

PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY UNYIEL BAKERY KOTA SEMARANG

Bramastho Rizky WahyuAditya¹, Hanny Haryanto²

^{1,2} Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

Jl. Nakula 5 - 11, Semarang, 50131, 024-3517261

E-mail : aditkatsuya@gmail.com, 77project@gmail.com

Abstrak

Unyiel Bakery merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner. Unyiel Bakery adalah sebuah toko roti yang menyajikan varian jenis roti yang unik, rasa yang lezat dan gurih, tekstur yang lembut, namun dengan harga yang terjangkau di kalangan masyarakat menengah kota Semarang. Permasalahan yang mendasari perancangan ini adalah dikarenakan kurangnya karakter visual yang dapat menampilkan ciri khas perusahaan ini, serta kurangnya media visual yang menampilkan identitas dari perusahaan. Perancangan Corporate Identity Unyiel Bakery kota Semarang ini sebagai suatu penyempurnaan serta perancangan suatu karakter yang jelas bagi perusahaan ini. Hasil akhir perancangan ini dapat menciptakan suatu sistem identitas yang baik sehingga mampu menciptakan karakter visual yang kuat agar Unyiel Bakery dapat dikenal dan mudah dibedakan dengan perusahaan lain hanya dari segi visualnya saja. Selain itu, perancangan ini dapat menampilkan dan menumbuhkan Corporate Image perusahaan ini dengan baik, sehingga para konsumen dan masyarakat kota Semarang dapat lebih mengenal dan tertarik kepada perusahaan ini.

Kata Kunci: *Corporate Identity, Unyiel Bakery, Toko Roti, Corporate Image, karakter visual*

Abstract

Unyiel Bakery is a business that engaged in culinary business. Unyiel Bakery is a bakery store that serves an unique variant of the type of bread, delicious taste and savory, soft texture, but at an affordable price in the major society of Semarang. The main problem of this design is due to the lack of the visual character that can visually display the hallmark of this company, as well as the lack of visual media to show the identity of the company. This Corporate Identity design for Unyiel Bakery Semarang as an improvement and designing an obvious character for this company. The final result of this design can create an identity system that can create a strong visual character so Unyiel Bakery can be known and easily distinguished from other companies only in terms of visual only. Additionally, this corporate identity design can display and make an Corporate Image of this company very well, so the customers and Semarang's people can be more familiar and interested with this company.

Keywords: *Corporate Identity, Unyiel Bakery, Bakery Store, Corporate Image, Visual Character*

1. PENDAHULUAN

Setiap manusia memiliki kebutuhannya masing – masing mulai dari kebutuhan primer, sekunder, maupun kebutuhan tersier. Kebutuhan primer adalah kebutuhan utama

yang harus dipenuhi agar manusia dapat mempertahankan hidupnya. (Anashir, 2013) Salah satu kebutuhan primer yang pasti dibutuhkan oleh setiap manusia adalah makan dan minum. Makanan yang dikonsumsi juga bermacam – macam, dapat berupa makanan pokok seperti beras, roti gandum, jagung, dan lain – lain hingga makanan ringan. Salah satu makanan yang favorit di kalangan masyarakat adalah roti.

Roti banyak digemari masyarakat karena roti merupakan makanan yang mudah didapatkan dan juga mudah dikonsumsi, karena dapat dimakan di sela kesibukan aktivitas masyarakat. Saat ini, roti juga memiliki banyak varian rasa dan bentuk agar dapat menarik minat masyarakat yang akan membelinya. Di kota Semarang sendiri, banyak toko roti yang menawarkan produk roti dengan beragam rasa dan bentuk yang unik guna menarik minat masyarakat/pelanggannya agar dapat membeli produk yang ditawarkannya. Pada sebuah toko roti, sudah seharusnya memiliki suasana yang nyaman dan juga didukung oleh harga yang sesuai di kalangan masyarakat umum. Salah satu toko roti dengan suasana yang cukup nyaman, harga yang terjangkau di kalangan masyarakat kota Semarang, serta beragam varian rasa dan bentuk yang unik adalah Unyiel *Bakery* Semarang.

Unyiel *Bakery* didirikan pada tahun 2008 oleh ibu Ika Suryaningsih dengan konsep awal sebagai toko roti yang menyajikan ragam roti yang unik dan berbeda dari toko roti lainnya yaitu dengan menyediakan roti yang berukuran mini dan dengan harga yang terjangkau di kalangan masyarakat kota Semarang. Awalnya, Unyiel *Bakery* hanya membuka satu unit toko yang terletak di jalan Ketileng Raya No. 24 Ruko PSIS Semarang. Namun seiring waktu, Unyiel *Bakery* mampu membuka dua buah cabang lagi yang terletak di Plaza Matahari Simpang Lima Semarang, serta di jalan Sompok Baru Semarang. Awalnya Unyiel *Bakery* hanya menjual roti – roti dengan ukuran kecil saja, dan tidak menjual produk lain. Namun sekarang Unyiel *Bakery* telah menjual produk lain seperti roti *taart*, makanan ringan, minuman, dan lain – lain. Unyiel *Bakery* memiliki visi yaitu “Menjadi perusahaan kue yang unggul dengan kualitas cita rasa dan varian kue yang berbeda dari yang lain”.

Unyiel *Bakery* saat ini sedang mengalami perkembangan, yaitu mulai banyak dikenal luas oleh masyarakat kota Semarang dengan ciri khas varian rotinya yang berukuran kecil dan harganya yang murah. Namun meskipun Unyiel *Bakery* Semarang sudah cukup lama berdiri dan dikenal oleh masyarakat sekitar, namun toko roti ini tidak memiliki sistem identitas visual yang baik dan jelas, terlihat dari logo yang digunakan oleh perusahaan ini tidak konsisten atau tidak paten pada setiap medianya. *Corporate Identity* ini sendiri juga diperlukan oleh Unyiel *Bakery* dikarenakan kurangnya karakter visual yang menampilkan ciri khas perusahaan ini, serta kurangnya media visual yang menampilkan identitas perusahaan. Unyiel *Bakery* tidak memiliki suatu ciri khas yang dapat membuat perusahaan ini terlihat berbeda dengan para pesaing yang ada di kelasnya. Hal ini terbukti dari kuesioner yang telah diberikan kepada 15 konsumen Unyiel *Bakery*. Selain itu, *corporate identity* ini juga diperlukan untuk dapat meningkatkan citra dari masyarakat kota Semarang terhadap perusahaan ini agar tercipta *image* yang tertanam di benak masyarakat tentang perusahaan ini ketika melihat identitas korporasi perusahaan ini. Oleh karena itu, pemilik bersama dengan penulis bermaksud ingin merancang suatu *Corporate Identity* yang diharapkan mampu menciptakan karakter visual yang unik dan mampu menampilkan ciri khas perusahaan, serta sesuai dengan visi misi perusahaan.

2. METODE

2.1 Metode Pengumpulan Data

Data-data yang dibutuhkan dalam perancangan ini dapat diperoleh melalui:

a. Wawancara

Wawancara atau interview merupakan metode tanya jawab sepihak yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber secara langsung yang dimana informasi yang diperoleh tersebut dapat digunakan untuk mendukung proses perancangan. Data-data yang dicari antara lain sejarah Unyiel Bakery, tanggapan pelanggan terhadap Unyiel Bakery, dan lain-lain.

b. Observasi

Pengamatan secara langsung terhadap subjek dari perancangan untuk mengetahui kondisi dan masalah-masalah yang dihadapi oleh Unyiel Bakery. Dari observasi yang dilakukan dapat diperoleh data-data mengenai bagaimana aktifitas dari Unyiel Bakery, media visual yang diperlukan oleh Unyiel Bakery, dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan proses corporate identity.

c. Angket/Kuesioner

Angket/Kuesioner digunakan untuk mendapatkan data yang lebih mendalam yang bersumber dari konsumen Unyiel Bakery seputar hal-hal yang dapat membantu dalam proses perancangan corporate identity.

2.2 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah deskriptif kualitatif, maka analisa data dilakukan bersamaan saat pengumpulan data sehingga data yang diperoleh telah melalui proses analisis. Metode analisis data yang digunakan dalam proses perancangan ini adalah SWOT.

3. PEMBAHASAN

3.1 Identifikasi Data Perusahaan

Nama Klien : Unyiel Bakery Semarang
Alamat Klien : Jl. Ketileng Raya No. 24 Ruko PSIS Semarang
Nomor Telepon : 024-6735361
Nama Pemilik : Ika Suryaningsih
Cabang Perusahaan : 1. Plaza Matahari Simpang Lima Lantai II,
2. Jl. Sompok Baru No 84B



Gambar 1. Outlet Pusat Unyiel Bakery



Gambar 2. Outlet Unyiel Bakery Cabang Sompok



Gambar 3. Outlet Unyiel Bakery Cabang Plaza Matahari

3.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi :

“Menjadi perusahaan kue yang unggul dengan kualitas cita rasa dan varian kue yang berbeda dari yang lain”

Misi :

1. Memperkenalkan produk kue yang berbeda dari yang lain kepada masyarakat kota Semarang
2. Menjaga kualitas dan terus berinovasi
3. Dapat memperluas cabang di daerah lain
4. Memberikan harga yang terjangkau oleh masyarakat kelas menengah kota Semarang
5. Selalu meningkatkan mutu dan kualitas, dan selalu mengedepankan proses dalam pengolahan produksi yang terjamin baik dari bahan yang berkualitas

4. KONSEP PERANCANGAN

4.1 Data visual bentuk atau tipe jenis huruf

Unyiel Bakery - Tw Cen MT

Unyiel Bakery - Century Gothic

- Unyiel Bakery - EXO
- Unyiel Bakery - Swis721 Cn BT
- Unyiel Bakery - Roboto
- Unyiel Bakery - Agency FB

Dari jenis huruf diatas, yang akan digunakan dalam desain logo adalah TW Cen MT. Font ini digunakan karena jenis font ini memberikan kesan modern dan tegas serta terkesan elegan namun simple. Penggunaan font ini juga akan memberikan kesan yang ringan dan sederhana serta mudah untuk dibaca.

4.2 Bentuk Simbol

Dari riset data visual, diambil 2 elemen/objek yang cocok untuk diterapkan ke dalam logo. Objek pertama yang dipilih adalah roti. Objek ini dipilih karena dapat mencerminkan Unyiel Bakery sebagai toko roti dengan varian dan ukuran yang unik, rasa yang enak, serta roti yang 'fresh' dari oven. Objek kedua adalah nampan roti. Nampan roti dipilih karena memiliki makna bahwa roti yang disediakan di toko roti ini akan selalu tersedia dan fresh diatas nampan/rak penjualan untuk para konsumen Unyiel Bakery. Selain itu, objek nampan dipilih agar mencerminkan bahwa roti yang terdapat pada logo terlihat lebih kecil, sesuai dengan varian roti yang disediakan oleh Unyiel Bakery. Dalam perancangan ini, simbol dan objek yang digunakan dalam proses desain antara lain sebagai berikut:



Gambar 4. Roti Unyiel



Gambar 5. Nampan Roti

4.3 Panduan Warna

Warna dasar yang akan digunakan pada desain adalah krem dan coklat. Warna krem dipilih karena warna krem menonjolkan kesan kelembutan dan klasik yang mencerminkan tekstur lembut dari roti yang diproduksi oleh Unyiel Bakery. Sedangkan warna coklat digunakan karena warna ini melambangkan kesederhanaan yang mencerminkan karakteristik Unyiel Bakery yang berorientasi pada segmentasi kalangan masyarakat menengah. Selain itu, warna coklat juga bermakna membumi, rendah hati, terpercaya dan serius yang mencerminkan keseriusan Unyiel Bakery dalam memproduksi roti yang tak hanya enak, namun juga bersih dan higienis untuk masyarakat kota Semarang, serta dengan sifat rendah hati dalam melayani konsumennya. Selain kedua warna tersebut, warna hijau juga digunakan dalam desain, karena logo ini merupakan warna karakteristik yang ingin ditonjolkan oleh Unyiel Bakery

4.4 Pengembangan Ide Bentuk Logo



Gambar 6. Sketsa Ide Bentuk Roti Logo Unyiel Bakery



Gambar 7. Bentuk Roti Logo Unyiel Bakery



Gambar 8. Sketsa Kasar Logo Unyel Bakery



Gambar 9. Alternatif Warna Logo Unyel Bakery



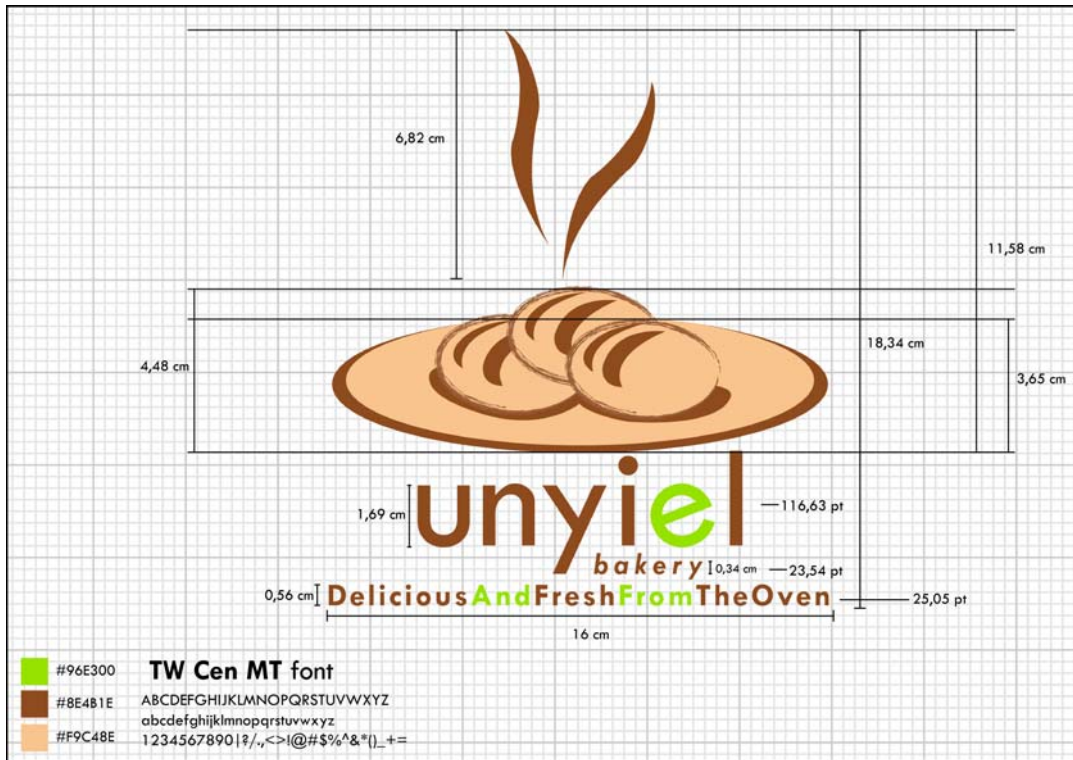
Gambar 10. Final Design Logo Unyiel Bakery (berwarna)



Gambar 11. Final Design Logo Unyiel Bakery (Hitam)

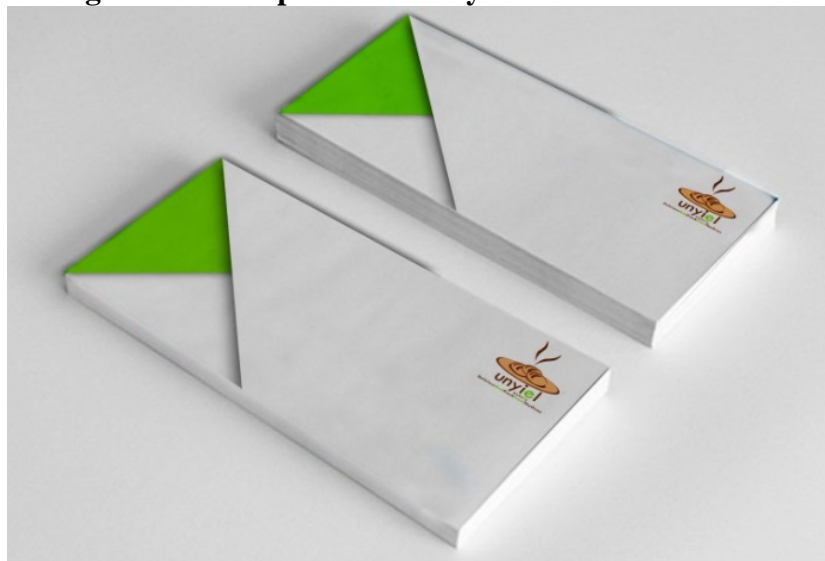


Gambar 12. Final Design Logo Unyiel Bakery (Putih)



Gambar 13. Grid System Logo Unyiel Bakery

4.5 Aplikasi Logo Dalam Corporate Identity



Gambar 14. Amplop



Gambar 15. ID Card



Gambar 16. Kartu Nama



Gambar 19. Stiker



Gambar 20. Seragam



Gambar 21. Poster



Gambar 22. X Banner



Gambar 23. Packaging



Gambar 24. Social Media Timeline



Gambar 25. Tas Plastik

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian pada studi kasus perancangan corporate identity Unyel Bakery Semarang ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Perancangan sistem identitas ini merupakan penyempurnaan serta perancangan suatu karakter yang jelas bagi Unyel Bakery agar dapat menciptakan suatu sistem identitas yang baik sehingga mampu menciptakan karakter visual yang kuat agar masyarakat dapat dengan mudah mengenali dan mengingat Unyel Bakery hanya dengan melihat identitas visual yang dimiliki oleh perusahaan ini melalui berbagai macam.
- b. Pemilihan konsep yang tepat sangat penting untuk perancangan sistem identitas suatu perusahaan, agar dapat menonjolkan ciri khas/identitas dari suatu perusahaan sehingga perusahaan tersebut dapat mudah dibedakan dengan perusahaan lain di bidangnya.
- c. Selain itu, corporate identity juga diperlukan suatu perusahaan agar ke depannya dapat menambah profit dari suatu perusahaan

5.2 Saran

Selain itu, saran yang dapat disampaikan oleh penulis antara lain adalah dengan perancangan Corporate Identity yang dirancang secara unik dan menarik dapat membangun sebuah image yang kuat di benak masyarakat dan menonjolkan ciri khas serta identitas terhadap perusahaan agar dapat dengan mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat hanya melalui identitas visual yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Selain itu, sistem identitas yang baik dan jelas juga sangat berpengaruh penting terhadap eksistensi suatu perusahaan serta profit dari suatu perusahaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anashir. (2013, September 13). *Jenis Jenis Kebutuhan dan Faktor yang Mempengaruhinya*. Retrieved Februari 11, 2015, from Anashiredu: <http://edu.anashir.com/2013/09/jenis-jenis-kebutuhan-dan-faktor-yang.html>
- Carter, D. E. (1978). *Corporate Identity Manuals*. New York: Art Direction Book Co.
- Extrudeworks. (2014, Agustus 21). *Definisi Corporate Identity*. Retrieved September 18, 2014, from Extrudeworks: <http://extrudeworks.com/blog/?p=266>
- Landa, R. (2005). *Designing Brand Experience*. New York: Paperback.
- Mebiso. (2014, 2 11). *Psikologi Bentuk Logo Untuk Para Desainer*. Retrieved 4 22, 2015, from Mebiso : <http://mediabisnisonline.com/psikologi-bentuk-logo-untuk-para-desainer/>
- Multimedia, S. (2013, September 20). *Apa itu Tipografi*. Retrieved Februari 11, 2015, from Satria Multimedia: http://www.satriamultimedia.com/artikel_apa_itu_tipografi.html
- Sanyoto, D. S. (2005). *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Sanyoto, S. E. (2009). *Nirmana: Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Semenik, R. J. (2001). *Promotion and Integrated Marketing Communication*. Pennsylvania: Thomson Education Group.