

DESAIN IDENTITAS VISUAL SEBAGAI MEDIA BRANDING UMKM FOODEY'S

Saskia Deanaya Megaputri¹, Andriyanto², Wiwi Prastiwinarti³

Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan,
Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kukusan
Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16424

e-mail saskia.deanayamegaputri.tgp19@mhs.wpnj.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Foodey's adalah sebuah usaha rumahan dibidang kuliner yang menjual paket nasi bakar, nasi tumpeng, aneka cemilan pasar, kue tart dan puding dengan kualitas premium karena dibuat menggunakan bahan baku yang bernilai tinggi. Sejak 2016, UMKM Foodey's belum memiliki logo serta keseluruhan tampilan identitas yang konsisten, baik pada media cetak maupun *onlinenya*. Penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas visual UMKM Foodey's dengan mengangkat citra barunya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan melakukan observasi, wawancara, studi literatur dan survei serta menggunakan metode analisis STP, analisis SWOT, dan *creative brief*/arahan kreatif. Hasil perancangan berupa logo berjenis *combination mark* dengan konsep desain premium, minimalis, dan *homemade*. Desain identitas visual diturunkan serta disusun pada media utama *Graphic Standard Manual*, serta media pendukung lainnya berupa buku nota pembelian, poster menu, kartu nama, *x-banner*, desain *feed* dan *story* media sosial (Instagram), serta label logo kemasan. Diharapkan dengan adanya perancangan identitas visual dengan citra baru UMKM Foodey's dapat mengembangkan usahanya melalui tampilan baru pada media cetak beserta media *online* (media sosial).

Kata kunci: *Branding, Identitas Visual, UMKM, Usaha Kuliner.*

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Foodey's is a home-based business in the culinary field that sells packages of roasted rice, tumpeng rice, various market snacks, tarts and puddings with premium quality because they are made using high-value raw materials. Since 2016, MSME Foodey's has not had a consistent logo and overall appearance of identity, both in print and online media. This study aims to design a visual identity for MSME Foodey's by adopting a new image. This study used qualitative and quantitative methods by conducting observations, interviews, literature studies and surveys and using STP analysis methods, SWOT analysis, and creative briefs/directives. The result of the design is a combination mark type logo with a premium, minimalist, and homemade design concept. Visual identity designs are derived and arranged on the main media Graphic Standard Manual, as well as other supporting media in the form of purchase receipts, menu posters, business cards, x-banners, feed designs and social media stories (Instagram), as well as packaging logo labels. It is hoped that by designing a visual identity with the new image of MSME Foodey's, they can develop their business through a new look in print and online media (social media).

Keywords: *Branding, Culinary Business, UMKM, Visual Identity.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan UMKM khususnya di bidang kuliner banyak diminati dan populer di masyarakat. Para UMKM di bidang kuliner berinovasi serta mengembangkan berbagai jenis produk makanan yang berbeda. Dibalik peluang yang dimiliki para UMKM, mereka masih memiliki beberapa permasalahan dalam bidang pemasaran. Karena dalam melakukan pemasaran, UMKM harus memiliki ciri khas dan identitas pada *brand*nya untuk membedakannya dengan kompetitor. UMKM kuliner perlu melakukan inovasi dengan menciptakan suatu identitas visual pada brand agar dapat bersaing dengan kompetitor usaha sejenis[1]. Selain itu, identitas visual dibutuhkan sebagai salah satu modal bisnis yang nantinya akan berkembang dan ikut bersaing di maraknya persaingan pasar[2].

Identitas visual membentuk tampilan visual suatu produk atau perusahaan sehingga mudah untuk dikenali oleh audiensnya[3]. Melalui pengaplikasian tampilan visual pada sebuah brand, membuat pesan maupun konsep dari sebuah produk yang ditampilkan akan lebih mudah tersampaikan[4]. Pesan dan konsep dari suatu brand dapat teridentifikasi melalui penggunaan logo yang dapat menggambarkan citra dan nilai dari suatu perusahaan/ kelompok yang penggunaannya dapat diturunkan menjadi desain untuk media lain [5].

Masih banyak brand terutama UMKM yang bergerak di bidang kuliner yang belum memiliki identitas visual. Salah satunya adalah UMKM Foodey's, yang menjual produk makanan khas rumahan seperti nasi bakar, nasi tumpeng, aneka jajanan pasar, serta aneka *dessert* seperti kue tart dan puding. Sebelum berganti nama menjadi Foodey's, *brand* dikenal dengan nama "Nasi Bakar Bu Dey", dimana penggunaan namanya sekarang sudah tidak lagi relevan mengingat bermacam produk yang dijualnya. Sejak 2016, *brand* ini tidak adanya konsistensi pemakaian logo karena belum memiliki logo yang tetap. Penggunaan logo yang berganti-ganti diterapkan pada berbagai media pemasarannya baik dari sisi media cetak maupun media *online*. Berdasarkan hasil survei, responden setuju bahwa tampilan logo sebelumnya masih belum menarik untuk diterapkan sebagai suatu logo usaha kuliner. Melalui permasalahan tersebut, diperlukannya logo dan identitas visual baru bagi UMKM Foodey's yang dapat merepresentasikan citra dari UMKM Foodey's.

Berdasarkan penjabaran tersebut, perancangan identitas visual pada UMKM Foodey's sangat penting dilakukan agar dapat menghasilkan identitas visual yang merepresentasikan dan mengangkat citra maupun ciri khas dari sebuah usaha dibidang kuliner.

METODE PENELITIAN

Dalam perancangan identitas visual UMKM Foodey's, penulis menggunakan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan pendekatan alur proses desain mulai dari *mind map*, *moodboard*, sketsa manual, digitalisasi, *modelling*, serta *testing and development*. Penelitian dilakukan selama 5 bulan di dapur utama UMKM Foodey's dari bulan Maret hingga Juli 2023. Berikut merupakan penjelasan metode yang digunakan untuk pengumpulan data:

1. Observasi dilakukan guna mendapat informasi secara langsung dengan mencari referensi melalui internet serta mendatangi objek observasi. Kegiatan pengamatan lokasi, proses memasak, hingga pengiriman makanan dilakukan pada lokasi dapurnya di kompleks Pesona Gintung Residence Blok F17, Ciputat Timur, Tangerang Selatan. Dalam pengamatan yang dilakukan, data yang didapatkan pada kegiatan ini adalah bahwa belum terlihatnya konsistensi desain logo dalam penerapan media cetak pada label kemasan, banner, dan nota pembelian.
2. Wawancara dialngsungkan bersama pemilik UMKM Foodey's (Ibu Dey). Pertanyaan yang diajukan yaitu meliputi pertanyaan yang berkaitan dengan latar belakang, permasalahan mengenai identitas visual, *target market*, serta pembahasan lainnya yang berhubungan dengan profil usaha.
3. Survei dilakukan dengan membuat dan menyebar kuesioner secara *online* melalui media survei *Google Form* kepada konsumen Foodey's. Pertanyaan yang ditanyakan melalui kuesioner untuk mengetahui *behavior* konsumen dari target market Foodey's serta berkaitan mengenai pandangan konsumen terhadap identitas visual brand bagi usaha kuliner.
4. Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan serta mengutip teori dan informasi yang berhubungan dengan perancangan identitas visual pada UMKM khususnya dibidang kuliner. Sumber yang didapat yaitu melalui jurnal, kutipan *website*, dan buku.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil analisis data melalui analisis SWOT UMKM Foodey's adalah sebagai berikut:

