



PRODUKSI *BRAND IDENTITY* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* UMKM DONAT MOCHI SEMARANG

Disusun Sebagai Syarat untuk Menempuh Kelulusan Program Sarjana

Terapan Informasi dan Humas

Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Oleh :

ADI PRASETIA

40020621650120

PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian lain dalam memperoleh gelar sarjana ataupun diploma yang sudah ada di universitas lain. Penulis juga menyatakan tugas akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi ataupun tulisan orang lain kecuali untuk rujukan dalam daftar pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti membuat plagiasi.

Nama : **Adi Praselia**
NIM : **40020621650120**
Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Adi', written in a cursive style.

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR
PRODUKSI *BRAND IDENTITY* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* UMKM
DONAT MOCHI SEMARANG

Oleh :
Adi Prasetya
40020621650120

Semarang, September 2025

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Liliek Budiastuti Wiratmo M.Si.
NIP. 196201311987032001

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Adi Prasetya
NIM : 40020621650120
Program Studi : InformasidanHumas
Konsentrasi : Humas
Judul Tugas Akhir : PRODUKSI BRAND IDENTITY UNTUK MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS UMKM DONAT MOCHI SEMARANG

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian
persyaratanyangdiperlukanuntukmemperolehgelarSarjanaTerapan(S.Tr)pada
Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro

TIM PENGUJI

Pembimbing: Dr. Dra. Liliek Budiastuti Wiratmo, M.Si.

NIP.196201311987032001

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

NIP.199202122020122022

Penguji II : Adelinta Pristia Defi, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP.199111202024062002

(.....)
(.....)
(.....)

Semarang, September 2025

Ketua Program Studi

D4 Informasi dan Humas



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Apapun yang terjadi, hadapilah, dan pulanglah sebagai sarjana

PERSEMBAHAN :

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, orang tua, keluarga, para sahabat dan orang tersayang, serta Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro dan Donat Mochi Semarang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis tidak menemukan hambatan saat menyusun laporan tugas akhir ini karena dibimbing dan diberi arahan oleh berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis dengan sangat tulus ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Penulis mengucapkan banyak syukur kepada Allah SWT. Sang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Yang telah melimpahkan rahmat dan Karunia-Nya, sehingga segala proses penyusunan Tugas Akhir ini dapat berjalan baik dan lancar.
2. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Prof. Dr. Ir. Budiyono, M.Si selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, yang telah berkenan memberikan izin serta dukungan kepada penulis untuk melakukan penyusunan Tugas Akhir ini sampai selesai.
3. Penghargaan dan rasa terima kasih saya aturkan kepada Ibu Arifa Rachma Febriyanti S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, yang telah memberikan arahan serta bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir.
4. Penulis menyampaikan rasa hormat dan banyak terima kasih yang sebesar – besarnya kepada Ibu Dr. Dra Liliek Budiastuti Wiratmo, M.Si selaku Dosen Pembimbing penulis dengan sabar, teliti, masukan, serta motivasi kepada penulis sehingga penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
5. Ungkapan terima kasih yang tulus saya sampaikan kepada Ibu Nur Laili Mardhiyani S.I.Kom., M.I.Kom sebagai Dosen Wali penulis yang telah

memberikan dukungan secara moral, motivasi, dan semangat yang tak terhingga selama masa studi sampai penyusunan Tugas Akhir.

6. Penulis juga menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebanyak – banyaknya kepada Ibu Arifa Rachma Febriyanti S.I.Kom., M.I.Kom dan Ibu Adelinta Pristia Defi S.I.Kom., M.I.Kom yang telah bersedia meluangkan waktu serta pemikirannya sebaga Dosen Penguji penulis dalam Semibnar Proposal dan sidang Tugas Akhir dalam memberikan masukan dalam menyempurnakan karya Tugas Akhir dari penulis.
7. Ucapan terima kasih sebanyak – banyaknya kepada Mas Taufik Kusalam sebagai Owner Donat Mochi Semarang yang telah bersedia dalam bekerja sama dalam memperlancar proyek Tugas Akhir penulis, serta memberi izin dan bantuan yang sangat berharga dalam proses pengambilan data pendukung.
8. Penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada Ayah, Bunda, Kakak, kedua Adik, serta seluruh keluarga besar yang senantiasa mendoakan, dukungan moral dan material, serta kasih sayang yang tak pernah putus kepada penulis selama masa perkuliahan di Universitas Diponegoro dalam melewati berbagai tahapan dan tantangan.
9. Ungkapan terima kasih sebanyak – banyaknya kepada Riska Istifarani, seorang kekasih sekaligus orang terdekat yang selalu hadir di sisi penulis, memberikan dukungan moral, kasih sayang, mendukung disaat penulis sedang bahagia dan sedih, serta membantu hal – hal yang berkaitan dengan penyelesaian Tugas Akhir sehingga penulis bisa menyelesaikan tahapan Tugas Akhir.
10. Penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada grup “Gas Tok” teman – teman kuliah dan teman satu daerah yang senantiasa memberikan dukungan serta teman main penulis di Kota Semarang agar penulis tidak jenuh dalam menghadapi padatnya waktu kuliah serta menyelesaikan Tugas Akhir.
11. Ucapan terima kasih sebanyak – banyaknya kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan

moral, motivasi, serta dukungan dalam bentuk yang lain sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan, keterbatasan, kemampuan, serta pengetahuan dari penulis miliki. Sehingga penulis berharap bahwa adanya kritik dan saran yang membangun. Semoga penulisan Tugas Akhir ini dapat memberikan dampak yang baik.

Semarang, 24 September 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized capital 'A' followed by a smaller, cursive 'di'.

Adi Prasetya

KATA PENGANTAR

Sebagai tulang punggung perekonomian negara seperti Indonesia, UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) banyak berperan penting dalam menggerakkan perekonomian negara Indonesia yang dimana mencakup lapangan pekerjaan, menggerakkan pertumbuhan ekonomi kerakyatan, serta memperbaiki taraf hidup rakyat. Dilihat dari sudut pandang tersebut, UMKM menjadi sektor dengan potensi besar yang memberikan dampak positif bagi masyarakat Indonesia. Permasalahan UMKM seperti Donat Mochi Semarang diperlukan dalam pembentukan *brand identity* untuk meningkatkan *brand awarenees* dari produk Donat Mochi Semarang. Pembuatan tersebut melalui rancangan berupa desain grafis yang menarik. Tugas akhir ini hadir sebagai jawaban terhadap kebutuhan tersebut dengan fokus produksi *brand identity* untuk membantu menambah mutu produk dan menambah konsumen luar dalam mengingat produk yang nantinya akan membeli terus produk Donat Mochi Semarang. Agar memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penulisan Tugas Akhir, berikut penyajian dari bab 1 sampai bab 5 :

Bab 1 Pendahuluan : Bab ini memaparkan mulai dari latar belakang mengenai rendahnya brand awareness dari Donat Mochi Semarang dengan disajikan lewat penyebaran kuisioner lewat gform. Selanjutnya, pada bab ini disajikan perumusan masalah yang nantinya untuk jawaban dari Tugas Akhir, tujuan, luaran, serta manfaat dari Tugas Akhir.

Bab 2 Kajian Pustaka : Bab ini memaparkan mulai dari kajian karya terdahulu yang relevan, kemudian dengan landasan teori yang menjadi dasar teori yang digunakan pada Tugas Akhir ini.

Bab 3 Metode Pelaksanaan : Bab ini memaparkan mulai dari profil UMKM Donat Mochi Semarang, target pasar, jenis karya bidang yang menghasilkan logo dan *tagline* produk, metode pelaksanaan yang terdiri pra produksi berisi observasi klien, pengumpulan data, dan juga pembuatan timeline dan RAB kegiatan, selanjutnya yaitu tahap produksi yang berisi pembuatan karya bidang yang menghasilkan desain kemasan, *stand banner*, dan *e – catalog menu* dengan menampilkan logo dan *tagline* produk. Terakhir dari metode pelaksanaan yaitu pasca produksi yang berisi

melakukan evaluasi semuanya yang berkaitan dengan karya Tugas Akhir ini serta memastikan *brand identity* ini sudah sesuai dan efektif seperti apa yang diharapkan. Adapun bagian diagram alir pengkaryaan, timeline dan rab kegiatan, serta keberlanjutan karya.

