



PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN PENERAPANYA DALAM MEDIA PROMOSI UMKM SABLON PSP SIDOMULYO DI BANTUL

Aditya Muhsin Saputra¹
R. Hadapingrani Kusumohendrarto²
Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi
aditsaputra296@gmail.com¹, kusumohendrarto@gmail.com²

ARTICLE INFO	ABSTRAK
<p>Article history: Received: Revised: Accepted:</p> <hr/> <p>Keywords: Sablon, Logo, Brand, Identitas Visual, UMKM,</p>	<p><i>Manual screen printing is included in the art of printing, which is one of the branches of fine art. Manual screen printing techniques are still widely used in printing businesses that produce packaging, t-shirts, and souvenirs. Especially in the Yogyakarta area, there are still many production houses that offer screen printing services. One of them is UMKM PSP Sidomulyo, located in the Bantul area, PSP Sidomulyo focuses on packaging screen printing services. However, these UMKM do not yet have a visual identity and social media to be able to compete with competitors and also help in reaching a wider market. To help these problems, it is proposed to design a visual identity and apply it to PSP Sidomulyo social media. This design aims to increase the value and image of PSP Sidomulyo, so that it can be maximized in promotional activities. Using qualitative methods and literature studies, with data search interviews, observations, and references to literature sources from the internet. The results of this design will be in the form of logos, visual elements, color schemes, and their application on Instagram media and other supporting media.</i></p>

1. PENDAHULUAN

Sablon termasuk dalam salah satu seni cetak dalam seni grafis, dengan teknik memindahkan gambar dari layar atau *screen* dengan kerapatan tertentu untuk memproduksi citra visual. Teknik sablon juga dikenal dengan sebutan cetak tembus atau saring. Cetak sablon merupakan proses stensil untuk memindahkan suatu citra ke atas berbagai jenis media atau bahan cetak seperti: kertas, kayu, metal, kaca, kain, plastik, kulit, dan lain-lain. Teknik sablon sampai sekarang masih banyak digunakan di Indonesia terutama di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik sablon manual memiliki beberapa kelebihan seperti biaya terjangkau dengan kualitas yang baik,

kualitas yang dihasilkan sablon manual dapat menghasilkan gambar tajam, warna yang tidak mudah luntur, dan tahan lama.

Seperti usaha sablon PSP Sidomulyo, berdiri sejak tahun 1995 dan dikelola oleh bapak Mulyono, PSP Sidomulyo mempunyai rumah produksi yang bertempat di daerah Bantul, usaha ini memiliki berbagai macam jasa sablon seperti sablon undangan, plastik, kaos, souvenir, kop surat, dan kemasan. Pada awal didirikannya usaha sablon PSP Sidomulyo rata-rata menerima pesanan sablon plastik, Sampai tahun 2020 sablon plastik masih menjadi pokok dari usaha sablon PSP Sidomulyo. Pada tahun 2021 sampai sekarang pesanan sablon mengalami penurunan, tidak seperti tahun-tahun sebelumnya, dikarenakan promosi yang digunakan belum menggunakan sosial media. Promosi PSP Sidomulyo selama ini masih memakai cara manual atau secara fisik seperti penggunaan papan nama saja, selain itu logo dan elemen visual yang digunakan belum mewakili UMKM, terlebih banyak persepsi orang melihat tulisan PSP Sidomulyo mengira konsol permainan gengam. Disamping itu di daerah Bantul sudah banyak usaha sablon yang menjadi kompetitor UMKM sablon PSP Sidomulyo, banyak kompetitor yang sudah menggunakan promosi sosial media dengan identitas visual yang lebih menarik. Maka dari itu peranan dalam pembuatan logo dan identitas visual sangat diperlukan UMKM sablon PSP Sidomulyo, logo dan identitas visual yang mewakili UMKM sangat berpengaruh dalam kegiatan promosi.



Gambar 1. Logo PSP Sidomulyo saat ini
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Logo tetap memiliki peran yang penting karena logo merupakan identitas *visual* dari suatu brand. Melalui logo, Masyarakat dapat mengenali suatu produk dan dapat mengaitkannya dengan asosiasi tertentu. Oleh sebab itu, terdapat pendapat bahwa logo harus merepresentasikan entitasnya. Logo sebagai bagian dari brand hendaknya berbeda dengan yang lainnya (Rini, Dwanoko, & Dodit, 2021). Identitas visual tidak semata hanya terwakili oleh sebuah logo namun lebih luas dari itu. Identitas visual mencakup elemen aplikasi dari sebuah logo yang terintegrasi dalam skema warna, kop surat, kartu nama, amplop, website atau bahkan interior dari toko maupun kantor dari organisasi tersebut (Widyokusumo, 2014). Perancangan ini bertujuan agar UMKM

dapat mempunyai sebuah identitas dan citra yang dapat dikenal masyarakat luas, dengan perancangan logo dan identitas visual diharapkan dapat membantu meningkatkan promosi UMKM sablon PSP Sidomulyo.

2. METODE PENELITIAN ATAU PERANCANGAN

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam perancangan ini adalah metode kualitatif dan studi pustaka. Menurut Semiawan (2010), Penelitian kualitatif banyak digunakan perusahaan dan industri dimana para peneliti ingin mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen, persepsi, segmentasi, dan peluang pasar. Dengan demikian metode ini banyak digunakan dalam dunia pemasaran dan bisnis pada umumnya.

a. Wawancara

Penulis mengumpulkan data melalui wawancara langsung kepada pemilik UMKM mendapat data yang valid.

b. Observasi

Penulis datang langsung ke tempat produksi sablon PSP Sidomulyo dan mengamati proses produksi sablon, guna mendapatkan ciri khas pendukung pembuatan identitas visual.

c. Studi Literatur.

