



Arty 12 (3) 2023

**Arty: Journal of Visual Arts**

<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/arty>

## **REDESIGNING VISUAL IDENTITY AND ITS APPLICATION ON THE PROMOTIONAL MEDIA OF DAPUR BU YUDI SEMARANG**

### **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAN APLIKASINYA PADA MEDIA PROMOSI DAPUR BU YUDI SEMARANG**

**Angeline Sekar Antiqa, Nadia Sigi Prameswari**

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

#### **Info Artikel**

*Sejarah Artikel:*

Diterima : Sept 2023

Disetujui : Okt 2023

Dipublikasikan :Nov 2023

*Keywords:*

*visual identity:*

*branding: promotional*

*media: Usaha Mikro Kecil*

*Menengah: Dapur Bu Yudi*

#### **Abstrak**

Dapur Bu Yudi merupakan sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah yang bergerak dalam industri kuliner yang terletak di Kab. Semarang. Produk yang ditawarkan adalah jasa catering, berbagai macam kue, prasmanan, dan jajanan pasar. Permasalahan yang dialami oleh Dapur Bu Yudi adalah sulit untuk mengembangkan dan mengenal usahanya kepada khalayak luas, karena selama ini logo yang digunakan kurang merepresentasikan usahanya dan promosi yang dilakukan hanya dari mulut ke mulut. Untuk bisa bersaing dengan usaha serupa perlu dilakukan upaya meningkatkan citra perusahaan agar lebih dikenal masyarakat dan dapat meningkatkan nilai penjualan. Salah upaya tersebut adalah dengan perancangan identitas visual yang terkonsep dan konsisten untuk Dapur Bu Yudi. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang bertujuan untuk mengumpulkan dan mengelola data secara sistematis, sehingga dapat merancang identitas visual yang tepat dan terkonsep. Proyek studi ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat, meningkatkan citra perusahaan dan diharapkan mampu meningkatkan nilai penjualan hasil dari rancangan identitas visual ini meliputi logo, *pattern*, *stationery*, *uniform*, kemasan, *social media promotion*, spanduk, dan banner.

#### **Abstract**

*Dapur Bu Yudi is a micro, small and medium enterprise engaged in the culinary industry located in Semarang Regency. The products offered are catering services, various kinds of cakes, buffets, and market snacks. The problem experienced by Dapur Bu Yudi is that it is difficult to develop and recognize its business to a wide audience, because so far the logo used does not represent its business and the promotion carried out is only by word of mouth. To be able to compete with similar businesses, it is necessary to make efforts to improve the company's image so that it is better known to the public and can increase sales value. One of these efforts is to design a conceptualized and consistent visual identity for Bu Yudi's Kitchen. The data collection method used in this research is qualitative which aims to collect and manage data systematically, so as to design the right and conceptualized visual identity. This study project aims to increase public brand awareness, improve the company's image and is expected to increase sales value. The results of this visual identity design include logos, patterns, stationery, uniforms, packaging, social media promotion, and banners.*

Translated with [www.DeepL.com/Translator](http://www.DeepL.com/Translator) (free version)

© 2023 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Gedung B5 Lantai 2 FBS Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

Email : [angeline.sekar@students.unnes.ac.id](mailto:angeline.sekar@students.unnes.ac.id)

ISSN 2252-7516

E-ISSN 2721-8961

## PENDAHULUAN

Menurut siaran pers Kemenko 2021 Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang biasa kita sebut UMKM mempunyai peranan yang penting dalam meningkatkan serta memperbaiki ekonomi di Indonesia. Pada tahun 2014, diperoleh data bahwa 70% dari UMKM yang ada di Indonesia bergerak dibidang industri pangan/kuliner, dan hal ini menjadi sebuah potensi yang besar dalam menggerakkan ekonomi di Indonesia. Pertumbuhan UMKM ini di perkirakan akan terus mengalami peningkatan dan menjadi salah satu faktor terbesar yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Di Indonesia terdapat berbagai macam bidang usaha UMKM, salah satu usaha UMKM yang paling besar adalah usaha dibidang industri pangan/kuliner. Pada tahun 2018, industri pangan atau kuliner diperkirakan akan tumbuh sekitar 10% dan diperkirakan akan jauh melampaui pertumbuhan ekonomi. Perkembangan teknologi digital yang cukup pesat termasuk media sosial, *website*, dan aplikasi ulasan kuliner, *e-commerce* dan aplikasi distribusi memberikan dampak pada perkembangan industri pangan atau kuliner yang ada di Indonesia. Dengan adanya hal tersebut, maka pengusaha UMKM akan lebih mudah untuk menjangkau basis konsumen besar yang aktif di media tersebut (Krisnawati, 2018:70-71).

