

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN BRAND IDENTITY SAMBAL PECEL ‘MT’**  
**KEDIRI**

Untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S1)  
**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**



Disusun oleh:

**Allya Kurnia Putri Aisha**  
**20052010032**

Pembimbing 1:

**Aileena S.C.R.E.C., ST., M.Ds**

Pembimbing 2:

**Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR**  
**2024/2025**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PERANCANGAN BRAND IDENTITY SAMBAL PECEL 'MT' KEDIRI**

**Disusun oleh:**

**ALLYA KURNIA PUTRI AISHA**

**20052010032**

**1.1 Telah dipertahankan didepan Tim Penguji  
Pada tanggal:18 November 2024**

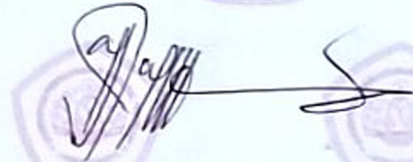
**Pembimbing I**

**Pembimbing II**



**Aileena S. C. R. E. C., S.T., M.Ds**

**NIPPPK. 19870119 202421 2024**

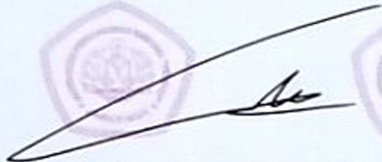


**Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds**

**NIP. 19880428 201803 2001**

**Penguji I**

**Penguji II**



**Bayu Setiawan, S.Sn., M.Sn.**

**NIP. 19910728 202203 1004**




**Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn.**

**NIP. 19851106 201903 1002**

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

**Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain**



**Ibnu Sholichin, S.T., M.T**

**NIPPPK. 197109162021211004**



**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PERANCANGAN BRAND IDENTITY SAMBAL PECEL 'MT' KEDIRI**

**Disusun oleh:**

**ALLYA KURNIA PUTRI AISHA**

**20052010032**

**1.2 Telah dipertahankan didepan Tim Penguji**

**Pada tanggal: 18 November 2024**

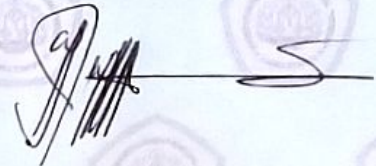
**Pembimbing I**



**Aileena S. C. R. E. C., S.T., M.Ds**

**NIP3K. 198405122021212004**

**Pembimbing II**



**Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds**

**NIP. 19880428 201803 2001**

**Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)**

**Koordinator Program Studi Desain Komunikasi Visual**



**Masnuna, S.T., M.Sn**

**NIPPPK.198405122021212004**

## ABSTRAK

Pada era globalisasi dengan persaingan bisnis yang semakin kompetitif, identitas visual menjadi elemen penting dalam membangun merek yang kuat dan menarik perhatian konsumen. Penelitian ini berfokus pada perancangan identitas visual Sambal Pecel ‘MT’, produk sambal tradisional asal Kediri yang telah beroperasi sejak 1996. Tujuannya adalah menciptakan brand identity yang konsisten, unik, dan informatif guna meningkatkan daya saing, melindungi merek dari pemalsuan, serta memperluas jangkauan pasar.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, mencakup pengumpulan data melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan analisis matriks TOWS. Elemen desain yang dirancang meliputi logo, warna, tipografi, dan kemasan, dengan mempertimbangkan karakteristik merek dan kebutuhan konsumen. Hasil perancangan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik merek, memperkuat citra produk, dan mendukung keberlanjutan usaha Sambal Pecel ‘MT’ di pasar lokal maupun internasional.

**Kata Kunci:** Identitas Visual, Sambal Pecel MT, Brand Identity, Perancangan Logo, Kemasan Produk.

## ABSTRACT

In the era of globalization and increasingly competitive business environments, visual identity plays a crucial role in building a strong and appealing brand. This study focuses on designing a visual identity for Sambal Pecel ‘MT,’ a traditional sambal product from Kediri, Indonesia, established in 1996. The primary objective is to create a consistent, unique, and informative brand identity to enhance competitiveness, protect the brand from counterfeiting, and expand market reach.

This research employs a qualitative method, gathering data through interviews, observations, questionnaires, and TOWS matrix analysis. The design elements developed include a logo, color scheme, typography, and packaging, aligning with the brand’s characteristics and consumer needs. The results aim to strengthen the brand's appeal, enhance product image, and support the sustainable growth of Sambal Pecel ‘MT’ in both local and international markets.

