

PERANCANGAN *CORPORATE IDENTITY* UMKM ROLLY CATERING DI NGANJUK JAWA TIMUR

Rintoadmaja Bagus Priadi¹, Nova Kristiana²

¹Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
email: rintoadmaja.19009@mhs.unesa.ac.id

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

Abstrak

UMKM Rolly Catering merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner dan salah satu UMKM unggulan Kelurahan Ganungkidul, Nganjuk. UMKM yang sudah berdiri sejak 1997 ini sudah sangat dikenal oleh masyarakat sekitar. Makanan yang disajikan bervariasi mulai dari berbagai varian kue kering, kue basah, dan aneka menu nasi kotak. Terlepas dari sudah dikenalnya UMKM Rolly Catering ini di masyarakat sekitar, UMKM ini masih memiliki kendala di bagian identitas. Dimana belum memiliki logo sehingga UMKM Rolly Catering tidak memiliki identitas ataupun pembeda dari kompetitor lainnya. Dalam proses perancangan corporate identity metode yang digunakan pada penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan pengumpulan dua data yaitu primer dan sekunder. Data primer meliputi proses wawancara dan observasi data sekunder didapat melalui internet dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah 5W+1H dilakukan dengan menjawab pertanyaan What (apa), Why (mengapa), Who (siapa), When (kapan), Where (dimana), dan How (bagaimana) sebagai langkah untuk mengoptimalkan proses perancangan. Dalam perancangan karya corporate mendapatkan hasil karya berupa logo serta penerapan pada stationery set, signboard, shopping bag, label, poster. Pada perancangan ini seluruh karya mengaplikasikan berbagai unsur dan prinsip desain seperti kesatuan, warna, keseimbangan dan lainnya sehingga dihasilkan sebuah desain yang indah. Pada desain yang baru memiliki ciri selalu konsisten menampilkan logo baru dari UMKM Rolly Catering dengan menggunakan warna dominan coklat yang menciptakan suasana lembut.

Kata Kunci : Corporate Identity; Citra Perusahaan; Ilustrasi

Abstract

Rolly Catering is an SME (Small and Medium Enterprise) operating in the culinary field and is one of the leading UMKMs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Ganungkidul Village, Nganjuk. This UMKM, which was established in 1997, is well-known among the local community. The food served varies from various types of cookies, traditional cakes, to various boxed rice menu options. Despite its recognition in the local community, Rolly Catering still faces a challenge in terms of its identity. It does not have a logo, which means that Rolly Catering lacks a distinct identity that sets it apart from its competitors. To address this issue, a qualitative research method is employed in the process of designing the corporate identity, utilizing both primary and secondary data. Primary data is collected through interviews and observations, while secondary data is gathered from the internet and documentation. The analysis technique used is the 5W+1H, which involves answering the questions of What, Why, Who, When, Where, and How. This approach aims to optimize the design process. The creation of the corporate identity encompasses various elements and design principles such as lines,

colors, balance, unity, and others, resulting in a comprehensive set of design works including a logo, stationery set, signboard, shopping bag, label, and poster. All these design works take into account the distinguishing feature of prominently featuring the new logo of Rolly Catering, using a dominant brown color that creates a gentle atmosphere.

Key Words : Corporate Identity; Corporate Image; Illustration

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah menjadi praktik usaha yang populer di kalangan masyarakat. UMKM mencakup berbagai bentuk usaha, termasuk yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha kecil. Klasifikasinya berdasarkan faktor seperti omzet tahunan, jumlah aset, dan jumlah karyawan. Keuntungan utama UMKM adalah kemampuannya untuk menciptakan lapangan kerja lebih banyak dan memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan. Fenomena ini menunjukkan bahwa UMKM memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi baik secara makro maupun mikro di Indonesia. (Suci, 2017)

UMKM di sektor kuliner merupakan salah satu jenis usaha yang banyak diminati. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat sekitar 1,51 juta unit usaha Industri Mikro Kecil (IMK) di sektor makanan pada tahun 2020. Proporsi IMK sektor makanan ini mencapai 36% dari total IMK di seluruh negara, yang jumlahnya mencapai 4,21 juta unit usaha.

