

# BAB III

## METODOLOGI DESAIN

### 3.1 Sistematika Perancangan

#### 3.1.1 Kerangka Berpikir Perancangan

Kerangka berpikir diperlukan untuk memberikan arah pada perancangan identitas visual. Adapun kerangka berpikir perancangan ulang identitas visual dimulai dari menentukan judul/topik, rumusan masalah, landasan teori, pengumpulan data dari lapangan, perancangan konsep, strategi kreatif sehingga menghasilkan identitas visual yang telah direncanakan.

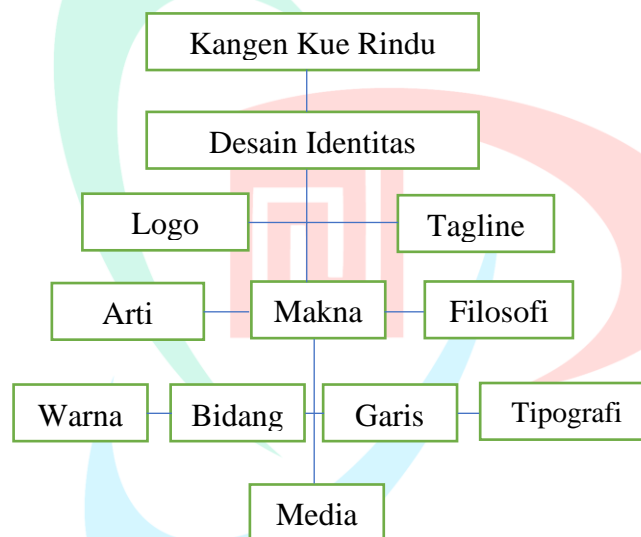


Gambar 3. 1 Bagan Kerangka Berpikir

Pada penelitian ini, Kangen Kue Rindu Roti menjadi sampel penelitian dalam perancangan ulang identitas visual yang baru, target pasar pada usia 15-30 tahun. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pengumpulan data dengan melakukan teknik wawancara, observasi, studi kompetitor, dan studi literatur. Perancangan identitas visual menggunakan teori dari hasil observasi dan wawancara kemudian didukung daripada teori desain.

### 3.1.2 Kerangka Desain

Kaitan aspek yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan melalui kerangka identitas visual dibawah ini. Setiap tahapan kegiatan desain menggunakan urutan secara sistematis.



Gambar 3. 2 Sistematika Perancangan Gambar

Perancangan identitas visual pada Kangen Kue Rindu Roti berupa logo baru dengan tagline yang disesuaikan dengan ciri khas dari pada toko tersebut. Identitas visual dianalisis dari segi arti, makna, dan filosofi dari karakteristik toko tersebut dengan disesuaikan pada logo yang akan dirancang. Kemudian, hasil analisis menghasilkan gambaran identitas visual yang rinci yang akan digunakan dalam kegiatan perancangan.

### 3.1.3 Proses Perancangan

Proses perancangan identitas visual pada penelitian dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu tahap pra-desain, desain, dan pasca-desain.

Ketiga tahap tersebut menjadi alur dalam melakukan rancangan identitas visual yang baru pada Kangen Kue Rindu Roti, tahapan tersebut dijelaskan pada Tabel di bawah ini.

Tabel 3. 1 Proses Perancangan

<b>Pra Desain</b>	<b>Desain</b>	<b>Pasca-Desain</b>
Visi Misi Filosofi Positioning	Konsep Logo Sketsa Logo Thumbnail Logo Logo	Evaluasi Graphic Standart manual Perancangan Logo Pada Media

### 3.2 Metode Pencarian Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan kegiatan wawancara, observasi, studi kompetitor, dan studi literatur yang berguna sebagai validitas data yang akurat dan tepat yang berfungsi sebagai acuan peneliti dalam melakukan perancangan visual *branding* yang baru pada Kangen Kue Rindu Roti. Berikut teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Wawancara

Kegiatan wawancara akan dilakukan pada pemilik Kangen Kue Rindu Roti, kegiatan wawancara yang dilakukan dengan pemilik KKRR tersebut berguna untuk mengumpulkan informasi tentang karakteristik dan ciri khas yang akan ditonjolkan pada visual *branding* baru yang akan didesain, selain itu juga untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan desain yang diperlukan oleh KKRR. Kegiatan wawancara ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang diperlukan peneliti dalam proses merancang visual *branding* yang baru.

2. Observasi

Setelah melakukan wawancara dengan pemilik KKRR selanjutnya perlu untuk melakukan kegiatan observasi yang bertujuan untuk melihat produk-produk yang dihasilkan oleh KKRR, sehingga ditemukan ciri

khas merek tersebut. Kegiatan ini berguna untuk mengumpulkan data-data yang lebih spesifik.

Observasi bertujuan untuk mengetahui visual *branding* yang sebelumnya pernah dibuat oleh pihak KKRR dan informasi lainnya, selain itu juga untuk mengetahui karakteristik dan ciri khas yang dimiliki KKRR yang selanjutnya dapat dijadikan sebagai data yang lebih spesifik dan dapat menonjolkan karakteristik tersebut dalam melakukan re-desain visual *branding* KKRR.

### 3. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mencari data sekunder terkait dengan perancangan identitas visual yang akan dibuat. Pengumpulan data studi literatur dilakukan untuk mencari data berupa referensi teori yang berkaitan langsung dengan proses perancangan identitas visual dengan berbagai sumber berupa buku, internet, artikel, dan jurnal. Data yang diperoleh dari studi referensi ini bertujuan untuk mendukung data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, serta menjadi dasar atau landasan teori yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian.

### 4. Studi Kompetitor

Studi kompetitor dilakukan dengan tujuan mengetahui kesamaan suatu usaha dalam menawarkan produk yang dimiliki. Kegiatan ini untuk menganalisis kelebihan dan kelemahan usaha tersebut yang dapat dijadikan sebagai peluang terhadap usaha yang sama. Studi kompetitor pada perancangan re-branding ini adalah Aye Denim yaitu usaha yang sama yang bergerak pada bidang usaha denim.

## 3.3 Hasil Pengumpulan Data

### 3.3.1 Wawancara

Data wawancara digunakan sebagai aspek awal untuk mengumpulkan informasi-informasi penting dalam melaksanakan rancangan ulang identitas visual yang baru. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik Kagen Kue Rindu Roti, agar data yang didapatkan merupakan informasi yang valid.

Hasil wawancara disusun berdasarkan variabel penting yang menjadi acuan untuk mengetahui ciri khas daripada Kangen Kue Rindu Roti, sehingga hasil identitas yang baru sesuai dan memiliki keterkaitan dengan KKRR. Berikut hasil wawancara dengan pemilik KKRR disajikan pada Tabel.

Tabel 3. 2 Hasil Wawancara

No	Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	Brand	Kangen Kue Rindu Roti bergerak dibidang apa?	Food and Beverage
		Apa visi dan misi KKRR?	<p>Visi : Dalam menjalankan usahanya Kangen Kue Rindu Roti ingin terus belajar, berkembang bersama bersama karyawan dan pelanggan. Senantiasa berusaha mengimplementasikan etika dalam usaha dan bisnis.</p> <p>Misi : Melalui usaha kecil menengah kangen kue rindu roti memposisikan diri sebagai tunas interpreuner nusantara yang berdaya guna membantu pemerintah dalam tindakan nyata. Dalam hal ini kita ingin menyuarakan “kurangi pengangguran, ayo berwira usaha”.</p>
		Apa keunggulan dari Kangen Kue Rindu Roti?	Menyajikan kualitas produk kue tradisional dan kue modern yang

			baik dan memiliki cita rasa yang enak.
		Nilai apa yang dipegang dari Kangen Kue Rindu Roti?	Selalu memberikan kualitas kue yang terjaga, baik, segar, serta cita rasa yang dapat memanjakan pelanggan.
2	Awareness	Cita atau image apa yang ingin dibangun oleh KKRR?	KKRR menjadi toko kue yang memberikan kualitas kue yang sehat, segar, dan memiliki rasa yang enak.
		Jika pelanggan datang ke KKRR, apakah pelanggan tersebut telah mengetahui KKRR terlebih dahulu?	Sebagian telah mengetahui KKRR sebelumnya, namun sebagian juga belum mengetahui KKRR.
3	Logo	Apa filosofi logo KKRR saat ini?	Gambar tampah dan pita adalah hantaran kue tradisional yang melambangkan usaha untuk melestarikan kue tradisional, sedangkan gambar gandum mempresentasikan kue-kue modern. Arti keseluruhan dari gambar dan kata Kangen kue Rindu roti adalah: Usaha untuk tetap melestarikan pangan tradisional agar tetap tidak kalah dengan kehadiran roti ataupun cake yang modern. Serta ingin

			keduanya dikangeni dan dirindukan.
		Bagaimanakah tanggapan logo anda terhadap logo KKRR saat ini?	Logo saat ini dianggap sudah baik. Namun perlu adanya inovasi terhadap logo baru agar dapat digunakan secara konsisten pada pengaplikasian dalam berbagai media, selain itu agar mempermudah pelanggan barulama mengingat KKRR.
4	Aplikasi logo	Pengaplikasian logo KKRR digunakan pada media apa saja?	Company profile
5	STP	Siapa yang menjadi target KKRR?	Usia 15-30 tahun.

### 3.4 Studi Literatur

#### 3.4.1 Nama Perusahaan

Berikut merupakan nama perusahaan dan tagline pada logo:



**Kangen kue**  
RINDU ROTI

Gambar 3. 3 Logo Kangen Kue Rindu Roti (KKRR, 2022)

### 3.4.2 Profil Perusahaan

#### 1. Visi Kangen Kue Rindu Roti

Dalam menjalankan usahanya Kangen kue rindu roti ingin terus belajar, berkembang bersama karyawan dan pelanggan. Senantiasa berusaha mengimplementasikan etika dalam usaha dan bisnis.

#### 2. Misi Kangen Kue Rindu Roti

Melalui usaha kecil menengah kangen kue rindu roti memposisikan diri sebagai tunas interpreuner nusantara yang berdaya guna membantu pemerintah dalam tindakan nyata. Dalam hal ini kita ingin menyuarakan “kurangi pengangguran, ayo berwirausaha”.

#### 3. Filosofi Kangen Kue Rindu Roti

Gambar tampah dan pita adalah hantaran kue tradisional yang melambangkan usaha untuk melestarikan kue tradisional, sedangkan gambar gandum mempresentasikan kue-kue modern. Arti keseluruhan dari gambar dan kata Kangen kue Rindu roti adalah: Usaha untuk tetap melestarikan pangan tradisional agar tetap tidak kalah dengan kehadiran roti ataupun cake yang modern. Serta ingin keduanya dikangeni dan dirindukan.

#### 4. Rincian Produk Kangen Kue Rindu Roti



Gambar 3. 4 Menu Kangen Kue Rindu Roti (KKRR, 2022)





### 3.5.2 Profil Perusahaan

1. Alamat Harvest Cake

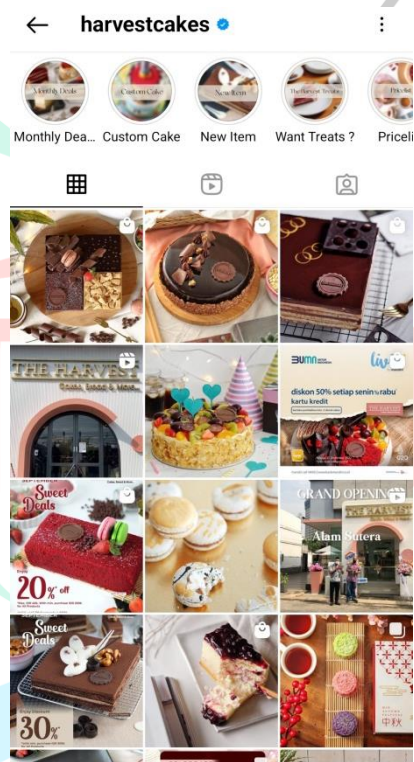
Plaza Simatupang FI 8-9

Jl. TB. Simatupang Kav. IS-1 Kebayoran Lama, Jakarta Selatan

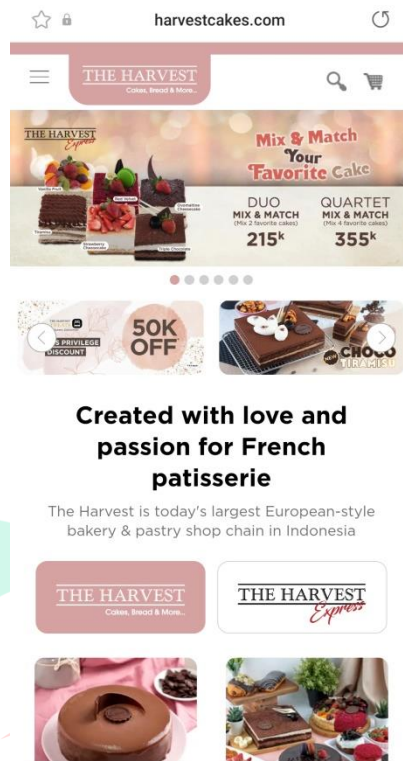
12310

2. Penerapan Logo Harvest Cake

a. Desain pada profile

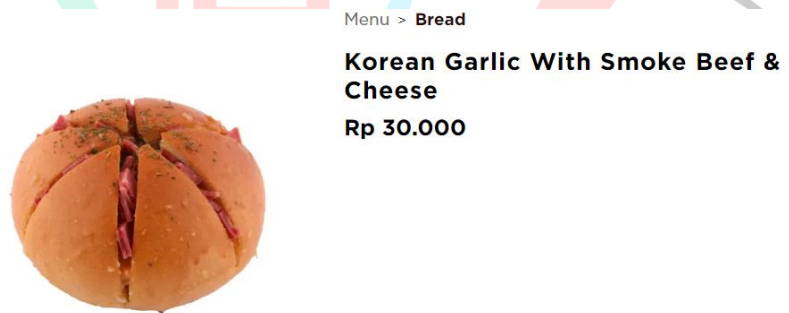


Gambar 3. 8 Profile Instagram Harvest Cake (Instagram Harvest Cake, 2022)

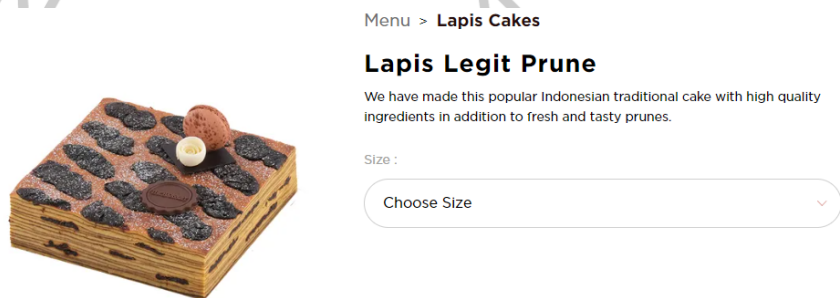


Gambar 3. 9 Profile Website Harvest Cake (Website Harvest Cake, 2022)

b. Foto Produk



Gambar 3. 10 Foto Produk Harvest Cake (Website Harvest Cake, 2022)



Gambar 3. 11 Foto Produk Harvest Cake (Website Harvest Cake, 2022)

Menu > Whole Cakes

**Special Signature Cake D20**

**Rp 370.000**



Gambar 3. 12 Foto Produk Harvest Cake (Website Harvest Cake, 2022)

## **3.6 Kesimpulan Analisis & Pemecahan Masalah**

### **3.6.1 Kesimpulan Hasil Analisis**

- Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam merancang identitas visual, dapat disimpulkan bahwa Kangen Kue Rindu ROTi memiliki ciri khas produk roti yang berbeda dengan kompetitor lainnya. Dengan identitas visual Kangen Kue Rindu Roti saat ini, identitas visual Kangen Kue Rindu Roti memiliki tingkat keterbacaan yang rendah karena bentuk logo lebih dominan daripada tipografi dan juga jenis tipografi yang digunakan berbeda-beda sehingga sulit untuk diterapkan ke media promosi.

Dengan adanya logo Kangen Kue Rindu Roti yang sudah ada maka perlu dilakukan perancangan logo baru dan penerapan berbagai media, dapat disimpulkan bahwa setiap media yang digunakan dapat menarik perhatian pelanggan dan memperkenalkan Kangen Kue Rindu Roti kepada masyarakat.

Kesimpulan yang diperoleh adalah bahwa identitas visual yang ingin dibangun oleh Kangen Kue Rindu Roti saat ini belum tergambar oleh desain dan identitas visual yang ada. Visual pada media yang dimiliki tidak terlalu menonjolkan identitas visual berupa logo Kangen Kue Rindu Roti itu sendiri.

### 3.7.2 Pemecahan Masalah

Dari hasil analisis kesimpulan yang telah didapatkan, maka pemecahan masalah dalam melakukan perancangan ulang identitas visual Kangen Kue Rindu Roti adalah:

1. Logo mudah diaplikasikan ke berbagai media. Perancangan logo harus diperhatikan agar penerapannya ke berbagai media menjadi mudah dan penggunaan logo yang konsisten dapat memperkuat identitas visual Kangen Kue Rindu Roti.
2. Logo yang dibuat dapat menggambarkan identitas usaha. Perancangan logo dapat menggambarkan visi, misi, dan ciri khas Kangen Kue Rindu Roti.
3. Pesan yang disampaikan oleh identitas visual dapat diterima oleh masyarakat dan apa yang ingin disampaikan harus konsisten di setiap media guna memperkuat *positioning* Kangen Kue Rindu Roti di mata konsumen.

Dari hasil pemecahan masalah tersebut di atas, akan digunakan ke dalam strategi perancangan dan strategi kreatif untuk merancang identitas visual Kangen Kue Rindu Roti pada bab selanjutnya.