



Arty 10 (3) 2021

## Arty: Journal of Visual Arts

<http://journal.unnes.ac.id/siu/index.php/artv>

### DESIGN OF COFFEE VISUAL IDENTITY AS A PROMOTIONAL MEDIA

### PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL TJILIK COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI

**Ammas Ramadhani**<sup>✉</sup>

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

#### Info Artikel

*Sejarah Artikel:*

Diterima: Nov 2021

Disetujui: Nov 2021

Dipublikasikan: Des 2021

*Keywords:*

**Identitas Visual, Media Promosi, Coffeeshop, Tjilik Coffee.**

#### Abstrak

Perancangan identitas visual serta penerapannya dalam media promosi adalah solusi yang dinilai dapat mengatasi permasalahan Tjilik Coffee dan dapat membentuk ciri khas yang dapat meningkatkan nilai jual *coffeeshop* dimata masyarakat. Selain itu perancangan identitas visual juga dapat menjadi suatu media untuk memperkenalkan identitas Tjilik Coffee dengan jangkauan yang lebih luas. Perancangan identitas visual ditentukan menggunakan tema utama klasik dan dibagi menjadi beberapa media tercetak maupun *online* dengan beberapa tahapan meliputi *preliminary*, *pre-production*, *produksi*, dan *pasca produksi*. Selain itu, teknik cetak yang digunakan untuk mencetak media promosi meliputi *digital printing*, *cetak tembus/sablon*, dan *bordir*. Perancangan identitas visual yang kemudian diterapkan pada media promosi menghasilkan karya berupa logo, *stationery set* (Kartu nama, amplop beserta kop surat, map, notebook), brosur, poster, *packaging* (*ice cup*, *hot cup*, kemasan biji kopi), *Uniform*, *vehicle*, *booth*, *merchandise* (*t-shirt*, *totebag*, *patch*, *lighter*, *keychain*), dan *digital content*. Beberapa media promosi yang dihasilkan merupakan media yang dinilai dibutuhkan oleh manajemen dalam meningkatkan nama Tjilik Coffee karena memiliki sifat mengajak (*persuasif*), *informatif*, serta *support media*.

#### Abstract

*The design of visual identity and its application in promotional media is a solution that is considered to be able to overcome the problem of Tjilik Coffee and can form a characteristic that can increase the selling value of the coffee shop in the eyes of the community. In addition, visual identity design can also be a medium to introduce Tjilik Coffee's identity with a wider reach. The visual identity design is determined using the classic main theme and is divided into several printed and online media with several stages including preliminary, pre-production, production, and post-production. In addition, the printing techniques used to print promotional media include digital printing, translucent printing/screen printing, and embroidery. Visual identity design which is then applied to promotional media produces works in the form of logos, stationery sets (business cards, envelopes with letterhead, folders, notebooks), brochures, posters, packaging (ice cups, hot cups, coffee bean packaging), uniforms, vehicles, booths, merchandise (t-shirts, totebags, patches, lighters, keychains), and digital content. Some of the promotional media produced are media that are considered needed by management in improving the name of Tjilik Coffee because they have persuasive, informative, and media support properties.*

© 2021 Universitas Negeri Semarang

<sup>✉</sup> Alamat korespondensi:

Gedung B5 Lantai 2 FBS Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

E-mail: [nawang@unnes.ac.id](mailto:nawang@unnes.ac.id)

ISSN 2252-7516

E-ISSN 2721-8961

## PENDAHULUAN

Bagi sebagian orang Indonesia, meminum secangkir kopi sudah menjadi rutinitas. Ada beberapa alasan orang Indonesia gemar mengkonsumsi kopi, mulai dari menghilangkan rasa kantuk, hingga menjadi sebuah suntikan semangat sebelum memulai aktifitas di pagi hari. Kebiasaan meminum kopi ini dapat dilihat dari banyaknya tempat yang menyediakan kopi dalam daftar menunya, dari kedai kopi tingkat tradisional yang menyediakan jenis kopi biasa sampai kedai kopi kelas premium yang sering disebut 'coffeeshop' oleh sebagian masyarakat Indonesia. Beberapa contoh *coffeeshop* yang ada di Indonesia seperti *Starbucks Coffee*, *The Coffee Bean and Tea Leaf*, *Excelsor Coffee*, dan masih banyak lainnya.

Di kota Semarang sendiri mulai banyak bermunculan kedai kopi kelas menengah dengan berbagai konsep unik dan juga berusaha menampilkan identitas kedai kopi mereka sekreatif mungkin. Kedai kopi kelas menengah yang ada di Kota Semarang salah satunya adalah Tjilik Coffee. Beralamat di Jalan Sewan RT.08/RW.04, Pudukpayung, Kec. Banyumanik, Kota Semarang. Kedai kopi ini didirikan oleh dua sekawan yang bernama Aji Permana Sakti dan Dika Prabowo. Berdasarkan keterangan dari pemilik kedai kopi melalui wawancara langsung yang dilakukan pada tanggal 28 September 2019, semakin berkembangnya bisnis kedai kopi di Semarang dan juga banyaknya minat masyarakat akan kedai kopi mendorong pemilik untuk mulai mengembangkan bisnis kedai kopi.

Tjilik Coffee yang bisa dibilang sebagai kedai kopi baru masih mencoba meramu strategi yang digunakan untuk membentuk identitas

kedai kopi mereka agar memiliki keistimewaan tersendiri dan terkesan beda dari kebanyakan kedai kopi sederhana lainnya yang nantinya akan menarik minat masyarakat untuk berkunjung. Tidak seperti *Coffeeshop* premium yang memiliki kekuatan untuk mempromosikan dan membentuk *brand identity* mereka dengan cepat, *coffeeshop* kelas menengah yang dikelola mandiri cenderung sedikit mengalami kesulitan untuk menarik pengunjung untuk datang ke kedai mereka karena kurangnya promosi. Promosi yang digunakan masih mengandalkan cerita dari mulut ke mulut dengan adanya rekomendasi dari kerabat yang pernah berkunjung ke Tjilik Coffee dengan cara menyampaikan kelebihan yang ada di kedai kopi tersebut. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis menawarkan kepada Tjilik Coffee untuk melakukan perancangan identitas visual yang mencerminkan identitas *coffeeshop* mereka serta dapat menerapkannya ke dalam media promosi yang tepat sehingga sesuai dengan harapan dan target kedai kopi.

Dalam merancang identitas visual, penting untuk mengetahui arti dan aspek-aspek penting yang ada pada desain komunikasi visual. Menurut Tinarbuko (2009:23), dalam bukunya yang berjudul "Semiotika Komunikasi Visual", desain komunikasi visual adalah ilmu yang mengkaji ide komunikasi dan artikulasi kekuatan imajinatif, yang diterapkan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah beberapa elemen komunikasi visual yang terdiri dari gambar, gaya teks dan tipografi, komposisi, warna, dan tata letak. Semua elemen tersebut diperlukan untuk menyampaikan pesan tepat kepada sasaran yang dituju melalui visual maupun audio. Desain komunikasi visual juga

merupakan proses komunikasi antara sumber dan penerima dengan menggabungkan beberapa fase tahapan (Safanayong:2006; Pawito dan Sardjono:1994).

Di dalam perkembangannya selama beberapa abad, desain komunikasi visual mempunyai tiga fungsi dasar, yaitu sebagai sarana identifikasi, sebagai sarana informasi dan instruksi, dan sebagai sarana presentasi dan promosi (Cenadi, 1994:4). Sesuai dengan salah satu fungsi diatas, (Harto, 2016), menegaskan bahwa karya seni rupa desain yang baik bersifat komunikatif, sehingga dapat menyampaikan informasi dan pesan kepada pemirsanya. Elemen rupa atau visual seperti warna,, bidang, ukuran, tekstur, khroma, nada, dan elemen visual adalah elemen yang saling melengkapi dalam membentuk persepsi konsumen terhadap suatu karya/ produk (Irawan dan Tamara:2013; Nugrahani, 2015). Agar memiliki nilai estetika yang diinginkan, diperlukan prinsip penataan rupa yang dapat menentukan cara mengkombinasikan unsur-unsur seni rupa. Prinsip-prinsip menurut Sunaryo (2002:31-42) yaitu (1) Kesatuan, (2) Keserasian, (3) Irama, (4) Dominasi, (5) Keseimbangan, (6) Kesebandingan atau proporsi. Dengan pemahaman akan aspek-aspek dalam desain komunikasi visual tersebut, maka merancang identitas visual dapat dilakukan secara tepat dan sesuai sasaran.

Menurut Anggoro (2000:280), Identitas visual perusahaan adalah suatu cara atau hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan lainnya.. Sedangkan menurut Kasali (2003:110-114) dalam buku "Manajemen Public Relation Konsep dan Aplikasinya di Indonesia" mengatakan bahwa identitas visual perusahaan disebut juga

sebagai simbol perusahaan, bisa berbentuk logo perusahaan atau lambang lainnya dengan tujuan agar lebih mudah diingat oleh konsumen serta agar dijiwai oleh segenap karyawannya. Menurut Cenadi (1999:76-77), identitas visual perusahaan mempunyai beberapa fungsi diantaranya sebagai alat yang menyatukan strategi perusahaan, sebagai pemacu sistem operasional suatu perusahaan, sebagai pendiri jaringan *network* yang baik, serta sebagai alat jual dan promosi. Sebuah identitas visual perusahaan dapat dikatakan efektif jika memiliki beberapa karakter seperti simbolisme yang sesuai, memiliki pemicu kuat, dapat menjadi alat promosi, dan mengesankan konsumen (Sutojo, 2004:25-27). Identitas visual yang ditampilkan dengan konsisten akan memberi gambaran pada publik bahwa keberadaan perusahaan tersebut konsekuen dan profesional. Karena itu perlu kiranya memegang prinsip *unity* dalam menerapkan identitas visual ke seluruh media promosinya.

Menurut Tjiptono (2001:219), menyatakan bahwa promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.. Media promosi yang dibutuhkan tergantung dari bidang usahanya (Rustan, 2009), semakin baik media promosi yang digunakan, maka hasilnya pun akan semakin memuaskan. Promosi sendiri memiliki lima fungsi yang penting bagi suatu perusahaan diantaranya

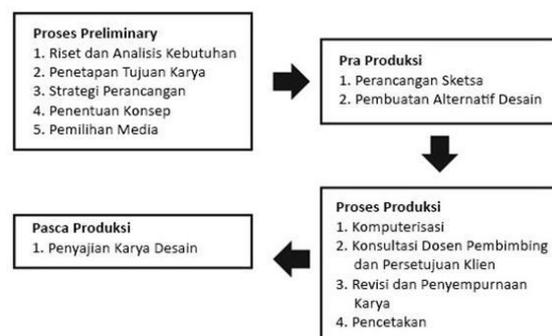
memberikan informasi, membujuk calon konsumen, mengingatkan, menambah nilai produk, serta mendampingi proses penjualan (Aropah, 2011:25-27). Setelah mengetahui strategi promosi yang sesuai, kemudian dilanjutkan dengan pemilihan media promosi yang sesuai agar menjadi media yang sesuai untuk menginformasikan, mengingat, dan membujuk serta mendorong adanya permintaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut Swastha (dalam Rangkuti 2009:50) menjelaskan bahwa promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Berdasarkan aspek bentuk fisik, jenis-jenis, media dibagi menjadi dua, yaitu media tercetak dan elektronik/ *online* (Sanaky, 2009:42). Media promosi yang baik harus memiliki kepekaan estetik yang tinggi serta memiliki sesuatu yang dapat menginformasikan pesan didalam media. Dengan menggunakan media promosi tercetak yang memiliki fisik dan dapat disebarakan secara massal kepada masyarakat dan didukung dengan media promosi *online* yang memiliki fleksibilitas dan jangkauan lebih luas menjadi kombinasi media promosi yang saling mengisi dan menguatkan satu sama lain.

### METODE BERKARYA

Dalam proses berkarya, dibutuhkan beberapa media yang digunakan untuk perancangan identitas visual Tjilik Coffee sebagai media promosi. Media berkarya

merupakan rangkaian alat dan bahan yang digunakan dalam proses menciptakan karya. Pertama bahan yang dibutuhkan adalah kertas HVS 80 gsm, kertas *ivory* 210 gsm, dan tinta warna CMYK. Sedangkan untuk alat yang digunakan terdiri dari alat gambar manual (pensil, penghapus, penggaris, drawing pen), perangkat keras atau *hardware* (laptop, *flashdisk*, *mouse*, *pen tablet*), dan perangkat lunak atau *software* (*Windows 10 Pro 64-bit*, *Coreldraw X7*, *Adobe Photoshop CS6*). Teknik berkarya perancangan identitas visual dibagi menjadi beberapa tahapan dari mulai observasi, menentukan tema pembuatan, mengumpulkan referensi, perancangan sketsa, proses *digitalize* desain, hingga sampai hasil final yang dapat dicetak maupun diaplikasikan secara *online*. Beberapa tahapan proses berkarya secara sistematis akan dijelaskan dalam bagan berikut ini.



**Gambar 1** Bagan Proses Berkarya

### HASIL DAN PEMBAHASAN KARYA

Dalam perancangan identitas visual Tjilik Coffee ini dihasilkan beberapa karya beserta media yang digunakan sebagai media promosi. Karya yang dicapai berupa logo, *stationery set* (kartu nama, amplop dan kop surat, map, *notebook*), brosur, poster, *packaging*,

*uniform, vehicle/ kendaraan, booth, merchandise (t-shirt, totebag, accessories bundle), dan digital content.*

### Karya 1 Logo



Gambar 2 Logo Tjilik Coffee

### Spesifikasi Karya

Judul : Logo Tjilik Coffee  
Media : Vector Art  
Software : Coreldraw X7  
Tahun : 2021

### Deskripsi Karya

Logo Tjilik Coffee dibentuk dengan gabungan beberapa komponen ide yang dikombinasikan sehingga membentuk logo yang sesuai dengan tema dan konsep yang diinginkan oleh manajemen Tjilik Coffee. Beberapa komponen ide tersebut yaitu jendela, pemandangan pegunungan, biji dan pohon kopi, serta sinar matahari. Semua komponen tersebut sedikit banyak menggambarkan Tjilik Coffee dari mulai arti nama coffeeshop, letak geografis, serta harapan dan tujuan yang hendak diraih oleh manajemen Tjilik Coffee dalam mengembangkan bisnis coffeeshop. Dirancang dengan pendekatan *logo gram* minimalis dengan pemilihan warna coklat yang memiliki kesan kokoh, tangguh, elegan, serta bernuansa klasik sangat cocok digunakan sebagai *trademark* untuk identitas visual Tjilik Coffee.

### Analisis Karya

Logo Tjilik Coffee dikerjakan menggunakan *software Coreldraw X7* dalam bentuk desain vektor, dengan tujuan resolusi gambar tidak akan menurun kualitasnya jika diperbesar. Proses pembuatan dimulai dengan pencarian ide/konsep, kemudian dilanjutkan

dengan membuat sketsa manual dengan pensil yang kemudian di *computerize* untuk dijadikan file digital. File digital kemudian diolah menggunakan *Coreldraw* untuk mengatur, membuat *logo grid*, menambahkan *logo type*, pemilihan warna, hingga sampai final desain.

Logo Tjilik Coffee menggunakan keseimbangan simetris. Hal ini terlihat dari penempatan antara *logo gram* dan *logo type* yang disusun seimbang ditengah. Selain terlihat presisi dan simetris juga menimbulkan minimalis karena hanya berisi perpaduan unsur garis tanpa ada bidang warna. Sementara Berdasarkan prinsip hirarki visual, perhatian pertama audience tertuju pada gambar visual yang berupa *logo gram*. Kemudian perhatian akan tertuju ke bawahnya yaitu *logo type* yang berisi teks utama yang bertuliskan nama *coffeeshop*. *Logo gram* yang merupakan perpaduan dari beberapa elemen seperti jendela sebagai dasar desain *logo gram* dikombinasikan dengan bentuk pegunungan sebagai *foreground* pada bagian bawah yang kemudian dikombinasikan dengan bentuk pohon kopi yang dirancang dengan unsur garis untuk menimbulkan kesan minimalis. Pada bagian atas ditambahkan bentuk biji kopi yang disinari cahaya matahari.

Karya desain logo ini dikerjakan dengan harapan ketika target market melihat, maka mereka dapat dengan mudah mengenalinya sebagai identitas dari Tjilik Coffee, karena dalam karya ini pesan yang disampaikan secara visual maupun verbal. Dari aspek visual, informasi didapatkan melalui unsur gambar berupa logo gram, sedangkan dari aspek verbal tampak dari logo type yang di dalamnya terdapat nama coffeeshop Tjilik Coffee. Jenis desain logo yang sedang naik daun pada era ini juga menjadi daya tarik sekaligus memudahkan audiens mengetahui bahwa Tjilik Coffee adalah sebuah kedai coffeeshop. Desain minimalis yang hanya terdiri dari unsur garis serta dibalut dengan pemilihan warna coklat yang memiliki kesan klasik dan berhubungan dengan industri coffeeshop semakin menguatkan kesan identitas yang terkandung dalam desain logo.

## Karya 2 Stationery Set (kartu nama)



Gambar 3 Kartu Nama Tjilik Coffee

### Spesifikasi Karya

Judul	: Kartu nama Tjilik Coffee
Media	: Cetak Digital pada kertas ivory 260 gsm laminasi doff
Ukuran	: 9 x 5,5 cm
Software	: Coreldraw X7
Tahun	: 2021

### Deskripsi Karya

Kartu nama berbentuk persegi Panjang dengan ukuran 9 x 5,5 cm dan dicetak digital pada kertas ivory dua sisi. Unsur yang terdapat pada sisi depan terdiri atas desain latar belakang/ background berwarna hijau dengan desain bentuk abstrak beroverlay dan juga desain pegunungan yang dieksekusi menggunakan teknik seperti peta topografi yang hanya terdiri dari susunan garis yang menghasilkan bentuk pegunungan. Point of interest tertuju pada desain logo yang ditempatkan pada bagian tengah kartu nama. Sedangkan untuk sisi belakang kartu nama terdapat deskripsi singkat tentang Tjilik Coffee. Selain itu juga terdapat informasi alamat coffeeshop, jam operasional, dan akun sosial media. Desain foreground menggunakan desain bentuk abstrak beroverlay pada bagian atas berwarna hijau, sedangkan untuk background menggunakan warna putih dan terdapat desain topografi pegunungan yang terlihat samar pada bagian belakang. Sisi kanan bersebelahan dengan teks informasi disisipkan desain logo Tjilik Coffee dengan banner hijau dibagian belakang logo.

### Analisis Karya

Perancangan diawali dengan sketsa layout dari kartu nama secara manual yang kemudian di *computerize* dan diolah

menggunakan *Coreldraw X7*. Selanjutnya dimulai dengan perancangan *background* bagian depan dan belakang dengan aksentuasi menyerupai desain peta topografi yang berupa susunan garis. Sisi belakang terdapat teks berisi informasi tentang Tjilik Coffee dengan pemilihan warna utama hijau dan abu-abu.

Kesatuan karya dapat dilihat karena adanya keserasian antara unsur-unsur dan prinsip desainnya. Serta didukung dengan pemilihan warna yang sesuai semakin menambah kesan serasi sekaligus menimbulkan nuansa klasik sesuai dengan identitas Tjilik Coffee. Perwujudan analisis formal yang tertulis di atas ditulis berdasarkan unsur yang paling menonjol di dalam desain karya yang sudah dibuat. Kartu nama ini berfungsi untuk menginformasikan identitas dari *coffeeshop* berkaitan dengan alamat, jam operasional, dan kontak yang bisa dihubungi untuk reservasi.

## Karya 2 Stationery Set (amplop dan kop surat)



Gambar 4 Amplop dan Kop Tjilik Coffee

### Spesifikasi Karya

Judul	: Amplop dan kop surat Tjilik Coffee
Media	: Cetak digital pada kertas Art Karton 210 gsm dan HVS 100 gsm
Ukuran	: 11,4 x 16,2 cm dan 21 x 29,7 cm
Software	: Coreldraw X7
Tahun	: 2021

### Deskripsi Karya

Amplop memiliki ukuran 11,4 x 16,2 cm berbentuk persegi panjang atau amplop c6 dengan orientasi landscape, sedangkan untuk kop surat berukuran 21 x 29,7 cm dengan

orientasi vertikal. Desain amplop dan kop surat menggunakan warna dominan hijau dan putih dengan aksentasi bentuk abstrak beroverlay dan juga bentuk pegunungan pada bagian bawah untuk bagian depan amplop. Sedangkan pada bagian belakang tetap dengan dominan warna hijau, namun untuk aksentasi desain abstrak beroverlay diletakkan pada bagian tutup amplop pada bagian atas dengan pemilihan warna coklat. Logo diletakkan pada bagian samping bawah amplop untuk menjaga kesan minimalis. Dan untuk kop surat memiliki kesan minimalis dengan menampilkan unsur desain pegunungan secara transparan untuk menjaga keharmonisan desain.

### Analisis Karya

Perancangan dimulai dengan tahapan sketsa manual dengan pensil dan kemudian di *scan* untuk diolah secara digital memakai *Coreldraw X7*. Pertama adalah membuat *background* untuk amplop dan kop surat dengan warna hijau dan putih dengan aksentasi desain pegunungan yang berfungsi sebagai ciri khas identitas desain visual Tjilik Coffee. Langkah terakhir adalah menambahkan logo dan beberapa teks berisi informasi penting mengenai *coffeeshop*.

Amplop dan kop surat ini memiliki fungsi sebagai sarana pendukung dalam media surat menyurat kepada klien, serta dilengkapi dengan identitas *coffeeshop* berupa alamat dan kontak yang berguna untuk mempermudah proses komunikasi yang bersifat formal untuk tujuan tertentu.

### Karya 2 Stationery Set (map)



Gambar 5 Map Tjilik Coffee

### Spesifikasi Karya

Judul : Map Tjilik Coffee

Media : Cetak digital pada kertas *Ivory* 260 gsm laminasi doff  
 Ukuran : 37,5 x 25 cm  
 Software : *Coreldraw X7*  
 Tahun : 2021

### Deskripsi Karya

Desain map berbentuk persegi Panjang, dengan orientasi vertikal, memiliki ukuran 37,5 x 25 cm. Desain map menggunakan tali dan tutup pengait pada bagian atas, bukan menggunakan jenis map buka tutup. Hal tersebut dipilih untuk menciptakan kesan simpel dan minimalis namun tetap fresh. Menggunakan warna dasar hijau dikombinasikan dengan elemen desain khas yang diterapkan dalam tiap media Tjilik Coffee, yaitu desain pegunungan yang dirancang seperti desain peta topografi yang hanya menggunakan unsur garis. Elemen desain pegunungan diletakkan pada bagian bawah map dan memiliki warna hijau dikombinasikan dengan coklat untuk sisi depan map dan warna hijau untuk bagian belakang. Logo Tjilik Coffee ditempatkan persis ditengah map dengan tambahan teks berupa detail informasi pada bagian depan dan juga bidang persegi panjang dengan titik-titik didalamnya yang berfungsi sebagai tempat untuk menuliskan suatu perihal informasi tentang map. Pada sisi belakang map terdapat teks yang berisi informasi seperti akun sosial media, *e-mail*, dan kontak yang dapat dihubungi.

### Analisis Karya

Desain map ini dirancang menggunakan *software Coreldraw X7*. Adapun prosesnya adalah dengan membuat bidang ukuran 37,5 x 25 cm dengan pemilihan warna utama yaitu hijau. Dengan pendekatan desain minimalis namun memiliki kesan klasik yang ditampilkan pada pemilihan warna hijau dan coklat dalam setiap elemen desain yang terdapat pada map. Selain itu ditambahkan pula teks bertuliskan *about us* lengkap dengan informasi berisi akun sosial media, *e-mail*, dan kontak Tjilik Coffee.

