

## ABSTRAK

Jenifer Priscilla (625170084)

### PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DUTA BAKWAN DAN CWIE MIE MALANG

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara yang memiliki keanekaragaman kuliner dengan citarasa tersendiri. Salah satunya adalah restoran Duta Bakwan yang menawarkan makanan khas Malang. Duta Bakwan ingin mengedepankan nilai buatan tangan dan *hygienis* serta ingin menunjukkan sisi Malang yang menjadi karakteristik utama dari restoran ini. Namun, sayangnya logo yang dimiliki saat ini, terkesan kaku, mekanistik, adanya distorsi pada logo, terlalu banyak elemen warna dan tidak mencerminkan karakteristik yang ingin disampaikan. Selain itu, warna biru yang digunakan pada logo terkesan sangat mendominasi, tentunya hal ini sangat tidak baik bagi konsumen serta tidak adanya konsistensi dalam penerapan media aplikasi. Perancangan ulang dilakukan agar karakteristik buatan tangan dan hasil olahan rumah yang menjadi ciri khas restoran dapat dilihat sehingga memiliki citra positif dan menarik hati para konsumen serta dapat bersaing dengan usaha-usaha makanan khas Malang lainnya yang sudah berdiri sejak lama dan lebih memiliki nama.

Perancangan ini menggunakan model 5 tahap oleh Robin Landa yang terdiri atas Orientasi, Analisis dan Strategi, Konsep Perancangan, Pengembangan dan Implementasi Desain. Pengambilan data primer didapatkan dari wawancara dengan pemilik restoran Duta Bakwan, serta dilakukannya penyebaran kuesioner kepada 115 responden. Sementara data sekunder didapat dari studi pustaka yang berkaitan tentang identitas visual, buatan tangan, *hygienis*, dan Malang.

Hasil dari perancangan ini adalah identitas visual Duta Bakwan dapat mencerminkan karakteristik yang dimiliki sehingga dapat menaikkan citra positif bagi konsumen. Perancangan ulang ini mengambil 3 kata kunci utama yaitu utusan, *hygienis*, dan buatan rumah. Logotype menggunakan jenis huruf yang ekspresif untuk menunjukkan kesan yang tidak kaku dan menunjukkan hasil buatan tangan karena tidak menggunakan font *default* yang sudah tersedia. Dalam pemilihan warna, dipilihlah warna merah dan kuning sebagai warna dominan karena warna ini dipercaya dapat mengundang rasa lapar dan memberikan kebahagiaan bagi para konsumen. Warna coklat dipilih untuk menggambarkan warna blankon yang pada umumnya dipakai oleh orang Malang. Terakhir, warna hitam dipilih sebagai warna dari pakaian khas Malang serta untuk memberi kesan tegas dan memudahkan keterbacaan pada logotype Duta Bakwan.

**Kata kunci: Identitas Visual, Duta Bakwan, Bersih, Buatan Tangan, Utusan.**

## ABSTRACT

Jenifer Priscilla (625170084)

### ***A REDESIGN OF THE VISUAL IDENTITY OF DUTA BAKWAN AND CWIE MIE MALANG***

Indonesia is known as one of the countries that have culinary diversity with its redundant flavors. One of them is the Duta Bakwan restaurant which offers Malang specialties. Duta Bakwan wants to prioritize handmade and values *hyangienic* and wants to show the Malang side which is the main characteristic of this restaurant. However, unfortunately, the current logo seems stiff, mechanistic, there are distortions in the logo, too many color elements, and does not reflect the characteristics to be conveyed. Also, the blue color used in the logo seems very dominating, of course, this is not very good for consumers and there is no consistency in the application of media applications. The redesign was carried out so that the characteristics of handmade and home-processed products that are characteristic of the restaurant can be seen so that it has a positive image and attracts the hearts of consumers and can compete with other Malang food businesses that have been around for a long time and have more names.

This design uses a 5-stage model by Robin Landa which consists of Orientation, Analysis, and Strategy, Design Concept, Design Development, and Implementation. Primary data collection was obtained from interviews with restaurant owner Duta Bakwan, as well as distributing questionnaires to 115 respondents. Meanwhile, secondary data were obtained from literature studies related to visual identity, handmade, *hyangienic*, and Malang.

The result of this design is that Duta Bakwan's visual identity can reflect his characteristics so that it can raise a positive image for consumers. This redesign took 3 main keywords, namely messenger, *hyangienic*, and homemade. The logotype uses an expressive typeface to show a less clumsy impression and show a hand-made result because it doesn't use the font *default* that is already available. In choosing colors, red and yellow are chosen as the dominant colors because these colors are believed to invite hunger and bring happiness to consumers. The brown color was chosen to describe the blankon color that is generally used by Malang people. Finally, black was chosen as the color of the typical Malang clothes and to give a firm impression and facilitate the legibility of Duta Bakwan's logotype.

**Key Words: Visual Identity, Duta Bakwan, Hygienis, Handmade, Deputy**