu memberikan cinta kasih, motivasi serta dukungan dari berbagai aspek hingga mampu menyelesaikan perjalanan studi penulis. Terima kasih karena selalu mengusahakan apapun yang menjadi kebahagiaan penulis terlepas dari segala halangan dan kekurangan yang ada.
6. Oma dan Tante Evi, selaku keluarga dekat penulis yang selalu ada untuk penulis, dan memberikan cinta kasih yang tulus selama penulis tinggal di Jakarta.

7. Ibu Yuliana Horet, selaku klien dan pelaku UMKM Lapis Manado Ibu Jojo. Terima kasih telah bersedia untuk dijadikan klien dalam mengerjakan proyek tugas akhir ini, banyak ilmu dan cerita yang penulis dapatkan dari Ibu Yuliana ini.
8. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Farrel Augusto Pandelaki. Terima kasih telah menjadi penyemangat hidup penulis selama kurang lebih 5 tahun, dan menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis dalam menyusun skripsi.
9. Teman seperjuangan selama kuliah, Waode Tiara yang telah kebersamaan suka duka, memberikan dukungan kepada penulis sejak semester 3 hingga saat ini. Terima kasih atas segala kebahagiaan selama masa perkuliahan hingga kesuksesan nantinnnya.
10. Teman-teman dekat dari masa SMP - SMA yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang selalu meluangkan waktu untuk bertukar cerita dan menjaga pertemanan hingga saat ini.
11. Kepada diri saya sendiri, Jessica Virginia Yola. Terima kasih telah bertahan sampai sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha, walau sering merasa putus asa karena banyak yang diusahakan belum berhasil. Terima kasih karena telah menyelesaikan tugas akhir ini sesulit apapun prosesnya, ini merupakan pencapaian yang patut di apresiasi untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu Je, mari merayakan diri sendiri walaupun banyak kurang dan lebihmu.

ABSTRAK

UMKM sebagai pelaku ekonomi lokal memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat, namun masih banyak pelaku usaha yang belum memiliki identitas merek yang kuat. Salah satunya adalah UMKM Lapis Manado Ibu Jojo, sebuah usaha kuliner rumahan yang memproduksi kue basah tradisional, dengan produk unggulan yaitu lapis manado. Kurangnya elemen visual yang membedakan dengan kompetitor seperti logo, *tagline*, kemasan, dan media promosi menyebabkan produk sulit dikenali oleh konsumen. Oleh karena itu dibutuhkan perancangan *brand identity* yang kuat sebagai upaya untuk membentuk loyalitas konsumen dan meningkatkan *brand awareness* khususnya pada *brand recognition*. Penyusunan Tugas Akhir ini menggunakan metode pengkaryaan melalui tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi yang menghasilkan beberapa elemen visual *brand identity* berupa logo dan *tagline*, serta implementasi *brand identity* kedalam bentuk desain kemasan, *banner*, dan *totebag* yang konsisten dan aplikatif sebagai upaya dalam meningkatkan *brand recognition*. Pengkaryaan *brand identity* ini menggunakan empat palet warna yaitu merah maroon, kuning, hijau, dan hitam. Keberhasilan pengkaryaan ini dibuktikan melalui hasil kuesioner yang menyatakan bahwa sebesar 63.3% konsumen yang mulai mengenali merek, serta peningkatan penjualan setelah identitas visual diterapkan. Karya ini juga telah didaftarkan secara legal melalui sistem OSS dan program *Jakpreneur* sebagai bentuk keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: *Brand Identity, Brand Recognition, Brand Awareness, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Lapis Manado, Desain Grafis.*

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in local economic development. However, many business owners still lack a strong brand identity. One example is Lapis Manado Ibu Jojo, a home-based culinary business that produces traditional Indonesian moist cakes, with its signature product being Lapis Manado. The absence of distinguishing visual elements such as a logo, tagline, packaging, and promotional media makes it difficult for consumers to recognize the product. Therefore, a strong brand identity is needed as an effort to build customer loyalty and increase brand awareness, particularly at the brand recognition level.