Menggunakan desain pegunungan dengan unsur garis seperti desain peta topografi sebagai desain utama yang merupakan ciri khas dari desain yang diterapkan pada media promosi Tjilik Coffee. Keseimbangan yang ada pada karya

ini adalah keseimbangan simetris. Meskipun demikian, keseluruhan desain tetap terasa tidak monoton karena perancangan dan tata letak desain yang saling mengisi dan terkesan hidup dan juga didukung dengan pemilihan warna yang sesuai dan menarik dan memiliki kesatuan dengan elemen desain yang digunakan.

Karya ini merupakan media yang digunakan sebagai material pendukung dalam urusan surat-menyurat sekaligus dapat meletakkan beberapa file/ berkas penting terkait keperluan perusahaan. Pesan dalam karya ini juga bersifat membantu aktivitas lain terutama dalam keperluan Tjilik Coffee. Harapannya saat bertemu klien dan akan menyerahkan berkas yang menggunakan map ini, maka akan memiliki nilai lebih dan akan teringat dengan *coffeeshop*.

### Karya 2 Stationery Set (notebook)



Gambar 6 Notebook Tjilik Coffee

### Spesifikasi Karya

Judul : Notebook Tjilik Coffee  
 Media : Cetak digital pada kertas *bookpaper* 55 gsm  
 Ukuran : 18 x 12 cm  
 Software : Coreldraw X7  
 Tahun : 2021

### Deskripsi Karya

*Notebook* berbentuk persegi panjang dengan orientasi vertikal, memiliki ukuran keseluruhan 18 x 12 cm dan jika dilipat menjadi 9 x 12 cm. Warna dasar yang digunakan adalah warna coklat. Pemilihan warna coklat dimaksud untuk menimbulkan kesan *vintage* atau klasik sesuai dengan identitas Tjilik Coffee. Pada bagian cover depan dirancang minimalis dengan hanya memiliki elemen desain berupa tipografi, beberapa objek bidang, dan logo Tjilik Coffee,

sedangkan pada bagian belakang tetap menggunakan warna dasar coklat diisi dengan beberapa elemen desain seperti tipografi dan objek bentuk pegunungan.

### Analisis Karya

Desain *notebook* dirancang dengan menggunakan *Coreldraw X7*. Adapun prosesnya dimulai dengan menjadi dua bagian lembar kerja untuk pembuatan cover. Cover depan menggunakan warna dasar coklat dengan elemen desain tipografi, objek bentuk, dan logo. Sedangkan cover belakang dirancang dengan tetap menggunakan warna coklat. Dirancang minimalis dengan desain tipografi bertuliskan *have a nice day* pada bagian tengah. Jika *notebook* dibuka, pada balik cover depan ditambahkan teks *begin your journey* dengan desain pegunungan khas Tjilik Coffee sebagai pemanis.

Keseimbangan pada karya ini adalah keseimbangan asimetris pada bagian cover depan, karena penempatan layout elemen desain yang disusun tidak monoton di tengah dan tidak selalu sejajar. Penataan tata letak tersebut juga dimaksudkan agar desain terlihat fresh dan sesuai dengan target pasar Tjilik Coffee. Sedangkan untuk cover belakang menggunakan keseimbangan simetris karena semua elemen desain disusun sejajar di tengah media, namun tetap memiliki kesan yang dinamis dan tidak monoton. Kesatuan dalam karya ini adalah karena kesinambungan antar elemen desain dan pemilihan warna yang sesuai dan juga tidak membosankan.

Karya ini berfungsi sebagai material stationery yang dapat dibagikan kepada klien sebagai bentuk promosi yang praktis dan minimalis, selain itu *notebook* juga dapat dikombinasikan dengan media lain sebagai pendukung media promosi. Selain itu karya ini juga berfungsi sebagai pendukung dalam kegiatan tertentu yang membutuhkan note seperti kegiatan formal maupun non-formal.

### Karya 3 Brosur



Gambar 7 Brosur Tjilik Coffee

#### Spesifikasi Karya

Judul	: Brosur Tjilik Coffee
Media	: Cetak digital pada kertas ivory 210 gsm laminasi doff
Ukuran	: 24 x 13 cm
Software	: Coreldraw X7 dan Adobe Photoshop CS6
Tahun	: 2021

#### Deskripsi Karya

Brosur dirancang tiga lipatan dimana bagian dalam brosur berisi info tentang Tjilik Coffee dan apa yang menjadi ciri khas dan menu *speciality* yang disajikan. *Background* dibuat berbeda setiap lekukan brosur yaitu perpaduan warna putih kekuningan, kuning dan coklat. pemilihan warna didasarkan dengan pertimbangan tema dan identitas yang diusung Tjilik Coffee, yaitu klasik dan *vintage*. Tetap menggunakan objek desain pegunungan sebagai elemen desain pelengkap seperti pada *stationery set*, namun dalam desain brosur ini dipadukan dengan bentuk abstrak beroverlay yang menambah kesan estetik minimalis dengan pertimbangan tata letak yang tepat. Desain yang beroverlay antara bidang dan garis dengan pendekatan khas gaya *vintage aesthetic* yang sedang banyak digunakan dalam desain *coffeeshop* sebagai pendukung desain agar terlihat kesan *teenage* atau muda dan segar yang juga ditambahkan sedikit elemen *dotted*. Pada bagian dalam brosur dimasukkan pula beberapa foto kegiatan dan aktivitas di Tjilik Coffee beserta foto beberapa menu varian kopi untuk memberikan pengenalan informasi agar seseorang yang melihat brosur akan penasaran dan mencoba berkunjung.

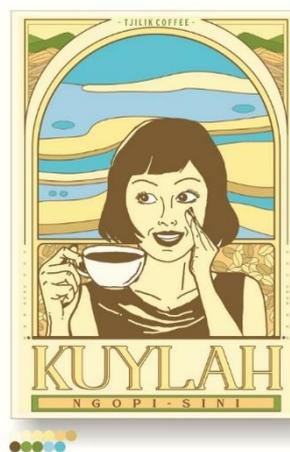
#### Analisis Karya

Desain brosur dibuat dengan memadukan beberapa foto berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh *coffeeshop* Tjilik Coffee. Dimulai dengan sketsa layout brosur yang kemudian dipindai dengan *scanner* dan diolah menjadi file digital. Brosur dirancang dengan menggunakan *software Coreldraw X7* dan *Adobe Photoshop CS6*. *Adobe Photoshop CS6* digunakan untuk melakukan *editing* foto dokumentasi yang kemudian di *import* ke lembar kerja *Coreldraw X7* untuk diolah dan ditambahkan beberapa elemen desain hingga menjadi hasil akhir yang sesuai.

Keseimbangan yang terdapat pada karya brosur ini adalah keseimbangan asimetris, dapat dilihat pada layout masing-masing panel yang dirancang dengan penataan yang tidak monoton selalu sesuai *margin*. Setiap elemen ditempatkan saling melengkapi dan menampilkan identitas Tjilik Coffee dengan kesan menarik dan dinamis pada desain brosur. Kesatuan dalam karya ini terbentuk karena penataan tata letak perwajahan yang sesuai dan saling mendukung serta kepaduan fungsi dari setiap elemen desain.

Karya brosur ini menggunakan jenis pesan persuasif karena bertujuan untuk mengajak khalayak target pasar Tjilik Coffee agar mau berkunjung ke *coffeeshop* dan merasakan kopi yang disajikan Tjilik Coffee. Selain itu, brosur juga bersifat informatif karena didalamnya berisi informasi tentang apa saja yang disajikan dan menjadi andalan *coffeeshop* serta berisi informasi alamat, jam operasional dan kontak maupun akun sosial yang bisa dihubungi dan dikunjungi.

