REDESIGN IDENTITAS VISUAL MIE PAR-PAR WAK LOBE KHAS RANTAUPRAPAT

KARYA AKHIR

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Desain dari Universitas Negeri Padang

Oleh:

Rizky Ilham Ghifary
21027081

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
DEPARTEMEN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

KARYA AKHIR

***REDESIGN* IDENTITAS VISUAL MIE PAR-PAR WAK LOBE KHAS RANTAUPRAPAT**

Nama	: Rizky Ilham Ghifary
NIM/BP	: 21027081/2021
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Departemen	: Seni Rupa
Fakultas	: Bahasa dan Seni

Padang, 22 Desember 2025

Disetujui dan Disahkan oleh:

Dosen Pembimbing

Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds.
NIP. 19861023.2019032.006

Mengetahui,

Kepala Departemen Seni Rupa

Eliya Pebriveni, S. Pd., M. Sn.
NIP. 19830201.200912.2.001

Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Karya Akhir
Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul	: *Redesign* Identitas Visual Mie Par-Par Wak Lobe Khas Rantauprapat
Nama	: Rizky Ilham Ghifary
NIM/BP	: 21027081/2021
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Departemen	: Seni Rupa
Fakultas	: Bahasa dan Seni

Padang, 11 Februari 2026

Tim Penguji:

Nama/NIP		Tanda Tangan
1. Pembimbing	: **Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds.** **NIP. 19861023.2019032.006**	1.
2. Penguji I	: **Ir. Drs. Heldi, M.Si., Ph.D.** **NIP. 19610722.1991031.001**	2.
3. Penguji II	: **Aditya Hanum Widarsa, S.Ds., M.Sn** **NIP. 199206012019031012**	3.

Mengetahui
Kepala Departemen Seni Rupa

Eliya Pebriyeni, S. Pd., M. Sn.
NIP. 19830201.200912.2.001

Dipindai dengan CamScanner

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN NASKAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, *~~Skripsi~~/KaryaAkhir dengan judul "*Redesign* Identitas Visual Mie Par-Par Wak Lobe Khas Rantauprapat" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.

2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tampa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim pembimbing

3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama penggarangnya dan dicantumkan pada daftar Pustaka.

4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari, terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 2 Maret 2026
Saya yang menyatakan,



Rizky Ilham Ghifary
NIM. 21027081

Dipindai dengan CamScanner

REDESIGN IDENTITAS VISUAL MIE PAR-PAR WAK LOBE KHAS RANTAUPRAPAT

ABSTRAK

Rizky Ilham Ghifary[1], Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds[2]
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Departemen Seni Rupa,
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
Email: ghifary1105@gmail.com

Mie Par-Par Wak Lobe merupakan kuliner khas Rantauprapat yang berdiri sejak 1985 dan memiliki nilai historis serta kedekatan emosional dengan masyarakat. Permasalahan utama dalam perancangan ini terletak pada kebutuhan *redesign* identitas yang telah ada. Identitas sebelumnya hanya berupa papan nama sederhana tanpa sistem visual yang konsisten. Permasalahan ini tidak didasarkan pada asumsi, melainkan pada data hasil observasi langsung dan wawancara dengan pemilik usaha. Tujuan dari perancangan ini adalah menciptakan identitas visual berupa logo yang mampu merepresentasikan nilai historis, karakter rasa, dan profesionalitas usaha Mie Par-Par Wak Lobe secara efektif, komunikatif, dan informatif. Metode yang digunakan adalah model *4D* (*Define, Design, Develop, Disseminate*). Tahap *Define* dilakukan melalui observasi, wawancara, dan analisis SWOT. Tahap *Design* mencakup eksplorasi konsep, perancangan logo, tipografi, warna, dan penyusunan *manual book*. Tahap *Develop* meliputi aplikasi identitas pada berbagai media, sedangkan *Disseminate* berupa penyebaran kepada *audiens*. Hasil perancangan berupa logo. Uji validasi menunjukkan desain layak dan sesuai karakter budaya *brand*.

Kata Kunci: Identitas, Kuliner, Tradisional, Budaya, UMKM.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilalamin

Puji syukur kepada Allah SWT dan Nabi Besar Muhammad SAW, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga perancang dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Perancang persembahkan rasa terimakasih dan karya sederhana ini kepada:

1. Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telahmemberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis bisamenyelesaikan karya akhir ini dengan baik.
2. Kedua orang tua, kepada yang senantiasa menjadi sumber doa, kasih sayang, dan kekuatan dalam setiap langkah penulis. Dukungan, ketulusan, dan pengorbanan yang diberikan menjadi alasan utama penulis mampu bertahan dan menyelesaikan perjalanan ini. Tak lupa juga terimakasih penulis terhadap almarhum Bapak, Meski Ayah tidak menyaksikan langsung setiap proses dan pencapaian ini, cinta, doa, serta nilai-nilai kehidupan yang ditanamkan menjadi pondasi awal yang menguatkan langkah penulis hingga sampai pada titik ini.
3. Abang dan Kakak, yang selalu hadir sebagai sandaran, memberikan semangat, perhatian, serta dukungan tanpa henti. Kepercayaan dan doa yang kalian berikan menjadi energi besar dalam setiap proses yang penulis jalani.
4. Dinda Ayu Valepi, terima kasih atas kesabaran, doa, dan kehadiran yang menenangkan. Dukungan yang tulus dan pengertian yang diberikan menjadi cahaya di tengah lelahnya perjalanan penyusunan karya akhir ini.

5. Keluarga Garuda 5 Dedi, Ferdi, Fikri, dan Aldi terima kasih atas kebersamaan, tawa, dan cerita yang menemani setiap fase perjalanan. Kehadiran kalian menjadikan proses ini terasa lebih ringan dan penuh makna.
6. Teman-teman Kostudio, terima kasih atas kebersamaan, canda, dan suasana hangat yang menjadikan hari-hari selama perkuliahan terasa lebih berarti.
7. Teman-teman Program Studi Desain Komunikasi Visual angkatan 2021, terima kasih atas perjuangan, kebersamaan, dan kenangan yang terukir selama menempuh perjalanan akademik bersama.

Padang, 11 Februari 2026

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, serta shalawat dan salam kepada rasul Allah, nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir dengan judul **"*Redesign* Identitas visual Mie Par-Par Wak Lobe Khas Rantauprapat"** Laporan karya akhir ini digunakan sebagai syarat dalam menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata Satu pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Terima kasih penulis ucapkan kepada pihak-pihak yang senantiasa memberikan bantuan serta dukungan dalam proses panjang karya akhir ini, terkhususnya kepada:

1. Ibu Eliya Febriyeni, S.Pd., M.Sn selaku Kepala Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn selaku Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual.
3. Ibu Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, ilmu pengetahuan, nasihat, kritik serta saran kepada perancang dalam proses perancangan Karya Akhir. Semoga ibu diberi Kesehatan dan dimudahkan segala urusannya.
4. Bapak Drs. Ir. Heldi, M.Si., Ph.D., selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan arahan serta masukan dalam perancangan Karya Akhir ini.

5. Bapak Aditya Hanum Widarsa, S.Ds., M.Sn., Dosen Penguji II yang telah memberikan arahan serta masukan dalam perancangan Karya Akhir ini.
6. Ibu Dini Faisal, S.Ds., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada perancang dari semester 1 hingga sekarang.
7. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn., dan Bapak Aditya Hanum Widarsa, S.Ds., M.Sn. selaku validator pada perancangan karya akhir ini.
8. Seluruh dosen, staf dan mahasiswa Universitas Negeri Padang yang telah membantu kelancaran kegiatan belajar selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari, bahwa karya akhir ini tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna baik dalam penyusunan, isi serta tata Bahasa. Semoga karya akhir dengan judul **" *Redesign* Identitas visual Mie Par-Par Wak Lobe Khas Rantauprapat"** ini bisa bermanfaat bagi pembaca sekalian, atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya.