Penulis mencari informasi atau data yang terkait dengan logo dan branding untuk referensi perancangan.

3. PEMBAHASAN

3.1 Kajian Pustaka

1.) Logo

Logo adalah visual penting karena logo dapat mempresentasikan atau mewakili identitas dari suatu perusahaan, produk, dan organisasi. Logo biasanya digunakan atau di aplikasikan di berbagai media seperti papan nama, kop surat, sosial media, stempel, dll. Di era sekarang banyak penggunaan logo dengan visual yang hanya mempertimbangkan estetika saja tanpa memikirkan fungsi dari logo tersebut. Logo merupakan atribut utama brand yang terlihat secara fisik, namun logo yang baik juga harus menampilkan atribut nonfisik yang merupakan perwujudan dari visi misi, nilai, dan budaya (Sari & Kusuma, 2022).

2.) Brand Identity

Brand Identity adalah elemen visual yang mencakup beberapa elemen seperti logo, warna, tipografi, gaya visual, dan slogan, yang dimana menggambarkan dan membedakan satu brand dengan brand lainnya (Mutiara Anjani, Bayu Artha, & Purnami, 2024). Elemen-elemen tersebut biasanya digunakan atau di aplikasikan ke dalam media fisik atau media pendukung dari suatu brand.

3.) Warna

Warna mempunyai peran penting dalam sebuah desain, warna dapat menambah nilai keindahan dan menambah daya tarik dari suatu desain. Pemilihan warna juga dapat mempengaruhi emosi bagi seseorang yang melihat, maka dari itu suatu brand harus memiliki ciri khas warna tertentu yang dapat mempresentasikan suatu brand agar mudah dikenal oleh masyarakat. Unsur warna memberi perhatian paling besar terhadap tangkapan mata atau *visual* audiens, sehingga berpeluang terjadinya interaksi dengan audiens. Warna mempengaruhi psikologi dan emosi audiens, sehingga dimanfaatkan untuk menarik perhatian (Pradika, Swandi, & Mudra, 2020).

4.) Media Promosi

Tanpa adanya media promosi mungkin suatu penjualan produk ataupun jasa akan lebih sulit dalam menjangkau customer atau pasar yang lebih luas. Pentingnya media promosi seperti media sosial dalam suatu usaha dapat mengenalkan jasa atau produk yang ditawarkan. *Social* media adalah bagian dari media masa versi modern dimana pengertian *social* media merupakan sebuah media yang di dalamnya difasilitasi internet atau media online. Media sosial juga merupakan *platform* yang sangat efektif di zaman sekarang (Ramadhan, 2017).

3.2 Data

Dari hasil wawancara dan hasil observasi penulis kepada UMKM PSP Sidomulyo, penulis mendapatkan data lengkap dari UMKM. Data yang diperoleh penulis berupa sejarah dan target audience yang diinginkan UMKM.

1.) Data profil UMKM

Nama : PSP Sidomulyo
Bisnis : Jasa Sablon
Pemilik : Mulyono

Tahun Berdiri : 1995
Hari Operasional : Senin - Sabtu
Jam Operasional : 09.00 WIB – 17.00 WIB
Harga Jasa : Rp.400 – Rp.10.000
Alamat : Sonopakis Lor, Ngestiharjo, Kec. Kasihan, Kabupaten
Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55181

1.) Sejarah PSP Sidomulyo

PSP Sidomulyo merupakan usaha sablon yang didirikan oleh Bapak Mulyono pada tahun 1995. Sebelum Pak Mulyono mempunyai usaha sablon PSP Sidomulyo, pemilik UMKM sempat bekerja di sebuah percetakan yang bernama Mitra Prasaja pada tahun 1991. Setelah itu pada tahun 1993 Bapak Mulyono memutuskan pindah bekerja ke percetakan Timbul Offset yang bertempat di daerah Wijilan Yogyakarta. Bekerja di lingkup percetakan selama kurang lebih 5 tahun, pemilik UMKM mendapat pengalaman serta keterampilan dalam dunia percetakan. Disamping pengalaman tersebut Bapak Mulyono melihat peluang dari obrolan rekan kerja maupun dari customer yang mencari jasa sablon plastik kemasan, Pada tahun tersebut banyak UMKM yang membutuhkan sablon kemasan dengan harga ekonomis, disitulah Pak Mulyono memulai belajar cetak sablon secara mandiri di rumah karena alat yang cukup sederhana dan harga yang terjangkau. Setelah mencoba dan berhasil Bapak Mulyono mulai menawarkan jasa sablon kepada rekan kerja dan customer di percetakan offset. Dari menerima pesanan sablon tersebut dan berhasil dikerjakan, orderan sablon mulai berdatangan secara mulut ke mulut. Bapak Mulyono akhirnya memutuskan untuk berhenti bekerja dari percetakan Timbul Offset dan mendirikan usaha sendiri pada tahun 1995 dengan nama PSP Sidomulyo, PSP sendiri dari singkatan percetakan sablon dan periklanan sedangkan nama Sidomulyo yang berarti harapan kemakmuran dari usaha sablon tersebut, nama Sidomulyo sendiri diambil karena masih ada hubungannya dengan nama pemilik UMKM yaitu Mulyono.