Usaha di bidang kuliner banyak digeluti masyarakat karena dianggap minim modal dan pasti diterima oleh masyarakat karena manusia membutuhkan makanan setiap harinya. Tidak dapat dipungkiri bahwa usaha di bidang kuliner ini sangat diminati masyarakat, sehingga banyak

sekali UMKM yang membuka usaha dengan berbagai jenis makanan dan minuman yang inovatif (de Riandra, Islam, 2021:43-48).

Saat ini banyak sekali beredar toko/jasa makanan cepat saji, salah satunya UMKM "Dapur Bu Yudi" yang terletak di Kab. Semarang. Dapur Bu Yudi merupakan UMKM yang menyediakan jasa catering, prasmanan, aneka kue, serta jajanan pasar. Konsumen Dapur Bu Yudi berasal dari kalangan menengah ke bawah hingga menengah ke atas. Harga produk yang ditawarkan juga cukup terjangkau, pesanan yang diterima pun beragam mulai dari acara formal maupun non-formal, syukuran, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Th. Tutut Setiawuri selaku pemilik dari Dapur Bu Yudi Semarang, disampaikan bahwa permasalahan yang dihadapinya adalah kesulitan untuk mempromosikan usahanya, ia menginginkan usahanya lebih dikenal masyarakat diluar daerahnya, karena 99% konsumen Dapur Bu Yudi adalah orang – orang dari sekitar perumahannya dan sekitar ambarawa. Ibu Tutut Setiawuri juga menyampaikan bahwa memiliki kesulitan untuk merancang identitas visual untuk usahanya karena tidak memiliki sumber daya manusia untuk membuat identitas visual tersebut.

Dapur Bu Yudi milik Ibu Th. Tutut Setiawuri ini didirikan tahun 2012. Sudah 11 tahun sejak tahun 2012 usahanya belum memiliki identitas visual yang profesional. Dapat dilihat dari logo yang digunakan selama ini yang tidak memiliki konsep khusus bahkan belum merepresentasikan usahanya. Menurut (Destrina, dkk., 2020:1473) logo memiliki peran yang sangat penting karena dapat membantu

sebuah usaha untuk bersaing dengan usaha lainnya yang serupa, logo juga akan berdampak pada nilai jual produk itu sendiri.

Oleh karena itu, sangat diperlukan sebuah identitas visual untuk sebuah usaha. Identitas visual merupakan salah satu cara untuk mengembangkan usaha selain itu identitas visual juga dapat berfungsi sebagai sarana pengenalan produk dan perusahaan. Dengan dirancangnya sebuah identitas visual dapat meningkatkan *brand awareness* dimata masyarakat dan membantu usaha tersebut lebih berkembang (Akarapi, 2011).

Dalam merancang identitas visual, harus memperhatikan aspek-aspek yang ada dalam desain komunikasi visual. Menurut (Putra, 2020:6) desain merupakan proses kreatif yang menyatukan seni dan teknologi untuk menyampaikan suatu ide. Komunikasi adalah suatu ilmu yang berguna untuk menyampaikan suatu pesan atau tulisan kepada orang lain sedangkan visual sendiri merupakan sesuatu yang dapat dilihat dan dinikmati.

Desain komunikasi visual merupakan salah satu bagian dari ilmu desain yang mempelajari konsep komunikasi dan gagasan yang kreatif dengan menggunakan teknik dan media serta memanfaatkan elemen visual untuk menyampaikan suatu pesan dengan tujuan tertentu, pesan yang disampaikan juga bisa bertujuan untuk sosial atau komersil dari suatu individu atau kelompok kepada individu atau kelompok lainnya. Pesan yang disampaikan kepada *audience* juga beragam, dapat berupa informasi produk, jasa, atau gagasan lainnya sebagai upaya untuk meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan hasil

