

BAB V

TATA VISUAL DESAIN

Perancangan *rebranding* pada UMKM Kafe Kopiright melalui beberapa tahapan yang terdiri dari perancangan identitas visual, kemudian dilanjutkan dengan perancangan buku GSM. Untuk menghasilkan desain yang sesuai maka dilakukan perancangan sketsa logo yang kemudian dipilih dan dikembangkan lebih lagi dengan bantuan *grid* agar sesuai dengan standar pembuatan logo. Setelah itu, perancangan dilanjutkan kepada pembuatan elemen identitas visual lainnya seperti *pattern* dan juga *color palette*.

Setelah identitas visual Kopiright sudah disetujui dan ditetapkan, perancangan dilanjutkan kepada perancangan buku GSM. Buku tersebut berguna untuk mengatur dan memberi beberapa batasan penggunaan agar logo yang telah dibuat tidak disalahgunakan. Pada buku tersebut terdapat pengaplikasian dari logo dan elemen identitas visual dalam bentuk *corporate identity*, *packaging*, *merchandise* dan juga media promosi.

5.1. *Creative Brief*

Creative brief merupakan sebuah catatan yang berisikan mengenai ringkasan dari data perusahaan yang akan dijadikan sebagai panduan dalam tahap visualisasi desain. Pada perancangan ini, *brief* telah diisi melalui proses wawancara dengan pemilik Kopiright. *Creative brief* juga berisikan catatan dari Kopiright mengenai gaya desain yang diinginkan oleh pemilik. Data yang sudah didapatkan melalui *creative brief* akan diterapkan kepada visualisasi logo, dan desain-desain lainnya agar visualisasi sesuai dengan tujuan awal dan keinginan pemilik Kopiright.

CREATIVE BRIEF KOPIRIGHT

Kopiright:

Kopiright terinspirasi dari Copy-right. Kopiright menyajikan menu dengan ciri khasnya tersendiri sehingga unik dan menarik.

Product:

Produknya adalah minuman berbahan dasar kopi seperti cappucino, kopi tubruk, dan juga minuman non kopi seperti milkshake dan wedang.

Competitors:

Robucca, Fore Coffe, Janji Jiwa, Roketto, dan banyak cafe lainnya.

Target Audience

Demographic:

Laki-laki dan perempuan dari umur 15 hingga lanjut usia.

Kopiright:

Pencinta kopi, anak-anak muda yang senang nongkrong, penikmat kopi dengan harga murah.

Geographical:

Kota Malang

Business Problem:

Mebutuhkan identitas merek yang kuat, logo, media, promosi, CIS, kemasan, brand awareness.

Style Guide

Gaya desain yang digunakan adalah vintage, classic, elegan dan minimalis dengan warna yang calm.

Advertising Tone:

Vintage, minimalis, elegan, calm.

Advertising Media:

Signage, packaging, poster, stationery, menu, stamp, merchandise, apron, wrapping paper, table number, ig feeds, ig story, paper bag, business card.

Purpose

Menjadi brand cafe yang unggul dari cafe-cafe lainnya, dapat dikenal banyak orang dan juga meningkatkan penjualan produk.

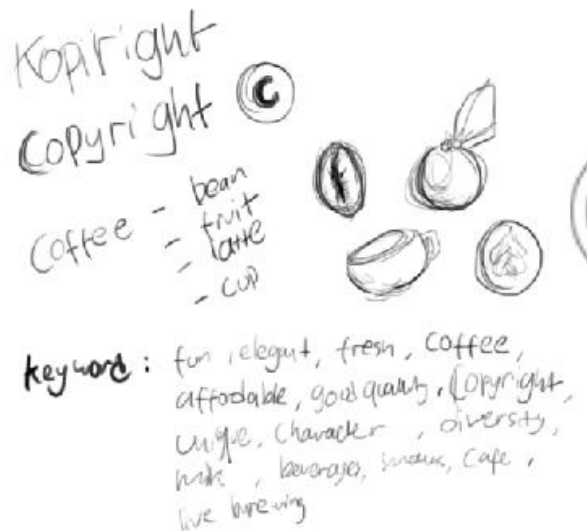
Gambar 5.1. *Creative Brief*

Sumber: Data Penulis

5.2. Logo

5.2.1. Thumbnail

Thumbnail logo berperan sebagai panduan dalam membuat sketsa logo. Pada tahap ini perancangan akan difokuskan dalam proses *brainstorming* yang adalah proses pengumpulan data, referensi dan juga informasi yang berhubungan dengan produk dan *brand* Kopyright. Data yang didapatkan kemudian akan disesuaikan dengan *creative brief* untuk dijadikan konsep dari makna logo yang akan dirancang selanjutnya.

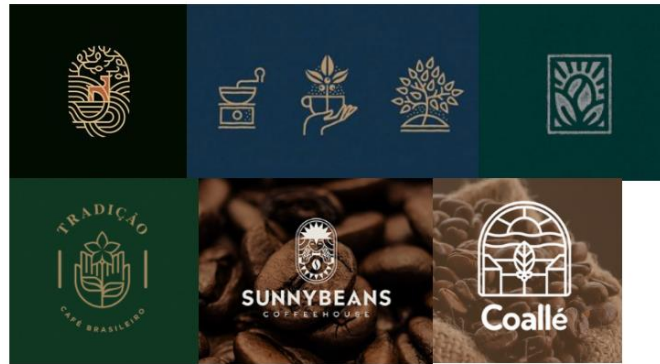


Gambar 5.2. *Thumbnail* Logo

Sumber: Data Penulis

5.2.2. Moodboard

Moodboard adalah pengumpulan referensi yang nantinya akan dijadikan gambaran atau inspirasi sebagai panduan dalam perancangan ini. Selain itu, pengumpulan *moodboard* dapat berguna untuk mengumpulkan *feedback* dan saran dari *client* mengenai gambaran gaya desain yang akan dibuat dalam perancangan.



Gambar 5.3. *Moodboard Logo*

Sumber: Data Penulis

5.2.3. *Rough Sketch*

Rough sketch logo dibuat berdasarkan makna dari *brand* Kopiright tersebut. Dari makna *brand* Kopiright dan juga produk yang dijual, dilakukan eksplorasi bentuk dari logo yang sesuai dengan konsep pada *creative brief*. Sketsa yang dihasilkan berupa sketsa kasar tanpa menggunakan sistem *grid* dan juga ukuran yang tepat. Melalui eksplorasi tersebut, telah dihasilkan beberapa opsi logo yang kemudian akan dipilih dan dikembangkan lebih lanjut menggunakan metode digital dan juga *grid* untuk menghasilkan bentuk yang rapih dan juga sesuai dengan standar pembuatan logo.



