



**PRODUKSI *BRAND IDENTITY* UNTUK
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA
UMKM PASTE GALLERY DI KOTA SEMARANG**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Terapan Program Studi STr. Informasi dan Hubungan Masyarakat
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh :

Catelia Risma Diyanti

40020622650099

**PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa mengambil bahan hasil 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 disebutkan dalam rujukan dan dalam Daftar Pustaka, Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi penjiplakan.

Nama : Catelia Risma Diyanti

NIM : 40020622650099

Tanda Tangan :



Tanggal : 28 September 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PRODUKSI *BRAND IDENTITY* UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA UMKM PASTE GALLERY DI KOTA SEMARANG

Oleh

Catelia Risma Diyanti

40020622650099

Semarang, 29. Agustus 2026

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Dr. Yanuar Luqman, S.Sos., M.Si.

NIP 197601302003121002

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Catelia Risma Diyanti
NIM : 40020622650099
Program Studi : Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : "Produksi *brand identity* untuk membangun *brand awareness* pada UMKM Paste Gallery di Kota Semarang"

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

TIM PENGUJI

Pembimbing : Dr. Yanuar Luqman S.Sos., M.Si.

NIP. 197601302003121002

Ketua Penguji : Nur Laili Mardhiyani S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199003172019032014

Penguji 2 : Nisrina Laila Nabila M.I.Kom.

NIP. 199512232024062002

()
()
()

Semarang, 28 September 2026

Ketua Program Studi Informasi dan Humas



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

NIP. 199202122020122022

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas rahmat, pertolongan, dan kemudahan-Nya sehingga Tugas Akhir mengenai perancangan identitas visual UMKM Paste Gallery ini dapat diselesaikan dengan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Proses penyusunan Tugas Akhir ini meliputi pengumpulan data, penyusunan konsep, perancangan logo, kemasan, *paper bag*, dan katalog, hingga evaluasi hasil perancangan. Berbagai kendala yang dihadapi menjadi pengalaman berharga bagi penulis dalam mengembangkan kreativitas serta menerapkan pengetahuan di bidang hubungan masyarakat. Penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bimbingan para dosen, kepercayaan dan kerja sama UMKM Paste Gallery, serta doa dan dukungan dari kedua orang tua, keluarga, sahabat, dan teman-teman.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan. Penulis berharap hasil perancangan ini dapat membantu UMKM Paste Gallery memperkuat identitas visual dan meningkatkan pengenalan merek, sekaligus menjadi referensi dalam pengembangan identitas visual bagi UMKM berbasis kain perca dan ramah lingkungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir berjudul “produksi *brand identity* untuk membangun *brand awareness* pada UMKM Paste Gallery di Kota Semarang”. Penyusunan Tugas Akhir ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Dalam proses penyusunannya, penulis menghadapi berbagai kendala, kesulitan, dan kekurangan. Namun, berkat usaha, doa, bimbingan, dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan penuh kesungguhan. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan ketulusan, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Kepada kedua orang tua tercinta, meskipun secara status kini sudah berpisah, penulis tetap menyatukan keduanya dalam ucapan ini. Sebab, perpisahan tidak akan pernah mengubah kedudukan mereka sebagai orang tua penulis. Terima kasih kepada Ayah dan Mama yang meskipun tidak memiliki kesempatan untuk menempuh pendidikan di perguruan tinggi, keduanya tidak pernah membiarkan keterbatasan tersebut menjadi penghalang bagi anaknya untuk memperoleh pendidikan setinggi mungkin. Gelar sarjana ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua sebagai bentuk bakti dan ungkapan terima kasih atas setiap doa, pengorbanan, kerja keras, air mata, serta kasih sayang yang telah mengantarkan penulis hingga sampai pada titik ini.
2. Ibu Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, yang telah memberikan dukungan dan menyediakan berbagai fasilitas selama penulis menjalani proses pendidikan.

3. Bapak Dr. Yanuar Luqman, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu dan mencurahkan pemikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta solusi kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
4. Ibu Jazimatul Husna, S.I.P., M.I.P., selaku dosen wali yang senantiasa memberikan arahan, perhatian, serta pendampingan akademik kepada penulis sejak awal hingga akhir masa perkuliahan.
5. Ibu Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan evaluasi, arahan, serta berbagai pandangan yang bermanfaat bagi perbaikan dan penyempurnaan Tugas Akhir ini.
6. Ibu Nisrina Laila Nabila, M.I.Kom selaku penguji kedua yang telah memberikan saran, serta masukan yang membangun sehingga penulis dapat memperbaiki dan menyempurnakan Tugas Akhir ini.
7. UMKM Paste Gallery yang telah bersedia menjadi mitra sekaligus objek dalam pelaksanaan Tugas Akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas kepercayaan, kesempatan, serta kerja sama yang diberikan selama proses pengumpulan data hingga perancangan identitas visual dapat diselesaikan dengan baik.
8. Terima kasih kepada Najwania Manika karena telah menjadi sahabat serta kakak bagi penulis saat di perantauan. Terima kasih telah menjadi catatan harian berjalan bagi penulis dengan kisah kasih yang indah dengan penuh suka dan duka. Terima kasih sudah mengajak penulis untuk mengenali hal baru Kota Semarang dan Jawa Tengah sampai di detik penulis meninggalkan Kota Semarang ini.
9. *"You're the only friend I need"* penulis. Terima kasih kepada Naju, Nadia dan Safay karena telah menjadi rumah dan tempat pulang ternyaman penulis saat di perantauan. Terima kasih telah menjadi sahabat bagi penulis yang sangat baik bagi penulis di kota yang tidak memiliki saudara ini. Terima kasih memperkenalkan penulis pada suasana kota ini, membuat penulis tidak merasa sendirian dan memberikan kenangan baik selama masa perkuliahan.

Tanpa kehadiran kalian, mungkin Semarang takkan pernah terasa hangat dan berarti ini. kebersamaan kita, tawa, tangis, dan cerita yang kita lalui bersama telah menjadi bagian tak terlupakan dalam bab kehidupan penulis.

10. Sabina Andria Fatiha, sebagai sahabat penulis di perkuliahan ini. Terima kasih telah kebersamaan penulis sampai titik akhir perkuliahan. Terima kasih untuk doa dan harapan yang selalu diselipkan di setiap doa untuk penulis. Terima kasih telah menjadi tempat penulis berbagi keluh kesah tanpa batas dan memberi banyak pengalaman berharga bagi penulis.
11. Arintan Yustisia Pradani, sebagai sahabat penulis di perkuliahan ini. Terima kasih telah menjadi rumah dan tempat nyaman penulis saat di perantauan. Dibalik kata-kata pedas yang selalu dilontarkan satu sama lain ada hati malaikat yang selalu siap menyediakan bahu untuk bersandar, dan hadir tanpa syarat di kala suka maupun duka.
12. *“Home is wherever I’m with you”* penulis. Terima kasih kepada Naura Hafidah, Almira Putri Maharani, Prita Dimetrian, Syifa Mauliana, dan Echa, karena telah menjadi sahabat yang tidak hanya ada saat mengisi hari, tetapi juga saat air mata menghujani malam. Terima kasih telah menjadi saksi bisu atas setiap berat beban dan hiruk pikuk yang tak bisa mampu penulis ungkapkan kepada banyak orang. Atas telinga yang selalu mendengar, atas nasihat, perhatian, dan motivasi yang sering kali datang tepat di saat penulis paling membutuhkannya. Kalian bukan sekedar sahabat, tapi bagian dari perjalanan yang akan selalu hidup dalam ingatan penulis.
13. Khalisa, Nasya, dan Fairuz sebagai sahabat penulis sejak SMP yang meski telah lama berpisah sekolah tetapi tetap setia menemani. Terima kasih telah mengunjungi penulis ke Semarang hanya untuk berbagi cerita. kehadiran kalian di Semarang membuat penulis merasa Semarang seperti di Jakarta. Terima kasih atas segala kesabaran, dan ketulusan yang kalian selalu berikan. Bagi penulis, sejauh manapun langkah yang kita lalui, cerita kita akan selalu menjadi warna yang paling hangat untuk diceritakan dikemudian hari.

14. Terima kasih penulis sampaikan kepada Risty, Alen, Rika, Marsya, Effata, Savira, Lina, Maya, serta teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas kebersamaan, bantuan, semangat, dan dukungan yang telah diberikan selama masa perkuliahan hingga proses penyelesaian Tugas Akhir ini. Kehadiran kalian telah menjadi bagian yang berarti dalam perjalanan penulis
15. Terima kasih penulis sampaikan kepada BOHO Kost, Antarakata, Ideologist, November, Burger King, Bhumi, Burjo Holic, Babe Eman, Warmindo BP, Burjo Patriot, serta tempat-tempat lainnya yang mungkin belum penulis sebutkan satu per satu, karena telah menjadi ruang singgah sekaligus saksi dari berbagai proses yang penulis lalui selama mengerjakan Tugas Akhir ini.
16. Terima kasih kepada Kota Semarang yang telah menerima penulis sebagai seorang perantau dan menjadi tempat penulis menjalani kehidupan perkuliahan. Setiap sudut Kota Semarang menjadi saksi atas perjuangan, kesepian, kebahagiaan, kegagalan, dan keberanian penulis untuk terus bertahan. Semarang bukan hanya tempat penulis menempuh pendidikan, melainkan rumah kedua yang menyimpan banyak cerita dan akan selalu menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup penulis.
17. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

ABSTRAK

UMKM Paste Gallery merupakan usaha kerajinan kain perca ramah lingkungan di Kota Semarang yang belum memiliki *brand identity* sehingga sebanyak 77,1% konsumen UMKM Paste Gallery belum mengetahui keberadaan UMKM Paste Gallery. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini merancang *brand identity* UMKM Paste Gallery, meliputi logo, kemasan, dan katalog, dengan tujuan membangun brand awareness sebesar 50% dari kondisi awal. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif melalui observasi, wawancara, dan survei, yang diterapkan dalam tiga tahap, yaitu praproduksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap praproduksi, dilakukan riset dan analisis SWOT untuk merumuskan konsep visual, dilanjutkan pembuatan logo, kemasan, *paper bag*, dan katalog. Selanjutnya, rancangan digital direalisasikan ke media fisik melalui vendor terpilih, kemudian ditinjau kembali pada tahap pasca-produksi untuk memastikan kesesuaian hasil dengan konsep yang disepakati. Hasil survei pasca-produksi terhadap 35 responden menunjukkan tanggapan positif terhadap identitas visual yang dirancang, khususnya pada indikator *brand recognition*, dengan peningkatan dari 2,9% menjadi 100%, atau meningkat 97,1 poin persentase. Dengan demikian, perancangan *brand identity* ini berhasil mencapai dan melampaui target peningkatan *brand awareness* sebesar 50% yang telah ditetapkan.

Kata Kunci: *brand identity*, *brand awareness*, UMKM Paste Gallery, kain perca

ABSTRACT

Paste Gallery is an eco-friendly patchwork craft business in Semarang City that lacks a brand identity; consequently, 77.1% of its potential customers are unaware of the business's existence. Based on this problem, this study designs a brand identity for Paste Gallery, encompassing a logo, kemasan, and catalog, with the aim of increasing brand awareness by 50% from its initial condition. The method employed is a descriptive method involving observation, interviews, and surveys, applied through three stages: pre-production, production, and post-production. In the pre-production stage, research and a SWOT analysis were conducted to formulate the visual concept, followed by the creation of a logo, kemasan, paper bag, and catalog. Subsequently, the digital designs were realized into physical media through a selected vendor, then reviewed during the post-production stage to ensure consistency with the agreed-upon concept. The post-production survey of 35 respondents showed a positive response toward the designed visual identity, particularly on the brand recognition indicator, which increased from 2.9% to 100%, or a rise of 97.1 percentage points. Thus, the design of this brand identity successfully met and exceeded the established target of a 50% increase in brand awareness.

Keywords: *brand identity, brand awareness, Paste Gallery SME, patchwork fabric*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan	12
1.4 Manfaat	12
1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa	12
1.4.2 Manfaat bagi <i>client</i> UMKM	12
1.4.3 Manfaat bagi Masyarakat	13
1.5 Luaran	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kajian Karya Terdahulu.....	14
2.2 Kerangka Konsep.....	15
2.2.1 <i>Public Relation</i>	15
2.2.2 <i>Brand Awareness</i>	17
2.2.3 <i>Brand Identity</i>	19
2.2.4 Desain Grafis	21
2.2.5 Logo.....	25
2.2.6 Kemasan	26

2.2.7 Katalog	27
BAB III METODE PENCIPTAAN KARYA	29
3.1 Klien Karya Bidang	29
3.1.1 Profil UMKM	29
3.2 Segmentasi	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4 Metode Pengkaryaan.....	33
3.5 Proyek.....	34
3.5.1 Pra-Produksi	35
3.5.2 Produksi	37
3.5.3 Pasca Produksi.....	39
3.6 Konsep Penciptaan Karya	39
3.7 Jenis Karya Bidang	40
3.7.1 Logo.....	40
3.7.2 Kemasan Box.....	44
3.7.3 <i>Paperbag</i>	45
3.7.4 Katalog	46
3.8 Key Performance Indicator (KPI)	53
3.9 Timeline Pelaksanaan	56
3.10 Rancangan Anggaran Biaya.....	57
3.11 Keberlanjutan Karya	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum Permasalahan.....	59
4.2 Analisis Masalah.....	60
4.3 Proses Pengkaryaan dan Pembahasan Hasil	62
4.3.1 Pra Produksi.....	63
4.3.2 Produksi	91
4.3.3 Pasca Produksi.....	92
4.3.4 Analisis Indikator Keberhasilan	102
4.4 Hambatan dan Solusi	103
4.5 Keberlanjutan Karya	104

BAB V PENUTUP	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Paste Gallery yang belum memiliki <i>brand identity</i>	4
Gambar 1. 2 Produk Paste Gallery yang belum memiliki <i>brand identity</i>	4
Gambar 1. 3 <i>Paperbag</i> Paste Gallery yang belum memiliki <i>brand identity</i>	5
Gambar 1. 4 Hasil Pra-survei tingkat pengetahuan masyarakat terhadap identitas merek UMKM Paste Gallery	11
Gambar 2. 1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	18
Gambar 3. 1 Pengumpulan data melalui wawancara pemilik UMKM Paste Gallery	33
Gambar 3. 2 Diagram Alir Pembuatan Karya	34
Gambar 3. 3 Logo UMKM Paste Gallery	40
Gambar 3. 4 Palet Warna yang Akan Digunakan dalam Pembuatan	42
Gambar 3. 5 Kemasan <i>Paperbag</i>	46
Gambar 3. 6 Kerangka Konsep 1	47
Gambar 3. 7 Kerangka Konsep 2	47
Gambar 3. 8 Kerangka Konsep 3	48
Gambar 3. 9 Kerangka Konsep 4	48
Gambar 3. 10 Kerangka Konsep 5	49
Gambar 3. 11 Kerangka Konsep 6	49
Gambar 3. 12 Kerangka Konsep 7	50
Gambar 3. 13 Kerangka Konsep 8	50
Gambar 3. 14 Kerangka Konsep 9	51
Gambar 3. 15 Kerangka Konsep 10	51
Gambar 3. 16 Kerangka Konsep 11	52
Gambar 3. 17 Kerangka Konsep 12	52
Gambar 4. 1 Visual color pallete UMKM Paste Gallery	66
Gambar 4. 2 Proses desain logo	70
Gambar 4. 3 Proses desain kemasan	72
Gambar 4. 4 Ucapan terimakasih	74

