

## **BAB V**

### **HASIL**

#### **5.1 Pra Produksi**

##### **5.1.1 *Brand brief***

Hal pertama yang dilakukan dalam pembuatan logo adalah membuat *brand brief*. Menurut Bhasin *brand brief* adalah salah satu dokumen paling penting yang berbicara tentang nilai-nilai *brand*, tujuan, etos, visi, misi, dan faktor pembeda utama yang membedakannya dari pesaing lain di pasar dan menetapkan identitas unik di benak konsumen.

*Brand brief* menciptakan gambaran yang lebih besar dibandingkan dengan brief kreatif karena merupakan puncak dari banyak pekerjaan dan penelitian yang bekerja sebagai dokumen strategis yang memeberikan tujuan dan arah yang jelas.

*Brand brief* dari “Berkah Jaya” Salad Buah akan mencakup nama produk, jenis produk, visi dan misi, *brand value* dan kompetitor, *target audience* dari segi demografi, geografi dan kebiasaan. Selanjutnya tentang masalah usaha, kompetitor, *style* yang akan digunakan, media apa saja yang dipakain serta tujuan dari usaha. Esensi brief yang didapatkan adalah penulis dapat mengetahui tujuan dan konsep yang diinginkan oleh pemilik produk “Berkah Jaya” Salad Buah.

##### **5.1.2 *Moodboard***

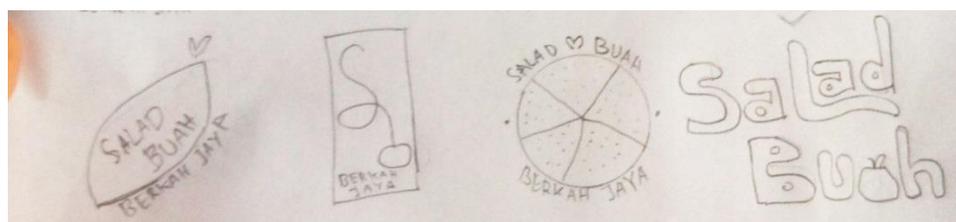
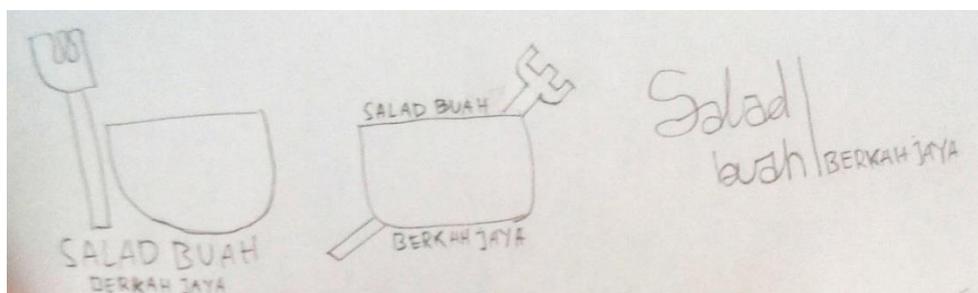
Setelah melakukan *brand brief* penulis membuat *moodboard* untuk menemukan konsep yang sesuai dengan keinginan dari pemilik “Berkah Jaya” Salad Buah ide yang didapatkan adalah dari penggunaan warna untuk logo, *font* yang dipakai untuk berbagai macam material baik untuk logotype, penggunaan pada *brand identity* hingga penulisan untuk GSM(*Graphic Standard Manual*). Setelah itu beberapa referensi logo dan *brand identity* serta penggunaan *supergraphic* yang akan dipakai oleh “Berkah Jaya” Salad Buah.



**Gambar 5.1 Moodboard**  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.1.3 Sketch

Setelah mengetahui konsep yang akan dipakai yaitu *simple* tetapi memberikan kesan *fun*, Selanjutnya penulis membuat *sketch* logo dengan jumlah 20 untuk mengetahui logo mana yang cocok dan mengikuti konsep dari “Berkah Jaya” Salad Buah.





**Gambar 5.2 Sketch logo**  
(Sumber: Data Penulis)

Setelah melakukan 20 *sketch logo* selanjutnya memilih lima dari 20 *sketch logo* dan dijadikan hasil digital untuk mejadi logo alternatif.



**Gambar 5.3 Logo Alternatif**  
(Sumber: Data Penulis)

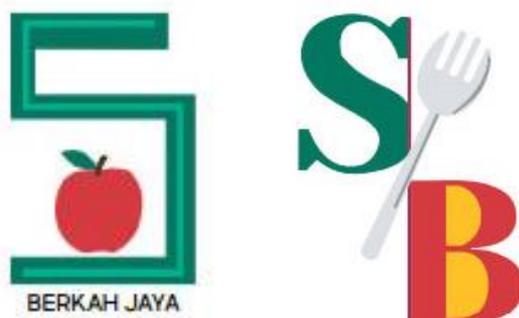
Setelah membuat lima logo alternatif digital maka akan dipilih satu dan akan dikembangkan lebih banyak untuk mencari yang cocok untuk produk “Berksh Jaya” Salad Buah.



**Gambar 5.4 Logo Alternatif**  
(Sumber: Data Penulis)

Pada logo pertama menjelaskan bahwa ini adalah produk makanan dari ilustrasi mangkok dengan sendok dan garpu. Dengan menggunakan warna kuning untuk membangkitkan nafsu makan dan menggunakan warna ungu untuk memberikan kesan elegan serta warna hijau pada mangkok untuk memberikan kesan sehat. Selain itu, ada penambahan kalimat untuk menunjukkan nama produk yaitu Salad Buah “Berkah Jaya”. Ada penambahan ornamen yaitu empat kota di sisi kiri dan kanan untuk penyeimbang agar tidak terlalu *flat* dalam pembuatan logo. Logo tersebut juga mengikuti dari beberapa referensi dari *Moodboard*.

Logo kedua adalah penulisan dari nama produk dan yang difokuskan adalah huruf S untuk mempersingkat dari nama produk serta penambahan ornamen dari mangkok, sendok dan garpu. Warna yang digunakan sama seperti logo pertama.



**Gambar 5.5 Logo Alternatif**  
(Sumber: Data Penulis)

Logo ketiga adalah penulisan huruf S dengan berbentuk kotak dan dipersingkat dari kata salad serta menggunakan ornamen buah apel untuk memberikan kesan buah. Setelah itu, ada penambahan kata dibawah “Berkah Jaya”. Warna yang digunakan pada huruf S adalah hijau tua serta garis dalam menggunakan hijau muda untuk memberikan kesan sehat serta warna apel pada umumnya menggunakan warna merah.

Logo keempat adalah penulisan huruf S dan B untuk mempersingkat dari nama produk yaitu Salad Buah dan memberikan kesan elegan serta ornamen garpu ditengah untuk merepresentasikan bahwa ini adalah produk makanan. Penggunaan warna pada huruf S dan B adalah merah dan hijau serta warna kuning pada bagian dalam dari huruf B.



**Gambar 5.6 Logo Alternatif  
(Sumber: Data Penulis)**

Logo kelima adalah adalah penulisan dari nama produk yaitu Salad Buah “Berkah Jaya” dengan *style yang simple* dan memberikan kesan *fun* pada bagian tiap-tiap huruf dan menggunakan ornamen buah apel. Warna yang digunakan sama seperti logo keempat yaitu hijau tua dan merah untuk memberikan kesan *fresh* dan berkualitas. Logo ini merupakan logo yang terpilih dari empat alternatif lainnya dan akan dikembangkan menjadi lebih tertata dan terkonstruksi

#### **5.1.4 Explore**

Setelah melakukan *sketch* logo dan membuat lima logo alternatif, Selanjutnya logo yang sudah terpilih akan dikembangkan dalam beberapa macam model logo dan dipilih tiga dari beberapa logo yang berbeda



Gambar 5.7 Explore logo  
(Sumber: Data Penulis)

Tiga logo yang terpilih akan ditingkatkan kembali dari segi kerapian, terkonstruksi dan lebih terdesain. Setelah itu akan dipilih kembali satu untuk menjadi logo resmi dari Salad Buah “Berkah Jaya” dengan beberapa perbaikan.



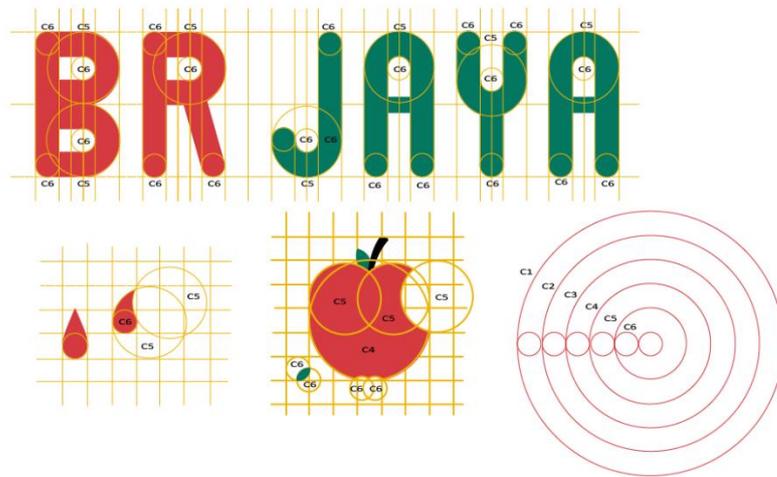
Gambar 5.8 Tiga logo terpilih  
(Sumber: Data Penulis)

Setelah dikembangkan menjadi lebih rapi dan terkonstruksi maka logo ini menjadi logo resmi dari produk Salad Buah “Berkah Jaya”. Konsep visual dari logo ini adalah gaya yang *simple* dan memberikan kesan *fun*. Terlihat dari tiap-tiap huruf menggunakan bentuk *bubble* serta penggunaan ornamen yaitu buah apel dan *splash* untuk memberikan kesan *fresh* dan berkualitas. Penggunaan warna pada logo adalah merah dan hijau. Warna merah merepresentasikan membangkitakan selera makan dan merangsang nafsu makan serta untuk menarik perhatian calon konsumen dan warna hijau merepresentasikan ramah lingkungan dan sehat.

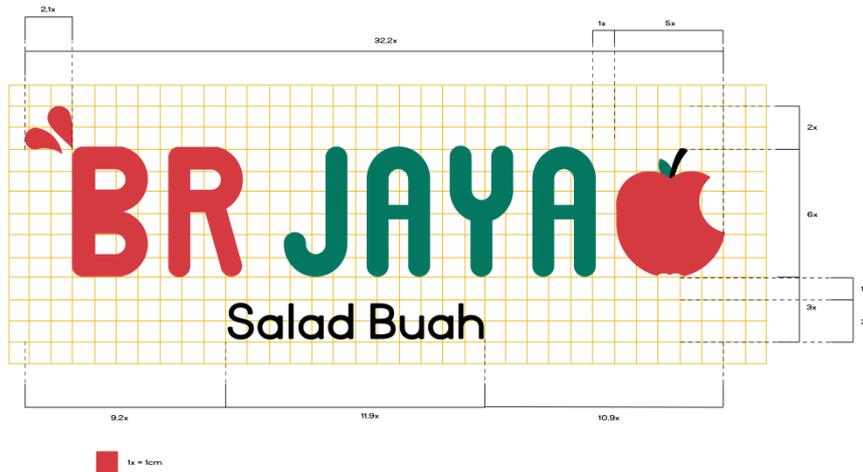


**Gambar 5.9 Logo sebelum revisi  
(Sumber: Data Penulis)**

Namun untuk logo yang sebelumnya ada beberapa kekurangan seperti belum adanya *grid system* dan perubahan nama yang baru lebih menekankan nama tempat yang menjual produk tersebut, sehingga penulis melakukan revisi ulang dan terciptalah logo baru dengan adanya *grid system* dan ukuran jarak tulisan dengan elemen yang dipakai yaitu apel dan *drops* mengikuti dengan konsep sebelumnya yaitu simple dan memberikan kesan *fun*. Logo dengan penulisan “BR JAYA” Salad Buah untuk mempersingkat dari nama “Berkah Jaya” itu sendiri agar mudah dilihat oleh konsumen. Elemen *drops* ditambahkan untuk memberikan kesan *fresh* dari produk itu sendiri dan elemen apel yang tergigit setengah yang pertama, Menurut dr. Verury Verona Handayani dilansir dari website “halodoc” apel memiliki banyak manfaat bagi kesehatan dan mencegah dari berbagai penyakit yang serius dan kaya akan serat dan mineral yang cukup tinggi. Kedua, apel terlihat tergigit setengah sebagai pembeda dari buah lain dan buah apel yang utuh terlihat seperti ceri. Maka diberikan apel tergigit setengah untuk memberikan kesan apel.