Melihat perkembangan jumlah UMKM yang ada, maka dari itu dibuatlah sebuah pembeda atau identitas dari tiap-tiap UMKM yang ada. Identitas perusahaan memiliki peran sebagai identifikasi atau representasi yang membedakan perusahaan dari yang lain di hadapan publik. Identitas perusahaan divisualisasikan melalui logo, nama, dan elemen visual lainnya yang digunakan oleh perusahaan, termasuk seragam karyawan dan aspek pendukung lainnya.

Rolly Catering merupakan salah satu UMKM di sektor kuliner yang menghadapi kendala dalam hal identitasnya. UMKM Rolly Catering merupakan salah satu UMKM unggulan Kelurahan Ganungkidul, Nganjuk. UMKM ini terletak di Jalan Pandan No. 24 Ganungkidul. UMKM yang sudah berdiri sejak 1997 ini sudah sangat dikenal oleh masyarakat sekitar. Makanan yang disajikan bervariasi mulai dari berbagai varian kue kering, kue basah, dan aneka menu nasi kotak. Beberapa produk unggulan dari catering ini adalah sifon, pastel dan sosis solo. Terlepas dari sudah dikenalnya UMKM Rolly Catering ini di masyarakat sekitar, UMKM ini masih memiliki kendala di bagian identitas. Dimana belum memiliki logo sehingga UMKM Rolly Catering tidak memiliki identitas ataupun pembeda dari kompetitor lainnya. Satu-satunya identitas sebagai penanda keberadaan UMKM ini hanyalah dengan banner yang diletakkan pada depan rumah produksi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, perancangan ini bertujuan untuk membantu UMKM menciptakan identitas, karakter, jati diri dan nuansa baru serta meningkatkan daya beli dengan membangun citra yang membuat produknya lebih mudah diingat konsumen dan membedakan produk UMKM Rolly Catering dengan produk lainnya melalui pembeda atau ciri khusus.

KERANGKA TEORETIS

***Corporate Identity* UMKM Bidang Kuliner**

Corporate identity adalah representasi visual yang menjadi identitas suatu perusahaan. Hal ini melibatkan penggunaan elemen visual yang khas untuk membuat perusahaan tampak mencolok, serta mempergunakan simbol filosofis yang unik untuk membedakan perusahaan tersebut dari yang lain. (Kholil, 2018)

Sebuah bisnis UMKM tak terkhusus di bidang kuliner membutuhkan identitas visual sebagai manfaat untuk modal bisnis yang berkembang dan bersaing di tengah kompetisi maraknya bidang kuliner. Manfaat dari penggunaan identitas visual bagi pelaku bisnis UMKM akan berdampak pada peningkatan penjualan, memberikan pembeda untuk produknya dengan produk pesaing pada pasaran. (Drbanker, 2020)

Logo UMKM Bidang Kuliner

Logo memiliki peran penting dalam identitas suatu perusahaan dengan memvisualisasikan konsep atau kesan yang ingin disampaikan, termasuk struktur bentuk dan hubungan dengan elemen visual lainnya. Sebagai atribut utama secara visual, logo mampu menggambarkan citra perusahaan meliputi visi, misi, filosofi, dan lainnya. (Luzar & Monica, 2013)

Logo dalam bidang kuliner memiliki tujuan utama untuk memperlihatkan kualitas produk dengan efektif. Sebuah logo kuliner yang baik akan mencerminkan isi, pengalaman konsumsi, dan identitas produk. Pemberian logo kuliner menjadi aspek yang penting untuk menarik perhatian konsumen. (Tysara, 2021)

Media Penerapan Logo UMKM Bidang Kuliner

Dalam pembuatan corporate identity, tahap penting yang harus diperhatikan adalah aplikasi. Pada tahap ini, perlu dipahami elemen-elemen yang penting dan efektif untuk menciptakan desain komunikasi yang sesuai. Tujuan dari tahap ini adalah menghasilkan sistem komunikasi visual yang efektif dan senada dengan identitas visual lainnya. Terdapat beberapa jenis aplikasi yang digunakan dalam kelanjutan proses corporate identity, seperti stationery (alat tulis), sign board (papan penunjuk), shopping bag (tas belanja), poster, dan label. (Luzar & Monica, 2013)

Tipografi Sebagai Identitas Perusahaan

Tipografi berperan penting dalam mengatur dan mengatur huruf agar memiliki nilai estetika dengan mempertimbangkan bentuk dan ukurannya. Tipografi merupakan ilmu yang melibatkan strategi dalam penataan layout, bentuk, ukuran, dan karakter huruf, dengan tujuan tertentu. Dengan kata lain, tipografi menjadi elemen krusial dalam menyampaikan informasi, baik secara visual maupun tulisan. (Lia & Nathalia, 2014)

Dari konsep yang disebutkan di atas, peran tipografi sangat penting dalam menciptakan pengalaman visual yang berkontribusi pada identitas suatu perusahaan. Ini memungkinkan perusahaan untuk dikenal di masyarakat. Dengan kata lain, tipografi memiliki kemampuan untuk menciptakan identitas perusahaan melalui elemen visual yang dapat dikenali secara luas. (Sumadewa & Hasbullah, 2021)

Ilustrasi Sebagai Identitas Perusahaan

Ilustrasi mempunyai peran penting dalam mengenalkan produk atau perusahaan. Selain sebagai sarana untuk mengidentifikasi merek, ilustrasi juga berfungsi untuk memperkuat identitas perusahaan atau organisasi. Ilustrasi sering digunakan dalam konteks visual untuk mencerminkan identitas

perusahaan. Contoh yang jelas adalah dalam logo perusahaan, di mana banyak logo menggunakan ilustrasi untuk mewakili produk mereka. Ilustrasi juga dapat mencerminkan visi, misi, dan budaya perusahaan, memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang perusahaan tersebut. (Witabora, 2012)

METODE PERANCANGAN

Pada perancangan ini metode yang digunakan sebagai acuan dalam menyelesaikan permasalahan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dalam mengumpulkan data yang akurat, terdapat dua jenis data yang digunakan teknik pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui proses wawancara dan observasi langsung, sedangkan data sekunder digunakan sebagai sumber informasi tambahan yang didapat melalui internet dan dokumen

Wawancara diadakan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang UMKM secara menyeluruh. Wawancara ini melibatkan pertanyaan yang diajukan kepada Bu Ana, pemilik Rolly Catering. Beberapa aspek yang ditanyakan mencakup profil Rolly Catering, media yang telah digunakan untuk meningkatkan citra Rolly Catering, serta data dan informasi yang dapat mendukung perancangan corporate identity.

Sebagai bagian dari proses perancangan, observasi langsung dilakukan pada UMKM Rolly Catering di lokasi produksi mereka. Observasi ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang mendetail tentang karakteristik Rolly Catering. Analisis karakteristik UMKM ini dilakukan secara keseluruhan guna memahami keseluruhan aspeknya, sehingga dapat mengembangkan konsep corporate identity yang dapat mencerminkan dengan baik karakteristik UMKM Rolly Catering.

Beberapa data dan informasi yang diperlukan sebagai tambahan informasi diperoleh melalui internet berupa literatur, buku, *website*, jurnal ataupun artikel pendukung lainnya yang relevan dengan perancangan yang dilakukan yaitu perancangan *corporate identity*. Kegiatan dokumentasi dilakukan guna mengumpulkan data yang diperlukan. Dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang akan menjadi dasar dalam perancangan corporate identity UMKM Rolly Catering. Kegiatan di rumah produksi didokumentasikan sendiri dan diperoleh informasi terkait yang dapat membantu dalam pembuatan perancangan *corporate identity*.