Gambar 5.4. *Roughsketch Logo*

Sumber: Data Penulis

5.2.4. *Comprehensive*

Pada tahap *rough sketch*, beberapa logo telah dibuat. Dari beberapa opsi tersebut, dipilihlah salah satu logo yang dianggap paling sesuai dengan makna dan kesan yang ingin disampaikan menurut pertimbangan *client* dan juga penulis. Setelah itu dilakukan lah penyempurnaan bentuk dan juga ukuran menggunakan sistem *grid*. Logo yang dibuat adalah bentuk perpaduan dari beberapa objek yang mewakili Kopiright yaitu biji kopi, tanaman kopi, segelas kopi dan juga huruf “K” yang adalah inisial dari *brand* Kopiright. Biji kopi adalah gambaran produk dari Kopiright, dan tanaman kopi memiliki arti yaitu Kopiright menggunakan kopi yang segar yang diambil langsung dari petani Kopi sehingga produk yang dijual tetap terjaga kualitas dan rasanya. Lalu segelas kopi adalah simbol dari *brand tagline* Kopiright yaitu “satu kopi untuk selamanya”, yang memiliki arti yaitu, jika sudah menikmati produk kopi dari Kopiright maka serasa tidak ingin mencoba produk kopi *brand* lainnya karena milik Kopiright adalah yang terbaik.



Gambar 5.5. Struktur dan Konsep Logo

Sumber: Data Penulis

5.2.5. Final

Setelah logogram yang dibuat sudah disetujui oleh *client*, proses selanjutnya adalah pembuatan *logotype*. *Logotype* berguna untuk meningkatkan *brand awareness* agar target audiens dapat lebih mudah mengenal dan juga mengingat nama dari perusahaan. *Logotype* yang dibuat menggunakan *font* yang sudah ada, yang kemudian dikembangkan lebih lagi dengan penambahan ketebalan dan juga perubahan bentuk.



Gambar 5.6. Logo Final

Sumber: Data Penulis



Gambar 5.7. Logo Exclusion & Minimum Size

Sumber: Data Penulis

5.3. Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam semua desain dalam perancangan ini ada dua *font* yaitu “DM Serif Display” dan juga “Circular STD”. *Font* “DM Serif Display” diterapkan pada semua *title* dan *lead* pada perancangan, dan *font* “Circular STD” diterapkan pada beberapa *lead* dan juga *paragraph* pada perancangan.

DM Serif Display Regular

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZabcdefghijklmnopqrstuvw
xyz1234567890!@#%&(:\$”^)+-

Circular Std

Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZabcdefghijklmnopqrstuvw
xyz1234567890!@#%&(:\$”^)+-

Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZabcdefghijklmnopqrstuvw
xyz1234567890!@#%&(:\$”^)+-

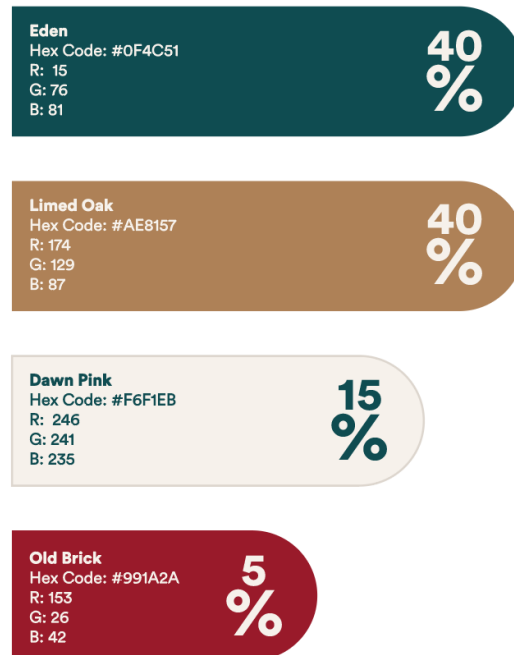
Gambar 5.8. Tipografi

Sumber: Data Penulis

5.4. Color Palette

Untuk melengkapi desain yang sudah dirancang maka dipilihlah beberapa warna yang menjadi identitas visual Kopiright. Warna tersebut adalah *eden* (hijau tua), dan *limed oak* (coklat) sebagai warna primer, dan *dawn pink* (krem muda) dan *old brick* (merah tua) sebagai warna sekunder. Warna hijau tua dan coklat yang adalah warna dari daun tanaman kopi yang masih segar dan juga warna dari kopi yang sudah di *roast*. Warna tersebut juga memberikan kesan *vintage*, tenang, dan juga natural yang sesuai dengan suasana saat menikmati kopi di Kopiright. Warna krem muda adalah warna yang tepat untuk digunakan sebagai warna *background* karena memiliki kesan polos dan juga *calm* yang dapat membantu menonjolkan warna-warna lain pada objek yang ada di atasnya. Lalu warna merah tua adalah warna yang digunakan untuk memberikan sedikit *contrast* dan juga kejutan pada desain agar

desain lebih menarik. Semua warna tersebut diterapkan pada seluruh elemen-elemen dalam perancangan.