**Gambar 5.10 Logo dengan *grid system***  
(Sumber: Data Penulis)



**Gambar 5.11 Jarak antara tulisan dengan elemen**  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.1.5 Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam logo sebagai keterangan nama produk dengan jenis *sans serif* dengan font "Market Fresh". Font ini memiliki kesan yang *simple* tapi tetap *fun* dan *modern*, sehingga font ini cocok dengan konsep yang dipakai untuk produk "Berkah Jaya" Salad Buah

# MARKET FRESH FONT FAMILY

**MARKET FRESH**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 !@#%&| {ptù\$ lots of áççéñts}  
MAKES A GREAT ALL CAPS HEADLINE

**MARKET FRESH BOLD**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 !@#%&| {ptù\$ lots of áççéñts}  
MAKES A GREAT ALL CAPS HEADLINE

**MARKET FRESH INLINE BOLD ALL CAPS**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 !@#%&| {ptù\$ lots of áççéñts}  
MAKES A GREAT DISPLAY HEADLINE

**Gambar 5.12 Tipografi produk Salad Buah “Berkah Jaya”  
(Sumber: Data Penulis)**

### 5.1.6 Colour Pallate

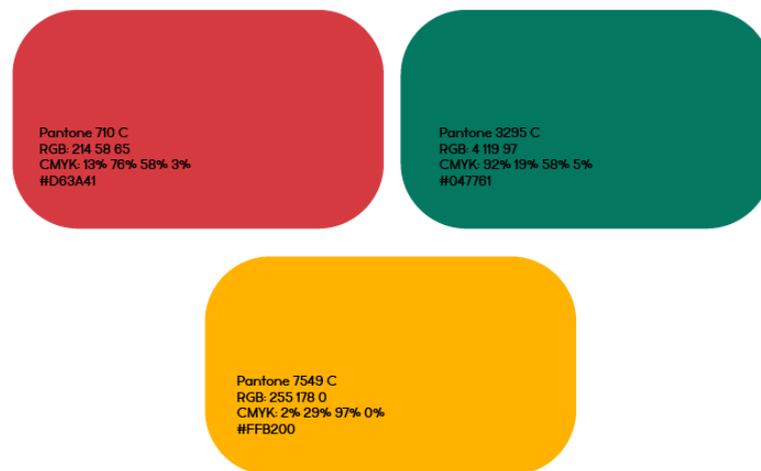
Perpaduan warna merupakan salah satu hal yang krusial pada seni dan desain, memilih berbagai warna untuk dipadukan satu sama lain agar tampak menjadi harmonis tidaklah mudah. Berdasarkan teori newton dalam bukunya “Optics” (1704) warna adalah unsur cahaya yang dipantulkan oleh sebuah benda. Kemudian diintrepetaskan oleh mata berdasarkan cahaya yang mengenai benda tersebut, benda tersebut juga mempengaruhi warna yang dihasilkan melalui pigmennya.

Selain itu, warna juga dalah pengalaman psikologis manusia. Indera manusi mampu meresepsi warna yang terdapat pada cahaya tersebut. Sadjiman Ebdy Santoyo (2005:5) mendefinisikan warna secara fisik dan psikologis. Warna secara fisik adalah sifat cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan.

Warna yang diterapkan oleh “Berkah Jaya” Salad Buah sebagai warna identitas produk terdiri dari 3 macam warna yaitu merah, hijau dan kuning yang dibagi sebagai warna primer dan sekunder. Dalam penggunaan warna, warna primer digunakan sebagai warna utama, sedangkan di berbagai media yang tidak memungkinkan untuk menggunakan warna primer dapat beralih menggunakan

warna sekunder sebagai alternatif. Namun jika tidak memungkinkan menggunakan ketika warna tersebut dapat pula menggunakan warna yang mirip dan memiliki kecocokan seperti warna merah muda, oranye, dan lain-lain.

