

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL SIRUP KAYU MANIS ALFAFA
KABUPATEN KERINCI**

JURNAL

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh

BENNY WIJAYA SATRIA

1202901/2012

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode Maret 2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

JURNAL

**“PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL SIRUP KAYU MANIS
ALFAFA KABUPATEN KERINCI”**

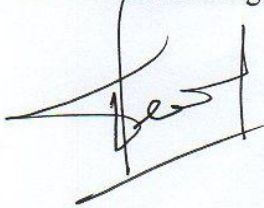
Benny Wijaya Satria

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Benny Wijaya Satria “Perancangan Identitas Visual Sirup Kayu Manis Alfafa Kabupaten Kerinci” untuk persyaratan wisuda periode Maret 2018 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, 8 Februari 2018

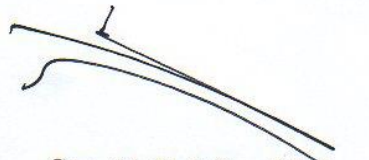
Disetujui dan Disahkan oleh:

Dosen Pembimbing I,



Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn.
NIP. 19830201.200912.2.001

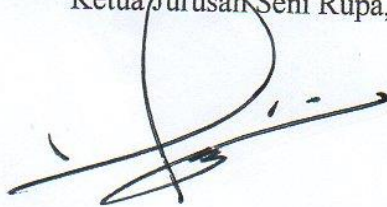
Dosen Pembimbing II,



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

Mengetahui:

Ketua Jurusan Seni Rupa,



Drs. Syafwan, M.Si.
NIP.19570101.198103.1.010

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL SIRUP KAYU MANIS “ALFAFA” KABUPATEN KERINCI

Benny Wijaya Satria¹, Eliya Pebriyeni², San Ahdi³
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email: Bennywsatria@gmail.com

ABSTRAK

Alfafa merupakan salah satu usaha yang memproduksi minuman sirup kayu manis berkualitas, yang telah memproduksi sirup dalam jumlah banyak seiring dengan banyaknya permintaan pasar. Didirikan pada tahun 2005 berdasarkan TDI No : 888/V.I/Indag/2005 dan dinas kesehatan nomor P-IRT: 113150103024. Didirikan usaha ini dikarenakan di daerah kabupaten Kerinci merupakan salah satu pemasok Kulit Kayu Manis terbesar di Indonesia. Dengan tujuan memajukan perekonomian daerah kabupaten Kerinci.

Tujuan Perancangan Identitas Visual Sirup Kayu Manis Kabupaten Kerinci Alfafa adalah menciptakan Identitas Visual Sirup Kayu Manis Alfafa yang baru tanpa menghilangkan bentuk lamanya, dan juga dengan pertimbangan kelemahan, peluang dan ancaman yang menjadi pembanding antara Kemasan dan merek Sirup Kayu Manis Alfafa dengan kompetitor. Metode yang digunakan dalam perancangan promosi Sirup Kayu Manis Alfafa dengan melakukan analisis SWOT.

Perancangan menghasilkan media utama berupa kemasan yang dikemas dalam bentuk kemasan karton tebal dengan menampilkan visualisasi dan informasi dari Sirup Kayu Manis Alfafa. Media pendukung yang digunakan pada Perancangan Identitas Visual Sirup Kayu Manis Kabupaten Kerinci Alfafa diantaranya, poster, kartu nama, *x-banner*, pin, *totebag*, stempel, baju kaos, label botol.

Kata Kunci : Perancangan, Promosi, Kayu Manis, identity, Kemasan.

¹ Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode Maret 2018

² Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

³ Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

ABSTRACT

Alfafa is one of the businesses that produce quality cinnamon beverage drinks, which has been producing large amounts of syrup along with the many market demands. Established in 2005 based on TDI No : 888/I/Indag/2005 and health service number P-IRT: 113150103024. Establish this business because in the district of Kerinci is one of the largest cinnamon bark suppliers in Indonesia. With the aim of advancing the regional economy of Kerinci district.

The purpose of designing Identity Visual Sweetwood Syrup of Kerinci Alfafa Regency is to create a new Visual Identity of Alfafa Cinnamon Sauce without losing its old shape, and also consideration of weaknesses, opportunities and threats that compare to the packaging and brands of Alfafa Sweet Syrup with competitors. The design method begins with data collection, observation, interviews and documentation so that problems that occur in the promotion of Alfafa Cinnamon Syrup can be known, from the identification of the problem, by conducting SWOT analysis.

The design produces the main media in the form of packaging that is packed in the form of thick paperboard with displaying visualization and information from Alfafa Cinnamon Syrup. Supporting media used in design of visual Identity of Sweet Syrup of Regency of Kerinci Alfafa among others, poster, business card, X-banner, pin, totebag, stamp, T-shirt, bottle label.

Keywords: Designing, Promotion, Cinnamon, Packaging

¹ Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode Maret 2018

² Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

³ Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

A. Pendahuluan

Kerinci mempunyai potensi alam dan potensi hasil pertanian yang baik dapat berupa produk hortikultura maupun herbal. Herbal yang terpenting dan terkenal dari kabupaten Kerinci adalah kulit kayu manis atau *Cassiavera*. Tanaman kulit kayu manis termasuk tanaman tahunan yang berasal dari Sri Lanka.

Luas lahan kulit kayu manis di Indonesia kira-kira 15.500 ha. Areal yang terluas terdapat di Sumatera Barat termasuk daerah Kerinci sebagai pemasok, yaitu 10.000 ha. Kulit kayu manis yang berasal dari daerah ini adalah jenis *Cinnamomum burmani*.

Kulit kayu manis ini digunakan sebagai rempah-rempah, bahan industri farmasi, industri kosmetik, dan industri pengawetan makanan. Selain itu juga dipakai sebagai penyedap minuman dan makanan. Masyarakat Kerinci biasanya mengolah kulit kayu manis ini menjadi minuman khas Kerinci yaitu sirup kayu manis. Sirup khas Kerinci ini dapat ditemui di kios-kios pinggir jalan Desa Sulak Deras Mudik.

Alfafa merupakan salah satu usaha rumahan yang memproduksi minuman sirup kayu manis, telah memproduksi sirup dalam jumlah yang cukup besar. Sirup kayu manis produksi Alfafa mempunyai banyak khasiat yang terkandung diantaranya: mencegah kanker, mengurangi asam urat, menghangatkan tubuh, dan mengurangi reumatik.

Semakin banyaknya bermunculan produk yang sama tentunya akan membuat popularitas Sirup Kayu Manis Alfafa dikalangan masyarakat akan

hilang, jika dibandingkan sirup Alfafa dengan produk Sirup Kayu Manis lainnya Alfafa jauh lebih baik dari cara pembuatannya dan pengolahannya, namun Alfafa tidak didukung dengan identitas visual dan media promosi yang baik. berdasarkan informasi dari Ibuk SURIANTI pemilik usaha Alfafa, sejak berdirinya usaha Sirup Kayu Manis Alfafa sampai sekarang, kurang mengalami peningkatan dan perkembangan seperti yang diharapkan, hal ini disebabkan bentuk kemasan yang kurang menarik minat masyarakat.

Apabila usaha Sirup Kayu Manis Alfafa ini akan dibawa untuk menembus pasar *modrn*, tentunya kemasan menjadi hal penting untuk mempromosikan usaha Alfafa tersebut sehingga meningkatkan penjualan dan menjadikan usaha Alfafa lebih diminati oleh calon *target audience*. Berdasarkan pengamatan penulis kelapangan di desa Siulak Deras Mudik No.125 Kecamatan Gunung Kerinci Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi tepatnya di tepi jalan raya Sulak Deras jalan lintas Sumatera Barat-Kerinci. Kemasan Sirup Kayu Manis Alfafa sangat sederhana yaitu cuma menggunakan bahan botol kaca.

Melihat kondisi yang demikian usaha Alfafa perlu memiliki sebuah Identits Visual yang baik, yang berbeda dari usaha sirup kayu manis lainnya, perancangan ini diharapkan mampu meningkatkan daya jual Sirup Kayu Manis usaha Alfafa, dan melalui perancangan Identitas Visual ini dapat menanamkan citra positif usaha Alfafa kepada konsumen. Sehingga para konsumen dapat membedakan Alfafa dengan usaha Sirup Kayu Manis lainnya dan menjadi jaminan kualitas untuk produk yang dihasilkannya.

Identitas Visual yang dimaksud dapat diidentifikasi oleh khalayak melalui sebuah kemasan dan logo. Karena di era *global market* yang sangat kompetitif ini kemasan dan logo bukan lagi sekedar pembungkus, tanda atau merek dagang, melainkan sudah menjadi senjata bisnis. Pada dasarnya usaha Alfafa sudah memiliki kemasan dan logo namun apabila dilihat dari prinsip keilmuan dalam ranah kajian Desain Komunikasi Visual, Identitas Visual yang digunakan masih belum mewakili karakter dari usaha Alfafa yang telah berkembang lebih dari sepuluh tahun, serta dalam teknis penggunaannya pun belum konsisten. Dari beberapa data diatas penulis menemukan beberapa masalah terutama pada identitas visual sehingga harus adanya perancangan kembali Identitas Visual produk Sirup Kayu Manis Alfafa Kabupaten Kerinci agar produk memiliki daya jual yang lebih. Dengan demikian judul dari proposal karya akhir ini adalah "**Perancangan Identitas Visual Sirup Kayu Manis Alfafa Kabupaten Kerinci**".

1. Definisi Kemasan

Menurut Julianti (2014:15) mendefenisikan beberapa fungsi kemasan yaitu:

1. Menjaga kualitas produk
2. Produk menjadi lebih tahan lama
3. Sebagai alat komunikasi produk dan *Branding* kepada target *audience*
4. Membantu distribusi produk dari produsen sampai ke konsumen
5. Menjadkan produk dapat diproduksi secara massal

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tentang kemasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kemasan dapat diartikan sebagai suatu wadah / bungkus yang digunakan untuk menempatkan suatu hasil produksi

yang berguna untuk melindungi produk tersebut. Selain sebagai pelindung hasil produksi, kemasan juga dapat berguna sebagai nilai tambah dalam hal promosi terhadap produk perusahaan, agar dapat menarik minat konsumen untuk mengonsumsinya

2. Logo

Logo adalah penyingkatan dari *logotype*. Istilah logo baru muncul pada tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer dari *logotype*. Asal kata logo dari bahasa Yunani *logos*, yang berarti pembicaraan, akal budi, kata, pikiran. Logo bisa menggunakan elemen apa saja, ilustrasi, tulisan, *logogram*, gambar, dan lain-lain (Rustan Suriyanto, 2013: 12-13).

B. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat*).

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Sirup Kayu Manis Alfafa banyak disukai.
- 2) Sebagai usaha yang terbesar diantara usaha yang sama lainnya, usaha Alfafa berada pada level yang aman dalam persaingan bisnis di daerah sekitar.
- 3) Kualitas Sirup Kayu Manis Alfafa selalu diutamakan, selalu menggunakan kayu manis yang berkualitas untuk diproduksi. Hal ini tentu membuat cita rasa Sirup Kayu Manis Alfafa disukai konsumen

- 4) Terletak di tepijalan Raya Siulak Deras mudik Kabupaten Kerinci, dan merupakan jalan lintas Kerinci Sumatera Barat, membuat usaha ini mudah sekali untuk dicari.
- 5) Apabila musim liburan usaha Alfafa selalu dikunjungi oleh para wisatawan yang sedang berlibur di sekitar Kerinci, maupun berlibur keluar daerah untuk dijadikan oleh-oleh.
- 6) Jangkauan prouksi Sirup Kayu Manis Alfafa meningkat setiap tahunnya.
- 7) Sirup Kayu Manis Kerinci Alfafa sering mengikuti *event* seperti Festival Peduli Masyarakat Kerinci dalam proses promosi produk.

b. Kelemahan (*Weakness*)

- 1) Kemasannya sangat sederhana hanya menggunakan bahan botol kaca sehingga tidak adanya pembeda antara *produc* Alfafa dengan kompetitor lainnya.
- 2) Siruf Kayu Manis Alfafa dengan hanya menggunakan kemasan kaca Belum mamfu mendongkrak hasil penjualan Siruf Alfafa.
- 3) Kurangnya promosi dari Alfafa sehingga konsumen tidak mengetahui mamfaat dan kualitas dari Siruf Kayu Manis Alafafa.
- 4) Tidak adanya pembeda kemasan dengan kompetitor lain.
- 5) Siruf Kayu Manis Alfafa sudah memili *identitas visual* tapi belum efektif dan efesien terhadap penjualan Siruf Alfafa

c. Peluang (*oppurtunity*)

1) Sebagai sebuah usaha yang mencitrakan nama daerah Kerinci, Alfafa berpeluang besar untuk menjadi usaha yang diutamakan baik dalam kualitas.

d. Ancaman (*Treathment*)

- 1) Alat produksi yang masih sangat sederhana
- 2) Manajemen perusahaan yang masih belum sempurna
- 3) Banyaknya usaha sejenis yang ada dipasaran

C. Pembahasan

Media adalah penempatan atau alat yang berisi pesan kepada target *audience*. Pesan tersebut berupa informasi untuk masyarakat mengetahui memahami dan mengerti produk yang ditawarkan.

1. Perancangan Merek

Dalam perancangan merek Alfafa ini menggunakan konsep ilustrasi Gunung Kerinci, dan Kulit Kayu Manis, pengambilan konsep ini untuk menampilkan ciri khas produk yang berasal dari daerah Kerinci sehingga tercipta merek yang khas untuk di aplikasikan ke kemasan Sirup Kayu Manis Alfafa. Perancangan kemasan dilanjutkan dengan pemilihan tipografi yang sesuai dengan konsep perancangan, tipografi yang digunakan adalah huruf **Gill san ultra bold** untuk “Sirup Kayu Manis Alfafa”.

2. Studi Logo

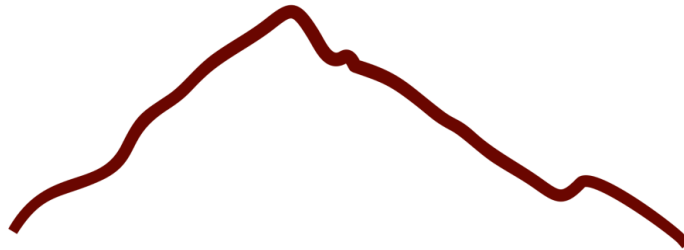
Ilustrasi yang dipergunakan dalam perancangan logo/merek makanan Sirup Kayu Manis Alfafa berupa stilasi dari bentuk Gunung Kerinci dan

kulit kayu manis sehingga sesuai dengan konsep perancangan identity kemasan Sirup Kayu Manis Alfafa.



Gunung kerinci

Gambar oleh : benny wijaya satria



Hasil stilasi dari bentuk gunung kerinci dijadikan logo/merek kemasan sirup kayu manis alfafa

Tipografi

Gambar oleh : benny wijaya satria

an ultra bold

untuk “alfafa” lalu diberikan bentuk penggabungan huruf dan pemisahan huruf. Sehingga alfafa memiliki karakter hiruf tersendiri.

alfafa

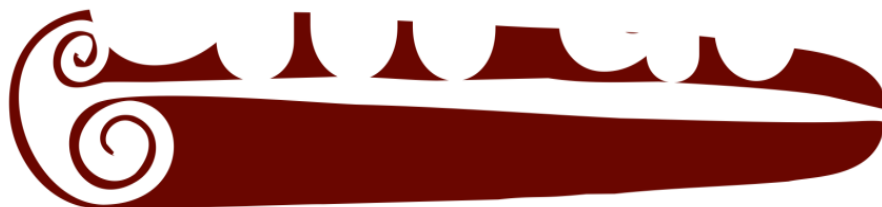
Typografi logo/merek kemasan sirup kayu manis alfafa

Gambar oleh : benny wijaya satria



Kulit kayu manis

Gambar oleh : benny wijaya satria



Hasil stilasi dari bentuk kulit kayu manis dijadikan logo/merek kemasan sirup kayu manis alfafa
Gambar oleh : benny wijaya satria

3. Perancangan Kemasan

Perancangan kemasan Sirup Kayu Manis Alfafa menggunakan teknik pengemasan dengan kemasan karton tebal. Kemasan dibuat elegan namun tetap simple dan unik, kemasan juga memiliki elemen ilustrasi Gunung

Kerinci dan Kulit Kayu Manis yang menjadi ciri khas dari keseluruhan kemasan produk Sirup Kayu Manis Alfafa.

Konsep yang akan digunakan dalam Perancangan Kemasan Sirup Kayu Manis Alfafa ini yaitu konsep yang berdasarkan dari produk kemasannya sendiri yaitu *icon* Gunung Kerinci dan Kulit Kayu Manis yang memiliki aroma yang khas, dalam perancangannya berlandaskan ide dari sebuah *icon* Gunung Kerinci dan Kulit Kayu Manis yang diolah menjadi sebuah ilustrasi. Desain kemasan dibuat seperti box kemasan minuman dengan ilustrasi *icon* Gunung Kerinci dan Kulit Kayu Manis yang dijadikan logo Sirup Kayu Manis Alfafa yang dicantumkan pada bagian depan kemasan, ditambahkan *tagline*.

4. Bentuk dan ukuran

Kemasan Sirup Kayu Manis Alfafa dibuat dengan berbeda isi, ada isi 2, 3, dan 4. Untuk ukuran isi 2 35 x 10 cm dengan bentuk persegi panjang, dan ukuran yang isi 3 dan 4 35 x 15 cm dengan persegi panjang. Kemasan Sirup Kayu Manis Alfafa persegi panjang akan ada 2, 3 dan 4 botol sirup yang dimasukkan kedalam packegeing yang telah disesuaikan dengan isi dan ukurannya masing masing. Pada kemasan sirup kayu Manis diberikan logo pada bagian depan belakang kotak agar bisa dilihat oleh konsumen.

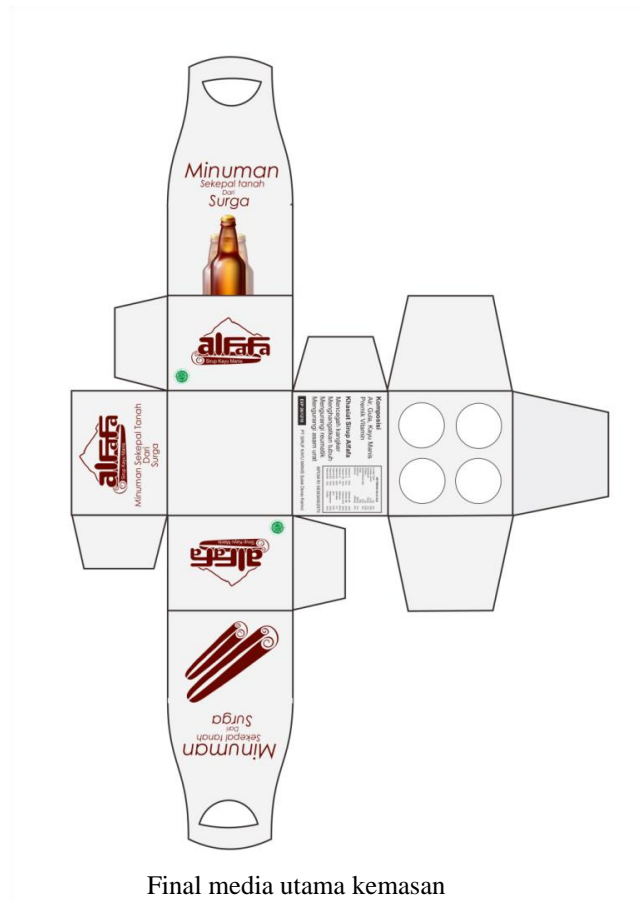
5. Final Desain

a. Media Utama



Final logo/merek kemasan sirup kayu manis alfafa

Gambar oleh : benny wijaya satria



Final media utama kemasan

Gambar oleh : benny wijaya satria

B. Media Pendukung



Poster



X-Banner



Kartu Nama



Baju Kaos



Totebag



Stempel



Pin



Label Botol

D. Penutup

1. Kesimpulan

Perancangan Identitas Visual Sirup Kayu Manis Alfafa Kabupaten Kerinci dapat disimpulkan bahwa, dalam melakukan sebuah *design*, diperlukan beberapa hal yang mendasar dan kuat sebagai pedoman serta alasan dalam melakukan Perancangan. Perancangan Identitas Visual Sirup Kayu Manis Alfafa Kabupaten Kerinci bukan hanya untuk bentuk Visualisasi dari kemasan akan tetapi juga diperhatikan aspek daya tahan agar Kemasan bukan hanya semata-mata untuk menjual sebuah produk akan tetapi juga melindungi produk yang dikemasnya, disinilah tujuan dilakukan Perancangan Kemasan untuk memperbaiki kekurangan serta menyesuaikan perancangan dengan tujuan dan latar belakang suatu perusahaan.

Perancangan Kemasan sangatlah mempertimbangkan berbagai aspek yang termasuk kedalam tujuan perusahaan, dan promosi produk sebagaimana inti dari Perancangan Identitas Visual Sirup Kayu Manis Alfafa Kabupaten Kerinci yaitu untuk menonjolkan ke khas-an produk melalui visual kemasan maupun merek kemasan, Penulis melakukan perancangan Perancangan Identitas Visual Sirup Kayu Manis Alfafa Kabupaten Kerinci banyak mempertimbangkan bentuk, warna serta tipografi agar dapat mencapai tujuan yang dimaksudkan oleh perusahaan dalam sebuah promosi produk maupun perusahaan.

Kemasan dan merek perusahaan yang baru akan diterapkan pada media pendukung, agar seluruh target perusahaan baik dalam penjualan maupun promosi mencapai puncak dari kesuksesan perusahaan.

2. Saran

Bagi penulis Agar Merek dan Kemasan Perancangan Identitas Visual Sirup Kayu Manis Alfafa Kabupaten Kerinci yang penulis rancang bisa dikenali sebagai suatu identitas perusahaan yang efektif khas dan unik oleh target audience.

DAFTAR PUSTAKA

Julianti, Sri, 2014. *The Art of Packaging*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: GRAMEDIA.