

ILUSTRASI SEBAGAI ASET VISUAL WAWA FOOD AND COOKIES

Fadila Insani¹, Asidigisianti Surya Patria²

¹Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
email: fadila.19004@mhs.unesa.ac.id

²Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
email: asidigisiantipatria@unesa.ac.id

Abstrak

Wawa Food and Cookies adalah UMKM yang terletak di Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur, UMKM ini bergerak di bidang produksi makanan seperti kue basah dan kue kering. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, Wawa Food and Cookies mengalami kurangnya aset visual yang menarik terhadap media promosi digital seperti feed dan highlight instagram, serta media promosi cetak terutama kemasan. Penulis bertujuan untuk memberikan aset visual untuk Wawa Food and Cookies dengan membuat rancangan ilustrasi yang dapat memperindah tampilan produk dan perusahaan, dengan menggunakan metode wawancara dan observasi. Perancangan ini dapat meningkatkan daya tarik visual UMKM Wawa Food and Cookies dengan aset visual berupa ilustrasi beserta penerapannya pada media promosi cetak.

Keywords: Kue; Aset Visual; Ilustrasi; Media Penerapan;

Abstract

Wawa Food and Cookies is an MSME located in Nganjuk Regency, East Java. This MSME is engaged in the production of food such as wet cakes and pastries. Based on the observations that have been made, Wawa Food and Cookies experiences a lack of attractive visual assets for digital promotional media such as Instagram feeds and highlights, as well as print promotional media, especially packaging. The author aims to provide visual assets for Wawa Food and Cookies by designing illustrations that can beautify the appearance of products and companies, using interview and observation methods. This design could increase the visual appeal of UMKM Wawa Food and Cookies with visual assets in the form of illustrations and their application to print promotion media.

Keywords: Cakes; Visual assets; Illustrations; Application media;

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting sebagai tulang punggung dalam perekonomian negara. UMKM meningkatkan pembangunan daerah, pemerataan pendapatan, menambah lapangan pekerjaan dan mengentaskan rakyat dari kemiskinan. Oleh sebab itu, perlu dilakukan pemberdayaan secara terus-menerus terhadapnya. Perancangan ini berfokus pada pengembangan usaha mikro makanan di Kabupaten Nganjuk yang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Nganjuk memiliki banyak industri yang mayoritas berupa industri kecil dan kerajinan rumah tangga. Dalam data terakhir jumlah industri kecil sesuai jenis industri yang dicatat oleh Badan Pusat Statistik Nganjuk pada Tahun 2019-2021 dan telah diperbarui pada 23 Maret 2022, jumlah UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Nganjuk pada Tahun 2019 berjumlah 407 buah (31,5%). 412 buah (30,9%) pada Tahun 2020, dan 417 buah (31%) pada Tahun 2021. Dalam kisaran waktu tersebut, total jumlah UMKM makanan dan minuman Kabupaten Nganjuk adalah sebanyak 1,236 buah (<https://nganjukkab.bps.go.id/>).

Terdapat banyak wilayah di Nganjuk dengan industri makanan sebagai penunjang ekonomi daerah yang berpotensi untuk dikembangkan dalam berbagai aspek. Kramat merupakan desa yang terletak di Kecamatan Nganjuk yang memiliki potensi ekonomi terkait industri makanan, salah satunya adalah Wawa Food and Cookies. Wawa Food and Cookies adalah UMKM milik Ibu Yeni yang terletak di Jl. Pandan 3 No.20, Jarakan, Kramat, Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. UMKM ini bergerak di bidang produksi makanan seperti kue basah dan kue kering, serta menyediakan jasa katering untuk acara seperti pernikahan dan pengajian. Pemesanan Wawa Food and Cookies dilakukan secara online melalui Whatsapp dan Instagram *business*, sedangkan beberapa konsumen berjarak tak jauh dari tempat produksi. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, dalam pelaksanaan promosinya, Wawa Food and Cookies mengalami kurangnya aset visual yang menarik terhadap media promosi digital seperti feed dan *highlight* Instagram, serta media promosi cetak terutama kemasan.

Aset visual atau elemen visual merupakan aspek pembentuk desain grafis yang memiliki keterkaitan untuk mendukung kegiatan promosi produk atau perusahaan melalui penerapannya terhadap media promosi. Aset visual terdiri dari warna, foto, gambar, tipografi, video, dan lain-lain yang menjadi konsep grafis dalam suatu desain produk atau identitas perusahaan. Dengan aset visual yang menarik dalam desain, perusahaan dapat memiliki identitas yang kuat untuk menarik perhatian target market terhadap produk dan perusahaan. Oleh sebab itu di rancanglah aset visual guna melengkapi, memperindah dan memberikan visual yang orisinal untuk desain yang dimiliki Wawa Food and Cookies (Pham, 2014; Yansens, 2022).

Sesuai yang telah disebutkan, terdapat banyak aset visual yang dapat digunakan, salah satunya berupa gambar atau ilustrasi. Menurut Salam (2017: 15), penggambaran secara grafis dan artistik oleh ilustrator dalam menciptakan karya ilustrasi memiliki berbagai tujuan, selain untuk keperluan seni, fungsi ilustrasi adalah mempromosikan suatu jasa atau produk. Dalam penerapannya, ilustrasi dirancang untuk mengajak masyarakat menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan hanya dengan melalui gambar tanpa teks persuasif. Berdasarkan kutipan tersebut, tentunya selain sebagai penghias, ilustrasi berguna untuk memperjelas informasi yang ingin disampaikan.

Dalam sebuah bisnis, ilustrasi menjadi alat promosi yang efektif untuk merepresentasikan maksud produk dan perusahaan. Pada saat ini ilustrasi telah menghiasi banyak platform media baik manual maupun digital, itu berarti ilustrasi merupakan suatu aset visual penting yang banyak digemari dalam memperindah sesuatu maupun menyampaikan suatu pesan (Becca, 2016). Maka dalam perancangan aset visual Wawa Food and Cookies ini, ilustrasi diarahkan kepada tujuan yang lebih fungsional yaitu melengkapi layout desain pada media promosi Wawa Food and Cookies dengan menjadi aset visual yang mudah diingat serta meningkatkan daya tarik visual produk dan identitas perusahaan.

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas, perancangan ini memiliki rumusan masalah yaitu bagaimana merancang ilustrasi sebagai aset visual Wawa Food and Cookies? Bagaimana penerapan ilustrasi sebagai aset visual Wawa Food and Cookies? Tujuan penelitian yaitu mendeskripsikan proses perancangan ilustrasi sebagai aset visual Wawa Food and Cookies dan penerapannya terhadap media promosi cetak yang digunakan.

KERANGKA TEORETIS

a. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Perancangan yang pertama berjudul “Perancangan Aset Visual Bertema Daily Life Lesson Untuk Brand Popale” dalam tugas akhir karya Mutiara Ale (2020). Dilatarbelakangi oleh sebuah *brand* clothing Jogja bernama Popale yang ingin memberikan pesan kepada masyarakat mengenai isu empati

melalui tema *Daily Life Lesson*. *Daily Life Lesson* mengambil isu sehari-hari yang diolah ke dalam bentuk ilustrasi sebagai aset visual.

Perancangan kedua berjudul “Perancangan Ilustrasi Artwork Sebagai Media Promosi Kedai Ojo Lali Ngopi di Balamoa-Tegal” dalam laporan tugas akhir karya Muhammad Rizki Zamzami (2020). Perancangan ini bertujuan untuk mengenalkan sebuah ilustrasi Kedai Ojo Lali Ngopi yang berada di Tegal kepada masyarakat untuk meningkatkan minat berkunjung masyarakat dan agar masyarakat lebih tertarik mengenal kopi.

Perancangan ketiga berjudul “Perancangan Ilustrasi Sebagai Pendukung Visual Branding dan Promosi Kopi Nini di Dados Desain” dalam artikel ilmiah yang dirancang oleh I Kadek Dwipayana (2022). Dalam Perancangan ini, ilustrasi digunakan untuk mendukung visual branding perusahaan Dados Desain yang bergerak dalam bidang Desain Komunikasi Visual.

Sejauh ini persamaan yang dimiliki oleh ketiga perancangan tersebut adalah sama-sama merancang aset visual ilustrasi untuk mendukung desain visual suatu perusahaan demi menunjang promosi produk perusahaan. Hanya saja, jenis ilustrasi yang dirancang berbeda-beda tergantung kebutuhan perusahaan, metode yang digunakan dalam penelitiannya pun berbeda pula.

b. Ilustrasi

Secara etimologis, istilah *ilustrasi* diambil dari bahasa Latin *Illustrare* yang berarti menerangkan atau menjelaskan. Hal ini dicontohkan dengan menggunakan bentuk-bentuk, diagram dsb. Dalam keseluruhan arti memberi hiasan dengan gambar (Webster). Menurut Biggs (dalam Salam, 2017:4) ilustrasi tidak berdiri sendiri seperti halnya lukisan, ilustrasi berhubungan dengan sesuatu yang lain yaitu ide yang tertulis. Ilustrasi berperan menampakkkan secara visual sesuatu yang telah dinyatakan dengan teks, terlepas dari sifatnya sebagai hiasan. Berdasarkan dua pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa ilustrasi adalah gambar atau citra yang digunakan untuk menjelaskan atau memperindah. Jadi, bukan hanya berfungsi untuk memperjelas sesuatu saja, ilustrasi juga dibuat agar sesuatu menjadi lebih menarik untuk diperhatikan.

c. Aset Visual

Aset menurut KBBI adalah segala hal yang memiliki nilai tukar. Visual adalah hal yang dapat dilihat oleh indera penglihatan mata. Maka, aset visual adalah segala hal yang memiliki nilai tukar yang berperan dalam suatu perancangan komunikasi visual. Aset visual adalah segala sumber daya yang dirancang untuk memberi kesempurnaan citra dalam komunikasi visual dan memiliki kekayaan intelektual di dalamnya. Aset visual dapat memberikan citra dan identitas yang kuat untuk perusahaan, Kartika dan Wijaya (2015: 18). Adapun macam aset visual antara lain infografis, ilustrasi, iklan, kemasan, dan *corporate identity*. Aset-aset tersebut tidak lepas dari prinsip desain komunikasi visual sebagai komponen elemen visual.

c. Warna

Warna merupakan elemen grafis yang paling kuat dan provokatif karena warna dapat berperan dalam segala aspek kehidupan manusia. Warna merupakan salah satu bagian terpenting dalam pembuatan sebuah karya seni lukis. Warna digunakan tidak demi bentuk tapi demi warna itu sendiri, untuk mengungkapkan berbagai kemungkinan keindahannya serta digunakan untuk berbagai pengekspresian rasa secara psikologis (Sidik dan Prayitno, 1979:7). Warna merupakan salah satu elemen visual yang berperan sebagai terciptanya suatu karya grafis. Dalam perancangan suatu karya grafis,

pengetahuan tentang warna sangatlah penting, warna harus dipilih dan ditentukan dengan benar demi terbentuknya suatu desain atau karya yang indah.

Penerapan warna pada karya memiliki fungsi, menurut Darmaprawira (2002: 120), dalam seni rupa yaitu fungsi estetis, simbolik, ekspresi, ungkapan perasaan, dan personal expression. Sedangkan dalam karya desain, fungsi-fungsi tersebut adalah fungsi praktis, yaitu fungsi terlihat yang ditangkap oleh indra penglihatan manusia dari sebuah objek, menghibur dan menggugah, dan fungsi komunikasi (estetik, simbolik, personal taste) yaitu fungsi tidak kasat mata dari sebuah objek yang menyampaikan pesan tersirat.

METODE PERANCANGAN

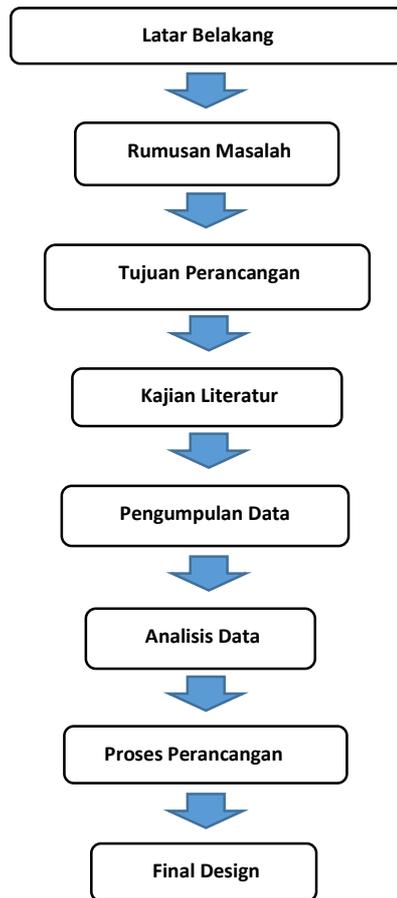
Teknik pengumpulan data yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh sumber data berdasarkan sumber informasi dari objek yang digunakan dalam perancangan. Data yang diperlukan dalam perancangan ini meliputi data primer dan sekunder. Dalam pengumpulan informasi data primer, dilakukan proses secara langsung di lapangan. Teknik yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data primer adalah wawancara dan observasi. Dalam hal ini, penulis melakukan wawancara dengan mendatangi langsung tempat tinggal Ibu Yeni selaku pemilik industri dengan mengajukan beberapa pertanyaan terkait industri Wawa Food and Cookies serta observasi dengan mengamati secara langsung objek atau subjek yang diteliti. Dalam perancangan ini, penulis melakukan observasi atau pengamatan terhadap Wawa Food and Cookies mengenai keadaan tampilan produk, media promosi, dan sebagainya.

Dalam pengumpulan data sekunder, penulis menggunakan teknik dokumentasi. Penulis menggunakan foto, video, dan catatan yang telah didapatkan dalam pengumpulan data primer sebelumnya untuk ditinjau kembali. Adapun kajian pustaka sebagai dasar teori diperoleh melalui e-book, jurnal web, laporan tugas akhir, dan artikel-artikel ilmiah.

Perancangan ini menggunakan metode 5W1H dalam pengolahan data dimana metode ini merupakan pengembangan dari wawancara yang dilakukan dalam pengumpulan data primer. 5W1H adalah akronim dari beberapa kata tanya, yaitu What, Why, Where, When, Who, How. Kata tanya tersebut berperan sebagai alat yang digunakan untuk menggali data secara lebih dalam.

Adapun 5W1H dijabarkan sebagai berikut :

- 1) *What*, menanyakan hal yang bersifat benda dan kata kerja. Meliputi perancangan apa yang akan dibuat.
- 2) *Why* atau mengapa, menanyakan hal-hal yang bersifat sebab-akibat, mempertanyakan kembali kesimpulan dari analisis sementara untuk mendukung opini akhir. Meliputi mengapa perlu dilakukan perancangan.
- 3) *Where* (dimana) menanyakan letak, hal-hal yang berhubungan dengan lokasi. Meliputi dimana perancangan ini akan diterapkan dan dipasarkan.
- 4) *When* (kapan) menanyakan waktu dan hal-hal yang berhubungan dengan penjadwalan. Meliputi kapan perancangan ini akan dilaksanakan dan membutuhkan waktu berapa lama dari proses sampai dengan penggunaannya.
- 5) *Who* (siapa) menanyakan siapa yang memiliki keterkaitan dengan objek perancangan. Subjek tersebut termasuk pemilik, pengguna ataupun pelanggan. Dalam perancangan ini, meliputi kepada siapa perancangan ini akan ditujukan.
- 6) *How* (bagaimana) menanyakan hal-hal yang berhubungan dengan cara atau kondisi. Dalam perancangan ini, ditanyakan bagaimana proses dan cara perancangan ilustrasi sebagai aset visual Wawa Food and Cookies.



Gambar 1. Bagan Skematika Perancangan
(Sumber: Insani, 2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Identifikasi Data Perusahaan

Wawa Food and Cookies adalah UMKM milik Ibu Yeni Rohmawati yang terletak di Jl. Pandan 3 No.20, Jarakan, Kramat, Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. Wawa Food and Cookies merupakan industri rumahan yang bergerak dalam bidang produksi makanan, yaitu kue kering dan kue basah serta catering. Kue kering tersebut diantaranya adalah nastar, kastengel, dan lidah kucing, sedangkan kue basah berupa donat, klepon, pastel, dan lain-lain. Kue kering berharga sekitar Rp.40.000 sampai dengan Rp.60.000 tiap setengah kilo, sedangkan kue basah dipatok harga sekitar Rp.2000 sampai Rp.3.500 tiap buahnya. Wawa Food and Cookies dimulai pada tahun 2015 dan telah dijalankan selama 7 tahun oleh Ibu Yeni. Industri ini memiliki nama “Wawa” yang diambil dari nama salah seorang putri Ibu Yeni yang bernama Najwa Khaida Wilda. Berdasarkan pemberian nama tersebut, Ibu Yeni ingin usahanya dikenal sebagai usaha rumahan yang dijalankan oleh seorang ibu yang memiliki *passion* terhadap dunia kuliner yang berorientasi pada keluarga. Dalam menjalankan usahanya, Ibu Yeni tidak memiliki pegawai tetap, namun akan meng-*hire* satu atau dua karyawan jika jumlah produksi atau pesanan melebihi kapasitas pengerjaan.

Wawa Food and Cookies telah memiliki logo dan label sebagai identitas, namun masih menggunakan kardus dan kantong plastik seadanya dalam pengemasan kue kering. Toples kue kering dapat terjual 2-8 buah dengan jumlah pembelian berbeda-beda, sedangkan kue basah hanya dikemas menggunakan kardus polos. Produk Wawa Food and Cookies didistribusikan ke seluruh wilayah Indonesia secara online melalui whatsapp dan instagram *business*, sedangkan beberapa konsumen terletak tak jauh dari rumah produksi sehingga bisa memesan secara langsung.