#### Karya 4 Poster



### Gambar 8 Poster Tjilik Coffee

#### Spesifikasi Karya

Judul	: Poster Tjilik Coffee
Media	: Cetak digital pada kertas <i>Cts</i> 190 gsm
Ukuran	: 42 x 59,4 cm
Software	: <i>Coreldraw X7</i> dan <i>Adobe Photoshop CS6</i>
Tahun	: 2021

#### Deskripsi Karya

Menggunakan referensi poster iklan produk jaman dulu/ *vintage* dan desain poster acara musik jaman dulu, desain poster Tjilik Coffee ini dirancang. Secara garis besar poster berisi beberapa elemen dan bagian seperti desain utama, *foreground* pendukung suasana, dan tipografi untuk mendukung kesan *vintage*. Bagian utama adalah desain gambar seorang wanita yang memegang secangkir kopi dan memiliki gestur sedang berbisik seolah ingin mengajak siapapun yang melihat poster tertarik untuk mencoba seduhan Tjilik Coffee. Dengan perpaduan warna coklat menghasilkan kesan lawas dan antik namun tetap memiliki daya tarik dimasa sekarang. *Foreground* didesain dengan beberapa bentuk yang dalamnya diisi dengan semua unsur yang berhubungan dengan Tjilik Coffee.

#### Analisis Karya

Desain poster ini dibuat dengan menggunakan software *Coreldraw X7* dan *Adobe Photoshop CS6*. Pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa manual yang kemudian di *scan*. Setelah itu dilanjutkan dengan mengolah secara digital dengan *Adobe Photoshop CS6* dengan cara *tracing* sketsa menjadi desain utama berupa karakter perempuan memegang cangkir kopi. Setelah desain karakter selesai, kemudian dipindahkan ke *Coreldraw X7* untuk dilayout dan ditambahkan beberapa elemen desain agar menjadi desain yang matang.

Poster ini dirancang dengan ukuran A2 atau 59,4 x 42 cm dengan orientasi vertikal. Dirancang dengan beberapa elemen desain yang sesuai dengan pesan dan identitas yang akan disampaikan oleh Tjilik Coffee. *Point of Interest* dalam karya ini terletak pada desain karakter

perempuan dengan cangkir. Prinsip keseimbangan yang digunakan pada karya ini adalah keseimbangan simetris karena seluruh elemen desain dirancang rata tengah. Pemilihan warna dan tata letak perwajahan yang sesuai dan serasi membuat desain tidak monoton dan memiliki pesan menarik walaupun dirancang rata tengah. Kesatuan dalam karya ini terlihat pada komposisi tata letak antara desain utama dan *tagline* yang saling mengisi dan dapat dipahami dengan mudah saat melihatnya. Selain itu pemilihan warna yang sesuai semakin meningkatkan kesatuan antar elemen desain.

Desain poster ini bersifat persuasif karena bertujuan untuk mengajak khalayak sasaran baik mahasiswa, pelajar, pekerja, ataupun lapisan masyarakat lainnya untuk mau berkunjung ke *coffeeshop* Tjilik Coffee dan merasakan produk kopinya. Selain itu poster juga bersifat komunikatif karena berusaha menyampaikan pesan dari Tjilik Coffee untuk masyarakat bahwa *coffeeshop* Tjilik Coffee memiliki identitas yang menarik dan sangat cocok untuk berbagai lapisan masyarakat, terutama untuk pecinta kopi, pegiat motor klasik dan *custom*.

### Karya 5 Packaging



Gambar 9 Packaging Tjilik Coffee

#### Spesifikasi Karya

Judul	: <i>Packaging</i> Tjilik Coffee
Media	: Cetak digital <i>cup</i> plastik, karton, dan kemasan aluminium foil
Ukuran	: 236 ml, 354 ml, dan 250 gr
Software	: <i>Coreldraw X7</i>
Tahun	: 2021

### Deskripsi Karya

Perancangan kemasan dibagi menjadi tiga, yaitu *coffee cup plastic*, *cup coffee* khusus *hot coffee*, dan kemasan biji kopi. Ide dasar desain menggunakan identitas Tjilik Coffee, yaitu klasik dibalut dengan kesan modern. Untuk *coffee cup* plastik desain yang digunakan adalah desain lanskap pegunungan yang diaplikasikan pada bagian bawah melingkari *coffee cup* ditambah dengan logo Tjilik Coffee, desain tipografi, dan elemen desain minimalis pada tiap sisi kemasan. Untuk kemasan *hot coffee* berbahan karton dengan ketebalan tertentu menggunakan perpaduan warna coklat, kuning, dan jingga sebagai warna dasar. Pada bagian bawah *cup* didesain dengan *pattern design* yang digunakan pada hampir seluruh media, yaitu desain lanskap pegunungan. Pada bagian belakang desain pegunungan ditambahkan bidang beroverlay dengan warna jingga dan kuning. Desain hanya berada pada bagian bawah *cup* untuk memberikan kesan minimalis dan elegan. Desain *hot coffee cup* disempurnakan dengan desain karton tambahan berukuran kecil melingkar pada bagian tengah *cup*. Dan untuk kemasan biji kopi didesain dengan ide desain seperti papan merek jaman dahulu yang penuh ornamen dan perpaduan tipografi.

### Analisis Karya

*Packaging* dirancang dengan menggunakan *software Coreldraw X7*. Dirancang menjadi tiga desain meliputi desain *packaging* untuk *ice coffee*, *hot coffee*, dan kemasan untuk biji kopi. Dimulai dengan melakukan riset untuk menentukan bentuk, ukuran, dan bahan kemasan yang akan digunakan, lalu proses *sketching*, merancang desain satu persatu dengan ide dasar yang sudah ditentukan hingga menjadi desain final yang sempurna.

Dasar perancangan desain kemasan Tjilik Coffee adalah minimalis dengan kombinasi warna klasik. Elemen desain yang menjadi ciri khas Tjilik Coffee yaitu desain pegunungan menjadi *point of interest* beserta logo Tjilik Coffee. Selain itu layout yang digunakan untuk ketiga jenis *packaging* juga tidak jauh berbeda. Desain untuk *cup ice coffee* dirancang monokrom dengan hanya menggunakan satu warna yaitu coklat. *Hot*

*coffee cup* dirancang tidak jauh berbeda dengan *cup ice coffee*, hanya saja warna yang digunakan lebih kompleks. Dan kemasan biji kopi dirancang dengan kesan *retro vintage* dan minimalis. Keseimbangan yang digunakan dalam desain *packaging* ini yaitu keseimbangan simetris karena desain dilayout secara teratur dan kebanyakan desain ditata berada ditengah *packaging*. Kesatuan pada karya ini terlihat pada pemilihan warna yang sesuai dengan identitas dan fungsi yang ingin disampaikan Tjilik Coffee.

*Packaging* ini berfungsi untuk pemesan produk kopi secara *take away* atau dibawa pulang. Karena tidak memungkiri jika setiap *customer* tidak selalu ingin menyeduh kopi di tempat/ *coffeeshop*. Maka dari itu *packaging* digunakan untuk pemesan *take away* atau pemesan melalui *platform* tertentu seperti *gofood*. Dengan hal tersebut Tjilik Coffee juga secara tidak langsung dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

### Karya 6 Uniform



Gambar 10 Uniform Tjilik Coffee

### Spesifikasi Karya

Judul	: Uniform Tjilik Coffee
Media	: Bordir pada kain kanvas dan cetak tembus.
Ukuran	: M, L, XL
Software	: Coreldraw X7 dan Adobe Photoshop CS6
Tahun	: 2021

### Deskripsi Karya

Desain uniform yang dirancang terdiri dari desain apron dan juga *T-shirt* untuk *Barista*. Kedua media seragam tersebut dianggap dapat menyampaikan pesan yang diusung oleh Tjilik Coffee, dipadukan

dengan bawahan *jeans* dan *sneakers*. Desain *apron* dirancang dengan warna dasar coklat yang menjadi warna favorit Tjilik Coffee karena memiliki makna kuat, membumi dan tentu saja menciptakan kesan klasik dan lawas. *Apron* menggunakan bahan kanvas untuk bagian utama, sedangkan pada tali leher dan pinggang menggunakan kulit berjenis *pull up leather*. Bagian utama didesain dengan *pattern* garis horizontal dengan warna coklat, sama dengan warna utama *apron* namun memiliki intensitas warna yang sedikit lebih terang. Pada bagian atas terdapat logo Tjilik Coffee yang diaplikasikan dengan teknik bordir dengan warna putih kecoklatan. Untuk desain *T-shirt* menggunakan pendekatan tipografi dengan desain bertuliskan "*as barista*". Dengan menggunakan jenis *font serif* yang memiliki kesan klasik dengan warna kombinasi coklat kekuningan menambah kesan klasik namun tetap menarik. Pada bagian depan dirancang minimalis dengan desain logo Tjilik Coffee pada bagian kanan dada berukuran kecil.