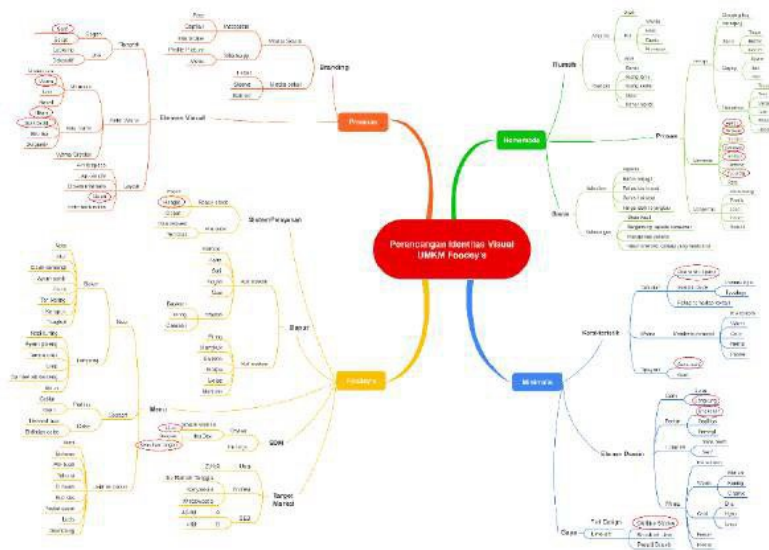
Tabel 1 Hasil Analisa SWOT UMKM Foodey's

	<p>Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Produk berkualitas karena memakai bahan baku bernilai tinggi. ● Produk makanan yang dijual bervariasi. 	<p>Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Belum ada identitas visual yang dapat mewakili Foodey's. ● Penggunaan tampilan visual sebelumnya belum konsisten.
<p>Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Potensi pasar yang masih luas. ● Banyak kegiatan yang membutuhkan hidangan. 	<p>Strategi S - O</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Meningkatkan kualitas pada produk dengan selalu memaksimalkan bahan baku makanan. ● Meluaskan awareness masyarakat mengenai Foodey's. 	<p>Strategi W - O</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Meningkatkan penjualan melalui pembuatan identitas visual sesuai karakteristik Foodey's
<p>Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Banyak 	<p>Strategi T - S</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Membangun 	<p>Strategi W - T</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Merancang identitas

<p>kompetitor usaha sejenis.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyak usaha sejenis yang sudah memiliki identitas visual yang berkarakter. 	<p>kesan/persepsi <i>brand</i> melalui ciri khas yang dimiliki.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menjaga kualitas pada produk. 	<p>visual sesuai karakter yang dimiliki Foodey's.</p>
--	---	---

Mindmap

Kata kunci minimalis, premium, dan *homemade* menjadi acuan dalam pembuatan mind map, serta ditambahkan kata kunci “Foodey’s” sebagai kata kunci tambahan yang mengacu kepada brand. Poin tersebut dikembangkan menjadi *key visual* sebagai arahan visual untuk perancangan identitas visual.



Gambar 1. Mind Map

Moodboard

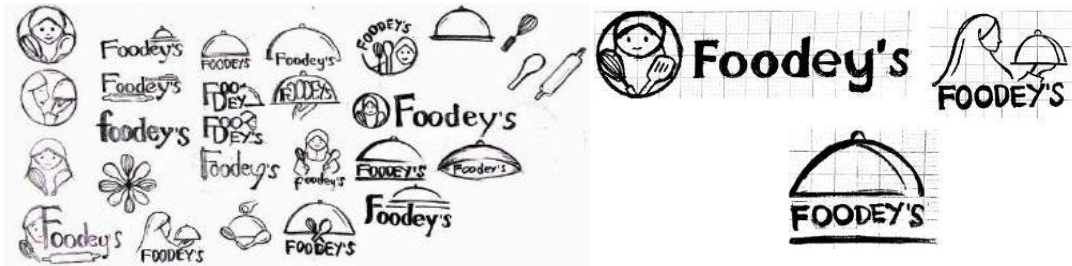
Key visual selanjutnya divisualisasikan dengan menyusun gambar-gambar terpilih agar terciptanya *mood* tertentu pada konsep awal karya. *Moodboard* dikelompokkan menjadi *moodboard* elemen visual sebagai tampilan dan *moodboard* layout untuk media turunan.



Gambar 2. Moodboard

Sketsa Manual

Hasil eksplorasi sketsa manual terbagi dalam tahap sketsa kasar dan sketsa halus. Sketsa kasar hasil eksplorasi akan menghasilkan beberapa alternatif logo sesuai *tone and manner* dari brand Foodey's. Sketsa halus merupakan sketsa hasil terpilih.



Gambar 3. Sketsa Manual

Digitalisasi

Terdapat desain terpilih yang dibuat secara digital menggunakan *software* grafis serta mengisi warna sesuai *tone and manner*.



Gambar 4. Digitalisasi Logo Terpilih

Modelling

Desain logo terpilih selanjutnya akan diaplikasikan pada model *mock up* tiga dimensi di beberapa media pilihan sebagai gambaran awal tampilan desain agar dapat memudahkan dalam proses *testing* kepada klien.



Gambar 5. Modelling Pada Media

Testing and Development

Hasil dari tahapan ini yaitu terdapat penambahan *tagline* Foodey's yaitu "A Taste Like Home". Berikut merupakan revisi dan hasil final dari logo Foodey's:



Gambar 6. Desain Logo Final

Media Aplikasi Identitas Visual

Pengaplikasian identitas visual ke berbagai media utama serta media turunan untuk menunjang UMKM Foodey's sebagai berikut:



Gambar 7. Pengaplikasian Desain Pada Media

SIMPULAN

Pada perancangan identitas visual UMKM Foodey's diperlukan riset maupun analisis data. Keseluruhan data diperoleh dengan kegiatan wawancara, observasi, studi literatur dan survei. Hasil data kemudian diolah kedalam analisis SWOT. Proses pencarian *key visual* melalui tahapan *mind map* dan *moodboard* merujuk kepada *tone and manner* Foodey's yaitu *homemade*, *minimalis*, dan *premium*. Proses mendesain dimulai dengan sketsa manual, digitalisasi, hingga mengaplikasikan desain pada media turunan.

Hasil perancangan merupakan logo dengan jenis *combination mark* yaitu gabungan *logotype* berjenis *serif*, dan *logogram* sederhana hasil stilasi dengan menggunakan elemen garis. *Tagline* pada logo sebagai penambahan, sehingga logo serta *tagline* menjadi satu kesatuan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya pada proses pengerjaan penelitian ini. Terima kasih kepada orang tua serta keluarga dan Ibu Dey sebagai pemilik UMKM Foodey's sekaligus klien dalam penelitian ini. Penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf bila ada kesalahan dalam penulisan penelitian ini. Semoga kedepannya penelitian ini dapat menjadi manfaat dan membantu seluruh pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Mulyana *et al.*, "Perancangan Identitas Visual Pada UMKM Mieyen Di Kota Depok, Jawa Barat," *J. PEDES-Pengabd. Bid. DESAIN*, vol. 1, no. 1, pp. 42–45, 2021.
- [2] F. J. Calvalie, J. G. Warjoyo, and P. I. Harjani, "Perancangan Ulang Identitas Visual dari Sebuah UMKM Produk Kue di Tangerang," *Rupaka*, vol. 4, no. 1, 2021.
- [3] C. N. de Riandra and M. A. Islam, "Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry," *BARIK*, vol. 2, no. 2, pp. 43–56, 2021.
- [4] M. R. Justin, R. Rohiman, and A. Darmawan, "Desain Identitas Visual pada UMKM Ruang Keramik Studio Kota Metro Lampung," *Gorga J. Seni Rupa*, vol. 11, no. 1, pp. 156–164, 2022.
- [5] A. Listya and Y. Rukiah, "Visual Branding Produk Belimbing Olahan UMKM Depok Melalui Desain Logo," *Demandia J. Desain Komun. Vis. Manaj. Desain Dan Periklanan*, vol. 3, no. 02, pp. 199–218, 2018.

