

**VISUAL BRANDING “PINCURAN TUJUAH COFFEE BEANS”
KABUPATEN SOLOK SELATAN**

KARYA AKHIR

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang Untuk Memenuhi salah Satu
Persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Desain Komunikasi Visual*



Oleh:

FIRMAN

NIM: 16027042/2016

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2021**

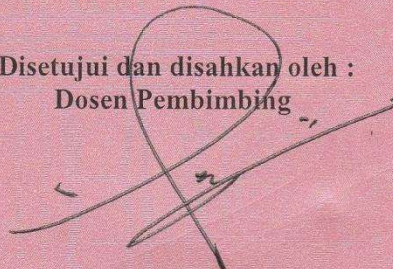
HALAMAN PERSETUJUAN KARYA AKHIR

VISUAL BRANDING "PINCURAN TUJUAH COFFEE BEANS"
KABUPATEN SOLOK SELATAN

Nama : Firman
NIM : 16027042 / 2016
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 1 November 2021

Disetujui dan disahkan oleh :
Dosen Pembimbing



Drs. Syafwan, M.Si.
NIP. 19570101.198103.1.010

Ketua Jurusan Seni Rupa



Drs. Mediagus, M.Pd.
NIP. 19620815.199001.1.001

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di depan Penguji

Karya Akhir

Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni

Universtas Negeri Padang

Judul : *Visual Branding "Pincuran Tujuh Coffee Beans"*
Kabupaten Solok Selatan
Nama : Firman
NIM / BP : 16027042 / 2016
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 1 November 2021

Tim Penguji

Nama / NIP

Tanda Tangan

1. Pembimbing : Drs. Syafwan, M.Si.
NIP. 19570101.198103.1.010

1.

2. Penguji I : Ir. Drs. Heldi, M.Si., Ph.D.
NIP. 19610722.199103.1.001

2.

3. Penguji II : Eliva Pebriveni, S.Pd., M.Sn.
NIP. 19830201.200912.2.001

3.

Mengetahui
Ketua Jurusan Seni Rupa



Drs. Mediagus, M.Pd.
NIP. 19620815.199001.1.001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi/Karya Akhir* dengan judul
Visual branding "Pincuran Tujuh Coffee Beans" Kabupaten Solok Selatan.
adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 25 October 2021

Saya yang menyatakan,



FIRMAN

NIM. 16092042

VISUAL BRANDING “PINCURAN TUJUAH COFFEE BEANS”
KABUPATEN SOLOK SELATAN
Firman¹, Syafwan²
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
E-mail: firmanda093@gmail.com

ABSTRAK

Pincuran Tujuh Coffee Beans merupakan usaha yang mengelola buah kopi dengan beberapa macam proses sampai menjadi biji kopi yang *specialty*. Usaha ini belum memiliki identitas *brand* dan *brand image* atau citra merek, sehingga konsumen dari “Pincuran Tujuh Coffee Beans” kurang mengetahui merek dari produk. Pincuran Tujuh Coffee Beans membutuhkan sebuah perancangan *visual branding* agar dapat membentuk identitas *brand* dan *brand image*, sehingga kedepannya dapat menjangkau target pasar yang lebih luas. Tujuan perancangan *visual branding* adalah membangun *brand image* dan *brand awareness* terhadap produk “Pincuran Tujuh Coffee Beans” yang diharapkan mampu memiliki citra positif dibenak konsumennya. Metode yang digunakan *Design Thinking* dengan pendekatan analisis 5W+ 1H (what, who, where, when, why dan how) untuk memecahkan masalah yang ditemukan pada “Pincuran Tujuh Coffee Beans”. Perancangan ini menghasilkan *Manual Book* sebagai media utama dan beberapa media pendukung yaitu: instagram, x-banner, packaging, plang merek, paper bag, kartu nama, nota, dan stempel.

