

Perancangan Visual Identity Coffee & Bakery Di Payakumbuh

Muhammad Hazri Zein¹, Budiwirman²

Universitas Negeri Padang

Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Kec. Padang Utara, Kota Padang

Sumatera Barat, 25171, Indonesia

Email: muhammadhazrizein1@gmail.com

Submitted: 2021-06-16

Published: 2021-06-29

Accepted: 2021-06-23

DOI: 10.24036/dekave.v11i2.113154

ABSTRAK

Coffee & Bakery adalah sebuah kedai kopi yang terletak di Kota Payakumbuh milik Ikhsan Marza. Kafe ini belum memiliki logo, sehingga logo dirancang dalam bentuk logo berwarna dan tipografi untuk mewakili konsep sebelumnya sehingga konsumen dan calon pelanggan dapat dengan mudah mengingatnya. Logo dibentuk berdasarkan konsep *Gestalt similarity* logo teori atau kesamaan bentuk dengan menggunakan bentuk burung hantu sebagai topping, cangkir sebagai badan burung hantu dan tatakan gelas sebagai kaki, diikuti dengan huruf nama "babsatu" itu sendiri, dan menggunakan kata "*Coffee & Bakery*". "Seperti judul di bawah ini, bentuknya pas dengan bentuk yang bagus dan modern. Perancangan analisis identitas visual Babsatu Coffee & Bakery ini adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treatment*) untuk mencari solusi dan permasalahan. Proses perancangan dimulai dengan mengamati dan mewawancarai pemilik Babsatu Coffee & Bakery untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan untuk merancang identitas visual ini. Media utama berupa brosur dan media pendukung berupa poster, roll banner, kartu nama, kaos oblong, stiker, paper bag, dan cup.

Kata kunci: *Visual Identity, logo, babsatu coffee & bakery*

PENDAHULUAN

Minuman kopi yang diseduh yang sudah kita kenal sejak zaman dahulu yaitu kopi. Sudah menjadi minuman wajib untuk orang tua, kini anak muda kopi sudah menjadi minuman yang digemari. Kopi yang digemari anak muda berbagai macam kopi yang sudah ada saat ini berupa espresso, cappuccino, lattedan, v60 dan menu kopi lainnya. Kedai kopi seolah berkreasi memberikan berbagai rasa kopi dari seluruh bagian Indonesia. Beberapa kopi yang terkenal antara lain kopi Gayo Bali, kopi Mandailing, kopi

Toraja Sapan, kopi Situjuah, dan kopi Buyuang Sago. Ini karena kopi mudah dibeli dan harganya sangat terjangkau. Wisatawan yang minum kopi di kafe biasanya menikmatinya dengan roti.

Roti yaitu makanan yang difermentasi atau bahan lainnya yang dipanggang dengan bahan pokok utama tepung terigu dan ragi. Awal pembuatan roti dibuat dengan bahan cara sederhana dan cara pembuatan yang sederhana. Roti diproduksi orisinal dengan menggiling gandum, dicampur dengan udara, dan kemudian panggang menggunakan oven yang dipanaskan. Terus perkembangan ilmu pengetahuan dan canggihnya teknologi, pembuatan adonan semakin beragam memiliki perkembangan, kenampakan, varian, cita rasa, dan isian, karena perihal tersebut berdampak pada kemajuan dalam produksi adonan dan roti, antara lain persediaan, proses penggabungan, dan metode produksi roti yang baik.

Salah satu yang menyediakan kopi dan roti pertama kali ada di Kota Payakumbuh, Sumatera Barat, yaitu Babsatu Coffee & Bakery. Kafe tersebut merupakan kafe yang baru berdiri dan belum memiliki identitas visual Babsatu Coffee & Bakery tetapi kafe tersebut memiliki ciri khas yang berbeda terdapat pada penyajian kopi yang dikemas dengan alat alat yang canggih dan pembuatan roti yang disediakan langsung pada Babsatu Coffee and Bakery.

Berdasarkan hasil wawancara ide tersebut dari Ikhsan Marza selaku owner pada tahun 2020, Babsatu Coffee & Bakery memiliki karyawan sebanyak 5 yaitu Satria Andika, Rahmat Taufik, M. Nandi Saputra, Oki Prasetya, dan Razak, setiap anggota karyawan memiliki jobdesk masing masing mulai dari barista kopi, chef, resepsionis, dan waiter, dan hingga masih minimnya kekuatan dari identitas visual berdampak kepada berkembangnya kafe tersebut, saat wawancara disampaikan bahwa kurangnya terdapat pesan yang terkandung dalam logo saat ini.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, penulis mendapat hasil bahwa Babsatu Coffee & Bakery sebagai sebuah kafe kopi dan roti yang nyaman dikunjungi. Menurut Rahmat Taufik, Karyawan Babsatu Coffee & Bakery pada tanggal 19 April 2021, sekitar 85% konsumennya berada di jenjang pendidikan SMA dan Kuliah dan hasil wawancara dengan salah satu konsumen Maulana Hafis, 18 tahun Pelajar di Kota Payakumbuh, hal tersebut menurut Ikhsan (*owner*) kafe nya tidak hanya dikhususkan

pada pelajar, mungkin diakibatkan kurangnya promosi yang dilakukan di sektor perkantoran maupun instansi.

