

**PERANCANGAN ULANG LOGO UMKM PUNYA
RASA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS**

SKRIPSI

GALANG JATI ZHAHARA

20190060049



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNIK, KOMPUTER DAN DESAIN
SUKABUMI
AGUSTUS 2023**

**PERANCANGAN ULANG LOGO UMKM PUNYA
RASA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam
Menempuh Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual*

Galang Jati Zhahara
20190060021



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNIK, KOMPUTER DAN DESAIN
SUKABUMI
AGUSTUS 2023**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : PERANCANGAN ULANG LOGO UMKM PUNYA RASA SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
NAMA : GALANG JATI ZHAHARA
NIM : 20190060021

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, 4 Januari 2024



GALANG JATI ZHAHARA

Penulis

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PERANCANGAN ULANG LOGO UMKM PUNYA RASA SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
NAMA : GALANG JATI ZHAHARA
NIM : 20190060021

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 29 Agustus 2023 Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual.

Sukabumi, 4 Januari 2024

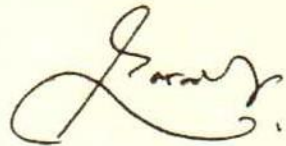
Pembimbing I



Elida Christine Sari, S.Ds., M.Pd

NIDN 0418048303

Pembimbing II

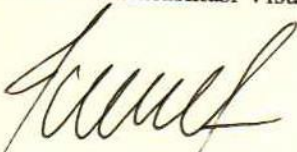


Raray Istianah., M.Pd

NIDN 0422079203

Ketua Penguji

Studi Desain Komnunikasi Visual

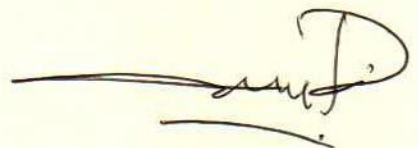


Firman Mutaqin, M.Ds

NIDN 0405029503

Ketua Program

Studi Desain Komunikasi Visual



Agus Darmawan, S.Sn., M.Sn

NIDN 0431088506

Dekan Fakultas Teknik, Komputer dan Desain

Ir.Paikun, S.T., M.T., IPM., ASEAN.Eng

NIDN 0402037401

Dengan segala hormat,

Dalam momen yang penuh makna ini, dengan rasa rendah hati dan perasaan syukur yang mendalam, saya ingin mengucapkan penghargaan serta rasa terima kasih yang tak terhingga kepada Ibu, Bapak, Guru, Dosen, dan teman-teman atas dukungan, bimbingan, dan inspirasi yang telah diberikan selama perjalanan penulisan skripsi ini.

Kehadiran Ibu dan Bapak dalam hidup saya adalah anugerah yang tak ternilai. Doa, dukungan moral, dan cinta kasih yang selalu mengalir dari Ibu dan Bapak menjadi pendorong utama dalam perjuangan saya menyelesaikan tugas akhir ini. Semua jerih payah, kesulitan, dan keraguan saya selama proses ini menjadi lebih ringan berkat dukungan dan dorongan Ibu dan Bapak.

Tidak lupa, rasa terima kasih saya kepada Guru dan Dosen yang telah memberikan ilmu, arahan, dan masukan berharga. Bimbingan dari para Guru dan Dosen telah membuka wawasan baru, mendorong saya untuk berfikir lebih kritis, serta membantu saya menjembatani kesenjangan pengetahuan.

Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan. Kita telah berbagi perjalanan yang penuh tantangan ini bersama-sama. Dukungan, kolaborasi, dan semangat kita saling menguatkan dan menjadi sumber inspirasi dalam menghadapi setiap hambatan.

Skripsi ini bukan hanya hasil karya saya semata, tetapi juga merupakan hasil kerjasama dan kontribusi dari banyak pihak. Dengan rasa rendah hati, saya menyerahkan hasil penelitian ini kepada Ibu, Bapak, Guru, Dosen, dan teman-teman sebagai bentuk apresiasi dan penghormatan atas peran serta mereka dalam perjalanan akademik saya.