### Analisis Karya

Desain *uniform* untuk pegawai dan *barista* Tjilik Coffee ini dirancang dengan menggunakan *Coreldraw X7* dan *Adobe Photoshop CS6*. Adapun prosesnya dimulai dari mengumpulkan referensi, dilanjutkan dengan membuat sketsa manual desain *uniform*, proses *computerize*, hingga menambahkan *mock up* laki-laki dan perempuan dengan pendekatan *style* kartun untuk membuat desain *uniform* lebih menarik.

*Point of Interest* pada karya ini terdapat pada logo Tjilik Coffee yang dirancang dan dilayout dengan cermat dan tidak monoton. Kesatuan dalam karya ini muncul karena keserasian antar bagian *uniform* yang saling mengisi fungsi dan kombinasi warna yang elegan. Atribut *apron* dan *t-shirt* yang dirancang ini merupakan seperangkat seragam/ *uniform* standard yang digunakan oleh karyawan dan *barista* yang bekerja di *coffeeshop* maupun yang berkeliling dengan kendaraan atau Gerakan "Tjilik Kopleng". Pesan dalam karya ini bersifat informatif karena berisi identitas dan logo Tjilik Coffee. Harapannya saat tim karyawan dan *barista* mengenakan *uniform* tersebut akan menjadi media promosi berjalan yang akan meningkatkan

*brand awareness* pelanggan terhadap *coffeeshop* Tjilik Coffee.

### Karya 7 Vehicle/ Kendaraan



Gambar 11 Kendaraan Tjilik Coffee

### Spesifikasi Karya

Judul	: <i>Vehicle</i> Tjilik Coffee
Media	: Kendaraan jenis skuter
Ukuran	: Menyesuaikan
Software	: <i>Coreldraw X7</i> dan <i>Photoshop CS6</i>
Tahun	: 2021

### Deskripsi Karya

Desain untuk kendaraan Tjilik Coffee dirancang dengan pendekatan klasik minimalis dengan perpaduan dari beberapa warna seperti biru untuk warna skuter, dan coklat untuk warna box skuter, kursi lipat dan *chalkboard menu*. Dirancang sesuai dengan keinginan pemilik Tjilik Coffee yang menyukai hobi motoran dan ngopi. Desain dibagi menjadi beberapa bagian yaitu desain skuter, box dan isinya, serta media lain seperti bendera, *chalkboard menu*, *mini banner*, dan poster. Desain Kendaraan ini menggunakan perpaduan gambar bitmap dan vektor saat perancangan untuk mencapai hasil yang maksimal dan sesuai keinginan.

### Analisis Karya

Desain *vehicle* ini dibuat dengan menggunakan *Coreldraw X7* dan *Adobe Photoshop CS6*. Dimulai dengan membuat sketsa rancangan desain, kemudian proses *computerize* di *software Adobe Photoshop CS6* dengan alat bantu *pen tablet*. Ilustrasi kendaraan dirancang dengan pendekatan semi kartun dan menggunakan pemilihan warna biru. Setelah selesai desain kendaraan kemudian

di *import* pada *Coreldraw X7* untuk ditambahkan desain pendukung yang diperlukan.

*Vehicle* dirancang untuk dapat berkeliling dalam mengenalkan Tjilik Coffee sekaligus untuk berjualan secara *mobile* yang disebut dengan gerakan “Tjilik Koping (Kopi Keliling)”. *Vehicle* dirancang dengan box pada bagian belakang yang berisi peralatan untuk membuat kopi. Selain itu box juga berguna sebagai media untuk meletakkan atribut pendukung lainnya. Jika kendaraan berhenti pada spot atau tempat tertentu, *chalkboard menu* diletakkan disamping kendaraan sebagai penarik perhatian audiens agar penasaran dan akan berusaha mencoba produk kopi. *Point of Interest* dalam karya ini terdapat pada desain kendaraan dan atribut yang dinamis dan menarik perhatian.

Pesan dalam karya ini bersifat informatif karena berisi identitas serta nama dan logo *coffeeshop* yang berusaha untuk menimbulkan penasaran dan keingintahuan tentang Tjilik Coffee yang nantinya dapat berkunjung ke *coffeeshop*. Harapannya saat *vehicle* mulai beroperasi dapat menjadi media promosi berjalan dimana identitas yang ingin disampaikan dan produk yang ditawarkan Tjilik Coffee dapat menarik perhatian audiens yang melihat.

### Karya 8 Booth



Gambar 12 Booth Tjilik Coffee

### Spesifikasi Karya

Judul	: Booth Tjilik Coffee
Media	: Cetak digital pada kertas <i>ivory</i> 310 gsm
Ukuran	: 42 x 59,4 cm
Software	: <i>Adobe Photoshop CS6</i>
Tahun	: 2021

### Deskripsi Karya

*Booth* didesain dengan desain minimalis tidak terlalu besar namun mencakup seluruh elemen pendukung yang dibutuhkan dalam sebuah media booth. Mengandalkan bahan utama yaitu kayu jatilondo yang biasa digunakan sebagai desain interior dalam sebuah *coffeeshop*. Dengan dominasi warna coklat, semakin menambah kesan natural dan bebas atau yang sekarang lebih akrab disebut *indie*. *Neon box* ditempatkan pada bagian atas *booth* dengan bentuk logo dan tulisan Tjilik Coffee. Dibawahnya terdapat meja bar untuk menyajikan seduhan kopi. Dalam meja bar tersebut terdapat *chalkboard* yang digunakan sebagai menu, selain itu juga ditambahkan media pendukung lainnya dari *stationery*, yaitu kartu nama dan juga brosur untuk lebih meningkatkan promosi. Dibagian dinding *booth* dilengkapi dengan bendera yang sama digunakan pada media kendaraan/*vehicle* sebagai hiasan estetik dilengkapi dengan hiasa dinding desain vintage dibingkai kayu dan juga poster Tjilik coffee. Disamping disediakan meja dan kursi lipat untuk customer menikmati kopi. Sebagai pelengkap sekaligus menambah kesan estetik ditambahkan tanaman berjenis *monstera delicosa* ditempatkan pada pot berbahan gerabah yang sudah dilukis dengan desain bentuk abstrak dan garis yang beroverlay.

### Analisis Karya

Desain untuk media *booth* Tjilik Coffee dirancang dengan menggunakan *software Adobe Photoshop CS6* dengan alat bantu *pen tablet*. Adapun prosesnya dimulai dari mengumpulkan beberapa referensi *booth* yang kerap digunakan pada bidang usaha *coffeeshop*, kemudian proses *sketching* yang dilanjutkan dengan *computerize* desain dengan *software Adobe Photoshop CS6* dengan bantuan *pen tablet*. Tahapan desain dibagi menjadi beberapa tahapan mulai dari proses pembuatan *outline*, *detailed*, dan *coloring* hingga menjadi desain yang sempurna.

Desain *booth* dirancang dengan pemilihan warna dasar coklat sesuai dengan warna dasar media kayu yang digunakan. Pada bagian dinding *booth* dirancang berisi atribut pendukung media yang sama dengan atribut

pendukung pada media *vehicle*, yaitu bendera dan beberapa poster dekorasi berisi logo dan desain yang menunjukkan identitas Tjilik Coffee. Kesatuan dalam karya ini ada karena kesatuan fungsi yang menarik dan mencerminkan identitas *coffeeshop* secara jelas kepada audiens, selain itu tata letak dan komposisi atribut pendukung yang sesuai semakin menambah kesan menarik dan elegan pada *booth*.

Pesan dalam karya ini bersifat informatif karena berisi identitas dan logo Tjilik Coffee dan dilengkapi dengan media promosi lainnya. Harapannya saat *customer* melihat *booth* ini saat ada acara tertentu dapat semakin meningkatkan nama dan tingkat popularitas *coffeeshop* Tjilik Coffee sebagai salah satu *coffeeshop* yang memiliki keunikan dan identitas yang berbeda dari kebanyakan *coffeeshop* lain di Kota Semarang ini.