Warna primer yang digunakan oleh “Berkah Jaya” Salad Buah yang pertama adalah warna hijau dengan *pantone 710 C* dimana merupakan warna merah yang merepresentasikan membangkitkan selera makan. Sedangkan warna primer kedua yaitu warna hijau dengan *pantone 3295 C*, warna tersebut merepresentasikan menyehatkan. Sedangkan warna sekunder yaitu warna kuning dengan *pantone 7549 C* yang merepresentasikan sama dengan warna merah yaitu membangkitkan selera makan dan merangsang nafsu makan.



**Gambar 5.13 Color Pallatte Salad Buah “Berkah Jaya”  
(Sumber: Data Penulis)**

## 5.2 Produksi

### 5.2.1 Brand Identity

Setelah selesai membuat logo, Selanjutnya untuk meningkatkan *brand awerness* dan dikenali oleh calon konsumen maka perlu adanya media-media yang mendukung untuk produk “Berkah Jaya” Salad Buah yaitu dengan membuat *brand identity*.

Hal yang dibuat adalah media promosi baik *online* maupun *offline*. Hal ini akan mempermudah baik UMKM maupun calon konsumen untuk mengetahui

info dari produk Salad Buah “Berkah Jaya” . berikut adalah *brand identity* yang akan dibuat untuk mendukung Salad Buah “Berkah Jaya”:

### 5.2.2 Kartu Nama dan *Banner*

Kartu nama berfungsi sebagai alat komunikasi perusahaan ke calon konsumen agar konsumen dapat langsung menghubungi ketika ingin memesan sebuah produk dengan mengikuti konsep yang *fun*.

*Banner* berfungsi untuk kepentingan *marketing* “Berkah Jaya” Salad Buah. Dengan adanya *banner* calon konsumen akan mengetahui produk yang dijual dari tampilan visual dari *banner*.



**Gambar 5.14 Mockup Kartu Nama**  
(Sumber: Data Penulis)



**Gambar 5.15 Mockup Banner**  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.2.3 *Apron dan Topi*

*Apron* digunakan untuk media promosi sekaligus menjadi pelindung baju agar tidak kotor ketika sedang melayani konsumen. Cap digunakan sebagai pelengkap dari apron ketika melayani konsumen.



**Gambar 5.16 *Mockup Celemek***  
(Sumber: Data Penulis)



**Gambar 5.17 *Mockup Topi***  
(Sumber: Data Penulis)

#### 5.2.4 Daftar Menu dan Desain Kemasan

Daftar menu berfungsi sebagai pilihan untuk konsumen ketika memesan makanan atau minuman. Desain Kemasan yang menarik dan berfungsi sebagai pelindung makanan ketika konsumen memesan makanan. Desain kemasan berbentuk *paper bowl* yang menjadi wadah dari produk “Berkah Jaya” Salad Buah.



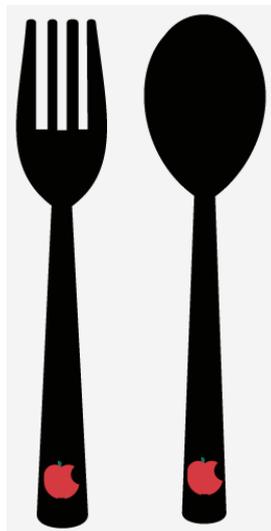
Gambar 5.18 *Mockup* Desain Kemasan  
(Sumber: Data Penulis)



Gambar 5.19 Desain Menu  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.2.5 Sendok dan garpu

Sendok dan garpu digunakan untuk konsumen ketika membeli produk “Berkah Jaya” Salad Buah. Sendok dan garpu yang digunakan menggunakan bahan plastik berwarna hitam dengan gambar apel pada logo “Berkah Jaya” Salad Buah.