Gambar 4. 5 Informasi bahan kain perca	74
Gambar 4. 6 Informasi jenis produk yang diterima pada kemasan 22cm x 15cm x 5cm.....	74
Gambar 4. 7 Informasi jenis produk yang diterima pada kemasan 25cm x 20cm x 7cm.....	75
Gambar 4. 8 Informasi jenis produk yang diterima pada kemasan 30cm x 25cm x 10cm.....	75
Gambar 4. 9 Informasi lokasi produksi UMKM	76
Gambar 4. 10 Informasi sosial media UMKM.....	76
Gambar 4. 11 Proses desain paperbag.....	76
Gambar 4. 12 Mock up paperbag.....	77
Gambar 4. 13 Proses pembuatan mockup	89
Gambar 4. 14 Mockup paperbag.....	90
Gambar 4. 15 Mockup kemasan.....	90
Gambar 4. 16 Mockup logo pada papan nama.....	91
Gambar 4. 17 Hasil pasca proyek pengukuran pengetahuan konsumen	93
Gambar 4. 18 Hasil pra-proyek UMKM pengukuran pengetahuan konsumen	94
Gambar 4. 19 Hasil pengukuran pasca project tingkat pengenalan konsumen terhadap logo.....	94
Gambar 4. 20 Hasil pengukuran pra-proyek tingkat pengenalan konsumen terhadap logo.....	95
Gambar 4. 21 Hasil pengukuran pasca proyek tampilan visual	96
Gambar 4. 22 Hasil pra proyek pengukuran aspek tampilan visual yang jelas.....	97
Gambar 4. 23 Hasil Pasca proyek Kemasan dan Warna Identitas Paste Gallery..	97
Gambar 4. 24 Hasil Pra proyek Kemasan dan Warna Identitas Paste Gallery	98
Gambar 4. 25 Hasil pengukuran pasca proyek informasi katalog	99
Gambar 4. 26 Hasil pengukuran pra proyek informasi katalog	100
Gambar 4. 27 Hasil design diserahkan kepada pemilik UMKM Paste Gallery..	104
Gambar 4. 28 Hasil design diserahkan kepada pemilik UMKM Paste Gallery..	105
Gambar 4. 29 Hasil design diserahkan kepada pemilik UMKM Paste Gallery..	105
Gambar 4. 30 Penjelasan penggunaan file kepada UMKM Paste Gallery	106

Gambar 4. 31 Penjelasan penggunaan file kepada UMKM Paste Gallery 106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Analisis SWOT Paste Gallery.....	6
Tabel 1. 2 Kompetitor UMKM Kai	
Tabel 3. 1 Data survey pra-proyek UMKM Paste Gallery.....	36
Tabel 3. 2 Desain Kemasan ukuran kecil, Kemasan ukuran sedang, kemasan ukuran besar	44
Tabel 3. 3 Key Performance Indicator (KPI)	54
Tabel 3. 4 Timeline Pelaksanaan	56
Tabel 3. 5 Rancangan Anggaran Biaya.....	57
 Tabel 4. 1 Biaya aktual produksi.....	 69
Tabel 4. 2 Finalisasi Logo	72
Tabel 4. 3 Hasil Pengambilan Gambar	79
Tabel 4. 4 Perbandingan Antara Konsep Katalog Awal dan Hasil Akhir.....	83
Tabel 4. 5 Hasil rekapitulasi survei pasca proyek UMKM Paste Gallery	101
Tabel 4. 6 Hasil analisis indikator keberhasilan.....	102
n Perca Kota Semarang	8

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumen HKI	116
Lampiran 2 Sertifikat TOEFL	117
Lampiran 3 Bukti Penyerahan Berita Acara Serah Terima kepada pemilik UMKM Paste Gallery	117
Lampiran 4 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	118