Semoga hasil dari skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang berarti dalam bidang yang saya geluti. Terakhir, tetapi tidak kalah penting, saya mohon maaf jika terdapat kekurangan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Hormat saya,

Galang Jati Zhahara

Abstrak

Perkembangan peluang bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) semakin banyak dan pesat perkembangannya. Kondisi ini mengakibatkan semakin ketatnya persaingan di berbagai sektor bisnis. Terbukti dari banyak nya jumlah UMKM Pada tahun 2022 ada ada 22.430 Industri Kecil Mikro di Kabupaten Sukabumi. Punya Rasa merupakan salah satu Industri rumahan produksi pangsit goreng yang berkembang di Kabupaten Sukabumi. Industri rumahan ini berdiri sejak tahun 1990. Punya Rasa berlokasi di Cibolang girang rt.28 rw.06 desa.Cibatu kec.Cisaat Kab.Sukabumi. Di suatu titik sebuah perusahaan pasti akan mengalami perubahan, dan Punya Rasa telah banyak mengalami perubahan sejak awal berdiri hingga sekarang. Perubahan yang dialami Punya Rasa meliputi bertambahnya menu rasa yang diproduksi, penambahan jangkauan konsumen dan bertambahnya jumlah kios sebagai tempat berjualan pangsit goreng nya. Dengan segala keunggulan dan perubahan yang dialami. Logo Punya Rasa pada saat ini dianggap kurang estetik dan tidak memiliki ciri khas yang dapat membedakannya dengan produk sejenis lainnya. Proses perancangan ulang identitas perusahaan ini melalui Metode Kualitatif dan tahap berkarya dengan urutan penentuan tujuan, observasi, analisis khalayak sasaran, pengembangan konsep, studi pustaka, proses pemotretan, sket alternatif desain, komputerisasi, konsultasi dosen pembimbing dan persetujuan klien, percetakan serta penyajian karya desain. Pemilihan media pendukung UMKM disesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran biaya yang harus dikeluarkan perusahaan. Media yang dipilih dalam perancangan ini meliputi stationary set (kartu nama, nota, stempel dan pulpen),Label Kemasan , menu makanan, Seragam Karyawan dan Buku Panduan Penggunaan logo. Diharapkan hal ini akan memberikan dampak positif Sebagai upaya meningkatkan brand awareness dengan logo barunya UMKM Punya Rasa semakin dikenal masyarakat, dan kepercayaan masyarakat kepada perusahaan semakin meningkat.

Kata Kunci : Perancangan Ulang, Logo, Brand awareness, Pangsit

Abstract

The development of opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) business is increasingly vast and rapid. This condition has resulted in intensifying competition across various business sectors. This is evidenced by the significant number of MSMEs. In 2022, there were 22,430 Micro and Small Industries in Sukabumi Regency. "Punya Rasa" is one of the home-based industries producing fried dumplings that has been growing in Sukabumi Regency. This home-based industry was established in 1990 and is located in Cibolang Girang, Rt. 28 Rw. 06, Cibatut Village, Cisaat Sub-District, Sukabumi Regency. At some point, every company undergoes changes, and "Punya Rasa" has undergone many changes since its inception until now. The changes experienced by "Punya Rasa" include an expansion of the variety of flavors produced, an increase in consumer reach, and an increase in the number of kiosks as outlets for their fried dumplings. Despite all the strengths and changes it has gone through, the current "Punya Rasa" logo is considered aesthetically lacking and lacks a distinguishing feature that sets it apart from similar products. The process of redesigning the company's identity involves a Qualitative Method and creative phases, starting with goal setting, observation, target audience analysis, concept development, literature review, photography, alternative design sketches, computerization, consultation with supervising faculty, client approval, printing, and presentation of the design work. The selection of supporting media for MSMEs is aligned with the company's needs and budget. The chosen media in this design include a stationary set (business card, invoice, stamp, and pen), packaging labels, food menus, employee uniforms, and a Logo Usage Guidebook. It is expected that this initiative will have a positive impact on enhancing brand awareness with the new logo for "Punya Rasa" MSMEs, making it more recognized by the public, and increasing the public's trust in the company.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perancangan Desain Kemasan Produk Sekunder Umkm Chick Abon Sukabumi Untuk Pengiriman Nasional Dan Internasional”. Tujuan Penulisan skripsi ini adalah memudahkan pengiriman produk ke nasional dan internasional dan memberikan identitas visual terhadap brand itu sendiri.