Kata Kunci: *Visual Branding, Pincuran Tujuh Coffee Beans, Manual Book*

VISUAL BRANDING “PINCURAN SEVEN COFFEE BEANS” SOUTH SOLOK DISTRICT

Firman¹, Syafwan²

Visual Communication Design Study Program

Faculty of Languages and Arts, Padang State University

E-mail: Firmanda093@gmail.com

ABSTRACT

Pincuran Tujuh Coffee Beans is a business that manages coffee cherries with various processes until they become specialty coffee beans. This business doesn't yet have a brand identity and brand image, so consumers from "Pincuran Tujuh Coffee Beans" don't know the brand of the product. Pincuran Tujuh Coffee Beans requires a visual branding design in order to form a brand identity and brand image, so that in the future it can reach a wider target market. The purpose of designing visual branding is to build a brand image and brand awareness of the product "Pincuran Tujuh Coffee Beans" which is expected to be able to have a positive image in the minds of consumers. The method used is Design Thinking with an analytical approach of 5W + 1H (what, who, where, when, why and how) to solve the problems found in "Pincuran Tujuh Coffee Beans". This design produces a Manual Book as the main media and several supporting media, namely: instagram, x-banner, packaging, brand signage, paper bags, business cards, notes, and stamps.

Keywords: Visual Branding, Pincuran Tujuh Coffee Beans, Manual

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, serta selawat beriring salam penulis sampaikan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyah ke zaman peradaban yang berilmu pengetahuan dan berakhlak mulia.

Tugas akhir ini berjudul “Visual Branding “Pincuran Tujuh Coffe Beans” Kabupaten Solok Selatan”. Atas bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Drs. Mediagus, M.Pd. selaku Ketua Jurusan, Ketua Program Studi Pendidikan Seni Rupa dan ibu Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn. selaku Sekretaris Jurusan Seni Rupa FBS UNP.
2. Bapak Drs. Syafwan, M.Si. selaku pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, masukan dan motivasi yang sangat membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Nessya Fitryona, S.Pd., M.Sn. dan bapak Maltha Kharisma, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Tugas Akhir Program Studi Pendidikan Seni Rupa.
4. Bapak Ir. Drs. Heldi, M.Si., Ph.D., dan ibu Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn. selaku anggota penguji.
5. Ibu Dini Faisal, S.Ds., M.Ds. selaku Pembimbing Akademik (PA).

6. Bapak, Ibuk dosen dan staf Tata Usaha Jurusan Seni Rupa.
7. Bapak, Ibu dan teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan selama pembuatan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih belum sempurna. Untuk itu segala kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan tugas akhir ini kedepannya. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Padang, Agustus 2022

Firman
NIM 16027042

DAFTAR ISI

HALAMA JUDUL	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Originalitas	4
F. Tujuan Perancangan	5
G. Mamfaat Perancangan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
A. Kajian Praksis	6
1. Data Verbal.....	6
2. Data Visual	9
B. Kajian Teoretis	13
1. Desain Komunikasi Visual	13
2. Tipografi	23
3. Logo.....	24
4. Brand.....	26
C. Karya Relevan.....	30
D. Kerangka Konseptual.....	32
BAB III METODE PERANCANGAN.....	33

	A. Metode Perancangan.....	33
	B. Metode Pengumpulan Data.....	35
	C. Metode Analisis Data.....	36
	D. Perancangan Kreatif.....	38
	E. Media Utama dan Media Pendukung.....	40
BAB IV	PERANCANGAN VISUAL	42
	A. Perancangan Visual Branding	42
	B. Media Utama	45
	C. Media Pendukung	45
	D. Pendekatan Kreatif	48
	E. Layout	56
	1. Layout kasar.....	56
	2. Layout Eksekusi.....	67
	3. Layout Komprehensif.....	75
	4. Final Desain	83
	F. Uji Kelayakan	89
BAB V	PENUTUP.....	91
	A. Kesimpulan	91
	B. Saran.....	92
	DAFTAR PUSTAKA	93
	LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	9
Gambar 1.2	9
Gambar 1.3	10
Gambar 1.4	10
Gambar 1.5	11
Gambar 1.6	11
Gambar 1.7	12
Gambar 1.8	12
Gambar 1.9	13
Gambar 1.10	31
Gambar 2.1	52
Gambar 2.2	53
Gambar 2.3	54
Gambar 2.4	55
Gambar 2.5	57
Gambar 2.6	59
Gambar 2.7	60
Gambar 2.8	61
Gambar 2.9	62
Gambar 2.10	63
Gambar 2.11	64
Gambar 2.12	65
Gambar 2.13	66
Gambar 2.14	66
Gambar 2.15	67
Gambar 2.16	70

Gambar 2.17	70
Gambar 2.18	71
Gambar 2.19	72
Gambar 2.20	72
Gambar 2.21	73
Gambar 2.22	73
Gambar 2.23	74
Gambar 2.24	74
Gambar 2.25	75
Gambar 2.26	78
Gambar 2.27	78
Gambar 2.28	79
Gambar 2.29	80
Gambar 2.30	80
Gambar 2.31	81
Gambar 2.32	81
Gambar 2.33	82
Gambar 2.34	82
Gambar 2.35	83
Gambar 2.36	84
Gambar 2.37	85
Gambar 2.38	85
Gambar 2.39	86
Gambar 2.40	86
Gambar 2.41	87
Gambar 2.42	87
Gambar 2.43	88
Gambar 2.44	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	32
Tabel 2.1	50
Tabel 2.2	51
Tabel 3.1	89
Tabel 3.2	90
Tabel 3.3	90

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan kopi saat ini sangat pesat sehingga menjadi minuman yang paling populer dikalangan masyarakat Indonesia bahkan di dunia. Kopi merupakan minuman yang dihasilkan dari seduhan biji kopi atau *green bean* yang telah *disangrai* dan dihaluskan menjadi kopi bubuk. Sebelum diseduh, buah kopi *cerry* (berwarna merah) melalui proses yang panjang sampai menjadi bubuk kopi, gunanya untuk menjaga kualitas dan cita rasa yang beraneka ragam.

Di Kabupaten Solok Selatan banyak masyarakat yang memiliki usaha kopi, mulai dari usaha biji kopi, kopi bubuk dan minuman kopi. “Pincuran Tujuh Coffee Beans” merupakan usaha yang mengolah buah kopi dengan berbagai macam proses sampai menjadi biji kopi yang *specialty*. Usaha ini didirikan oleh Jufri Ahmadi pada tahun 2017. “Pincuran Tujuh Coffee Beans” didirikan karena pada saat itu harga biji kopi di Solok Selatan cenderung murah, sebab masyarakat di Solok Selatan sangat kurang pengetahuan dalam meningkatkan harga jual.

Hasil wawancara (13/11/2020), pada *owner* atau pemilik usaha, bahwa Pincuran Tujuh Coffee Beans hanya berupa nama yang bertuliskan teks “Pincuran Tujuh Coffee Beans” saja. Berdasarkan informasi yang didapat dari *owner*, menginginkan sebuah citra merek atau *brand image* dan identitas dari usaha biji

kopinya. Tujuan dengan adanya identitas dan *brand image* dari “Pincuran Tujuh Coffee Beans” ini ialah agar dapat meningkatkan penjualan.

Brand “Pincuran Tujuh Coffee Beans” juga belum banyak diketahui oleh masyarakat di wilayah Sumatera Barat, terutama di Solok Selatan. “Pincuran Tujuh Coffee Beans” belum pernah melakukan perancangan *visual branding* terhadap *brand* mereka. Hal ini mengakibatkan ketidak mampuan membangun kesadaran terhadap *brand* (*brand awareness*), serta lemahnya pencitraan terhadap suatu *brand*. Sehingga konsumen tidak dapat membedakan *brand* “Pincuran Tujuh Coffee Beans” dengan kompetitor yang lain.

Promosi “Pincuran Tujuh Coffee Beans” belum efektif, hal ini terlihat jelas dari jumlah pengikut dan *posting* yang tidak stabil. Media promosi hanya melalui Instagram dan Whatsapp, namun usaha yang dilakukan masih belum efektif, karena belum dapat mewakili identitas produk “Pincuran Tujuh Coffee Beans” itu sendiri. Hal ini disebabkan karena belum memiliki identitas berupa logo sehingga menyebabkan terhambatnya proses pemasaran. Selain itu, dengan adanya kompetitor yang memiliki identitas dan sudah mendapatkan tempat di masyarakat, membuat persaingan akan semakin ketat.

Bertitik tolak dari permasalahan yang telah dikemukakan maka, usaha ini membutuhkan suatu perancangan *visual branding* agar dapat membentuk citra merek dari “Pincuran Tujuh Coffee Beans”. Harapan *owner* terhadap “Pincuran Tujuh Coffee Beans” agar dapat memiliki pengaplikasian identitas *brand* yang mampu

menarik perhatian para konsumen, sehingga kedepannya dapat menjangkau target pasar yang lebih luas. Dengan tujuan untuk mempromosikan produk yang dimiliki oleh “Pincuran Tujuh Coffee Beans”.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dan atas kesepakatan dengan *owner* diputuskan bahwa *visual branding* merupakan solusi untuk mengatasi permasalahan dari “Pincuran Tujuh Coffee Beans”. Sebab, dengan adanya *visual branding* ini diharapkan dapat membangun citra merek di tengah masyarakat Sumatra Barat khususnya di Solok Selatan. Dari penjelasan diatas, maka penulis merancang karya akhir yang berjudul **“Visual Branding “Pincuran Tujuh Coffee Beans” Kabupaten Solok Selatan”**.

B. Identifikasi Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang dituliskan, maka dapat dijabarkan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Promosi yang belum efektif karena informasi yang diberikan hanya seadanya saja.
2. Kompetitor yang sudah mendapatkan tempat di masyarakat dapat mengancam produk “Pincuran Tujuh Coffee Beans”.
3. Belum adanya kegiatan *brand building* menggunakan *visual branding* yang baik untuk menghasilkan citra merek (*brand image*), berupa identitas

brand, untuk itu, diperlukanlah sebuah perancangan *visual branding* supaya bisa membentuk citra merek dari “Pincuran Tujuh Coffee Beans”.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah, batasan lingkup masalah yaitu identitas *brand* “Pincuran Tujuh Coffee Beans” sebagai pembeda dengan kompetitor belum memiliki citra merek (*brand image*) di benak konsumen. Perancangan *visual branding* lebih terfokus kepada pembuatan identitas *brand* (*brand guideline*, logo, kemasan, skema warna) dan media komunikasi visual.

D. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah dijabarkan maka rumusan masalah yaitu: Bagaimana perancangan *visual branding* yang efektif dan kondusif agar memiliki citra (*brand image*), sehingga mampu membangun *brand image* yang positif di benak konsumen dan mampu meningkatkan penjualan dari produk “Pincuran Tujuh Coffee Beans”.

E. Orisinalitas

Visual branding “Pincuran Tujuh Coffee Beans” Kabupaten Solok Selatan merupakan asli karya penulis sendiri mulai dari pra produksi sampai pada tahap produksi dengan dibantu oleh beberapa tim yang membantu proses produksi. Dengan demikian, karya ini bukanlah hasil plagiat atau jiplakan melainkan orisinal dari penulis yang keasliannya dapat dipertanggung jawabkan.

F. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini adalah untuk menghasilkan rumusan bentuk dan proses perancangan *visual branding* berupa logo “Pincuran Tujuh Coffee Beans” agar mampu menciptakan *brand image* yang kuat di benak konsumen.

G. Manfaat Perancangan

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan keefektifan dan kondusif mengenai apa itu perancangan *visual branding*.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan serta sebagai salah satu rujukan untuk meneliti lebih lanjut dari sisi dan masalah penelitian yang sama dalam konteks yang berbeda kedepannya.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi seluruh mahasiswa untuk meningkatkan pengetahuan mahasiswa.