

**PERANCANGAN BRAND GUIDEBOOK TEKO JALAN SEBAGAI
PENDUKUNG PENGEMBANGAN BISNIS FRANCHISE**



TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Pada Program
Studi Diploma III Desain Komunikasi Visual

Oleh :

Nama : Muhamad Arsyi Dafa Yuliansyah

NIM : 23120023

PROGRAM STUDI DIPLOMA III DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS HARKAT NEGERI

2026

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Arsyi Dafa Yuliasnyah

NIM : 23120023

adalah mahasiswa Program Studi D III Desain Komunikasi Visual Universitas Harkat Negeri, dengan ini saya menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir yang berjudul : **“PERANCANGAN BRAND GUIDEBOOK TEKNO JALAN SEBAGAI PENDUKUNG PENGEMBANGAN BISNIS FRANCHISE”**

merupakan hasil pemikiran sendiri secara orisinal dan saya susun secara mandiri dengan tidak melanggar kode etik hak karya cipta. Pada laporan Tugas Akhir ini juga bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik tertentu di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata Laporan Tugas Akhir ini terbukti melanggar kode etik karya cipta atau merupakan karya yang dikategorikan mengandung unsur plagiarisme, maka saya bersedia untuk melakukan penelitian baru dan menyusun laporannya sebagai laporan Tugas Akhir, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan sesungguhnya.

Tegal, 2026

Yang membuat pernyataan,



Muhamad Arsyi Dafa Y

23120023

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Harkat Negeri, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Arsyi Dafa Yuliansyah

NIM : 23120023

Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Harkat Negeri Tegal **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas tugas akhir saya yang berjudul:

“PERANCANGAN BRAND GUIDEBOOK TEKNO JALAN SEBAGAI PENDUKUNG PENGEMBANGAN BISNIS FRANCHISE”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas-Royalti Non Eksklusif ini Universitas Harkat Negeri Tegal berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola Tugas Akhir ini dapat digunakan selama nama saya tetap di cantumkan sebagai penulis, pencipta, dan pemegang hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan sesungguhnya.

Tegal, 09 September 2026

Yang membuat pernyataan,



Muhamad Arsyi Dafa

Yuliansyah

NIM 23120023

UNIVERSITAS HARKAT NEGERI	Kode/No : _____
	Tanggal : _____
FORMULIR LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	Revisi : _____
	SEKOLAH VOKASI

HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN BRAND GUIDEBOOK TEKO JALAN SEBAGAI
PENDUKUNG PENGEMBANGAN BISNIS FRANCHISE

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Melaksanakan
Tugas Akhir

Oleh:

Nama : Muhamad Arsyi Dafa Yuliansyah

NIM : 23120023

Tegal, 09 September 2026

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Ahmad Ramadhani, S.kom., M.Ds

NIPY. 05.015.272



Robby Hardian, S.IP., M.Ds

NIPY. 07.019.416

UNIVERSITAS HARKAT NEGERI	Kode/No :
	Tanggal :
	Revisi :
	SEKOLAH VOKASI
FORMULIR LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR (TA)

PERANCANGAN BRAND GUIDEBOOK TEKNO JALAN SEBAGAI PENDUKUNG PENGEMBANGAN BISNIS FRANCHISE

Oleh:

Nama : Muhammad Arsyi Dafa Yuliansyah

NIM : 23120023

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahi Madya Desain Komunikasi Visual pada Program Studi Diploma III Desain Komunikasi Visual, Universitas Harkat Negeri.

Tim Penguji

Ketua Penguji : Ida Afriliana S.T., M.Kom.
NIDN. 0624047703

Anggota Penguji I : Hariyanto, M.Kom
NIDN. -

Anggota Penguji II : Ahmad Ramdhani, S.Kom, M.Ds
NIDN. 0615039201

Tegal, 09 September 2026

Menyetujui,

Sekolah Vokasi
Dekan

 Universitas
Harkat Negeri
Sekolah Vokasi



Dr. apt. Heru Nurcahyo, S.Farm., M.Sc.
NIPY. 10.007.038

Program Studi Diploma III
Desain Komunikasi Visual
Ketua Program Studi

 Universitas
Harkat Negeri
DIII Desain Komunikasi Visual



Robby Hardian, S.IP., M.Ds.
NIPY. 07.019.416

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Simplicity is about subtracting the obvious and adding the meaningful."