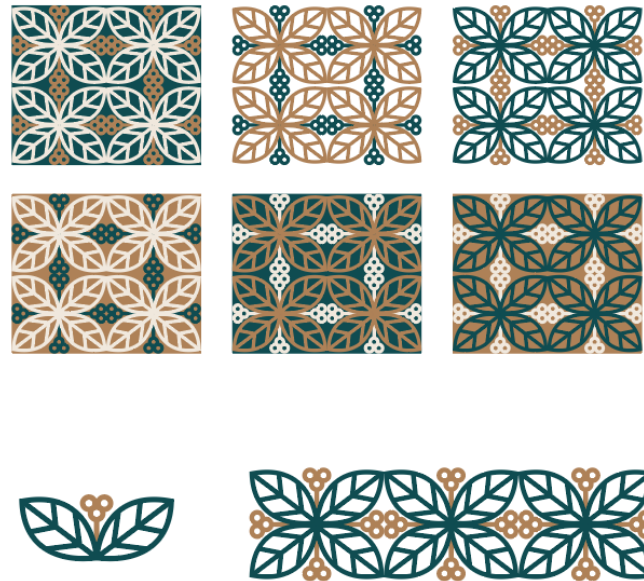
Gambar 5.9. *Color Palette*

Sumber: Data Penulis

5.5. *Pattern*

Pattern yang dibuat diterapkan kepada desain-desain seperti kartu nama, nomor meja, amplop dan *background* layout yang kosong agar terlihat lebih penuh. *Pattern* tersebut bertujuan sebagai identitas visual yang nantinya dapat membantu membuat desain lebih menarik dan mudah diingat. *Pattern* yang dibuat adalah gabungan dari icon tanaman kopi yang ada di logo yang lalu digabungkan menjadi sebuah persegi. *Pattern* tersebut terinspirasi dari biji kopi yang digunakan oleh Kopiright adalah biji kopi dari Indonesia, dan *pattern* ini merupakan penggambaran bahwa biji kopi petani di Indonesia tidak kalah kualitasnya dengan biji kopi dari luar negeri. Diharapkan bahwa biji kopi dari Indonesia menjadi suatu hal yang dapat dibanggakan seperti halnya batik yang menjadi ciri khas kebanggaan warga negara Indonesia. Oleh karena itu *pattern* yang dibuat menyerupai pola batik Kawung yang berasal dari tanah Jawa.

Pattern ini dibuat dengan berbagai macam warna sesuai warna identitas *brand* agar *pattern* dapat dengan mudah diterapkan pada *background* dengan warna yang berbeda-beda.



Gambar 5.10. *Pattern Design*

Sumber: Data Penulis

5.6. *Tagline*

Untuk meningkatkan *awareness*, maka Kopiright sudah menentukan *tagline* agar konsumen bisa lebih mengenal dan mengingat *brand*. *Tagline* dari Kopiright adalah “**Satu Kopi Untuk Selamanya**” yang memiliki arti yaitu, jika sudah mencoba produk kopi dari Kopiright seakan tidak ingin mencoba produk kopi *brand* lain karena Kopiright lah yang menyediakan kopi terbaik untuk konsumennya. *Tagline* yang digunakan dapat mempengaruhi konsumen dan calon konsumen secara emosional, dan dirancang agar mudah diingat oleh konsumen dan calon konsumen.

5.7. Stationery

Untuk menunjang kegiatan bisnis maka diperlukan beberapa hal penting seperti kartu nama, amplop dan juga kop surat yang tergolong dalam kategori *stationery*. Untuk meningkatkan *awareness brand* dan membuatnya lebih menarik maka setiap *stationery* tersebut diberikan identitas Kopiright. Kartu nama adalah salah satu media yang mampu meningkatkan *awareness brand*, karena kartu nama memuat informasi-informasi yang berisikan email, media sosial, nomor telepon, dan juga alamat. Kartu nama yang telah didesain memiliki ukuran 9 x 5.5 cm yang dicetak pada kertas *art paper AP250* yang dilaminasi doff. Lalu pada kop surat terdapat logo dan juga *pattern* yang diterapkan pada bagian *footer* agar lebih menarik. Surat tersebut dicetak dengan ukuran A4 menggunakan bahan kertas HVS 80 gram. Lalu untuk amplop pada bagian depan terdapat logo horizontal yang dicetak dan di emboss sehingga ada tekstur timbul pada kertas. Lalu pada bagian dalam terdapat *pattern* yang diterapkan agar lebih menarik.



Gambar 5.11. Design Kartu Nama

Sumber: Data Penulis



Gambar 5.12. Design Surat & Amplop

Sumber: Data Penulis

5.8. Kemasan

Terdapat 6 macam kemasan yang dibuat pada perancangan ini yaitu, *paper cup*, *plastic cup*, *coffee pouch*, *1 Liter coffee bottle*, *cold brew glass bottle*, dan *food box*. Keenam kemasan ini memiliki desain yang sesuai dengan identitas *brand*. Berikut adalah penjelasan mengenai masing-masing desain kemasan.

a. *Paper Cup*

Paper cup yang digunakan pada perancangan ini menggunakan bahan kertas yang mudah didaur ulang dengan tutup plastic berwarna coklat. Hanya ada satu ukuran gelas untuk minuman panas. Diameter dari tutup gelas kertas ini adalah 7.5 cm dengan tinggi gelas yaitu 10 cm. Desain yang diterapkan adalah logo dari Kopiright pada bagian depan dan kolom untuk mengisi nama konsumen dengan tambahan kata “Hello” dan “Enjoy” agar desain seakan-akan sedang berkomunikasi dengan konsumen. Selain itu juga ada *tagline* pada bagian bawah. Untuk memudahkan konsumen untuk membawa minuman maka untuk pembelian lebih dari satu akan disediakan *cup holder* yang terbuat dari kertas daur ulang.



Gambar 5.13. *Paper Cup*

Sumber: Data Pribadi

b. *Plastic Cup*

Plastic cup yang digunakan pada perancangan ini menggunakan bahan yaitu seperti gelas plastik pada umumnya. Sedotan tidak lagi diperlukan untuk menikmati minuman di dalamnya, karena pada tutup dari gelas plastik ini terdapat lubang yang membuatnya menjadi *strawless plastic cup*. Pada sisi gelas terdapat 3 desain. Pada bagian depan terdapat logo dari Kopiright, lalu pada bagian samping terdapat desain *tagline*, dan pada bagian belakang terdapat kolom untuk mengisi nama dari konsumen dan pesanan yang dipesan.



Gambar 5.14. *Plastic Cup*

Sumber: Data Pribadi

c. *Coffee Pouch*

Kemasan *coffee pouch* ini akan digunakan untuk menjual biji kopi dari Kopiright yang sudah digiling ataupun belum digiling. Biji kopi tersebut harus dikemas dengan benar agar rasanya tetap terjaga. Oleh karena itu bahan dari *coffee pouch* ini adalah alumunium agar tidak ada udara yang masuk dari luar. *Coffee pouch* ini dapat memuat 200 gram kopi. Ukuran yang digunakan adalah 20.9 x 10.6 cm. Pada bagian depan *coffee pouch* terdapat stiker grafis yang berisikan nama dan jenis biji kopi, logo, bagaimana biji kopi tersebut diproses, dan juga tanggal biji kopi tersebut di *roast* agar konsumen tau kapan kopi tersebut diproduksi.



Gambar 5.15. *Coffee Pouch*

Sumber: Data Pribadi

d. 1 Liter *Coffee Bottle*

Kemasan botol 1 liter ini akan digunakan untuk menjual beberapa minuman berbahan dasar kopi dengan ukuran yang lebih besar agar bisa dinikmati bersama teman maupun keluarga. Bahan dari botol tersebut adalah plastik dengan grafis yang dicetak pada bagian depan. Terdapat *brand tagline*, logo dan juga *pattern* pada bagian depan agak membuatnya lebih menarik.