2.) Analisis SWOT

Dalam perancangan ini analisis SWOT akan digunakan untuk menemukan dan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Menurut pendapat Wiswasta, Agung, & Tamba (2018), Analisis SWOT adalah metode perencanaan model, strategis, dan pengembangan usaha yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan

(*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis.

a. Analisis SWOT PSP Sidomulyo

<i>Strength (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas sablon lebih awet dari pada sablon print. - Harga relatif lebih ekonomis untuk kelas UMKM. - Sablon manual dapat menghasilkan warna yang tajam dan tahan lama. - Biaya produksi lebih rendah apabila produksi dengan jumlah yang banyak. - Berdiri pada tahun 1995 - Banyak konsumen tetap yang sering berlangganan 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya identitas visual yang mewakili UMKM tersebut. - Belum memiliki logo yang sesuai dengan ciri khas UMKM. - Kurangnya kegiatan promosi yang lebih meluas dan belum maksimal. - Kurangnya pemanfaatan media sosial dalam kegiatan promosi. - Kurangnya informasi di media sosial.
<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threat (Ancaman)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Dapat mencakup pasar yang lebih luas dengan segmentasi UMKM yang membutuhkan kemasan dengan harga terjangkau. - Berpeluang dapat bersaing dengan kompetitor dengan mengunggulkan kualitas dalam produksi. - Berpeluang mendapatkan customer baru dengan pemanfaatan sosial media yang lebih baik. 	<ul style="list-style-type: none"> - Banyak usaha sablon yang sudah menggunakan sosial media sebagai media promosi dan lebih informatif. - Konsumen lebih memilih sablon print dibandingkan dengan sablon manual karena proses pengerjaan sablon print lebih cepat. - Jumlah jasa sablon di jogja yang lumayan banyak.

b. Analisis SWOT Paxilcreative (kompetitor)

<i>Strength (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>

<ul style="list-style-type: none"> - Logo dan identitas <i>visual</i> sudah mewakili UMKM tersebut - Harga ekonomis. - Informasi di media sosial sudah cukup jelas. - Mempunyai halaman WEB sebagai informasi dan media katalog. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya aktifasi di media instagram - Kurangnya kegiatan promosi yang lebih meluas dan belum maksimal. - Kurangnya pemanfaatan media sosial dalam kegiatan promosi. - Jasa sablon tergolong masih baru. - Harga lebih mahal. - Jumlah cetak harus secara masal atau banyak.
<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threat (Ancaman)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Peluang mendapatkan konsumen yang baru apabila sosial media lebih aktif lagi - Berpeluang dapat bersaing dengan kompetitor dengan mengunggulkan kualitas dalam produksi. - Berpeluang mendapatkan customer baru dengan pemanfaatan media sosial yang lebih baik. - Penggerjaan sablon print lebih cepat dengan jumlah orderan yang banyak. 	<ul style="list-style-type: none"> - Calon konsumen melihat dari sosial media Instagram untuk mempertimbangkan kelayakan sebelum memulai pemesanan jasa sablon. - Kualitas sablon print masih kurang dibandingkan sablon manual.

c. Analisis SWOT Kingkong sablon jogja (kompetitor)

<i>Strength (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Sosial media instagram sudah informatif. - Banyak informasi testimoni di sosial media. - Harga ekonomis. - Mempunyai link yang tercantum di instagram dan langsung menuju chat WA admin. - Variasi jasa sablon lebih banyak. - <i>Free</i> desain 	<ul style="list-style-type: none"> - Identitas visual belum mewakili UMKM. - Logo yang belum mewakili UMKM. - Tone warna instagram feed masih kurang seirama.

<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threat (Ancaman)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Calon konsumen lebih percaya dengan adanya testimoni dari berbagai merek yang sudah dikerjakan UMKM. - Dapat bersaing dengan kompetitor dengan selisih harga. - Cakupan pasar lebih luas 	<ul style="list-style-type: none"> - Kompetitor dengan harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama. - Kompetitor yang memberikan bonus lebih banyak

d. Analisis SWOT Dikemas Creative Packaging (kompetitor)

<i>Strength (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Sosial media instagram informatif. - Menggunakan konten-konten edukasi tentang sablon dan kemasan. - Logo dan identitas <i>visual</i> sudah mewakili UMKM. - Feed sosial media Instagram seirama - <i>Free</i> desain - <i>Free</i> ongkos kirim 	<ul style="list-style-type: none"> - Persaingan harga antar kompetitor jasa sablon.
<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threat (Ancaman)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Konten edukasi menambah peluang dalam media promosi instagram. - Dapat bersaing dengan kompetitor dengan selisih harga. - Cakupan pasar yang lebih luas 	<ul style="list-style-type: none"> - Kompetitor dengan harga yang lebih murah. - Kompetitor yang mempunyai kualitas sablon lebih bagus.

Setelah penulis melakukan analisis SWOT terhadap UMKM PSP Sidomulyo dan 3 kompetitor dari UMKM tersebut, penulis mendapatkan hasil analisis data berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari UMKM PSP Sidomulyo. Data tersebut akan digunakan penulis untuk merancang strategi di masa mendatang dan mengambil langkah bagaimana cara terbaik yang harus dilakukan UMKM PSP Sidomulyo saat ini.

