

## ***Redesign Visual Identity*** **Violet.ID Di Nagari Koto Tuo Sijunjung**

**Ahmad Hitoshi<sup>1</sup>, Elya Pebriyeni<sup>2</sup>**

**1,2 Universitas Negeri Padang**

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

**Sumatera Barat, 25171, Indonesia**

**Ahmadhitoshi9885@gmail.com**

Submitted: 2022-01-28

Accepted: 2022-02-10

Published: 2022-03-30

DOI: 10.24036/dekave.v12i1.116265

### **Abstrak**

Redesign *visual identity* ini bertujuan untuk menciptakan citra yang baru kepada perusahaan Violet.id yang bergerak pada bidang komunikasi ini dimata konsumen. Berlandaskan pada permasalahan yang ditemui, Violet belum memiliki citra yang kuat sebagai perusahaan yang bergerak di bidang komunikasi serta pembeda dengan identitas jenis perusahaan lain. Permasalahan lain yang ditemui adalah belum konsistennya penerapan identitas visual yang dijumpai pada media. dilihat dari permasalahan tersebut maka digunakanlah metode kotak kaca yang terdiri dari beberapa tahapan yaitu persiapan, inkubasi, luminasi dan verifikasi. Metode kotak kaca di awali dengan tahap pengumpulan data dan persiapan kelengkapan, mencari kata kunci, proses perancangan media dan penerapan pada media. Pada final redesign *visual identity* Violet.id akan menghasilkan rancangan identitas visual baru yang memiliki cirikhas dan nantinya bermanfaat meningkatkan nilai *brand* di mata konsumen. Selain itu, dirancang beberapa media seperti manual book, purwarupa landing page, voucher internet, *polo shirt*, *t shirt*, *safety helmet*, stiker, poster, *roll banner*, dan kartu nama.

**Kata kunci:** Redesign, visual identity, Glass box, Violet.id

### **Pendahuluan**

Pada zaman yang telah maju dan berkembang ini sudah banyak perusahaan-perusahaan rintisan yang muncul untuk bersaing. Dengan demikian untuk tetap menarik perhatian pelanggan atau pembelinya dalam lingkaran persaingan sangat ketat diperlukan sebuah identitas grafik yang membentuk *image* dari suatu perusahaan. Terlebih lagi di era globalisasi yang memungkinkan meluasnya penyampaian informasi dengan cepat sehingga sangatlah diperlukan suatu identitas untuk melambangkan *image* perusahaan agar tetap bisa bertahan dalam persaingan yang semakin keras ini.

Violet.id merupakan *brand* yang bergerak di bidang komunikasi, Violet.id sendiri adalah penyedia jasa layanan internet lokal yang berada di nagari Koto Tuo. Didirikan oleh seorang lulusan mahasiswa Sistem Informasi Universitas Putra Indonesia Padang bernama Desva Wilton, S.Kom. pada bulan Juli 2020, beralamat di jalan Polak jorong Koto Tengah, Koto Tuo. Desva Wilton sudah membagi transmisi jaringan paralel di sepanjang akses jalan perumahan penduduk, sehingga masyarakat bisa menikmati jaringan internet dari Violet.id.

Walaupun dengan kualitas sinyal yang masih rendah. Penjualan voucher masih menggunakan kertas HVS sehingga berkesan tidak profesional, akan tetapi jaringan Violet.id hampir merata di wilayah nagari Koto Tuo, serta harga yang terjangkau menjadi keunggulan dari Violet.id yang bisa mengangkat Violet.id menjadi perusahaan yang memiliki prospek yang bagus untuk masa yang akan datang. Kelebihan ini menjadi alasan perlunya identitas visual yang menarik dan bertujuan untuk lebih menarik perhatian target *audience* dan mendukung perusahaan jaringan internet Violet lebih profesional. Perusahaan rintisan yang baru bergerak satu tahun ini sudah memiliki logo, namun penerapan desain identitas visualnya masih belum belum terkonsep secara matang.

Identitas suatu perusahaan sangatlah penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan menarik perhatian konsumennya. Simbolisasi ciri khas yang mengandung diferensial dan mewakili citra organisasi. Identitas dapat berasal dari sejarah, filosofi, visi / cita-cita, misi / fungsi, tujuan, strategi atau program (Kusmiati, 1999: 13). Sebuah identitas visual yang unik serta merepresentasikan keunggulan diperlukan sebagai pengenalan suatu produk atau perusahaan. Identitas visual tersebut berguna sebagai sarana untuk melakukan promosi, menyampaikan visi dan misi perusahaan, menggambarkan filosofi agar menarik perhatian konsumen dan memberikan citra perusahaan yang positif.

Menurut Rustan (2013:12) Asal kata logo dari bahasa Yunani logos, yangberarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi.Pada awalnya yang lebih dulu populer adalah istilah logotype Jika dilihat dari logo Violet.id itu sendiri berbentuk gonjong rumah gadang yang mana di wilayah khususnya sumatera barat merupakan bentuk visual yang generik. Jika dilihat dari logo Violet.id itu sendiri berbentuk gonjong rumah gadang yang mana di wilayah khususnya sumatera barat merupakan bentuk visual yang

generik. Maka dari itu logo dari Violet belum memiliki citra yang kuat sebagai perusahaan yang bergerak di bidang komunikasi serta pembeda dengan identitas jenis perusahaan lain, hal ini disampaikan langsung oleh owner violet.id selaku pendiri. Selain pada logo, lemahnya identitas visual dapat dilihat dari penggunaan warna dari media yang di perlukan seperti laman akses atau *landing page* untuk memasuki sinyal *wifi* Violet.id. terlihat penggunaan warna yang tidak konsisten antara warna logo dengan elemen visual lain yang ada di *landing page*. Bentuk pengenalan jasa layanan internet ini masih dari mulut ke mulut.

Maka dari itu perlunya dilakukan *redesign* identitas visual dari perusahaan layanan internet Violet.id ini supaya memberikan citra yang baru kepada perusahaan yang bergerak pada bidang komunikasi dimata konsumen. Penulis mengajukan judul perancangan karya akhir dengan judul "*redesign visual identity* Violet.id di nagari Koto Tuo.

### ***Metode perancangan***

Metode yang digunakan pada *redesign visual identity* violet.id di Nagari Koto Tuo Sijunjung ini adalah Glass box. . Metode glass box adalah Konsep yang dirancang melalui beberapa tahapan tahapan yang dipertimbangkan oleh perancang sehingga karya bisa ditelusuri dari awal hingga akhir perancangan (Abioso 2017:6). Tahapan dari metode glass box yaitu persiapan, inkubasi, luminasi dan verifikasi.

### ***Persiapan***

Tahap persiapan adalah tahapan yang paling awal. persiapan merupakan tahapan bagi perancang untuk menyiapkan perangkat dan segala keperluan untuk proses desain.

### ***Inkubasi***

Tahap Mengolah hal-hal yang menjadi sumber ide dari perancangan seperti penentuan *key word* atau kata kunci yang akan dijadikan patokan mencari bentuk visual.

### ***Luminasi***

Tahap iluminasi berujung pada gambaran ide perancangan. Tahap ini merupakan masa aktif bagi perancang untuk mengeluarkan ide-ide yang dianalisis dan proses pengembangan alternatif desain.

### **Verifikasi**

Tahap verifikasi merupakan tahapan dimana segala proses desain mengalami proses pengembangan ide dan finishing serta semua proses ditinjau ulang kembali dengan metode evaluasi.

### **Pembahasan**

Konsep yang digunakan pada identitas Violet.id adalah representasi dari karakter perusahaan yaitu cepat, terpercaya dan profesional. Dengan mengedepankan keunggulan sebagai penyedia jasa layanan internet akan membuat perhatian yang kuat kepada Violet.id. Bentuk visual logo yang penulis rancang adalah bentuk dari visual elang, bar sinyal, pita dan visual huruf “v-i” sebagai inisial violet.id. Ide perancangan didapat dari pembuatan *mind mapping*.

Letter mark Violet.id tersebut memperkenalkan Violet.id kepada target audience. Pemilihan jenis huruf *Montserrat Bold* yang merupakan bentuk huruf sans-serif dapat memberikan kesan simple, tegas dan modern sehingga dapat dikenal cepat oleh target audience. Tingkat keterbacaan yang tinggi juga menjadi pertimbangan pada pemakaian jenis font ini.

*Tagline* Violet.id “solusi jaringan kita” dipilih karena mewakili kehadiran Violet.id menjadi *Problem solving* pada permasalahan susahnya sinyal internet di Koto Tuo. dengan penggunaan jenis huruf *Montserrat regular* yang simple dengan keterbacaan yang jelas serta pemilihan warna orange ini dipilih untuk memberikan kesan keseimbangan pada *logotype* yang berkarakter tegas.





**Tabel 1:** jenis huruf yang digunakan dalam “*redesign visual identity violet.id di Nagari Koto Tuo Sijunjung*”.

Nama Huruf	Bentuk Huruf	Kesan
------------	--------------	-------

<b>Montserrat</b>	<b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</b>	Tebal, simple, Modern, mudah terbaca
	<b>TUVWXYZ</b>	
	<b>abcdefghijklmnopqrstu</b>	
	<b>vwxyz</b>	
	<b>1234567890</b>	

Penggunaan warna pada alternatif logo violet.id ada empat yaitu violet, orange, hijau, dan abu-abu. Warna yang digunakan tidak lepas dari representasi dari kecepatan, terpercaya, dan Profesional. Warna violet menjadi warna kebanggaan dari violet. Id yang mana nama dari perusahaan ini sendiri terinspirasi dari warna violet yang memiliki kesan mewah.

**Tabel 2:** Warna yang digunakan dalam “*redesign visual identity violet.id di Nagari Koto Tuo Sijunjung*”.

Warna	C	M	Y	K
	64	92	5	1
	2	50	89	0
	87	0	100	0
	69	50	49	47

### **Media utama**

Manual Book merupakan media utama dari Violet.id. identitas yang dipergunakan sebagai representasi panduan keter dan citra suatu lembaga atau perusahaan. pedoman identitas merupakan wadah untuk memvisualisasikan citra suatu perusahaan. dengan Ukuran 21 Cm X 21 Cm Warna Putih yang menggunakan Material Art Paper

### **Media pendukung**

#### 1. Landing Page

*Landing page* adalah halaman yang dirancang khusus untuk mengarahkan user ke arah yang diinginkan secara spesifik seperti memasuki ke jaringan Violet.id. maka landing page yang paling sering di lihat oleh konsumen. Desain identitas akan dibuat pada laman login Wifi Violet.id

#### 2. Poster

Identitas Violet akan di rancang pada media poster yang akan di pajang pada ruangan kerja dari Violet.id serta menjadi media promosi kepada para konsumen.

#### 3. Kartu Nama

Kartu nama digunakan sebagai media yang didalamnya terdapat identitas perusahaan. kartu nama digunakan seperti bertemu dengan klien baru atau dengan mitra kerja yang baru guna mengingat identitas perusahaan.

#### 4. Roll-banner

*Roll-banner* digunakan sebagai media promosi saat mengikuti sebuah event atau sedang mensponsori suatu event. Desain *roll banner* di rancang sedemikian rupa untuk menyampaikan pesan kepada *target audience* dan meningkatkan kepercayaan konsumen kepada Violet.id.

#### 5. Stiker

Penggunaan *Sticker* bisa diaplikasikan kepada router yang berada di tiang-tiang jaringan yang tersebar di nagari Koto Tuo guna memperlihatkan identitas kepunyaan dari Violet.id. sticker juga menjadi media pendukung promosi bagi konsumen yang diberikan secara cuma-cuma.

#### 6. Polo Shirt

Seragam adalah pakaian standar yang akan di pakai oleh anggota dengan bahan dasar kaos polo ( berkerah) ketika sedang memasang atau memperbaiki jaringan.

#### 7. Safety helmet

*Pada Safety helmet* akan di tampilkan identitas logo Violet.id. Digunakan sebagai alat pelindung ketika sedang melakukan aktifitas kerja.

#### 8. voucher

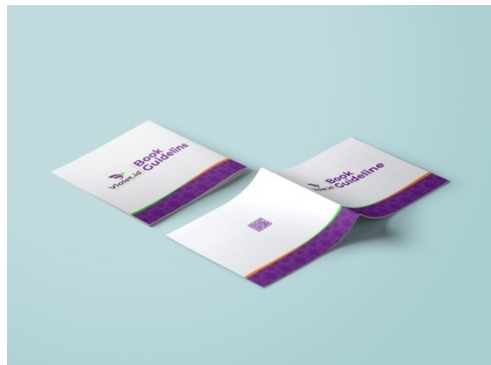
voucher digunakan untuk media penjualan yang berisi kode *login* untuk para konsumen yang membeli paket internet dari Violet.i.

#### 9. T-Shirt

Pembuatan desain baju kaos menyajikan logo dengan tagline violet.id dengan layout yang tidak formal.

### ***Final desain***

#### ***Media utama***



**Gambar 1: Manual Book**

#### ***Media pendukung Prototipe landing page***



**Gambar 2: Landing page**

#### ***Voucher***



**Gambar 3: voucher**

**T shirt**



**Gambar 4: T- Shirt**

**Safety helmet**



**Gambar 4: safety helmet**

**Polo shirt**



**Gambar 5: Polo shirt**



**Poster**



**Gambar 6:** Poster

**Roll banner**



**Gambar 7:** roll banner

**Stiker**



**Gambar 8:** stiker

### Kartu nama



Gambar 9: kartu nama

### Kesimpulan

kasus yang ditemukan di Violet.id adalah belum memiliki sebuah identitas visual yang sesuai dengan konsep perancangan. Maka dari itu penulis merancang ulang sebuah identitas visual berupa logo beserta penerapan desain pada media.

Pembentukan ulang identitas visual identity violet.id, mengacu pada target audien yang di tuju, sehingga penempatan pada hati konsumen menjadi lebih baik. Hal ini berkaitan dengan bentuk, warna, gaya desain yang nanti melahirkan positioning yang tepat di hati para konsumen.

Pemilihan bentuk logogram yang terinspirasi dari burung elang, perancang sendiri melalui tahapan sketsa dan menjadi sebuah logogram. Kemudian Logotype, penulis menggunakan font Montserrat bold sebagai logotype tersebut, penulis merancang logotype menggunakan jenis font sans serif yang memberikan kesan modern, simple. Dan tagline yang menggunakan font Montserrat regular.

### Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan *Redesign visual identity* Violet diatas penulis membuat beberapa saran yaitu :

1. dengan adanya redesign visual identity Violet.id ini, diharapkan mampu menjadi identitas baru yang efisien dalam mendapatkan *positioning* pada konsumen.
2. Memperkenalkan bentuk identitas visual yang baru pada produk dan media media pendukung lain diharapkan =apat memberikan peningkatan nilai jual bagi Violet.id.

### Daftar Rujukan

- Abioso, Wanita Subadra. 2017. *Metode Perancangan Arsitektur*. Bahan Ajar Program Studi Arsitektur: UKI
- Kusmiati, A, S. Pudjiastuti. 1999. *Teori dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djambatan
- Rustan, Surianto. 2013. *Mendesain LOGO*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama