

**PERANCANGAN *VISUAL BRANDING SWEETTOOH CAFE* MELALUI
*MEDIA SHELF TV***

JURNAL



VIVIKA SARI

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN PENDIDIKAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode September 2014**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

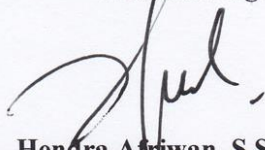
PERANCANGAN *VISUAL BRANDING SWEETTOOTH CAFE* MELALUI MEDIA
SHELF TV

VIVIKA SARI

Artikel ini disusun berdasarkan Laporan Karya Akhir “*Perancangan Visual Branding Sweettooth cafe melalui media shelf TV*” untuk persyaratan wisuda periode September 2014 yang telah diperiksa dan disetujui oleh kedua dosen pembimbing.

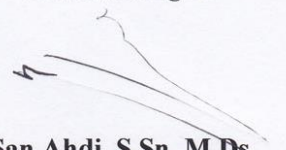
Padang, Juni 2014

Pembimbing I,



Hendra Ajiwan, S.Sn, M. Sn
NIP. 19770401.200812.1.002

Pembimbing II



San Ahdi, S.Sn, M.Ds
NIP. 19791216.200812.1.004

PERANCANGAN *VISUAL BRANDING SWEETTOOTH CAFE* MELALUI *MEDIA SHELF TV*

Vivika Sari¹, Hendra Afriwan, S.Sn, M, Sn², San Ahdi, S.Sn, M. Ds³
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Pendidikan Seni Rupa
FBS Universitas Negeri Padang
E-mail: Ghs_vivika@yahoo.com

Abstrak

Sweettooth cafe merupakan salah satu *cafe* yang ada di kota Padang. *Sweettooth* berdiri pada tanggal 31 September 2013 yang beralamat di Jalan Veteran No. 74 F Padang. *Sweettooth cafe* dipimpin oleh Dea Arnoli. Selama *cafe* ini berdiri promosi yang dilakukan oleh *Sweettooth cafe* melalui *social media* dan radio, yang dibutuhkan oleh *Sweettooth cafe* saat ini adalah bagaimana membuat konsumen loyal terhadap *cafe*.

Agar tercapainya konsumen yang loyal terhadap *cafe*, maka dibuatlah perancangan *visual branding Sweettooth cafe* melalui media *shelf TV*. *Shelf TV* merupakan TV yang digantung di rak, biasanya *shelf TV* ini banyak ditemukan di supermarket, *cafe*, dan bandara . Pada *shelf TV video* yang ditayangkan berulang-ulang seputar satu produk saja. Oleh sebab itu *shelf TV* dipilih sebagai media utama untuk *branding Sweettooth cafe*, tujuannya untuk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap *cafe* dan meningkatkan citra *Sweettooth cafe*. Meningkatkan citra dengan menciptakan *visual brand* yang menarik indra dan minat target *audience*. Pada perancangan ini media pendukung yang dipakai adalah *handbook*, *loyalty card*, pin, *cup*, pembatas buku, *cover CD*, *CD label*, daftar menu, *sticker*, dan *ID card*

Metode perancangan yang digunakan yaitu analisis SWOT. Pada metode analisis SWOT menjelaskan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap perusahaan. Kekuatan dari *Sweettooth cafe* yaitu *cafe* yang mengkombinasi *cake* dan *coffee*. Selain itu yang dapat menjadi peluang dari *Sweettooth cafe* adalah konsep *cafe* yang *girly* dan dapat menjadi tujuan utama bagi wanita karir untuk santai.

Kata Kunci: *Visual Branding, Shelf TV, Sweettooth Cafe*.

¹Mahasiswa penulis Laporan Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2014

²Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

Abstract

Sweettooth cafe is one of cafe in Padang. It was built on 31st September 2013 at Veteran street no. 74 F Padang. It is led by Dea Arnoli. Since it is built, sweettooth cafe uses social media and radio promotion. The needs of Sweettooth cafe now is how to make the konsumen loyal.

To achive that needs, the design of visual branding Sweettooth cafe trough shelf TV is made. Shelf TV is TV that's is hang in shelf, it can be found in supermarket, café , airport. Shelf TV shows repeated video about a product. Because of that, shelf TV is used as the main media for branding Sweettooth cafe, the purpose is to increase consuments loyalty toward cafe and to gain Sweettooth cafe image. This design is supported by handbook, loyalty card, pin, cup, bookmark, CD cover, CD label, list of menu, sticker, and ID card.

