REDESAIN *BRAND IDENTITY* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA UMKM OENTHUK YUYU HARMONI

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Oleh :
Muhammad Daffa Yumna Putra
40020622650152

PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini disusun secara mandiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi mana pun. Seluruh sumber, baik berupa kutipan, data, maupun informasi yang berasal dari karya pihak lain. telah dicantumkan sebagaimana mestinya sesuai aturan penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiarisme atau penggunaan karya orang lain tanpa mencantumkan sumber, penulis bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan akademik yang berlaku.

Nama	: Muhammad Daffa Yumna Putra
NIM	: 40020622650152
Tanda Tangan	: 
Tanggal	: 28 September 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

REDESAIN *BRAND IDENTITY*
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PADA UMKM OENTHUK YUYU HARMONI

Oleh
Muhammad Daffa Yumna Putra
NIM. 40020622650152

Semarang, 28 September 2026
Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing

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

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Ini Diajukan Oleh:

Nama	: Muhammad Daffa Yumna Putra
NIM	: 40020622650152
Program Studi	: D4 - Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir	: Redesain *Brand Identity* Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Umkm Oenthuk Yuyu Harmoni

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

TIM PENGUJI

Pembimbing	: Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. NIP. 196201311987032001	(.....)
Penguji 1	: Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. NIP. 199003172019032014	(.....)
Penguji 2	: Arif Wibowo, S.Pd.I., M.Pd. NIP. 198504052018071001	(.....)

Semarang, 28 September 2026
Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas

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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Berjalan tak seperti rencana adalah jalan yang sudah biasa
dan jalan satu-satunya jalani sebaik kau bisa"
GAS – FSTVLST

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, tugas akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Diri sendiri, yang telah bertahan dan tidak menyerah di tengah perjalanan panjang yang tidak selalu berjalan mulus. Terima kasih telah terus berusaha dan menyelesaikan setiap proses hingga sampai di tahap ini.
2. Kedua orang tua tercinta serta kedua adik penulis, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan semangat selama penulis menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Seluruh sivitas akademika Universitas Diponegoro, khususnya Sekolah Vokasi dan Program Studi Informasi dan Humas, yang telah memberikan lingkungan belajar, ilmu, bimbingan, pengalaman, serta arahan selama masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul "Redesain Brand Identity untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni" dengan baik. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian tugas akhir tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kepada Allah SWT, atas segala rahmat, kesehatan, kekuatan, dan kemudahan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat melalui setiap proses perkuliahan dan menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ayah dan Ibu, terima kasih untuk semua doa, kasih sayang, dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis. Banyak hal yang mungkin tidak selalu bisa penulis balas, tetapi setiap pengorbanan dan usaha Ayah dan Ibu selama ini menjadi alasan penulis untuk terus menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terima kasih sudah selalu percaya dan menemani penulis sampai akhirnya dapat menyelesaikan pendidikan ini. Pencapaian ini tentu tidak akan sampai pada titik ini tanpa peran dan doa dari Ayah dan Ibu.
3. Abi dan Juna, kedua adik yang selalu menjadi bagian dari kehidupan penulis. Terima kasih sudah menjadi salah satu alasan penulis untuk terus berusaha dan menyelesaikan pendidikan ini. Semoga pencapaian yang penulis raih dapat menjadi sesuatu yang bisa kalian banggakan. Penulis juga berharap dapat terus menjadi kakak yang baik dan memberikan contoh yang bisa kalian ikuti di kemudian hari.
4. Kedua nenek penulis, terima kasih atas doa dan kasih sayang yang selalu diberikan. Terima kasih juga karena selalu menyambut penulis dengan hangat setiap kali pulang. Semoga kedua nenek

selalu sehat dan panjang umur, sehingga masih bisa menemani penulis dalam perjalanan berikutnya dan melihat lebih banyak hal baik yang akan penulis capai.

5. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, atas arahan dan dukungan selama penulis menjalani masa perkuliahan.
6. Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si., selaku dosen pembimbing tugas akhir. Terima kasih atas waktu, arahan, masukan, dan kesabaran yang telah diberikan selama proses penyusunan tugas akhir ini. Setiap bimbingan yang diberikan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. dan Arif Wibowo, S.Pd.I., M.Pd. selaku dosen penguji, atas kritik, saran, dan masukan yang diberikan untuk membantu menyempurnakan tugas akhir ini.
8. Seluruh dosen dan civitas akademika Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta berbagai pembelajaran selama penulis menempuh pendidikan.
9. Bapak Nor Mujianto, selaku pemilik UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni, yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada penulis untuk menjadikan UMKM Unthuk Yuyu Harmoni sebagai objek dalam pelaksanaan tugas akhir ini.
10. Teman-teman Tim Sukses, Willy, Alvin, Irsyad, Raifan, Haidar, dan Rayvan, yang telah menjadi bagian dari perjalanan penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan berbagai cerita yang telah dilalui bersama.
11. Byan, Hanif, Fathur, dan Farel, sahabat penulis dari Kudus yang telah menemani berbagai cerita sejak masa sekolah hingga sekarang. Terima kasih sudah tetap ada, memberikan dukungan, dan menjadi bagian dari perjalanan penulis sampai saat ini.

12. Khiar Amru Sari, yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih sudah selalu menemani, mendengarkan cerita, dan sabar menghadapi penulis selama proses yang tidak selalu mudah ini. Terima kasih juga sudah menjadi tempat penulis bercerita dan menenangkan diri ketika sedang banyak pikiran. Semoga kamu selalu diberi kebahagiaan, dimudahkan dalam setiap langkah, dan semua yang kamu usahakan bisa tercapai.
13. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri yang tetap berjalan meskipun tidak selalu dalam keadaan mudah. Terima kasih telah bertahan melewati berbagai tantangan, rasa lelah, dan keraguan hingga akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa setiap usaha yang telah dilakukan tidak pernah sia-sia.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Redesain *Brand Identity* untuk Meningkatkan *Brand Awareness* pada UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni". Tugas Akhir ini membahas mengenai proses perencanaan hingga produksi redesain *brand identity* untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat Kabupaten Kudus terhadap UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni. *Brand identity* yang dimaksud meliputi logo, *tagline*, dan elemen visual merek, yang kemudian diimplementasikan pada kemasan produk, apron, dan *standing banner*.

Penyusunan Tugas Akhir ini dilatarbelakangi oleh ketertarikan penulis terhadap perkembangan UMKM yang memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat. Namun, masih banyak UMKM yang menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya, khususnya pada aspek identitas merek. UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni merupakan salah satu usaha yang memerlukan redesain *brand identity* untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap usaha ini.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh banyak dukungan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, seluruh civitas akademik Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas, serta Bapak Nur Mujianto selaku pemilik UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni yang telah memberikan kesempatan, dukungan, dan keterbukaan selama proses pelaksanaan proyek Tugas Akhir ini.

Sistematika penulisan Tugas Akhir ini terdiri dari 5 bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan luaran karya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, memaparkan kajian karya

terdahulu yang relevan dan kajian teori yang menjadi dasar dalam pelaksanaan karya.

BAB III METODE PENGKARYAAN, menjelaskan mengenai profil UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni, segmentasi pasar, konsep karya bidang, metode penciptaan karya yang meliputi pra produksi, produksi, dan pasca produksi, *Key Performance Indicator* (KPI), keberlanjutan karya, serta rancangan anggaran biaya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, membahas gambaran umum permasalahan, proses penciptaan karya yang meliputi tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi, hambatan dan solusi selama pelaksanaan karya, ketercapaian *Key Performance Indicator*, serta realisasi keberlanjutan karya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN, berisi kesimpulan yang membahas secara garis besar dari bab awal hingga bab akhir serta menjawab ketercapaian tujuan. Selanjutnya terdapat saran yang dibagi menjadi dua, yaitu saran bagi UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni dan saran bagi penulis selanjutnya.

Semarang, 28 September 2026



Penulis,

Muhammad Daffa Yumna Putra

ABSTRAK

Pelaku UMKM di desa kerap menghadapi tantangan dalam membangun identitas merek yang kuat dan mudah dikenali oleh masyarakat, sehingga berdampak pada rendahnya tingkat kesadaran merek (*brand awareness*) di kalangan konsumen. Salah satu contoh kasus tersebut terjadi pada UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni di Kabupaten Kudus, produsen makanan tradisional khas pesisir Pantura yang telah berdiri selama kurang lebih 15 tahun. Meskipun memiliki produk dengan kualitas dan cita rasa yang khas, UMKM ini belum memiliki *brand identity* yang konsisten sehingga produk kurang mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat. Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang ulang (redesain) *brand identity* guna meningkatkan *brand awareness* UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni. Proses yang dilakukan meliputi riset dan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, serta penyebaran kuesioner, penyusunan elemen *brand identity* berupa logo, palet warna, tipografi, dan *tagline*, serta implementasinya pada media pendukung berupa kemasan *standing pouch*, *standing banner*, dan apron. Setelah implementasi, hasil survei pascaproyek terhadap 63 responden menunjukkan peningkatan pengenalan terhadap merek, dengan tingkat pengetahuan dan pengalaman konsumen terhadap produk meningkat dari 39,7% menjadi 100%. Hasil *recognition test* menunjukkan bahwa 92,1% responden mengenali nama *brand*, 95,2% mengenali logo, dan 84,1% mengenali *tagline* dengan tepat. Produk dengan kemasan hasil redesain juga didistribusikan ke dua toko oleh-oleh di Kabupaten Kudus, yaitu Kirana Toko Oleh-Oleh dan Jenang Kudus Mubarok. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penerapan *brand identity* yang konsisten mendukung peningkatan pengenalan konsumen terhadap merek Oenthuk Yuyu Harmoni.

Kata Kunci: identitas merek, kesadaran merek, UMKM, redesain, Oenthuk Yuyu.

ABSTRACT

MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) actors in rural areas often face challenges in building a strong and recognizable brand identity, resulting in low brand awareness among consumers. One such case occurred with Oenthuk Yuyu Harmoni, an MSME based in Kudus Regency that has been producing traditional food native to the northern coast of Java (Pantura) for approximately 15 years. Despite offering a product with distinctive quality and flavor, this MSME lacked a consistent brand identity, making the product difficult for the public to recognize and remember. This final project aimed to redesign the brand identity to increase brand awareness of Oenthuk Yuyu Harmoni. The process involved research and data collection through interviews, observation, and questionnaires, the development of brand identity elements including a logo, color palette, typography, and tagline, as well as their implementation on supporting media such as standing pouch packaging, a standing banner, and an apron. Following implementation, a post-project survey of 63 respondents showed an increase in brand recognition, with consumer knowledge and experience of the product rising from 39.7% to 100%. The recognition test showed that 92.1% of respondents correctly identified the brand name, 95.2% identified the logo, and 84.1% identified the tagline. The redesigned packaging was also distributed to two souvenir stores in Kudus Regency: Kirana Toko Oleh-Oleh and Jenang Kudus Mubarok. These results indicate that the implementation of a consistent brand identity supports increased consumer recognition of Oenthuk Yuyu Harmoni.

Keywords: brand identity, brand awareness, MSMEs, redesign, Oenthuk Yuyu.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ii
HALAMAN PERSETUJUAN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
UCAPAN TERIMA KASIH vi
KATA PENGANTAR ix
ABSTRAK xi
ABSTRACT xii
DAFTAR ISI xiii
DAFTAR TABEL xvii
DAFTAR GAMBAR xviii
DAFTAR LAMPIRAN xxi
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 Klien UMKM 12
1.4.3 Bagi Masyarakat 13
1.5 Luaran 13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 14
2.1 Kajian Karya Terdahulu 14
2.2 Kajian Teori 16
2.2.1 *Public relations* 16
2.2.2 Redesain 18
2.2.3 *Brand identity* 19

2.2.4 Desain Grafis 23
2.2.4.1 Pengertian Desain Grafis 23
2.2.4.2 Tujuan Desain Grafis 24
2.2.4.3 Unsur-Unsur Desain Grafis 25
2.2.4.4 Tipografi 31
2.2.5 Logo 32
2.2.5.1 Pengertian Logo 32
2.2.5.2 Elemen Logo 33
2.2.5.3 Jenis Logo 35
2.2.6 *Tagline* 37
2.2.7 Kemasan 38
2.2.8 *Standing Banner* 39
2.2.9 Apron 40
2.2.10 *Brand awareness* 41
BAB III METODE PENGKARYAAN 45
3.1 Klien 45
3.1.1 Profil UMKM 45
3.2 Segmentasi Pasar 46
3.2.1 Pra-survei dan Teknik Pengambilan Sampel 47
3.3 Konsep Karya Bidang 48
3.4 Ruang Lingkup Redesain 49
3.4.1 Kegiatan Utama 49
3.4.2 Kegiatan Pendukung 50
3.5 Metode Penciptaan Karya 51
3.5.1 Pra Produksi 52