— **John Maeda**

Persembahan

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk Ayah dan Ibu, terima kasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasihat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.

ABSTRAK

Teko Jalan merupakan usaha UMKM di bidang *food and beverage* yang menyajikan produk *street beverage* berbasis teh dan kopi. Dalam rencana ekspansi bisnis melalui sistem kemitraan (*franchise*), Teko Jalan menghadapi kendala belum tersedianya pedoman identitas visual yang terstandarisasi. Hal ini mengakibatkan penerapan elemen visual seperti logo, warna, tipografi, serta penyajian pada media operasional dan promosi belum menunjukkan keseragaman yang berpotensi menurunkan citra profesionalitas merek. Penelitian ini bertujuan merancang *Brand Guidebook* Teko Jalan sebagai pedoman resmi identitas visual guna menjaga konsistensi komunikasi visual serta mendukung pengembangan bisnis *franchise*. Metode perancangan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Dengan konsep *Simple Street Branding*, perancangan ini menghasilkan produk utama berupa buku *Brand Guidebook* yang memuat aturan identitas visual serta panduan aplikasinya pada media pendukung seperti gerobak, banner, *cup*, apron, SOP penyajian, hingga tata letak media sosial. *Brand Guidebook* ini diharapkan dapat menjadi acuan efektif bagi pemilik dan mitra usaha dalam membangun konsistensi dan keseragaman identitas merek Teko Jalan.

Kata Kunci: *Brand Guidebook, Identitas Visual, Teko Jalan, Franchise, Simple Street Branding.*

ABSTRACT

Teko Jalan is a Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) in the food and beverage sector that offers street beverage products based on tea and coffee. In its business expansion plan through a partnership (franchise) system, Teko Jalan faces the challenge of not yet having standardized visual identity guidelines. This condition has resulted in inconsistent applications of visual elements such as the logo, colors, typography, and presentation across operational and promotional media, which may reduce the brand's professional image. This study aims to design a Brand Guidebook for Teko Jalan as an official visual identity guideline to maintain consistency in visual communication and support franchise business development. The design method employs a descriptive qualitative approach, with data collected through observation, interviews, documentation, and literature studies. Using the Simple Street Branding concept, this design produces a primary product in the form of a Brand Guidebook containing visual identity standards and application guidelines across supporting media, including carts, banners, cups, aprons, serving SOPs, and social media layouts. The Brand Guidebook is expected to serve as an effective reference for the owner and business partners in establishing consistency and uniformity in Teko Jalan's brand identity.

Keywords: *Brand Guidebook, Visual Identity, Teko Jalan, Franchise, Simple Street Branding.*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah dan inayah-Nya hingga terselesaikannya laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Brand Guidebook Teko Jalan Pendukung Pengembangan Bisnis Franchise”.

Tugas Akhir merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam mencapai derajat Ahli Madya pada program Studi D III Desain Komunikasi Visual Universitas Harkat Negeri. Selama melaksanakan penelitian dan kemudian tersusun dalam laporan Tugas Akhir ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan dan bimbingan.

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

1. Bapak Sudirman Said, Ak., M.B.A. selaku Rektor Universitas Harkat Negeri Tegal.
2. Bapak Robby Hardian, S.IP., M.Ds. selaku Ketua Program Studi D III Desain Komunikasi Visual Universitas Harkat Negeri Tegal.
3. Bapak Robby Hardian, S.IP., M.Ds. selaku dosen pembimbing I
4. Bapak Ahmad Ramdhani, S.Kom, M.Ds. selaku dosen pembimbing II
5. Semua pihak yang telah mendukung, membantu serta mendoakan penyelesaian laporan Tugas Akhir ini.

Semoga laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan sumbangan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Tegal, 09 September 2026

Muhamad Arsyi Dafa
Yuliansyah
23120023

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Batasan Masalan.....	4
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Manfaat Perancangan	6

1.6.1 Manfaat Bagi Mahasiswa.....	6
1.6.2 Manfaat Bagi Masyarakat.....	7
1.6.3 Hasil yang Berkaitan Dengan Produk.....	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Sejenis.....	10
2.1.1. Desain Identitas Visual Sebagai Media Branding UMKM Foodey's ...	10
2.1.2. Perancangan Brand Guidelines, Pilar Konten, dan Kalender Konten untuk Media Sosial UMKM Menggunakan Metode Design Thinking .	11
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Perancangan.....	13
2.2.3. Bisnis Franchise.....	17
2.2.4. Branding.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	21
3.1.1. Waktu Peneltian.....	21
3.1.2. Tempat Penelitian	21
3.2. Bahan Penelitian.....	21
3.2.1 Data Primer.....	22
3.2.2 Data Sekunder.....	24