Gambar 5.16. 1 Liter *Coffee Bottle*

Sumber: Data Pribadi

e. *Cold Brew Glass Bottle*

Kemasan botol kaca untuk *cold brew* ini akan digunakan jika Kopiright kedepannya akan menambahkan minuman kopi *cold brew* pada menu. Bahan yang digunakan adalah botol kaca dan juga stiker grafis pada bagian depan. Terdapat desain yang berupa komposisi dari logo, judul produk, dan juga *pattern* yang dicetak pada kertas stiker.

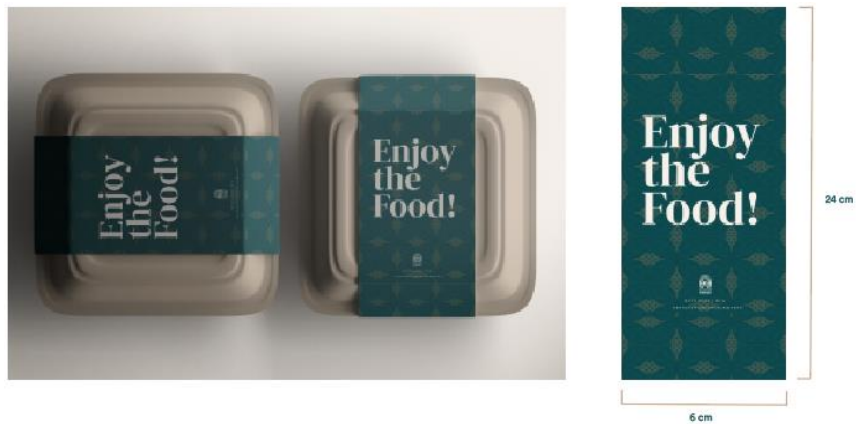


Gambar 5.17. *Cold Brew Glass Bottle*

Sumber: Data Pribadi

f. *Food Box*

Kemasan *box* makanan akan digunakan jika Kopiright kedepannya akan menambahkan menu berupa makanan. Bahan dari box tersebut adalah kertas tebal yang mudah didaur ulang. Lalu terdapat kertas yang dibentuk seperti sabuk yang berfungsi untuk mengeratkan kemasan box agar tetap aman jika dibawa pulang. Selain itu juga kertas tersebut menambahkan kesan agar lebih menarik perhatian pengunjung. Terdapat grafis *pattern* yang samarkan dengan *background* berwarna hijau tua. Kemudian ada *headline* “enjoy the food!” agar membuat desain lebih komunikatif.



Gambar 5.18. *Food Box*

Sumber: Data Pribadi

5.9. Apron

Identitas visual juga diterapkan pada *apron* yang akan digunakan oleh barista yang bekerja di Kopiright. Apron tersebut menggunakan bahan dasar *canvas* dengan beberapa sentuhan *leather* pada tali dan juga kantung dari *apron*. Lalu pada bagian kanan atas terdapat logo Kopiright berukuran 10,5 x 5 cm yang dibordir pada *apron*.



Gambar 5.19. *Apron*

Sumber: Data Pribadi

5.10. Menu

Menu berisikan semua produk yang dijual oleh Kopiright mulai dari minuman hangat hingga dingin dengan bahan dasar kopi maupun non kopi. Menu dapat berguna untuk dapat mengetahui ada produk apa saja yang dijual di Kopiright. Menu yang digunakan ada 3 halaman, pada halaman pertama ukurannya adalah 10 x 15 cm, lalu halaman kedua 10 x 19 cm, dan halaman terakhir adalah 10 x 23 cm. Ketiga halaman tersebut kemudian akan dijepit menggunakan *clipboard* kayu dengan logo Kopiright yang *dipress* sehingga memberikan tekstur lain yang unik.

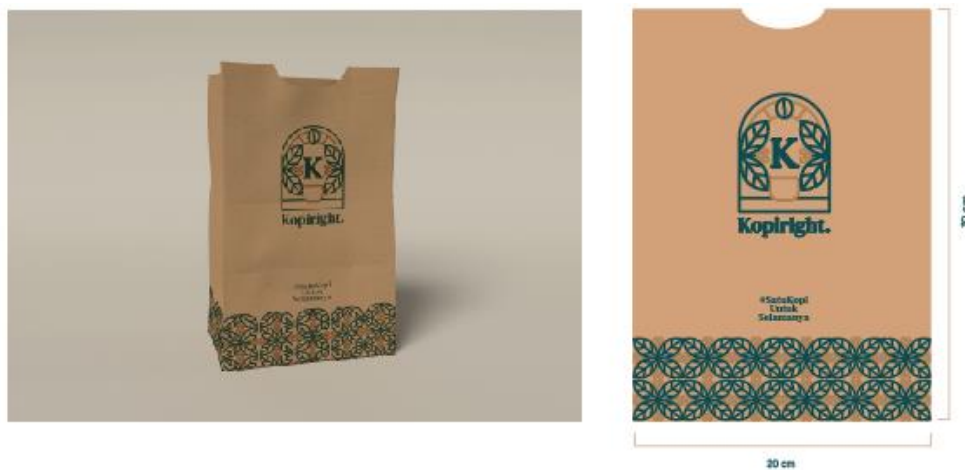


Gambar 5.20. *Menu*

Sumber: Data Pribadi

5.11. *Paper Bag*

Paper bag adalah pengganti plastik yang digunakan untuk konsumen membawa pulang produk dari Kopiright. Pada bagian depan *paper bag* terdapat logo dari Kopiright, *tagline* Kopiright dan juga *pattern* yang mengelilingi bagian bawah *paper bag*. *Paper bag* tersebut terbuat dari *kraft paper* dengan ukuran 20 x 15 x 30 cm.



Gambar 5.21. *Paper Bag*

Sumber: Data Penulis

5.12. Table Number

Table number berguna untuk mendata meja nomor berapa yang sedang digunakan oleh konsumen. Selain itu *table number* yang digunakan juga memuat informasi yaitu *qr code* yang ketika di *scan* akan muncul menu digital agar konsumen tidak berebut menu cetak yang disediakan. Desain yang diterapkan pada nomor meja adalah *pattern* yang diatur sedemikian rupa agar menarik perhatian konsumen. Desain tersebut kemudian akan dicetak menggunakan *art paper AP200* lalu dimasukkan kedalam media acrylic berbentuk siku yang berukuran 9 x 17,5 cm.



