

Redesain logo Wapand Resto Eduentainment sebagai *Corporate Identity* untuk meningkatkan *Brand Awareness*

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

Nanda Birama¹⁾ **Siswo Martono**²⁾ **Darwin Yuwono Riyanto**³⁾

1) S1 Desain Komunikasi Visual, Email: 14420100011@stikom.edu

2) S1 Desain Komunikasi Visual, Email: Siswo@stikom.edu

3) S1 Desain Komunikasi Visual, Email: Darwin@stikom.edu

Abstract: Wapand Resto Eduentainment is a company which run in a culinary field with their specialty in Chinese and Javanese cuisine made with halal ingredients. Main dishes which usually used in other menus are chicken, shrimp, fish, squid and beef. Wapand also has a huge area which contain fishing pond, ferris wheel, and boutique. But until now, Wapand Resto Eduentainment doesn't have *corporate identity* that represent the company which run in a culinary field as well the promotion media. Wapand's condition right now doesn't have a *logogram* which can represent halal culinary company of Chinese and Javanese cuisine, has different logos in every promotion medias, also using red, black, white and yellow as their color identity. So the effort that needs to be done for Wapand to represent their culinary business and to compete in a creative industry right now, is to re-design their company's logo.

Keywords: Resto, *Corporate Identity*, *Brand Awareness*

Seseorang membutuhkan makanan sehari-hari dalam hidupnya, jika hendak mencari maka banyak cara untuk menemukan makanan tersebut. Diantaranya mengunjungi resto untuk memperolehnya.

Dr. Wahid Suyoso adalah seorang dokter umum di Surabaya mulai tahun 1986 hingga sekarang, kemudian berinisiatif mendirikan resto, yang dan dilanjutkan oleh anak-anak dan menantunya. Pada tahun 2009 sampai sekarang, dimana masing-masing anak diberi kewenangan mengelola secara bergantian setiap 2 tahun sekali.

Tahun 2009-2011 dikelola oleh Yudha Tatur Utama S.E MM. Tahun 2011-2013 dikelola oleh Andian Rahmasyahri, Drg. Tahun 2013-2015 dikelola oleh Nyota Puspitasari S.Psi. Hingga akhirnya, di tahun 2015 hingga sekarang dikelola oleh seorang menantunya yang bernama Yockie Septian Putra SE. (Wahid: 2017)

Yang sering terjadi di lokasi Wapand Resto Eduentainment di tahun 2017, orang-orang banyak yang mencuci mobilnya di Wapand Resto Eduentainment. Memang masih ada yang berkunjung untuk rapat dan makan-makan di tempat itu adalah orang-orang yang sudah lama mengenal Wapand Resto Eduentainment, seperti anggota partai dan ibu-ibu dokter. Mulai dari tahun awal 2007, orang-orang masih banyak

mengadakan acara pernikahan dan kadang berkunjung untuk memesan makanan.

Kondisi yang nampak saat ini dari Wapand Resto Eduentainment pengunjungnya pada tahun 2005-2006 masih terbilang lebih ramai dibanding sekarang. Meskipun ada acara rapat partai atau arisan RT/RW namun tidak bisa dipastikan dalam sebulan sekali pasti ramai, hanya terkadang saja menjadi ramai di hari tertentu seperti: Sabtu-Minggu, pada saat bulan Ramadhan, seminggu setelah hari raya. Dari segi biaya operasional pemasukkan dengan resto lainnya masih kalah jauh, lebih tinggi sehingga sering mengalami kerugian menurut (Wahid: 2017), realitanya logo masih terkesan kaku dan tidak memiliki identitas visual atau *logogram* sebagai resto yang menyediakan masakan Cina dan Jawa yang diolah dari bahan baku halal, karena ada juga kuliner yang menyediakan masakan Cina juga tetapi sama seperti logo Wapand hanya berupa *logotype* saja, salah satunya Depot Pak Bas. Disamping itu, logo Wapand di berbagai media promosinya berbeda-beda bentuk logonya, bentuk logo antara media satu dengan yang lainnya. Sama seperti Depot Pak Bas juga hanya ada salah satu cabang Depot Pak Bas tetapi menggunakan *logotype* yang tidak kaku karena menggunakan *logotype* latin.

