

Visual Branding Usaha Mikro Kecil Menengah Budidaya Jamur Kuping Agro Jaya Melalui Desain Kemasan Dan Logo

Riski Rismawarni, riskirismawarni@gmail.com, Universitas Surakarta
Bayu Mukti, bayu.unsa@gmail.com, Universitas Surakarta
Sukoco, sukoco@unsa.ac.id, Universitas Surakarta

ABSTRAKSI

Seiring berjalannya waktu dan berkembang jaman yang semakin canggih, sebuah usaha harus memiliki identitas atau *visual branding*. Hal tersebut menyebabkan informasi yang didapat pelanggan kurang lengkap dan bahkan tidak tahu adanya budidaya jamur kuping.

Oleh karena itu, dibuatlah media komunikasi visual yang mendukungnya sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini. Membuat *visual branding* Usaha Mikro Kecil Menengah untuk budidaya jamur kuping melalui desain kemasan dan logo sangat penting bagi perusahaan produk dan jasa. Memanfaatkan media komunikasi visual sebagai sarana promosi untuk menjangkau masyarakat luar daerah sekalipun.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode diantaranya metode pengumpulan data dengan observasi, dan wawancara. Metode pengembangan dengan analisis, perancangan, pembuatan sistem, validasi desain.

Dari hasil penelitian ini akan membantu mengenalkan Agro Jaya kepada masyarakat daerah Karanganyar dan sekitarnya.

Kata Kunci: Branding, Desain, Promosi

1. LATAR BELAKANG MASALAH

Desain grafis dan multimedia bertujuan untuk menerangkan bagaimana cara untuk berkomunikasi dan berinteraksi melalui *visual* yang menggunakan gambar sebagai fasilitas untuk menyampaikan sebuah informasi atau pesan sejelas-jelasnya. Umumnya, orang akan lebih mudah menerima pesan dalam bentuk *visual* gambar dibandingkan dalam bentuk teks. Bentuk *visual* juga lebih universal ditangkap oleh mata manusia untuk berbagai latar belakang yang berbeda.

Agro jaya merupakan salah satu UMKM yang berada di Pingu Rt 02 Rw 04 Tegalgede, karanganyar, jawa tengah. Agro jaya merupakan UMKM yang membudidayakan jamur kuping dan berdiri sejak 15 November 2021. Terbilang usaha yang baru agro jaya belum memiliki logo dan *visual branding* yang mendukung kemajuan dari perusahaannya. Hal tersebut menyebabkan kurangnya informasi yang diterima oleh masyarakat bahwa ada budidaya jamur kuping di daerah tersebut. Membuat Agro Jaya terkendala untuk mempromosikan usahanya agar lebih dikenal masyarakat luas.

Dalam uraian latar belakang maka penulis Skripsi memilih judul "*Visual Branding* Usaha

Mikro Kecil Menengah Budidaya Jamur Kuping Agro Jaya Melalui Desain Kemasan Dan Logo".

2. METODE PENELITIAN

a. Metode Pengumpulan Data

1) Observasi

Dalam metode ini, penulis mengadakan pengamatan data-data yang diperlukan melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang akan diteliti secara langsung pada Agro Jaya untuk mencari ide-ide kreatif dalam pembuatan desain.

2) Wawancara

Penulis melakukan wawancara terhadap pemilik Agro Jaya untuk memperoleh informasi untuk mengetahui desain yang diinginkan oleh pemilik agar tidak terjadi kesalahpahaman.

b) Metode Pengembangan

1) Analisis

Analisis dilakukan terhadap data-data yang telah dikumpulkan dari hasil observasi dan wawancara terhadap pemilik, dibuat kebutuhan user.

2) Perancangan

Pada tahapan ini penulis merancang sesuai informasi yang di dapatkan melalui kebutuhan user.

3) Pembuatan

Penulis melakukan pembuatan desain *visual*

branding dengan perancangan sesuai yang di buat sebelumnya, dalam bentuk kemasan dan logo.

4) Validasi Desain

Pada tahapan ini setelah menghasilkan beberapa desain, kemudian desain dipresentasikan kepada klien. Jika di dalam desain ada beberapa informasi atau desain tidak sesuai dengan keinginan klien, maka desain di revisi atau perbaikan. Setelah melakukan revisi atau perbaikan maka desain di produksi.

5) Implementasi

Setelah desain sudah divalidasi maka tahapan selanjutnya implementasi yaitu mengaplikasikan atau menerapkan hasil produk yang sudah disetujui oleh pihak pemilik seperti pada kemasan dan logo.

3. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian yang dilakukan oleh Giandri Maulani, Henderi dan Rahmah Diana (2019) dengan judul “Desain Promosi Branding Monstera Apartment Menggunakan Visual Product Knowledge”. Dalam penelitian ini menggunakan aplikasi adobe photoshop cc 2018 yang dihasilkan berupa produk knowledge bentuk cetakan dan juga template pada computer yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan sebagai promosi branding mostera apartment.

Penelitian oleh Agustina Berto Mulia Wibawa, Gita Widi Bhawika, Geodita Woro Bramanti, Anandita Ade Putri, Rachma Rizqina Mardhotillah (2020). “Desain Elemen Branding dan Implementasi Digital Marketing untuk Penguatan Citra Destinasi Benteng Kedung Cowek Surabaya”. Dalam penelitian tersebut bertujuan untuk membantu mengelola dan stakeholders BKC (Benteng Kedung Cowek) dalam merancang aspek desain elemen merek dan implementasi strategi digital marketing yang tepat, diharapkan BKC (Benteng Kedung Cowek) yang sejak tahun 2019 telah menyangand predikat bangunan cagar budaya, akan semakin dikenali dan berdampak positif bagi peningkatan kontribusi sektor pariwisata di jawa timur.

Penelitian oleh Annisa Luthfiyyah, Yanti Setiyanti, Susanne Dida (2020). “Personal Branding Yulia Baltschun Sebagai Diet Influencer Melalui Instagram”. Dalam penelitian tersebut yang bertujuan untuk Mendeskripsikan personal kreatif branding dan yulia baltschun sebagi die influencer

memalui sosial media Instagram sesuai dengan kompetensi, standar dan gaya dari yulia baltschun.

Penelitian oleh Arieka Listya, Yayah Rukiyah (2018). “Visual Branding Produk Belimbing Olahan UMKM Depok Melalui Desain Logo”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui desain logo sebagai visual branding kelima brand UMKM depok terkait identitas brand sebagai produk local asal depok.

Penelitian oleh Adha Azzaki, Moh.Rondhi (2017). “Perancangan Identitas Branding Kabupaten Kendal dan Aplikasinya pada Media Promosi”. Penelitian tersebut bertujuan untuk menghasilkan rancangan desain branding kabupaten Kendal, merancang media promosi seperti website, merchandise, dan stationary set untuk mempromosikan branding kabupaten Kendal.

Dalam penelitian ini, seperti di beberapa penelitian sebelumnya akan mendesain sebuah desain logo, dan desain kemasan sebagai startegi pemasaran perusahaan. Sebagai pembeda desain, peneliti akan memulai desain dari dasar atau yaitu desain mendesain dari logo sesuai usaha Agro Jaya yaitu budidaya jamur kuping.

4. DESAIN

Konsep dasar perancangan pertama adalah sketsa kasar layout desain, dimana nantinya sketsa tersebut diolah lagi dalam bentuk yang lebih baik dan menarik. Berikut adalah sketsa-sketsa kasar yang digunakan untuk perancangan awal.

a) Warna

Pada pemilihan warna penulis menggunakan CMYK, CMYK adalah warna primer yang digunakan oleh printer warna. Jadi untuk pamflet, brosur, iklan, bulletin, surat langsung. Profil CMYK dapat memberikan hasil dengan kualitas yang lebih baik atau ekspetasi yang lebih baik tentang hasil nantinya. Warna CMYK menciptakan warna berbeda dalam proses subraktof dengan menggunakan empat warna atau tinta yakni cyan(biru), magenta (merah), kuning, dan hitam.

| | | | |
|--|---------------------------------------|---|--------------------------------------|
|  | C : 22 M : 42 Y : 56 K : 0 |  | C : 19 M : 62 Y : 100 K : 0 |
|  | C : 65 M : 85 Y : 100 K : 57 |  | C : 73 M : 85 Y : 99 K : 67 |



b) Font

Font merupakan suatu kumpulan lengkap dari huruf, angka symbol, atau karakter yang memiliki ukuran dan ciri tertentu. dan pada tahapan ini penulis memilih beberapa font yang digunakan yaitu :

1) Clarendon Blk BT

Clarendon Blk BT Adalah jenis font serif, jenis font ini cocok untuk proyek branding seperti desain, sampul, nama took, dan logo yang menarik. Font ini bersifat menyenangkan. Clarendon Blk BT memilki beberapa jenis yaitu :

- Clarendon Blk Bt (normal)
- Clarendon Lt BT (normal)
- Clarendon BT (normal)
- Clarendon BT (*Bold*)

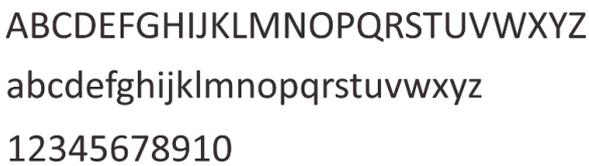


Gambar 1 Font clarendon blk bt

2) Calibri

Alasan pemilihan *font* ini adalah *font* terlihat rapi dan sederhana dan mudah dibaca. Calibri juga memiliki jenis-jenis yaitu :

- Calibri light
- Calibri light (*italic*)
- Calibri Normal
- Calibri Normal (*italic*)
- Calibri Bold
- Calibri Bold (*italic*)



Gambar 2 Font Calibri

3) Avocado Cake

Alasan Pemilihan font ini adalah karena terlihat unik dan sedikit metal.



Gambar 3 Font Avocado

4) Classy Cheese

Alasan Pemilihan font ini karena terlihat unik dan cocok untuk dipergunakan sesuai

desain.



Gambar 4 Font Classy Cheese

c) Perancangan Logo Agro Jaya

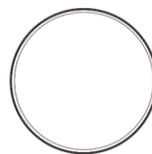


Gambar 5 Perencanaan Logo Agro Jaya

Logo adalah presentasi, sosok atau penampilan yang senantiasa dikaitkan dengan organisasi tertentu sebagai bentuk identic dan bagian identitas perusahaan. Sebagai identitas perusahaan, logo ibarat bagian tubuh yang mampu mengutarakan isi hati produk atau perusahaan dari sisi pemasaran, logo mempunyai fungsi pembeda produk dengan produk yang lainnya. Setidaknya logo perusahaan harus memiliki karakter tertentu.

d) Philosophy logo

Philosophy



Simbol **lingkaran** dalam sebuah logo menunjukan stabilitas dan daya tahan. makna tersembunyi bentuk lingkaran sendiri melambangkan konsentrasi, ketepatan dan target.



Simbol **sketsa Jamur Kuping** disini menjadi point utama dalam logo yaitu produk yang ditunjukkan.



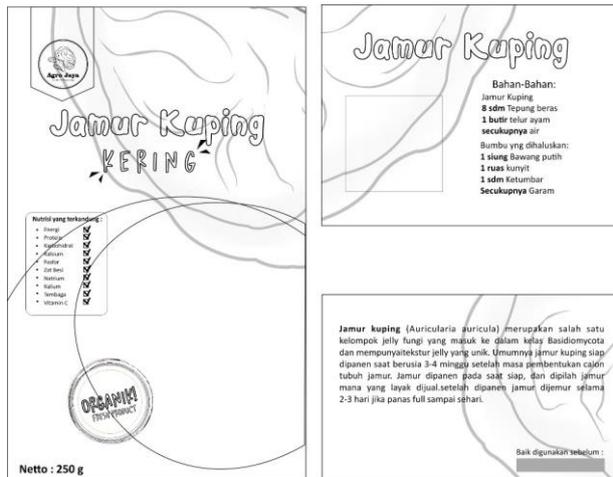
Warna **Coklat** masuk dalam kategori warna netral, warna coklat identik dengan stabilitas dan kehangatan



Kemudian **Agro Jaya** itu sendiri nama dari UMKM tersebut

Gambar 6 Filosopi logo

e) Perencanaan Kemasan



Gambar 7 Perencanaan Kemasan

Desain kemasan berbentuk standing pouch, yaitu plastic pengemas satu produk yang dapat berdiri sendiri, kemasan ini mengemas produk dengan inovasi yang berbeda memiliki sisi keindahan dan juga menarik, salah satu diantaranya ialah terlihat cantik dan rapi bahkan sangat mudah untuk diletakan diberbagai tempat. Seperti pada saat diletakan dialas datar juga maka tidak akan mudah jatuh karena telah didesain dengan alas yang datar juga.

Kemasan standing pouch dapat terbuat dari beberapa material seperti, nylon, alumunium foil, dan kertas, bahan-bahan tersebut memiliki kelebihan yaitu dapat menjaga isi produk dari pengaruh keadaan luar kemasan sehingga bentuk, rasa, dan aromanya tidak berubah dan akan tetap sama seperti awal dikemas.

Brand positioning yang di tampilkan pada kemasan yang baru tidak terlepas dari positioning jamur kering itu sendiri sebagai produk home industry yang organik dan bertahan lama. Produk jamur kuping kering sendiri di tanam dengan bibit pilihan dan di keringkan secara alami yakni menggunakan sinar matahari. Brand identity yang akan ditampilkan pula pada logo dan desain kemasan melalui penggunaan tipografi, warna, bentuk, ilustrasi.

Brand image yang akan ditampilkan adalah produk home industri organik yang mudah dicari dan dapat menjadi menu pendamping di saat makan. Produk jamur kuping ini jenis produk yang nantinya akan memudahkan target audience untuk mengkonsumsi produk sesuai kebutuhan.

5. IMPLEMENTASI

a) Logo



Gambar 8 Logo Agro Jaya

b) Kemasan



Gambar 9 Kemasan Agro Jaya

6. KESIMPULAN

- 1) Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dengan judul Desain Visual Branding Usaha Mikro Kecil Menengah Budidaya Jamur Kuping Agro Jaya Melalui Desain Kemasan Dan Logo, telah dihasilkan sebuah desain branding berupa logo dan desain kemasan yang memberikan informasi lengkap tentang jasa apa yang tersedia pada Agro Jaya.
- 2) Dengan dibuatnya desain branding apat membantu Agro Jaya untuk mempromosikan usahanya kepada masyarakat luas dengan informasi yang disediakan pada kemasan.

DAFTAR PUSTAKA

Hemamalini Erni. 2019. *Desain Branding Identity Sebagai Media Promosi untuk Pengenalan dan Pengembangan Produk CV.Medi Mas. Politeknik Harapan Bersama Tegal.*
Luhfiyyah Annisa, Setiyanti Yanti, Dida Susanne. 2020. *Personal Kreatif Branding Yulia Baltschun*

- sebagai Diet Influencer Melalui Instagram. Journal of Scientific Communication. Magister Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.*
- Maulani Giandri, Henderi, Diana Rahmah. 2019. Desain Promosi Branding Monstera Apartmen Menggunakan Media Komunikasi Visual Product Knowledge. SENSITIF 2019. Pusat Pengembangan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P4M) STMK DIPANEGARA Makasar.*
- Wibawa Mulia Berto, Bhawika Widi Gita, Bramanti Woro Geodita, Putri Ade Anandita, Mardhotillah Rizqina Rachma. 2020. Desain elemen Branding dan Implementasi Digital Marketing Untuk Penguatan Citra Destinasi Benteng Kedung Cowek Surabaya. Jurpikat (Jurnal Pengabdian Masyarakat). Politeknik Dharma Patria. Kebumen*
- Listya Ariefka, Rukiah Yayah. 2018. Visual Branding Belimbing Olahan UMKM Depok Melalui Desain Logo. Demandia. Universitas Indraprasta PGRI Jakarta Selatan.*