

PERANCANGAN ULANG CITRA VISUAL LOGO UMKM DANIZ BAKERY

SEBAGAI IDENTITAS BRAND

TUGAS AKHIR



Disusun oleh

SALSABILA YONA OKTAVIA RAHMA

01201002

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
YOGYAKARTA
(2023)**

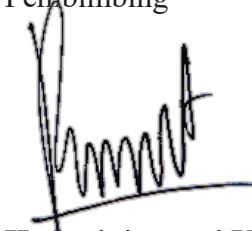
**PERANCANGAN ULANG CITRA VISUAL LOGO
UMKM DANIZ BAKERY SEBAGAI IDENTITAS BRAND**

Tugas Akhir ini telah diuji dan dipertahankan
di hadapan tim penguji Program Studi Desain Komunikasi Visual
Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

Pada tanggal **25 Juli 2023** di STSRD Visi Indonesia

Dewan Penguji

Pembimbing



Hadapiningrani K, M.Ds

NIDN : 0524079001

Ketua Penguji



Sudjadi Tjipto Rahardjo, M.Ds

NIDN : 0013027501

Mengetahui,

Ketua STSRD Visi



Wahyu Tri Widadijo, M.Sn

NIDN : 0526047001

Ketua Jurusan



Dwisanto Sayogo, M.Ds

NIDN : 0510128401

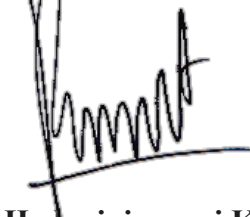
**PERANCANGAN ULANG CITRA VISUAL LOGO
UMKM DANIZ BAKERY SEBAGAI IDENTITAS BRAND**

Tugas Akhir ini telah diuji dan dipertahankan
di hadapan tim penguji Program Studi Desain Komunikasi Visual
Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

Pada tanggal **25 Juli 2023** di STSRD Visi Indonesia

Dewan Penguji

Pembimbing



Hadapiningrani K, M.Ds

NIDN : 0524079001

Ketua Penguji

Sudjadi Tjipto Rahardjo, M.Ds

NIDN : 0013027501

Mengetahui,

Ketua STSRD Visi

Wahyu Tri Widadijo, M.Sn

NIDN : 0526047001

Ketua Jurusan

Dwisanto Sayogo, M.Ds

NIDN : 0510128401

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT, atas izin dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya.
2. Orang tua dan adik saya yang selalu mendoakan serta mendukung demi kelancaran Tugas Akhir saya.
3. Ibu Isyana Renitawuri selaku pemilik UMKM Daniz Bakery yang telah bersedia dibuatkan logo sebagai brand identity. Semoga dengan dibuatnya brand identity ini membuat usaha Ibu Isyana semakin sukses.
4. Bpk Hadapingrani selaku dosen pembimbing yang senantiasa mengarahkan memberi masukan yang bermanfaat hingga selesai Tugas Akhir.
5. Teman-teman dekat saya yang selalu memberikan saran dan semangat dalam menyelesaikan karya Tugas Akhir ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga saya dapat diberikan kesempatan dalam menyusun hingga menyelesaikan karya Tugas Akhir ini, dengan judul “Perancangan Ulang Citra Visual Logo UMKM Daniz Bakery”.

Tujuan dibuatnya karya Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu syarat selaku mahasiswa semester akhir jenjang Diploma III. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu kelancaran saya mengerjakan Tugas Akhir ini.

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya.
2. Orang tua dan adik saya yang selalu mendoakan serta mendukung saya.
3. Ibu Isyana Retnowuri selaku pemilik UMKM Daniz Bakery yang telah bersedia dibuahkan logo sebagai brand identity.
4. Bpk Hadapingrani selaku dosen pembimbing saya.
5. Teman-teman dekat saya yang selalu memberikan saran dan semangat.

Saya berharap karya Tugas Akhir saya dapat memberikan dampak baik kepada UMKM Daniz Bakery serta bermanfaat bagi para pembaca yang ingin lebih mengenal pentingnya logo dalam usaha. Disusunnya karya Tugas Akhir ini saya menyadari masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat saya terima sebagai evaluasi kedepan agar lebih baik.

Yogyakarta, Juni 2023

Salsabila Yona Oktavia Rahma

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
Minat Utama	1
Skill Unggulan	2
Kesimpulan	3
BAB II PENGANTAR OBJEK PERANCANGAN	4
Latar Belakang	4
Data Objek	5
Analisis SWOT	7
BAB III KONSEP DESAIN	8
Konsep Verbal	8
Konsep Visual	9
BAB IV PROSES DESAIN	15
Referensi Desain	15
Rough Desain	16
Alternatif Desain	18
Final Desain	19
DAFTAR PUSTAKA	26
LAMPIRAN	27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Foto Pribadi	1
Gambar 1.2 Penguasaan Software	1
Gambar 1.3 Contoh Karya Logo Bakso & Soto Kampoeng (2020)	2
Gambar 1.4 Contoh Karya Logo Spa Recoverleaf (2021)	2
Gambar 1.5 Contoh Karya Logo Yamie Mama (2021)	3
Gambar 1.6 Contoh Karya Logo Pondok Pinggir Kali (2022)	3
Gambar 2.1 Lokasi Daniz Bakery	5
Gambar 2.2 Tempat Produksi	5
Gambar 2.3 Owner Daniz Bakery	5
Gambar 2.4 Produk Roti Manis	6
Gambar 2.5 Produk Snack Box	6
Gambar 2.6 Produk Nasi Box	6
Gambar 3.1 Mind Mapping	9
Gambar 3.2 Brainstorming	9
Gambar 3.3 Moodboard Gaya Desain Victorian	10
Gambar 3.4 Sketsa Logo	10
Gambar 3.5 Moodboard Gaya Desain Art Deco	11
Gambar 3.6 Sketsa Logo Alternatif 2	11
Gambar 3.7 Moodboard Gaya Desain Retro	12
Gambar 3.8 Sketsa Logo Alternatif 3	12
Gambar 3.9 Kombinasi Warna	13
Gambar 3.10 Font Benguiat Std	13
Gambar 3.11 Font Cintaly	14
Gambar 3.12 Font Poppins	14
Gambar 3.13 Corporate Identity	14
Gambar 3.14 Feed Instagram	14
Gambar 4.1 Logo Bakpiaku	15
Gambar 4.2 Logo Cafe Nyore	15
Gambar 4.3 Logo Dopio Donut	15
Gambar 4.4 Corporate Identity	15