Bab 4 Hasil dan Pembahasan : Bab ini memaparkan perubahan semua yang mulai dari pallette warna produk, logo, *tagline*, desain kemasan, *stand banner*, *e – catalog menu*. Selanjutnya setelah semua sudah sesuai akan di cetak untuk kebutuhan pengambilan data. Untuk pengambilan data diambil pada kegiatan di CFD (*Car Free Day*) di Tembalang. Selanjutnya yaitu masuk ke pembahasan yang berisi evaluasi hasil karya yang datanya berasal dari responden lewat gform dengan nilai pencapaian lewat *Key Perfoamce Indicator* yang telah dibuat. Adapun bab hambatan dan solusi dari kegiatan Tugas Akhir ini.

Bab 5 Kesimpulan : Bab ini memaparkan yang berisi dari kesimpulan yang mulai dari bab awal sampai akhir yang garis besarnya bahwa pelaksanaan kegiatan dari Tugas Akhir ini efektif dalam pembuatan identitas brand Donat Mochi Semarang untuk meningkatkan *brand awareness* produk. Selanjutnya yaitu berupa saran untuk Donat Mochi Semarang dan juga saran untuk penulis selanjutnya.

ABSTRAK

Donat Mochi Semarang merupakan UMKM yang berdiri di Kota Semarang yang lebih tepatnya di Kecamatan Tembalang. Dilihat dari data kuisioner yang telah sebanyak 116 responden yang disebar 58,6 % tidak mengetahui adanya UMKM Donat Mochi Semarang. Dari data tersebut menunjukkan bahwa ada masalah dengan identitas brand Donat Mochi Semarang yang menyebabkan rendahnya brand awareness. Tugas Akhir ini bertujuan dalam membentuk brand identity untuk meningkatkan *brand awareness* dari Donat Mochi Semarang. Adapun solusi dalam menyikapi permasalahan ini dengan membuat produksi identitas brand untuk meningkatkan *brand awareness*. Pembuatan identitas brand meliputi membuat logo dan tagline brand. Setelah itu diimplementasikan lewat desain kemasan, stand banner, dan pembuatan *E – Catalog* Menu. Hasil pembahasan menunjukkan dari 54 responden 87% memilih option 2 sebagai *tagline* yang tepat, 94.4% option 3 sebagai logo yang tepat, 96.3% memilih option 3 sebagai kemasan yang tepat, 98,1% memilih warna putih sebagai warna kemasan yang tepat, 90,7% memilih *tagline* dan logo sebagai yang paling di highlight di kemasan donat mochi semarang, sebanyak 48 responden menjawab tugu muda semarang sebagai ciri khas logo, dan 96,3% memilih tekstur kenyal sebagai ciri khas produk yang tepat.

Kata Kunci : Identitas Brand, Brand Awareness, Donat Mochi Semarang, Desain Grafis

ABSTRACT

Donat Mochi Semarang is an MSME located in Semarang City, more specifically in Tembalang. Look from the questionnaire data distributed to 116 respondents 58,6% didn't know about Donut Mochi Semarang. This final assignment to form a brand identity to increase brand awareness of Donat Mochi Semarang. Solution to this problem is create the brand identity to create logo and tagline. After that, it was implemented through packaging, stand banner, and E – Catalog Menus. The results that out of 54 respondents 87% choose option 2 as the right tagline, 94,4% choose option 3 as the right logo, 96,3% choose option 3 as the right packaging, 98,1% choose white as the right packaging color, 90,7% choose the tagline and logo as the most highlighted in packaging, 48 respondents answered the Monument Tugu Muda Semarang as the logo feature, and 96,3% choose the chewy texture as the right unique from the product.

Keywords : Brand Identity, Brand Awareness, Donat Mochi Semarang, Graphic Design.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
UCAPAN TERIMA KASIH	v
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan.....	11
1.4.1 Bagi Mahasiswa	11
1.4.3 Bagi Masyarakat.....	11
1.5 Luaran.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Karya Terdahulu.....	13
2.2 Tinjauan Pustaka.....	15
2.2.1 <i>Public Relations</i>	15
2.2.2 <i>Brand Identity</i>	17
2.2.3 <i>Brand Awareness</i>	19
2.2.4 Desain Grafis.....	22
BAB III METODE PELAKSANAAN	34
3.1 Klien Karya Bidang	34
3.1.1 Profil UMKM.....	34
3.1.2 Target Pasar.....	35
3.2 Konsep Penciptaan Karya.....	35
3.3 Jenis Karya Bidang.....	35
3.3.1 Logo.....	35
3.3.2 <i>Tagline</i>	37
3.4 Metode Penciptaan Karya.....	38
3.4.1 Pra Produksi.....	39