This final project was developed using a production-based method through three stages: pre-production, production, and post-production. The result includes several visual elements of brand identity, such as a logo and tagline, along with the implementation of the brand identity into packaging designs, promotional banners, and totebags all designed to be consistent and applicable in order to enhance brand recognition. The brand identity is developed using four main color palettes: maroon, yellow, green, and black. The success of this branding effort is evidenced by a questionnaire result showing that 63.3% of consumers began to recognize the brand, along with a noticeable increase in sales after the visual identity was applied. This work has also been legally registered through the OSS system and the Jakpreneur program as part of the business sustainability effort.

Keywords: *Brand Identity, Brand Recognition, Brand Awareness, MSMEs, Lapis Manado, Graphic Design.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan	12
1.4 Manfaat	12
1.4.1 Bagi Mahasiswa	12
1.4.2 Bagi <i>Client</i> UMKM.....	12
1.4.3 Bagi Masyarakat.....	13
1.5 Luaran.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
1.1 Kajian Karya Terdahulu.....	14
1.2 Kajian Teori.....	16
1.2.1 Public Relations.....	16
1.2.2 Brand Identity.....	18
1.2.3 Logo.....	20
1.2.4 Desain Grafis.....	22
1.2.5 Brand Awareness	35
1.2.6 Kemasan.....	38

1.2.7	Banner	44
BAB III METODE PENGKARYAAN		45
3.1	Klien	45
3.1.1	Profil UMKM	45
3.1.2	Target Pasar	47
3.2	Konsep Karya Bidang	47
3.3	Jenis Karya Bidang	47
3.3.1	Logo	47
3.3.2	Tagline	49
3.4	Implementasi Karya Bidang	50
3.4.1	Kemasan Produk	50
3.4.1.1	Kemasan Box	50
3.4.2	Banner	52
3.4.3	Totebag	53
3.5	Metode Penciptaan Karya	54
3.5.1	Pra Produksi	54
3.5.2	Produksi	55
3.5.3	Pasca Produksi	55
3.5.4	Alur Pembuatan Karya	55
3.6	<i>Key Performance Indicator</i> (KPI)	56
3.7	Keberlanjutan Karya	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Gambaran Umum Permasalahan	58
4.2	Analisis Masalah	58
4.3	Proses Pembuatan Karya Bidang	58
4.3.1	Pra Produksi	59
4.3.2	Produksi	76
4.3.3	Pasca Produksi	79
4.4	Review	83
4.5	Key Performance Indicator (KPI)	84
4.6	Keberlanjutan Karya	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		87

LAMPIRAN	89
DAFTAR PUSTAKA.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 DATA UMKM KOTA BEKASI BERDASARKAN SEKTOR USAHA TAHUN 2021	2
Tabel 1. 2 ANALISIS SWOT	10
Tabel 4. 1 PERUBAHAN DESAIN LOGO	61
Tabel 4. 2 PERUBAHAN DESAIN KEMASAN BOX	64
Tabel 4. 3 PERUBAHAN DESAIN KEMASAN PLASTIK.....	69
Tabel 4. 4 PERUBAHAN DESAIN STANDING BANNER	71
Tabel 4. 5 PERUBAHAN DESAIN TOTE BAG.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah UMKM Kota Bekasi.....	1
Gambar 1. 2 Data Penjualan Lapis Manado Ibu Jojo Tahun 2024	5
Gambar 1. 3 Produk Lapis Manado yang Belum Memiliki Brand Identity	5
Gambar 1. 4 Diagram Presentase Responden yang Pernah Mendengar UMKM Lapis Manado Ibu Jojo.....	7
Gambar 1. 5 Diagram Presentase Responden yang Mengingat Logo UMKM Lapis Manado Ibu Jojo	8
Gambar 1. 6 Diagram Presentase Responden yang Tertarik Untuk Membeli apabila UMKM Sudah Memiliki Brand Identity.....	9
Gambar 2. 1 Logo. Wordmark.....	21
Gambar 2. 2 Logo. Pictorial Mark.....	21
Gambar 2. 3 Logo. Combination Mark.....	21
Gambar 2. 4 Logo. Abstrack Mark	22
Gambar 2. 5 Komponen Elemen Desain.....	25
Gambar 2. 6 Komponen Elemen Desain Grafis: Garis.....	26
Gambar 2. 7 Komponen Elemen Desain Grafis: Bentuk	26
Gambar 2. 8 Komponen Elemen Desain Grafis: Ruang	27
Gambar 2. 9 Komponen Elemen Desain Grafis: Tekstur.....	28
Gambar 2. 10 Komponen Elemen Desain Grafis: Warna	29
Gambar 2. 11 Komponen Elemen Desain Grafis: Gradasi	29
Gambar 2. 12 Tipograffi, Klasifikasi Huruf: Old Style Garamond	31
Gambar 2. 13 Tipografi. Klasifikasi Huruf: Baskerville.....	31
Gambar 2. 14 Tipografi. Klasifikasi Huruf: Bodoni.....	32
Gambar 2. 15 Tipografi. Huruf Sans Serif	32
Gambar 2. 16 Tipografi. Huruf Blok	33
Gambar 2. 17 Tipografi. Huruf Script.....	33
Gambar 2. 18 Tipografi. Huruf Black Letter.....	34
Gambar 2. 19 Tipografi. Huruf Graphics	34
Gambar 2. 20 Piramida Brand Awareness.....	36
Gambar 3. 1 Logo UMKM Lapis Manado.....	48
Gambar 3. 2 Pembuatan Pola Kemasan Box Pada Pacdora.com	51
Gambar 3. 3 Pembuatan Desain Kemasan Box Pada Canva.....	51
Gambar 3. 4 Input Desain Kemasan dari Canva ke Pacdora.com.....	51
Gambar 3. 5 Desain Kemasan Plastik dari Canva	52
Gambar 3. 6 Desain Banner dari Canva.....	53
Gambar 3. 7 Desain Totebag dari Canva.....	53
Gambar 3. 8 Alur Pembuatan Karya	55
Gambar 4. 1 Proses Pembuatan Desain Digital.....	60
Gambar 4. 2 Palet Warna Canva Brand Identity Lapis Manado Ibu Jojo	60