**Keywords:** Visual Identity, Sambal Pecel MT, Brand Identity, Logo Design, Product Packaging.

## PERNYATAAN ORISINILITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, naskah dalam laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk mendapatkan gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak ada pendapat atau karya milik orang lain, kecuali secara resmi dikutip dan disebutkan dalam naskah laporan ini dan telah dicantumkan sumber data dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah ini terdapat unsur plagiasi, saya bersedia laporan Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2023, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, 08 Desember 2024



Allya Kurnia Putri Aisha

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul *“Perancangan Brand Identity Sambal Pecel ‘MT’ Kediri”* dengan baik dan tepat waktu.

Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur. Dalam penyusunannya, penulis mendapat banyak dukungan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas berkah dan rahmat-Nya dalam segala proses yang penulis jalani.
2. Ibu Aileen S.C.R.E.C., ST., M.Ds., selaku dosen pembimbing, atas waktu, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan laporan ini.
3. Keluarga tercinta, yang selalu memberikan dukungan, doa, dan motivasi tanpa henti. Mama saya yang paling cantik, Papa saya Pak Arip, Kak Sasa dengan bantuan amunisi makanan, Tristan adik saya yang suka mengirim video lucu dikala saya tertekan, dan Adek Toni kucing kesayangan kami sekeluarga yang imut dan gendut.
4. Afina Zhahira dan Meti Ayu, sebagai narasumber yang telah membantu penulis dalam memberikan informasi yang relevan dan mendukung.
5. Teman-teman dan rekan-rekan di Program Studi Desain Komunikasi Visual ‘20, atas kerja sama dan semangat yang saling menginspirasi.
6. Mela crew yang sangat saya sayangi tanpa mereka saya hanyalah orang linglung, untuk Mela Anggrek Oksyaninda, Mama Mela Dimsumz Charisma, Mela Senam Huicen, Mela Yunjin Nenek Putri.
7. Terima kasih kepada teman-teman saya SMP dan SMA, yaitu Afina, Restu, Nely, Tessa yang masih peduli dengan saya dan PASMADELA yang senantiasa menghibur.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi yang berguna di bidang desain komunikasi visual.

Surabaya, 8 Desember 2024

**Allya Kurnia Putri Aisha**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINILITAS TUGAS AKHIR</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>xi</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	3
1.4 Batasan Masalah .....	3
1.5 Tujuan Perancangan .....	3
1.6 Manfaat Perancangan .....	4
1.7 Kerangka Perancangan .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING</b> .....	<b>5</b>
2.1 Definisi Operasional Judul .....	5
2.1.1 Definisi Brand Identity .....	5
2.1.2 Sambal Pecel ‘MT’ .....	5
2.2 Landasan Teori .....	6
2.2.1 <i>Branding</i> .....	6
2.2.2 <i>Brand Identity</i> .....	7
2.2.3 Elemen Identitas Visual .....	8
2.2.4 <i>Physically Brand Asset</i> .....	14
2.3 Studi Eksisting .....	15
2.3.1 Deskripsi Brand .....	16
2.3.2 Analisis Media .....	16
2.4 Studi Komparator .....	19
2.4.1 Sambal Pecel Bintang 5 .....	20

2.5	Studi Kompetitor .....	23
2.5.1	Sambal Pecel Suhartatiks .....	24
<b>BAB III METODOLOGI DESAIN .....</b>		<b>28</b>
3.1	Metode Perancangan .....	28
3.1.1	Metode Kualitatif.....	28
3.1.2	Data Primer dan Data Sekunder .....	28
3.1.3	Objek Perancangan.....	29
3.2	Tahapan Perancangan.....	29
3.2.1	Menentukan Objek Permasalahan .....	29
3.2.2	Perumusan Masalah.....	30
3.2.3	Penentuan Tujuan Perancangan .....	30
3.2.4	Penentuan Tujuan Perancangan .....	30
3.2.5	Mengumpulkan Data .....	30
3.2.6	Analisis Data .....	31
3.2.7	Perumusan Konsep Desain.....	31
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.3.1	Data Primer .....	31
3.3.2	Data Sekunder.....	34
3.4	Teknik Analisis Data .....	37
3.4.1	Analisis Data Wawancara.....	37
3.4.2	Analisis Data Kuesioner.....	37
3.4.3	Analisis Data Observasi .....	39
3.4.4	Analisis TOWS Matriks .....	40
3.4.5	Analisis Consumer Insight.....	42
3.4.6	Analisis Consumer Journey .....	43
3.4.7	Sintesa Data .....	45
<b>BAB IV KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN.....</b>		<b>46</b>
4.1	Perumusan Konsep :.....	46
4.1.1	Definisi Keyword .....	46
4.1.2	Makna Denotasi .....	47
4.1.3	Makna Konotasi.....	47
4.2	Konsep Verbal .....	48
4.2.1	Tagline .....	48