3.4.2	Produksi	39
3.4.3	Pasca Produksi.....	40
3.5	<i>Implementasi Karya Bidang</i>	40
3.5.1	Kemasan.....	40
3.5.2	<i>Standing Banner</i>	41
3.5.3	<i>E - Katalog Menu</i>	42
3.6	Diagram Alir Pembuatan Karya	43
3.7	Key Perfomance Indicator (KPI).....	44
3.8	Timeline	45
3.9	Rancangan Anggaran Biaya (RAB)	47
3.10	Keberlanjutan Karya	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1.	Analisis Proses Permasalahan	49
4.2.	Analisis Proses Penciptaan Karya	50
4.2.1	Pra Produksi	50
4.2.2	Produksi	55
4.2.3	Pasca Produksi	61
4.3	Evaluasi Hasil Karya.....	62
4.4	<i>Key Perfomace Indicator</i>.....	70
4.5	<i>Sustaibility</i>.....	72
4.6	Hambatan dan Solusi	72
4.6.1	Hambatan	72
4.5.2	Solusi.....	74
BAB V PENUTUP		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh produk Donat Mochi Semarang	4
Gambar 1.1 Kemasan Donat Mochi Semarang.....	6
Gambar 1.2 Diagram Presentase Diagram Presentase Responden Mendengar UMKM Donat Mochi Semarang.....	7
Gambar 2. 1 Piramida brand awareness	20
Gambar 2. 2 Titik	23
Gambar 2. 3 Garis	23
Gambar 2. 4 Bentuk Geometris	24
Gambar 2. 5 Bentuk Organis.....	25
Gambar 2. 6 Ruang.....	25
Gambar 2. 7 Gelap Terang	26
Gambar 2. 8 Warna.....	26
Gambar 2. 9 Tekstur.....	27
Gambar 2. 10 Komposisi.....	28
Gambar 2. 11 Keseimbangan Simetris	29
Gambar 2. 12 Keseimbangan Asimetris.....	30
Gambar 2. 13 Irama.....	31
Gambar 2. 14 Golden Ratio.....	32
Gambar 2. 15 Rule of Thirds.....	32
Gambar 3.1 Logo.....	35
Gambar 3.2 Kemasan Donat Mochi	37
Gambar 3.3 Stand Banner.....	39
Gambar 3.4 Diagram Alir Pengkaryann.....	43
Gambar 4.1 Pallette Warna Brand Identity Donat Mochi Semarang.....	53
Gambar 4.2 Proses Pembuatan Logo Donat Mochi Semarang.....	54
Gambar 4.3 Desain Awal Kemasan Donat Mochi Semarang.....	58
Gambar 4.4 Desain Akhir Kemasan Donat Mochi Semarang.....	59
Gambar 4.5 Mockup Kemasan Donat Mochi Semarang.....	61
Gambar 4.6 Desain Awal Stand Banner Donat Mochi Semarang.....	62
Gambar 4.7 Desain Akhir Stand Banner Donat Mochi Semarang.....	65
Gambar 4.8 Desain Akhir E – Catalog Menu Donat Mochi Semarang.....	66

Gambar 4.9 Desain Akhir QR Code Menu Donat Mochi Semarang.....	69
Gambar 4.10 Foto Bersama Konsumen Donat Mochi Semarang.....	71
Gambar 4.11 Hasil Kuisisioner dalam Tagline yang tepat.....	73
Gambar 4.12 Hasil Kuisisioner dalam Tampilan Logo yang Tepat.....	74
Gambar 4.13 Hasil Kuisisioner dalam Memilih Kemasan yang Tepat.....	75
Gambar 4.14 Hasil Kuesioner dalam Memilih Warna Kemasan yang Tepat.....	75
Gambar 4.15 Hasil Kuesioner dalam memilih paling di Highlight pada Kemasan Donat Mochi Semarang.....	76
Gambar 4.16 Hasil Kuesioner dalam Menjawab Ciri Khas Logo dari Donat Mochi Semarang.....	77
Gambar 4.17 Hasil Kuesioner dalam Memilih Ciri Khas Produk Donat Mochi Semarang.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Analisis SWOT Donat Mochi Sematang	5
Tabel 3.1 Timeline Perancangan Tugas Akhir.....	45
Tabel 3.2 RAB Tugas Akhir	47