Gambar 4. 3 Proses Pembuatan Logo	62
Gambar 4. 4 Logo Akhir Lapis Manado Ibu Jojo	62
Gambar 4. 5 Desain Akhir Kemasan Box	67
Gambar 4. 6 Desain Akhir Kemasan Plastik	71
Gambar 4. 7 Desain Akhir Standing Banner	73
Gambar 4. 8 Desain Akhir Totebag.....	76
Gambar 4. 9 Mockup Kemasan Box 1	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 10 Mockup Kemasan Box 2	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 11 Mockup Akhir Kemasan Box	76
Gambar 4. 12 Mockup Kemasan Plastik OPP.....	77
Gambar 4. 13 Mockup Banner Spanduk	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 14 Mockup Standing Banner.....	77
Gambar 4. 15 Mockup Totebag 1	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 16 Mockup Totebag 2	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 17 Mockup Totebag 3	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 18 Mockup Totebag Akhir	78
Gambar 4. 19 Hasil Percetakan Brand Identity	78
Gambar 4. 20 Diagram Presentase Responden yang Pernah Mendengar UMKM Lapis Manado Ibu Jojo.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 21 Diagram Presentase Responden yang Mengetahui UMKM Lapis Manado Ibu Jojo	80
Gambar 4. 22 Diagram Presentase Responden yang Dapat Mengidentifikasi Logo UMKM Lapis Manado Ibu Jojo	80
Gambar 4. 23 Diagram Presentase Responden yang Paling Tepat Menjawab nama Brand UMKM Lapis Manado Ibu Jojo	81
Gambar 4. 24 Pertanyaan Tentang Logo Lapis Manado Ibu Jojo	81
Gambar 4. 25 Diagram Presentase Responden yang Paling Tepat Menjawab Logo Brand UMKM Lapis Manado Ibu Jojo	82
Gambar 4. 26 Pertanyaan Tentang Kepuasan Responden akan Kemasan Box	82
Gambar 4. 27 Diagram Presentase Kepuasan Responden akan Kemasan Box Brand UMKM Lapis Manado Ibu Jojo	82
Gambar 4. 28 Diagram Presentase Responden Menjawab Jumlah Varian Rasa Lapis Manado Ibu Jojo	83
Gambar 4. 29 Diagram Presentase Kepuasan Responden Terhadap Rasa Lapis Manado Ibu Jojo	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 30 Bukti Telah Didaftarkan Menjadi Peserta UMKM di JakPreneur ..	86