Gambar 4.5 Sketsa Logo Gaya Victorian	16
Gambar 4.6 Sketsa Logo Gaya Art Deco	16
Gambar 4.7 Sketsa Logo Gaya Retro	16
Gambar 4.8 Sketsa Corporate Identity	17
Gambar 4.9 Sketsa Media Promosi	17
Gambar 4.10 Digitalisasi Logo Gaya Victorian	18
Gambar 4.11 Digitalisasi Logo Gaya Art Deco	18
Gambar 4.12 Digitalisasi Logo Gaya Retro	18
Gambar 4.13 Mock Up Neon Box Usaha	19
Gambar 4.14 Mock Up Produk Roti	19
Gambar 4.15 Baju Daniz Bakery	20
Gambar 2.16 Apron Daniz Bakery	20
Gambar 4.17 Banner Daniz Bakery	21
Gambar 4.18 Stempel Daniz Bakery	21
Gambar 4.19 Nota Daniz Bakery	21
Gambar 4.20 Kantong Plastik Daniz Bakery	21
Gambar 4.21 Brosur Daniz Bakery	22
Gambar 4.22 Kartu Nama Daniz Bakery	22
Gambar 4.23 Kardus Snack Daniz Bakery	23
Gambar 4.24 Kemasan Snack Roti Manis Daniz Bakery	23
Gambar 4.25 Desain Ikon Highlight Instagram	24
Gambar 4.26 Desain Story Instagram	24
Gambar 4.27 Desain Feed Instagram	25
Gambar 4.28 Mock Up Instagram Daniz Bakery	25
Gambar Sebelum Dilakukan Perancangan Ulang Branding	28
Gambar Setelah Dilakukan Perancangan Ulang Branding	28
Gambar Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	29

BAB I

PENDAHULUAN

A. Minat Utama

Di antara bidang-bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual (DKV), saya memiliki minat dalam mendesain identitas perusahaan khususnya pada pembuatan logo untuk UMKM. Logo merupakan bentuk visual dari konsep suatu perusahaan atau organisasi. Dengan dibuatnya logo, suatu produk barang atau jasa yang dimiliki oleh suatu perusahaan dapat dibedakan dengan perusahaan lainnya yang memiliki produk barang atau jasa yang serupa. Logo perusahaan yang baik memiliki visual yang mudah diingat dan memiliki filosofi cerita yang mencerminkan identitas perusahaan itu sendiri. Sehingga, logo dengan kualitas tidak dibuat sembarangan. Hal ini menjadi suatu tantangan yang membuat saya berminat untuk belajar serta menekuni bidang DKV khususnya merancang logo sebagai branding suatu perusahaan

B. Skill Unggulan



Gambar 1.1 Foto Pribadi
[Sumber: foto pribadi]



Gambar 1.2 Penguasaan Software
[Sumber: file pribadi]

1. Deskripsi kemampuan teknis

Kemampuan yang saya miliki dalam proses merancang logo perusahaan dimulai dari menggali informasi tentang perusahaan tersebut sehingga diperoleh data yang sesuai dan bermanfaat dalam proses perancangan logo. Selanjutnya, proses kreatif saya lakukan dengan mengolah data yang sudah diperoleh menjadi bentuk visual. Dengan ini, baik kemampuan saya secara manual seperti membuat sketsa hingga kemampuan saya secara digital dalam menggunakan software grafis pengolah gambar seperti Adobe Illustrator untuk finalisasi karya.

2. Contoh Karya

Di bawah ini adalah 4 contoh karya logo beserta pengaplikasiannya yang pernah saya buat.



Gambar 1.3 Contoh Karya Logo
Bakso & Soto Kampong (2020)
[Sumber: file pribadi]



Gambar 1.4 Contoh Karya Logo
Spa Recoverleaf (2021)
[Sumber: file pribadi]



Gambar 1.5 Contoh Karya Logo
Yamie Mama (2021)
[Sumber: file pribadi]



Gambar 1.6 Contoh Karya Logo
Pondok Pinggir Kali (2022)
[Sumber: file pribadi]

B. Kesimpulan

Berdasarkan minat dan kemampuan yang saya miliki, saya ingin memberikan sumbangsih karya yang positif terhadap UMKM dalam hal membuat logo. Mengingat salah satu unsur identitas brand ialah logo yang menyimpan filosofi, cerita, konsep, dan harapan masing-masing setiap perusahaan. Selain itu visual logo dapat berpengaruh dari segi pemasaran dimana sebuah logo mudah diingat atau tidak di kalangan masyarakat hingga menjadi tolak ukur keaslian atau kualitas suatu produk perusahaan. Oleh karena itu, logo sebagai identitas perusahaan adalah penting untuk membangun brand perusahaan itu sendiri.

BAB II

PENGANTAR OBJEK PERANCANGAN

A. Latar Belakang

Berawal dari hobinya memasak, lalu bekerja menjadi koki di sebuah rumah makan membuat Ibu Isyana Renitawuri, atau kerap di panggil Ibu Nana ini memiliki banyak pengalaman dalam hal memasak. Cukupnya pengalaman tersebut membuat Ibu rumah tangga dengan 3 orang anak laki-lakinya ini memutuskan untuk resign dan merintis usahanya sendiri di rumah pada tahun 2013. Berlokasi di Jl Gotong royong, Karangwaru Lor TR II No.419a, Daerah Istimewa Yogyakarta. Meskipun berlokasi di kampung, Ibu Isyana berhasil mendapatkan pelanggan tetap berkat keahliannya dalam menciptakan berbagai makanan dengan harga terjangkau, seperti roti manis, snack, dan nasi box. Berjalan selama 2 tahun, usaha dengan nama Rizky Bakery diubah nama menjadi Daniz Bakery yang ia ambil dari nama anak laki-laki sulungnya yang pernah menempuh pendidikan SMK di jurusan tata boga dan telah menjadi koki di sebuah hotel di Yogyakarta.

Daniz Bakery hingga kini berdiri dengan sederhana, belum memiliki visual yang khas dan media promosi yang mendukung. Sehingga desain untuk upaya branding Daniz Bakery perlu dibuat. Dimulai dari pembuatan logo yang akan menjadi wajah Daniz Bakery sehingga dapat lebih mudah dikenal masyarakat dan disusul dengan pembuatan corporate identity dan media promosi lainnya seperti banner, kartu nama, kemasan, brosur, hingga konten Instagram sebagai media promosi digital yang efektif untuk berjualan dan memperluas target pasar.

Oleh karena itu, sebagai upaya membantu meningkatkan kualitas diperlukan perancangan ulang citra visual logo sebagai identitas brand UMKM Daniz Bakery.

B. Data Objek



Gambar 2.1 Lokasi Daniz Bakery
[Sumber: foto pribadi]

1. Profil Lengkap Objek Perancangan

- a. Nama Usaha : Daniz Bakery
- b. Bidang Usaha : Kuliner
- c. Owner : Isyana Renitawuri
- d. Lokasi : Jl Gotong royong, Karangwaru Lor TR II No.419a, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- e. Target Audience : Event kota dan acara kantor, sekolah atau organisasi.
- f. Media promosi : Mulut ke mulut, WhatsApp Business, Instagram, Facebook marketplace.



Gambar 2.2 Tempat Produksi
[Sumber: foto pribadi]



Gambar 2.3 Owner Daniz Bakery
[Sumber: foto pribadi]

g. Produk dan Range Harga:

- 1) Roti manis (Rp3.000 - Rp5.000)
- 2) Snack (Rp2.000 - Rp5.000)
- 3) Nasi box (Rp15.000 - Rp25.000)



Gambar 2.4 Produk Roti Manis
[Sumber: foto pribadi]



Gambar 2.5 Produk Snack Box
[Sumber: foto pribadi]



Gambar 2.6 Produk Nasi Box
[Sumber: foto pribadi]

2. Profil Singkat Target Audiens

- | | |
|-------------------|---|
| a. Geografis | : Wilayah Kota Yogyakarta |
| b. Jenis Kelamin | : Laki-laki dan Perempuan |
| c. Usia | : 22-40 tahun |
| d. Pekerjaan | : Karyawan dan masyarakat umum |
| e. Tingkat sosial | : Menengah - Bawah |
| f. Keperibadian | : Orang dengan kepentingan mencari snack atau nasi box untuk kegiatan atau acara. |

C. Analisa SWOT

1. Strength (Kekuatan)

- a. Adanya bonus kue di setiap pemesanan partai besar.
- b. Sudah berdiri sejak 2013 dan memiliki banyak pelanggan yang loyal.

2. Weaknesses (Kelemahan)

- a. Belum memiliki logo, visual branding dan corporate identity yang khas.
- b. Kurangnya konten dalam mempromosikan produk di media sosial Instagram.
- c. Belum memiliki katalog/ brosur produk.

3. Opportunities (Peluang)

- a. Memanfaatkan teknologi untuk promosi seperti menggunakan Facebook market place, Instagram dan WhatsApp Business.
- b. Memiliki relasi yang kuat dengan organisasi di kampung, sekolah, dan event kota.

4. Threats (Ancaman)

- a. Kenaikan bahan baku memengaruhi harga jual sehingga pelanggan menuntut harga yang lebih murah.
- b. Adanya banyak competitor yang menjual menu serupa contohnya Excellent Snack and Bakery.



Berdasarkan analisis SWOT yang diperoleh, Daniz Bakery memiliki potensi untuk berkembang lebih baik karena sudah memiliki pelanggan juga relasi baik yang kuat. Sehingga untuk memaksimalkan potensi tersebut perlu didukung dengan dibuatnya branding untuk meningkatkan promosi agar dapat menjangkau lebih banyak pelanggan.



BAB III

KONSEP DESAIN

A. Konsep Verbal

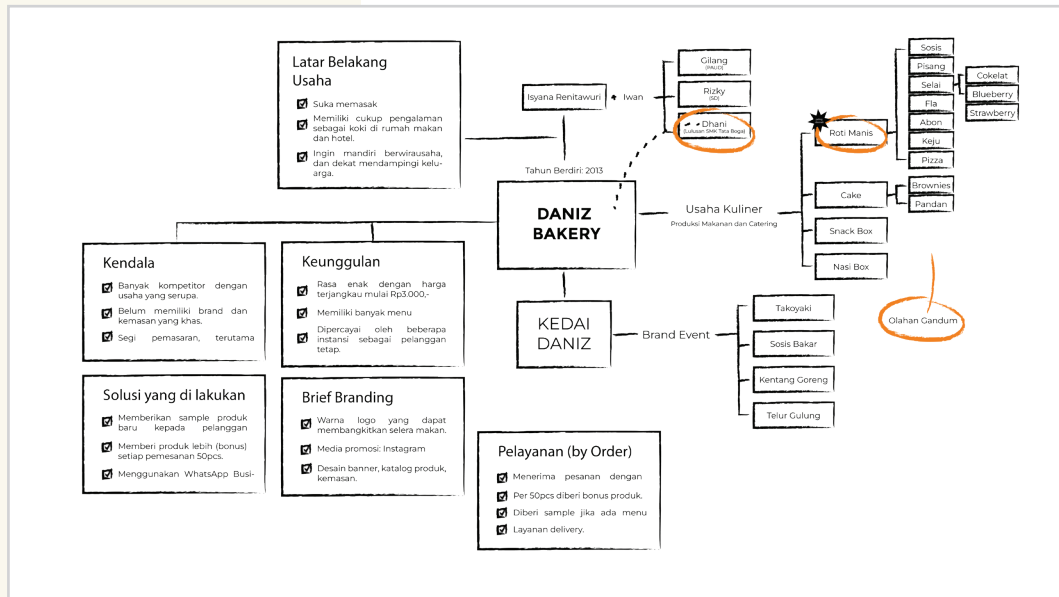
Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Isyana, selaku owner Daniz Bakery pada 5 April 2023, maka diperoleh hasil jika masalah yang sedang dihadapi usahanya setelah terdampak pandemi covid tahun 2020 yang lalu adalah berkurangnya pelanggan Daniz Bakery. Sehingga disamping dibuatkannya logo, sang owner berharap adanya desain untuk media promosi.

Kemudian dari data hasil wawancara, saya memperoleh beberapa kunci visual yang dapat membantu saya merancang logo. Dalam perancangan logo ini saya mencoba membuat 3 alternatif logo dan masing-masing menggunakan gaya desain yang berbeda. Saya mengadopsi gaya desain Victorian, Art Deco, dan Retro yang menurut saya ke-tiga gaya desain ini sesuai dan cukup banyak digunakan oleh brand-brand kuliner seperti bakery dan cafe yang telah berkembang di Kota Yogyakarta ini. Pada gaya desain Victorian saya akan menggunakan jenis logo campuran yang menggabungkan tipografi dan ornamen dengan layout yang simetris antara kanan dan kiri. Kemudian pada gaya desain Art Deco saya akan membuat logo dengan tipografi yang menggunakan bentuk-bentuk geometris dan mengutamakan kesederhanaan. Sementara logo dengan gaya desain Retro saya akan menggunakan jenis logo maskot dengan gaya maskot yang mengadaptasi gaya kartun Rubber Hose untuk memvisualisasikan karakter “Daniz” dari Daniz Bakery.

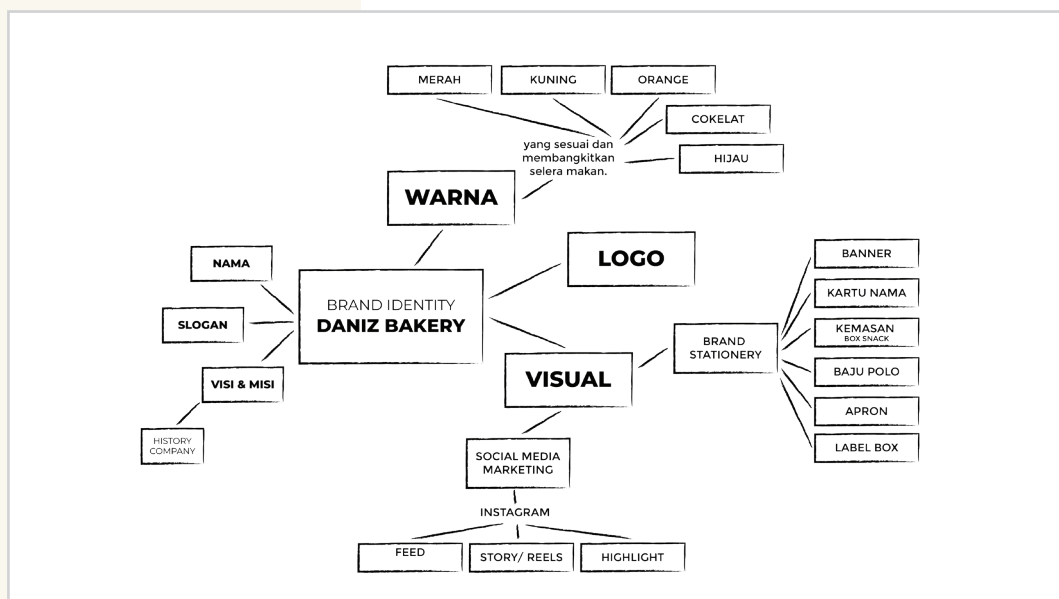
Setelah alternatif logo saya buat, konsep dasar dari media promosi umum saya pikirkan seperti banner, brosur, kemasan, seragam, hingga konten instagram. Adapun gaya desain dan palet warna pada media promosi akan mengikuti logo yang terpilih.

A. Konsep Visual

Dalam perancangan ini, sebelum membuat logo saya membuat mind mapping berdasarkan hasil wawancara untuk mendapatkan kunci visual untuk logo yang akan saya buat. Kemudian brainstorming saya lakukan dalam pemecahan masalah untuk upaya branding serta memperluas target pasar Daniz Bakery.



Gambar 3.1 Mind Mapping
[Sumber: file pribadi]



Gambar 3.2 Brainstorming
[Sumber: file pribadi]

Selanjutnya saya merancang konsep logo mulai dari bentuk, pemilihan warna, tipografi, hingga media pengaplikasian yang dibutuhkan. Dalam perancangan logo ini saya membuat 3 alternatif logo dengan gaya desain yang berbeda. Adapun alternatif yang saya buat adalah sebagai berikut.

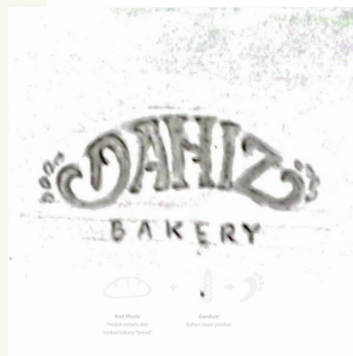
1. Bentuk

a. Gaya Desain Victorian

Gaya desain yang berkembang di Amerika, Inggris dan sebagian besar di benua Eropa (1820-1900). Muncul karena respon seniman terhadap revolusi industri saat masa ratu Victoria di Inggris berkuasa (1837). Ciri-ciri gaya desain ini antara lain penuh ornamen/ ukiran, gambar manual pabrik atau fungsi produk dalam elips, tipografi rumit namun dekoratif, dan layout simetris kanan kiri. Gaya desain Victorian pada sebuah logo cukup banyak digunakan salah satunya pada perusahaan bakery contohnya brand Bakpiaku, perusahaan lokal yang cukup terkenal di Yogyakarta. Oleh karena itu, saya mencoba membuat alternatif logo dengan gaya desain Victorian yang menggunakan tipografi.



Gambar 3.3 Moodboard Gaya Desain Victorian
[Sumber: file pribadi]



Gambar 3.4 Sketsa Logo
Alternatif 1
[Sumber: foto pribadi]

b. Gaya Desain Art Deco

Populer pada tahun 1920 sampai 1940-an. Gaya hias yang lahir setelah Perang Dunia I dan berakhir sebelum Perang Dunia II cukup banyak diterapkan dalam berbagai bidang. Ciri khasnya mempresentasikan kesan glamour dan menggunakan bentuk-bentuk geometris dan yang kurva-kurva, mengutamakan kesederhanaan peletakan elemen-elemen desain. Gaya logo Art Deco sering dijumpai di beberapa cafe di Yogyakarta, contohnya brand dari cafe Nyore.



Gambar 3.5 Moodboard Gaya Desain Art Deco
[Sumber: file pribadi]



Gambar 3.6 Sketsa Logo Alternatif 2
[Sumber: foto pribadi]

c. Gaya Desain Art Deco

Gaya yang muncul pada era 70-90an. Ciri-cirinya menggunakan kombinasi warna primer yang bebas sehingga memberikan kesan ceria, dan menggunakan motif-motif yang sederhana. Pada alternatif logo ke-3 ini saya menggunakan gaya desain Retro yang menggabungkan gaya kartun Rubber Hose pada bentuk maskot “Daniz”. Saya memilih penggunaan maskot dalam logo karena saya ingin memvisualisasikan nama “Daniz” sendiri agar dapat lebih dekat dengan pelanggan nanti. Visual Daniz yang saya buat pun tak lepas dari asal-usul nama perusahaan tersebut, dimana nama tersebut diambil dari anak Ibu Isyana bernama “Dhani” yang berprofesi sebagai koki di hotel. Oleh karena itu, visual Daniz saya bentuk lengkap dengan seragam hingga topi koki dan visual gandum dimana sebagian besar bahan dari produk Daniz Bakery menggunakan olahan gandum.



Gambar 3.7 Moodboard Gaya Desain Retro
[Sumber: file pribadi]



Gambar 3.8 Sketsa Logo Alternatif 3
[Sumber: foto pribadi]

2. Warna

Warna merupakan elemen dalam desain yang dapat menciptakan daya tarik dan dapat memengaruhi emosi dan psikologis seseorang. Warna juga dapat menampilkan ciri khas dari suatu perusahaan. Dalam membuat logo Daniz Bakery, saya akan menggunakan kombinasi dari warna-warna yang dapat membangkitkan selera makan seperti warna merah, kuning, orange, coklat, dan putih.



Gambar 3.9 Kombinasi Warna
[Sumber: file pribadi]

3. Tipografi

Pada kasus alternatif logo dengan gaya desain Victorian dan Art Deco saya akan menggunakan bentuk tipografi manual dari sketsa saya, sementara pada gaya desain Retro saya akan menggunakan font “Benguiat Std” yang estetis dan memiliki kesan playful (ceria) cocok untuk brand makanan seperti snack atau cake and bakery.



Gambar 3.10 Font Benguiat Std
[Sumber: <https://en.fontsloader.com/types/itc-benguiat>]

Dalam desain untuk corporate identity dan media promosi Instagram saya akan menggunakan kombinasi font. Font Cintaly berjenis script, saya pilih karena font ini memiliki kesan elegan namun tetap luwes jika dibuat untuk menuliskan suatu ajakan atau judul konten. Sementara font Poppins berjenis sans serif, font ini memiliki tingkat keterbacaan jelas sehingga cocok untuk menuliskan informasi.



Gambar 3.11 Font Cintaly
[Sumber: <https://www.dafont.com/cintaly.font>]



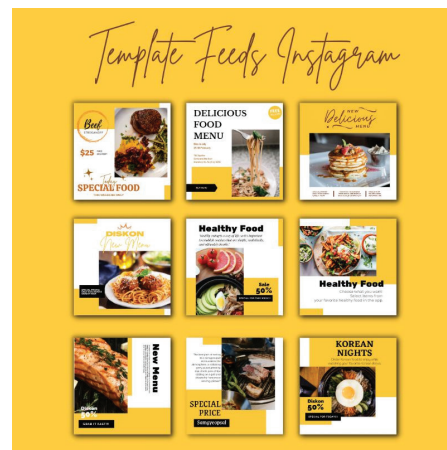
Gambar 3.12 Font Poppins
[Sumber: <https://www.fontsquirrel.com/fonts/poppins>]

3. Corporate Identity

Adapun logo yang terpilih akan diterapkan di berbagai media yang belum Daniz Bakery punya, seperti baju, apron, baner, kartu nama, kemasan khas untuk snack box. Selain itu perancangan dilanjutkan ke pembuatan konten untuk media promosi instagram berupa 9 feed instagram, 4 reels, dan 5 ikon untuk highlight instagram.



Gambar 3.13 Corporate Identity
[Sumber: <https://www.istockphoto.com/id/vektor/set-desain-templat-identitas-perusahaan-truk-makanan-vektor-gm1201521083-344609043>]



Gambar 3.14 Feed Instagram
[Sumber: <https://cf.shopee.co.id/file/6573abdf3d815f460ccf-da9aab3f6eec>]

BAB IV

PROSES DESAIN

A. Referensi Desain

Setelah mendapatkan kunci visual berdasarkan data hasil wawancara, langkah saya selanjutnya adalah mengumpulkan referensi guna mempermudah saya merancang logo. Referensi logo saya peroleh dengan melihat dari brand kuliner yang sesuai seperti bakery dan cafe yang telah berkembang di Yogyakarta. Berikut adalah hasil referensi yang saya peroleh. Saya membuat 3 alternatif logo dengan gaya desain masing-masing, diantaranya logo dengan gaya desain Victorian, Art Deco, dan Retro. Kemudian tak lupa saya mencari referensi untuk pengaplikasian logo pada corporate identity dan media promosi.



Gambar 4.1 Logo Bakpiaku
[Sumber: <https://bakpiaku.com/>]



Gambar 4.2 Logo Cafe Nyore
[Sumber: <https://www.instagram.com/nyore.official/>]



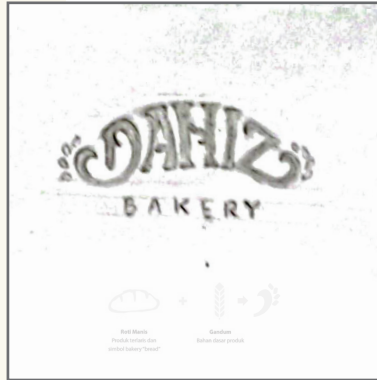
Gambar 4.3 Logo Dopio Donut
[Sumber: <https://www.looyal.id/dopiodonuts/>]



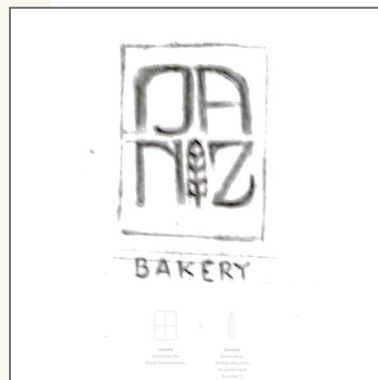
Gambar 4.4 Corporate Identity
[Sumber: <https://www.istockphoto.com/id/vektor/set-desain-templat-identitas-perusahaan-truk-makanan-vektor-gm1201521083-344609043>]

B. Rough Desain

Langkah selanjutnya memvisualisasikan ide perancangan ke dalam bentuk sketsa kasar. Adapun alternatif sketsa logo yang saya buat adalah sebagai berikut.



Gambar 4.5 Sketsa Logo Gaya Victorian
[Sumber: foto pribadi]

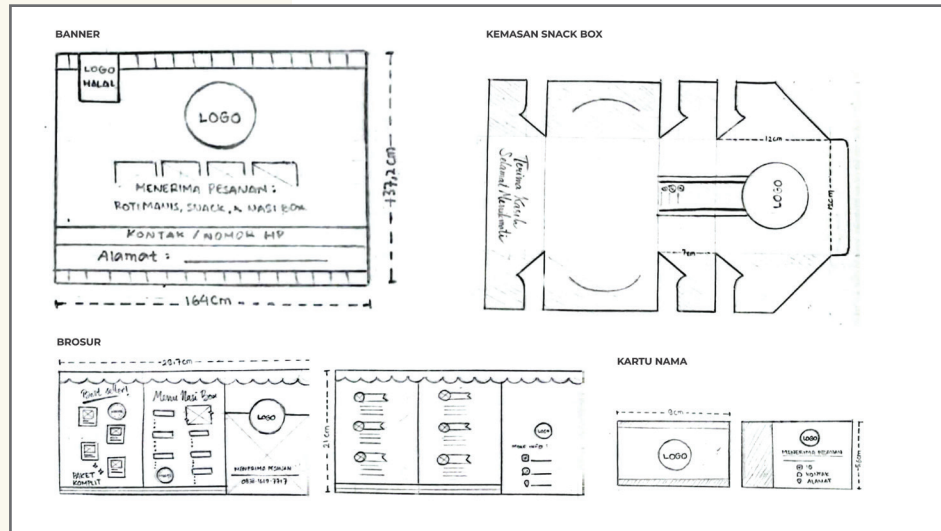


Gambar 4.6 Sketsa Logo Gaya Art Deco
[Sumber: foto pribadi]

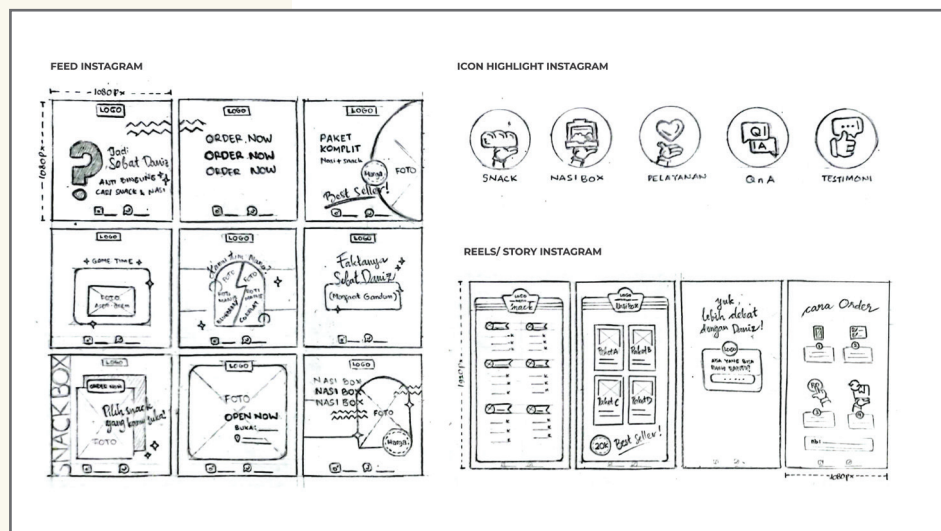


Gambar 4.7 Sketsa Logo Gaya Retro
[Sumber: foto pribadi]

Berdasarkan keinginan owner Daniz Bakery yang mengharapkan adanya media promosi, maka saya merancang beberapa media konvensional seperti banner, kartu nama, kemasan untuk snack box, dan brosur. Selain itu untuk konten media promosi digital yang menggunakan instagram saya membuat 9 feed, 4 reels, dan 5 ikon highlight instagram. Adapun sketsa rancangan yang saya buat adalah sebagai berikut.



Gambar 4.8 Sketsa Corporate Identity
[Sumber: foto pribadi]



Gambar 4.9 Sketsa Media Promosi
[Sumber: foto pribadi]

C. Alternatif Desain

Di bawah ini adalah 3 alternatif logo dengan masing-masing gaya desain dari hasil digitalisasi sketsa logo yang saya buat.



Gambar 4.10 Digitalisasi Logo Gaya Victorian
[Sumber: file pribadi]



Gambar 4.11 Digitalisasi Logo Gaya Art Deco
[Sumber: file pribadi]



Gambar 4.12 Digitalisasi Logo Gaya Retro
[Sumber: file pribadi]

D. Final Desain

Berdasarkan ke-3 alternatif logo yang saya buat, owner Daniz Bakery memilih logo dengan maskot Daniz karena memiliki konsep yang merata sesuai dengan kunci visual di antaranya ada ikon gandum sebagai bahan dasar produk dan maskot Daniz yang memiliki kesan playful, lengkap dengan atribut koki dan sesuai dengan latar belakang usaha Daniz Bakery. Selain itu logo dengan maskot memiliki kelebihan yaitu dapat lebih dekat dengan pelanggan karena akan mudah diingat dan komunikatif. Berikut pengaplikasian final logo Daniz Bakery ke dalam corporate identity dan media promosi instagram.



Gambar 4.13 Mock Up Neon Box Usaha
[Sumber: file pribadi]



Gambar 4.14 Mock Up Produk Roti
[Sumber: file pribadi]

1. Corporate Identity

a. Baju Polo dan Apron

Baju polo dan apron dengan logo Daniz Bakery bisa menjadi seragam kerja untuk karyawan atau tim Daniz Bakery. Hal ini menjadi salah satu identitas agar lebih mudah dikenal



Gambar 4.15 Baju Daniz Bakery
[Sumber: file pribadi]



Gambar 4.16 Apron Daniz Bakery
[Sumber: file pribadi]

b. Banner

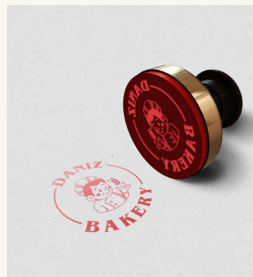
Memiliki ukuran 164cm x 137,2cm yang telah disesuaikan pada dinding lokasi Daniz Bakery. Banner sangat bermanfaat untuk memberikan informasi lengkap tentang Daniz Bakery. Selain letak juga memuat kontak dan sosial media intagram yang dapat diakses dengan mudah.



Gambar 4.17 Banner Daniz Bakery
[Sumber: file pribadi]

c. Stempel, Nota, dan Kantong Plastik

Stempel dengan tinta warna merah yang menghasilkan cap dan nota Daniz Bakery akan memperkuat identitas brand Daniz Bakery dan menambah rasa percaya pelanggan setelah membeli produk Daniz Bakery. Sedangkan kantong plastik yang multifungsi dengan cap logo Daniz Bakery yang sederhana namun memuat informasi sekaligus dapat memperluas target pasar.



Gambar 4.18 Stempel
Daniz Bakery
[Sumber: file pribadi]



Gambar 4.19 Nota
Daniz Bakery
[Sumber: file pribadi]



Gambar 4.20 Kantong Plastik
Daniz Bakery
[Sumber: file pribadi]

d. Brosur

Media promosi cetak berukuran A4 (29,7cm x 21 cm) dengan tampilan 2 muka lipat 3 yang memuat detail menu produk yang dipromosikan, kontak, dan alamat Daniz Bakery.



Gambar 4.21 Brosur Daniz Bakery
[Sumber: file pribadi]

e. Kartu Nama

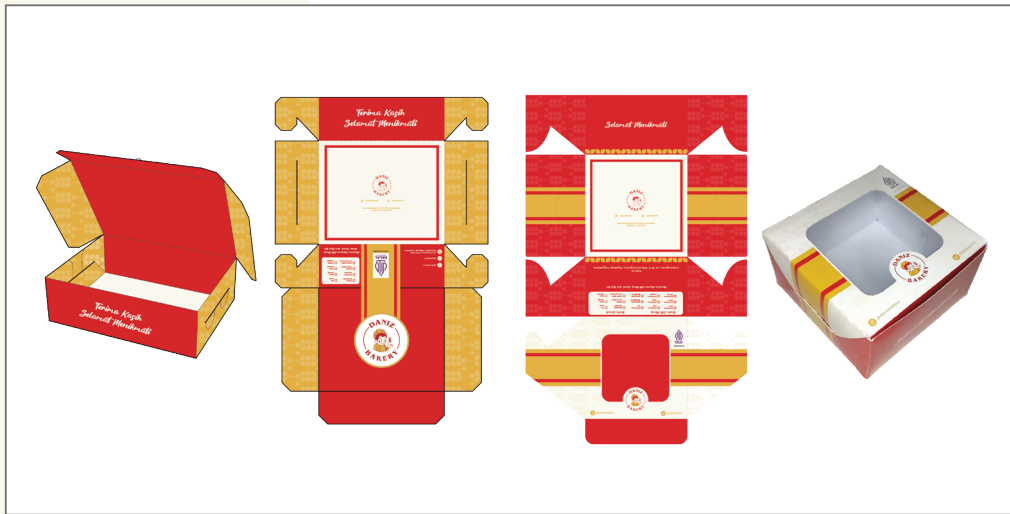
Kartu nama dengan ukuran 9cm x 5,6cm yang memuat informasi tentang Daniz Bakery sebagai bentuk promosi.



Gambar 4.22 Brosur Daniz Bakery
[Sumber: file pribadi]

f. Kardus Snack Box

Untuk kemasan snack box berukuran 12x12cm dengan tinggi 7cm yang kurang lebih muat untuk 4 macam snack, termasuk air mineral dalam gelas ukuran 180ml. Variasi kardus dengan kaca berupa lubang yang ditutup mika transparan memiliki keunggulan pada produk di dalamnya yang dapat dilihat, namun harga kardus ini lebih tinggi dibandingkan dengan kardus biasa. Kardus ini menampilkan informasi seperti logo, alamat, kontak, beberapa menu produk yang di jual hingga kode halal yang dimiliki Daniz bakery.



Gambar 4.23 Kardus Snack Daniz Bakery
[Sumber: file pribadi]

g. Kemasan Snack Roti Manis

Kemasan terbuat dari plastik untuk snack roti manis yang diberi cap logo Daniz Bakery, akan memberi kesan produk snack satuan tetap memiliki nilai dan menunjukkan keaslian produk Daniz Bakery.

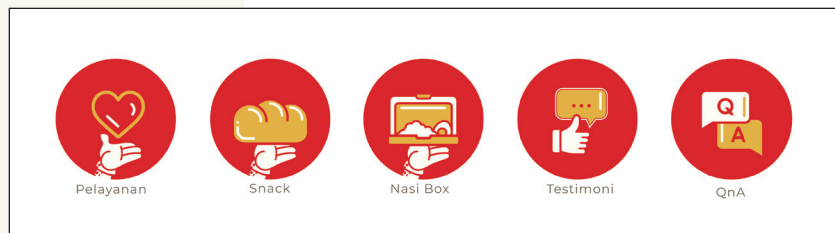


Gambar 4.24 Kemasan Snack Roti Manis Daniz Bakery
[Sumber: file pribadi]

2. Media Promosi Digital

a. Ikon Highlight Instagram

Merupakan salah satu fitur Instagram yang memuat story instagram yang memuat informasi. Dalam instagram Daniz Bakery terdapat 5 ikon highlight Instagram yang saya buat, antara lain ikon pelayanan, snack, nasi box, testimoni, dan question answer (QnA). Dengan ikon highlight instagram ini, informasi dapat dikelompokkan sehingga mudah diakses.



Gambar 4.25 Desain Ikon Highlight Instagram
[Sumber: file pribadi]

b. Story Instagram

Story Instagram merupakan bentuk konten yang memuat informasi dan dapat disimpan menjadi bentuk highlight Instagram. Dalam instagram Daniz Bakery terdapat 4 konten story instagram yang memuat informasi penting tentang Daniz Bakery mulai dari cara pemesanan, daftar menu, hingga ruang untuk tanya jawab dan testimoni dari pelanggan.



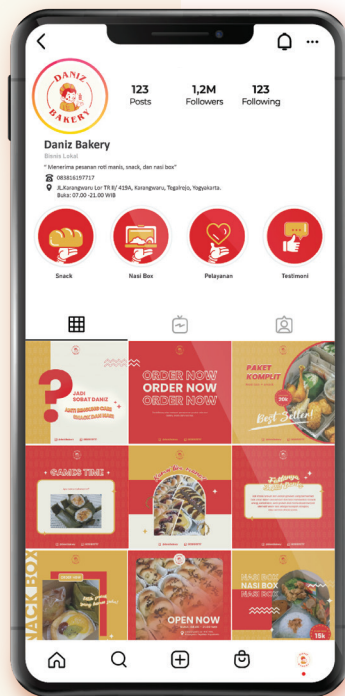
Gambar 4.26 Desain Story Instagram
[Sumber: file pribadi]

c. Feed Instagram

Feed Instagram merupakan halaman utama profil yang berisi konten-konten berupa foto atau video. Dalam Instagram Daniz Bakery saya membuat 9 feed Instagram berukuran 1:1 yang memuat informasi tentang produk dan ajakan untuk membeli produk Daniz Bakery.



Gambar 4.27 Desain Feed Instagram
[Sumber: file pribadi]



Gambar 4.28 Mock Up Instagram Daniz Bakery
[Sumber: file pribadi]

DAFTAR PUSTAKA

Situs Website

- Gamal Thabroni, serupa.id (2022) “Lengkap tentang Desain Komunikasi Visual dan Cabang Ilmunya”
(<https://serupa.id/desain-komunikasi-visual-dkv-penjelasan-lengkap/>)
- Passion Design, (2021) “Logo merupakan salah satu DKV dan pentingnya logo untuk membangun brand perusahaan”
(<https://passiondesigns.co.id/logo-adalah-desain-komunikasi-visual/#:~:text=Logo%20merupakan%20salah%20satu%20desain%20komunikasi%20visual,pesan%20dengan%20cara%20seefektif%20mungkin.>)
- Gifari Zakawali, (2022) “Perbedaan Brand dan Branding Serta Fungsinya dalam Bisnis”
(<https://store.sirclo.com/blog/perbedaan-brand-dan-branding/#:~:text=Brand%20berbeda%20dengan%20merk%2C%20brand,untuk%20sebuah%20produk%20sebagai%20identitas>)
- International Design School, (2021) “Aliran Desain Grafis”
(<https://idseducation.com/kenali-berbagai-aliran-desain-grafis/>)
- Pinhome, “Ciri-ciri Gaya Desain Retro”
(<https://www.pinhome.id/kamus-istilah-properti/retro/>)

Situs Gambar

- <https://www.pinterest.com/pin/404479610289702763/>
- <https://bakpiaku.com/>
- <https://www.instagram.com/nyore.official/>
- <https://www.looyal.id/dopiodonuts>
- <https://www.ekrut.com/media/psikologi-warna>
- <https://en.fontsloader.com/types/itc-benguiat>
- <https://www.dafont.com/cintaly.font>
- <https://www.fontsquirl.com/fonts/poppins>
- <https://www.istockphoto.com/id/vektor/set-desain-templat-identitas-perusahaan-truk-makanan-vektor-gm1201521083-344609043>
- <https://cf.shopee.co.id/file/6573abdf3d815f460ccfda9aab3f6eec>

LAMPIRAN

A. Lembar Konsultasi Tugas Akhir



STSRD VISI

F.STSRD VISI/B.5

SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

LEMBAR KONSULTASI
BIMBINGAN TUGAS AKHIR D3
PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : Salsabila Yona Oktavia Rahma NIM 01201002
SEMESTER : 6 TAHUN AKADEMIK : 2023
JUDUL TA : Perancangan Ulang Citra Visual Logo UMKM Daniz Bakery
 sebagai Identitar Brand
PEMBIMBING : Bpk Hadapiningrani Kusumohendarto, M.Ds.

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
01-04-2023	- Slide presentasi (data)	Wawancara owner.	
04-04-2023	- sketsa logo alternatif	Data di layout dan sketsa 3 alternatif gaya desain untuk logo.	
19-05-2023	- Digitalisasi 3 logo alternatif - Brand guide - Mock up	Digitalisasi 3 alternatif logo & logo pilihan owner Daniz Bakery.	
26-05-2023	- Revisi logo pilihan owner (layout, font, warna) dengan 3 alternatif.		
07-06-2023	- Besar kecilnya logo (maskot). - 1 logo terpilih.	Lanjut brand guide	
16-06-2023	- Grid logo - Hitam putih logo - Scale logo - Do & Don't logo	Lengkapi brand guide	
23-06-2023	- ACC brand guide - Koreksi laporan Bab I - III	Lanjut penulisan + layout laporan TA	
01-07-2023	- Brand stationery jadi Corporate Identity		
04-07-2023	- Revisi cover laporan TA		
07-07-2023	ACC Maju Sidang	Stmanya	

Ketua Jurusan :

Pembimbing,

(Dwisanto Sayogo, M.Ds)

(F. Hadapiningrani Kusumohendarto, M.Ds)

B. Dokumentasi Penyerahan Karya



Gambar Sebelum Dilakukan Perancangan Ulang Branding
[Sumber: foto pribadi]

Berikut link google drive menuju brand guide logo Daniz Bakery:

https://drive.google.com/file/d/1wBXV4jD-zQQePwAMEh8dHR7_iZxcux8X/view



Gambar Setelah Dilakukan Perancangan Ulang Branding
[Sumber: foto pribadi]

C. Dokumentasi Sidang Tugas Akhir



Gambar Dokumentasi Sidang Tugas Akhir
[Sumber: https://drive.google.com/drive/folders/12XZKnt_c8uqfF0dffTar-vDMlyLCDYLnV]