Dalam proses perancangan ini, digunakan teknik analisis 5W+1H. Analisis 5W+1H dilakukan dengan merespon pertanyaan mengenai What (apa), Why (mengapa), Who (siapa), When (kapan), Where (dimana), dan How (bagaimana). Tujuannya adalah untuk meningkatkan efisiensi dalam proses perancangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Rolly Catering merupakan UMKM yang bergerak di bidang makanan. Pemilik dari UMKM ini bernama Ibu Marsriana dalam pengerjaan produknya Bu Marsriana dibantu dengan 4 orang karyawan. UMKM ini memiliki brand bernama Rolly Catering, produk yang disediakan meliputi aneka makanan mulai dari kue basah, kue kering hingga aneka menu nasi kotak, harga yang dipatok untuk kue berkisar dari 1.800-2000 rupiah dan 15.000-20.000 untuk nasi kotak. Beberapa produk unggulan dari catering ini adalah sosis solo, sifon dan pastel. Produk Rolly Catering memposisikan produknya sebagai produk yang mengutamakan kualitas pada tiap sajiannya dan pilihan menu yang beragam serta harga yang terjangkau. Rata-rata pelanggan dari Rolly Catering adalah orang dewasa dengan pekerjaan ibu rumah tangga, karyawan hingga pegawai negeri di daerah sekitar kecamatan Nganjuk. Data komunikasi visual yang sudah ada berupa banner yang terletak di depan rumah produksi, kartu nama yang akan diberikan kepada calon pembeli dan foto produk seadanya yang dibagikan di status Whatsapp. Desain

akan diaplikasikan ke beberapa media yaitu *Stationery*: (Kartu Nama, Amplop, Kop Surat, Map, Nota, Stempel), Label, Tas Belanja, *Signboard* / Papan Nama, Poster.

Analisis menggunakan teknik 5W+1H yaitu menjawab beberapa pertanyaan. Adapun pertanyaannya sebagai berikut: (Apa) permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Rolly Catering saat ini? Nama Rolly Catering sudah cukup dikenal di masyarakat sekitar. Tetapi, UMKM ini masih belum memiliki sebuah identitas sehingga tampak tidak profesional dan tidak memiliki citra sendiri.

(Mengapa) diperlukan perancangan *corporate identity* UMKM Rolly Catering? Perancangan ini diperlukan sebagai upaya pembuatan identitas baru untuk menguatkan citra UMKM Rolly Catering. Sehingga UMKM ini mendapatkan sebuah identitas baru yang dapat menciptakan kesan yang profesional di mata konsumen.

(Siapa) target dari perancangan *corporate identity* UMKM Rolly Catering? Perancangan ditujukan untuk UMKM Rolly catering dan konsumen. Identitas baru yang menarik akan membuat citra UMKM Rolly Catering tampak baik dan profesional di mata konsumen.

(Kapan) perancangan *corporate identity* UMKM Rolly Catering dilakukan? Perancangan dilakukan setelah melakukan wawancara dengan pemilik UMKM mengenai detail identitas seperti apa Rolly Catering ingin dibentuk. Setelah itu dimulailah perancangan *corporate identity* untuk UMKM Rolly Catering.

(Dimana) perancangan *corporate identity* ini akan diterapkan? Perancangan *corporate identity* akan diterapkan pada media visual dari UMKM Rolly Catering, seperti: *Stationery*, tas belanja, label, dan *signboard*.

(Bagaimana) perancangan *corporate identity* UMKM Rolly Catering dilakukan? Dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi mengenai kebutuhan perancangan *corporate identity* UMKM Rolly Catering, sehingga dapat menghasilkan konsep perancangan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM Rolly Catering.

UMKM Rolly Catering ingin menonjolkan sebuah identitas UMKM kuliner yang profesional namun tetap terjangkau. Rolly Catering berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik dan memenuhi harapan pelanggan dengan baik. Dengan produknya yang mengutamakan kualitas pada tiap sajiannya dan pilihan menu yang beragam serta tetap dengan harga yang terjangkau.

