

Visual Identity Angkringan *Mintuo* Talawi

Lia Gusrianti

Program Studi Desain Komunikasi Visual Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni,
Universitas Negeri Padang

Hendra Afriwan

Program Studi Desain Komunikasi Visual Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni,
Universitas Negeri Padang

Korespondensi penulis : liagusrianti70@gmail.com

Abstract. *Angkringan Mintuo is an angkringan whose identity is still in the form of a simple signboard that just says Angkringan Mintuo. This is a problem so that it does not yet have a visual identity in the form of a logo that can increase attractiveness and represent the image and characteristics of this angkringan. The purpose of making this angkringan visual identity is to have its own characteristics for this angkringan so that it can be easily recognized by the target audience. The creation of this visual identity is in the form of a brand, logotype and tagline. Glass Box is a design method that is being used. Glass Box is a design that is made logically and rationally using information from data collection, interviews, observation, and documentation. The analytical method used is called 5W+1H analysis (what, where, when, why, who, how). The design of the angkringan brand will be featured in the manual book as the main media and supporting media, namely banners, stickers, t-shirts, aprons, packaging, email, business cards, etc. which aim to strengthen the main media.*

Keywords: *Visual Identity, Brand, Angkringan Mintuo, Media*

Abstrak. Angkringan *Mintuo* merupakan sebuah angkringan yang identitasnya masih berupa papan merek sederhana bertuliskan Angkringan *Mintuo* saja. Hal ini menjadi permasalahan sehingga membuatnya belum memiliki identitas visual berupa logo yang dapat meningkatkan daya tarik dan mewakili citra serta ciri khas dari angkringan ini. Tujuan dari pembuatan identitas visual angkringan ini agar memiliki ciri khas tersendiri bagi angkringan ini sehingga dapat dikenali dengan mudah oleh arget audiens. Prnciptaan identitas visual ini berupa sebuah merek, logotype dan tagline. Glass Box merupakan metode perancangan yang sedang digunakan. Glass Box merupakan desain yang dibuat secara logis dan rasional dengan menggunakan informasi dari pengumpulan data, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan disebut analisis 5W+1H (what, where, when, why, who, how). Perancangan merek angkringan akan ditampilkan dalam manual book sebagai media utama dan media pendukung yaitu x banner, sticker, t-shirt, apron, packaging, email, kartu nama, dll yang bertujuan untuk memperkuat media utama.

Kata Kunci : Visual Identity, Merek, Angkringan *Mintuo*, Media

INTRODUCTION

Salah satu bidang usaha yang cukup menjanjikan adalah usaha kuliner seperti angkringan. Angkringan ini biasanya buka dari sore hingga dini hari dengan penerangan yang sangat sederhana. Angkringan menjadi salah satu pilihan kuliner karena menawarkan harga yang sangat ekonomis sehingga membuatnya menjadi pilihan sebagai tempat persinggahan atau hanya sekedar mengusir rasa lapar ataupun sebagai tempat tongkrongann.

Satu-satunya angkringan di Talawi adalah Angkringan *Mintuo* yang berdiri pada pertengahan tahun 2021. Alas an pemilik menamai Agkringan *Mintuo* ialah angkringan yang identik dengan Jawa dan *mintuo* yang merupakan istilah mertua dalam bahasa minang sehingga terbentuklah angkringan versi minang. Angkringan ini beralamat di Jl. Prof.

M.Yamin tepat di depan makan M.Yamin Talawi, Sawahlunto. Angkringan *Mintuo* mulai buka dari jam 16.00-00.00 wib. Angkringan ini menyediakan berbagai macam sate-satean seafood dan berbagai macam minuman. Untuk konsepnya, owner memilih konsep drive thru yang berbeda dengan angkringan pada umumnya yaitu lesehan. Selain itu dari segi harga angkringan ini sangat terjangkau. Sehingga tidak heran jika pelanggannya mulai daari anak sekolah hingga orang dewasa(wawancara Ilham Kamil, Juni 2022).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan owner Agkringan *Mintuo*, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa untuk sebuah angkringan yang cukup dikenal dikalangan masyarakat, belum optimal jika angkringan tersebut belum memiliki merek yang dapat mewakili identitas visualnya terutama dalam pengaplikasian media promosi karena identitas angkringan ini hanya sebuah papan merek sederhana Angkringan *Mintuo* saja. Jika dimuat dalam prinsip keilmuan Desain Komunikasi Visual, papan merek tersebut belum dapat mewakili karakter usaha dari angkringan ini. Maka dari itu owner angkringan ini memerlukan sebuah merek yang dapat mewakili identitas angkringannya serta dapat meningkatkan daya tarik audiens.

