IDENTITAS VISUAL *PINUKUIK ETEK* ENGGI DI KECAMATAN BATANG KAPAS

KARYA AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Desain dari Universitas Negeri Padang

Oleh:

Muhammad Dharrent Ghraudy Rivano

21027025

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

DEPARTEMEN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2025

PERSETUJUAN KARYA AKHIR

IDENTITAS VISUAL *PINUKUIK ETEK* ENGGI DI KECAMATAN BATANG KAPAS

Nama : Muhammad Dharrent Ghraudy Rivano
NIM 21027025
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 28 Juli 2025

Disetujui dan Disahkan oleh
Dosen Pembimbing

Fauzan Aulia, S.Ds., M.Sn.
19891111.202012.1.017

Mengetahui
Kepala Departemen Seni Rupa

Eliya 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 : Identitas Visual *Pinukuik Etek* Enggi Di Kecamatan Batang Kapas
Nama : Muhammad Dharrent Ghraudy Rivano
NIM 21027025
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 6 Agustus 2025

Tim Penguji

	Nama/NIP	Tanda Tangan
1. Pembimbing	: **Fauzan Aulia, S.Ds., M.Sn.** **NIP. 19891111.202012.1.017**	: 1. .....
2. Penguji I	: **Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn.** **NIP. 19770401.200812.1.002**	: 2. .....
3. Penguji II	: **Aditya Hanum Widarsa, S.Ds., M.Sn.** **NIP. 199206012019031012**	: 3. .....

Mengetahui
Kepala Departemen Seni Rupa

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

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN NASKAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, *Skripsi/KaryaAkhir dengan judul
   Identitas visual pinuguit Eeee Enggi Di kecamatan Batang kapas.

   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 penggarangnya 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, 28 Juli 2025
Saya yang menyatakan,



M. OHARRENT GHRAUDY RIVANO
NIM. 21027025

IDENTITAS VISUAL *PINUKUIK ETEK* ENGGI

DI KECAMATAN BATANG KAPAS

Muhammad Dharrent Ghraudy Rivano[1] San Ahdi[2] & Fauzan Aulia[3]

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang

dharenrifano@gmail.com

ABSTRAK

Pinukuik Etek Enggi sebagai pelaku usaha kue tradisional belum memiliki identitas visual yang jelas dan konsisten untuk merepresentasikan nilai dan karakter brand-nya. Selain itu, belum ada keterpaduan antara identitas visual dan media promosi yang digunakan, sehingga kurang memberikan kesan kuat kepada audiens serta membatasi ruang pengembangan usaha di masa depan. Penelitian ini bertujuan merancang ulang identitas visual *Pinukuik Etek* Enggi agar sesuai dengan karakter, visi, dan misi perusahaan, sehingga dapat memperkuat citra brand, meningkatkan daya tarik, menumbuhkan loyalitas konsumen**,** serta memaksimalkan potensi usaha dalam persaingan pasar. Metode yang digunakan adalah *design thinking* dengan tahapan *empathize, define, ideate, prototype,* dan *test* yang diterapkan secara sistematis**.** Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi literatur yang relevan, kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) untuk memperoleh gambaran menyeluruh. Prototipe logo yang dirancang untuk tahap awal diuji dan divalidasi oleh dosen ahli melalui asesmen untuk memastikan efektivitas dan akurasi, serta memberikan masukan perbaikan yang konstruktif**.** Hasil perancangan berupa perangkat identitas visual seperti logo, tipografi, dan palet warna yang diterapkan secara konsisten pada berbagai media promosi cetak maupun digital. Selain itu, disusun *Graphic Standard Manual* sebagai panduan penggunaan elemen visual agar identitas brand tetap konsisten, profesional, mudah dikenali**,** dan terkelola dengan baik dalam jangka panjang.

Kata Kunci: Identitas Visual, *Pinukuik Etek* Enggi, *Design Thinking*, SWOT, Desain.

[1]Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

[2]Dosen Pembimbing, Desain Komunikasi Visual, Departemen Seni Rupa FBS, Universitas Negeri Padang

[3]Dosen Pembimbing, Desain Komunikasi Visual, Departemen Seni Rupa FBS, Universitas Negeri Padang

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Laporan Karya Akhir ini berjudul "Identitas Visual *Pinukuik Etek* Enggi Di Kecamatan Batang Kapas". Karya akhir ini dirancang dan disusun sebagai persyaratan mata kuliah tugas akhir program studi Desain Komunikasi Visual, Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni di Universitas Negeri Padang.