3.5.2 Produksi 53
3.5.2.1 Konsep Visual 53
3.5.2.2 Logo 55
3.5.2.3 Tagline 62
3.5.2.4 Implementasi Karya Bidang 63
3.5.3 Pasca Produksi 79
3.6 Key Performance Indicator (KPI) 80
3.7 Keberlanjutan Karya 81
3.8 Rancangan Anggaran Biaya 82
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 83
4.1 Analisis Masalah 83
4.2 Proses Penciptaan Karya 83
4.2.1 Pra Produksi 83
4.2.1.1 Riset dan Pengumpulan Data 84
4.2.1.2 Analisis Pokok Permasalahan 84
4.2.1.3 Penggalian dan Pengembangan Ide 84
4.2.1.4 Pembuatan Sketsa 85
4.2.1.5 Pembuatan Brand identity 85
4.2.1.6 Implementasi *Brand Identity* 87
4.2.2 Produksi 94
4.2.2.1 Pembuatan Nomor Induk Berusaha dan Pangan Industri Rumah Tangga 94
4.2.2.2 Pencetakan Produk 96
4.2.3 Pasca Produksi 100
4.2.3.1 Distribusi Produk ke Toko 100

4.2.3.2 Tinjauan Klien 104
4.2.3.3 Testimoni Konsumen 105
4.2.3.4 Survei Pascaproyek 106
4.3 Key Performance Indicator (KPI) 113
4.4 Keberlanjutan Karya 114
4.5 Hambatan dan Solusi 115
4.5.1 Anggaran 117
BAB V PENUTUP 118
5.1 Kesimpulan 118
5.2 Saran 119
DAFTAR PUSTAKA 121
LAMPIRAN 125

DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Indikator dan Sub Indikator Brand Awareness 43
Tabel 3. 1 Rancangan Anggaran Dana 82
Tabel 4. 1 Perubahan Desain Kemasan *Standing Pouch* 88
Tabel 4. 2 Perubahan Desain Sisi Belakang Kemasan *Standing Pouch* 89
Tabel 4. 3 Perubahan Desain *Standing Banner* 91
Tabel 4. 4 Perubahan Desain Apron 93
Tabel 4. 5 Key Performance Indicator (KPI) 113
Tabel 4. 6 Anggaran Dana 117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perbandingan Dua Versi Label UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni..... 5
Gambar 1. 2 Kemasan UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni Saat Ini 6
Gambar 1. 3 Hasil Survei Usia Pengisi Kuesioner 7
Gambar 1. 4 Hasil Survei Pengetahuan Tentang UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni8
Gambar 1. 5 Survei Terkait Kemasan UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni 9
Gambar 1. 6 Hasil Survei Minat Beli Konsumen Terhadap Kemasan Oenthuk Yuyu Harmoni yang Diperbarui..... 10
Gambar 2. 1 *Brand Hierarchy Levels* 20
Gambar 2. 2 Elemen Desain Grafis Titik..... 26
Gambar 2. 3 Elemen Desain Grafis Garis..... 27
Gambar 2. 4 Elemen Desain Grafis Bentuk..... 27
Gambar 2. 5 Elemen Desain Grafis Ruang 28
Gambar 2. 6 Elemen Desain Grafis Garis..... 29
Gambar 2. 7 Elemen Desain Grafis Garis..... 30
Gambar 2. 8 Elemen Desain Grafis Garis..... 30
Gambar 2. 9 Contoh Tipografi 31
Gambar 2. 10 Tingkatan *Brand Awareness* 42
Gambar 3. 1 Diagram Alir Pembuatan Karya..... 52
Gambar 3. 2 Sketsa Kasar Elemen Logo Oenthuk Yuyu Harmoni..... 55
Gambar 3. 3 Digitalisasi Elemen Logo Oenthuk Yuyu Harmoni 56
Gambar 3. 4 Pilihan Desain Logo UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni 57
Gambar 3. 5 Pilihan 1 Desain Logo UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni 58
Gambar 3. 6 Pilihan 2 Desain Logo UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni 59
Gambar 3. 7 Pilihan 3 Desain Logo UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni 60
Gambar 3. 8 Logo Final UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni 61
Gambar 3. 9 Color Palette Logo UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni..... 61
Gambar 3. 10 Pilihan 1 Desain Kemasan UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni..... 65
Gambar 3. 11 Pilihan 2 *Desain* Kemasan UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni..... 67
Gambar 3. 12 Pilihan 3 Desain Kemasan UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni..... 69
Gambar 3. 13 Desain Kemasan Bagian Depan 71

Gambar 3. 14 Desain Kemasan Bagian Belakang 73
Gambar 3. 15 Desain Mockup Kemasan Standing Pouch ziplock Oenthuk Yuyu Harmoni Bagian Depan dan Belakang 74
Gambar 3. 16 Desain Standing banner 76
Gambar 3. 17 Desain Mockup Apron 79
Gambar 4. 1 Logo Final UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni 86
Gambar 4. 2 Palet Warna UMKM Oenthuk Yuyu Harmoni 86
Gambar 4. 3 Mockup Awal Kemasan Standing Pouch 88
Gambar 4. 4 Mockup Akhir Kemasan Standing Pouch 88
Gambar 4. 5 Mockup Awal Sisi Belakang Kemasan *Standing Pouch* 89
Gambar 4. 6 Mockup Akhir Sisi Belakang Kemasan *Standing Pouch* 89
Gambar 4. 7 Desain Awal *Standing Banner* 91
Gambar 4. 8 Desain Akhir *Standing Banner* 91
Gambar 4. 9 Desain Awal Apron 93
Gambar 4. 10 Desain Akhir Apron 93
Gambar 4. 11 Sertifikat Penerbitan PIRT Oenthuk Yuyu Harmoni 95
Gambar 4. 12 Hasil Cetak Kemasan *Standing Pouch* Oenthuk Yuyu Harmoni ... 96
Gambar 4. 13 Hasil Cetak *Standing Banner* Oenthuk Yuyu Harmoni 98
Gambar 4. 14 Hasil Produksi Apron Oenthuk Yuyu Harmoni 99
Gambar 4. 15 Tampak Depan Toko Jenang Mubarok 100
Gambar 4. 16 Produk Oenthuk Yuyu Harmoni di Etalase Jenang Mubarok 101
Gambar 4. 17 Tampilan Rak/Etalase Jenang Mubarok Secara Menyeluruh 102
Gambar 4. 18 Tampak Depan Toko Sirup Agung 102
Gambar 4. 19 Produk Oenthuk Yuyu Harmoni di Etalase Toko Sirup Agung ... 103
Gambar 4. 21 Tampilan Rak/Etalase Toko Sirup Agung Secara Menyeluruh ... 104
Gambar 4. 22 Diagram Usia dan Domisili Responden 107
Gambar 4. 23 Diagram Pengetahuan dan Pengalaman 107
Gambar 4. 24 Diagram *Recognition* Test Nama *Brand* 108
Gambar 4. 25 Diagram *Recognition* Test Logo 108
Gambar 4. 26 Diagram Elemen Kemasan Paling Dikenali 109
Gambar 4. 27 Diagram *Recognition* Test *Tagline* 109

Gambar 4. 28 Diagram Kesesuaian Warna Kemasan 110
Gambar 4. 29 Diagram Keterbacaan Informasi Kemasan 110
Gambar 4. 30 Diagram Fungsi Kemasan 111
Gambar 4. 31 Diagram Kesesuaian Desain dengan Karakter Produk 111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat izin penelitian 125
Lampiran 2 Sertifikat Hak Kekayaan Intelektual (HKI) 126
Lampiran 3 Surat Bebas Plagiasi 127
Lampiran 4 Hasil Turnitin 128
Lampiran 5 Dokumentasi BAST 129