penjualannya. Menurut (Cenadi, 1999:4) desain komunikasi visual memiliki 3 fungsi dasar yaitu, sebagai sarana identifikasi, sarana informasi dan instruksi, dan sebagai sarana presentasi dan promosi. Dalam merancang sebuah desain kita perlu memperhatikan prinsip-prinsip desain yang harus selalu diterapkan untuk menciptakan karya yang baik, kreatif, dan indah secara estetis. Menurut (Putra, 2020:11-24) prinsip-prinsip tersebut antara lain; kesatuan, keseimbangan, ritme, penekanan, dan proporsi. Elemen yang meliputi warna, teks, dan elemen visual dapat saling melengkapi dalam menciptakan persepsi/pandangan masyarakat terhadap suatu produk (Nugrahani, 2015:130). Dengan memahami aspek-aspek tersebut maka perancangan identitas visual dapat dilakukan secara tepat.

Bagi UMKM identitas visual merupakan investasi yang sangat penting dalam berkompetisi di era industri kreatif ini. Identitas visual dapat membangun citra positif sebuah produk maupun perusahaan, mempermudah konsumen untuk mengenali dan mengingat usaha tersebut, dan dapat membangun loyalitas konsumen untuk terus membeli produk yang sama di perusahaan tersebut (Widyokusumo, 2014:163-171). Sedangkan menurut (Cenadi, 1999:5) menyatakan bahwa identitas perusahaan merupakan suatu bentuk visual dan ekspresi grafis dari *image* dan identitas suatu perusahaan. Sebagai bentuk visual, *corporate identity* menampilkan simbol yang mencerminkan *image* yang hendak disampaikan. Sebagai suatu ekspresi grafis, sebuah identitas perusahaan dapat diciptakan dan mempengaruhi nasib dari perusahaan tersebut.

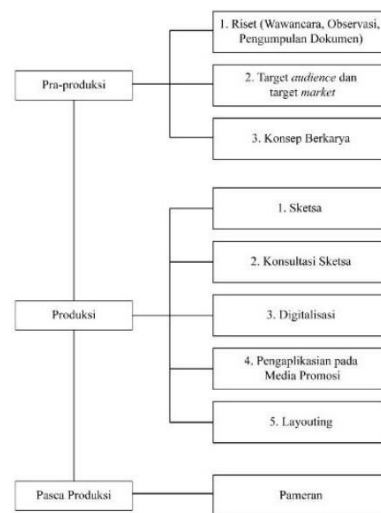
Menurut (Luzar, Monica, 2013:534) selain berfungsi sebagai identitas perusahaan, Identitas visual juga memiliki beberapa fungsi lain, yaitu; (1) Penyatu strategi perusahaan, (2) Pemicu sistem operasional suatu perusahaan, dan (3) Alat jual promosi. Menurut (Luzar, Monica, 2013:532-533) untuk tercapainya sebuah identitas visual yang efektif terdapat beberapa karakter yang harus dimiliki antara lain yaitu simbolisme sederhana, memiliki respons visual yang kuat, sebagai alat promosi dan pemasaran, serta mudah diingat dan mengesankan. Identitas visual yang ditampilkan secara konsisten dan memiliki konsep yang baik akan menarik perhatian konsumen tentang keberadaan perusahaan tersebut. Identitas visual tersebut kemudian diaplikasikan ke media promosi.

Menurut (Tjiptono, 2001:219) Pada dasarnya promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan sebuah informasi produk, mengajak dan mempengaruhi, serta mengingatkan target pasar perusahaan yang bersangkutan agar menerima, membeli, dan setia terhadap produk perusahaan yang ditawarkan. Media promosi dibagi dalam dua jenis yaitu *above the line* dan *below the line*. *Above the line* merupakan media yang dapat diterima banyak orang dalam waktu serempak sedangkan *below the line* adalah media yang tidak dapat diterima banyak orang dalam waktu serempak (media tercetak).

**METODE BERKARYA**

Dalam proses berkarya, ada beberapa alat dan bahan yang digunakan dalam perancangan identitas visual Dapur Bu Yudi. Alat

yang digunakan terdiri dari perangkat keras atau hardware (laptop, flashdisk, iPad, mouse, apple pen, dan camera DSLR) dan perangkat lunak atau software (Adobe Illustrator 2020, Adobe Photoshop CC 2018, dan Procreate). Teknik berkarya yang digunakan dalam perancangan identitas visual adalah teknik digital. Teknik berkarya dibagi menjadi beberapa tahapan mulai dari wawancara dan observasi, pengumpulan dokumen, sketsa, konsultasi sketsa, digitalisasi, sampai hasil akhir yang kemudian diaplikasikan dalam media promosi. Beberapa tahapan proses berkarya akan dijelaskan dalam bagan berikut ini.