Dalam melakukan perancangan karya dan penyusunan laporan ini, penulis mendapat banyak bantuan serta juga bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Eliya Pebriani, S.Pd., M.Sn., selaku Kepala Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn., selaku Koordinator Progam Studi Desain Komunikasi Visual, sekaligus sebagai dosen penguji I yang telah memberikan masukan dan saran untuk menyempurnakan karya akhir ini.
3. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn., yang menggantikan peran Bapak Dr. Budiwirwan, M.Pd., sebagai Dosen Pembimbing Akademik, yang sebelumnya telah mendampingi saya sejak awal hingga akhir perkuliahan.
4. Bapak San Ahdi, S.Sn., M.Ds. dan Bapak Fauzan Aulia, S.Ds., M.Sn., selaku dosen pembimbing karya akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama perancangan dan penyusunan karya akhir ini.

5. Bapak Aditya Hanum Widarsa, S.Ds., M.Sn., selaku dosen pengguji II yang telah memberikan masukan dan saran untuk menyempurnakan karya akhir ini.
6. Kepada seluruh keluarga penulis, terkhusus kepada kedua orang tua, mama dan almarhum bapak, yang sudah memperjuangkan saya hingga bisa sampai di fase ini, serta ke dua saudari saya yang selalu mengingatkan dan menegur agar saya bisa menyelesaikan seluruh kewajiban saya di masa perkuliahan ini.
7. Tak lupa kepada Suakala (anak-anak kontrakan), teman-teman prodi, dan semua pihak yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu atas segala dukungan dan bantuan dalam perancangan dan penyusunan karya akhir ini, sehingga dapat berjalan dengan lancar.
8. Terakhir, pada diri saya sendiri.

Dalam perancangan dan penyusunan karya akhir ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi penyusunan dan cara penulisan. Oleh karena itu saran serta kritik yang membangun untuk karya akhir ini sangat diharapkan adanya. Akhir kata semoga karya ini bisa bermanfaat dan berguna bagi penulis maupun pembaca.

Padang, 15 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

DAFTAR ISI ..... **v**

DAFTAR BAGAN ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **ix**

DAFTAR GAMBAR ..... **x**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN **1**

- **A. Latar Belakang Masalah** **1**
- **B. Identifikasi Masalah** **6**
- **C. Batasan Masalah** **7**
- **D. Rumusan Masalah** **7**
- **E. Tujuan Perancangan** **7**
- **F. Orisinalitas** **8**

BAB II KAJIAN PUSTAKA **9**

- **A. Kajian Praksis** **9**
  - **1. Data Verbal** **9**
  - **2. Data Visual** **12**
- **B. Kajian Teoritis** **14**
  - **1. Identitas Visual** **14**
  - **2. Teori Gestalt** **23**

C. Karya Relevan 26

1. Kue Pukis Kota Baru 26

2. Slukiie Kue Talam 27

D. Kerangka Konseptual 30

BAB III METODE PERANCANGAN 31

A. Metode Perancangan 31

1. Emphatize 32

2. Define 32

3. Ideate 33

4. Prototype 33

5. Test 33

B. Teknik Pengumpulan Data 34

1. Data Primer 34

2. Data Sekunder 36

C. Analisis Data 36

BAB IV PERANCANGAN 40

A. Konsep Desain 41

1. Segmentasi 40

2. Strategi Kreatif 41

3. Strategi Media 54

B. Desain Final 57

1. Sketsa/*Thumbnail* 57

2. Komprehensif 61

3. Final 71

C. Uji Validasi 74

D. Uji Kelayakan 75

BAB V KESIMPULAN & SARAN 77

A. Kesimpulan 77

B. Saran 78

DAFTAR RUJUKAN 79

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Konseptual 30

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 43

Tabel 2. 62

Tabel 3. 75

Tabel 4. 75

Tabel 5. 76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Plang *Pinukuik Etek* Enggi..... 2

Gambar 2 Logo pada kemasan *Pinukuik Etek* Enggi 3

Gambar 3 Kemasan *Pinukuik Etek* Enggi 1 3

Gambar 4 Kemasan *Pinukuik Etek* Enggi 2 3

Gambar 5 Akun Instagram *Pinukuik Etek* Enggi 4

Gambar 6 *Owner Pinukuik Etek* Enggi 12

Gambar 7 Kue *Pinukuik* 12

Gambar 8 Kemasan *Pinukuik Etek* Enggi 1 13

Gambar 9 Kemasan *Pinukuik Etek* Enggi 2 13

Gambar 10 Logo Coca-cola 16

Gambar 11 Logo Apple 17

Gambar 12 Logo Adidas 17

Gambar 13 Logo Starbucks 18

Gambar 14 Logo Kue Pukis Kota Baru 26

Gambar 15 Logo Slukiie Kue Talam 27

Gambar 16 Desain Postingan Akun Slukiie Kue Talam 1 27

Gambar 17 Desain Postingan Akun Slukiie Kue Talam 2 28

Gambar 18 Dokumentasi Wawancara 35

Gambar 19 Dokumentasi Wawancara 35

Gambar 20 *Mind Mapping Keyword* 42

Gambar 21 *Brand Personality Slider Pinukuik Etek* Enggi 43

Gambar 22 Moodboard Perancangan.....48

Gambar 23 *Color Pallete*.....51

Gambar 24 Motif *Itiak Pulang Patang* 53

Gambar 25 Eksplorasi Logo 58

Gambar 26 *Alternative Layout Cover* GSM.....58

Gambar 27 *Alternative Layout* Isi GSM 58

Gambar 28 *Alternative* Layout Poster 59

Gambar 29 *Alternative* Layout *X-banner* 59

Gambar 30 *Alternative* Layout Kemasan.....60

Gambar 31 *Alternative* Layout Celemek.....60

Gambar 32 *Alternative Layout Feed* Instagram.....60

Gambar 33 *Alternative Layout Story* Instagram 61

Gambar 34 *Alternative* Logo 1 61

Gambar 35 *Alternative* Logo 2 61

Gambar 36 *Alternative* Logo 3 62

Gambar 37 Logo Terpilih (Logo 3) 63

Gambar 38 Alur penjelasan visual Logo 63

Gambar 39 Logo (Kotak Penjelasan) 64

Gambar 40 Logo *Grid System* (1) 65

Gambar 41 Logo *Grid System* (2) 65

Gambar 42 *Layout* Komprehensif GSM 66

Gambar 43 *Layout* Komprehensif Poster 67

Gambar 44 *Layout* Komprehensif *X-Banner* 68

Gambar 45 *Layout* Komprehensif Celemek 68

Gambar 46 Layout Komprehensif Kemasan Kecil 69

Gambar 47 Layout Komprehensif Kemasan Besar 69

Gambar 48 *Layout* Komprehensif *Feed* Instagram 70

Gambar 49 Layout Komprehensif *Story* Instagram 71

Gambar 50 Final *Graphic Standart Manual* 71

Gambar 51 Final Poster 72

Gambar 52 Final *X-Banner* 72

Gambar 53 Final Celemek 73

Gambar 54 Final *Design Packaging* 73

Gambar 55 Final *Design Social* Media Instagram 74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 80

Lampiran 2 83

Lampiran 3 86

Lampiran 4 89

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Identitas visual merupakan hal penting dalam membentuk karakter dari sebuah merek ataupun perusahaan, karena Identitas visual adalah kesan pertama yang akan tertinggal dalam benak audiens. Identitas visual sendiri terdiri dari beberapa komponen seperti logo, tipografi, palet warna, desain grafis, hingga elemen visual lainnya yang mampu menciptakan karakter agar mudah dikenali dan mudah diingat oleh audiens.

Identitas visual kini menjelma sebagai alat untuk membedakan sebuah merek dengan pesaingnya, ditengah pasar yang saat ini dipenuhi oleh produk dan layanan yang serupa, kita sering kali disuguhkan pada pilihan yang relatif banyak dan membingungkan. Dalam kondisi seperti ini, memiliki konsep Identitas visual yang kuat dan konsisten menjadi poin penting dalam mengarungi pasar yang kompetitif, karena efektivitas sebuah Identitas visual dapat diukur dari terciptanya kesan yang mendalam dan terbangunnya hubungan antara konsumen dengan merek.