Gambar 5.22. Table Number

Sumber: Data Penulis

5.13. Wrapping Paper

Wrapping paper adalah kertas yang digunakan untuk membungkus makanan. *Wrapping paper* ini menjadi berguna ketika kedepannya Kopiright ingin menyajikan makanan seperti *snack* maupun makanan berat. *Wrapping paper* tersebut terbuat dari kertas nasi semi transparan. Pada kertas tersebut terdapat logo dan juga *tagline* yang diatur agar terlihat rapih dan menarik.



Gambar 5.23. *Wrapping Paper*

Sumber: Data Pribadi

5.14. *Stamp*

Stempel berguna untuk mengesahkan atau meresmikan dokumen-dokumen yang resmi. Stempel yang dibuat menggunakan sejenis karet dan kayu pada bagian atas. Stempel tersebut berbentuk persegi dengan ukuran 5 x 5 cm.



Gambar 5.24. Stempel

Sumber: Data Pribadi

5.15. *Signage*

Signage berfungsi sebagai media promosi yang berguna untuk meningkatkan *awareness* konsumen dan calon konsumen. *Signage* yang berukuran cukup besar akan memudahkan konsumen dan calon konsumen untuk mengetahui lokasi dari kafe

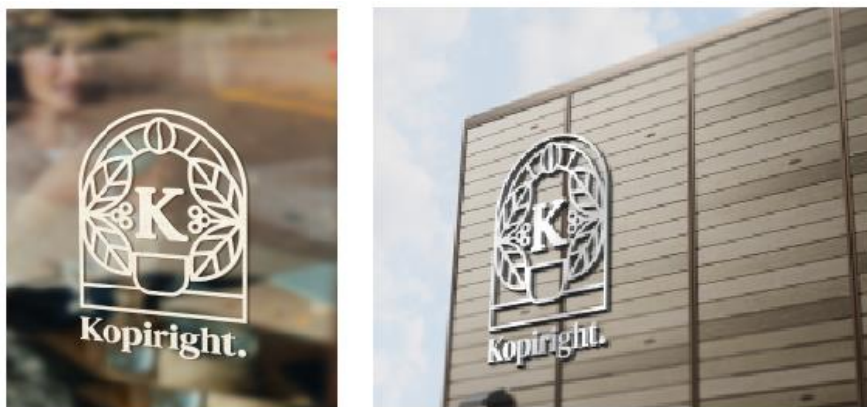
tersebut. *Signage* merupakan aksesoris pada bagian *outdoor* dari kafe yang dilengkapi dengan LED agar bisa menyala dan terlihat pada malam hari.

Selain itu juga ada beberapa *signage* yang diperuntukkan sebagai pemberitahuan bagi calon konsumen dan juga konsumen mengenai suatu informasi penting terkait Kopiright. *Signage* tersebut adalah *open & closed signage* dan juga *don't litter signage*. *Signage* tersebut tidak berukuran besar seperti *signage* logo yang digunakan. *Signage* tersebut terbuat dari *acrylic* yang dicetak grafis pada bagian atasnya.



Gambar 5.25. *LED Box Signage*

Sumber: Data Pribadi



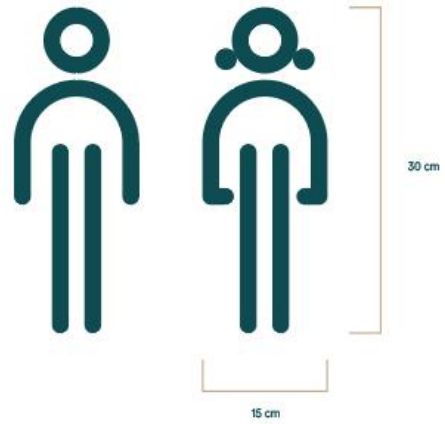
Gambar 5.26. *Outdoor Signage*

Sumber: Data Pribadi



Gambar 5.27. *Neon Signage*

Sumber: Data Pribadi



Gambar 5.28. *Toilet Signage*

Sumber: Data Pribadi



Gambar 5.29. *Open & Closed Signage*

Sumber: Data Pribadi



Gambar 5.30. *Don't Litter Signage*

Sumber: Data Pribadi

5.16. Poster

Poster digunakan sebagai salah satu media promosi. Poster memuat berbagai macam informasi yang disesuaikan dengan rencana promosi. Pada poster yang dibuat terdapat promo yang ditawarkan kepada konsumen jika konsumen memindai *QR code* yang disediakan. Promo adalah salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu ada juga logo dari Kopiright serta objek-objek yang adalah identitas visual dari Kopiright. Penerapan identitas visual Kopiright pada poster diharapkan dapat meningkatkan *awareness* konsumen akan *brand*. Poster yang dibuat memiliki kesan *modern* yang cocok untuk anak muda dengan *background* 3 orang memegang gelas berisi kopi agar menarik perhatian konsumen untuk menikmati kopi seperti pada foto di Kopiright. Poster akan dicetak menggunakan bahan *art paper AP300* berlaminasi doff dengan ukuran A3.



Gambar 5.31. Poster

Sumber: Data Pribadi

5.17. Merchandise

Merchandise yang dibuat ada lima macam yaitu gelas enamel, tatakan gelas, pin, *t-shirt*, *totebag* dan *tumbler*.

a. Mug

Pada mug terdapat desain *brand tagline* dan logo yang dicetak pada bagian depan. Lalu warna yang digunakan adalah warna hijau tua yang adalah warna dari *brand identity* Kopiright.



Gambar 5.32. *Merchandise* Mug

Sumber: Data Pribadi

b. Tatakan Gelas

Pada tatakan gelas terdapat desain *brand tagline* dengan grafis tambahan pada bagian atas yang di *press* agar membuatnya lebih menarik. Bahan yang digunakan adalah gabus seperti yang digunakan pada tutup botol *wine*.



Gambar 5.33. *Merchandise* Tatakan Gelas

Sumber: Data Pribadi

c. Stiker

Pada stiker yang dibuat, terdapat desain yaitu logo dan juga beberapa grafis ilustrasi seperti *moka pot*, tanaman kopi, *brand tagline* dan juga *fresh coffee* yang nantinya akan dicetak menggunakan kertas stiker.