Alasan peneliti meredesain logo sebagai *corporate identity* dikarenakan untuk

mengenalkan dan menstandarisasikan logo dan warna untuk aplikasi media promosinya. Disamping itu, akan lebih mudah merancang media promosinya jika logonya sudah sama. Mengingat *Corporate identity* adalah kepribadian atau karakter perusahaan yang membedakan dari perusahaan lain, baik secara internal, eksternal, maupun visual. Sehingga menjadi sumber daya strategis untuk membangun keunggulan bersaing dan mencapai sasaran secara objektif. (Kartika, J. D., & Wijaya, R. S., 2014: 21).

METODE

Metode yang digunakan dalam pembahasan ini adalah metode kualitatif. Penelitian berdasarkan kualitas atau mutu. Jenis penelitian ini digunakan jika terdapat suatu masalah dan dilakukan untuk menyelesaikan suatu masalah, termasuk menentukan media apa yang akan dirancang. Peneliti menggunakan metode tersebut untuk penyusunan bab 1 dan 2 saja. (Denzin, N. K., & S.Lincoln, Y., 2009:6).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perolehan data dari wawancara, observasi, studi dokumen dan studiliteratur tersebut, maka ditemukan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Logo tidak menandakan visual sebagai perusahaan kuliner.
- b. Jika menggunakan logo berupa huruf saja, kurang ada perbedaan dengan perusahaan kuliner lain di Surabaya
- c. Memiliki jenis logotype yang berbeda-beda
- d. Untuk meningkatkan *Brand Awareness*, maka saya meredesain logo dan *corporate identity* dengan penggunaan warna coklat dan orange.

Untuk hasil Segmentasi, diperoleh sebagai tempat makan yang digunakan untuk bersama-sama. Segmen primer berumur 18-60 tahun, bisa laki-laki maupun perempuan. Secara psikografis, orang yang dituju adalah seseorang yang ingin menikmati masakan Cina dan Jawa yang halal dengan harga yang relatif murah. Menu yang sering digunakan pada setiap masakan adalah ayam, ikan, udang, cumi, dan daging sapi.

Untuk *Unique Selling Proposition* (USP), masakan ini menyediakan menu Cina dan Jawa yang bisa dibilang terjangkau..

Untuk hasil analisis *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat* (SWOT) didapatkan bahwa strategi utama penelitian ini adalah *Redesain* logo sebagai *corporate identity* untuk meningkatkan *Brand Awareness*.

Keyword

Berdasarkan data-data yang diperoleh, kata kunci (*keyword*) yang didapat yakni “Spesial” yang berarti khas atau khusus. Konsep “Spesial” disini menyediakan masakan Cina dan Jawa dengan bahan baku halal, menggunakan ayam, udang, ikan, cumi, daging sapi.

Perancangan Karya

Untuk membuat *redesain* logo Wapand Resto Eduentainment, dibutuhkan sebuah konsep yang baik sehingga tujuan untuk meningkatkan *brand awareness*. Pada tahap *redesain* logo ini dibutuhkan sebuah logo yang nantinya menjadi identitas Wapand Resto Eduentainment. Selain itu juga dibutuhkan media pendukung seperti kop surat, amplop, brosur, stiker, dan *x-banner* sebagai pengisi *stand* pameran. *Redesain* logo Wapand Resto Eduentainment nantinya didasarkan pada *keyword* yang telah didapatkan yaitu “spesial”. Dengan menggunakan *keyword* tersebut diharapkan dapat menjadikan acuan pada *redesain* logo Wapand Resto Eduentainment. Selain itu dalam membuat visualisasi desain haruslah sesuai dengan *keyword* yang ada sehingga maksud dan tujuan dilakukan *redesain* logo tersebut dapat tersampaikan dengan sempurna yaitu meningkatkan *brand awareness*.

Strategi Kreatif

Strategi dalam penggunaan dan pemilihan media penting dilakukan pada perancangan media ini, didalam strategi ditentukan pemilihan media yang akan digunakan untuk perancangan media pendukung dari *redesain* logo Wapand baik berupa media cetak, media elektronik dan media pendukung lainnya. Pemilihan media disesuaikan dengan target audiens agar penyampaian pesannya dapat efektif dalam *redesain* logo Wapand. Media yang digunakan adalah *stationery* berupa kop surat dan amplop, serta media lainnya seperti stiker, brosur dan *x-banner*.

1. Ukuran dan *Graphic Standart Manual* (GSM)

Ukuran dan format buku cerita bergambar ini disusun sebagai berikut:

- Bahan kertas *art paper* 210 gram
- Media yang digunakan berukuran kertas A5.

2. Struktur Buku

- Cover depan
- Kata pengantar
- Isi berupa latar belakang dan standar penggunaan logo
- Penggunaan logo
- Cover belakang yang berisi logo sebagai penutup.

3. Bahasa

Bahasa yang digunakan dalam mediaini adalah Bahasa Indonesia yang mudah dipahami dengan bahasa yang akademis.

4. Teknik dan Gaya Ilustrasi untuk logo

Ilustrasi pada *graphic standart manual* dan media pendukung lainnya akan menggunakan teknik vektor sebagai teknik penggambarannya. Sementara gaya ilustrasi yang akan digunakan adalah gaya ilustrasi berupa ikon.

5. Tipografi

Jenis huruf yang dipilih adalah jenis *script* dan *Sans serif*. Huruf *script* adalah huruf seperti tulisan tangan, tetapi akan sangat melelahkan jika digunakan untuk teks yang panjang, *sans serif* adalah jenis huruf yang tidak memiliki ekor dan bersifat solid. Alasan memilih jenis font ini adalah karena sifatnya yang unik dan cocok sebagai tipe font untuk logo. Kesan yang dibangun juga lebih santai dan tidak terlalu formal, font yang digunakan diantaranya macam.

- Font Vendetta

Untuk penamaan Wapand, font yang digunakan adalah font *Vendetta*. Font ini memiliki karakter yang tebal sehingga mudah terlihat namun tidak berkesan kaku karena seperti tulisan tangan. Kesan yang ditimbulkan juga lebih ramah dipandang, rapi dan simple sehingga cocok untuk dijadikan font judul. Font ini termasuk *script*.



Gambar 4.1 Font Vendetta

Sumber: <http://fontmeme.com>, 2017

- Font Helvetica Struggle

Untuk penamaan Resto Eduentainment cerit, font yang digunakan yakni font *Helvetica Struggle*. Font ini memiliki karakter yang *playful*

karena bentuknya yang unik dan patah-patah sehingga memiliki kesan ceria. Font ini juga memiliki ketebalan huruf agar lebih mudah dibaca.



Gambar 4.2 Font Helvetica Struggle

Sumber: www.fontmeme.com, 2017

6. Warna

Pewarnaan yang digunakan pada logo ini menggunakan warna coklat dan orange, yang artinya coklat berarti kebersamaan atau persahabatan. Orange berarti ceria. Menurut (Eko Nugroho, M., 2008: 36).



Gambar 4.3 Penggunaan warna logo

Sumber: Hasil olahan peneliti 2017

7. Strategi Media

Media yang akan digunakan dalam perancangan *graphic standart manual*. Media yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Logo

Merupakan media utama untuk perancangan *graphic standart manual*.

b. Graphic Standart Manual

Dalam standarisasi penggunaan logo penjelasannya sangat diperlukan, maka penjelasan yang detail ini dikemas dalam media *graphic standart manual* ini. Buku akan dicetak ukuran A5 yakni, 21 cm x 14,8 cm.

c. X-Banner

Media *x-banner* bertujuan untuk mengenalkan proses pembuatan logo sebagai *corporate identity* untuk meningkatkan *Brand Awareness*. Hal ini karena banner mudah terlihat, menarik perhatian serta memudahkan audiens untuk mengetahui proses pembuatannya secara detail dimulai dari tahapan penelitian. *X-banner* akan didesain dengan ukuran 160 cm x 60 cm. Dicitak menggunakan *digital print* berbahan PP Luster.

d. Stiker

Stiker menjadi media pendukung yang untuk berpromosi, media ini dibagikan ke pengunjung Wapand, stiker ini bisa juga di tempelkan pada kendaraan bermotor dan

sebagainya. Hasil akan dicetak menggunakan bahan *vinyl* susu dengan ukuran 4,2 cm x 6 cm.

e. Kop surat dan amplop

Kop surat dan amplop adalah media yang dibutuhkan untuk surat-menyurat. Media kop surat dan amplop umumnya ditemukan dalam satu set. Kop surat akan diaplikasikan ke dalam ukuran kertas HVS A4 dengan kapasitas 70 gram. Amplop diaplikasikan dalam ukuran kertas A4 plus agar kop surat bisa dimasukkan ke dalamnya. Media amplop ini memiliki kapasitas 100 gram.

Implementasi Karya



Gambar 4.4 Logo

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017

Pada logo ini memiliki ilustrasi vector berupa ayam, ikan, udang, cumi, dan daging sapi.



Gambar 4.5 Halaman *cover* depan Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017

Penggunaan *supergrafisnya* menggunakan bentuk garis dan struktur mengikuti logo dan warna yang sesuai yang sedang dibangun dan menonjolkan karakter suatu perusahaan.



Gambar 4.6 Isi buku

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017

Di akhir buku, digunakan sebagai penutup saja, maka agar tidak sama dengan *cover* depan, maka yang ditampilkan adalah logo.

Media Pendukung

a. Stiker



Gambar 4.7 Stiker

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017

Stiker ini akan dibagikan pengunjung untuk ditempel pada objek lain ataupun kendaraan bermotor.



Gambar 4.8 Desain bagian depan (kanan) desain bagian dalam (kiri)

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017

b. X-Banner

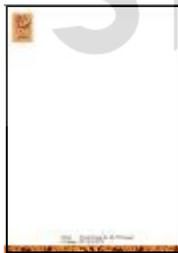


Gambar 4.9 Desain X-Banner

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017

X-Banner menjelaskan secara detail pembuatan logo sampai tahap *Brand Awareness* mulai dari tahap penelitian *serta* menambahkan logo Stikom Surabaya dan DKV Stikom Surabaya. Penggunaan warna disesuaikan dengan warna logo.

c. Kop surat

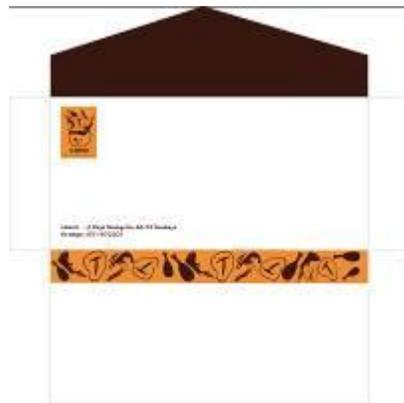


Gambar 4.10 Desain Kop surat dan amplop

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017

Kop surat digunakan untuk kebutuhan surat menyurat. Selain itu, menambahkan alamat dan kontak perusahaan dan *supergrafisnya*.

d. Amplop



Gambar 4.11 Desain Amplop

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017

Amplop ini di dalamnya bisa dimasukkan kop surat dengan ukuran yang melebihi kertas ukuran A4.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana meredesain logo sebagai *corporate identity* untuk meningkatkan brand awareness. Adapun kesimpulan yang bisa diambil dari redesain logo Wapand Resto Eduentainment sebagai *corporate identity* untuk meningkatkan brand awareness adalah:

- Gagasan meredesain logo ini adalah untuk mewujudkan visi dari Wapand yang ingin menawarkan menu masakan dengan harga yang terjangkau.
- Tema redesain ini adalah spasial yang berarti khusus atau khas dari menu masakan Cina dan Jawa yang diolah dari bahan baku halal serta sebagai edukasi kepada masyarakat.
- Implementasi desain ini mengacu pada redesain logo Wapand Resto Eduentainment sebagai *corporate identity* untuk meningkatkan brand awareness kepada masyarakat luas.
- Tema redesain logo Wapand kali ini memakai media pendukung yang sesuai *corporate identity* ini adalah brosur, x-banner, kop surat, dan amplop.
- Redesain logo Wapand ini sesuai dengan konsep dari *key communication message* yaitu spesial. Dengan menggunakan warna-warna yang sesuai dengan konsep. Warna orange berarti melambangkan keceriaan, dan Coklat merupakan warna yang melambangkan

kebersamaan. Untuk mewakili konsep Wapand maka menggunakan warna orange dan coklat.

- f. Sosialisasi *Redesain* logo dan perancangan *graphic standart manual* ini hanya sampai kepada owner pertama dan owner tahun 2015 sampai sekarang.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pihak Wapand Resto Eduentainment untuk terus menjaga kualitas dan berinovasi agar bisa bersaing dengan usaha bidang kuliner dengan menu masakan antara perpaduan Cina dan Jawa. Sehingga hal itu akan bisa menjadi daya tarik dan brand awareness kepada masyarakat.
2. Memberikan peringatan berupa edukasi kepada masyarakat, dengan *meredesain* logo yang lebih unik sehingga hal tersebut bisa mewujudkan visi dan misi dari Wapand.
3. Sosialisasi desain ini bisa lebih baik jika di sampai pada Direktorat Jenderal Hak kelayakan intelektual (Dirjen HAKI) pengenalan masyarakat, berupa logo yang terpasang di perusahaan terkait.

RUJUKAN

Sumber Buku:

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity capitalizing on the value of a brand name*. New York, N. Y. : The Free Press.
- Ardhi, Y. (2013). *Merancang media promosi unik dan menarik*. Yogyakarta: PT. Bintang Pustaka Abadi.
- Atmodjo, Marsum Widjojo. (2010). *Restoran dan segala permasalahannya*. Yogyakarta: Andi
- Barjono P.H, N. J. (2005). *How to Win Customers in Competitive Market Strategi jitu menarik pelanggan di restoran*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Denzin, N. K., & S.Lincoln, Y. (2009). *Handbook of qualitative research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Eko Nugroho, M. (2008). *pengenalan teori warna*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Kartika, J. D., & Wijaya, R. S. (2014). *Logo Visual Asset Development*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Kertajaya, H. (2010). *The Official MIM Academy Coursebook: Brand Operation*. Jakarta: Erlangga.
- Kusrianto, A. (2010). *Pengantar Tipografi*. Jakarta: PT. Elex Koomputindo.
- M.A, M. (2010). *Periklanan "Komunikasi Pemasaran Terpadu"*. Jakarta: Kencana Purna Media Group.
- Mangkuatmodjo, S. (2015). *Statistik deskriptif*. Jakarta: PT Rhineka Cipta.
- Marimin, M. (2004). *Teknik dan Aplikasi Pengambil Keputusan Kriteria Majemuk*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2011). *Huruf font Tipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, J. d. (2007). *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiarto, E., & Sulartiningroom, S. (2003). *Pengantar Akomodasi dan Restoran: Untuk Anda yang Berkecimbung dalam Industri Pariwisata - Industri Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono (2015). *Metode penelitian kuantitatif kuantitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Chan, T. (2007). *City University of Hong Kong Corporate Identity Graphic Standart Manual*. Hong Kong: City University of Hong kong.
- Wheeler, A. (2013). *Designing brand identity an essential guide for the whole branding team*. Hoboken, New Jersey: John Willey & Sons, INC.,

Wawancara dengan owner

- Wahid Suyoso D: 2017
- Yockie Septian Putra: 2017

Sumber dari internet

[www fontmeme. com/2017](http://www.fontmeme.com/2017)