Penerapan konsep bisnis ini juga sudah terintegrasi dengan dinas pariwisata, sehingga pengunjung Payakumbuh tertarik untuk mampir ke Babsatu Coffee&Bakery dengan mencicipi produk Babsatu Coffee&Bakery, namun belum teridentifikasi secara visual karena kafe dibuka pada akhir tahun. Pada tahun 2020 ini membuat Babsatu Coffee & Bakery belum dipahami oleh masyarakat luas.

Menyadari bahwa ruang lingkup identitas visual belum berkembang, penulis merancang identitas visual berdasarkan bidang akademik desain komunikasi visual. Melalui perancangan ini, diharapkan Babsatu Coffee & Bakery dapat memiliki aplikasi pengenalan visual dan logo, yang dapat meningkatkan loyalitas mereknya.

METODE PERANCANGAN

Proses Perancangan yang dilakukan oleh penulis yaitu metode Glass Box. Metode ini adalah desain yang praktis dan masuk akal. Perancangan desain menggunakan tahapan tahapan desainer yang sudah dipertimbangkan dan ditelusuri dari mulai proses hingga final desain.

Ciri dasar metode perangan ini adalah pertama-tama menentukan tujuan, luwes, dan standar. Kedua, analisis dilakukan atau setidaknya dilakukan sebelum solusi ditemukan. Ketiga, evaluasi sebagian besar bahasa dan bentuk logis. Keempat, strategi sudah ditentukan sebelumnya, umumnya berurutan, tetapi dapat mencakup operasi khusus dan daur ulang (Abioso 2017: 6)

PEMBAHASAN

Proses ini merupakan langkah awal dalam menyelesaikan problem, sehingga dijadikan satu hasil pada awalan merancang media untuk mencapai tujuannya. Metode kreatif yang digunakan untuk mendesain identitas visual Cafe Babsatu Coffee & Bakery adalah:

1. Geografis

Daerah penjualan dari babsatu coffee & bakery ini di sekitar wilayah kota Payakumbuh dan Lima Puluh Kota lebih tepatnya di jl. Arisun no. 37 Nunang Payakumbuh.

2. Demografis

- a. Jenis Kelamin : Pria & Wanita.
- b. Usia : 18 – 50 Tahun
- c. Siklus Kehidupan : Remaja, Dewasa, Dewasa Menikah
- d. Status Sosial : Untuk Sosial Ekonomi

3. Psikografis

Target Audience Babsatu Coffee & Bakery dari aspek psikografis adalah sebagai berikut :

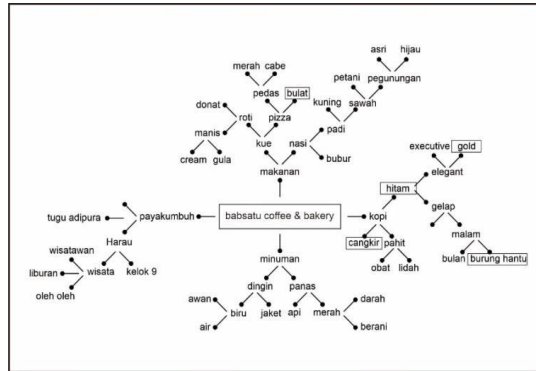
- a. Kepribadian : Pecandu, Penikmat, Penggemar, Pengamat
- b. Kelas Sosial : Menengah ke atas
- c. Gaya Hidup :Konsumtif,Prestise,Modern, Berpenampilan menarik, Kontemporer

4. Tujuan Kreatif

Tujuan merancang identitas visual Babsatu Coffee & Bakery adalah: Memperkenalkan produk Babsatu Coffee & Bakery Cafe dapat diketahui bagi seluruh penikmat kopi dan membesar area penjualan Babsatu Coffee & Bakery

5. Program Perancangan

Konsep yang digunakan dalam visual identity Babsatu Coffee & Bakery yaitu konsep yang berdasarkan karakter produk kopi dan roti Babsatu yaitu Elegan, Mewah, dan Handmade. Konsep fitur produk juga akan digabungkan dengan konsep yang dapat diidentifikasi dan diingat oleh audiens target sebagai pusat perhatian.



