

WARNARUPA

Journal Of Visual Communication Design

WARNARUPA

Vol. 2

No. 1

Page 1 - 95

April 2021



p-ISSN 2745-5807
e-ISSN 2747-0288

Published by
PARINKRAF
Universitas Muhammadiyah Tangerang



WARNARUPA

(Journal of Visual Communication Design)

Daftar Isi (Table Of Content)

Perancangan Video Dokumenter Sinematik Terhadap Perpaduan Kesenian Tradisional dan Kontemporer Pada Candi Borobudur Rifki Risandhy, Wirawan Pandu Wicaksana	1 - 20
Perancangan Bukti Pop Up Mengenai Batik Kawung Sebagai Media Pembelajaran Untuk Anak-Anak Di Kawasan Tangerang Moh. Ali Wisudawan Prakasa dan Siti Nur Nadiyah Ekasari	21 - 37
Perancangan Brand Identity Ekskul Futsal Theepasta SMPN 3 Pasar Kemis Sebagai Upaya Peningkatan Minat Bakat Dewi Intan Kurnia dan Irfan Fauzi	38 - 56
Perancangan Brand Identity Usaha Steam Alfin Wash Rifki Risandhy dan Silmy Nabilah	57 - 76
Perancangan Video Company Profile Berbasis Motion Graphic Sebagai Media Promosi Pada Kopi Nalar di Jakarta Selatan Heri Wijayanto dan Furqon Muzaini	77 - 95



WARNARUPA

Journal of Visual Communication Design

Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif

<https://jurnal.umt.ac.id/index.php/WARNARUPA>

PERANCANGAN BRAND IDENTITY USAHA STEAM ALFIN WASH

Rifki Risandhy¹, Silmy Nabilah²

Prodi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Pariwisata dan Industri Kreatif

Universitas Muhammadiyah Tangerang

rifkirisandhy@gmail.com¹, Silmynabilah12@gmail.com²

Abstract

This study aims to design a logo that matches Alfin Wash's image so that it is easily remembered by consumers, and design stationery to increase the selling power of Alfin Wash products. This design produces a brand identity design in the form of a logo which is applied to dress code, stationery: business cards, note books, stamps, footwear paper then applied to supporting media in the form of banners, X banners and flyers. The results of the logo redesign are implemented in the form of GSM (Graphic Standard Manual). Brand identity that is designed using blue, brown and green colors creates a relaxed fresh and natural impression. The color used in each color design matches the Alfin Wash logo.

Keywords: Design; Brand Identity; Logos; Promotion Media

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk merancang logo yang sesuai dengan image Alfin Wash agar mudah diingat oleh konsumen, dan merancang stationery untuk meningkatkan daya jual produk Alfin Wash. Desain ini menghasilkan desain brand identity berupa logo yang diaplikasikan pada dress code, stationery: kartu nama, buku nota, stempel, kertas alas kaki kemudian diaplikasikan pada media pendukung berupa banner, X banner, dan flyer. Hasil perancangan redesign logo diimplementasikan berupa GSM (Graphic Standart Manual). Brand identity yang didesain dengan menggunakan warna biru, coklat dan hijau menciptakan kesan segar dan natural yang santai. Warna yang digunakan pada setiap desain warna yang sesuai dengan logo Alfin Wash.

Kata kunci: Desain; Brand Identity; Logo; Media Promosi

Pendahuluan

Identitas visual merupakan aset yang sangat penting bagi sebuah entitas, antara lain sebagai tanda kepemilikan, jaminan kualitas, mencegah peniruan atau pembajakan Selain menjadi bagian dari properti legal sebuah entitas, identitas visual juga berfungsi sebagai sarana identifikasi, diferensiasi, komunikasi, marketing dan sarana branding (Sayatman, Mardiono, dan Noordyanto, 2021).

Semakin *brand* yang dimiliki terlihat relevan di mata para konsumen, maka akan semakin penasaran pula mereka untuk mencoba produk atau layanan yang ditawarkan. Misalnya, *brand identity* dan persona yang akan ditampilkan adalah jasa cuci mobil dan motor yang relevan dengan karakter target konsumen seperti pekerja kantoran dan mahasiswa. Maka, Alfin Wash dalam objek penelitian ini harus menggambarkan produk jasa cuci mobil dan motor sebagai produk yang harganya terjangkau, dengan layanan cuci mobil yang menyeluruh dan detail yang menunjukkan bahwa seolah-olah layanan cuci mobil dan motor yang kita tawarkan adalah merupakan solusi dari masalah mereka tersebut.

Peran Desain Komunikasi Visual (DKV) dapat menunjang penjualan berbasis bisnis online maupun secara offline, hal ini dapat diaplikasikan pula pada usaha steam mobil dan motor. Menurut penelitian, visual diproses 60.000 kali lebih cepat dari teks. Dan 65% populasi dikategorikan sebagai ‘pembelajar visual’. Visual/grafik yang kuat dapat langsung mengkomunikasikan pesan, perasaan, emosi, dan nilai – terkadang secepat satu detik.

Perlunya Desain Komunikasi Visual pada Alfin Wash, karena kondisi saat ini Alfin Wash termasuk usaha layanan steam mobil dan motor yang lokasinya strategis berada di jalan raya Daan Mogot dengan tingkat mobilisasi kendaraan sangat tinggi, selain itu keberadaan kompetitor sangat jarang berada di sepanjang Daan Mogot dan usaha seteam ini adalah usaha keluarga penulis sehingga penulis juga ingin mengembangkan usaha tersebut, Saat ini usaha Alfin Wash sepi dari para konsumen, dalam satu bulan jumlah pengunjung tergolong sedikit.

Jumlah kendaraan yang berkunjung masih tergolong rendah, rata-rata perbulan paling tinggi oleh kendaraan mobil berada dibulan agustus dan september, namun hal tersebut tergolong sedikit jika dirata-ratakan perharinya. Oleh sebab itu, hal tersebut mendorong penulis untuk mengidentifikasi faktor yang berdampak pada usaha steam mobil dan motor di Alfin Wash.

Dengan perancangan *brand identity* meliputi pembuatan *logo*, dan *stationery design* agar mudah diingat oleh konsumennya dan menjadi daya tarik produk dari Alfin Wash dan menjadi ciri khas dibanding kompetitor lainnya.

Tinjauan Pustaka

Desain komunikasi visual salah satu bagian dari seni terapan yang mempelajari tentang perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi komunikasi visual. Perjalanan kreativitasnya diawali dari menemukan permasalahan komunikasi visual, mencari data verbal, dan visual, menyusun konsep kreatif yang berlandaskan pada karakteristik target sasaran,

sampai dengan penentuan visualisasi final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi verbal-visual yang fungsional, persuasif, artistik, estetik, estetis, dan komunikatif.

Tujuan desain komunikasi visual antara lain: identifikasi (mengarahkan pada pengenalan identitas), informasi (memberikan pengetahuan baru), promosi (provokasi/hasutan), persuasif, propaganda (berhubungan dengan pencitraan) (Widya, 2016).

Desain komunikasi visual biasanya diasosiasikan dengan seni rupa, simbol, fotografi, tipografi lukisan, desain grafis, ilustrasi, dan lain-lain. Konsep komunikasi visual adalah memadukan unsur-unsur desain grafis seperti kreatifitas, estetika, efisiensi, dan komunikatif untuk menciptakan suatu media yang dapat menarik perhatian, juga menciptakan media komunikasi yang efektif agar dapat diapresiasi oleh komunikan atau orang lain.

Merek memegang peranan sangat penting, salah satunya adalah menjembatani harapan konsumen pada saat kita menjanjikan sesuatu kepada konsumen. Dengan demikian dapat diketahui adanya ikatan emosional yang tercipta antara konsumen dengan perusahaan penghasil produk melalui merek. Pesaing bisa saja menawarkan produk yang mirip, tapi mereka tidak mungkin menawarkan emosional yang sama.

Identitas merek adalah seperangkat asosiasi merek yang unik identitas merek adalah seperangkat asosiasi merek yang unik yang diciptakan oleh para penyusun strategi merek. Asosiasi-asosiasi ini mencerminkan kedudukan suatu merek dan merupakan suatu janji kepada pelanggan dari anggota organisasi. Identitas merek akan membantu kemantapan hubungan diantara merek dan pelanggan melalui proposisi nilai yang melibatkan manfaat fungsional, manfaat emosional atau ekspresi diri. (Kotler, 2009)

Logo dibuat bukan sekedar merek dagang atau simbol perusahaan, melainkan harus mau merepresentasikan korporasi dan mampu memberikan kepercayaan dalam tempo sesingkat mungkin. Logo harus mudah diingat, mengesankan, berciri khas, dan tidak terlalu rumit.

Sebuah logo diperoleh maknanya dari suatu kualitas yang disimbolkan, melalui *corporate culture*, *positioning*, historis atau aspirasi. Apa yang diartikan atau dimaksudkan adalah lebih penting daripada seperti apa rupanya. Penekanannya pada makna diluar atau dibalik wujud logo itu (Rustan, 2017). (Supriyono, 2010).

Agar menarik perhatian (*eye-catching*), kita perlu memahami elemen/komponen dalam desain grafis, seperti (Widya, 2016):

1. Garis (*Line*)

Garis didefinisikan sebagai gabungan dari beberapa titik yang tersusun membujur. Garis-garis dalam *software* grafis komputer biasanya disebut *outline* (*Coreldraw*), *contour*, atau *stroke* (*Adobe Photoshop*). Setiap baris menghasilkan kesan/persepsi psikologisnya sendiri. Misalnya, garis yang membentuk huruf "S" cenderung memberikan perasaan lembut, halus, dan anggun. Daripada garis yang membentuk huruf "Z", lebih terlihat kaku.

Garis yang akan penulis gunakan pada konsep perancangan kali ini dengan menggabungkan garis lengkung dengan garis lurus agar berkesan smooth dan kuat. Hasil yang akan diciptakan akan menghasilkan suatu garis yang terlihat clean dan juga modern minimalis.

2. Bentuk (*Shape*)

Bentuk adalah segala sesuatu mengenai diameter tinggi dan lebar. Ada bentuk dua dimensi (*dwimatra*) dan tiga dimensi (*trimatra*). Bentuk dasar yang dikenal orang adalah persegi (*rectangle*), lingkaran (*circle*) dan segitiga (*triangle*).

Bentuk yang akan direalisasikan penulis merupakan bentuk yang mengambil ide dari sebuah mobil namun dibuat secara sederhana.

3. Warna

Menurut "*Pantone Color Communication Guide*" *Leatrice Eismen*, warna adalah cara ampuh untuk menyampaikan informasi dan tujuan. Warna salah satu bagian dari proses dalam menyempurnakan identitas, warna bekerja dengan segala makna, simbol, dan konsep pemikiran yang mujarad. Warna menjelaskan fantasi, waktu, tempat, dan menghasilkan keindahan emosional.

Penulis memutuskan untuk menggunakan warna biru dan turunan warna biru lainnya agar dapat menyesuaikan dengan usaha steam dan juga atas permintaan klien.

4. Ilustrasi / Gambar

Menurut Michael Bernie, umumnya ilustrasi berguna untuk periklanan karena elevasi dan dimensi tambahannya. Ilustrasi digunakan untuk memamerkan produk, menciptakan suasana, membuat orang tertarik pada iklan, dan membiarkan mereka membaca.

Penggambaran ilustrasi logo penulis menggunakan inspirasi dari kendaraan mobil dan juga air agar dapat melambangkan usaha steam Alfin Wash.

5. Huruf / Tipografi

Tipografi adalah ilmu memilih dan menyusun huruf dengan mengatur beberapa huruf pada ruang yang tersedia untuk memberikan efek kesan tertentu, sehingga membantu pembaca untuk membaca nyaman mungkin.

Pemilihan font juga diseleksi dengan seksama agar tidak melenceng dengan konsep awal yaitu modern minimalist. Penulis memutuskan memilih font “Sunday Vibes” yang memberikan kesan santai bertemakan pantai namun tidak menghilangkan kesan modern pada konsep awal.

6. Ruang (*Space*)

Dengan adanya ruang, seseorang bisa merasakan tinggi-rendah, panjangpendek, kosong-padat, besar-kecil, dll. Ukuran ini relatif, dan ukuran ini muncul karena perbandingan. Ruang adalah jarak antara satu bentuk dengan bentuk lainnya, dan dapat digunakan sebagai elemen dalam praktik desain untuk memberikan efek estetika desain. Pengenalan ruang dibagi menjadi dua unsur dalam bentuk fisiknya, yaitu objek (grafik) dan latar (*background*).

7. *Layout*

Layout dapat digambarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain ke dalam suatu area tertentu dalam suatu media untuk mendorong gambaran atau informasi yang dibawanya.

Layout merupakan salah satu tahapan kerja dalam proses desain. Dapat dikatakan bahwa desain adalah arsitek, dan tata letak adalah pekerjanya. Akan tetapi pengertian tata letak dalam

proses perkembangannya sudah sangat luas dan terintegrasi dengan pengertian desain itu sendiri, sehingga banyak yang mengatakan bahwa tata letak dan desain adalah sama.

Layout yang penulis akan gunakan beberapa untuk contoh konsep seperti axial layout atau frame layout. Agar konsumen bisa tetap membaca informasi yang terdapat dalam banner atau flyer yang akan dijadikan media pemasaran.

Pada pembuatan logo harus mengikuti prinsip desain logo yang harus memiliki kekuatan atau kelebihan sebagai berikut :

- a. Menarik perhatian dan memberikan kesan yang mendalam, tampak unik, merefleksikan perusahaan / organisasi.
- b. Ekonomis, biaya reproduksi tidak mahal. Semakin detail dan banyak warna logo akan semakin sulit direproduksi dan biayanya semakin mahal.
- c. Scalable, image logo tetap menarik dan efektif, baik dalam ukuran raksasa (billboard) maupun ukuran kecil.
- d. Tampak beda dengan perusahaan lain yang sejenis. Desainer perlu memperhatikan kompetitor, logo harus mampu bersaing.
- e. Mengikuti anjuran klasik : KISS – *Keep it simple, stupid* (Supriyono, 2010).

Metodologi

Perancangan ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif merupakan tata cara riset yang digunakan prosedur penelitian untuk menciptakan data deskriptif yang tercatat secara detil. Metode kualitatif digunakan sebagai pengolah data yang terdapat pada perancangan berupa logo pada tahap perancangan konsep desain dilakukan eksperimen dengan pendekatan metode desain visual *branding*. perancangan *brand identity* dilakukan pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan secara deskriptif sesuai dengan apa yang ada di lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Tujuan desain komunikasi visual antara lain: identifikasi (mengarahkan pada pengenalan identitas), informasi (memberikan pengetahuan baru), promosi (provokasi/hasutan), persuasif, propaganda (berhubungan dengan pencitraan) (Sasa Djuarsa Sendjaja, 2014).

Agar menarik perhatian (*eye-catching*), kita perlu memahami elemen/komponen dalam desain grafis, seperti (Widya, 2016):

1. Garis (*Line*)
2. Bentuk (*Shape*)
3. Warna
4. Huruf / Tipografi
5. Ruang (*Space*)
6. *Layout*

Perancangan *Brand Identity*

Alur proses kreatif visual dalam perancangan *brand identity* adalah sebagai berikut:

1. *Brain Storming*

Brain Storming yaitu mencari dan mengumpulkan ide berdasarkan konsep yang ada dengan bantuan referensi media online yang telah ada.



Gambar 2

MoodBoard

2. **Objek Logo**

Perancangan logo diambil dari 2 elemen atau objek yang identik dengan produk untuk diterapkan. Objek pertama adalah motor dan mobil yang merupakan objek yang menerima services. Objek yang kedua adalah pohon kelapa. Pada tahap pemilihan objek ini akan dilakukan penjabaran secara *definitive*, aspek yang dijabarkan adalah simpel, dan mudah diingat. Dalam perancangan logo yang menjadi ciri khas dari Alfin Wash adalah cuci mobil sebagai layanan basic yang ditawarkan.

3. **Jenis Tifografi**

Pemilihan jenis tifografi pada logo menggunakan jenis karakter *font Sunday Vibes* yang dipilih berdasarkan pertimbangan mudah dibaca dan yang menyesuaikan dengan tema pantai. Jenis font ini berkesan tebal dan kuat namun tetap terlihat kelenturannya sehingga memberi kesan tegas namun santai.

ALFIN WASH

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r
s t u v w x y z

Gambar 3

Jenis Font Logo *Sunday Vibes*

Sedangkan untuk slogan perusahaan menggunakan font *Adelica Brush* yang memberi kesan sambung tiap huruf yang melambangkan keseriusan dan komitmen dalam pelayanan yang diberikan.

Bersih Mengkilap

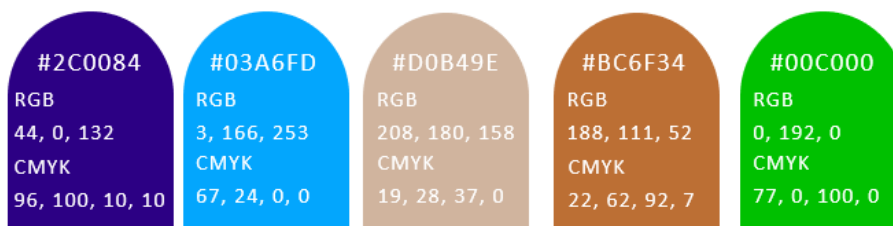
A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q
r s t u v w x y z

Gambar 4

Jenis Font Slogan Perusahaan *Adelica Brush*

4. Pemilihan Warna

Warna merupakan unsur yang paling penting dan dibutuhkan di dalam perancangan *brand identity* suatu perusahaan dan memiliki peran penting untuk menggambarkan perusahaan sendiri. Warna yang dapat mempengaruhi psikis konsumen, yaitu warna cerah seperti biru, aqua (*cyan*), hijau, coklat mengadopsi sesuai dengan produk Alfin Wash. Naumn warna yang sering digunakan adalah warna biru untuk kesan kesegaran.



Gambar 5

Warna yang Digunakan pada Brand Identity

5. Sketsa

Pengembangan ide bentuk logo, setelah mendapat hasil objek yang diinginkan dalam perancangan *brand identity* Alfin Wash, langkah selanjutnya adalah membuat sketsa kasar. Sketsa ini akan dibuatkan beberapa pilihan yang nantinya akan dikembangkan menjadi sebuah logo yang mampu menyampaikan pesan yang diinginkan sesuai dengan citra perusahaan tersebut.

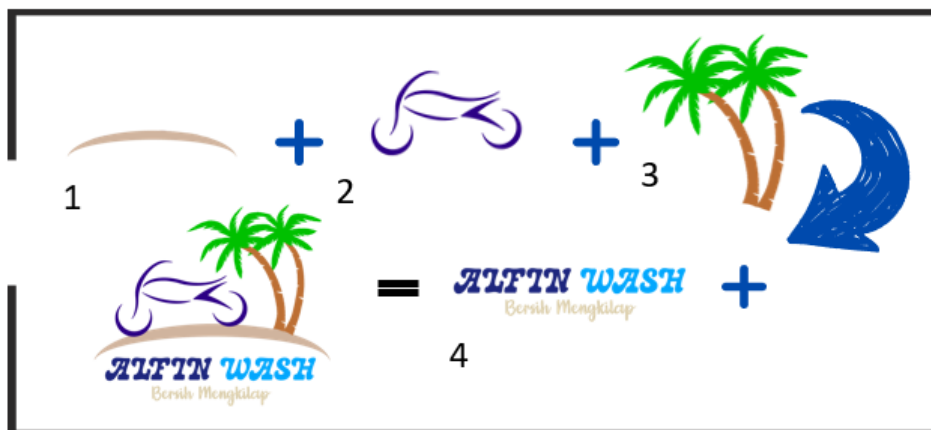


Gambar 6

Sketsa Kasar Logo Alfin Wash

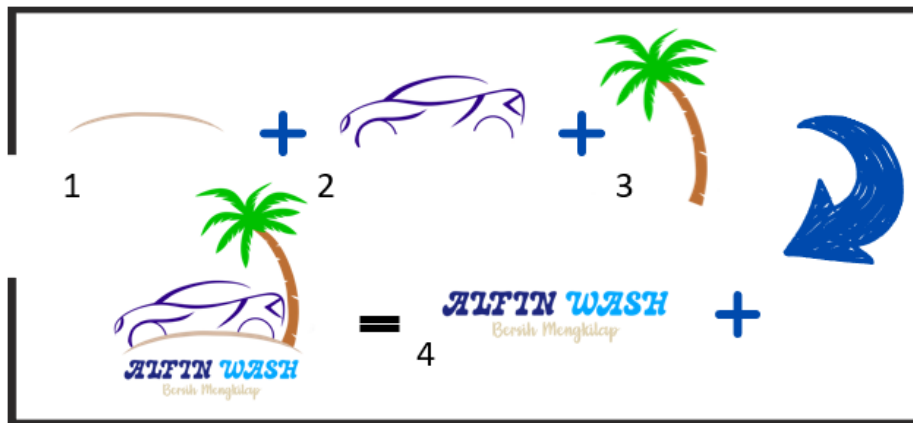
6. Desain Logo

Tahapan perancangan logo dimulai dari membuat sebuah garis lengkung sebagai dasar atau bagian bawah pada logo. Lalu proses selanjutnya merancang ilustrasi siluet kendaraan sepeda motor dan mobil sebagai lambang dari cabang usaha Alfin Wash.



Gambar 7

Logo Steam Motor



Gambar 8

Logo Steam Mobil

Perancangan *Brand Identity*

Berdasarkan dari beberapa tahapan proses sketsa yang telah dilakukan sebelumnya, dan desain akhir logo Alfin Wash yang mana desain tersebut nantinya akan dimuat dalam panduan *graphic standard manual*. Selain itu logo tersebut akan diimplementasikan ke berbagai media yang sudah ditentukan untuk menggambarkan identitas yang dimiliki Alfin Wash.

Dalam *Graphic Standard Manual* yang telah dirancang berisikan beberapa konten sebagai berikut (*Graphic Standard Manual* terlampir):

1. Pendahuluan
2. Profil Perusahaan
3. Kosep Logo
4. Desain Logo
5. Layout Logo
6. Media Aplikasi

Mind Mapping

Analisi kebutuhan berupa analisis SWOT bertujuan untuk merumuskan konsep perancangan yang tepat dan untuk mengetahui media apa saja yang dibutuhkan dalam meningkatkan citra dari Alfin Wash. Menurut Kotler dan Keller analisis SWOT adalah keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Kotler, 2009). Analisis SWOT (*StrengthsWeakness-Opportunities-Threats*) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan

dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2018). Analisis SWOT tersebut meliputi analisis kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) serta ancaman (*threats*).

Tabel 1

Tabel SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
	Peluang (<i>Opportunities</i>)	OS 1. Perancangan logo yang berfungsi sebagai identitas dari Alfin Wash sehingga mampu meningkatkan citranya 2. Merancang <i>stationery</i> sebagai salah satu media pengaplikasian logo
Ancaman (<i>Threats</i>)	TS 1. Merancang logo yang nantinya berfungsi untuk lebih meningkatkan daya citra Alfin Wash dimata konsumen 2. Merancang <i>banner, X-banner, flyer dan stationery</i> seperti kartu nama, Buku nota , stempel dan dress code untuk dijadikan media yang memiliki tujuan untuk memperkenalkan produk Alfin Wash pada konsumen	TW 1. Merancang identitas yang akan diterapkan logo yang pada media-media pendukung yang dibutuhkan agar dapat menjadi ciri khas dari Alfin Wash 2. Melakukan promosi -promosi secara langsung kepada konsumen dengan menggunakan media pendukung yang telah disiapkan dengan tujuan untuk memasarkan produk

Sumber: Penulis, Peneltian 2023

Berdasarkan analisis SWOT di atas, dapat disimpulkan konsep perancangan *brand identity* Alfin Wash untuk meningkatkan daya jual produk sehingga nantinya konsumen mampu membedakan produk dari Alfin Wash dengan *brand* lainnya. Penerapan identitas Alfin Wash pada beberapa media yang telah ditentukan seperti *stationery*, dan *dress code*, juga menjadi sebuah pertimbangan. *Stationery* membantu meningkatkan citra dari Alfin Wash dalam

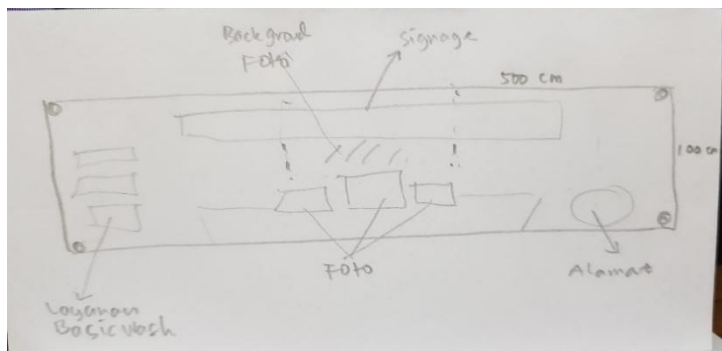
menjalin hubungan dengan berbagai pihak secara resmi. *Dress code* atau seragam membantu dalam menunjukkan identitas dari Alfin Wash, selain itu hal tersebut menjadi bentuk profesionalitas perusahaan. Beberapa media pendukung seperti banner, x-banner, flayer dan kartu nama digunakan untuk membantu dalam proses promosi dari Alfin Wash kepada konsumen. Yang menjadi masalah dan perlu dikembangkan dalam proyek studi kali ini ialah bagaimana merancang sebuah *brand identity* yang tepat sehingga mampu meningkatkan citra dari Alfin Wash. Keberadaan *Brand Identity* akan membuat Alfin Wash memiliki identitas yang jelas, lebih mudah dikenali dan diharapkan mampu meningkatkan jumlah customer. Hal inilah yang menjadi acuan dalam pembuatan Skripsi dengan project melakukan perancangan *Brand Identity* Alfin Wash.

Media Originalitas

Media yang akan digunakan dalam perancangan terbagi menjadi dua yaitu media utama dan media pendukung diaman media utama merupakan identitas visual yang berupa logo Alfin Wash, dan *stationery* seperti kartu nama, buku nota, stampel, dan selebaran untuk karpet pijakan kaki, serta *dress code*, sedangkan media pendukungnya berupa implementasi desain Banner, X-banner, dan Flayer.

1. Banner

Banner dibuat atau didesain dengan bantuan aplikasi Canva sebagai perancangan awal dan jika sudah fix akan dibuat dengan menggunakan photoshop agar lebih rapih, banner akan dibuat dengan sederhana namun menarik. Banner digunakan untuk mempublikasikan produk atau layanan di Alfin Wash, dengan tampilan menggunakan warna dan gambar yang menarik dan relevan dengan kondisi yang aktual. Informasi yang disampaikan mengenai produk sangat simpel dan sederhana tidak terlalu banyak tulisan, namun dapat mempengaruhi audien. Banner akan dicetak dengan ukuran 500cm x 100cm.



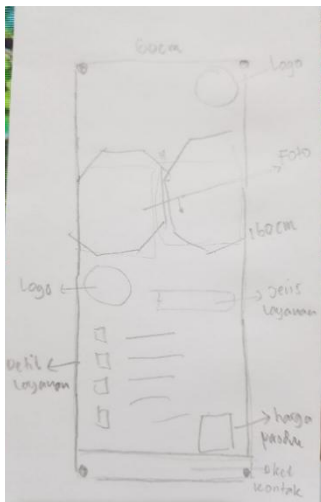
Gambar 9

Sketsa Kasar Banner Alfin Wash

2. X banner

Media informasi ini berbentuk lembaran banner dengan konstruksi penyangga di belakangnya yang menyilang menampilkan seperti huruf "X" agar banner tersebut bisa berdiri. X banner tidak memiliki ukuran besar, sehingga untuk memaksimalkan, akan pilihlah kalimat yang menarik tetapi juga simpel dan tidak terlalu panjang yang akan berisikan tentang produk atau layanan Alfin Wash.

Mendesain banner menggunakan metode AIDA yaitu *attention*, *interest*, *desire*, dan *action*. *Attention* artinya x-banner yang dibuat harus menarik. *Interest* maksudnya ketertarikan konsumen karena desain x-banner yang menarik. Sedangkan *desire* artinya melalui x-banner yang dibuat, pembaca akan tertarik dan berminat dengan produk atau layanan Alfin Wash tawarkan. Media output yang akan digunakan berukuran 60cm x 160cm yang menginput informasi singkat tentang layanan produk yang ditawarkan.



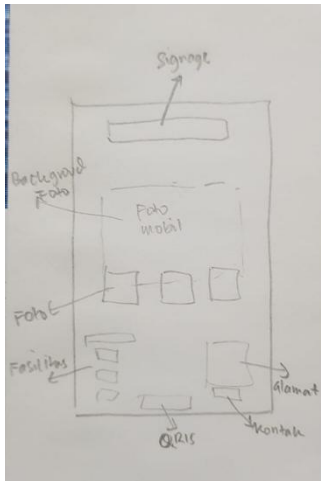
Gambar10

Sketsa Kasar X Banner Alfin Wash

3. Flayer

Flayer dibuat dengan menggunakan aplikasi yang sangat populer untuk desain adalah Canva sebagai pembentukan konsep awal dan akan dilanjutkan dengan photoshop.

Desain brosur dibuat semenarik mungkin dengan ditambahkan ilustrasi, gambar, dan elemen lainnya agar menarik perhatian. Bentuk brosur dicetak dalam kertas A5 yang berinfokan mengenai harga untuk fasilitas atau pelayanan yang akan diberikan untuk memikat konsumen.

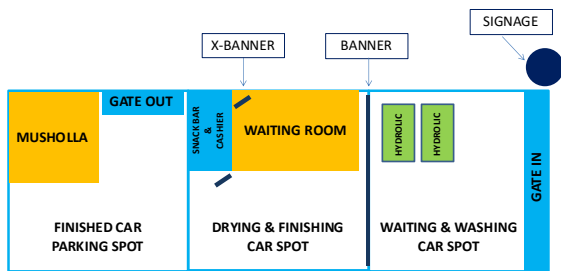


Gambar 11
Sketsa Kasar Flayer Alfin Wash

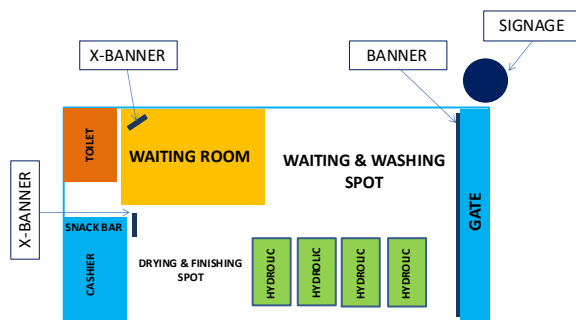
Setiap media atau atribut yang dibuat akan ditempatkan pada bagian atau ruang tertentu di tempat Alfin Wash. Rencana penempatan setiap atribut dapat di ilustrasikan pada layout sebagai berikut:

LAYOUT TEMPAT PELETAKKAN ATRIBUT "ALFIN WASH"

CAR WASH



MOTORCYCLE WASH



Gambar 12
Layout Tempat Peletakan Atribut Alfin Wash

Hasil Karya

1. Logo Alfin wash

Berikut adalah hasil penciptaan logo Alfin Wash



Gambar 13

Logo Steam Motor



Gambar 14

Logo Steam Mobil

2. Banner

Berikut adalah hasil desain banner Alfin Wash.



Gambar15

Banner Alfin Wash

3. X Banner

Berikut adalah hasil desain C banner yang dibuat untuk usaha Alfin Wash.



Gambar 16

X Banner Alfin Wash

4. Flyer

Berikut adalah hasil pendesainan flyer Alfian Wash

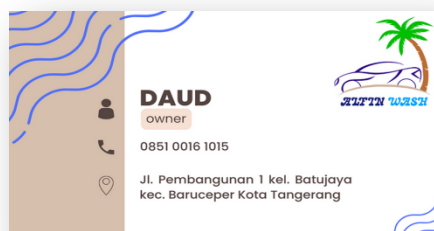


Gambar 17

X Banner Alfin Wash

4. Kartu Nama

Berikut adalah desain kartu nama untuk Alfian Wash :



Gambar 18

Kartu Nama Alfin Wash

5. Buku Nota

Berikut adalah desain buku nota alfin wash yang akan dibuat dengan ukuran 10,5cm x 16,25cm

:



Gambar 19

Buku nota Alfin Wash

6. Stempel

Berikut adalah desain stempel Alfin Wash yang akan dibuat dengan diameter 4,2cm:



Gambar 20

Stempel Alfin Wash

7. Kertas Alas Kaki

Berikut adalah desain kertas alas kaki alfin wash dengan ukuran 40cm x 45cm:



Gambar 21

Selebaran Alas Kaki Alfin Wash

8. Dress Code (Kaos)

Berikut ini adalah hasil desain kaos atau dress code yang akan dibuat dengan ukuran L dan XL:



Gambar 22

Dress Code Alfin Wash Kesimpulan

Pembuatan rancangan *brand identity* Alfin Wash mampu mencerminkan citra dan karakter perusahaan, perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan daya jual produk Alfin Wash. Desain ini menghasilkan desain *brand identity* berupa logo yang akan diaplikasikan pada *dress code*, *stationery* berupa kartu nama, buku nota, stempel, kertas alas kaki kemudian diaplikasikan pada media pendukung berupa banner, X banner, dan flayer.

Perancangan brand identity dibuat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Alfin Wash butuh identitas yang bisa menggambarkan citra perusahaan dengan harapan konsumen mengenali ciri khas Alfin Wash.
2. Perancangan *brand identity* ini merupakan bentuk memperkenalkan keberadaan merek Alfin Wash kepada konsumen luas di Kota Tangerang maupun luar Kota Tangerang yang melintas di daerah Batuceper Kota Tangerang.
3. Perancangan *brand identity* ini bertujuan untuk meningkatkan daya jual produk Alfin Wash yang ditawarkan sehingga semakin dikenal oleh konsumen. Dan dengan desainer *brand identity* ditempatkan di rilis media yang tepat, Alfin Wash akan menjadi lebih terkenal.

Dalam mendesain *brand identity*, Alfin Wash memiliki ciri khas secara garis besar adalah merancang *brand identity* sebagai identitas Alfin Wash yang diterapkan pada setiap media yang sesuai seperti dress code, packaging, merchandise dan media release. *Brand identity* yang didesain dengan menggunakan warna biru ini bertujuan untuk menciptakan kesan segar dan bersih namun elegan. Begitu juga dengan warna yang digunakan pada setiap desain menggunakan warna yang sesuai dengan logo Alfin Wash.

Dalam proses pemasangan *brand identity* ini, peneliti juga menemui kendala, misalnya bagaimana menentukan media yang tepat sebagai aplikasi identitas Alfin Wash dan bagaimana

cara mengambil foto dari produk yang ditawarkan. Untuk mengatasi kendala yang dihadapi penulis, ia melakukan observasi langsung ke pihak Alfin Wash.

Berdasarkan hasil perancangan *brand identity* mengenai Alfin Wash sebagai upaya menarik minat konsumen dan meningkatkan daya jual produk, ada beberapa saran yang dapat diberikan untuk perancangan *brand identity* yaitu:

1. Diharapkan rancangan ini dapat diimplementasikan di masa mendatang dan diterapkan dalam dunia kerja. Tidak hanya tentang identitas perusahaan, tetapi juga membahas media promosi lainnya.
2. Selain itu, desain ini juga dapat dijadikan portofolio dalam menjalin kerjasama dengan instansi atau perusahaan lain. Dengan demikian diharapkan penulis mampu menghasilkan desain *brand identity* bidang usaha lainnya yang sesuai dengan kebutuhan rekan bisnis
3. Penelitian ini diharapkan dapat berkembang lebih luas lagi, tidak hanya membahas *brand identity*, tetapi membahas media promosi lainnya yang bisa dilakukan.
4. Dalam penelitian ini masih banyak kekurangan, seperti media pendukung yang masih perlu ditambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2017). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Adams S., M. N. (2009). *Logo design Workbook Massachusetts*. Rockport Publisher, Inc.
- Cholil, A. M. (2018). *101 Branding Ideas*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia (AHI).
- Djokja, F. (2021, April Senin). FakPerancangan Brand identity Keripik Wahyu Luwuk Banggai. *TANARA*, pp. Volume 8 Nomor 1 P-ISSN: 2407-6066 dan E-ISSN: 2715-4629.
- Felisia Nova, B. B. (2021). PERANCANGAN VISUAL BRANDING HAMPER DAN GIFT WANDERLAND. *TANARA*, 10-19.
- Kusuma, A. H. (2013). Aplikasi Pembelajaran Materi Dasar Taman Kanak Kanak Berbasis Android. *Jurnal Transit*, Volume 1, Nomer 3.
- Rustan, S. (2017). *Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sasa Djuarsa Sendjaja, T. R. (2014). *Teori Komunikasi. Modul 1-9 707*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Sayatman, B. M. (2021). Pengembangan Konsep Brand Identity dan Visual System ITS yang Lebih Terintegrasi. *IDEA JURNAL DESAIN*. 10-15.
- Supriyono. (2010). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tinarbuko Sachari, A. d. (2002). *Sejarah Dan Perkembangan Desain Dan Dunia Kesenirupaan Di Indonesia*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.

Tinarbuko, S. (2021). DESAIN COVER KORAN TEMPO BERGAYA POSTER DALAM

Widya, L. d. (2016). *Pengantar Desain Grafis*. Jakarta: Kemendikbud RI.

Sumber lain:

<https://www.1001fonts.com/>