Padang, 11 Februari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK i
HALAMAN PERSEMBAHAN ii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR vii
DAFTAR BAGAN ix
DAFTAR TABEL x
DAFTAR LAMPIRAN xi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 4
C. Batasan Masalah 5
D. Rumusan Masalah 5
E. Tujuan Perancangan 5
F. Orisinalitas 6
BAB II KAJIAN PUSTAKA 7
A. Kajian Praksis 7
B. Kajian Teoritis 10
C. Karya Relevan 31
D. Kerangka Konseptual 33
BAB III METODE PERANCANGAN 34
A. Metode *4D* 34
B. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 36
BAB IV PERANCANGAN VISUAL 38
A. *Define* (Pendefinisian) 38
B. *Design* (Perancangan) 49
C. *Develop* (Pengembangan) 60
D. *Disseminate* (Penyebaran) 77
BAB V PENUTUP 83
A. Kesimpulan 83
B. Saran 84
DAFTAR PUSTAKA 85
LAMPIRAN 87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Identitas yang ada masih sederhana 2
Gambar 2 Dokumentasi Wawancara Pemilik Usaha 9
Gambar 3 Mie Par-Par Basah (Kiri) dan Mie Par-Par Goreng (Kanan) 9
Gambar 4 Tempat Usaha 10
Gambar 5 Ketidakkonsistenan Elemen Huruf dan Warna Pada Plang dan Etalase Usaha 10
Gambar 6 Logo Sharp 13
Gambar 7 Logo KFC 13
Gambar 8 Logo Pepsi 14
Gambar 9 Warna Primer 19
Gambar 10 Warna Skunder 20
Gambar 11 Warna Tarsier 21
Gambar 12 Logo Universitas Manchester Inggris dan Logo Moca (*Museum Of Contemporary Art*) 28
Gambar 13 Logo Simposium Internasional Connectedness Communities 28
Gambar 14 Logo Grab 28
Gambar 15 Logo WWF 29
Gambar 16 Logo *Brand Union* 2014 29
Gambar 17 Perancangan Identitas Visual Kuliner Kanjeng Ratu 31
Gambar 18 Perancangan Identitas Visual Yangko Pak Prapto 31
Gambar 19 Tahapan Pengembangan Model *Four-D* 34
Gambar 20 *Mind Mapping* 43
Gambar 21 *Moodboard* Ompat Nenas dan Ompat Kelapa Sawit 44
Gambar 22 *Moodboard* Wak Lobe 45
Gambar 23 Sketsa Ikon *Logogram* 49
Gambar 24 Alternatif *Logotype* 50
Gambar 25 Sketsa Logo Gabungan 51
Gambar 26 Alternatif Logo Eksekusi 51
Gambar 27 Logo Komprehensif 52
Gambar 28 *Layout* Kasar *Tagline* 52
Gambar 29 *Layout* Komprehensif *Tagline* 53
Gambar 30 *Layout* Komprehensif *Tagline* 53
Gambar 31 *Final Tagline* 53
Gambar 32 *Final* Logo Mie Par-Par Wak Lobe 54
Gambar 33 Palet Warna Hijau 55
Gambar 34 Tipografi Pada Logo 56
Gambar 35 Variasi Logo Mie Par-Par Wak Lobe 56
Gambar 36 Minimum Ukuran Logo 57
Gambar 37 *Grid* dan Batas *Clear Space* Logo 58
Gambar 38 Pattern (kiri), berdasarkan penyederhanaan bentuk dari motif hias khas labuhanbatu yaitu ompat nenas dan ompat Kelapa Sawit (kanan) 58
Gambar 39 *Layout* Kasar *Manual Book* 59

Gambar 40 *Layout* Eksekusi *Manual Book* 59
Gambar 41 *Layout* Komprehensif *Manual Book* 59
Gambar 42 *Final Mockup Manual Book* 60
Gambar 43 *Layout* Kasar Desain *3D Signage Spotlight* 61
Gambar 44 *Layout* Eksekusi Desain *3D Signage Spotlight* 61
Gambar 45 *Layout* Komprehensif Desain *3D Signage Spotlight* 62
Gambar 46 *Final Mockup 3D Signage Spotlight* 62
Gambar 47 *Layout* Kasar Desain Apron 63
Gambar 48 *Layout* Eksekusi Desain Apron 63
Gambar 49 *Final Mockup* Desain Apron 64
Gambar 50 *Final Mockup* Desain Apron 64
Gambar 51 *Layout* Kasar Desain Kaos 65
Gambar 52 *Layout* Eksekusi Desain Kaos 65
Gambar 53 *Layout* Komprehensif Desain Logo 66
Gambar 54 *Final Mockup* Desain Kaos 66
Gambar 55 *Layout* Kasar Desain Poster 67
Gambar 56 *Layout* Eksekusi Desain Poster 67
Gambar 57 *Layout* Komprehensif Desain Poster 68
Gambar 58 *Final Mockup* Desain Poster 68
Gambar 59 *Layout* Kasar Desain Kemasan 69
Gambar 60 *Layout* Eksekusi Desain Kemasan 69
Gambar 61 *Layout* Komprehensif Desain Kemasan 69
Gambar 62 *Final Mockup* Desain Kemasan 70
Gambar 63 *Layout* Kasar Desain *Banner* 70
Gambar 64 *Layout* Eksekusi Desain *Banner* 71
Gambar 65 *Layout* Komprehensif Desain *Banner* 71
Gambar 66 *Final Mockup* Desain *Banner* 72
Gambar 67 *Layout* Kasar Desain Media Sosial 72
Gambar 68 *Layout* Eksekusi Desain Media Sosial 73
Gambar 69 *Layout* Komprehensif Desain Media Sosial 73
Gambar 70 *Final Mockup* Desain Media Sosial 74
Gambar 71 Penerapan Desain Apron Kedalam *Mockup* 78
Gambar 72 Penerapan Desain Apron Kedalam *Mockup* 78
Gambar 73 Penerapan Desain Kaos Kedalam *Mockup* 79
Gambar 74 Penerapan Desain Poster Kedalam *Mockup* 80
Gambar 75 Penerapan Desain Kedalam *Mockup* 80
Gambar 76 Penerapan Desain *Banner* Kedalam *Mockup* 81
Gambar 77 Penerapan Desain Media Sosial Kedalam *Mockup* 82

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Konseptual 33

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Validator Ahli 75
Tabel 2 Keterangan Nilai Asesmen 76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Wawancara 87
Lampiran 2 Bukti Uji Validasi Oleh Validator 1 88
Lampiran 3 Bukti Uji Validasi Oleh Validator 2 90

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Makanan khas daerah tidak hanya menjadi bagian dari kekayaan kuliner, tetapi juga merupakan wujud representasi budaya yang mencerminkan karakter dan identitas suatu komunitas. Di Indonesia, setiap daerah memiliki kuliner yang unik dan sarat akan nilai-nilai lokal yang diwariskan secara turun-temurun. Hal ini sejalan bahwa makanan tradisional mencerminkan nilai budaya, sejarah, serta warisan leluhur, dan berfungsi sebagai elemen penting dalam membentuk identitas masyarakat[1]. Dalam konteks tersebut, peran visual dalam memperkenalkan, membedakan, dan mempromosikan makanan khas menjadi sangat penting, terutama di era digital yang sangat bergantung pada tampilan visual dalam penyampaian informasi dan promosi.

Mie Par-Par Wak Lobe merupakan salah satu kuliner khas dari Rantauprapat, Sumatera Utara, yang memiliki cita rasa kuat dan telah dikenal di kalangan masyarakat lokal. Kuliner ini tidak hanya menggugah selera, tetapi juga menyimpan nilai historis karena dirintis oleh almarhum Wak Lobe (Bapak Mian Hasibuan) dan diwariskan secara turun-temurun. Makanan khas daerah memiliki kemampuan untuk membangun identitas yang kuat dalam masyarakat, karena makanan berperan sebagai representasi budaya dan alat komunikasi simbolik yang mencerminkan karakter suatu komunitas[2]. Selain itu identitas visual yang khas membantu membangun regional *culinary image*

sehingga makanan tradisional lebih mudah dikenal dan dibedakan dari produk sejenis[3].

Namun dalam konteks ini, berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik usaha yang dilakukan pada April 2025, diketahui bahwa usaha ini telah memiliki identitas berupa papan nama yang dipasang di lokasi usaha. Namun, identitas tersebut hanya berfungsi sebagai penanda tempat dan belum dirancang sebagai sistem identitas visual yang terstruktur. Secara faktual, identitas yang digunakan saat ini belum memiliki logo yang dirancang secara konseptual, belum terdapat standar warna dan tipografi yang konsisten, serta belum tersedia pedoman penggunaan identitas (*manual book*). Elemen visual yang digunakan masih bersifat sederhana dan belum menunjukkan karakter visual yang kuat maupun diferensiasi dari usaha kuliner sejenis. Tampilan identitas Mie Par-Par Wak Lobe dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1 Identitas yang ada masih sederhana

Sumber : Rizky Ilham Ghifary 2025

Kondisi identitas yang ada saat ini menunjukkan bahwa elemen visual yang digunakan belum mampu menjalankan fungsi identitas merek secara optimal sebagai sarana komunikasi visual yang merepresentasikan karakter usaha. Identitas yang belum terkonsep secara profesional berpotensi

menimbulkan persepsi kurang kuat terhadap citra merek serta belum mampu memaksimalkan potensi nilai historis yang dimiliki usaha tersebut sebagai kuliner legendaris daerah.

Meskipun usaha ini telah memiliki pelanggan tetap dan menghasilkan omzet rata-rata ±Rp4.500.000–Rp7.000.000 per bulan berdasarkan keterangan pemilik, penguatan citra visual belum menjadi perhatian utama dalam pengelolaannya. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi eksisting dan kondisi ideal. Secara ideal, usaha kuliner yang telah bertahan lebih dari tiga dekade dan memiliki nilai historis seharusnya didukung oleh identitas visual yang profesional, konsisten, serta mampu merepresentasikan karakter dan nilai tradisinya. Identitas visual yang terstruktur tidak hanya berfungsi sebagai penanda, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang membangun persepsi kualitas dan kepercayaan konsumen[4]. Selain itu, di tengah perkembangan industri kuliner yang semakin kompetitif, keberadaan identitas visual yang kuat menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha, terutama dalam konteks promosi digital dan perluasan pasar. Tanpa sistem identitas visual yang jelas, potensi pengembangan merek serta peluang memperluas jangkauan konsumen dapat menjadi kurang optimal. Permasalahan utama dalam perancangan ini terletak pada kebutuhan *redesign* identitas yang telah ada. Identitas sebelumnya hanya berupa papan nama sederhana tanpa sistem visual yang konsisten. Permasalahan ini tidak didasarkan pada asumsi, melainkan pada data hasil observasi langsung dan wawancara dengan pemilik usaha. Oleh karena itu,

perancangan ini difokuskan pada pengembangan ulang identitas visual agar memiliki sistem yang jelas dan aplikatif.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, diperlukan perancangan ulang (*redesign*) identitas visual Mie Par-Par Wak Lobe yang meliputi pengembangan logo sebagai elemen utama, penetapan sistem warna dan tipografi yang konsisten, serta penyusunan *manual book* sebagai pedoman penggunaan identitas merek. Perancangan ini bertujuan membentuk sistem identitas visual yang mampu merepresentasikan nilai historis, karakter rasa, dan profesionalitas usaha. Selain itu, perancangan ini juga memiliki nilai akademis serta kontribusi dalam pelestarian budaya lokal, karena melalui pendekatan desain komunikasi visual, kuliner tradisional dapat dikemas lebih relevan dengan perkembangan zaman. Dengan demikian, identitas visual yang dirancang diharapkan mampu memperkuat citra merek sekaligus mendukung keberlanjutan usaha kuliner khas daerah.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik Mie Par-Par Wak Lobe pada April 2025, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Identitas yang digunakan saat ini hanya berupa papan nama yang berfungsi sebagai penanda lokasi usaha.
2. Belum terdapat logo yang dirancang secara konseptual sebagai representasi visual merek.

3. Tidak adanya standar warna dan tipografi yang konsisten dalam penggunaan identitas.
4. Belum tersedia *manual book* sebagai pedoman resmi penggunaan identitas pada berbagai media.
5. Belum dilakukannya *redesign* identitas visual yang terstruktur meskipun usaha telah berdiri sejak tahun 1985 dan memiliki nilai historis**.**

C. Batasan Masalah

Perancangan ini dibatasi pada redesign identitas visual Mie Par-Par Wak Lobe berdasarkan data hasil observasi dan wawancara langsung dengan pemilik usaha pada April 2025. Ruang lingkup perancangan difokuskan pada *redesign* logo sebagai elemen utama identitas, penetapan sistem warna dan tipografi yang konsisten, serta penyusunan *manual book* sebagai pedoman resmi penggunaan identitas merek. Perancangan ini tidak mencakup strategi pemasaran secara menyeluruh, pengembangan produk, maupun manajemen usaha, sehingga pembahasan tetap terfokus pada pembentukan sistem identitas visual yang terstruktur.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah perancangan ini bagaimana proses *redesign* visual Mie Par-Par Wak Lobe berupa logo yang informatif, komunikatif dan efektif untuk merepresentasikan nilai historis, karakter rasa, dan profesionalitas usaha.

E. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini untuk menciptakan identitas visual berupa logo Mie Par-Par Wak Lobe yang merepresentasikan nilai historis, karakter

rasa, dan profesionalitas usaha secara efektif, komunikatif, serta informatif.

F. Orisinalitas

Perancangan ini merupakan karya orisinal yang disusun berdasarkan data faktual hasil observasi dan wawancara langsung dengan pemilik usaha pada April 2025. Konsep yang dihasilkan tidak didasarkan pada asumsi maupun peniruan tren visual yang sedang berkembang, melainkan berangkat dari kebutuhan nyata usaha dan karakter historis Mie Par-Par Wak Lobe. Hingga saat ini belum pernah dilakukan perancangan ulang identitas visual secara sistematis terhadap usaha tersebut, sehingga karya ini memiliki kebaruan dalam konteks pengembangan sistem identitas visual yang terstruktur.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan mengenai hasil perancangan dan pembahasan di atas tentang Identitas Visual Mie Par-Par Wak Lobe Khas Rantauprapat maka dapat disimpulkan bahwa Perancangan identitas visual Mie Par-Par Wak Lobe dilakukan sebagai upaya memperkuat citra *brand* sebagai kuliner legendaris khas Rantauprapat yang telah berdiri sejak tahun 1985. Proses perancangan dilakukan menggunakan metode *4D (Define, Design, Develop, Disseminate)* untuk menghasilkan rancangan yang terarah, sistematis, dan sesuai dengan karakter *brand*. Pada tahap *Define*, dilakukan analisis data melalui SWOT, segmentasi target audiens, perumusan konsep desain, serta strategi kreatif dan media sebagai dasar perancangan.

Tahap *Design* menghasilkan konsep visual yang diterjemahkan ke dalam perancangan logo, pemilihan warna, tipografi, serta penyusunan *manual book* sebagai panduan utama penerapan identitas visual. Pada tahap *Develop*, seluruh elemen visual yang telah dirancang dikembangkan dan diaplikasikan ke dalam berbagai media utama dan pendukung seperti *3D Signage Spotlight*, kemasan, poster, *banner*, kaos, *apron*, dan media sosial. Selanjutnya, tahap *Disseminate* dilakukan melalui penyebaran identitas visual ke media promosi cetak dan digital untuk menjangkau target audiens yang lebih luas.

Hasil perancangan ini menunjukkan bahwa identitas visual Mie Par-Par Wak Lobe mampu merepresentasikan karakter *brand* sebagai kuliner

tradisional yang memiliki nilai sejarah, nuansa nostalgia, serta berakar pada budaya lokal, namun tetap relevan dengan perkembangan visual masa kini. Melalui perancangan ini, diharapkan Mie Par-Par Wak Lobe memiliki citra *brand* yang lebih kuat, mudah dikenali, dan konsisten dalam setiap media komunikasi visualnya.

B. Saran

Perancangan identitas visual Mie Par-Par Wak Lobe masih dapat terus dikembangkan seiring dengan pertumbuhan *brand* di masa mendatang. Diharapkan perancangan identitas visual Mie Par-Par Wak Lobe ini dapat diterapkan secara konsisten sesuai pedoman pada *manual book* agar karakter *brand* tetap terjaga.

Pemanfaatan media digital, khususnya media sosial, juga perlu terus dioptimalkan sebagai sarana promosi yang efektif untuk menjangkau target audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Pengembangan konten promosi yang kreatif, konsisten, dan sesuai dengan karakter *brand* juga sangat disarankan agar *brand* tetap relevan di tengah persaingan kuliner yang semakin ketat.

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan *brand* kuliner lokal lainnya yang mengangkat nilai budaya, tradisi, dan sejarah sebagai kekuatan utama *brand*.

DAFTAR PUSTAKA

[1] E. P. M. Putri, K. A. Yukuri, K. T. Abror, T. Zenika, and Supriyono, "Peran makanan tradisional dalam menguatkan identitas nasional," no. September, pp. 24–35, 2024.

[2] S. Utami, "Kuliner Sebagai Identitas Budaya: Perspektif Komunikasi Lintas Budaya," *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, vol. 8, no. 2, pp. 36–44, 2018, doi: 10.35814/coverage.v8i2.588.

[3] A. Z. Ramadhan, "Analisis Identitas Visual Kupat Tahu Magelang : Komunikasi , Estetika , dan Muatan Informasi dalam Membangun Citra Kuliner Daerah," vol. 7, no. 1, pp. 43–50, 2025.

[4] S. D. Megaputri and W. Prastiwinarti, "DESAIN IDENTITAS VISUAL SEBAGAI MEDIA *BRAND*ING UMKM FOODEY ' S," vol. 01, no. 01, pp. 30–38, 2023.

[5] C. N. de Riandra and M. A. Islam, "Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry," *Jurnal Barik*, vol. 2, no. 2, pp. 43–56, 2021, [Online]. Available: https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/

[6] R. Landa, *Graphic Design Solutions, Fourth Edition*. Boston: Wadsworth, 2011.

[7] A. Twemlow, *What Is Graphic Design For?* Singapore: Kaki Bukit Techpark II, 2006.

[8] S. Sari, Nurabdiansyah, and Muhlis, "Perancangan Identitas Visual Krubak Gendut Kardina," *PRATIWI Jurnal Seni Rupa dan Desain*, vol. x, 2022.

[9] S. Rustan, *Logo 2021*, Buku 1. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia, 2021.

[10] M. B. Sawareness, P. Katalog, M. Studio, and B. Awareness, "PERANCANGAN KATALOG MAKACI STUDIO UNTUK Abstrak," vol. 6, pp. 23–31, 2024.

[11] Y. A. L. Hermanto, "Identifikasi Ilustrasi-Tipografi Graphic Vernacular Sebagai Sistem Tanda & Identitas Warung Tenda Di Kota Malang," *JADECS (Jurnal of Art, Design, Art Education & Cultural Studies)*, vol. 3, no. 2, p. 74, 2019, doi: 10.17977/um037v3i2p74-83.

[12] Priscilia Yunita Wijaya, "Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual," *Nirmana*, vol. 1, no. 1, pp. 47–54, 1999, [Online]. Available: http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16040

[13] D. Sihombing, *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.

[14] F. M. Andi, A. Mohammad, and R. Diterbitkan, *Buku Ajar Komunikasi Visual Penulis: Nur Maghfirah Aesthetika Poppy Febriana*. 2023.

[15] R. W. Putra, *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2020. [Online]. Available: https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=yQwVEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=prinsip+desain+visual&ots=za7WSte5qH&sig=baR2nrdTQ1k3ujMjYVNmANcZ6YE

[16] F. S. Mubarok, "Penerapan Prinsip Gestalt Dalam Desain Visual Untuk Meningkatkan Memori Dan Pemahaman Pesan," *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, vol. 11, no. 2, p. 152, 2023, doi: 10.30659/jikm.v11i2.33002.

[17] T. T. Kiong, J. Md Yunos, B. Mohammad, W. Othman, Y. M. Heong, and M. M. Mohamad, "The Development and Implementation of Buzan Mind Mapping Module," *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 69, no. December, pp. 705–708, 2012, doi: 10.1016/j.sbspro.2012.11.464.

[18] M. Monica, "Pengaruh Warna, Tipografi, dan *Layout* pada Desain Situs," *Humaniora*, vol. 1, no. 2, p. 459, 2010, doi: 10.21512/humaniora.v1i2.2887.

[19] M. Megawati, S. Putri, and I. Kadir, "PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL KULINER KANJENG RATU Perancangan ini bertujuan menciptakan identitas visual Kuliner Kanjeng Ratu sebagai citra untuk menyampaikan makna dan nilai usaha dengan konsep yang unik agar bisa menjadi pembeda dengan usaha sejenis lai," vol. x, 2022.

[20] M. P. Wijaya and Y. Erlyana, "Perancangan Ulang Identitas Visual Yangko Pak Prapto Dengan Kemasan Sebagai Media Utama," *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, vol. 15, no. 2, pp. 231–243, 2022, doi: 10.31937/ultimart.v15i2.2788.

[21] F. A. Slamet, *Model Penelitian Pengembangan*. Malang: Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, 2022.

[22] M. Sari, H. Afriwan, Y. Sandra, and A. Cerah, "UNP SIGAP Logo Design as an Earthquake and Tsunami Disaster," vol. xx, no. x, pp. 208–217, 2024.

[23] R. Supriyono, *Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010.

[24] G. Hardy, *Smashing Logo Design: The Art of Creating Visual Identity*. United States: John Wiley & Sons, Ltd, 2011.

[25] P. D. Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung: CV.Alfabeta, 2017.