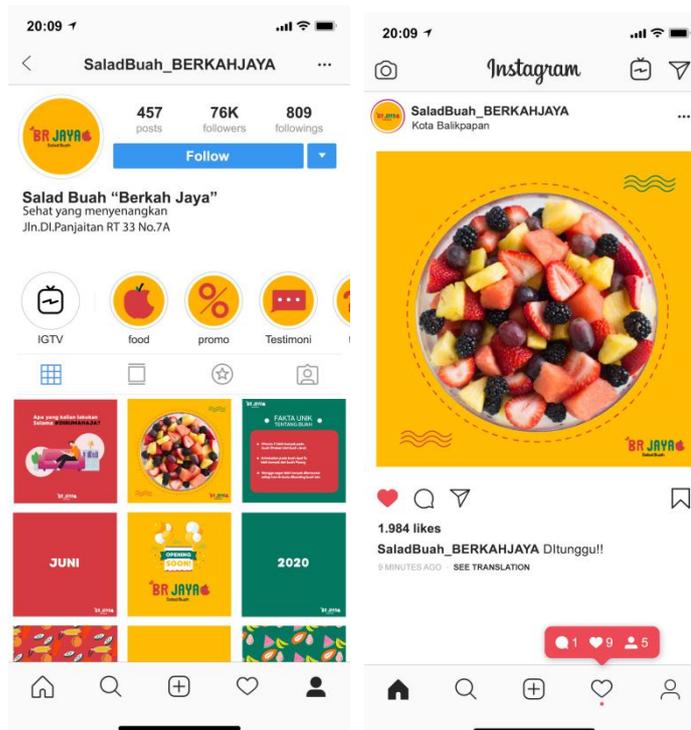
**Gambar 5.20 Desain Sendok dan Garpu  
(Sumber: Data Penulis)**

### 5.2.6 Facebook dan Instagram

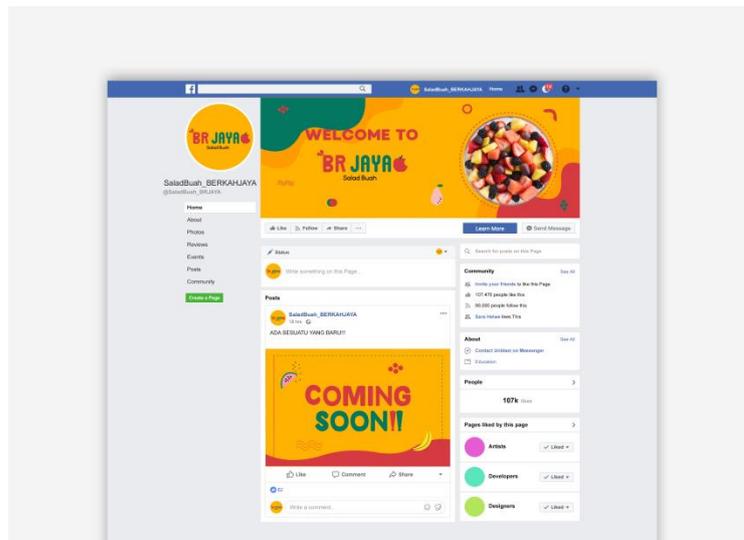
*Facebook* berfungsi sebagai media promosi sekaligus menjadi tempat untuk info-info baru dari produk “Berkah Jaya” Salad Buah. Untuk melakukan promosi secara *online* maka akan dibuat *facebook cover* sebagai identitas dari halaman depan “Berkah Jaya” Salad Buah dan *facebook feeds* untuk info-info dari Salad Buah “Berkah Jaya”. Sama seperti facebook, Instagram digunakan sebagai media promosi dan memberikan info-info baru dari produk “Berkah Jaya” Salad Buah.



Gambar 5.21 Desain Instagram  
(Sumber: Data Penulis)



Gambar 5.22 Mockup Instagram  
(Sumber: Data Penulis)



**Gambar 5.23 Mockup Facebook**  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.2.7 Website dan Brosur

*Website* digunakan untuk memberikan info lebih detail mengenai produk, tentang produk, dan kontak yang dihubungi untuk memesan sebuah produk. Penulis membuat *layout* dari halaman depan *website*. Brosur digunakan untuk kepentingan pengiklanan dan promosi produk “Berkah Jaya” Salad Buah.



**Gambar 5.24 Mockup Website**  
(Sumber: Data Penulis)



**Gambar 5.25 Mockup Brosur**  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.2.8 Totebag

Totebag digunakan sebagai *merchandise* “Berkah Jaya” Salad Buah.



**Gambar 5.26 Mockup Totebag**  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.2.9 Stamp dan Outlet

*Stamp* ini digunakan untuk nota pembelian pada saat konsumen ingin membayar sebagai tanda dari produk “Berkah Jaya” Salad Buah. *Stand outlet* digunakan oleh “Berkah Jaya” Salad Buah menjadi tempat berjualan dari produk

yang akan dijual sekaligus menjadi media promosi untuk mengenalkan produk “Berkah Jaya” Salad Buah ketika berada di sebuah *event*.