SWOT analysist is used as design method. SWOT is superiority, lack, chance, and risk in accompany. The power of Sweettooth cafe is combining cake and coffee. Besides, Sweettooth cafe girly concept has chance to be a relaxed place for carreer woman.

Keywords : Visual Branding, Shelf TV, Sweettooth cafe

A. Pendahuluan

Cafe pada saat sekarang sangat banyak diminati oleh masyarakat, khususnya daerah perkotaan. Cafe sering dijadikan sebagai tempat makan, minum serta tempat meeting. Pada saat sekarang cafe sudah semakin berkembang, banyak cafe-cafe yang mengkombinasikan cafe, cake, coffee dan bubble. Coffee shop merupakan tempat makan atau minum yang dilayani, tetapi pelayanan pada coffee shop tidak formal. Kebanyakan coffee shop hidangan yang disediakan adalah jenis hidangan yang cepat saji. Perkembangan coffee shop pada saat sekarang sangatlah bagus, apalagi di kota-kota besar.

Pada perancangan ini akan mengangkat salah satu *cafe* di kota Padang dengan menu mengkombinasikan *cake, coffee dan bubble*. *Cafe* ini merupakan *cafe* yang baru berdiri bernama *Sweettooth cafe* yang beralamat di Jalan Veteran no 74 F Padang. *Sweettooth opening* pada tanggal 31 September 2013. Nama dari *cafe* ini diambil dari kata bahasa asing yaitu gabungan dari *sweet* dan *tooth*, yang mana artinya *sweet* yaitu manis, manis disini diambil dari rasa *cake* yang biasanya manis dan kata *tooth* yang artinya gigi, karena *owner* dari *sweettooth cafe* adalah seorang mahasiswi kedokteran gigi. *Sweettooth cafe* mempunyai karyawan 10 orang yang bekerja per *shift*, yang menjadi target *audience cafe* ini adalah wanita karir. Karena konsep *cafe* ini adalah *girly, girly* yang dimaksudkan disini adalah perempuan yang mana *cafe* ini memiliki konsep interior dan *accessories* yang terdapat pada *cafe* merupakan interior dan *accessories* yang mendekati kepada perempuan. Jadi yang banyak datang ke *cafe* ini adalah perempuan. Sebelumnya promosi yang pernah dilakukan oleh *sweettooth cafe* adalah melalui media jejaring sosial dan radio, promosi yang dilakukan berhasil untuk menarik konsumen untuk datang ke *Sweettooth cafe*.

Menanamkan merek sebuah produk dan jasa pada benak konsumen atau target *audience* sangatlah penting, ini disebut juga *Branding*. Untuk mencapai *positioning* dilakukan *branding* sebuah merek produk atau jasa. *Branding* merupakan cara pencitraan suatu merek, sehingga produk yang telah memiliki *brand* mampu mengikat konsumennya untuk selalu menggunakan

merek produk atau jasa tersebut. Logo, nama merek, dan warna yang digunakan pada sebuah produk akan terbenam dalam benak target *audience*, jika produk tersebut sudah mampu melakukan pencitraan yang baik terhadap target *audiencenya*. Dewi (2009:4) menyebutkan “*brand* adalah ide, kata, desain grafis dan suara/bunyi yang mensymbolisasikan produk, jasa, dan perusahaan yang memproduksi produk dan jasa tersebut”.

Positioning ini akan berhasil dilakukan jika sebuah *brand* (merek) dan pastinya jika positioning ini sudah tercapai maka akan selalu meningkatkan daya jual produk atau jasa tersebut. Akan menjadi keuntungan yang besar terhadap produsen. “*Brand positioning* adalah strategi untuk merancang dan mengkomunikasikan posisi unik dan superioritas *brand* didalam pikiran konsumen” (Dewi, 2009:28).

Sweettooth cafe sudah pernah melakukan promosi melalui radio dan *social media*, menurut pemilik *cafe* yang dibutuhkan *cafe* saat ini adalah *branding cafe*, agar target *audience cafe* loyal terhadap *sweettooth cafe*. Loyalitas yang diharapkan dari target *audience* dapat tercipta dengan dilakukannya *visual branding cafe* melalui media *shelf TV*. Media *shelf TV* merupakan media baru, namun media *shelf TV* adalah media yang efektif untuk melakukan *visual branding sweettooth cafe*.

Shelf TV merupakan salah satu media baru dalam dunia periklanan. Jika diartikan satu persatu dalam bahasa asing *shelf* adalah rak dan TV merupakan media yang digunakan, jadi bila diartikan secara sederhana *shelf TV* adalah

TV yang diletakkan di rak untuk mempromosikan sebuah produk atau jasa. Sebenarnya *shelf TV* masih termasuk kepada *below the line* atau iklan lini bawah, dan merupakan bentuk dari pengembangan media televisi. *Shelf TV* ini juga merupakan salah satu unsur *audio visual*, karena *shelf TV* dibuat berupa *video*. “*Shelf TV* adalah TV yang dipajang di rak toko dan khusus menayangkan iklan produk” (Santosa, 2009:76).

Sehingga terlahir rumusan masalah sebagai berikut: **Bagaimana merancang *visual branding Sweettooth cafe* melalui media *Shelf TV***

B. Metode Analisis Data

Setelah mendapatkan data-data dari *sweettooth cafe* untuk memecahkan masalah-masalah yang ada, maka dari data-data yang telah diperoleh perancang menggunakan analisa data yaitu analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*)

Menurut Sarwono dan Lubis (2007:18)

Analisis SWOT dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (re-evaluasi) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancang yang telah diambil.

Dengan menggunakan metode analisis SWOT penulis dapat membandingkan kelebihan dan kekurangan dari *sweettooth cafe*.

1. Faktor Internal

a. *Strength* (kekuatan)

- 1) Menggunakan konsep yang menarik yaitu *cafe* yang mengkombinasikan *cake*, *coffee* dan *bubble*.
- 2) Tempat yang disediakan oleh *Sweettooth cafe* memberikan kenyamanan terhadap konsumen.

b. *Weakness*(kelemahan)

- 1) Harga yang ditawarkan oleh *Sweettooth cafe* relatif mahal.
- 2) Bangunan *Sweettooth cafe* yang menjorok kedalam.

2. Faktor Eksternal

a. *Opportunity* (peluang)

- 1) Dapat menjadi tujuan utama bagi wanita karir untuk *nongkrong* dengan konsep *cafe* yang *girly*
- 2) Dapat menjadi tujuan utama bagi pencinta *cake*, *coffee* dan *bubble*.

b. *Threat* (ancaman)

- 1) Banyaknya pesaing yang ada di kota Padang.
- 2) Banyaknya *cafe* yang unik di kota Padang

Berdasarkan analisis data diatas dapat disimpulkan bahwasweettooth cafe memiliki kekuatan yaitu *cafe* yang mengkombinasi *cake* dan *coffee*, sehingga pengunjung yang ingin datang ke*cafe* sedangkan mereka mempunyai selera yang berbeda, misalnya saja pengunjung yang satu menyukai *coffee* sedangkan pegunjung yang satunya lagi tidak menyukai

coffee namun dengan adanya *Sweettooth cafe* yang mengkombinasi *cake* dan *coffee* membuat pengunjung dapat sama-sama datang ke *sweettooth cafe* dengan pilihan menu yang berbeda. Selain itu *sweettooth cafe* juga dapat dijadikan tempat santai oleh wanita karir, dengan konsep *cafe* yang *girly* membuat kenyamanan bagi wanita karir untuk bersantai.

C. Pembahasan

Dari berbagai proses diatas maka terciptalah karya dengan satu buah media utama yaitu *Shelf TV* dan 10 buah media pendukung yaitu: daftar menu, *handbook*, *CD label*, *loyalty card*, pembatas buku, pin, *sticker*, *cover CD*, *cup*, dan *ID card*.

Media Utama *Video Shelf TV*



Gambar 1



Gambar 2



Gambar 3



Gambar 4



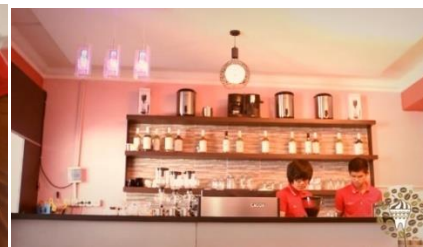
Gambar 5



Gambar 6



Gambar 7



Gambar 8



Gambar 9



Gambar 10

Media Pendukung

a. Daftar Menu

Pada daftar menu dipilih alternatif 1, karena pada alternatif 1 warna yang digunakan sangat cocok dengan konsep yang *elegant* dan anggun.



Gambar 11

b. Handbook

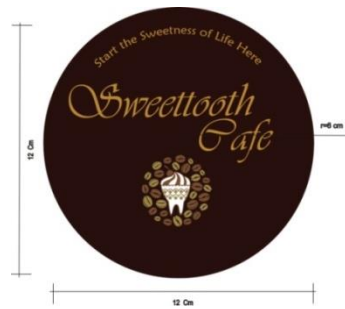
Alternatif 1 pada perancangan *handbook* dipilih karena komposisi dari penempatan logo, *headline* dan *taglinenya* serta penempatan visual yang seimbang sehingga tampak lebih menarik.



Gambar 12

c. CD Label

Pada perancangan *CD Label* ini, alternatif yang dipilih yaitu alternatif 2, karena perancangan *CD Label* pada alternatif 2 penempatan *headline, tagline* disusun dengan menarik.



Gambar 13

d. Loyalty Card

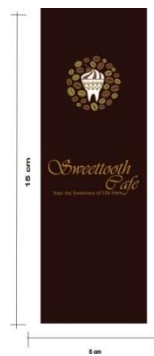
Alternatif 3 dipilih dalam perancangan *loyalty card* ini, karena perpaduan antara warna dan *font* sangat terlihat menarik.



Gambar 14

e. Pembatas Buku

Alternatif yang terpilih pada pembatas buku adalah alternatif dua, alternatif ini dipilih karena penempatan logo, *headline* dan *tagline* yang disusun dengan baik sehingga menghasilkan desain pembatas buku yang lebih menarik.



Gambar 15

f. Pin

Alternatif yang terpilih yaitu alternatif 2, alternatif 2 dipilih karena penggabungan yang seimbang dari semua unsur yaitu: huruf, logo dan warna sehingga membuat pin yang digunakan untuk *accessories* ini terlihat menarik.



Gambar 16

g. Sticker

Alternatif yang dipilih yaitu alternatif 3, alternatif ini dipilih karena unsur *visual*, huruf dan logo yang terdapat pada perancangan *sticker* ini.



h. Cover CD

Pada perancangan *cover CD* ini yang dipilih yaitu alternatif 2, karena keseimbangan yang pas sehingga terciptanya *cover CD* yang menarik.



i. Cup

Alternatif yang dipilih yaitu alternatif 3, alternatif 3 dipilih karena penempatan logo dan *headline* yang seimbang, sehingga menghasilkan desain *cup* yang bagus dan menarik.



Gambar 19

j. ID Card

Pada perancangan *ID card* ini alternatif yang terpilih adalah alternatif 1, karena penggabungan unsur huruf dan logo yang menjadikan desain *ID card* lebih menarik.



Gambar 20

D. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil perancangan *visual branding Sweettooth cafe* melalui media *shelf TV*, maka perancang menyimpulkan sebagai berikut:

Perancangan *visual branding Sweettooth cafe* melalui media *shelf TV* ini diharapkan dapat membantu *Sweettooth cafe* agar konsumen atau target *audience* dapat menjadikan *Sweettooth cafe* sebagai tujuan utama, dan menciptakan target *audience* yang loyal terhadap *Sweettooth cafe*. Target *audience* diharapkan dapat menjadi lebih tertarik untuk terus datang ke *Sweettooth cafe* dengan adanya *video shelf TV*.

Dalam pencapaian perancangan *visual branding Sweettoothcafe*, selain menggunakan media utama dalam bentuk *video shelf TV* juga menggunakan media pendukung seperti Daftar menu, *Handbook*, *CD label*, *Loyalty card*, pembatas buku, pin, *sticker*, *cover CD*, *cup*, dan *ID card*. Media pendukung ini diharapkan dapat memberikan informasi dan membuat target *audience* semakin tertarik terhadap *Sweettooth cafe*.

E. Saran

Diharapkan dalam perancangan *branding* dan promosi sebuah perusahaan atau lembaga hal yang pertama dilakukan adalah melakukan *survey* langsung ke perusahaan atau lembaga agar data-data yang didapatkan nyata. Selain itu hendaknya dapat mengidentifikasi masalah-

masalah yang ada dan dapat menghubungkan masalah tersebut dengan media yang akan digunakan, sehingga masalah tersebut dapat dipecahkan.

DAFTAR RUJUKAN

Janita, Ike Dewi. 2009. *Creating & Sustaining Brand Equity*. Yogyakarta: Amara Books

Santosa, Sigit. 2009. *Creative Advertising*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo