PERANCANGAN VISUAL BRANDING IDENTITY MIE SOP KAMPUNG BU VIA MEDAN

Desi Priani

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Potensi Utama
Email : chi.priani1512@gmail.com

ABSTRAK

Mie Sop Kampung Bu Via merupakan sebuah warung kuliner yang mempunyai menu utama yaitu mie sop. Mie sop yang dihidangkan di warung ini berisi mie, bisa mie kuning, mie bihun, kwetiau atau perpaduan dari ketiganya kemudian disiram dengan kuah sop bercitarasakan rempah khas Sumatera. Untuk campuran lainnya bisa dengan daging ayam atau sapi. Pemilik dari warung ini bernama Supiah dan ini merupakan usaha keluarga sejak tahun 2015. Seiring waktu berjalan, Mie Sop Kampung Bu Via ini sudah mempunyai banyak pelanggan. Namun, warung mie sop ini belum memiliki *visual branding identity* yang tetap sebagai citra identitas dan pembeda dari warung mie sop lainnya. Tujuan perancangan *visual branding identity* Mie Sop Kampung Bu Via untuk membentuk *brand awareness* dan segmentasi pasar di masyarakat dari ciri khas dan keunggulan yang dimiliki melalui proses *visual branding identity*. Metode analisis yang digunakan dalam perancangan *visual branding identity* Mie Sop Kampung Bu Via menggunakan pendekatan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*). Orientasi pengembangan ide perancangan *visual branding* identitas ini meliputi media utama berupa logo dan media pendukung berupa banner, kartu nama, nota, stempel, daftar menu, kemeja dan celemek. Diharapkan dengan perancangan *visual branding* identitas ini dapat memberi kontribusi yang berarti melalui *positioning*, di samping memperkuat daya saing bagi kompetitor warung mie sop yang telah berkembang pada saat ini.

Kata Kunci : *visual branding, branding, identity, mie sop*

ABSTRACT

Mie Sop Kampung Bu Via is a culinary stall that has a main menu of soup noodles. The noodle soup served in this stall contains noodles, can be yellow noodles, rice noodles, rice noodles or a combination of the three then doused with soup soup flavored with typical Sumatran spices. For other mixtures, chicken or beef can be used. The owner of this warung is named Supiah and this is a family business since 2015. As time goes by, Mie Sop Kampung Bu Via has many customers. However, this soup noodle stall does not yet have a visual branding identity that remains as an identity image and a differentiator from other soup noodle stalls. The purpose of designing visual branding identity is Mie Sop Kampung Bu Via for forming brand awareness and market segmentation in the community from the characteristics and advantages possessed through the visual branding identity process. The analytical method used in designing visual branding identity is Mie Sop Kampung Bu Via using the SWOT analysis approach (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). The orientation of developing this visual identity branding design idea includes the main media in the form of logos and supporting media in the form of banners, business cards, notes, stamps, menu lists, shirts and aprons. It is expected that the design of visual identity branding can contribute meaningfully through positioning, in addition to strengthening competitiveness for competitors of soup noodle stalls that have developed at this time.

Keyword : *visual branding, branding, identity, mie sop*

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang sangat kaya akan kulinernya. Pada setiap daerah pasti mempunyai kuliner yang berbeda. Seperti di Sumatera Utara khususnya kota Medan, mempunyai beraneka ragam jenis kuliner salah satunya mie sop. Mie sop adalah kuliner yang dibuat dengan bumbu bercitarasakan rempah khas gaya Sumatera sehingga beraroma wangi dan berasa nikmat. Hampir sama dengan langsa hanya saja tidak menggunakan santan sehingga lebih ringan dan segar. Beberapa bumbu untuk membuat kuah dari mie sop antara lain adalah bawang putih, bawang merah, kemiri, jahe, kunyit, palaga, daun salam, kulit manis, merica, kaldu, penyedap masakan, kaldu ayam atau sapi lalu lemak lembu/sapi atau ayam. Sementara mie yang digunakan untuk mie sop ini hanya berupa perpaduan mie putih dan mie kuning, atau salah satu dari keduanya, yang sering ditemui dalam bakso kuah bahkan ada juga yang menggunakan kwetiau. Jika kuahnya sudah siap, maka tinggal dituangkan ke dalam mangkuk berisi mie tersebut, lalu ditaburi dengan kacang goreng, bawang goreng, irisan daging ayam, daun seledri, dan kerupuk pecal yang memiliki warna abadi merah putih. Kerupuk pecal ini sering kita jumpai di beberapa masakan khas Medan. Setelah mie sop siap dihidangkan, bisa menambah mie itu dengan tambahan saus sambal, kecap atau sambal giling. Takarannya pun sesuai dengan keinginan kita, bisa sedikit atau banyak. Mie sop ini sangat cocok disantap ketika suasana mendung atau sore hari sampai ke malam hari. Karena cuaca yang mulai sejuk cocok dihangatkan dengan kuah mie sop yang harum, lezat, nikmat dan hangat.

Mie Sop Kampung Bu Via adalah salah satu warung kuliner yang mempunyai menu utama yaitu mie sop yang berada di kota Medan. Selain mie sop sebagai menu utama di warung Mie Sop Kampung Bu Via, juga menyediakan menu lainnya seperti mie goreng, nasi goreng, beraneka minuman segar dan jus buah. Warung Mie Sop Kampung Bu Via yang berada di jalan Marelan Raya Tanah Enam Ratus dirintis oleh Ibu Supiah sejak tahun 2015 yang bermula dari usaha keluarga. Seiring berjalannya waktu warung Mie Sop Kampung ini berkembang dengan pesat karena mempunyai rasa yang khas dan nikmat bagi pelanggannya. Namun, Mie Sop Kampung Bu Via belum memiliki visual *brand* yang tetap sebagai warung mie sop, dapat dilihat pada *sign system* neon box, daftar menu, nota dan stempel toko memiliki *visual brand* berbeda satu dengan yang lainnya karena pemilik warung hanya mengupahkannya kepada tenaga desain di percetakan yang berbeda setiap membuat identitas visual Mie Sop Kampung Bu Via. Maka dari itu warung Mie Sop Kampung Bu Via membutuhkan visual *branding* untuk memberikan citra dan membentuk *positioning* di benak para pelanggan.

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam perancangan visual *branding identity* ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Kiriyantono (2007), “Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya”. Menurut Bodgan dan Taylor (Moleong, 2006), mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai “prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”.

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan *visual branding identity* Mie Sop Kampung Bu Via dengan metode analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Treaths*). Analisis SWOT merupakan perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*treaths*) dari usaha Mie Sop Kampung Bu Via dibanding dengan warung mie sop lainnya.

II. STUDI LITERATUR

Perancangan *Visual Branding Identity* Hanifa Bakery And Chocolate di Semarang karya Qoniatuzzahidah, Bernardus Andang Prasetya Adiwibawa, dan Annas Marzuki Sulaiman, mahasiswa Jurusan Desain Komunikasi Visual dan Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro. Perancangan visual *branding identity* Hanifa Bakery and Chocolate dilakukan dengan mengangkat citra perusahaan yang *exclusive, unique*, bergaya asia khususnya Indonesia-Jawa dengan budaya kekeluargaan yang ramah dan hangat. Perancangan ini dilakukan dengan tujuan sebagai penguat *brand image* perusahaan agar semakin dikenal dan dipercaya oleh masyarakat. Dengan *brand* yang kemudian menjadi sebuah citra perusahaan yang baik akan dapat mempertahankan eksistensinya di pasar kuliner secara konsisten.

Jurnal Perancangan *Visual Branding Identity* Anak Hiu Clothing Padang karya Aulia Ridha, mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Padang. Konsep perancangan *visual branding identity* Anak Hiu Clothing Padang berupa logo sebagai media utama identitas Anak Hiu Clothing Padang yang bertujuan pengenalan citra yang baru, komunikatif dan menarik sehingga menjadi pembeda dengan kompetitor dan menciptakan kesadaran brand (*brand awareness*) bagi *target audience* dan juga membuka peluang memperluas *target audience* yang baru. Media pengaplikasian logo menjadi media pendukung dari perancangan *visual branding identity* Anak Hiu Clothing Padang seperti kaos, *tote bag*, *hang tang*, faktur penjualan, kartu nama, stempel, stiker, pena, dan *neon box*.

III. PEMBAHASAN

Perancangan *Visual Branding Identity* Mie Sop Kampung Bu Via memiliki tujuan :

1. Menunjukkan identitas Mie Sop Kampung Bu Via sebagai warung mie sop yang mempunyai menu utama mie sop khas Sumatera.
2. Membangun *awareness* (kesadaran) pelanggan terhadap Mie Sop Kampung Bu Via.
3. Meningkatkan penjualan Mie Sop Kampung Bu Via Medan.