3.3. Alat Penelitian	25
3.3.1. Handphone	25
3.3.2. Laptop	26
3.3.4. Software	26
3.4. Prosedur Penelitian.....	28
3.4.1. Observasi	29
3.4.2. Wawancara.....	29
3.4.3. Studi literatur	30
3.5. Analisis Perancangan.....	30
3.6. Kerangka Berfikir.....	32
BAB IV PERANCANGAN DAN DESAIN VISUAL	33
4.1 Objek Penelitian.....	33
4.1.1. Visi & Misi	34
4.1.2. Target Audiens.....	35
4.1.3. Brand Position.....	37
4.2. Konsep Dasar Perancangan.....	38
4.2.1. Mind Mapping	39
4.2.2. Key Visual	40
4.2.3. MoodBoard	41
4.2.4. Brainstorming	42

4.3. Proses Perancangan	46
4.3.1. Logo Matrix	47
4.3.2. Sketsa Konsep Visual	48
4.3.3. Digitalisasi Identitas Visual.....	49
4.3.4. Pengembangan Identitas Visual.....	49
4.3.5. Elemen Visual.....	51
4.3.6. Brand Tone dan Voice	52
4.3.7. Layout Brand Guidebook.....	52
4.3.8. Struktur Brand Guidebook.....	54
4.4. Hasil Perancangan	54
4.4.1. Hasil Akhir Produk Utama	55
4.4.2. Hasil Akhir Produk Pendukung	72
4.4.3. Konsep Display Pameran.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1. Kesimpulan.....	78
5.2. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Mind Mapping.....	39
Gambar 4. 2 Moodboard	41
Gambar 4. 3 Referensi tipografi.....	43
Gambar 4. 4 Referensi lay out.....	46
Gambar 4. 5 Logo matrix.....	47
Gambar 4. 6 Sketsa logo	48
Gambar 4. 7 Sketsa pattern	48
Gambar 4. 8 Implementasi pattern.....	51
Gambar 4. 9 Lay out brand guidebook.....	53
Gambar 4. 10 Lay out brand guidebook.....	53
Gambar 4. 11 Guidebook.....	55
Gambar 4. 12 Cover	57
Gambar 4. 13 Halaman 1	58
Gambar 4. 14 Halaman 2	59
Gambar 4. 15 Halaman 3	59
Gambar 4. 16 Halaman 4	60
Gambar 4. 17 Halaman 5	61
Gambar 4. 18 Halaman 6	61
Gambar 4. 19 Halaman 7	62
Gambar 4. 20 Halaman 8	62
Gambar 4. 21 Halaman 9	63
Gambar 4. 22 Halaman 10	64

Gambar 4. 23 Halaman 11	64
Gambar 4. 24 Halaman 12	65
Gambar 4. 25 Halaman 13	66
Gambar 4. 26 Halaman 14	66
Gambar 4. 27 Halaman 15	67
Gambar 4. 28 Halaman 16	67
Gambar 4. 29 Halaman 17	68
Gambar 4. 30 Halaman 18	68
Gambar 4. 31 Halaman 19	69
Gambar 4. 32 Halaman 20	69
Gambar 4. 33 Halaman 21	70
Gambar 4. 34 Halaman 22	70
Gambar 4. 35 Halaman 23	71
Gambar 4. 36 Halaman 24	71
Gambar 4. 37 Back cover.....	72
Gambar 4. 38 SOP resep	73
Gambar 4. 39 SOP penyajian.....	74
Gambar 4. 40 T shirt	74
Gambar 4. 41 T shirt	75
Gambar 4. 42 Lay out pameran.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Key Visual.....	40
Tabel 4. 2 Referensi warna.....	42
Tabel 4. 3 Referensi tone and voice	45
Tabel 4. 4 Pengembangan identitas visual	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Kesepakatan Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing I.....	83
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing I.....	84
Lampiran 3 Surat Kesepakatan Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing II	85
Lampiran 4 Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing II.....	86
Lampiran 5 Dokumentasi Pameran.....	87
Lampiran 10 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	88