**Gambar 5.27 Mockup Stamp dan Outlet**  
(Sumber: Data Penulis)

#### 5.2.10 *Vehicle Identity dan Signage*

*Vehicle Identity* digunakan sebagai kendaraan untuk mengantar makanan dan minuman dari produk “Berkah Jaya” Salad Buah ketika seorang konsumen mengadakan sebuah event baik formal maupun non formal. *Signage* digunakan menjadi tanda pengenal dari produk “Berkah Jaya” Salad Buah yang akan diletakkan disamping toko.



**Gambar 5.28 Mockup Vehicle Identity dan Signage**  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.2.11 Nota Pembelian

Nota pembelian digunakan sebagai tanda bahwa konsumen membeli makanan atau minuman dari produk “Berkah Jaya” Salad Buah dan menjadi bukti untuk perusahaan. X-banner digunakan sebagai media promosi dan pengiklanan untuk produk “Berkah Jaya” Salad Buah.



**Gambar 5.29 Mockup Nota pembelian**  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.2.12 X-banner

X-banner digunakan sebagai media promosi dan pengiklanan untuk produk “Berkah Jaya” Salad Buah.



**Gambar 5.30 Mockup X-banner**  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.2.13 Toilet Sign dan Staff Sign

*Toilet Sign* digunakan menjadi penanda area untuk calon konsumen ketika ingin ke kamar mandi dalam toko. Sedangkan, *Staff Sign* digunakan menjadi penanda area untuk karyawan baik waiters maupun chef dari produk “Berkah Jaya” Salad Buah.



Gambar 5.31 Desain Toilet Sign dan Staff Sign  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.2.14 Parking Sign

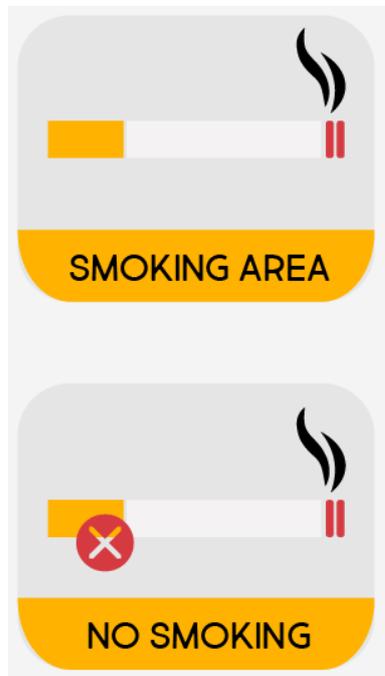
*Parking Sign* digunakan menjadi penanda area parkir untuk calon konsumen ketika ingin memesan produk “Berkah Jaya” Salad Buah.



**Gambar 5.32 Desain *Parking Sign***  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.2.15 *Smoking Area Sign*

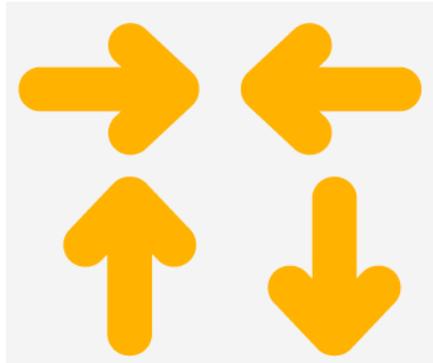
*Smoking Area Sign* digunakan menjadi penanda untuk calon konsumen tempat yang boleh untuk merokok dan dilarang merokok.



**Gambar 5.33 Desain *Smoking Area Sign***  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.2.16 Arrow Sign

*Arrow Sign* digunakan untuk memudahkan calon konsumen ketika ingin ke suatu area tertentu.



**Gambar 5.34 Desain Arrow Sign**  
(Sumber: Data Penulis)



**Gambar 5.35 Mockup Arrow Sign**  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.2.17 ID Badge

*ID Badge* digunakan sebagai tanda nama untuk karyawan dari produk “Berkah Jaya” Salad Buah.