Penelitian dilakukan dengan terlebih dahulu mencari data primer yang didapat secara langsung melalui wawancara kepada konsumen maupun pemilik, kemudian melakukan observasi / survey dan dilanjutkan dengan mencari data sekunder, ini berupa data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dengan perancangan.

III.1. Perancangan Logo

Dalam perancangan logo Mie Kampung Bu Via ini strategi perancangan yang akan dilakukan yaitu memberikan kesan unik tetapi tetap menampilkan kesan makanan pada logo Mie Kampung Bu Via. Perancangan di mulai dengan mencari data – data di lapangan dan konsep yang sesuai dengan yang ada pada Mie Kampung Bu Via kemudian di spesifikasikan data tersebut menggunakan cara Mind Mapping, menghasilkan sebuah logo yang dinamis dengan bentuk yang unik dan menarik. Dengan menggunakan pengolahan data tersebut, maka akan menghasilkan beberapa bayangan visual berupa foto, layout, ilustrasi dan warna. Setelah data – data di lengkapi, kemudian dilanjutkan dengan sketsa dasar (manual) kemudia di lanjutkan dengan menggunakan software CorelDRAW dan di aplikasikan ke beberapa benda sebagai pendukung penjualan Mie Kampung Bu Via, sampai pada akhirnya tercipta final desain yang di aplikasikan ke dalam beberapa media pendukung, kemudian media dari logo Mie Sop Kampung Bu Via yang sudah selesai di tempatkan di tempat yang paling strategis agar para masyarakat dapat melihat dengan baik.

Dalam konsep kreatif akan menampilkan bentuk logo yang unik tetapi tetap memberikan kesan kuliner yang menarik sebagai tujuan agar logo Mie Sop Kampung Bu Via mampu mencerminkan dan mengkomunikasikan keberadaan dan tujuan dari Mie Sop Kampung Bu Via. Dengan maksud membawa perusahaan ke arah yang lebih baik, lebih maju, memberikan efek semangat bagi setiap karyawan, dan lebih dikenal oleh konsumen dengan bentuk visual logo yang unik, menarik, dengan citra yang tepat dan kuat dipikiran masyarakat. Untuk logo Mie Sop Kampung Bu Via, ada beberapa ide besar yang akan di jadikan sebagai ide awal perancangan. Ide tersebut adalah sebagai berikut :

1. Mangkok
2. Sendok & Garpu

Ide besar di atas diwujudkan ke dalam bentuk visual berupa logo yang menarik agar mudah di kenal dan di ingat oleh masyarakat dengan cara mendesain dan menyederhanakan bentuk ide awal yang ada kedalam desain komputer.

Efisien penggunaan media dilihat dari sejauh mana media tersebut dapat menjangkau sasaran yang tepat. Pengembangan produk selalu berinovasi untuk menghasilkan produk-produk baru dan mengembangkan produk yang sudah ada. Pengembangan wilayah pemasaran akan terus dilakukan agar menjangkau seluruh konsumen. Contohnya membuka outlet atau cabang baru dan bahkan melayani pesan antar.

III.2. Sasaran Perancangan

Adapun sasaran perancangan *visual branding identity* Mie Sop Kampung Bu Via Medan adalah sebagai berikut :

1. Geografis

Wilayah pemasaran Anak Hiu *Clothing* adalah kota Medan.

2. Demografis

Target *audience* Mie Sop Kampung Bu Via Medan dilihat dari aspek demografis adalah sebagai berikut:

- a. Usia : 17 - 45 tahun
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki
- c. Pekerjaan : Siswa, Mahasiswa, Pegawai Kantor,
- d. Kelas Sosial : Ke Bawah - Menengah – Atas

3. Psikografis

Pada aspek psikografis, target *audience* Mie Sop Kampung Bu Via Medan tempat makan yang nyaman dan bersih.

III.3. Proses Desain

Proses perancangan desain logo Mie Sop Kampung Bu Via Medan diawali dengan tahap pencarian ide melalui teknik *mind mapping* atau peta pemikiran dengan menulis sebuah kata dari rancangan desain, kemudian memberi cabang keluar dari kata tersebut. Kemudian dilanjutkan dengan menulis kata yang muncul dalam pikiran setelah kata pusat tersebut. *Mind-mapping* sangat berguna dalam profesi desain karena sangat efektif untuk bekerja melalui langkah-langkah penting dari proses desain yakni, mengumpulkan pemikiran-pemikiran, menghasilkan ide-ide, menemukan masuk ke alur kreatif dan menghubungkan kata menjadi gambar.