Gambar 2. Logo Produk Wawa Food and Cookies
(Sumber: Arsip Wawa Food and Cookies)



Gambar 3. Pengemasan Kue Kering Wawa Food and Cookies
(Sumber: Insani, 2023)

b. Analisis Data

Berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan observasi, diperoleh hasil data yang selanjutnya akan dianalisis untuk mengoptimalkan perancangan. Analisis data menggunakan metode 5W1H.

1. *What* (Perancangan apa yang akan dibuat?)

Wawa Food and Cookies adalah UMKM berbasis makanan dengan produk utama yaitu kue kering dan kue basah, yang belum memiliki kesadaran akan pentingnya visualisasi produk. Perancangan yang dibuat adalah ilustrasi untuk melengkapi aset visual Wawa Food and Cookies.

2. *Why* (Mengapa perlu dilakukan perancangan?)

Wawa Food and Cookies memiliki whatsapp dan instagram *business* serta media promosi cetak berupa kemasan dan label yang juga merupakan identitas visual selain logo. Namun, Wawa Food and Cookies tidak memiliki banyak variasi visual terhadap media cetak yang digunakan. Perancangan ini bertujuan menambah aset visual pada media promosi cetak Wawa Food and Cookies berupa ilustrasi. Ilustrasi diarahkan kepada tujuan yang lebih fungsional yaitu melengkapi layout desain pada media promosi Wawa Food and Cookies dengan menjadi aset visual yang mudah diingat serta meningkatkan daya tarik produk dan identitas perusahaan.

3. *Where* (Dimana perancangan ini diterapkan dan dipasarkan?)

Rancangan ilustrasi diterapkan pada media cetak konvensional untuk kemudian dipasarkan ke wilayah-wilayah pemasaran Wawa Food and Cookies melalui instagram dan whatsapp *business*. Wilayah distribusi nasional yaitu seluruh Indonesia.

4. *When* (Kapan perancangan ini akan dilaksanakan dan membutuhkan waktu berapa lama dari proses sampai dengan penggunaannya?)

Perancangan dilakukan secara bertahap pada tanggal 20 Februari 2023 mulai dari pengumpulan data berupa observasi dan wawancara sampai dengan analisis data dan perancangan karya, membutuhkan waktu sekitar 2-3 bulan sampai dengan desain final, penerapan dan penggunaan karya.

5. *Who* (Kepada siapa perancangan ini akan ditujukan?)

Target perancangan ditujukan kepada semua kalangan, terutama kalangan penggemar kue seperti kue kering dan kue basah. Target tersebut berdasarkan wilayah pemasaran adalah seluruh warga Indonesia.

6. *How* (Bagaimana proses dan cara perancangan ilustrasi sebagai aset visual Wawa Food and Cookies?)

Perancangan ini memiliki konsep media dan konsep kreatif sebagai acuan perancangan. Ilustrasi dibuat mula-mula berupa sketsa manual dengan pensil dan kertas, untuk selanjutnya melalui tahap digitalisasi menggunakan Adobe Photoshop CS6 (64 Bit). Setelah itu, hasil perancangan diterapkan pada kemasan kue basah dan kue kering serta beberapa media cetak tambahan untuk mendukung perluasan visualisasi seperti banner, celemek, taplak dan sejenisnya.

c. Konsep Kreatif

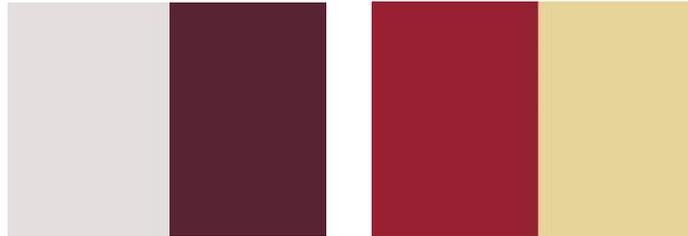
Gaya visual/ilustrasi menggunakan data visual berupa kue-kue hasil produksi Wawa Food and Cookies yang akan dibentuk menjadi ilustrasi dekoratif. Ilustrasi berupa kue-kue merepresentasikan keragaman produk dari UMKM Wawa Food and Cookies, yaitu sebagai perusahaan berbasis makanan dengan spesifikasi produk kue kering dan kue basah dalam bentuk ilustrasi dekoratif, yang ditata sedemikian rupa sehingga membentuk sekelompok objek yang beragam. Kue-kue tersebut diantaranya berdasarkan kategori kue kering yaitu nastar, kastengel, putri salju, dan lidah kucing. Sedangkan untuk kue basah yaitu lempeng, donat, sus fla, pastel dan risol mayo, dikarenakan produk-produk tersebut adalah yang paling menonjol dalam penjualan menurut pemilik. Dibawah ini merupakan ilustrasi dekoratif berupa kumpulan gambar yang disusun sedemikian rupa menjadi *pattern* yang indah.



Gambar 4. Ilustrasi Dekoratif

(<https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/bakery-seamless-pattern-vector-26986701>)

Wawa Food and Cookies memiliki 2 warna dasar yaitu merah maroon dan krem. Adapun ilustrasi menggunakan warna-warna yang cerah namun *soft*, disamping untuk merepresentasikan kegembiraan, minat dan antusiasme terhadap suatu bidang, warna-warna tersebut juga melambangkan kenyamanan dan nuansa hangat. Ilustrasi juga memiliki warna turunan untuk variasi visual.



Gambar 5. Palette Warna #972033 dan #E6D498
(Sumber: Insani, 2023)

Terdapat 3 output visual yang dibuat dalam perancangan ilustrasi yaitu *colorful*, blok, dan outline. Ilustrasi dirancang pertama-tama berupa sketsa manual menggunakan pensil dan kertas, untuk kemudian melalui tahap digitalisasi menggunakan Adobe Photoshop CS6. 3 output tersebut berfungsi untuk memberikan alternatif visual pada ilustrasi yang digunakan sebagai aset visual pada media cetak untuk menambah variasi desain sehingga desain tidak terlihat monoton dan memiliki banyak variasi visual.



Gambar 7. Dari Kiri ke Kanan: Outline, Blok, Colorful
(Sumber: Insani, 2023)

c. Konsep Media

Media utama dari perancangan ilustrasi sebagai aset visual Wawa Food and Cookies ialah kemasan kue basah dan kue kering dengan berbagai variasi ukuran dan bentuk, dan berdasarkan jangkauan pasar, kemasan merupakan media promosi cetak yang paling efisien sebagai wadah visual yang berinteraksi langsung dengan *audience* ditambah pengeluarannya yang besar. Berikut adalah jenis-jenis kemasan tersebut.

1. Hampers berukuran 30 x 30 cm.

Hampers berbahan kardus diisi untuk pemesanan 4 buah toples kue kering setengah kilo berbentuk persegi dengan ukuran 30 x 30 x 7,5 cm. Kemasan ini dapat menempatkan toples-toples produk dengan lebih rapi.

2. Karton Kue Basah Mika Ukuran 16 x 16 cm dan 18 x 18 cm.

Karton kue basah diisi oleh minimal 3 atau 4 kue basah, berbentuk persegi dengan ukuran 16 x 16 x 6 cm berwarna maroon dan krem, serta karton kue basah berbentuk persegi dengan ukuran 18 x 18 x 5,5 cm berwarna maroon dan krem. Karton ini dilapisi mika sehingga produk kue basah tampak terlihat dari luar.

3. Kemasan Jinjing Ukuran 30 x 15 cm.

Kemasan ini berbahan karton tebal dengan ukuran 2 kali toples, yaitu 30 x 15 cm dengan tinggi 7,5 cm. Kemasan ini didesain dengan gagang kemasan yang dapat memudahkan konsumen untuk membawa beban belanjaan.

4. Kemasan Harian Ukuran 13,8 x 6,5 cm.

Kemasan ini berbahan duplex, memiliki ukuran 13,8 x 13,8 cm dengan tinggi 6,5 cm untuk pembelian satuan kue kering. Pada permukaan kemasan terdapat lingkaran dengan diameter 8 cm untuk menampilkan produk.

Kemasan-kemasan tersebut didesain dalam berbagai macam bentuk dengan menyesuaikan jumlah pesanan Wawa Food and Cookies yang bermacam-macam. Masing-masing kemasan memiliki 2 varian warna yaitu maroon dan krem.

Media pendukung dalam perancangan ilustrasi sebagai aset visual Wawa Food and Cookies berfungsi sebagai pendukung visualisasi. Media yang digunakan adalah media promosi cetak yang mampu memperluas visualisasi sebagai identitas visual Wawa Food and Cookies tidak hanya sekedar kemasan. Media-media tersebut diantaranya merupakan media yang dapat digunakan untuk keperluan lainnya seperti promosi brand. Media tersebut adalah:

1. Celemek 2 varian (Maroon dan Krem)

Celemek berfungsi sebagai pelindung pakaian pada saat kegiatan memasak untuk meningkatkan keselamatan kerja dan meningkatkan citra merek Wawa Food and Cookies, berbahan satin, berukuran 88 x 52 cm dan memiliki 2 varian warna, yaitu maroon dan krem.

2. Taplak 2 Varian (Maroon dan Krem)

Taplak termasuk ke dalam interior Wawa Food and Cookies, berfungsi untuk memberikan tampilan dan citra visual yang baik terhadap interior Wawa Food and Cookies sebagai dekorasi meja makanan. Berbahan satin, berukuran 150 x 115 cm dan memiliki 2 varian warna, yaitu maroon dan krem.

3. Wallpaper

Wallpaper termasuk ke dalam interior Wawa Food and Cookies, berfungsi untuk melindungi dinding dari keretakan dan mempertahankan keawetan interior. Dalam fungsi estetikanya, wallpaper memberikan dekorasi yang khas pada brand Wawa Food and Cookies. Wallpaper berbahan kertas dengan ukuran 150 x 150 cm dan berwarna krem.

4. Gift Card

Gift card berfungsi untuk memberikan testimoni kepada pelanggan dengan pesan verbal “terima kasih untuk pesannya”, ditulis dalam bahasa inggris “thank you! for your order” atas keinginan pemilik untuk memberi kesan interaktif pada pelanggan. Gift card berbahan art paper dan memiliki 2 ukuran, yaitu 12 x 10 cm dan 8 x 8 cm.

5. Paperbag

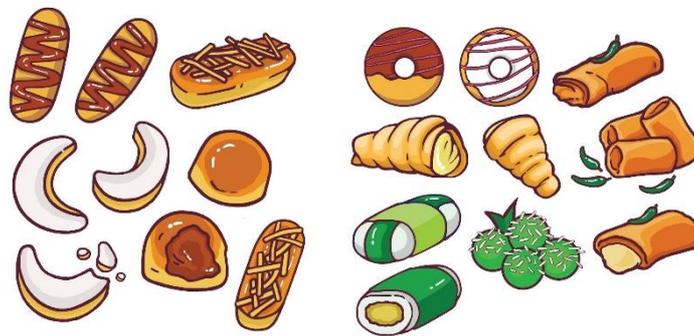
Paperbag diperuntukkan sebagai wadah kemasan pokok kue kering yaitu hampers, media ini adalah media tambahan untuk pengemasan berskala besar, pemesanan tersebut minimal 2 hampers dan maksimal 3 hampers. Paperbag berbahan karton untuk mengurangi penggunaan plastik dan memiliki ukuran 32,5 x 32,5 x 28,5 cm.

d. Visualisasi Karya

Visualisasi karya memiliki 3 tahap yaitu thumbnail, tight tissue, dan final. Thumbnail dikerjakan secara manual dengan pensil dan kertas. Berikut ini merupakan sketsa awal perancangan kue basah dan kue kering.



Gambar 8. Thumbnail Aset Visual
(Sumber: Insani, 2023)



Gambar 10. Kue Basah Digital
(Sumber: Insani, 2023)

Dalam tight tissue, ilustrasi telah melalui tahap digitalisasi, tahap digitalisasi dikerjakan menggunakan Adobe Photoshop CS6. Dalam tahap ini, ilustrasi memiliki 3 output visual yaitu colorful, blok, dan outline.



Gambar 12. Aset Visual *Colorful*
(Sumber: Insani, 2023)



Gambar 13. Blok
(Sumber: Insani, 2023)

Teknik blok dilakukan dengan menutupi beberapa bagian objek atau keseluruhan objek, sedangkan teknik outline dilakukan dengan hanya menyisakan garis luar objek.



Gambar 14. Outline
(Sumber: Insani, 2023)

Penerapan karya adalah bentuk ilustrasi yang telah diterapkan pada media yang digunakan. Berikut ini merupakan desain final 3D atau karya yang telah direalisasikan. Media yang digunakan memiliki jenis bahan yang berbeda-beda sesuai dengan jenisnya. Media utama merupakan berbagai macam kemasan dengan berbagai fungsi, ukuran dan bentuk. Ilustrasi yang diterapkan juga menyesuaikan tampilan media. Misalnya, hampers dengan kombinasi 3 jenis output ilustrasi kue kering yaitu colorful, blok, dan outline sebagai variasi visual yang menandakan bahwa hampers adalah kemasan pokok yang memiliki kapasitas terbesar. Atau pada kemasan jinjing dan kemasan harian, ilustrasi yang digunakan hanyalah ilustrasi berjenis outline saja untuk menandakan bahwa kedua kemasan tersebut bukanlah kemasan pokok yang harus memiliki visualisasi yang menonjol.



Gambar 15. Karya Final Penerapan Aset Visual pada Kemasan
(Sumber: Insani, 2023)

Adapun kue basah memiliki visualisasi yang beragam, sama dengan kemasan kue kering dengan berbagai kombinasi 3 jenis output ilustrasi yang telah dibuat, namun hanya berupa kue basah saja. Penerapan jenis ilustrasi secara bersamaan, yaitu penggabungan kue basah dan kue kering diterapkan pada media pendukung, seperti interior, gift card, celemek, taplak, dan paperbag. Media-media tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan citra perusahaan Wawa Food and Cookies serta promosi brand sehingga tidak hanya difokuskan pada satu produk saja.



Gambar 16. Karya Final Penerapan Aset Visual pada celemek dan wallpaper
(Sumber: Insani, 2023)

SIMPULAN DAN SARAN

Wawa Food and Cookies merupakan UMKM yang belum memiliki kesadaran akan pentingnya visualisasi terhadap identitas produk dan perusahaan. Hal tersebut ditandai dengan minimnya aset visual terhadap media-media promosi yang digunakan terutama kemasan. Dalam sebuah bisnis, ilustrasi menjadi alat promosi yang efektif untuk merepresentasikan maksud produk dan perusahaan. Oleh sebab itu, ilustrasi diarahkan untuk melengkapi layout desain pada media promosi Wawa Food and Cookies

dengan menjadi aset visual yang mudah diingat serta meningkatkan daya tarik visual produk dan identitas perusahaan.

Perancangan ini menggunakan metode wawancara dan observasi dalam pengumpulan data. Metode tersebut membantu penulis untuk mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan Wawa Food and Cookies mulai dari citra visual macam apa yang dibutuhkan perusahaan hingga kemasan produk. Dalam hal ini, ilustrasi yang telah dirancang berupa ilustrasi dekoratif yang menunjukkan keberagaman produk Wawa Food and Cookies dengan warna-warna yang mengacu pada esensi Wawa Food and Cookies. Ilustrasi diterapkan pada media-media yang dibutuhkan oleh Wawa Food and Cookies, media tersebut merupakan media utama dan media pendukung sebagai pemerluas visualisasi atau bahkan promosi brand.

Diharapkan dengan adanya perancangan ilustrasi sebagai aset visual ini, Wawa Food and Cookies dapat mulai menyadari betapa pentingnya visualisasi produk dan perusahaan. Dan diharapkan agar Wawa Food and Cookies bisa mengelola media-media promosinya dengan baik. Dalam proses perancangan ini pula, penulis mengalami sedikit kesulitan untuk memperoleh informasi mengenai anggaran biaya dan proses cetak media. Penulis dapat menjadikan pengalaman ini untuk menjadi lebih baik kedepannya.

REFERENSI

- Ale, Mutiara. 2020. “Perancangan Aset Visual Bertema *Daily Life Lesson* Untuk Brand Popale”. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Nganjuk. (2022, 23 Maret). Diakses pada 2 Februari 2023, dari <https://nganjukkab.bps.go.id/indicator/9/544/1/jumlah-industri-kecil-menurut-jenis-industri.html>
- Becca. (2016, 29 November). Why Illustration Will Be Great For Your Business. Diakses pada 17 Januari 2023, dari <https://www.twine.net/blog/why-illustration-will-be-great-for-your-business/>
- Dwipayana, I Kadek. 2022. Perancangan Ilustrasi Sebagai Pendukung Visual Branding dan Promosi Kopi Nini di Dados Desain. Denpasar: ISI Denpasar.
- Kartika, J. D., & Rudyant S, W. 2015. *Logo: Visual Asset Development*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Mengenal Apa Itu Visual Identity dan Manfaatnya. (2022, 8 April). Diakses pada 2 Februari 2023, dari <https://www.superpixel.id/blog/visual-identity>
- Pham, Van. 2014. “Impact of Corporate Visual Identity on Consumer’s Perception of a Brand”. Finlandia: Turku University of Applied Sciences.
- R. A, Rahajeng Dyah. 2017. “Perancangan Warna Dalam Ilustrasi Buku Berjudul “Arafura” yang Menggunakan Teknik Kinegram”. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Salam, Sofyan. 2017. *Seni Ilustrasi: Esensi, Sang Ilustrator, Lintasan, Penilaian*. Makassar: Badan Penerbit UNM.
- Yansens, Charles. (2022, 31 Agustus). Apa itu Aset Digital? Manfaat, Jenis dan Cara Melindungi. Diakses pada 17 Januari 2023, dari <https://tanyadigital.com/aset-digital-adalah/>
- Zamzami, Muhammad Rizki. 2020. “Perancangan Ilustrasi Artwork Sebagai Media Promosi Kedai Ojo Lali Ngopi di Balamoa-Tegal”. Tegal: Politeknik Harapan Bersama Tegal.