Gambar 1. Bagan Proses Berkarya

**HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam perancangan ulang identitas visual dan aplikasinya pada media promosi Dapur Bu Yudi dihasilkan beberapa karya , yaitu; logo, pattern, stationery set (kop surat, amplop, stop map, kartu nama, nota, dan stempel), uniform, kemasan brownies kukus, merchandise (mug, tumbler, stiker), social media promotion, advertising (spanduk dan banner pohon).

Berikut spesifikasi, deskripsi dan analisis identitas visual Dapur Bu Yudi.

## Logo



Gambar 2. Logo Dapur Bu Yudi

## Deskripsi Karya

Logo Dapur Bu Yudi terdiri dari dua komponen yaitu maskot dan *logotype*. Konsep logo yang diangkat dalam perancangan ini adalah perpaduan *vintage* dan *modern*. Konsep ini diangkat karena memiliki keunikan tersendiri, *vintage* sendiri berartikan kuno atau jadul dan juga dapat diartikan sebagai barang-barang dari era terdahulu yang mudah dikenali seperti yang digambarkan dalam logo yaitu sendok kayu dan ketel jaman dahulu. Dalam logo, juga terdapat seorang wanita menggunakan pakaian tradisional yaitu kebaya kutu baru. Penggambaran wanita dengan membawa peralatan memasak pada logo tersebut, dapat merepresentasikan produk yang dijual oleh Dapur Bu Yudi yaitu makanan rumahan. Sedangkan perpaduan *modern* terdapat pada warna yang digunakan yaitu warna-warna cerah yaitu kuning, jingga, dan coklat yang dinilai dapat meningkatkan nafsu makan seseorang serta *layouting* pada media promosi Dapur Bu Yudi.

## Analisis Karya

Proses pembuatan logo Dapur Bu Yudi dirancang menggunakan software Adobe Illustrator. Ada beberapa tahapan dalam perancangan logo, mulai dari tahap sketsa hingga finishing. Tahap pertama yaitu sketsa logo berdasarkan data yang sudah didapatkan sebelumnya, ada beberapa alternatif sketsa yang dibuat untuk diberikan dan dikonsultasikan kepada klien. Kemudian masuk tahap digitalisasi, pemilihan font serta coloring, hingga final desain.

Logo Dapur Bu Yudi tersusun atas dua komponen utama yaitu maskot wanita dengan kebaya tradisional khas Jawa, dan text yang memuat nama brand. Konsep dari logo ini adalah mengusung tema *vintage*, dimana *vintage* berarti kuno atau jadul dan juga dapat diartikan sebagai barang-barang dari era terdahulu yang mudah dikenali seperti yang digambarkan dalam logo yaitu sendok kayu dan ketel jadul. Warna yang digunakan dalam perancangan logo Dapur Bu Yudi ada 4 yaitu kuning, jingga, coklat dan coklat tua. Warna kuning dan jingga yang digunakan merupakan warna-warna yang dapat meningkatkan nafsu makan, dan sering digunakan dalam bisnis kuliner. Lalu warna coklat dan coklat tua sendiri merupakan turunan dari warna-warna sebelumnya dan salah satu warna berkesan *vintage* yang dapat mendukung dalam konsep logo ini sendiri. Sehingga gabungan dari warna-warna ini dapat memberikan kesan yang modern tapi tetap memperlihatkan konsep logonya itu sendiri.

Logo ini dibuat sebagai identitas visual dari sebuah UMKM yang bernama Dapur Bu Yudi. Melalui logo ini pesan yang ingin disampaikan adalah kesan profesional kepada

khalayak luas bahwa Dapur Bu Yudi merupakan sebuah UMKM penyedia jasa catering yang memiliki identitas visual yang proper dan mampu bersaing secara kompetitif dengan bisnis yang sama. Dengan adanya logo yang profesional, maka dapat membantu Dapur Bu Yudi dikenal masyarakat dan meningkatkan nilai penjualannya.

### Pattern



Gambar 3. Pattern Dapur Bu Yudi

### Deskripsi Karya

Dalam perancangan supergrafis ini, penulis membuat dua pattern berbeda yaitu *pattern* pertama bertema *vegetables* dan *pattern* kedua bertema *baking*. *Pattern* pertama akan diaplikasikan ke berbagai media promosi Dapur Bu Yudi dan untuk *pattern* kedua khusus di aplikasikan dalam *packaging* brownies dan media promosi yang berkaitan dengan promosi brownies yang dijual oleh perusahaan.

### Analisis Karya

*Pattern* ini dirancang menggunakan aplikasi Procreate melalui beberapa tahapan yaitu menentukan elemen apa saja yang digunakan, sketsa, digitalisasi, kemudian penyusunan elemen. Lalu di *save* dalam bentuk pdf dan dijadikan format vektor dalam Adobe Illustrator. *Pattern* ini dapat disesuaikan warnanya sesuai kebutuhan tetapi tetap mengacu pada *color palette* Dapur Bu Yudi.

*Pattern* ini dirancang sebagai ciri khas/karakteristik dari Dapur Bu Yudi dan dapat diaplikasikan pada media promosi yang digunakan.

### Uniform



Gambar 4. Seragam Dapur Bu Yudi

### Deskripsi Karya

Desain kaos Dapur Bu Yudi dicetak pada media bahan *Cotton Combed 30s*, yang memiliki berbagai ukuran mulai dari S (43x63cm), M (52x70 cm), L (55x73 cm), dan XL (57x75 cm). Kemudian topi Dapur Bu Yudi dicetak pada topi dengan bahan drill ukuran *all size*, yang dapat disesuaikan dengan lingkar kepala masing-masing pegawai. Dan yang terakhir yaitu *Apron* yang dicetak pada bahan *American Drill* dengan ukuran 50 cm x 75 cm (ukuran *standard*).

### Analisis Karya

Proses pembuatan seragam ini dirancang menggunakan *software* Adobe Illustrator kemudian di mockup menggunakan Adobe Photoshop sebelum proses cetak. Desain seragam Dapur Bu Yudi dibuat dominan warna kuning dan terdapat logo didalamnya, dari aspek psikologis warna kuning juga terkesan hangat dan nyaman. Perancangan desain seragam ini berkaitan dengan citra perusahaan, karena dapat

menciptakan kesan profesionalitas kepada konsumen bahwa Dapur Bu Yudi merupakan UMKM yang mampu bersaing dengan usaha serupa lainnya. Hal ini juga mampu meningkatkan *brand awareness* perusahaan dimata khalayak luas.

### Stationery (Amplop dan Kop Surat)



Gambar 5. Amplop dan Kop Surat Dapur Bu Yudi

### Deskripsi Karya

Desain kop surat dicetak dalam kertas Matte Paper 150 dengan ukuran A4 posisi potrait dan desain amplop dicetak dalam kertas Art Carton 210gr (laminasi doff) posisi landscape dengan ukuran 23 x 11 cm. Desain amplop dan kop surat berfungsi sebagai salah satu *stationery* dalam kegiatan formal sebagai surat menyurat dengan identitas resmi dari Dapur Bu Yudi.

### Stationery (Stopmap/Folder)



Gambar 6. Stopmap Dapur Bu Yudi

### Deskripsi Karya

Stopmap memiliki fungsi sebagai wadah penyimpanan kertas atau meletakkan suatu dokumen. Desain stopmap Dapur Bu Yudi dicetak dengan kertas art carton 210gr yang berukuran 23 x 32 cm dengan posisi potrait. Bagian depan stopmap menampilkan logo Dapur Bu Yudi dengan elemen pattern. Lalu pada bagian belakang stopmap terdapat logo dan informasi mengenai alamat dan *contact person* Dapur Bu Yudi. Desain stopmap ini dominan kuning yang merupakan identitas warna dari Dapur Bu Yudi.

### Stationery (Nota)



Gambar 7. Nota Dapur Bu Yudi

### Deskripsi Karya

Nota merupakan salah satu elemen *stationery* yang penting dalam usaha dibidang kuliner. Desain nota dicetak dengan kertas HVS 80gr yang berukuran A5 (21 x 14,8 cm) dengan posisi potrait. Nota tersebut dicetak rangkap dua, yang berisi 100 lembar. Nantinya nota berwarna putih bisa diserahkan kepada pelanggan dan nota berwarna kuning akan digunakan owner sebagai data keuangan. Pada desain nota juga terdapat identitas berupa logo

dan informasi mengenai alamat dan *contact person*.

### **Stationery (Stempel)**



Gambar 8. Stempel Dapur Bu Yudi

### **Deskripsi Karya**

Desain stempel Dapur Bu Yudi dicetak pada stempel rubber berbentuk lingkaran dengan ukuran 33 mm. Pada desain terdapat logo Dapur Bu Yudi dan tulisan lunas. Stempel menggunakan tinta violet, dimana warna violet ini merupakan warna yang menunjukkan sebuah usaha dengan mutu produk dengan kualitas yang tinggi. Stempel Dapur Bu Yudi juga tidak lagi menggunakan bak stempel, karena tinta tersebut sudah berada di dalam sehingga praktis untuk digunakan.

### **Analisis Karya (Stationery Set)**

Pada desain stationery dirancang menggunakan *software* Adobe Illustrator agar menghasilkan format vektor karena hasil cetak akan lebih tajam dan tidak pecah. Tahap awal dari pembuatan desain ini yaitu menentukan layout desain yang akan diterapkan. Lalu menggunakan Adobe Photoshop untuk membuat mockup sebelum diaplikasikan langsung.

Desain *stationery* dominan berwarna kuning yang merupakan warna cerah dan memberi kesan hangat. Unsur kesatuan yang

diciptakan yaitu dengan menjaga konsistensi desain seperti font dan *layout* yang simpel dan dipadukan dengan elemen *pattern* berwarna coklat yang membuat desain *stationery* semakin menarik. *Stationery* yang eksklusif untuk Dapur Bu Yudi dapat meningkatkan kesan profesional dan membangun rasa percaya konsumen maupun mitra yang ingin bekerjasama.

### **Packaging Brownies Kukus**



Gambar 9. Desain Kemasan Brownies Kukus

### **Deskripsi Karya**

Desain kemasan brownies kukus dicetak dalam kertas Art Carton 310 dengan ukuran 22 x 11 x 4 cm. Fungsi kemasan sendiri sebagai wadah dan tempat untuk melindungi produk yang didalamnya. Pada desain kemasan bagian atas terdapat logo Dapur Bu Yudi dan *seamless pattern* yang memang dirancang khusus untuk kemasan brownies ini. Pada bagian samping kemasan juga terdapat keterangan komposisi dan tanggal kadaluarsa serta varian brownies kukus.

### **Analisis Karya**

Desain kemasan brownies kukus ini menggunakan dua warna yaitu kuning dan coklat



yang merupakan color palette dari Dapur Bu Yudi selain itu warna kuning juga dinilai dapat meningkatkan nafsu makan seseorang. Layout pada desain kemasan dibuat simpel namun tetap elegan ditambah dengan *seamless pattern* yang membuat desain kemasan terlihat cantik dan menarik. Unsur kesatuan yang diciptakan dalam desain kemasan ini yaitu menjaga konsistensi dari warna dan ukuran font, serta *pattern* dan warna *icon-icon* yang terdapat pada kemasan. Desain kemasan dapat meningkatkan *brand awareness* serta membuat citra perusahaan yang baik dan menarik dimata masyarakat. Dengan dirancangnya desain kemasan juga dapat meningkatkan nilai penjualan dari Dapur Bu Yudi.

#### Merchandise (Tumbler)



Gambar 10.  
Merchandise Tumbler  
Dapur Bu Yudi

#### Deskripsi Karya

Desain tumbler ini merupakan salah satu merchandise yang dirancang untuk Dapur Bu Yudi. Desain tumbler ini di cetak pada termos tumbler kapasitas 500ml berbahan *stainless steel* dengan ukuran 20,5 x 22,4 cm. Termos Tumbler sendiri berguna untuk menyimpan air panas atau dingin selama 7-9 jam tergantung dengan suhu ruang. Pada desain tumbler diletakkan logo

Dapur Bu Yudi sebagai *point of interest* dari tumbler ini.

#### Merchandise (Mug)



Gambar 11. Merchandise Mug Dapur Bu Yudi

#### Deskripsi Karya

Desain mug sendiri terdiri dari dua desain yaitu menggunakan logo saja dan yang satu ditambahkan dengan vegetables pattern yang merupakan supergrafis dari Dapur Bu Yudi. Desain mug ini berukuran 20 x 8 cm dan dicetak dalam mug berbahan keramik.

#### Merchandise (Stiker)



Gambar 12. Merchandise Stiker Dapur Bu Yudi

#### Deskripsi Karya

Desain stiker Dapur Bu Yudi dicetak pada kertas stiker berbahan vinyl dengan laminasi doff. Stiker ini memiliki ukuran 7 x 7 cm. Stiker dipilih sebagai merchandise karena dapat menjadi salah satu media promosi dan dapat ditempelkan pada kemasan nasi kotak Dapur Bu

Yudi. Stiker juga merupakan salah satu media promosi yang memiliki ongkos produksi yang terjangkau dan dapat di cetak dalam jumlah banyak.

banyak digunakan dalam dunia bisnis karena dapat menjangkau cakupan yang cukup luas untuk tersebar kepada khalayak.

**Analisis Karya (Merchandise)**

Desain *merchandise* sendiri menggunakan logo sebagai *point of interest*. *Layout* desain juga dibuat simpel dan elegan dengan menggunakan warna kuning yang merupakan identitas dari Dapur Bu Yudi. Pada desain mug pertama, juga terdapat tambahan elemen *pattern* agar desain terlihat cantik. Dengan dirancangnya desain merchandise ini dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan dari Dapur Bu Yudi. Desain merchandise yang eksklusif juga dapat membangun citra positif dimata masyarakat dan mitra bisnis yang ingin bekerjasama.

**Social Media Promotion (Instagram Story)**



Gambar 14. Desain Instagram Story

**Deskripsi Karya**

Selain IG Feed, IG Story juga merupakan salah satu media promosi untuk sosial media yang dapat mencakup jangkauan cukup luas. Desain IG Story ini juga dapat dijadikan *ads* dalam instagram serta promo di *Whatsapp*. Desain story ini nantinya akan di *posting* secara berkala di instagram Dapur Bu Yudi.

**Social Media Promotion (Instagram Feed)**



Gambar 13. Desain Instagram Feed

**Deskripsi Karya**

Desain instagram feed merupakan salah satu bahan promosi untuk sosial media. Desain ini nantinya akan di posting secara berkala pada instagram Dapur Bu Yudi. Instagram Feed merupakan salah satu media promosi yang

**Analisis Karya (Social Media Promotion)**

Desain sosial media yang dirancang ada dua yaitu IG Feed yang berukuran 1080 x 1080 px dan IG Story yang berukuran 1920 x 1080 px. Desain sosial media dirancang menggunakan *software* Adobe Illustrator. Tahap awal dalam perancangan desain ini adalah menentukan layout desain. Warna yang digunakan adalah kuning, putih, dan coklat. Dalam setiap desain terdapat identitas Dapur Bu Yudi yaitu logo dan informasi *contact person*, pada desain story juga ditambahkan CTA (*call-to-action*) yang berguna untuk mendorong orang yang melihat promo tersebut untuk melakukan transaksi/membeli

produk. Dengan promosi dalam sosial media diharapkan dapat menjangkau konsumen lebih luas lagi dan meningkatkan *brand awareness* perusahaan. Pemesanan online juga dapat dilakukan sehingga mempermudah konsumen.

### Advertising (Spanduk)



Gambar 15. Desain Spanduk

### Deskripsi Karya

Desain spanduk merupakan salah satu usaha untuk menarik perhatian konsumen dan memberi informasi kepada konsumen tentang usaha tersebut. Desain spanduk Dapur Bu Yudi dicetak dalam ukuran 200 x 100 cm menggunakan bahan flexy korea yang nantinya akan dipasang pada lokasi usaha. Selain itu spanduk juga dapat memberi kemudahan untuk konsumen menemukan lokasi dari tempat usaha Dapur Bu Yudi sendiri.

### Advertising (Banner Pohon)



Gambar 16. Desain Banner Pohon

### Deskripsi Karya

Selain spanduk, banner pohon merupakan salah satu media promosi yang dapat memberikan informasi bagi konsumen dan dapat mempermudah konsumen menemukan lokasi usaha karena banner pohon akan dipasang pada pohon-pohon yang berada di jalan menuju lokasi. Banner pohon dicetak dalam ukuran 40 x 30 cm dengan bahan flexy korea. Didalam banner pohon terdapat informasi mengenai alamat dan *contact person* Dapur Bu Yudi.

### Analisis Karya (Advertising)

Desain spanduk dan banner pohon ini dirancang menggunakan software Adobe Illustrator, yang menampilkan logo, informasi mengenai produk yang ditawarkan, *contact person*, dan alamat. Ada beberapa langkah dalam mendesain media promosi *advertising* ini, untuk desain spanduk yang pertama dilakukan adalah menentukan ukuran panjang dan lebar tempat yang nantinya akan dipasang spanduk yaitu 200 x 100 cm. Kemudian menentukan layout desain

dan informasi apa saja yang akan di letakkan pada spanduk. Sedangkan untuk banner pohon hal yang pertama dilakukan adalah menentukan ukuran yang sesuai dengan pohon-pohon yang berada disekitar lokasi usaha dimana data tersebut kita dapatkan dari pihak klien yaitu 40 x 30 cm. Sama halnya dengan spanduk, banner pohon ini berisi tentang informasi-informasi mengenai Dapur Bu Yudi. Logo Dapur Bu Yudi diletakkan di pada bagian kiri atas desain.

Media promosi seperti spanduk dan banner pohon merupakan hal yang penting untuk sebuah usaha home industri seperti Dapur Bu Yudi, karena dapat memberikan informasi mengenai lokasi usaha dan produk yang ditawarkan. Dengan adanya desain spanduk dan banner yang eksklusif dan konsisten dapat meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap perusahaan serta mampu memberikan persepsi terhadap masyarakat bahwa Dapur Bu Yudi merupakan UMKM penyedia jasa catering yang profesional dan tidak kalah dengan bisnis serupa lainnya.

## PENUTUP

Proyek Studi ini menghasilkan beberapa karya identitas visual berupa logo yang diaplikasikan dalam media promosi seperti desain *stationery* (kartu nama, kop surat, amplop, stopmap, nota, dan stempel), desain seragam (*apron*, kaos, dan topi), desain kemasan *brownies*, *merchandise*, desain *social media promotion*, banner, dan spanduk. Perancangan desain ini berfungsi sebagai bahan promosi dan diferensiasi antara usaha yang satu dengan usaha yang lainnya. Identitas visual ini ditujukan

kepada target pasar dari Dapur Bu Yudi yaitu masyarakat umum dari semua kalangan dengan usia 20-40 tahun. Perancangan ulang identitas visual Dapur Bu Yudi mengusung konsep *vintage* dengan *layout* desain yang dirancang simpel dan tetap elegan. Desain identitas visual sendiri dibuat untuk menarik perhatian konsumen, dan mengenalkan brand tersebut kepada khalayak luas. Harapan dari perancangan identitas visual ini adalah dapat diterapkan dalam media yang tepat sehingga mampu membangun citra positif perusahaan dan Dapur Bu Yudi dapat dikenal dan diingat oleh masyarakat luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akarapi (2011). *Fungsi Corporate Identity Penting Bagi Perusahaan*. Diakses pada 29 Januari, 2023, dari <https://desainlogodesign.com/paketdesign-corporate-identity/fungsipentingnya-corporate-identity-bagiperusahaan>
- Cenadi, C.S. (1999). *Corporate Identity, Sejarah, dan Aplikasinya*. Jurnal Nirmana, Vol. 1, No. 2. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Destrina, A. A., Lukyanto, G. C., Clara, M., & Siti, D. (2022). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM Rajutan BKL Bismo. 1473-1478
- de Riandra, C. N., & Islam, M. A. (2021). Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry. *BARIK*, 2(2), 43-48.
- Krisnawati, D. (2018). Peran Perkembangan Teknologi Pada Strategi Pemasaran dan Jalur Distribusi UMKM di Indonesia. (*Studi Kasus: UMKM Kuliner Tanpa Restaurant 'Kepiting Nyinyir'*), 70-71.
- Luzar, L. C., & Monica, M. (2013). *Peranan Komunikasi Visual bagi Identitas Perusahaan*. *Humaniora*, 4(1), 528-538.
- Nugrahani, R. (2015). *Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm*. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127-136.

- Putra, W.R. (2020). *Pengantar Design Komunikasi Visual dan Penerapannya*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Tjiptono, F. (2001). *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajeria*. Jakarta: Majalah Manajemen Usahawan Indonesia
- Widyokusumo, L. (2014). *Meningkatkan Citra UKM Melalui Perancangan Ulang Identitas Visual*. *Humaniora* 5 (1), 163-171.