4.3	Konsep Visual.....	48
4.3.1	Logo.....	49
4.3.2	Warna.....	49
4.3.3	Tipografi.....	50
4.3.4	Supergrafis .....	50
4.4	Konsep Media.....	51
4.5	Proses Perancangan Desain .....	51
4.6	Media Implementasi.....	51
4.7	Rancangan Anggaran Proyek .....	51
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>62</b>
5.1	Kesimpulan.....	51
5.2	Saran.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>63</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>66</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media yang digunakan Sambal Pecel ‘MT’ .....	2
Gambar 1.2 Kerangka Perancangan .....	4
Gambar 2.1 Contoh Logo Pictorial Marks.....	9
Gambar 2.3 Contoh Logo Emblem .....	10
Gambar 2.4 Contoh Logo Maskot.....	11
Gambar 2.5 Contoh Logo Wordmark .....	11
Gambar 2.6 Contoh Logo Letterforms.....	12
Gambar 2.7 Contoh Logo Monogram.....	12
Gambar 2.8 Teori Brewster.....	14
Gambar 2.9 Spanduk Sambal Pecel ‘MT’ .....	16
Gambar 2.10 Kemasan Sambal Pecel ‘MT’ .....	17
Gambar 2.11 Logo Sambal Pecel Bintang 5.....	19
Gambar 2.12 Logo Sambal Pecel Bintang 5.....	20
Gambar 2.13 Kemasan Sambal Pecel ‘MT’ .....	21
Gambar 2.14 Logo Sambal Pecel Suhartatiks .....	23
Gambar 2.15 Logo Sambal Pecel Suhartatiks .....	24
Gambar 2.16 Kemasan Sambal Pecel Suhartatiks.....	25
Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara.....	31
Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara.....	33
Gambar 4.1 Perumusan Konsep .....	46
Gambar 4.2 Referensi Logo.....	49
Gambar 4.3 Referensi Warna.....	49
Gambar 4.4 Referensi Tifografi.....	50
Gambar 4.5 Contoh Implementasi Supergrafis pada Media Branding .....	50
Gambar 4.6 Sketsa Logo Sambal Pecel ‘MT’ .....	53
Gambar 4.7 Sketsa Logo Sambal Pecel ‘MT’ .....	54
Gambar 4.8 Sketsa Sempurna Logo Sambal Pecel ‘MT’ .....	55
Gambar 4.9 Tiga Logo Sambal Pecel “MT”.....	55
Gambar 4.10 Sketsa Logo Sambal Pecel ‘MT’ yang terpilih .....	55
Gambar 4.11 Desain Kemasan .....	56



Gambar 4.12 Stationary .....	56
Gambar 4.13 GSM Sambal Pecel ‘MT’ .....	57
Gambar 4.14 Seragam Sambal Pecel ‘MT’ .....	57
Gambar 4.15 Apron Sambal Pecel ‘MT’ .....	57
Gambar 4.16 Coaster Sambal Pecel ‘MT’ .....	58
Gambar 4.17 Mug.....	58
Gambar 4.18 Pouch Sambal Pecel ‘MT’ .....	57
Gambar 4.19 Piring Sambal Pecel ‘MT’ .....	59
Gambar 4.20 Thank You Card, Kartu Nama dan Bookmark Sambal Pecel ‘MT’ .....	59
Gambar 4.21 Daftar Menu Sambal Pecel ‘MT’ .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis Logo Sambel Pecel ‘MT’ .....	16
Tabel 2.2 Analisa Kemasan Sambel Pecel ‘MT’ .....	18
Tabel 2.3 Analisis Logo Sambel Pecel Bintang 5 .....	20
Tabel 2.4 Analisa Kemasan Sambel Pecel Bintang 5 .....	22
Tabel 2.5 Analisis Logo Sambel Pecel Suhartatiks .....	24
Tabel 2.6 Analisa Kemasan Sambel Pecel Suhartatiks .....	25
Tabel 3.1 Analisis TOWS Matriks .....	40
Tabel 3.2 Tabel Kegiatan Consumer Journey.....	43
Tabel 4.1 Hitungan Pengeluaran selama 6 Bulan.....	60
Tabel 4.2 Biaya Produksi.....	61