Sehubung dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi Dr. H. Kurniawan, ST., M.Si., MM.
2. Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi Anggy Pradiftha J., S.Pd., M.T.
3. Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Nusa Putra Sukabumi Agus Darmawan, S.Sn., M.Sn
4. Dosen Pembimbing I Universitas Nusa Putra Sukabumi Elida Christine Sari, S.Ds., M.Pd.
5. Dosen Pembimbing II Universitas Nusa Putra Sukabumi Raray Istianah, M.Pd
6. Orang tua dan keluarga
7. Rekan-rekan mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual angkatan 2019

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jadi dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Amin Ya Rabbal Alamin



Sukabumi, 4 Januari 2024

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Galang Jati Zhahara
NIM : 20190060021
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pembangunan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERANCANGAN ULANG LOGO UMKM PUNYA RASA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi
Pada tanggal : 4 Januari 2024

Yang menyatakan



(Galang Jati Zhahara)

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENULIS	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
Abstrak	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.5.1 Manfaat Teoritis	4
1.5.2 Manfaat Praktis	4
1.6 Kerangka Penelitian (<i>Sumber : Dokumentasi Pribadi</i>)	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	6
2.1.3 Perancangan Ulang.....	6
2.1.4 Logo.....	6
2.1.5 Kriteria Logo	7
2.1.6 Jenis – Jenis Logo.....	8
2.1.7 Fungsi Logo.....	9
2.1.8 Elemen Logo	10
2.1.9 <i>Brand Awareness</i>	10
2.1.10 Pengaruh logo terhadap brand awareness	11

2.1.11 Profil Perusahaan	12
2.2 Kerangka Teori	13
.....	13
2.3 Penelitian Terdahulu	13
BAB III METODELOGI PERANCANGAN	16
3.1 Metode Penelitian.....	16
3.2 Metode Pengumpulan Data	16
3.2.1 Observasi.....	16
3.2.2 Wawancara	17
3.2.3 Dokumentasi	18
3.2.4 Studi Literatur	18
3.2.5 Studi Kompetitor	19
3.2.5.1 Nona Cookies KRAOS – KRAOS	19
3.2.5.1 Mitra Rasa	20
3.2.5.1 SNACK IN	21
3.2.5 Kuisioner	22
3.2.5.1 Hasil Kuisioner	22
3.4 Metode Analisis Data	23
3.4.1 Analisis SWOT.....	23
3.4.3 Unique Selling Proposition	24
3.4.4 Analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	25
3.5 Objek Peneltian	26
3.5.1 Analisis Logo Lama	27
3.6 Metode dan konsep perancangan.....	28
3.6.1 Metode perancangan	28
3.6.2 Konsep & Strategi pesan	28
3.6.3 Konsep & Strategi Kreatif	29
3.6.4 Konsep & Strategi Media	30
3.6.5 Konsep & Strategi Visual	31
3.6 Alat dan bahan yang digunakan	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Perancangan dan Pembahasan.....	35
4.1.1 Hasil Perancangan	35
4.1.2 Hasil Perancangan Pembahasan	55

4.1.3 Efektivitas Media	57
4.1.4 Perbandingan Logo baru dan logo lama	61
BAB V Kesimpulan dan Saran	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.1 Saran	63
Daftar Pustaka.....	65
Lampiran	66



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Sketsa Logo	39
Tabel 4. 2 Logo Alternatif	41
Tabel 4. 3 Isi Halaman GSM.....	50
Tabel 4. 4 Katalog Pameran.....	54
Tabel 4. 5 Hasil Kuisioner Setelah Perancangan	60



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Kerangka Penelitian	5
Bagan 2. 1 Kerangka Teori	13