**Gambar 5.36 Desain ID Badge**  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.3 Pasca Produksi

#### 5.3.1 *Graphic Standard Manual*

*Graphic Standard Manual* merupakan upaya untuk menjaga keseragaman identitas perusahaan. *Graphic Standard Manual* ini akan menjadi panduan dalam mengelola tampilan identitas perusahaan. Keseragaman tampilan identitas baik dari tampilan sarana, elemen komunikasi maupun elemen promosi dalam menjaga dan meningkatkan citra perusahaan.

#### 5.3.2 Daftar Isi

Dalam pembuatan buku GSM, hal yang dilakukan pertama adalah membuat daftar isi untuk buku tersebut. Tujuannya agar membantu pekerjaan lebih tertata dan mendapatkan alur buku yang jelas. Berikut adalah dari daftar isi buku GSM:

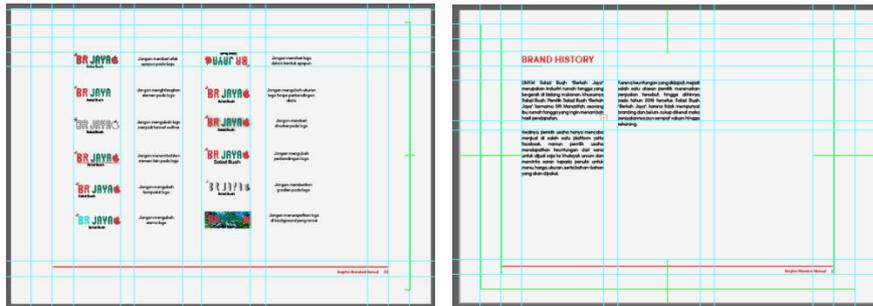
<i>Chapter</i>	<i>Judul</i>	<i>Keterangan</i>
-	<i>Introduction</i>	Pengenalan terhadap buku GSM dan tujuannya.
-	<i>Content</i>	Daftar Isi
	<i>Brand History</i>	Awal mula dari sebuah brand “Berkah Jaya” Salad Buah

1	<i>Vission and Mission</i>	Visi dan misi “Berkah Jaya” Salad Buah
	<i>Brand Value</i>	Nilai-nilai yang diberikan oleh “Berkah Jaya” Salad Buah
	<i>Brand Positioning</i>	<i>Target market</i> yang dikhususkan untuk “Berkah Jaya” Salad Buah
2	<i>Logo Concept</i>	Konsep logo secara singkat
	<i>Logo Element</i>	Elemen yang digunakan pada logo
	<i>Logo Configuration</i>	Pembeda antara logogram dan logotype
	<i>Logo Construction</i>	Sistem <i>grid</i> yang diterapkan dalam logogram dan logotype
	<i>Secure Area</i>	Penggunaan ruang kosong yang berada diluar logo
	<i>Minimum Size</i>	Besaran minimum penggunaan logo dalam media aplikasi maupun cetak.
	<i>Desain Font</i>	Font yang bisa digunakan untuk beberapa media aplikasi.
	<i>Color Pallatte</i>	Kode Warna yang digunakan dalam logo
	<i>Color Usage BW/Greyscale</i>	Penggunaan warna hitam putih dan abu-abu dalam logo
	<i>Incorrect Usage</i>	Penggunaan logo yang salah dan tidak boleh dilakukan
3	<i>Corporate typeface</i>	Jenis <i>font</i> yang digunakan
	<i>Supergraphic</i>	Visual elemen yang digunakan dengan bentuk-bentuk abstrak
4	<i>Media Application</i>	Aturan berupa ukuran, bahan, dan contoh <i>brand identity, merchandise, signage</i> , dan lain-lain

**Tabel 5.1 List Buku *Graphic Standard Manual*  
(Sumber: Data Penulis)**

### 5.3.3 Layout

Dari list yang telah dibuat, maka pada tahap selanjutnya proses pengaturan tata letak buku *Graphic Standard Manual*. Buku ini dirancang menggunakan sistem grid untuk mengatur jarak antara kolom yang konsisten.



Gambar 5.37 Proses *layout* Buku GSM  
(Sumber: Data Penulis)

### 5.3.4 Buku GSM

Pada proses ini, dilakukan proses produksi buku *graphic standard manual*. Buku ini terdiri dari 62 halaman utama dengan isi sesuai dengan *list* yang telah dibuat.



Gambar 5.38 *Graphic Standard Manual*  
(Sumber: Data Penulis)