3.) Analisis Target Audiens

Target audiens adalah sekelompok orang dengan karakteristik tertentu yang berpotensi untuk target konsumen dalam suatu bisnis, target audiens harus diidentifikasi agar dalam pemasaran sesuai dengan target market.

a. Geografis

Fokus jasa sablon PSP Sidomulyo adalah sekitar wilayah Jawa Tengah terutama di daerah kota Yogyakarta

b. Demografis

1. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
2. Usia : 21 tahun – 30 tahun
3. Pekerjaan : Mahasiswa dan Pengusaha

c. Psikografis

1. Masyarakat yang mempunyai minat berbisnis
2. Memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah

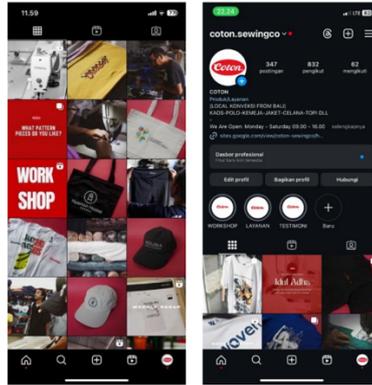
4.) Referensi Perancangan

Penulis menggunakan referensi jurnal perancangan yang ditulis oleh (Kusumohendrarto, 2021) yaitu Perancangan Ulang Logo Desa Wisata Purwosari. Referensi jurnal tersebut dijadikan acuan penulis dalam pembuatan perancangan identitas visual dengan berdasarkan alur, Penulisan, dan proses pembuatan. Perancangan Konten Sosial Media Instagram Pada Perusahaan Konveksi Coton.Sewingco (Pramastha, Narulita, & Putra, 2024) dijadikan referensi dalam pembuatan konten dalam penerapan media promosi Instagram.



Gambar 2. Final Logo Purwosari

(Sumber: Jurnal Perancangan Ulang Logo Desa Wisata Purwosari, R Hadapainigrani Kusumohendrarto, 2021)



Gambar 3. Hasil content Social Media Instagram perusahaan Coton.Sewingco (Sumber: Jurnal Perancangan Logo Toekang Nasi, Pramastha, Narulita, & Putra, 2024)

5.) *Brainstorming*

Brainstorming adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan gagasan dengan mengembangkan pola pikir untuk mencari solusi dan menyelesaikan permasalahan. Menurut (Harianti & Margaretha, 2014) *Brainstorming* merupakan metode yang paling terkenal dan efektif untuk memunculkan berbagai ide tentang suatu masalah dalam waktu yang terbatas.

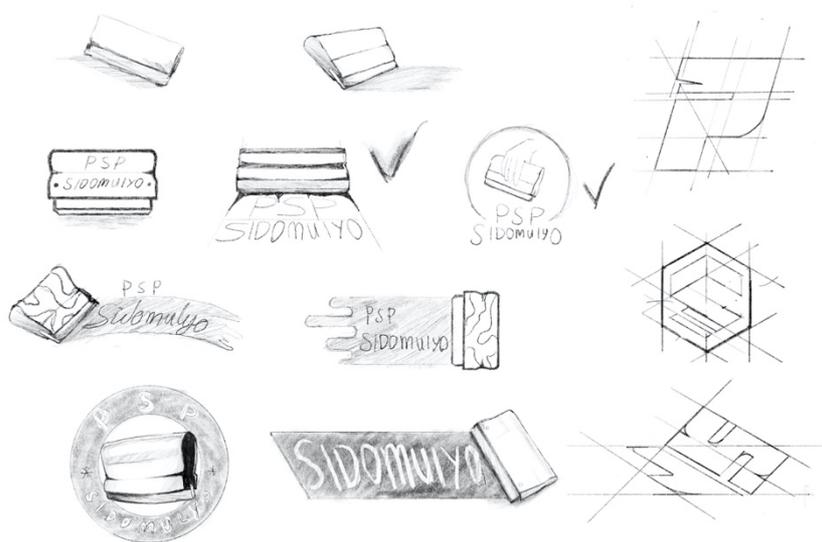


Gambar 4. Brainstorming (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Penulis mendapatkan hasil dari *brainstorming* berdasarkan data wawancara dan riset untuk mengetahui kata kunci sebagai dasar atau solusi dalam penyelesaian masalah. Berdasarkan hasil dari *brainstorming* dapat disimpulkan menjadi beberapa kata kunci, yaitu: Sidomulyo, Percetakan, Sablon, Periklanan, Arti nama UMKM, Logo kombinasi, Harapan, Sejahtera, dan lain-lain.

6.) Logo

Logo merupakan suatu wajah atau perwujudan *visual* yang mencerminkan identitas dari suatu organisasi, merek, perusahaan, dan produk dengan bertujuan dapat menyampaikan gagasan, visi, dan misi. Logo juga akan mewakili jati diri yang akan diingat masyarakat umum dengan cara mempunyai ciri khas tersendiri dalam *visual* yang ditampilkan. Logo dapat diterapkan ke dalam media cetak fisik seperti kop surat, kartu nama, banner, stample, dan media pendukung lainnya. Logo menjadi hal yang penting untuk mengenalkan *brand* ke konsumen dengan memiliki karakteristik yang dapat menyampaikan tujuan dari perusahaan atau lembaga yang menggunakannya (Januariyansah, 2018). Berikut beberapa sketsa logo yang dibuat penulis berdasarkan riset, wawancara, observasi, dan *brainstorming* yang penulis lakukan.



Gambar 5. Sketsa Logo PSP Sidomulyo
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Penulis membuat beberapa alternatif jenis logo yaitu logo kombinasi dan logogram, dari sketsa logo tersebut terpilihlah 3 desain berdasarkan pertimbangan dari dosen pembimbing, ketiga desain tersebut nantinya akan di sempurnakan secara *visual* dan akan di presentasikan kepada pemilik UMKM PSP Sidomulyo. Berikut logo yang sudah dilakukan penyempurnaan dan pemilihan warna untuk di presentasikan kepada pemilik UMKM.