Gambar 5.34. *Merchandise Stiker*

Sumber: Data Pribadi

d. *T-shirt*

T-shirt yang didesain memiliki warna yaitu krem cerah. Bahan dari *t-shirt* tersebut adalah *combed 30s* dengan sablon grafis logo pada bagian depan kiri dan *brand tagline* pada bagian lengan kanan. *T-shirt* tersebut tersedia dalam 4 ukuran yaitu S, M, L, dan XL.



Gambar 5.35. *Merchandise T-shirt*

Sumber: Data Pribadi

e. *Totebag*

Terdapat desain *brand tagline*, logo dan juga *pattern* yang diatur sedemikian rupa agar menarik. Lalu bahan yang digunakan adalah *canvas* dengan grafis yang disablon pada bagian depan.



Gambar 5.36. *Merchandise Totebag*

Sumber: Data Pribadi

f. *Tumbler*

Tumbler yang digunakan memiliki bentuk yang serupa dengan sebuah gelas plastik dengan sedotan. *Tumbler* tersebut berbahan plastik transparan yang kuat agar tidak mudah pecah jika jatuh. Lalu grafis yang digunakan adalah logo dan juga *pattern* yang dicetak pada bagian depan.



Gambar 5.37. *Merchandise Tumbler*

Sumber: Data Pribadi

Merchandise dapat berguna untuk mendorong konsumen dan calon konsumen untuk mengikuti kegiatan seperti *event* ataupun *giveaway merchandise*. Selain itu juga *merchandise* dapat mengenalkan merek dan membentuk *image brand*.

5.18. Asbak

Asbak yang digunakan di Kopiright juga akan diberikan sentuhan identitas visual Kopiright agar membuatnya lebih menarik. Bahan yang digunakan adalah keramik. Lalu pada bagian dalam asbak terdapat grafis yang dicetak. Grafis tersebut merupakan komposisi dari *pattern* dan juga logo.



Gambar 5.38. Asbak

Sumber: Data Pribadi

5.19. Nota

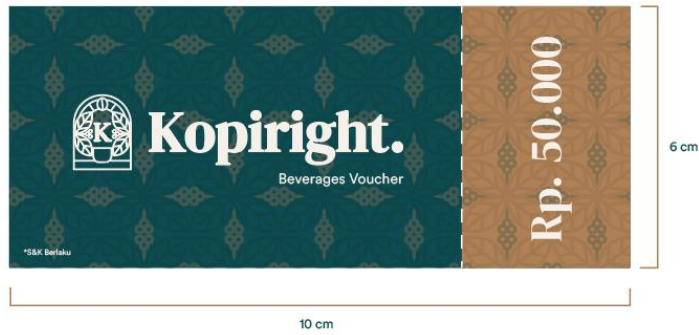
Nota digunakan untuk mencatat pesanan konsumen dan juga menjumlahkan total biaya yang harus dibayar oleh konsumen. Agar setiap aspek didalam kafe memiliki identitas visual yang menarik, maka nota yang digunakan juga diberikan desain menggunakan *font* identitas Kopiright dan juga logo. Kertas yang digunakan adalah kertas nota pada umumnya yang dengan grafis yang dicetak.



Gambar 5.39. Nota
 Sumber: Data Pribadi

5.20. Voucher

Voucher akan digunakan jika ada *event* tertentu sebagai hadiah bagi para konsumen. *Voucher* tersebut berisikan berbagai macam promo menarik yang dihadirkan untuk konsumen Kopiright. *Voucher* tersebut dapat ditukarkan dengan berbagai macam produk Kopiright sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. *Voucher* tersebut akan dicetak pada kertas AP100 dengan laminasi *glossy*. Grafis yang dicetak pada *voucher* adalah komposisi dari *pattern*, logo dan juga teks nominal dari *voucher* tersebut. Diharapkan *voucher* tersebut bisa membantu menarik perhatian konsumen.



Gambar 5.40. Voucher

Sumber: Data Pribadi

5.21. Tape

Tape digunakan untuk mengencangkan kemasan agar aman jika dibawa pulang. Identitas visual juga diterapkan pada *tape* agar lebih menarik.



Gambar 5.41. Tape

Sumber: Data Pribadi

5.22. Kotak Tissue

Kotak tissue digunakan untuk menyimpan tissue yang akan diletakkan pada meja-meja tempat konsumen menikmati kopi dari Kopiright. Kotak tissue tersebut diberi identitas visual yaitu logo dan *pattern* agar membuatnya lebih menarik. Bahan

yang digunakan untuk kotak tissue tersebut adalah plastik dengan grafis yang dicetak pada sisi kotak tissue.



Gambar 5.42. Kotak Tissue

Sumber: Data Pribadi

5.23. Cangkir

Cangkir tersebut digunakan untuk menyajikan minuman-minuman hangat di Kopiright. Cangkir yang digunakan terbuat dari bahan keramik dengan logo yang dicetak pada bagian depan cangkir. Logo yang dicetak pada bagian depan berukuran 3 cm x 5 cm.



Gambar 5.43. Cangkir

Sumber: Data Pribadi

5.24. Gelas Kaca

Gelas tersebut digunakan untuk menyajikan minuman-minuman dingin di Kopiright. Gelas yang digunakan terbuat dari bahan kaca dengan logo yang dicetak pada bagian depan gelas. Logo yang dicetak pada bagian depan berukuran 3 cm x 5 cm.



Gambar 5.44. Gelas Kaca

Sumber: Data Pribadi

5.25. Piring

Piring digunakan untuk menyajikan cemilan maupun makanan yang disediakan oleh Kopiright. Piring yang digunakan berukuran 20 cm x 20 cm, berbahan keramik dengan logo yang dicetak pada bagian bawah.



Gambar 5.45. Piring

Sumber: Data Pribadi

5.26. *Sugar Sachet*

Sugar Sachet digunakan sebagai kemasan dari gula yang akan disajikan bersama kopi yang dibuat di Kopiright. Kemasan gula tersebut diberi desain identitas visual berupa warna-warna identitas Kopiright dan juga logo kecil pada bagian atas. Lalu terdapat teks “Sugar” untuk memperjelas bahwa isi dari kemasan tersebut adalah gula. Bahan yang digunakan pada kemasan tersebut adalah kertas *sachet* yang dilapisi menggunakan PE *coating* agar tahan air.