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh Logo.....	6
Gambar 2. 2 Contoh jenis – jenis Logo	8
Gambar 3. 1 Wawancara dengan pemilik dan karyawan UMKM Punya Rasa	18
Gambar 3. 2 Produk Nona Cookies KRAOS - KRAOS	19
Gambar 3. 3 Produk Mitra Rasa	20
Gambar 3. 4 SNACK IN.....	21
Gambar 3. 5 Logo Punya Rasa	26
Gambar 3. 6 Label Kemasan Punya Rasa	26
Gambar 3. 7 Tempat Produksi dan Pengemasan Punya Rasa.....	27
Gambar 3. 8 Produk Punya Rasa	27
Gambar 3. 9 Referensi Stationary	31
Gambar 3. 10 Referensi Label kemasan	31
Gambar 3. 11 Referensi Feed Instagram	32
Gambar 3. 12 Warna logo	32
Gambar 3. 13 Referensi logo 1	33
Gambar 3. 14 Referensi logo.....	33
Gambar 4. 1 Mindmapping Kata Kunci.....	36
Gambar 4. 2 Contoh bentuk produk UMKM Punya Rasa	37
Gambar 4. 3 Hasil voting Sketsa Logo.....	41
Gambar 4. 4 Sketsa Final	42
Gambar 4. 5 Hasil pemilihan Warna.....	42
Gambar 4. 6 Warna yang terpilih	42
Gambar 4. 7 Proses Komputerisasi Sketsa Logo.....	43
Gambar 4. 8 Proses pewarnaan Sketsa Logo.....	43
Gambar 4. 9 Final Logo UMKM Punya.....	44
Gambar 4. 10 Mockup GSM	45
Gambar 4. 11 Mockup Poster Pameran Tugas Akhir	51
Gambar 4. 12 Logo UMKM Punya Rasa	55
Gambar 4. 13 Warna Logo.....	55
Gambar 4. 14 Logo BW.....	56
Gambar 4. 15 Supergraphic.....	56
Gambar 4. 16 Penggunaan Logo.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara dengan narasumber.....	66
Lampiran 2 Kuisioner terhadap logo lama	69
Lampiran 3 Kuisioner Pemilihan Sketsa dan warna Logo	72
Lampiran 4 Kuisioner Setelah Perancangan Ulang Logo.....	74
Lampiran 5 Berkas UMKM Punya Rasa.....	78
Lampiran 6 Hasil Wawancara	80



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan peluang bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) semakin banyak dan pesat perkembangannya. Kondisi ini mengakibatkan semakin ketatnya persaingan di berbagai sektor bisnis. Terbukti dari banyak nya jumlah UMKM Pada tahun 2021 ada ada 363.176 UMKM di Kabupaten Sukabumi yang terdiri dari industri bahan bangunan, industri pakaian jadi, industri logam, industri makanan. industri gula, industri mebel, industri pupuk, industri pengolahan ikan, industri perbengkelan, industri kerajinan bambu dan kayu, industri alas kaki dan industri pertanian.

Salah satu jenis usaha makanan yang berkembang di Kabupaten Sukabumi adalah bisnis Makanan ringan Pangsit Goreng. Pangsit goreng biasanya dihidangkan sebagai makanan pendamping untuk hidangan seperti bakso, mie ayam, soto, dan makanan ringan lainnya seperti siomay goreng. Banyaknya perusahaan yang menghasilkan pangsit goreng membuat persaingan di industri makanan semakin sengit, termasuk di dalamnya produk pangsit goreng bernama Punya Rasa.

Punya Rasa merupakan usaha rumahan yang memproduksi berbagai jenis gorengan, dan telah beroperasi selama tiga dekade sebagai usaha keluarga. Produk utama Punya Rasa adalah pangsit goreng dengan beragam varian rasa seperti asin, manis, pedas, dan banyak lagi. Sasaran utama perusahaan adalah kalangan menengah, terutama dewasa muda. Produk Pangsit Goreng Punya Rasa menggunakan bahan berkualitas dan dijamin tidak kalah enakya dibandingkan dengan pangsit goreng lainnya, serta terjamin kebersihannya. Perusahaan Punya Rasa menawarkan kemudahan pemesanan secara langsung, melalui telepon, atau melalui chatting di WhatsApp. Pelanggan dapat mengambil pesanan langsung dari lokasi usaha yang berada di rumah pemilik. Selain itu, Punya Rasa juga menerapkan sistem dimana produk pangsit goreng Punya Rasa dipasarkan ke toko-toko untuk meningkatkan profit. Perusahaan Punya Rasa berencana untuk mengubah logo untuk meningkatkan Awariness.

Permasalahan UMKM ini adalah Pemilik UMKM Rusyandi ingin mengubah logo yang sudah ada, karena logo yang sekarang dia buat tidak dipersiapkan dengan baik, hanya kebetulan buat tanda waktu bikin kemasan produknya. Karena menurut buku 1 Logo 2021 karya Rustan Logo secara umum adalah pembeda visual berupa tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya, yang didesain khusus untuk mewakili sebuah brand. Selain itu UMKM Punya Rasa berencana memperbesar pasar penjualan dibutuhkan logo yang konsisten untuk meningkatkan *Brand Awareness*