Gambar 6. Alternatif logo PSP Sidomulyo
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

7.) Logo Terpilih

Setelah penulis menjelaskan mengenai konsep dari beberapa alternatif logo yang dibuat kepada pemilik UMKM, Pemilik UMKM memilih logo kedua. Menurut pemilik UMKM logo kedua dapat merepresentasikan identitas dari usaha sablon PSP Sidomulyo dengan bentuk alat sablon atau biasa disebut Rakel yang sedang mengesut tulisan SIDOMULYO. Sedangkan warna yang digunakan adalah warna merah, biru dongker, dan putih tulang. Warna merah dalam budaya Tionghoa melambangkan kemakmuran seperti arti nama Sidomulyo, warna biru dongker memiliki arti profesionalitas, dan warna putih tulang memberikan sentuhan kehangatan dan fleksibel.



Gambar 7. Logo terpilih
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Konsep dari perancangan logo PSP Sidomulyo menggunakan logo kombinasi, dengan mengkombinasikan simbol dan teks dengan baik agar tercipta logo yang memiliki kesan menarik dan berbeda dengan kompetitor. Visual pada logo ini dibuat dengan kesan *Bold dan* semi abstrak.

8.) Filosofi Logo



Gambar 8. Konsep Logo PSP Sidomulyo
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Logo PSP Sidomulyo memiliki filosofi dari setiap bagian logonya dengan harapan dapat memberikan kesan identitas dan nilai *value* dari UMKM tersebut.

a. **Raket**, menyimbolkan identitas dari UMKM yang bergerak di bidang sablon.

b. **Perspektif Tulisan Sidomulyo**, memberikan kesan dinamis dengan objek raket, memiliki arti dalam setiap pengerjaan sablon mengutamakan ketepatan dan kesempurnaan.

c. **Tulisan PSP**, memiliki singkatan Percetakan, Sablon, dan Periklanan, diposisikan diatas raket dengan arti akan selalu menjadi pegangan, kebanggaan, dan rasa memiliki.

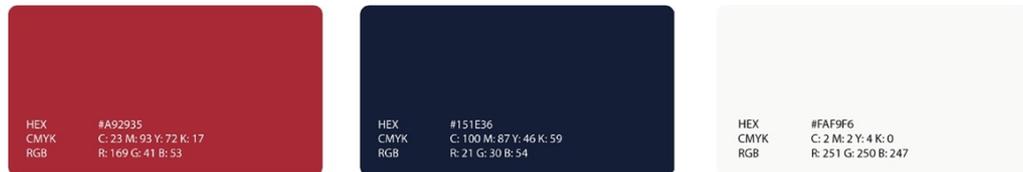
d. **Gesutan Tulisan Sidomulyo**, Memberikan kesan sedang mengerjakan sablon dengan tulisan Sidomulyo, memiliki arti doa dan harapan kepada usaha konsumen yang sedang dikerjakan menjadi maju dan sejahtera.

Logotype yang digunakan oleh penulis dalam pembuatan logo PSP Sidomulyo adalah jenis Slab serif, jenis font ini memiliki ekor atau kait dibagian ujung *strokes* tetapi terlihat seperti blok dan solid, font ini merupakan perpaduan antara serif dan sans serif. Penggunaan jenis font ini untuk membuat tampilan logo menjadi klasik namun tetap memiliki kesan tegas.

9.) Warna

Warna merupakan bagian *visual* penting dalam pembuatan sebuah logo, warna dapat mempengaruhi emosi atau psikologi seseorang yang melihatnya. Warna adalah sebuah subjek yang menjadi salah satu hal penting dalam mempengaruhi daya tarik sebuah visual, benda, karya,

dan desain. Warna juga dapat memberikan vibrasi tertentu di dalam sebuah desain (Monica & Luzar, 2011). Dalam perancangan logo PSP Sidomulyo menggunakan kombinasi 3 warna, diantaranya warna merah tua, biru dongker, dan putih tulang.



Gambar 9. Color Pallet Logo PSP Sidomulyo
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Berikut merupakan filosofi atau makna dari warna yang digunakan dalam perancangan logo PSP Sidomulyo.

- Merah Tua**, Warna ini digunakan dengan makna atau simbol kemakmuran, daya tarik, dan secara psikologis warna merah tua dapat menarik perhatian.
- Biru Donker**, Warna ini digunakan karena jika dikombinasikan dengan warna merah tua memiliki perpaduan estetika, biru donker memberikan kesan kepercayaan dan profesionalisme.
- Putih Tulang**, Di dalam dunia sablon warna putih merupakan warna dasar yang hampir selalu digunakan, warna putih tulang memberikan sentuhan kehangatan dan fleksibel.