Gambar 1
Mind Mapping

1. Pendekatan Verbal

Perancangan identitas visual dari babsatu coffee and bakery menggunakan informasi verbal yang digunakan dalam identitas visual ini adalah kata-kata yang tidak hanya mudah digunakan dan diterima oleh audiens target, melainkan juga memiliki tingkat keterbacaan dan kejelasan karena mengandung pesan utama yang merupakan ide besar dari perancangan. Memakai lettermark dari nama "babsatu" itu sendiri dengan modifikasi serta menggunakan tulisan "Coffee & Bakery" sebagai headline.

2. Strategi Desain

1) Data Awal Desain

Susunan awal desain yang digunakan untuk menyederhanakan bentuk burung hantu, yang dimaknai sebagai, bentuk dari cangkir kopi yang dijadikan dijadikan sebagai badan dari burung hantu merupakan kafe yang menunjukkan produk kafe tersebut penyedia kopi, dan juga roti yang dikombinasikan kemudian distilasi menjadi bentuk dan tidak mengubah bentuk aslinya menggunakan teori *gestalt similarity*.



Gambar 2. Referensi visual (a) burung hantu, (b) Roti, (c) Kopi

2) Deskripsi Logo



Gambar 3. Deskripsi Logo Babsatu Coffee & Bakery

Logo akhir yang dilihat dibuat berdasarkan persetujuan dan bimbingan dari dosen sesuai dengan rancangan dan pengembangan yang telah dilaksanakan. Desain logo yang terakhir adalah mengkonversikan teori teori menjadi satu kesinambungan. Proses perancangan media utama ini menggunakan teori Gestalt Similarity.

Menentukan format desain mempertimbangkan karakteristik mudah diingat, sederhana, mudah diakses, jelas, dan dapat diterapkan pada berbagai media. Pilihan bentuk burung hantu sebagai topping dikalahkan oleh tujuan dan konsep utama, identitas visual Babsatu Coffee & Bakery.

Bentuk logo juga disesuaikan dengan situasi Babsatu Coffee & Bakery mulai dari sketsa yang dirancang hingga produk yang dipasarkan kepada konsumen.

3) Tipografi Logo

Alternatif tipografi yang digunakan dalam perancangan *visual identity* babsatu coffee & bakery adalah:

Tabel 1. Penggunaan Tipografi

Nama Huruf	Bentuk Huruf	Kesan
Humnst 777	ABCDEFGHIJKLMNQRSTUUVWX	Simple, tipis,


BT	YZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890	mudah terbaca
Clarendon Lt Bt	ABCDEFGHIJKLMNQRST UVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxy 1234567890	Simple, tegas, tegas, mudah dibaca
Neo Sans	ABCDEFGHIJKLMNQRSTUV WXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxy 1234567890	Simple, terlalu tebal, mudah terbaca
Shorelines Script	ABCDEFGHIJKLMNQRSTUVWX Y Z abcdefghijklmnopqrstuvwxy 1234567890	Terlalu halus, kurang keterbacaan



Berdasarkan table di atas terpilih alternative tipografi yang digunakan yaitu “Harabara Mais “ sebagai logotype dan Humns777 BT sebagai tagline “Coffee & Bakery”.

4) Warna

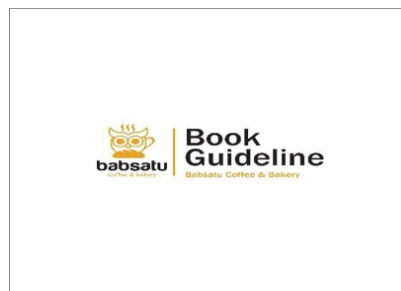
Peran warna sangat menentukan keputusan yang akan diambil.

Tabel 2. Penggunaan warna

Warna	Makna
	Emas (C:0 M:40 Y:95 K:10) memiliki warna mewah, sukses, indah dan jaya. Warna emas dapat mencerna pikiran pelanggan fokus pada Babsatu coffee and

	bakery. Emas pada warna menyebabkan sangat ditonjolkan dengan hasil yang semaksimal mungkin.
	Warna Hitam (C:0 M:0 Y:0 K:100) melambangkan keberanian, kegigihan dan keuletan Babsatu dalam menggapai berbagai konsumen yang berbagai keinginannya.
	Warna Putih (C:0 M:0 Y:5 K:0) melambangkan jujur, kebersihan & kesetiaan melayani kopi dan penyangraian Babsatu kepada konsumen. Babsatu Coffee and Bakery menjamin bersihnya café tersebut.

5) Book Guideline

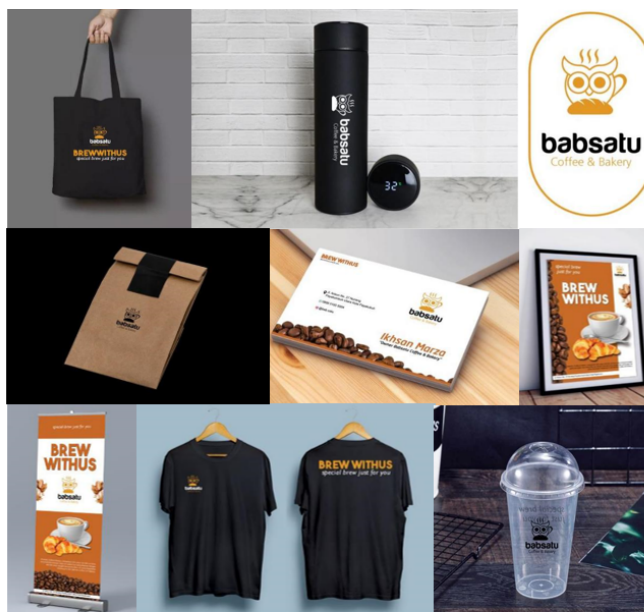


Gambar 4. Book Guideline

Perancangan akhir panduan ini didasarkan pada arahan dan bimbingan pembimbing. Buku panduan berisi proses pembuatan logo, yang berisi informasi tentang identitas visual, sistem pengenalan dan aplikasi media Babsatu Coffee & Bakery

6) Pembahasan Media Pendukung

Media pendukung digunakan untuk menempatkan berbagai logo di berbagai media sebagai publisitas. Media pendukung yang digunakan untuk mendesain logo untuk kopi dan bakery Babsatu adalah:



Gambar 5. Mock Up media pendukung

KESIMPULAN

Dari keseluruhan yang dibahas pada pengenalan Babsatu Coffee & Bakery, terlebih dahulu mengumpulkan data dari produk, meliputi data bahasa dan data visual. Hal inilah yang menjadi dasar untuk merancang pengenalan visual. Kasus di Babsatu Coffee & Bakery belum dipetik naik. Masuk ke proses pengenalan. Karena itu, desainer membuat logo berupa logo yang dipisahkan dari awalan yaitu bab satu dan burung hantu sebagai elemen utamanya.

Pembentukan identitas visual Babsatu Coffee & Bakery sesuai dengan target audience, sehingga desain media yang dipilih sudah tepat. Hal ini terkait dengan bentuk, warna, dan gaya desain, serta akan menghasilkan kognisi tersendiri di benak target audiens. Dalam proses perancangan Babsatu Coffee & Bakery, penulis mempertimbangkan banyak bentuk, warna dan tipografi untuk mencapai tujuan produk dalam satu identitas.

Pemilihan glyph terinspirasi dari bentuk burung hantu, penulis sendiri melalui tahap sketsa dan menjadi glyph. Kemudian untuk Logotype penulis menggunakan font Harabara Mais sebagai logotype, dan penulis menggunakan font sans serif untuk mendesain logotype yang memberikan kesan modern dan simple. Slogannya menggunakan huruf Humns777 Bt. Logo Babsatu Coffee & Bakery menggunakan warna emas untuk memberikan kesan elegan kepada masyarakat, selain itu nuansa emas modern menjadi lebih berwibawa, Hitam digunakan sebagai warna Logotype sehingga dapat memperjelas dan mempertegas logotype, sedangkan emas digunakan sebagai warna slogan. Identitas visual Babsatu Coffee & Bakery menerapkan media utama & pendukung berupa Manual Book , yaitu poster, roll banner, kartu nama, tote bag, stiker, T-shirt, tumbler, paper bag, dan cup.

Berdasarkan pembahasan di atas dan kesimpulan pengenalan visual Babsatu Coffee & Bakery, penulis memberikan beberapa saran, yaitu:

- a. Penulis berharap melalui pengenalan visual Babsatu Coffee & Bakery, konsumen dapat mengenali produk dan membedakannya dengan produk pesaing.
- b. Adanya identitas visual dapat meningkatkan nilai jual dan citra Babsatu Coffee & Bakery, sehingga dapat dikenal oleh target audience dan dapat memperkenalkan produk

RUJUKAN

- Purwaningrum, Atiq. 2008. *Perancangan Visual Branding Kabupaten Purbalingga Melalui Desain Komunikasi Visual*. Karya akhir tidak diterbitkan. Surakarta: Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.
- Rustan, Suriyanto. 2013. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Uljannah, Nadia. 2016 . *Redesign Visual Identity Pondok Sepatu Samillo Padang*. Karya akhir tidak diterbitkan. Padang: Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.