Banyak jenis usaha yang tengah bersaing pada saat ini salah satunya adalah usaha makanan, usaha makanan sendiri saat ini terus berkembang pesat dan menjadi tren ditengah-tengah masyarakat dengan menawarkan keunikan dan kualitasnya masing-masing. Di Kabupaten Pesisir Selatan sendiri tepatnya di Kecamatan Batang Kapas Pasar Kuok terdapat sebuah usaha kue tradisional yang bernama *Pinukuik Etek* Enggi, Sesuai dengan namanya usaha ini adalah

milik seorang wanita lansia yang bernama Enggi, beliau memulai usaha ini pada Tahun 1989 dan masih berkembang hingga sekarang.

Pinukuik Etek Enggi merupakan usaha kue Tradisional yang memproduksi sekaligus menjual kue *Pinukuik*, *Pinukuik* adalah kue yang sekilas mirip dengan serabi, tapi di Minang orang-orang menyebut kue tersebut dengan istilah "*pinukuik*" yang artinya panekuk atau *pancake*, *pinukuik* ini bisa dikatakan serabinya orang Minang dan camilan khas orang Minang. Untuk saat ini usaha *Pinukuik Etek* Enggi masih tetap berkembang dengan pelanggan yang terus berdatangan, umumnya pelanggan adalah orang-orang yang bepergian dengan melalui jalan lintas Provinsi di Kabupaten Pesisir Selatan, karena tempat fisik *Pinukuik Etek* Enggi ini tepat ditepi jalan lintas.



Gambar 1. Plang *Pinukuik Etek* Enggi
(Sumber: *Instagram*)



Gambar 2. Logo pada kemasan *Pinukuik Etek* Enggi

(Sumber: Dokumentasi)



Gambar 3. Kemasan *Pinukuik Etek* Enggi 1

(Sumber: Dokumentasi)



Gambar 4. Kemasan *Pinukuik Etek* Enggi 2

(Sumber: Dokumentasi)

Merujuk dari keterangan narasumber dari usaha *Pinukuik Etek* Enggi yang juga dapat dilihat dari gambar 1, 2, dan 3 menyatakan dan memperlihatkan bahwa *Pinukuik Etek* Enggi belum memiliki identitas visual yang jelas dan konsisten yang dapat mewakili nilai dan karakter dari *Pinukuik Etek* Enggi itu sendiri, serta belum ada keterkaitan pengaplikasian visual dalam media promosinya. Tentu hal ini akan menjadi faktor yang menghalangi proses membangun citra dan *branding* ditengah-tengah masyarakat.



Gambar 5. Akun *Instagram Pinukuik Etek* Enggi
(Sumber: *Instagram*)

Salah satu akun media sosial milik *Pinukuik Etek* Enggi, yakni Instagram, menggunakan foto profil atau logo yang tidak konsisten dengan media promosi lainnya. Selain itu, tampilan *feed*-nya masih belum tertata dengan baik sehingga belum mampu merepresentasikan nilai dan karakter *Pinukuik Etek* Enggi secara optimal.

Pinukuik Etek Enggi sendiri sudah cukup populer dikalangan masyarakat Pesisir Selatan, bahkan *Pinukuik Etek* Enggi sudah pernah masuk Media TV, surat kabar dan portal berita lainnya. Menurut Ibu Enggi selaku pemilik usaha tiap tahun jumlah pembeli terus konsisten karena kue *Pinukuik* ini cocok untuk dijadikan oleh-oleh ketika hendak pulang kampung ataupun sebaliknya, terlebih lagi lokasi fisik dari usaha *Pinukuik Etek* Enggi ini tepat ditepi jalan lintas antar provinsi sehingga pembeli dari berbagai daerah mudah untuk singgah disana. Sangat disayangkan dengan potensi *Pinukuik Etek* Enggi yang dimiliki saat ini namun dari segi promosinya *Pinukuik Etek* Enggi masih belum bisa optimal dan mengikuti perkembangan yang ada saat ini seperti dengan memiliki identitas dan karakter tetap yang mewakili nilai dari *Pinukuik* Enggi sendiri. Menurut penulis dengan adanya Identitas dan karakter yang tetap akan lebih mendukung proses perkembangan dari *Pinukuik* Enggi.

Berdasarkan latar belakang di atas, pentingnya sebuah konsep atau visi, misi dan tujuan dari usaha *Pinukuik Etek* Enggi, mengingat potensi yang dimiliki saat ini dan akan mudah menambah *trust, proft,* dan *value* dari audiens atau pengunjung apabila didukung dengan adanya identitas visual yang tepat dan sesuai bagi *Pinukuik Etek* Enggi. *Pinukuik Etek* Enggi mampu menciptakan peluang serta keuntungan lebih besar, jika diimbangi dengan adanya profesionalisme media publikasi yang konsisten seperti identitas visual meliputi logo, warna, dan *pattern* untuk menunjukkan bahwa usaha *Pinukuik Etek* Enggi memiliki kredibilitas secara identitas yang dapat mewakili nilai dan karakternya sendiri.

Solusi yang diajukan oleh penulis untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan merancang identitas visual yang bertujuan untuk membantu memaksimalkan potensi yang ada, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan dapat membuka peluang untuk meraih keuntungan yang lebih besar. Semua ini dapat terwujud apabila adanya identitas visual yang sesuai dengan kebutuhan *Pinukuik Etek* Enggi dan dipadukan dengan profesionalisme dalam pemasaran dan komunikasi yang konsisten. *Pinukuik Etek* Enggi membutuhkan identitas visual dengan harapan akan lebih menunjukkan kredibilitas, kualitas, dan jati diri terhadap target audiens *Pinukuik Etek* Enggi. Selanjutnya solusi ini akan diimplementasikan melalui program kreatif pada media utama pedoman identitas visual dan pendukung yang dibutuhkan nantinya. Berdasarkan latar belakang ini, penulis terdorong untuk melakukan perancangan karya akhir identitas visual dengan judul **"Identitas Visual "Pinukuik Etek Enggi" di Kecamatan Batang Kapas".**

B. Identifikasi Masalah

Mengacu dari latar belakang di atas, penulis dapat mengidentifikasi masalah yang diurutkan sebagai berikut:

1. *Pinukuik Etek* Enggi belum memiliki identitas yang konsisten secara visual pada setiap pengaplikasian media promosinya
2. *Pinukuik Etek* Enggi juga belum memilki identitas visual yang mampu mewakili nilai dan karakter usaha

3. *Pinukuik Etek* Enggi masih belum optimal dalam memanfaatkan media dan platform yang ada, serta mengikuti perkembangan tren pemasaran modern, seperti media sosial, desain grafis, dan *branding*.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, perancangan ini dibatasi pada perancangan identitas visual dari *Pinukuik Etek* Enggi yang terkelola dan konsisten pada setiap media promosi serta mampu merepresentasikan nilai dan karakter usaha secara menyeluruh.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, rumusan masalah yang tepat yaitu bagaimana merancang identitas visual dari *Pinukuik Etek* Enggi yang terkelola dan konsisten pada setiap media promosi serta mampu merepresentasikan nilai dan karakter usaha secara menyeluruh.

E. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini yaitu untuk mendapatkan dampak sebagai berikut :

1. Membangun citra yang profesional dengan penggunaan elemen-elemen desain yang tepat, seperti logo, warna, tipografi, dan pola yang sesuai dengan karakter *Pinukuik Etek* Enggi, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan kredibilitas produk.

2. Menghasilkan identitas visual yang mencerminkan nilai dan karakter dari *Pinukuik Etek* Enggi*,* yang dapat membedakan usaha ini dari kompetitor lain dan memperkuat pengenalan merek dimata konsumen.
3. Menghasilkan elemen visual dan desain grafis yang dapat mendukung profesionalisme dalam promosi dan publikasi *Pinukuik Etek* Enggi*,*

F. Orisinalitas

Menciptakan sebuah karya yang menarik dan unik terhadap perancangan ini. Penulis akan menyelesaikan rumusan masalah yang dimiliki oleh *Pinukuik Etek* Enggi berdasarkan identitas visual, dengan menerapkan orisinalitas dimana karya ini belum pernah dirancang, digunakan, ataupun dipamerkan sebelumnya.

BAB V
KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan

Sesuai dengan permasalahan yang sudah diidentifikasi sebelumnya bahwa, *Pinukuik Etek* Enggi belum memiliki identitas yang konsisten secara visual pada setiap pengaplikasian media promosinya, selanjutnya juga ditemukan permasalahan yakni *Pinukuik Etek* Enggi belum memilki identitas visual yang mampu mewakili nilai dan karakter usaha mereka. Kenyataannya, identitas visual memainkan peran penting sebagai representasi pertama dari sebuah *brand*, juga berfungsi layaknya wajah yang pertama kali dilihat oleh audiens. Melalui elemen-elemen visual yang disajikan seperti logo, warna, dan tipografi, *brand* dapat menciptakan impresi awal yang kuat sekaligus membentuk memori yang lebih mudah diingat oleh khalayak.

Akhirnya, perancang melakukan perancangan kembali identitas visual *Pinukuik Etek* Enggi yang merujuk dan sesuai dengan jati diri, visi, dan misi dari *Pinukuik Etek* Enggi itu sendiri melalui data-data yang perancang dapatkan dari sumber yang terkait. Tentunya, perancang mengacu pada langkah-langkah sistematis yang berlandaskan prinsip identitas visual yang tepat serta menerapkan metode *Design Thinking* dalam keseluruhan proses perancangan. Selain itu, keberadaan media utama berupa *Graphic Standard Manual* berfungsi sebagai panduan dalam menjelaskan makna logo, penggunaan elemen visual, hingga aturan

penerapannya. Dengan adanya panduan ini, identitas visual *Pinukuik Etek* Enggi diharapkan dapat dikelola secara konsisten dan terjaga keutuhannya di berbagai media.

B. Saran

Perancangan identitas visual hanyalah salah satu bagian kecil dari proses pengembangan sebuah usaha. Visi, misi, kinerja, dan nilai-nilai yang dijalankan tetap menjadi fondasi utama dalam mendorong pertumbuhan dan peningkatan kualitas perusahaan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan keuntungan. Dalam konteks UMKM *Pinukuik Etek* Enggi produsen kue tradisional Minang yang dikenal oleh banyak orang, terutama di wilayah Pesisir Selatan identitas visual yang kuat memang penting. Namun, untuk benar-benar meningkatkan kualitas UMKM secara menyeluruh, tidak cukup hanya mengandalkan aspek visual. Diperlukan upaya berkelanjutan untuk memperkuat nilai, kinerja, dan daya saing usaha agar mampu berkembang lebih baik dari kondisi sebelumnya.

DAFTAR RUJUKAN

1. Tim Penulis. Elemen visual dalam perancangan brand identity. Inside Journal. 2024;15(2):23-45.

2. Media. Pentingnya peran logo dalam membangun brand. Humaniora. 2013;4(1):191-202.

3. Hadi A, Pratama MA. Analisis asosiasi warna kultural dalam tekstil dan kuliner tradisional di Pulau Jawa. Jurnal Seni dan Desain. 2020;12(3):112-120.

4. Hadi A, Pratama MA. Analisis asosiasi warna kultural dalam tekstil dan kuliner tradisional di Pulau Jawa. Jurnal Seni dan Desain. 2020;12(3):112-120.

5. Wijaya PY. Tipografi dalam desain komunikasi visual. Jurnal Desain Komunikasi Visual. 2020;7(1):47-54.

6. Wijaya PY. Tipografi dalam desain komunikasi visual. Jurnal Desain Komunikasi Visual. 2020;7(1):47-54.

7. Wijaya PY. Tipografi dalam desain komunikasi visual. Jurnal Desain Komunikasi Visual. 2020;7(1):47-54.

8. Kembaren YA, Kartono G, Mesra M. Analisis karya poster berdasarkan unity, layout, tipografi, dan warna. Gorga: Jurnal Seni Rupa. 2020;9(1):121-126.

9. Kotler P, Keller KL. Marketing management. 13th ed. Pearson Education; 2009.

10. Aaker DA. Building strong brands. Free Press; 2011.

11. Varlina V, Maulini C. Analisis Representasi dan Budaya Visual Logo Haus! Terhadap Brand Attractiveness di Kalangan Anak Muda. GESTALT: Jurnal Desain Komunikasi Visual. 2020;5(1):15-24.

12. Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society*. HarperBusiness.

13. Arikunto S. Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik. Edisi revisi. Rineka Cipta; 2010.