10.) Tipografi

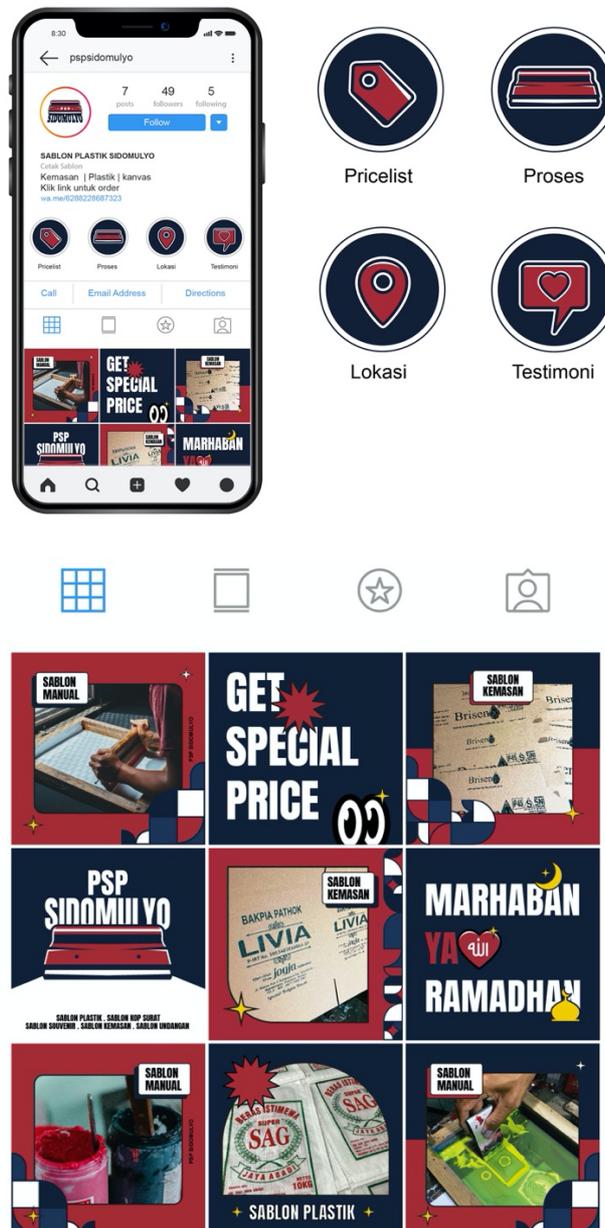
Tipografi merupakan bagian penting yang harus diperhatikan dalam pembuatan logo, karena dalam penyampaian informasi harus dapat mudah dibaca dan mencerminkan identitas dari brand. Penerapan tipografi yang tepat merupakan aspek penting karena tipografi dapat mempengaruhi kesan *visual* pada suatu *brand*, tipografi juga menjadi representasi visual sehingga karakter setiap huruf mencerminkan citra merek yang diwakilinya (Sulaiman, 2023).

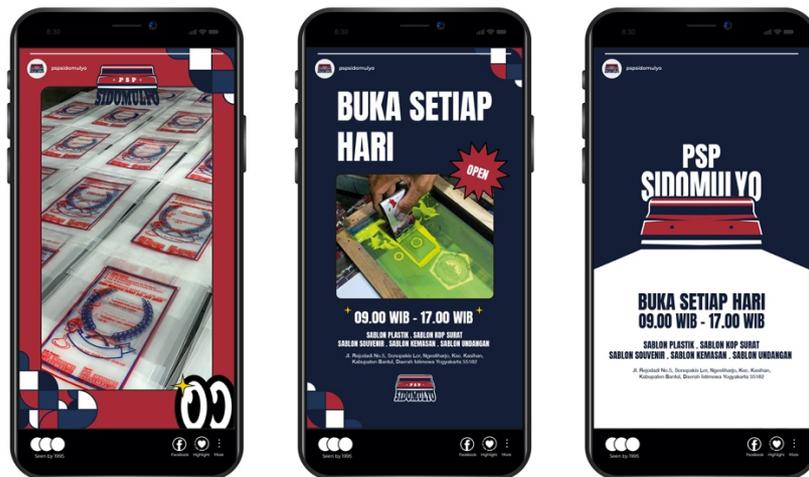
MOUL REGULAR
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gambar 10. Moul Regular Font
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

11.) Penerapan media promosi Instagram

Instagram menjadi media yang penting dalam kegiatan promosi produk maupun jasa. Mengingat perkembangan zaman yang sudah serba digital, maka sebuah usaha harus mengikuti perkembangan tersebut. PSP Sidomulyo selama ini belum memiliki media promosi digital, media sosial Instagram menjadi pilihan dalam kegiatan promosi dengan bertujuan dapat bersaing dengan kompetitor dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Penulis akan membuat beberapa desain yang akan diterapkan pada sosial media Instagram seperti desain *feed*, *story*, dan *icon highlight*. Instagram menjadi media yang menjanjikan untuk berbagai akun, seperti akun informasi, berita, *online shop*, dan ajang promosi (Feroza & Misnawati, 2020).





Gambar 11. Mockup media Instagram
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

12.) Media Pendukung

Media pendukung sebagai bentuk penerapan visual logo atau gambaran visual untuk memperlihatkan bagaimana penerapan identitas visual tersebut pada media-media yang nantinya akan digunakan untuk kepentingan branding UMKM.

a.) Kartu Nama

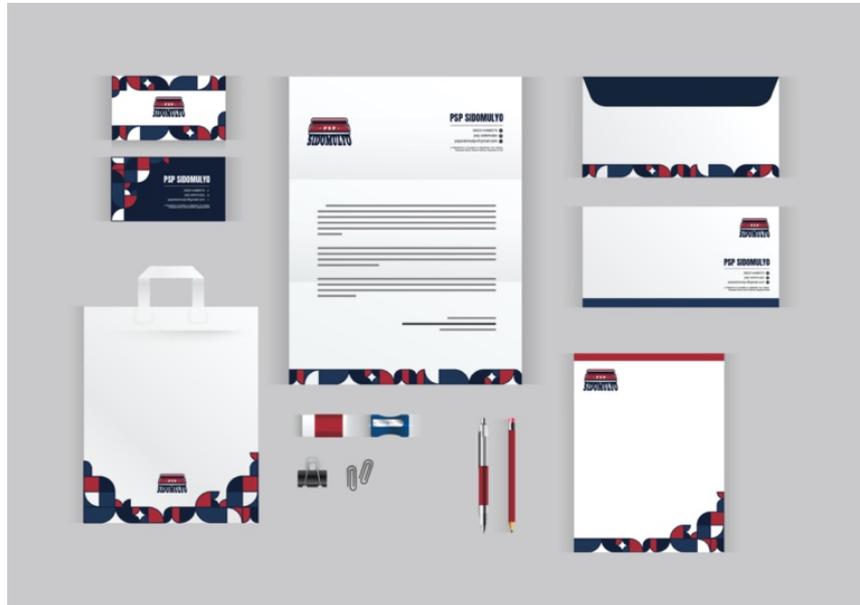
Kartu nama merupakan media penting bagi suatu usaha karena berfungsi sebagai identitas pengenalan yang berisi informasi usaha, alamat perusahaan dan informasi kontak.



Gambar 12. Kartu Nama
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

b.) *Stationary*

Perlengkapan dalam keperluan kantor sebagai media tulis dengan menerapkan identitas visual dari UMKM PSP Sidomulyo.



Gambar 13. Stationary
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

c.) Papan Nama

Sebagai *sign* atau pengenal tempat produksi UMKM, bermanfaat memudahkan calon pelanggan mencari lokasi rumah produksi.



Gambar 14. Papan Nama
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

d.) *Apron*

Dalam proses produksi sablon dibutuhkan *apron* sebagai pelindung baju dari cat yang sering kali dapat terkena baju, selain melindungi dalam proses produksi *apron* juga dapat menunjang identitas UMKM.



Gambar 14. Apron
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

e.) *Brosur*

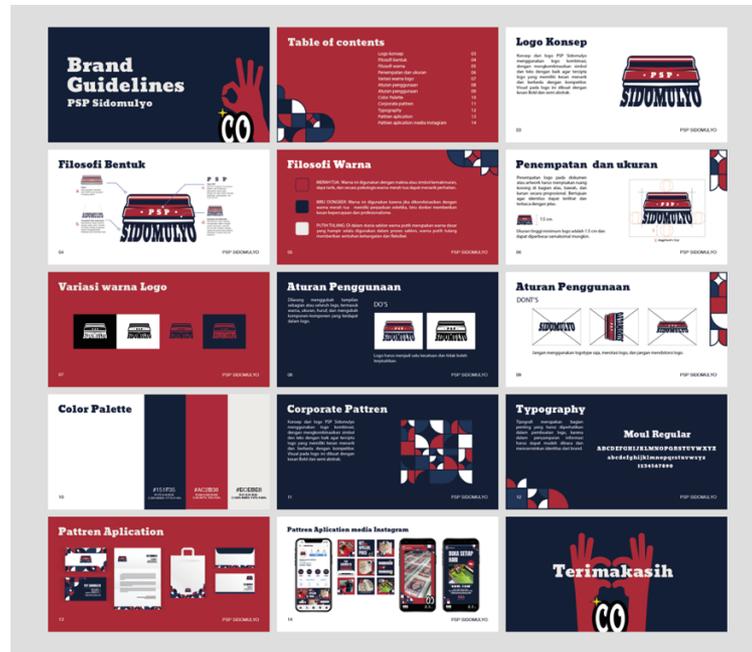
Merupakan media yang digunakan membantu dalam promosi secara fisik dengan memuat informasi tentang UMKM Sidomulyo.



Gambar 15. Brosur
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

f.) Brand Guidelines

Brand Guidelines membantu dalam mengkomunikasikan identitas brand dengan konsisten, juga dapat membangun wajah dari suatu brand yang kuat dan mudah dikenali.



Gambar 16. Brand Guideline
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Perancangan ini diawali dengan pengamatan penulis terhadap UMKM PSP Sidomulyo, dimana terdapat suatu permasalahan yang dapat diselesaikan atau dibantu dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual. Setelah itu penulis menganalisa permasalahan tersebut dan memutuskan untuk membuat Identitas Visual dengan penerapannya di media promosi Instagram. Selanjutnya penulis mencari data UMKM dengan cara wawancara kepada pemilik UMKM, Observasi, dan Studi literatur. Kemudian penulis melanjutkan proses analisis SWOT dan menentukan target audiens, setelah itu penulis membuat beberapa opsi sketsa logo yang akan dipresentasikan kepada dosen pembimbing, terpilih 3 logo yang akan disempurnakan secara visual dan ketiga logo tersebut akan dipresentasikan kepada pemilik UMKM. Setelah logo terpilih, penulis melanjutkan membuat supergrafis yang nantinya akan digunakan dalam pendukung visual di media yang berkaitan dengan UMKM PSP Sidomulyo, terutama membantu dalam penerapan di media sosial Instagram. Beberapa media pendukung juga dibuat oleh penulis seperti kartu nama, *Stationary*, Apron, Brosur, dan terakhir Brand Guidelines.

4. KESIMPULAN

PSP Sidomulyo merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang jasa sablon manual, dengan teknik dan kualitas yang dapat berpotensi bersaing dengan kompetitor untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Akan tetapi kurangnya identitas visual yang mencerminkan UMKM PSP Sidomulyo, terlebih kegiatan promosi PSP Sidomulyo juga belum terlaksana, maka dari potensi dan permasalahan tersebut perancangan ini membantu memberikan solusi dalam pembuatan identitas visual berupa logo yang dapat merepresentasikan citra UMKM PSP Sidomulyo. Dengan bertujuan informasi dari PSP Sidomulyo dapat tersampaikan kepada masyarakat. Perancangan ini akan diterapkan dalam media pendukung dalam kegiatan promosi untuk meningkatkan eksistensi dan citra dari UMKM. Dalam proses perancangan ini banyak mempertimbangkan aspek-aspek seperti *target audience*, kekuatan UMKM, dan aspek visual seperti logo, warna, dan font. Supaya tercipta logo berciri khas, berbeda, dan informatif. Sejalan dengan pendapat Kusumohendrarto (2021) Identitas visual sebuah merek merupakan jati diri yang dapat menjadi pembeda serta ciri khas sehingga akan tertanam dalam benak seseorang yang melihatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN. *JURNAL INOVASI*, 32-41.
- Harianti, A., & Margaretha, Y. (2014). PENGEMBANGAN KREATIVITAS MAHASISWA DENGAN MENGGUNAKAN METODE BRAINSTORMING DALAM MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN . *Jurnal Manajemen*, 175-192.
- Januariyansah, S. (2018). ANALISIS DESAIN LOGO BERDASARKAN TEORI: EFEKTIF DAN EFISIEN. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Kusumohendrarto, R. (2021). Perancangan Ulang Logo Desa Wisata Purwosari Sebagai Kesiapan Wajah Baru Destinasi Brand Setelah Pandemi Covid-19. *AKSA*, 692-701.
- Monica, & Luzar, L. C. (2011). EFEK WARNA DALAM DUNIA DESAIN DAN PERIKLANAN. *HUMANIORA*, 1084-1096.
- Mutiara Anjani, N. C., Bayu Artha, I. I., & Purnami, P. S. (2024). PERANCANGAN BRAND IDENTITY UMKM STEAK IJOW JALANAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI MADE BLEZ STUDIO . *Desain Komunikasi Visual*, 219-229.
- Pradika, M. A., Swandi, I., & Mudra, I. (2020). Kajian Ilustrasi, Tipografi, Dan Warna Dalam Membentuk Estetika Pada Desain Kemasan Pod Cokelat Edisi Dark Chocolate Bali. *Seni Rupa dan Desain*, 59-63.

- Pramastha, I. I., Narulita, E. T., & Putra, G. S. (2024). PERANCANGAN KONTEN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM PADA PERUSAHAAN KONVEKSI COTON.SEWINGCO. *ISI Denpasar*, 1-6.
- R. A., Dwanoko, Y. S., & D. S. (2021). PELATIHAN DESAIN LOGO DAN KEMASAN PRODUK UMKM DI WILAYAH SEKARPURO KECAMATAN PAKIS KABUPATEN MALANG. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS*, 69-79.
- Ramadhan, F. H. (2017). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @MR.CREAMPUFF SEBAGAI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN. 1-17.
- Sari, N. R., & Kusuma, N. P. (2022). ANALISIS SEMIOTIK NASIONALISME PADA LOGO MASKAPAI BATIK AIR. *Jurnal SEMIOTIKA*, 114-124.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.
- Sulaiman, A. M. (2023). *DESAIN TIPOGRAFI DALAM KEMASAN*. MITRA CENDEKIA.
- SULAIMAN, A. M. (2023). *DESAIN TIPOGRAFI DALAM KEMASAN*. MITRA CENDEKIA.
- Widyokusumo, L. (2014). MENINGKATKAN CITRA UKM MELALUI PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL . *Humaniora*, 163-171.
- Wiswasta, I. A., Agung, I. A., & Tamba, I. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)* . Unmas Press.

LAMPIRAN

1. Lembar Perstujuan Pembimbing
2. Lembar Pengesahan
3. Dokumentasi Proses Penelitian



4. Dokumentasi Sidang



5. Lembar Konsultasi

F.STRD VISI/B.5



SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

LEMBAR KONSULTASI
BIMBINGAN TUGAS AKHIR D3
PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : ADITYA MUHSIN SAPUTRA NIM 1191096
 SEMESTER : II TAHUN AKADEMIK : 2024/2025
 JUDUL TA : PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN PENERAPANNYA
DALAM MEDIA PROMOSI UNIKM SABLON DSD SIDAMULYO
 PEMBIMBING : R. HADAPINIGRANI KUMOHENDRARTO, M.Ds

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
18 Okt 2024		proposal ke jurnal	<i>[Signature]</i>
14 Nov 2024	sketsa logo dan buat brainstroming	sketsa 10 logo	<i>[Signature]</i>
20 Nov 2024	Penulisan, alternatif logo	Analisis SWOT dan tambah logo, font, warna	<i>[Signature]</i>
26 Nov 2024	warna logo, bentuk	Font dan warna	<i>[Signature]</i>
4 Des 2024	analisis SWOT, Desain	tambahkan logo perbaikan progres	<i>[Signature]</i>
12 Des 2024	revisi desain instagram	maclur, brand	<i>[Signature]</i>
19 Des 2024	revisi desain dan penerapan media	guideline, brand box, statenansi, hajar logo, bentuk warna, Brand	<i>[Signature]</i>
30 Des 2024		konten dan	<i>[Signature]</i>
6 Jan 2025	revisi brand dan brand guideline	perjelasan logo	<i>[Signature]</i>
13 Jan 2025	revisi brand Guideline uniknya warna, type grup by, aplikasi dan penerapan	catatan planade, upload instagram	<i>[Signature]</i>
10 Jan 2025	revisi ACC, siap maju sidang	revisi jurnal	<i>[Signature]</i>

Ketua Jurusan : *[Signature]*
(Dwisanto Sayogo, M.Ds)

Pembimbing : *[Signature]*
(R. Hadapinigrani Kumohendrarto, M.Ds)