#### Karya 9 Merchandise (t-shirt)



Gambar 13 T-shirt Tjilik Coffee

#### Spesifikasi Karya

Judul : T-Shirt Tjilik Coffee  
 Media : Cetak tembus pada *cotton combed 24s*  
 Ukuran : M, L, XL, XXL  
 Software : *Adobe Photoshop CS6*  
 dan *Coreldraw X7*  
 Tahun : 2021

#### Deskripsi Karya

Desain T-shirt dirancang dengan warna dasar kaos putih berisikan desain *retro pop art* dengan desain utama seperti karakter film animasi lawas jaman dahulu. Dipadukan dengan gambaran desain kemasan *cup* kopi Tjilik Coffee yang pada bagian atas dilengkapi dengan desain tanaman

hias *coffeeshop*. Dengan perpaduan warna dominan jingga, coklat, dan hijau yang sangat pas dan juga berkaitan dengan warna dari desain media Tjilik Coffee lainnya. Menimbulkan kesan klasik namun juga *fun* dan menyenangkan sekaligus cocok dikenakan untuk segala *gender*. Desain dominan diletakkan pada bagian belakang kaos, sedangkan pada bagian depan didesain dengan desain minimalis tipografi tulisan Tjilik Coffee 3 warna. Desain tipografi dirancang minimalis dan mempertimbangkan keseimbangan desain yang terdapat pada *merchandise t-shirt*.

#### Analisis Karya

Desain *t-shirt* ini dirancang menggunakan *Adobe Photoshop CS6* dengan bantuan *pen tablet* dan kemudian dilayout pada *Coreldraw X7*. Adapun prosesnya adalah dimulai dengan mengumpulkan referensi berupa desain *anime retro* untuk pembuatan desain *t-shirt*. Dilanjutkan dengan rancangan sketsa awal yang kemudian di *scan* untuk dijadikan file digital dan diolah menggunakan *Adobe Photoshop CS6* dengan bantuan *pen tablet*. Desain dirancang dengan konsep *flat* atau satu warna untuk satu objek tanpa menggunakan *shading* atau gradasi. Hal tersebut untuk meningkatkan kesan klasik dan *retro*.

Desain objek perempuan yang terletak di bagian belakang *t-shirt* dijadikan *point of interest* yang menimbulkan kesan trendi dan mendorong audiens untuk memiliki produk *merchandise* tersebut. Keseimbangan dalam karya ini menggunakan keseimbangan asimetris, karena tata letak/ layout desain yang disusun secara acak tidak selalu berada ditengah yang menimbulkan dinamis dan karya yang menjadi lebih bebas dan hidup. Kesatuan dalam karya ini terbentuk karena kesatuan elemen desain berupa objek perempuan dan objek abstrak serta tipografi yang saling mengisi dan menciptakan keharmonisan karya serta pemilihan warna yang serasi dan sesuai dengan konsep yang direncanakan.

Pesan dalam karya ini bersifat informatif karena berusaha menampilkan identitas yang ingin disampaikan Tjilik Coffee kepada *customer*. Harapannya dengan media *merchandise t-shirt* ini dapat meningkatkan bidang produksi

Tjilik Coffee mengingat media *t-shirt* ini dijual dengan harga terjangkau dan memiliki nilai eksklusif.

### Karya 9 Merchandise (*t-shirt*)



Gambar 14 Totebag Tjilik Coffee

### Spesifikasi Karya

Judul : Totebag Tjilik Coffee  
 Media : Cetak tembus pada bahan blacu  
 Ukuran : 27 x 36 cm  
 Software : Adobe Photoshop CS6 dan Coreldraw X7  
 Tahun : 2021

### Deskripsi Karya

Totebag dirancang dengan desain bernuansa alam dengan kombinasi aliran *pop art* yang memiliki warna kontras. Desain utama pada totebag adalah kolase desain pegunungan, biji kopi dan tipografi. Pegunungan dirancang dengan bentuk kolase dengan bingkai berbentuk pegunungan pula. Pemilihan warna hijau, kuning, dan biru membuat kesan natural dan bebas sangat terlihat dalam desain ini. Pada bagian atas desain pegunungan terdapat tipografi bertuliskan "Tjilik Coffee" yang disusun tumpang tindih/ beroverlay dilengkapi. Desain dilengkapi dengan bentuk kemasan yang digambarkan secara kartun dibagian samping desain pegunungan. Logo Tjilik Coffee berwarna kuning diletakkan pada bagian pojok bingkai desain pegunungan sebagai *trademark*.

### Analisis Karya

Desain *totebag* dirancang dengan menggunakan *Adobe Photoshop CS6* dengan bantuan alat gambar berupa *pen tablet* dan dilayout dengan *Coreldraw X7*. Adapun prosenya adalah dimulai dengan mencari referensi yang sesuai dengan konsep dan identitas Tjilik Coffee. Selanjutnya setelah menemukan ide konsep dan referensi dilanjutkan

dengan membuat sketsa rancangan desain secara manual menggunakan pensil pada *sketchbook* yang kemudian di *scan* untuk dijadikan file digital. File digital kemudian diolah menggunakan *Adobe Photoshop CS6* dengan objek utama yaitu desain pegunungan dengan awan dikombinasikan dengan desain tipografi dan desain kemasan.

Keseimbangan yang digunakan dalam karya ini adalah keseimbangan asimetris, karena tata letak tiap elemen desain yang dilayout secara *random* tidak berpusat ditengah, hal tersebut membuat desain terkesan bebas dan hidup. Kesatuan dalam karya ini terlihat pada komposisi tata letak desain yang menarik dan memiliki kesan bebas. Selain itu pemilihan warna yang cocok membuat audiens yang melihat makin tertarik untuk membeli produk *totebag* ini.

Desain *totebag* bersifat informatif karena berisi tentang identitas Tjilik Coffee yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Harapannya *merchandise totebag* ini dapat menarik minat masyarakat khususnya segmentasi usia yang dituju Tjilik Coffee untuk membeli dengan desain yang dirancang menarik dan trendi, hal tersebut juga diharapkan dapat meningkatkan nama *coffeeshop* Tjilik Coffee sebagai salah satu *coffeeshop* dengan ciri khas unik.

### Karya 9 Merchandise (*accessories bundle*)



Gambar 15 Accessories Tjilik Coffee

### Spesifikasi Karya

Judul : *Accessories bundle* Tjilik Coffee  
 Media : Print DTG pada kanvas, cetak digital pada stiker vinyl

Ukuran : 7 x 5 cm, 5 x 8 cm (*patch*), Coffee dan desain pegunungan sebagai *point of interest*.  
*lighter* dan *keychain*  
menyesuaikan Keseimbangan dalam karya ini adalah keseimbangan simetris karena mayoritas elemen desain disusun secara teratur dan rata tengah. Kesatuan dalam karya ini muncul karena kesatuan fungsi dan pemilihan warna yang sesuai dengan identitas Tjilik Coffee sehingga dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Karya ini bersifat informatif karena berisi logo dan identitas Tjilik Coffee. Harapannya media ini akan menjadi suatu informasi yang membekas diingatan audiens mengingat *accessories bundle* ini disebarkan secara gratis dan lebih meningkatkan nama *coffeeshop* Tjilik Coffee sebagai *coffeeshop* yang memiliki sifat ramah kepada *customer*.

*Software* : Coreldraw X7  
Tahun : 2021

### Deskripsi Karya

Desain untuk *merchandise* pendukung atau *accessories bundle* yaitu *patch*, *keychain*, dan *lighter*/ korek. *Keychain* atau biasa kita sebut gantungan kunci dirancang dengan bahan utama kulit warna coklat lalu pada bagian depan terdapat logo Tjilik Coffee yang dipress pada kulit. *Lighter* atau korek api adalah elemen yang mudah dijangkau masyarakat sekaligus sarana strategi pemasaran yang efisien. Berbekal hal tersebut desain pada korek api dirancang dengan nuansa kental Tjilik Coffee yaitu klasi warna coklat. Didesain dengan perpaduan bentuk *checkerboard* dengan bidang *overlay* yang disematkan logo Tjilik Coffee pada bagian atas. Selain itu juga disematkan desain yang bisa dibilang desain ciri khas media promosi Tjilik Coffee yaitu desain pegunungan. Terakhir adalah desain *patch* atau bordir emblem yang dirancang dengan desain tipografi sesuai dengan tata letak layout koran lawas dan juga *pop art* dengan dominasi warna hijau dan putih melambangkan keseimbangan yang ingin dicapai antara kesuksesan dan kepuasan pelanggan.

### Analisis Karya

Desain untuk *accessories bundle* yang berisi *patch*/ emblem, *keychain*, dan *lighter* dibuat dengan menggunakan Coreldraw X7. Adapun prosesnya dimulai dari membuat rancangan sketsa manual. Kemudian di *computerize* dan diolah menggunakan Coreldraw X7. *Patch* dibuat menjadi dua jenis dengan ukuran 7 x 5 dan 5 x 8 dengan warna dasar putih dan hijau. Didesain dengan elemen tipografi sebagai dominasi desain dan beberapa kombinasi ikon dan logo. Untuk *keychain* dirancang secara elegan dengan warna dasar coklat sesuai dengan warna asli coklat untuk memberikan kesan klasik. Logo ditempatkan pada bagian bawah *keychain*. Warna dasar juga digunakan pada media *lighter* atau korek dikombinasikan dengan motif *checkerboard* atau motif papan catur dan disematkan logo Tjilik

### Karya 10 Digital Content



Gambar 16 Digital Content Tjilik Coffee

### Spesifikasi Karya

Judul : Digital Content Tjilik Coffee  
Media : Diunggah di media sosial seperti Instagram dan facebook  
Ukuran : 720 x 1280 px dan 1080 x 1080 px  
*Software* : Coreldraw X7  
Tahun : 2021

### Deskripsi Karya

Ide konsep yang digunakan untuk perancangan konten digital Tjilik Coffee adalah mengkombinasikan teknik fotografi, tipografi, dan tata letak perwajahan. Fotografi digunakan sebagai bagian media yang menampilkan lebih jelas suasana *coffeeshop* Tjilik Coffee secara nyata. Lalu ditambahkan konsep desain tipografi dengan referensi desain industrial klasik atau *retro* yang

mengandalkan tulisan dan ruang kosong, tidak terlalu banyak menampilkan berbagai elemen desain. Sempel, elegan, namun tetap memiliki identitas klasik Tjilik Coffee. Tetap menyisipkan bentuk abstrak beroverlay seperti pada media lainnya sebagai *trademark* yang memberikan kesan kesinambungan antar media promosi. Elemen desain media promosi lain seperti *packaging* turut serta dimasukkan kedalam desain *digital content* untuk kebutuhan konten.

### Analisis Karya

*Digital content* Tjilik Coffee dibuat dengan menggunakan *software Coreldraw X7*. Adapun prosesnya dimulai dengan menentukan konsep yang dilanjutkan dengan rancangan sketsa. Proses pengolahan rancangan secara digital dimulai dengan membuat desain untuk *instastory platform Instagram*. Kombinasi antara desain layout, tipografi, dan fotografi memunculkan kesan elegan dan *fresh* untuk ditampilkan sebagai sebuah *digital content*.

Konsep desain yang dirancang untuk *digital content* adalah klasik, *retro*, dan minimalis. Dibagi menjadi desain untuk *digital content* untuk *instastory* dan *feed Instagram*. Pemilihan warna dominan yang digunakan adalah warna coklat, kuning, jingga, dan putih dengan beberapa tingkat intensitas yang berbeda. Keseimbangan yang digunakan pada karya ini adalah keseimbangan asimetris karena tata letak dan layout elemen desain dan logo yang tidak selalu sejajar dan berada ditengah, keseimbangan asimetris ini juga menambah kedinamisan karya dan menimbulkan kesan bebas dan berani. Kesatuan dalam karya ini ada karena pemilihan warna yang cocok dan tata letak desain yang dianggap sesuai antara elemen bidang, tipografi, dan tambahan elemen fotografi yang meningkatkan kesan realistis *coffeeshop* Tjilik Coffee.

Karya *digital content* ini dibuat berdasarkan kebutuhan promosi yang semakin mutakhir dan tidak selalu harus bertatap muka antar individu. Media maya seperti sosial media yang semakin mudah diakses dapat menjadi media untuk mengenalkan produk secara luas kepada masyarakat. Pesan dalam karya ini bersifat persuasif dan informatif karena berisi pesan ajakan secara tidak langsung, bertujuan

memberikan informasi tentang *coffeeshop* Tjilik Coffee dengan pendekatan yang lebih praktis, menarik, dan modern. Harapannya saat audiens melihat konten ini disosial media, maka akan menjadi media promosi sehingga dapat meningkat nama Tjilik Coffee di masyarakat.

### PENUTUP

Dalam perancangan sebuah desain, seorang desainer grafis harus bisa beradaptasi dan menyesuaikan dengan berbagai situasi dan keadaan dengan baik saat mengerjakan suatu proyek. Oleh karena itu, wawasan dan pengetahuan yang luas akan berbagai hal yang berkaitan dengan desain grafis pun sangat dibutuhkan. Seorang desainer grafis harus dapat memberikan solusi akan masalah visual yang tengah dihadapi seorang klien. Keterampilan komunikasi yang baik, serta paham dengan bagaimana cara memasarkan *skill* yang dimiliki merupakan bekal yang tak kalah penting bagi seorang desainer grafis profesional. Tidak hanya bertugas memvisualisasikan, seorang desainer juga memiliki hak untuk memberikan saran serta masukan kepada klien akan proyek yang sedang dikerjakan. Maka dari itu, kemampuan komunikasi yang baik diperlukan untuk menjaga hubungan baik antara klien dan juga desainer.

Identitas visual dirancang dengan beberapa pertimbangan dan diskusi dengan manajemen Tjilik Coffee, dan setelah terjalin persetujuan barulah berbagai karya dirancang. Karya yang dirancang meliputi logo yang kemudian diaplikasikan di beberapa media promosi seperti *stationery set*, brosur, poster, *packaging* (kemasan), *uniform* (seragam), *vehicle* (kendaraan), *booth*, dan *merchandise* untuk media tercetak dan desain *digital content* untuk media promosi *online*. Pemilihan media tercetak dan media *online* dipilih untuk membuat suatu sinergi yang saling mengisi dan memiliki jangkauan pasar yang luas untuk kebutuhan promosi Tjilik Coffee. Dengan perancangan media promosi dalam karya ini diharapkan dapat menjadi strategi pemasaran dan dengan penerapan media promosi yang tepat, dan komunikatif dapat meningkatkan *brand awareness*, memperluas segmentasi pasar, serta

yang paling penting yaitu memberikan citra baik dihadapan konsumen dan mengenalkan identitas Tjilik Coffee sebagai *coffeeshop* yang memiliki sebuah komitmen tinggi dan ramah kepada calon *customer*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro. 2000. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aropah. 2011. *Perancangan Media Promosi Jurusan Seni Rupa Fbs Unnes Melalui Media Katalog Studio Patung*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Cenadi, Christine Suharto. 1999. *Corporate identity, Sejarah dan Aplikasinya. Makalah-Jurusan Desain Komunikasi Visual*. Jakarta : Universitas Kristen Petra.
- Harto, D.B., 2016. *Model Film Animasi Khas Indonesia Berbasis Revitalisasi Bahasa Rupa Relief Lalitavistara Candi Borobudur*, Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Irawan dan Priscilla Tamara. 2013. *Dasar-Dasar Desain untuk Arsitektur, Interior-Arsitektur, Seni Rupa, Desain Produksi Industri dan Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Griya Kreasi.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Nugrahani, Rahina. 2015. *Peran Desain Grafis Pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Pawito, dan C Sardjono. 1994. *Teori-Teori Komunikasi. Buku pegangan Kuliah Fisipol Komunikasi Massa S1 Semester IV*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Safanayong, Yongki. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia.
- Sanaky, Hujair AH. 2009. *Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Safiria Insania Press.
- Sunaryo, Aryo. 2002. *Nirmana I*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tjiptono, Fandi. 2001. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*, Majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta.