



**PRODUKSI *BRAND IDENTITY* UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA UMKM NUGGET SINGKONG VETATIES
DESA BABAKAN KECAMATAN DRAMAGA KABUPATEN BOGOR**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi
Universitas Diponegoro

Oleh:

Cahya Sukma Kamila

40020621650018

**PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam Daftar Pustaka.

Nama : Cahya Sukma Kamila

NIM : 40020621650018

Tanda Tangan :



Tanggal : 14 Agustus 2025

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**PRODUKSI *BRAND IDENTITY* UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA UMKM NUGGET SINGKONG VETATIES
DESA BABAKAN KECAMATAN DRAMAGA KABUPATEN BOGOR**

Oleh

**Cahya Sukma Kamila
NIM. 40020621650018**

Semarang, 14 Agustus 2025

**Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing**



**Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si.
NIP. 196201311987032001**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Cahya Sukma Kamila
NIM : 40020621650018
Program Studi : Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi *Brand Identity* Untuk Membangun *Brand Awareness* Pada UMKM Nugget Singkong Vegetables Desa Babakan Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor

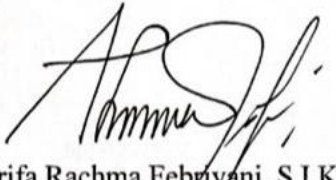
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (STr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing : Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. ()
NIP. 196201311987032001
Penguji I : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. ()
NIP. 199202122020122022
Penguji II : Mohammed Aden Suryana, S.IP., M.A. ()
NIP. 199804292024061001

Semarang, 14 Agustus 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas


Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199202122020122022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Selalu ada harapan bagi yang sering berdoa. Selalu ada jalan bagi yang berusaha.”

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan kepada:

- 1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya yang tak terhingga kepada seluruh umat manusia.*
- 2. Kedua orang tua saya, Ayah Siswoyo dan Ibu Nurlaila, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang tanpa henti dalam setiap langkah kehidupan saya.*
- 3. Seluruh civitas akademik Universitas Diponegoro atas dedikasi dalam mencetak lulusan yang unggul dan berkualitas.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Produksi *Brand Identity* Untuk Membangun *Brand Awareness* Pada UMKM Nugget Singkong Vetaties Desa Babakan Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor”. Tugas Akhir ini membahas mengenai proses penciptaan *Brand Identity* untuk membangun *Brand Awareness* UMKM Nugget Singkong Vetaties.

Proses penyusunan Tugas Akhir ini tentunya tidak terlepas dari peran serta bimbingan berbagai pihak, khususnya dosen pembimbing dan civitas akademik Program Studi Informasi dan Humas. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan arahan, masukan, dukungan, serta bantuan, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Pembahasan dari karya tugas akhir ini terdapat 5 BAB yang terdiri:

BAB I PENDAHULUAN: Pembahasan diawali dengan menjelaskan latar belakang permasalahan terkait persebaran UMKM di Jawa Barat, khususnya di Kabupaten Bogor, termasuk di dalamnya UMKM Nugget Singkong Vetaties yang belum memiliki *brand identity*. Selain itu, dijelaskan rumusan masalah yang menjadi dasar pembuatan karya tugas akhir berupa pembuatan logo, *tagline*, kemasan, *flyer*, *standing baner*, dan *spunbond bag* sebagai upaya membangun *brand awareness*.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA: Pada tinjauan pustaka memuat pembahasan mengenai karya-karya terdahulu yang memiliki relevansi dengan topik tugas akhir dan terdapat sejumlah teori yang berfungsi sebagai landasan dan penguat dalam penyusunan karya ini.

BAB III METODE PENGKARYAAN: Pada bab ini berisi mengenai profil klien, konsep penciptaan karya, metode penciptaan karya, *key performance indicator*, keberlanjutan karya, *timeline* pelaksanaan, dan rancangan anggaran dana pelaksanaan karya tugas akhir.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN: Pada bab ini menjelaskan gambaran umum permasalahan, analisis masalah, serta pembahasan hasil yang diperoleh dalam upaya membangun *brand awareness* pada UMKM Nugget Singkong Vetaties. Selain itu, dijelaskan pula bahwa penciptaan karya dilaksanakan melalui tiga tahap, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN: Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari hasil produksi karya bidang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa syukur dan apresiasi yang mendalam kepada:

1. Keluarga tercinta, yaitu Ayah Siswoyo, yang selalu memberikan segala upaya terbaik kepada penulis dari kecil hingga saat ini. Ibu Nurlaila, yang telah menjadi madrasah terbaik yang penuh kasih dan doa. Kakak dan adik penulis, Kak Tio dan Aby, yang selalu hadir memberikan dukungan dan hiburan selama proses penyusunan tugas akhir ini. Eni Lilis, nenek yang senantiasa selalu mendoakan penulis.
2. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat sekaligus Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
4. Mohammed Aden Suryana, S.IP., M.A., selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan masukan yang turut membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Tati Harini, selaku pemilik UMKM Nugget Singkong Vegetables, yang telah bersedia menjadi klien penulis, selalu membantu dan memberikan kemudahan dalam proses pengambilan data, serta memberikan semangat dan doa kepada penulis untuk bisa segera menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Marsya Muthya, yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan setia menemani penulis mulai dari mencari klien, pengambilan data hingga penyerahan tugas akhir ini kepada klien.

7. Syaffa, Tania, Amel, Simut, Wawa, Aina, dan teman Strigilonix lainnya yang telah kebersamai penulis sejak masa SMP yang selalu memberikan semangat, dukungan serta menjadi teman terbaik penulis hingga saat ini.
8. Dinar Esti, teman seperbimbingan Ibu Liliek, yang selama proses penyusunan Tugas Akhir ini selalu memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
9. Sofi, Prima, Aiko, Bila, dan Warga OS lainnya, yang sudah menjadi teman bermain, teman belajar, dan teman berproses, yang selalu memberikan semangat satu sama lain untuk segera mendapat gelar Sarjana.
10. Imelda, Devina, Karina, dan teman DYMM lainnya yang turut memberikan dukungan kepada penulis selama pengerjaan tugas akhir ini.
11. Kevin Daru, yang setia menemani, memberikan semangat, dan senantiasa ada setiap penulis membutuhkan bantuan.
12. Cahya Sukma Kamila, diri saya sendiri. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini dan tidak menyerah. Terima kasih sudah berani memilih, memilih untuk mencoba, memilih untuk belajar, dan memilih untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

ABSTRAK

Nugget Singkong Vetaties merupakan salah satu usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Desa Babakan, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor yang memproduksi nugget berbahan dasar singkong kulit merah dengan varian tambahan jamur dan sayuran. Meskipun memiliki inovasi produk yang unik, UMKM ini belum memiliki *brand identity* yang jelas sehingga tingkat *brand awareness* masyarakat terhadap produk ini tergolong rendah. Tugas akhir ini bertujuan untuk membangun *brand awareness* melalui produksi *brand identity* yang mencakup logo, *tagline*, kemasan, *flyer*, *standing banner*, dan *spunbond bag*. Metode yang digunakan terdiri dari tiga tahap yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Evaluasi dilakukan melalui survei pra dan pasca produksi serta melalui indikator kinerja utama (KPI) yang telah ditentukan. Hasil karya menunjukkan bahwa identitas merek yang kuat dan konsisten dapat meningkatkan pengenalan masyarakat terhadap produk dan memperkuat citra UMKM. Dengan adanya *brand identity* yang terstruktur, Nugget Singkong Vetaties memiliki potensi untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan bersaing di pasaran.

Kata Kunci: *Brand Identity*, *Brand Awareness*, UMKM, Nugget Singkong, Desain Grafis

ABSTRACT

Nugget Singkong Vetaties is a micro, small, and medium enterprise (MSME) based in Babakan Village, Dramaga Subdistrict, Bogor Regency, that produces nuggets made from red-skinned cassava, with additional variants containing mushrooms and vegetables. Despite its unique product innovation, this MSME lacked a clear brand identity, resulting in low public brand awareness. This final project aims to build brand awareness through the production of a comprehensive brand identity, including logo, tagline, packaging, flyer, standing banner, and spunbond bag. The method consists of three main stages: pre-production, production, and post-production. Evaluation was conducted through pre- and post-production surveys and predefined key performance indicators (KPIs). The results show that a strong and consistent brand identity significantly enhances public recognition and improves the brand image of the MSME. With a well-structured brand identity, Nugget Singkong Vetaties has the potential to reach a wider market and compete in the marketplace.

Keywords: *Brand Identity, Brand Awareness, MSME, Cassava Nugget, Graphic Design*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Luaran	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Karya Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Public Relations	13
2.2.2 Brand Identity	14
2.2.3 Brand Awareness	16
2.2.4 Desain Grafis	17
2.2.5 Fotografi Produk	24
BAB III	26
METODE PENGKARYAAN	26
3.1 Klien Karya.....	26

3.2 Profil Klien.....	26
3.3 Target Pasar.....	26
3.4 Konsep Penciptaan Karya	27
3.5 Metode Penciptaan Karya	28
3.5.1 Pra Produksi	29
3.5.2 Produksi	30
3.5.3 Pasca Produksi	30
3.6 Jenis Karya Bidang	30
3.6.1 Logo	30
3.6.2 Tagline.....	34
3.6.3 Implementasi Brand Identity.....	34
3.7 Key Performance Indicator (KPI).....	41
3.8 Keberlanjutan Karya	41
3.9 Timeline Pelaksanaan.....	42
3.10 Rancangan Anggaran Dana.....	42
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Pemasalahan	43
4.2 Analisis Masalah	43
4.3 Proses Pembuatan Karya Bidang	44
4.3.1 Pra Produksi	44
4.3.2 Produksi	44
4.3.3 Pasca Produksi	59
BAB V	69
KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data UMKM Jawa Barat Tahun 2023	1
Gambar 1. 2 Data UMKM Kabupaten Bogor Tahun 2023	2
Gambar 1. 3 Varian Original	3
Gambar 1. 4 Varian Jamur-Pakcoy dan Jamur-Wortel	3
Gambar 1. 5 Singkong Kulit Merah	4
Gambar 1. 6 Produk UMKM Nugget Singkong Vetaties Tanpa Brand Identity (Sumber: Dokumen Pribadi)	5
Gambar 1. 7 Persentase Respoden Mendengar UMKM Nugget Singkong Vetaties	6
Gambar 2. 1 Tingkatan Brand Awareness	16
Gambar 2. 4 Elemen Desain Grafis: Titik (Widya & Darmawan, 2019)	19
Gambar 2. 5 Elemen Desain Grafis: Garis (Widya & Darmawan, 2019)	19
Gambar 2. 6 Elemen Desain Grafis: Bentuk Geometris (Widya & Darmawan, 2019)	20
Gambar 2. 7 Elemen Desain Grafis: Bentuk Organik	20
Gambar 2. 8 Elemen Desain Grafis: Ruang (Widya & Darmawan, 2019)	20
Gambar 2. 9 Elemen Desain Grafis: Warna (Widya & Darmawan, 2019)	21
Gambar 2. 10 Elemen Desain Grafis: Warna dan Pembagiannya	22
Gambar 2. 11 Elemen Desain Grafis: Warna dan Sifatnya	22
Gambar 2. 1 Contoh Logo Logogram	23
Gambar 2. 2 Contoh Logo Logotype	23
Gambar 2. 3 Contoh Logo Combination Mark	24
Gambar 3. 1 Diagram Alir Pembuatan Karya	29
Gambar 3. 2 Sketsa Logo	31
Gambar 3. 3 Pembuatan Desain Logo	31
Gambar 3. 4 Penyempurnaan Desain Logo	32
Gambar 3. 5 Desain Logo UMKM Nugget Singkong Vetaties	32
Gambar 3. 6 Sketsa Kemasan UMKM Nugget Singkong Vetaties	35
Gambar 3. 7 Pembuatan Desain Kemasan	35
Gambar 3. 8 Desain Bagian Depan Kemasan	36
Gambar 3. 9 Desain Bagian Belakang Kemasan	36
Gambar 3. 10 Sketsa Flyer UMKM Nugget Singkong Vetaties	37
Gambar 3. 11 Pembuatan Desain Flyer UMKM Nugget Singkong Vetaties	38
Gambar 3. 12 Desain Awal Flyer UMKM Nugget Singkong Vetaties	38
Gambar 3. 13 Pembuatan Desain Standing Banner	39
Gambar 3. 14 Desain Awal Standing Banner	40
Gambar 4. 1 Color Palette Nugget Singkong Vetaties	45
Gambar 4. 2 Logo Pertama UMKM Nugget Singkong Vetaties	46
Gambar 4. 3 Logo Kedua UMKM Nugget Singkong Vetaties	46
Gambar 4. 4 Tagline Nugget Singkong Vetaties	47