Selain itu, logo digunakan secara langsung digunakan disetiap media promosi perusahaan berupa media cetak atau digital. Solusi promosi dengan melalui perancangan ulang logo punya rasa sebagai upaya meningkatkan brand awareness. logo Punya Rasa ini. Logo Punya Rasa pada saat ini dianggap kurang estetik dan tidak memiliki ciri khas yang dapat membedakannya dengan produk sejenis lainnya. Selain permasalahan tersebut, Punya Rasa juga membutuhkan repositioning agar dapat memposisikan ulang produk dalam benak konsumen. Repositioning adalah merubah persepsi konsumen tentang hubungan brand menjadi persaingan brand (McDaniel, 2001, p.205). Diketahui bahwa produk Punya Rasa memiliki citra pangsit goreng yang ditargetkan untuk kalangan menengah ke bawah, yang menyebabkan banyak konsumen meremehkan dan meragukan kualitas produk tersebut. Oleh karena itu, diperlukan repositioning untuk mengubah persepsi konsumen terhadap produk Punya Rasa. Salah satu masalah dalam usaha ini adalah kurangnya identitas merek yang dapat menjadi tanda, ciri khas, dan pembeda untuk membangun merek yang kuat. Oleh karena itu, perancangan ulang logo yang jelas diperlukan agar keberadaan Punya Rasa dikenal oleh masyarakat sekitar, terutama di Sukabumi. Perancangan ulang logo ini bertujuan untuk memperkenalkan usaha Punya Rasa melalui logo. Dengan merancang ulang logo sebagai upaya meningkatkan kesadaran merek, selain memberikan identitas, logo tersebut juga dapat membedakan, meningkatkan daya tarik, dan mendukung promosi, sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan brand awareness.

Perancangan ulang logo akan menggunakan Metode penelitian kualitatif dengan cara Wawancara, dokumentasi, Analisis SWOT, 5W1H dan STP dalam perancangan ulang Logo. Tujuan perancangan ini adalah untuk memudahkan bisnis

dikenali dan diingat oleh konsumen sehingga mereknya meninggalkan kesan yang kuat di benak konsumen. Dalam desain ini, digunakan pendekatan desain kualitatif. Penelitian kualitatif melibatkan pengumpulan data kualitatif dari teks atau ucapan orang dan pengamatan perilaku. Media yang digunakan untuk perancangan ulang logo ini yang paling utama adalah label yang ada didesain kemasan Punya Rasa yang merupakan produk utama dari Pangsit Punya Rasa. Selain logo yang mudah diingat, media pendukung juga berperan penting dalam memasarkan produk, seperti x-banner, Stationary, label Kemasan, Seragam Pegawai.

1.2 Perumusan Masalah

Bagaimana merancang ulang logo Punya Rasa untuk meningkatkan brand awareness ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam tugas akhir ini adalah :

1. Proses perancangan Logo UMKM Punyarasa
2. Membuat panduan penggunaan Logo (*graphic standard manual*)
3. Proses penerapan pada media pendukung seperti Stand Banner, Label Kemasan, Tripod Banner, Stationary (kartu Nama, Amplop, Kop Surat), Seragam Karyawan dan Feeds pada Instagram.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang ulang logo Punya Rasa dan media promosi Punya Rasa sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari perancangan ulang logo Punya Rasa dan media promosi Punya Rasa sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*, sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

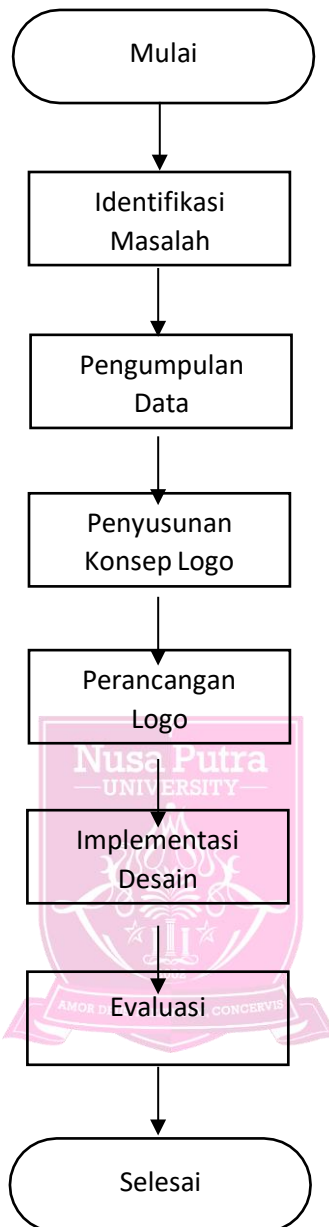
Manfaat yang dapat diperoleh dari proyek perancangan ulang logo Punya Rasa dan media promosi Punya Rasa sebagai *brand awareness* adalah sebagai referensi keilmuan khususnya dalam bidang Desain Komunikasi Visual.