Penciptaan identitas visual angkringan ini berupa merek, logotype, tipografi dan warna yang mewakili citra dan ciri khas angkringan. Perancangan identitas visual tersebut dirancang sesuai dengan prinsip desain. Merek merupakan salah satu bentuk visual pendukung untuk membangun citra visual perusahaan. Merek yang baik memberikan saran yang bermanfaat, membangun kepercayaan, dan dapat meningkatkan daya tarik bagi audiens.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa owner membutuhkan sebuah identitas visual berupa merek untuk angkringannya, maka dari itu penulis ingin mengambil sebuah tema tugas akhir “**Visual Identity Angkringan Mintuo Talawi**”. Untuk mengiringi kesuksesan desain promosi, penulis menggunakan media desain komunikasi visual, untuk media yang digunakan yaitu manual, x-banner, stiker, kaos, celemek, kemasan, kartu ucapan, dll. Dengan penambahan elemen desain pada brosur, mereka akan berhasil mendukung desain tersebut.

METHOD

A. Metode Perancangan

Merupakan metode atau langkah-langkah yang digunakan dalam proses desain. Konsep utama desain, yaitu pertama interpretasi adalah kegiatan pencarian ide, kedua transformasi adalah perubahan tampilan (Prijetomo, 2015: 27).

Disini penulis menggunakan metode perancangan glass box. Metode glass box adalah perancangan secara logis dan rasional. Konsep yang dirancang diimplementasikan dalam beberapa tahapan yang telah dipertimbangkan oleh perancang. Jadi kreativitas bisa diamati dari awal hingga akhir desain. Beberapa ciri-ciri metode *glass box* menurut Miftahur (2018:37) :

1. Analisis desain dilakukan secara keseluruhan, bahkan mungkin melalui pengujian.
2. Bukan desain coba-coba, tetapi desain yang bermakna dan logis.
3. Beberapa strategi terbukti sangat matang.

Dalam perancangan identitas visual Angkringan Mintuo, penulis melalui beberapa tahapan proses yaitu observasi langsung dan wawancara dengan pemilik angkringan, serta mendokumentasikan beberapa produk untuk mengumpulkan informasi dan data yang dibutuhkan untuk perancangan, sehingga dapat dilanjutkan dengan penentuan konsep, sketsa kasar, layout, pemilihan warna sampi desain akhir.

B. Metode pengumpulan data

Dari segi metode pengumpulan data, identitas visual Angkringan Mintuo terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Data Primer

Menunjukkan bahwa data diperoleh langsung dari sumbernya, dan cara memperoleh data adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Pengamatan atau observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang paling efektif. Observasi adalah pengamatan langsung terhadap keputusan dan lingkungan fisiknya, atau aktivitas yang sedang berlangsung. Hasil pengamatan tersebut dianggap nyata.

Melakukan kunjungan lapangan pada tanggal 13 Juni 2022, penulis mengamati usaha Angkringan *Mintuo* Talawi yang didirikan di Jl. Prof M.Yamin tepatnya di depan Makan M.Yamin Talawi, Sawahlunto. Dari hasil observasi, penulis mendapatkan data verbal dan data visual dari angkringan ini.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara berkomunikasi dengan sumber data. Komunikasi berlangsung melalui dialog lisan. Baik secara langsung maupun tidak langsung. Djumhur dan Muh Surya (1985).

Melakukan wawancara secara langsung dengan Ilham Kamil sebagai owner dari Angkringan *Mintuo*. Pada proses wawancara ini penulis menemukan beberapa kelemahan dari angkringan tersebut, yakni belum optimalnya identitas visual dan media promosinya agar dapat menarik minat konsumen.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan data visual dari objek yang diinginkan. Pada teknik ini penulis memperoleh berbagai objek yang berguna untuk mempermudah perancangan dari visual identity Angkringan *Mintuo* seperti, tagline, gerobak, dll.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diambil dari buku, majalah, artikel, dan internet yang berkaitan dengan desain identitas visual.