Gambar 5.46. *Sugar Sachet*

Sumber: Data Pribadi

5.27. *Name Tag*

Name tag akan digunakan oleh para karyawan dari Kopiright agar identitas mereka diketahui oleh konsumen. Pada *name tag* terdapat informasi seperti nama dan juga posisi mereka di Kopiright. Bahan yang digunakan pada *name tag* ini adalah *acrylic* dengan jepitan besi. Desain yang digunakan pada *name tag* tersebut adalah komposisi dari *pattern*, logo dan juga kolom untuk mengisi nama dan jabatan. Lalu warna-warna yang digunakan adalah warna identitas dari Kopiright.



Gambar 5.47. *Name Tag*

Sumber: Data Pribadi

5.28. *Feeds Instagram*

Untuk memaksimalkan promosi dan juga meningkatkan *awareness* dari *brand* maka dibuatlah konten sosial media di *Instagram* Kopiright yang menarik dan juga mengundang rasa penasaran konsumen. Ukuran yang digunakan pada *feeds Instagram* adalah 1080 x 1080 px.

a. *Brand Tagline* Kopiright

Konten ini merupakan konten pengenalan *brand tagline* dan identitas baru dari Kopiright. Pada konten ini, *background* yang digunakan adalah foto seseorang sedang menikmati kopi yang dirubah *tone* nya agar sesuai dengan warna identitas dari Kopiright. Lalu terdapat *pattern* pada bagian kanan untuk mengenalkan *pattern* baru yang digunakan sebagai identitas visual Kopiright. Terdapat logo pada bagian pojok kanan atas dan juga *username* Instagram pada bagian bawah *feeds*.



Gambar 5.48. Konten *Brand Tagline* Kopiright

Sumber: Data Penulis

b. Logo Kopiright

Konten ini berisikan pengenalan dari logo baru Kopiright. *Background* yang digunakan adalah warna *solid* krem dan juga krem yang sedikit lebih tua, yang membuat kesan seperti ada permukaan pada bagian bawah. Lalu Logo Kopiright diberikan bayangan pada bagian bawah agar logo terlihat sedang berdiri diatas sebuah permukaan. Lalu terdapat teks “Hi!” sebagai bentuk sapaan identitas baru Kopiright kepada konsumen Kopiright.



Gambar 5.49. Konten Logo Baru Kopiright

Sumber: Data Penulis

c. *New Face, New Experience*

Konten ini berisikan sebuah pernyataan mengenai identitas baru Kopiright yang dikenalkan melalui *feeds* Instagram yang diunggah. Teks “New Face, New Experience”, menjelaskan bahwa dengan identitas Kopiright yang baru, maka Kopiright juga akan memberikan pengalaman baru yang lebih baik. Desain tersebut menggunakan sebuah foto sebuah gelas kopi dengan sebuah *chatbox* di atasnya, seolah-olah cangkir tersebut sedang berbicara dengan konsumen yang sedang melihat *post* tersebut.



Gambar 5.50. Konten *New Face, New Experience*

Sumber: Data Penulis

d. Jam Buka Kopiright

Konten ini berisikan headline dan juga jam buka dari Kopiright yaitu jam 10 hingga jam 8 malam. Headline dari *feeds* ini adalah informasi mengenai jam operasional dari Kopiright. Lalu pada bagian bawah terdapat teks “Buka setiap hari untuk menemani hari-hari mu”, teks tersebut adalah bukti bahwa Kopiright buka setiap hari dan siap untuk melayani pelanggan. Terdapat *pattern* yang digunakan pada bagian kanan *feeds*, dan logo pada bagian atas *feeds*. *Background* yang digunakan pada *feeds* ini adalah seseorang yang sedang menikmati kopi dan mengerjakan tugas. Foto tersebut dapat mengundang

konsumen bahwa konsumen dapat mengerjakan tugas mereka di Kopiright dengan nyaman, dan kopi yang lezat setiap harinya sesuai dengan jam operasional yang sudah ditentukan.



Gambar 5.51. Konten Jam Buka Kopiright

Sumber: Data Penulis

e. *Quotes Of The Day*

Konten ini merupakan konten quotes of the day, yaitu kutipan menarik seputar kopi. Kutipan pada konten QOTD kali ini adalah “Kopi mengajariku, sepahit apapun hidup ini tetap bisa kita nikmati”. Kutipan tersebut kemudian didesain seolah-olah seperti notifikasi dari seseorang agar membuatnya lebih menarik. *Background* yang digunakan adalah *solid color* hijau yang adalah warna identitas dari Kopiright. Kutipan yang dicantumkan akan terus diperbarui setiap minggunya agar *feeds* Instagram lebih menarik lagi.



Gambar 5.52. Konten QOTD

Sumber: Data Penulis

f. *Coffee at Home*

Konten ini adalah konten khusus yang menjelaskan bahwa meskipun dalam situasi pandemi covid-19 konsumen dan calon konsumen tetap dapat menikmati Kopiright dari rumah dengan cara memesan produk Kopiright melalui aplikasi Grab dan juga Gojek. Pada desain konten ini terdapat logo pada bagian atas kanan dan foto segelas kopi diatas sebuah selimut sebagai ilustrasi dari menikmati kopi di rumah.



Gambar 5.53. Konten *Coffee at Home*

Sumber: Data Pribadi

g. Diskon 40 %

Konten ini berisikan promo 40% bagi pengunjung yang membayar menggunakan ovo dan juga shopee pay. Promo tersebut diharapkan dapat menarik perhatian konsumen dan calon konsumen agar segera membeli produk dari Kopiright. Promo tersebut hanya berlaku selama beberapa hari selama waktu yang ditentukan oleh pihak Kopiright. Pada konten ini terdapat headline “Today’s Deals!” menggunakan *font* identitas Kopiright. Lalu terdapat tulisan 40% dengan ukuran font yang besar agar promo tersebut dapat menarik perhatian konsumen. Lalu terdapat *pattern* pada bagian kanan dan kiri desain. Pada bagian bawah terdapat logo ovo dan shopeepay sebagai informasi promo tersebut. Pada bagian atas *feeds* terdapat logo dari Kopiright. Lalu dibagian bawah *feeds* terdapat teks “#satukopiuntukselamanya” dan juga *username* Instagram Kopiright.



Gambar 5.54. Konten Diskon Kopiright

Sumber: Data Pribadi

h. Produk Baru Kopiright

Konten ini berisikan produk baru dari Kopiright yaitu biji kopi yang sudah diolah dan dikemas. Pada konten ini headline yaitu “New Family” yang

memiliki bahwa terdapat produk baru dalam keluarga Kopiright. Lalu terdapat 2 desain kemasan produk baru dengan sebuah *chatbox* pada bagian kanan bertuliskan harga dari produk tersebut. *Background* dari produk tersebut adalah *solid color* hijau dengan border icon tanaman kopi . Lalu pada bagian bawah terdapat teks “Available On Local Store, Grab & Gojek” dan *username* Instagram Kopiright.



Gambar 5.55. Konten Produk Baru Kopiright

Sumber: Data Pribadi

i. *Kopiright Facts*

Konten ini berisikan informasi mengenai fakta-fakta menarik seputar Kopiright yang menjadi keunggulan dari Kopiright, seperti biji kopi yang digunakan dan informasi-informasi menarik lainnya. Desain yang digunakan pada *feeds* ini adalah *text box* berisikan informasi mengenai Kopiright, dan *background* tanaman kopi. Lalu terdapat *headline* *Kopiright Facts* pada bagian atas, *pattern* pada bagian bawah. Logo kopiright terletak pada bagian atas *feeds*.

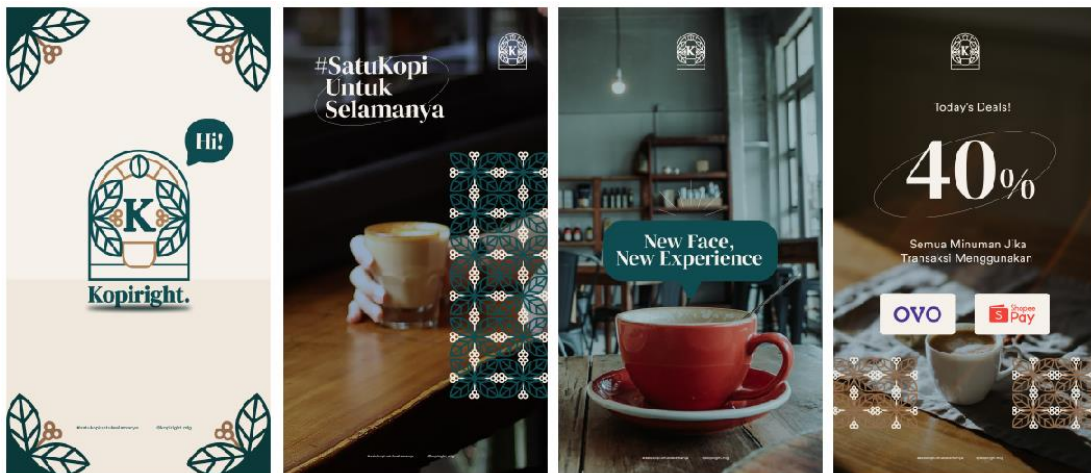


Gambar 5.56. Konten Kopiright Facts

Sumber: Data Pribadi

5.29. Instagram Stories

Instagram Story adalah fitur yang disediakan *Instagram* yang memiliki fungsi mirip dengan *feeds* namun akan hilang dalam 24 jam. Desain yang digunakan pada *Instagram story* adalah desain yang sama dengan *Instagram feeds* yang telah dibuat namun dengan ukuran yang berbeda yaitu 1920 x 1080 px.



Gambar 5.57. Instagram Stories

Sumber: Data Pribadi

5.30. Buku *Graphic Standard Manual*

Graphic Standard Manual adalah buku yang berisikan panduan dan juga aturan dalam penggunaan dan pengaplikasian logo dan elemen identitas visual kepada suatu media. Buku ini dirancang agar tidak ada penyalahgunaan logo dan menjaga konsistensi *brand* agar identitas tetap terjaga dan nilai dapat tersampaikan dengan efektif.

5.30.1. Daftar Isi Buku

Tahap awal dalam merancang buku *GSM* ini adalah dengan mendata apa saja yang akan dimuat dalam buku tersebut. Tahap ini dilakukan untuk mempermudah tahap visualisasi.

Tabel 5.1. Daftar Isi Buku *Graphic Standard Manual*
Sumber: Data Penulis

<i>Chapter</i>	Judul	Keterangan
-	<i>Contents</i>	Daftar Isi
1	<i>Logo Meaning</i>	Konsep dan arti logo secara singkat
	<i>Use Of The Logo</i>	Berbagai variasi <i>form</i> logo dan penggunaan ogo dalam versi warna dan hitam putih.
	Logo Spacing & Sizing	Ukuran minimum penggunaan logo dalam format cetak maupun layar, dan penggunaan ruang kosong yang berada di area luar logo
	Pattern Presentation	Arti dan contoh penggunaan elemen pattern
	Wrong Logo & Pattern Usage	Penggunaan logo yang salah dan tidak boleh dilakukan
	Font Types	Jenis <i>font</i> yang digunakan
	Colors Brand Tagline	Kode warna, dan persentase penggunaan warna pada desain.

2	Brand Expression/Visual	Aturan berupa ukuran, bahan, finishing, dan contoh corporate identity, merchandise, signage, dll.
---	-------------------------	---

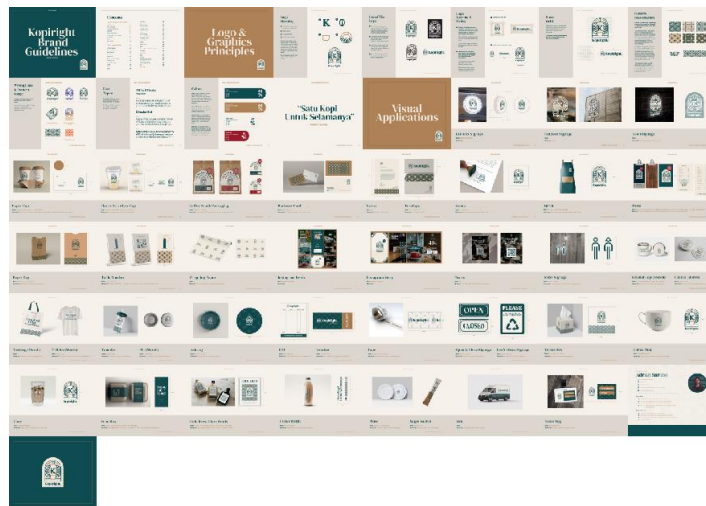
5.30.2. Final

Buku *graphic standard manual* ini terdiri dari 49 halaman beserta cover, halaman penutup, dan isi sesuai dengan *list* yang telah dibuat.



Gambar 5.58. *Graphic Standard Manual*

Sumber: Data Pribadi



Gambar 5.59. *Thumbnail Graphic Standard Manual*

Sumber: Data Pribadi