Gambar 4. 5 Kemasan Akhir Nugget Singkong Vetaties	48
Gambar 4. 6 Desain Awal Flyer	50
Gambar 4. 7 Desain Akhir Flyer	50
Gambar 4. 8 Desain Awal Standing Banner	51
Gambar 4. 9 Desain Akhir Standing Banner	51
Gambar 4. 10 Desain Akhir Spunbond Bag	52
Gambar 4. 11 Mockup Kemasan Bagian Depan	53
Gambar 4. 12 Mockup Kemasan Bagian Belakang	53
Gambar 4. 13 Mockup Flyer	53
Gambar 4. 14 Mockup Standing Banner	54
Gambar 4. 15 Mockup Spunbond Bag	54
Gambar 4. 16 Preview Desain Kemasan Sebelum Dicitak	55
Gambar 4. 17 Hasil Cetak Kemasan Nugget Singkong Vetaties	56
Gambar 4. 18 Hasil Cetak Flyer Nugget Singkong Vetaties	56
Gambar 4. 19 Hasil Cetak Standing Banner Nugget Singkong Vetaties	57
Gambar 4. 20 Hasil Cetak Spunbond Bag Nugget Singkong Vetaties	58
Gambar 4. 21 Foto Produk Nugget Singkong Vetaties	59
Gambar 4. 22 Diagram Persentase Responden Mendengar tentang	61
Gambar 4. 23 Diagram Persentase Responden Mengetahui tentang	61
Gambar 4. 24 Diagram Persentase Responden untuk Menentukan Logo	62
Gambar 4. 25 Pertanyaan tentang Logo Nugget Singkong Vetaties yang paling tepat	62
Gambar 4. 26 Diagram Persentase Responden Memilih Logo Nugget Singkong Vetaties yang Paling Tepat	63
Gambar 4. 27 Persentase Responden Menjawab Tagline Nugget Singkong Vetaties yang Paling Tepat	63
Gambar 4. 28 Pertanyaan Tentang Pemilihan Kemasan yang Paling Tepat	63
Gambar 4. 29 Diagram Persentase Menjawab Kemasan Nugget Singkong Vetaties yang Paling Tepat	64
Gambar 4. 30 Diagram Persentase Responden Menjawab Varian	64
Gambar 4. 31 Review Pemilik UMKM Nugget Singkong Vetaties	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Analisis SWOT UMKM Nugget Singkong Vetaties	7
Tabel 3. 1 Timeline Pelaksanaan	42
Tabel 3. 2 Rancangan Anggaran Dana	42