1.5.2 Manfaat Praktis

Melalui kegiatan merancang ulang logo Punya Rasa dan media promosi manfaat yang dapat diperoleh bagi Punya Rasa khususnya adalah meningkatkan *brand awareness* Punya Rasa dapat menjalankan operasi pemasaran secara optimal dan efektif.



1.6 Kerangka Penelitian



Bagan 1. 1 Kerangka Penelitian

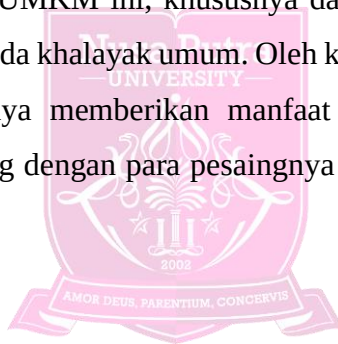
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari perancangan karya Tugas Akhir Semester berjudul : Perancangan ulang logo UMKM Punya Rasa Upaya Untuk Meningkatkan Brand Awareness mengusung konsep desain yang bertujuan untuk memperbaiki citra yang sudah ada, melalui penciptaan ulang logo bagi UMKM "Punya Rasa". Fokus utama proyek ini adalah perancangan ulang logo. Hal ini karena logo dalam konteks UMKM sangatlah penting, karena sebagai entitas bisnis yang sudah lama berdiri, UMKM mengalami permasalahan dalam hal citra yang telah dipersepsikan oleh masyarakat. Inilah yang memicu perlunya perancangan ulang untuk kemajuan "Punya Rasa". Dengan demikian, perancangan logo baru memiliki dampak yang positif pada perkembangan UMKM "Punya Rasa". Logo yang tepat mampu menjadi saluran komunikasi yang kuat bagi UMKM ini, khususnya dalam memproyeksikan citra yang ingin disampaikan kepada khalayak umum. Oleh karena itu, perancangan logo baru beserta implementasinya memberikan manfaat yang besar bagi UMKM "Punya Rasa" dalam bersaing dengan para pesaingnya di ranah UMKM makanan ringan.



5.1 Saran

1. Saat mengubah kembali logo UMKM, penting bagi perancang untuk tidak hanya memikirkan cara menginterpretasikan elemen tersebut menjadi sebuah logo. Tetapi juga, perancang perlu mempertimbangkan cara mengintegrasikan filosofi, prinsip desain, serta pesan visual yang ingin disampaikan oleh "Punya Rasa" kepada pelanggan dan masyarakat umum.
- 2 Perancangan ini merupakan opsi desain awal yang masih memerlukan pengembangan lebih lanjut. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan bahwa penelitian ini dapat membuka jalan untuk langkah berikutnya, yaitu merancang strategi

promosi. Dengan demikian, langkah perancangan ulang ini akan berperan penting dalam membentuk citra yang diinginkan yang akan diterima oleh masyarakat.

3. Disarankan kepada UMKM "Punya Rasa" untuk memperdalam pemahaman dalam bidang promosi dan pemasaran. Hal ini akan membantu menarik perhatian konsumen demi kemajuan "Punya Rasa" melalui media yang telah disiapkan. Dengan demikian, diharapkan bahwa usaha ini dapat bersaing dengan UMKM ternama lainnya yang telah dikenal di pasar.



Daftar Pustaka

Rustan Surianto, Logo 2021 Mengenal Logo, Identitas, Brand dan Merek, Jakarta, 2021

Kusrianto, Adi. (2009). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Airey, David. (2010). Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities. United States: Peachpit

Aaker. 2018 Manajemen ekuitas merek, Jakarta : Mitra Utama

Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitingjak, Tony, (2017), Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln (eds.). 2009. Handbook of Qualitative Research. Terj. Dariyatno dkk. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : ALFABETA

Rohidi, Tjetjep R. 2011. Metodologi Penelitian Seni. Semarang: Cipta Prima Nusantara.

Gottschalk, Louis. 1986. Understanding History; A Primer of Historical Method terjemahan Nugroho Notosusanto. Jakarta: UI Press.

Musfiquon, H. M. (2012). Panduan Lengkap Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Prestasi Pustakaraya. Page 2. 106

Moriarty, Sandra., Mitchell, Nancy., & Wells, William. 2011. Advertising : edisi kedelapan. Jakarta : Kencana