

VISUAL IDENTITY VELOCITY BURGER & COFFEE KOTA PADANG

KARYA AKHIR



Oleh :

KEVIN HASBI APRIARTO

18027068

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
DEPARTEMEN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN KARYA AKHIR

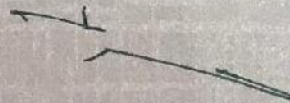
***VISUAL IDENTITY* VELOCITY BURGER & COFFEE KOTA
PADANG**

Nama : Kevin Hasbi Apriarto
NIM//BP : 18027068/2018
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 21 Agustus 2023

Disetujui dan Disahkan oleh:

Dosen Pembimbing

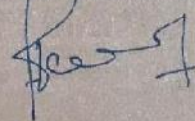


San Ahdi, S. Sn., M. Ds

NIP. 19791216.200812.1.004

Mengetahui:

Kepala Departemen Seni Rupa



Eliva Pebriyeni, S.Pd., M. Sn

NIP. 19830201.200912.2.001


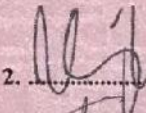
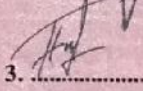
HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji
Karya Akhir
Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

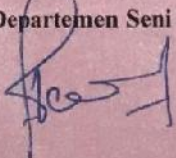
Judul : *Visual Identity Velocity Burger & Coffee Kota Padang*
Nama : Kevin Hasbi Apriarto
NIM/BP : 18027068 / 2018
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 14 Agustus 2023

Tim Penguji

	Nama/NIP	Tanda Tangan
1. Pembimbing	: <u>San Ahdi, S.Sn., M. Ds</u> NIP. 19791216.200812.1.004	1. 
2. Penguji 1	: <u>Drs. Ariusmedi, M. Sn</u> NIP. 19620602.198903.1.003	2. 
3. Penguji 2	: <u>Fauzan Aulia, S.Ds., M. Sn</u> NIP. 19891111.202012.1.017	3. 

Mengetahui:
Kepala Departemen Seni Rupa


Eliya Pebriyeni, S.Pd., M. Sn
NIP. 19830201.200912.2.001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, *Skripsi/Karya Akhir dengan judul
VISUAL IDENTITY VELOCITY BURGER & COFFEE KOTA PADANG

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, 3 November 2013

Saya yang menyatakan,

KEVIN HASBI APRIARTO
NIM. 18027068

VISUAL IDENTITY VELOCITY BURGER & COFFEE KOTA PADANG

Kevin Hasbi Apriarto¹, San Ahdi²

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni,

Universitas Negeri Padang

Email: kevinhasbi.kh@gmail.com

Abstrak

Perancangan ini dirancang sedemikian rupa untuk menghasilkan sebuah media alternatif bagi konsumen dari Velocity Burger & Coffee untuk lebih mengetahui produk yang dijual dan merchandise apa saja yang disediakan oleh Velocity Burger & Coffee yang dapat digunakan dimana saja dan kapan saja. Masalah yang diidentifikasi adalah banyaknya pengunjung ataupun pelanggan yang belum mengetahui produk apa saja yang dijualnya, dan fasilitas apa saja yang disediakan oleh Velocity Burger & Coffee. Untuk menemukan jalan keluar dari masalah diatas, digunakan metode analisis SWOT yang merupakan singkatan dari strengths, weakness, opportunities, threats. Metode ini diawali dengan mencari dan memahami permasalahan yang dialami berdasarkan data, kemudian di lanjutkan dengan merancang media dari hasil analisa data sebelumnya, kemudian pengembangan atau perancangan dari rancangan awal, dan hasil perancangan yang sudah final disebarakan melalui beberapa platform digital atau print out. Perancangan ini akan menghasilkan sebuah output yaitu media poster, roll up banner sebagai media untuk menyampaikan informasi terkait produk dan merchandise yang dijual oleh Velocity Burger & Coffee. Pembuatan media poster dan roll up banner ini terbukti efektif untuk meningkatkan awareness dan daya tarik orang-orang untuk membeli produk makanan dan minuman dari Velocity Burger & Coffee. Hal ini terbukti dari yang dimana pesan yang disampaikan dalam media poster mudah dipahami oleh target audience. Dan selain perancangan media utama, dirancang juga beberapa media pendukung seperti: Poster, Roll Up Banner, Social Media, Totebag, Aksesoris, T-shirt, Korek Api, dan Sticker

Kata kunci: Poster, Social Media, Velocity Burger & Coffee Kota Padang

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul “Visual Identity Velocity Burger & Coffee Kota Padang”. Karya akhir ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan strata satu pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak San Ahdi, S.Sn, M.Sn selaku Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan waktu bimbingan dalam mewujudkan karya akhir ini. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Mediagus, M.Pd selaku Kepala Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
2. Bapak San Ahdi, S.Sn, M.Sn selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk menguji penulis.
3. Bapak Fauzan Aulia, S.Ds, M.Sn selaku penguji pertama yang telah meluangkan waktunya untuk menguji penulis.
4. Drs. Ariusmedi, M.Sn selaku penguji kedua yang telah meluangkan waktunya untuk menguji penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bahasa dan Seni yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.

6. Kedua orang tua yang telah memberikan do'a, kasih sayang, dan dukungan baik moral maupun materi kepada penulis hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi dan karya akhir ini.
7. Rekan-rekan yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan karya akhir ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas dukungan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini.

Dalam rangka penyempurnaan karya akhir ini, penulis mengharapkan sumbangan pikiran para pembaca berupa kritikan dan saran, semoga karya akhir ini dapat dijadikan bahan bacaan dan sumber referensi bagi siapapun yang membacanya di masa yang akan datang.

Padang, 20 November 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Orisinalitas	5
F. Tujuan Perancangan.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Kajian Praksis	6
1. Sejarah Perusahaan	6
2. Struktur Kelompok Kerja	7
3. Alamat Perusahaan	7
4. Data Visual	8
B. Kajian Teoritis	9
1. Visual Identity	9
2. Logo	13
3. Warna	19
4. Tipografi	21
5. Layout	24
C. Karya Relevan	25
BAB III METODE PERANCANGAN	27 A.
Metode Perancangan	27
1. Empathize	27
2. Define	28
3. Ideate	28

4. Prototype	28
5. Test	28
B. Metode Pengumpulan Data	28
1. Data Primer	29
2. Data Sekunder	30
C. Metode Analisis Data	31
1. Strengths	31
2. Weakness	32
3. Opprtunities	32
4. Threats	32
D. Pendekatan Kreatif	33
1. Geografis	33
2. Demografis	33
3. Psikografis	33
4. Tujuan Kreatif	34
5. Strategi Kreatif	34
E. Media Utama dan Media Pendukung	35
1. Media Utama Manual Book	35
2. Media Stationery Set	35
3. Media Marketing Tools	36
4. Media Pendukung	36
5. Produk Merchandise	37
BAB IV PERANCANGAN VISUAL.....	38
A. Teori Media	38
1. Perancangan Logo	38
2. Media Utama	39
3. Media Pendukung	40
4. Rencana Anggaran Biaya	44
B. Program Kreatif	45
1. Pendekatan Verbal	45
2. Pendekatan Visual	45

C. Logo	47
1. Logo	47
2. Tipografi	48
3. Final Design Logo.....	48
D. Layout Media Utama	52
1. Layout Kasar Manual Book	52
2. Layout Komprehensif	58
E. Final Desain	66
1. Media Utama	66
2. Media Pendukung	66
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rencana anggaran biaya perancangan visual identity Cafe Velocity Burger & Coffee	45
Tabel 2. Alternatif Tipografi	47
Tabel 3. Warna CMYK	48
Tabel 4. Tipografi	49
Tabel 5. Makna Warna	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo cabang pertama Cafe Velocity Burger & Coffee	9
Gambar 2. Logo cabang ke 2 Cafe Velocity Burger & Coffee	9
Gambar 3. Logo cabang ke 3 Cafe Velocity Burger & Coffee	10
Gambar 4. Warna pada Logo	20
Gambar 5. Jenis huruf <i>Sans Serif</i>	24
Gambar 6. Jenis huruf <i>Times New Roman</i>	24
Gambar 7. Logo Fore Coffee	26
Gambar 8. Proses <i>Mind Mapping</i>	40
Gambar 9. Data Visual Logo	47
Gambar 10. <i>Layout Komprehensif Logo</i>	48
Gambar 11. <i>Final design logo</i>	49
Gambar 12. Deskripsi Logogram Cafe Velocity Burger & Coffee	50
Gambar 13. Deskripsi Logotype Cafe Velocity Burger & Coffee	50
Gambar 14. Logo biru putih & hitam putih	51
Gambar 15. Skala logo	52
Gambar 16. Alternatif <i>layout kasar manual book</i>	53
Gambar 17. Alternatif <i>layout kasar roll up banner</i>	54
Gambar 18. Alternatif <i>layout kasar poster</i>	54
Gambar 19. Alternatif <i>layout kasar apron</i>	55
Gambar 20. Alternatif <i>layout kasar t-shirt</i>	56
Gambar 21. <i>Layout kasar totebag</i>	56
Gambar 22. Alternatif <i>layout id-card</i>	57
Gambar 23. Alternatif <i>layout sticker</i>	57
Gambar 24. Alternatif <i>layout kartu nama</i>	58
Gambar 25. Alternatif <i>layout menu</i>	58
Gambar 26. <i>Final design cover manual book</i>	59
Gambar 27. <i>Final design roll up banner</i>	60
Gambar 28. <i>Final design poster</i>	61
Gambar 29. <i>Final design apron</i>	61

Gambar 30. <i>Final design t-shirt</i> depan belakang	62
Gambar 31. <i>Final design totebag</i> depan belakang	62
Gambar 32. <i>Final design id-card</i>	63
Gambar 33. <i>Final design sticker</i>	64
Gambar 34. <i>Final design</i> kartu nama depan belakang	64
Gambar 35. <i>Final design</i> menu	65
Gambar 36. <i>Final design</i> gelang	66
Gambar 37. <i>Final design</i> tumblr	66
Gambar 38. <i>Final design</i> korek api	66
Gambar 39. <i>Mockup manual book</i>	67
Gambar 40. <i>Mockup roll up banner</i>	67
Gambar 41. <i>Mockup</i> poster	68
Gambar 42. <i>Mockup t-shirt</i>	68
Gambar 43. <i>Mockup totebag</i> depan belakang	69
Gambar 44. <i>Mockup</i> apron	69
Gambar 45. <i>Mockup sticker</i>	70
Gambar 46. <i>Mockup id-card</i>	70
Gambar 47. <i>Mockup</i> gelang	71
Gambar 48. <i>Mockup</i> kartu nama depan belakang	71
Gambar 49. <i>Mockup</i> menu	72
Gambar 50. <i>Mockup</i> tumblr	72
Gambar 51. <i>Mockup</i> korek api hitam dan putih	73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lifestyle atau gaya hidup masyarakat di era saat ini telah mengalami perubahan dan perkembangan. Dahulu masyarakat tidak terlalu mementingkan penampilan dan gaya hidup, namun sekarang berbeda lagi kondisinya. Gaya hidup, bukan lagi soal penampilan, aktivitas duduk santai kini juga ikut jadi kegiatan yang dilakukan anak muda maupun dewasa di suatu tempat untuk berkumpul dan melakukan kegiatan mengisi waktu luang. Fenomena duduk santai menarik minat peneliti untuk meneliti lebih dalam. Duduk bersantai di Indonesia sudah ada sejak zaman dahulu hingga sekarang dan mengalami beberapa perubahan seiring berkembangnya zaman yang dimana duduk santai biasanya hanya dilakukan di warung kopi kecil atau dipinggir jalan dengan menikmati hidangan dari angkringan yang dimana makanan dan minumannya dijual dengan harga yang murah meriah kini sudah berkembang menjadi cafe modern dengan berbagai fitur pelayanan dan menu yang lebih variatif dengan harga yang sedikit lebih mahal.

Dengan fenomena inilah, duduk santai seperti di cafe dan juga restoran, semakin kreatif untuk berbenah, menciptakan tempat duduk yang santai, asyik dan membuat betah pengunjungnya. Secara tidak langsung, lewat media sosial, banyak orang yang ikut mempromosikan tempat nongkrong, apalagi tempat tersebut memiliki suasana yang sangat fotogenik atau Bahasa yang sering kita dengar “*instagramable*” untuk konsumen berfoto-foto yang dimana saat ini sangat digemari oleh kalangan anak muda. Namun untuk memperkenalkan barang atau jasa dibutuhkan identitas yang kuat untuk menghadapi persaingan pasar yang baik dalam ruang lingkup daerah, nasional, bahkan internasional begitu pun dengan cafe Velocity Burger & Coffee.

Visual identity atau identitas merek yang menjadi dasar untuk sebuah pengakuan. *Visual identity* mewakili makna simbolis oleh *brand* yang tidak dapat disampaikan oleh kata-kata. Dalam membangun suatu identitas yang baik agar sebuah *merk* mampu diingat oleh konsumen, logo merupakan salah satu aspek penting yaitu sebagai identitas produk yang utama.

Berdasarkan observasi di lapangan yang penulis lakukan pada tanggal 2 April 2022, *visual identity* dari cafe Velocity Burger & Coffee tersebut memang mempunyai makna dari jenis produk makanan dan minuman yang dijualnya, terkecuali pada logotype yaitu “velocity” karna kata velocity tersebut berasal dari nama dari komponen mesin, yaitu

“kecepatan” yang biasanya cafe di tempat lain harus menunggu di meja untuk menunggu minumannya dibuat, dari arti kata “kecepatan” itu lah *customer* tidak perlu menunggu lama dimeja karna pada saat *customer* memesan minumannya di kasir, saat itulah minuman pesannya langsung dibuat oleh Barista yang berada di sebelah kasir, dan setelah pembayaran selesai, *customer* dapat langsung mengambil minumannya.

Dengan berkembangnya cafe Velocity Burger & Coffee saat ini, dibutuhkan sebuah pembaharuan untuk menegaskan Velocity itu sendiri. Cafe Velocity saat ini yang telah berkembang menjadi *food and beverage*, dan dikarenakan pemilik usaha tersebut yang tidak begitu puas dengan logo pada cafe Velocity Burger & Coffee saat ini. oleh sebab itu cafe Velocity Burger & Coffee sangat membutuhkan sebuah pembaharuan dengan cara merubah sedikit konsep dari cafe velocity, salah satunya ialah dengan cara merubah logo pada cafe.

Visual identity dari cafe Velocity Burger & Coffee saat ini merupakan logo yang memiliki prinsip-prinsip desain yang terdiri dari keselarasan, kesebandingan dan irama. Namun, belum merepresentasikan arti dari nama “velocity” itu sendiri. Dari 3 cabang Cafe tersebut, masing-masing cabang memiliki logo yang berbeda-beda. Untuk itulah dibutuhkan pemahaman cukup agar logo yang telah dibuat tidak melenceng dari nama cafe yang seharusnya. Karena latar belakang tersebut maka penting untuk melakukan *redesign visual identity* cafe Velocity Burger & Coffee. Dengan

dilakukannya *visual identity* ini diharapkan cafe Velocity Burger & Coffee dapat bersaing dengan para kompetitornya, dan mampu membangun *brand awareness* cafe Velocity Burger & Coffee yang kemudian membangun persepsi, dan menjadi pembeda dengan cafe lainnya. Dengan demikian, judul dari laporan Karya Akhir ini adalah “***Visual Identity Cafe Velocity Burger & Coffee Kota Padang***”.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang tersebut ditemukan masalah-masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. *Visual Identity* dari cafe Velocity Burger & Coffee tidak menerapkan prinsip desain dengan baik. Hal ini terlihat dari pengaplikasian logo Velocity Burger & Coffee pada setiap cabang yang berbeda bentuknya.
2. *Visual identity* dari Velocity Burger & Coffee belum memperlihatkan nama dan konsep dari cafe tersebut.
3. Elemen visual pada Velocity Burger & Coffee tidak diciptakan berdasarkan konsep yang sesuai dan belum konsisten, sehingga menyebabkan diperlukannya pembaharuan dari *visual identity* dari cafe Velocity Burger & Coffee.

C. Batasan masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah disebutkan di atas maka batasan masalah yang diambil adalah perancangan *visual identity* cafe Velocity Burger & Coffee yang terkonsep dan sesuai dengan prinsip desain.

D. Rumusan Masalah

Dari batasan masalah di atas, maka penulis mencoba untuk merancang *visual identity* dari cafe Velocity Burger & Coffee ini untuk meningkatkan *brand awareness*.

E. Orisinalitas

Berdasarkan dari orisinalitas perancangan, masalah yang diangkat adalah sesuatu yang faktual bukan fiktif, dan pemecahan masalah perancangan yang dikemukakan jauh dari duplikasi atau penjiplakan. Perancang meredesain *visual identity* dari cafe Velocity Burger & Coffee dengan menarik sehingga dapat membuat target *audience* tertarik untuk berkunjung dan bisa bersaing dengan cafe lainnya. Perancangan ini merupakan orisinalitas dari penulis dan tidak ada unsur penjiplakan dari mana pun, serta karya yang ditampilkan merupakan karya baru yang dirancang penuh dan belum pernah ditayangkan sebelumnya.

F. Tujuan Perancangan

Dari rumusan masalah yang didapatkan, tujuan dari perancangan supaya lebih di kenal oleh masyarakat luas sehingga konsumen tertarik untuk mencoba berkunjung ke cafe Velocity Burger & Coffee Kota Padang, sehingga orang dapat mengenal cafe ini dan bisa menjadi bisnis yang bagus dari cafe-cafe yang lainnya dan cafe Velocity Burger & Coffee.