C. Metode Analisis data

Perancangan identitas visual Angkringan *Mintuo* menggunakan analisis data dan metode 5W+1H, yaitu:

apa, dimana, kapan, siapa, mengapa dan bagaimana. Metode Analitik 5W+1H merupakan metode pengumpulan data yang dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan yang muncul pada topik permasalahan seperti:

a. *What* (Apa)

Angkringan *Mintuo* merupakan sebuah usaha bisnis kuliner berupa tempat tongkrongan sederhana, namun angkringan ini belum memiliki identitas visual dalam bentuk logo yang sesuai dengan kaidah desain. Berdasarkan informasi sejak mulai angkringan ini berdiri hingga sekarang, owner belum juga memiliki merek khusus sebagai identitas visualnya. Sehingga untuk mempromosikannya masih kurang optimal.

b. *Who* (Siapa)

Siapa target audiens dari angkringan ini? Sasaran target audiens dari angkringan ini adalah umum.

c. *Where* (Dimana)

Angkringan *Mintuo* ini berdiri ditempat yang sangat strategis, yaitu tepat di depan Makam M.Yamin dan juga dekat dengan pasar Talawi. Akan tetapi angkringan ini belum memiliki identitas visual yang baik yang dapat mempermudah konsumen mengingat dan

menemukan lokasi angkringan ini. Agar angkringan ini mudah ditemui dan dikenali konsumen, maka dibuatkanlah visual identitasnya yang dapat memberikan ciri khas atau tanda pengenal dari angkringan ini.

d. *When* (Kapan)

Angkringan ini berdiri sejak pertengahan tahun 2021. Sejak didirikannya, angkringan ini hanya memiliki merek produk yang sangat sederhana bertuliskan “Angkringan *Mintuo*”.

e. *Why* (Mengapa)

Apa alasan objek ini diangkat pada bisnis Angkringan *Mintuo* dan mengapa identitas visual penting untuk angkringan ini? Media promosi berupa identitas visual angkringan belum optimal bagi masyarakat luas, terutama bagi konsumen yang membutuhkan informasi lebih detail yang menampilkan citra identitas yang menarik.

f. *How* (Bagaimana)

Bagaimana cara membuat identitas visual yang sesuai dengan kaidah DKV serta cara memecahkan masalah terhadap identitas visual Angkringan *Mintuo* yang belum optimal tersebut? Yaitu memberi jalan keluar dari masalah tersebut dengan merancang identitas visualnya. Visual identity dirancang dengan bentuk yang sederhana namun menarik agar masyarakat mudah mengingat dan mengenalinya. Tujuannya agar penonton bisa lebih fokus pada brand angkringan dan mudah diingat dalam sekejap. Untuk memudahkan masyarakat dalam membaca, desain identitas visual Angkringan *Mintuo* lebih banyak menggunakan warna dan tipografi serta ilustrasi yang lebih komunikatif.

Result and discussion

Media utama *visual identity* Angkringan *Mintuo* yang akan digunakan adalah manual book. Media ini digunakan sebagai proses perancangan yang detail, mulai dari sketsa awal hingga aplikasi ke media lainnya. Strategi kreatif yang akan digunakan dalam perancangan identitas visual Angkringan *Mintuo* adalah Wilayah pemasaran dari produk angkringan ini khususnya area Talawi dan sekitarnya. Sedangkan target audiens yang dituju kisaran umur 13– 40 tahun.

A. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan dalam desain identitas visual ini jelas dan mudah dipahami oleh konsumen dan mengandung *primary cue*, yaitu ide terbesar dari perancangannya. Memakai nama Angkringan *Mintuo* itu sendiri sebagai identitas visual dengan sedikit modifikasi serta menggunakan tagline yang mudah di ingat oleh konsumen.

B. Pendekatan Visual

1. Font

Font yang digunakan dalam *visual identity* Angkringan Mintuo ini, yaitu Matura MT Script Capitals karena terlihat unik dan kreatif.

2. Warna

Warna-warna yang digunakan dalam *visual identity* Angkringan Mintuo adalah merah, kuning dan hitam.

C. Final Desain

1. Media Utama

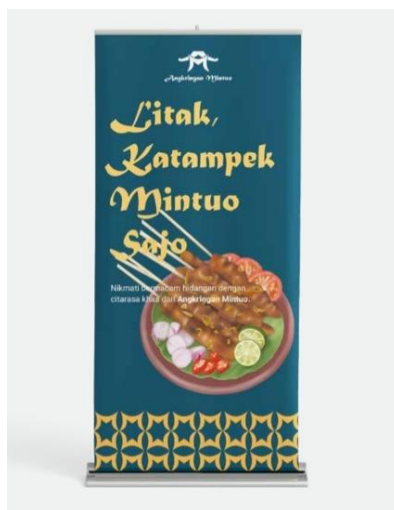
a. Final desain cover manual book



Gambar. Final Desain Manual Book

2. Media Pendukung

a. X-Banner



Gambar . Final Desain X-Banner

b. Sticker



Gambar. Final Desain Sticker

c. Tshirt



Gambar. Final Desain Sticker

d. Apron



Gambar. Final Desain Apron

e. Piring Plastik



Gambar. Final Desain Piring Plastik

f. Kemasan



Gambar. Final Desain Kemasan

g. Gerobak



Gambar. Final Desain Gerobak

h. Kartu Nama



Gambar. Final Desain Kartu Nama

CONCLUSION

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil, proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara untuk mengetahui identitas visual Angkringan Mintuo. Hasil pengumpulan data kemudian dianalisis. Identitas visual yang kurang optimal dan tidak diketahui konsumen menjadi kendala bagi Angkringan Mintuo. Oleh karena itu, penulis merancang identitas visual berupa merek untuk Angkringan Mintuo.

Identitas visual yang terbentuk dari Angkringan Mintuo disesuaikan dengan target audiens, sehingga perancangan yang dipilih tepat sasaran. Ini berkaitan dengan bentuk, warna, dan gaya desain yang kemudian dapat menarik perhatian konsumen. Penulis mempertimbangkan aspek dalam perancangan identitas visual, agar tidak meninggalkan konsep utama yang diperoleh dari proses braistormin.

Perancangan identitas visual Angkringan *Mintuo* diterapkan didalam sebuah manual book, dimana didalamnya berisikan informasi-informasi angkringan dari awal perancangan hingga akhir perancangan sebuah identitas visual Angkringan *Mintuo*, serta pengaplikasian media stationary hingga media pendukung.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan tentang dari perancangan identitas visual Angkringan Mintuo, maka penulis menyimpulkan beberapa saran antara lain:

1. Dengan adanya perancangan identitas visual berupa logo Angkringan *Mintuo*, konsumen dapat mengenali usaha dan produk.

2. Memiliki identitas visual yang baru sehingga dapat meningkatkan nilai jual produk Angkringan Mintuo dan juga dikenal oleh target audiens.

DAFTAR RUJUKAN

- Kusmiati, A, S. Pudjiastuti & P. Suptandar.1999. *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djambatan
- A Kusrianto. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widagdo. 1993. "Desain, Teori, dan Praktek". *Seni Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni*. BP ISI Yogyakarta III/03.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain komunikasi visual-teori dan aplikasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Cooper Al. (1982). *World of Logotype (Annual)*. New York: Art Direction Book Company.
- John Murphy & Michael Rowe. (1998). *How to Design Trademarks and Logos*. Cincinnati. Ohio: North Light Books.
- Rustan, Surianto. 2017. *Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sihombing, Danton MFA. 2015. *Tipografi dalam desain grafis*. Jakarta: Gramedia.
- Rustan, Surianto. (2009). *Layout Dasar Dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia.
- Ebdi Sanyoto, Sadjiman, Drs. (2005) *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta.
- Syakuro, A. A., & Sulistiyawati, P. (2020). Perancangan Ulang Corporate Identity Angkringan 88 Semarang. *Citrakarya*, 2(2), 128.
- Djumhur, L & Surya, Muh.1975. *Bimbingan dan Penyuluhan Di Sekolah (Guidance & Counseling)*. Bandung: CV. Ilmu.