III.4. Sketsa

Gambar 1. Sketsa Logo Mie Sop Kampung Bu Via Medan

III.5. Tipografi

Tabel 1. Tipografi *Brand Name* Mie Sop Kampung Bu Via Medan

BRAND NAME	JENIS HURUF	STATUS
Mie Sop Kampung	Algerian	×
Mie Sop Kampung	Cooper Black	×
Mie Sop Kampung	Arial Black	✓
Mie Sop Kampung	Bauhaus 93	×
Mie Sop Kampung	Viner Hand ITC	×

Tabel 2. Tipografi *Brand Name* Mie Sop Kampung Bu Via Medan

BRAND NAME	JENIS HURUF	STATUS
Bu Via	Algerian	×

Bu Via	Cooper Black	×
<i>Bu Via</i>	<i>Brush Script MT</i>	√
Bu Via	Bauhaus 93	×
Bu Via	Viner Hand ITC	×

III.6. Desain Logo

Gambar 2. Desain Logo Mie Sop Kampung Bu Via Medan

III.7. Logo Terpilih

Gambar 3. Logo Terpilih Mie Sop Kampung Bu Via Medan

III.8. Pengaplikasian Desain

Pengaplikasian desain adalah desain yang sudah terpilih (Final) kemudian akan di tuangkan kedalam beberapa jenis media seperti :

1. BANNER

Ukuran	: 80x180 cm
Material	: MMT
Warna	: Full Color
Teknis Media	: Digital Printing

Gambar 4. Desain Banner Mie Sop Kampung Bu Via Medan

2. KARTU NAMA

Ukuran	: 8,8 x 5,3 cm
Material	: <i>Art Paper</i>
Warna	: <i>Full Color</i>
Teknis Media	: <i>Digital Printing</i>

Gambar 5. Desain Kartu Nama Mie Sop Kampung Bu Via Medan

3. NOTA

Ukuran	: 8 x 15 cm
Material	: Kertas Tik
Warna	: <i>Full Color</i>
Teknis Media	: <i>Digital Printing</i>

Jl. Marelan Raya Link. I
 Tanah Enam Ratus
 Medan Marelan
 Hp. 08527273881

Kepada Yth :

 Nota No :
 Tanggal :

BANYAKNYA	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH

Tanda Terima
 Hormat Kami

Gambar 6. Desain Nota Mie Sop Kampung Bu Via Medan

4. STEMPEL

Ukuran : 5 x 5 cm
 Material : Karet dan Plastik
 Warna : Hitam
 Teknis Media : *Digital Printing*

Gambar 7. Desain Stempel Mie Sop Kampung Bu Via Medan

5. DAFTAR MENU

Ukuran : 15 x 30 cm
 Material : Kertas Tik Lamit
 Warna : *Full Color*
 Teknis Media : *Digital Printing*

Gambar 8. Desain Daftar Menu Mie Sop Kampung Bu Via Medan

6. KEMEJA

Ukuran : L dan XL
 Material : Katun
 Warna : *Full Color*
 Teknis Media : *Digital Printing*

Gambar 9. Desain Kemeja Mie Sop Kampung Bu Via Medan

7. CELEMEK

Ukuran	: <i>Free size</i>
Material	: Kain
Warna	: <i>Full Color</i>
Teknis Media	: <i>Digital Printing</i>

Gambar 10. Desain Celemek Mie Sop Kampung Bu Via Medan

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil data riset dan tindak perilaku masyarakat , perancang dapat menyimpulkan sebuah brand atau identitas dari perusahaan tersebut. Desain dari suatu logo perusahaan adalah mencirikan apa bidang usaha yang diproduksi dari perusahaan. Dalam mendesain sebuah logo yang bagus, harus memperlihatkan karakteristik dari perusahaan tersebut baik itu mengenai filosofi, visi dan misi perusahaannya. Jadi logo dari sebuah perusahaan merupakan lambang dan identitas dari perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Archer, Bruce L. (1976). Courses in Design Research. Module 1, Seminar 1: What are we doing here?, unpublished lecture notes.
- [2] Ardhi, Yudha. (2013). Merancang Media Promosi Unik dan Menarik. Yogyakarta : TAKA Publisher.

- [3] Rustan,Surianto.(2009).Mendesain Logo. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [4] Sachari,Agus.(2005).Metodologi Penelitian Budaya Rupa .Jakarta : Erlangga.
- [5] Sarwono, Jonathan dan Hary Lubis. (2007). Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual I. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- [6] Sularko,Herdidkk.(2008). How Do They Think . New York : Mosher Publishing.