Citra visual yang ingin ditampilkan oleh UMKM Rolly catering adalah implementasi dari produk yang dijual dan divisualisasikan menjadi sebuah desain berjenis ilustrasi kartunis dipadukan dengan warna bertone hangat yang menciptakan nuansa lembut, akrab, dan nyaman. Perpaduan antar profesionalitas dan kelembutan dari visual yang ditampilkan sehingga terkesan tidak kaku dan tetap terjangkau

Terdapat beberapa unsur ikonik yang relevan yang dapat diimplentasikan menjadi elemen visual. Beberapa unsur ini diambil dari makanan yang paling laris dari UMKM Rolly Catering yaitu sosis solo dan kue sifon. Nantinya kedua makanan ini akan diilustrasikan untuk menjadi sebuah logo dan pattern. Desain utama yaitu logo menggunakan makanan sosis solo yang diilustrasikan menjadi sebuah kartun. Sosis solo sendiri adalah makanan yang salah satunya paling laris di UMKM Rolly Catering. Maka dari itu, logo utama digambarkan menggunakan sosis solo.



Gambar 4.3 Color Palette
(Sumber: Priadi, 2023)

Pemilihan warna coklat sebagai warna dominan yang berarti kelembutan dan kehangatan diusung dari karakteristik Bu Ana selaku pemilik UMKM yang memiliki sifat kalem, lembut dan mudah akrab. (Monica & Luzar, 2017)

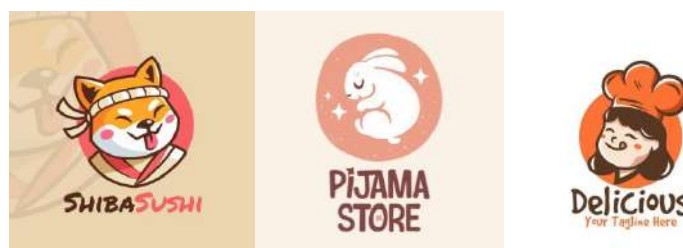


Gambar 4.4 Tipe dan Jenis Tipografi
(Sumber: Priadi, 2023)

Menggunakan dua jenis font dalam perancangan ini menggunakan 2 jenis huruf yaitu Handwriting dan Sans Serif. Font pertama ini memiliki karakteristik yang lembut dan nampak akrab karena seolah-olah seperti ditulis oleh tangan (Fauzi, 2020). Font kedua yang digunakan adalah font Montserrat yang berjenis sans serif. Alasan menggunakan font ini adalah font tampak tegas dan professional tapi tidak kaku. Maka dari itu perpaduan dari kedua font ini menciptakan sebuah nuansa yang professional dan lembut.

Logo Rolly Catering

Referensi visual diambil dari gaya penampilan grafis yang sudah diputuskan yaitu gaya desain ilustrasi kartunis.



Gambar 4.5 Referensi Visual Logo

(Sumber: Pinterest, 2023)

Beserta tambahan referensi logo UMKM sekitar Ganungkidul:

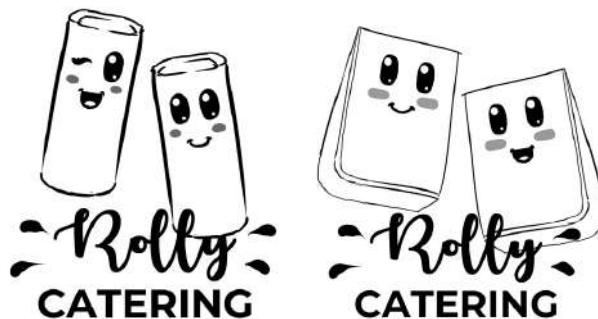


Gambar 4.6

Referensi Logo UMKM Sekitar Ganungkidul

(Sumber: Internet, 2023)

1) Thumbnail

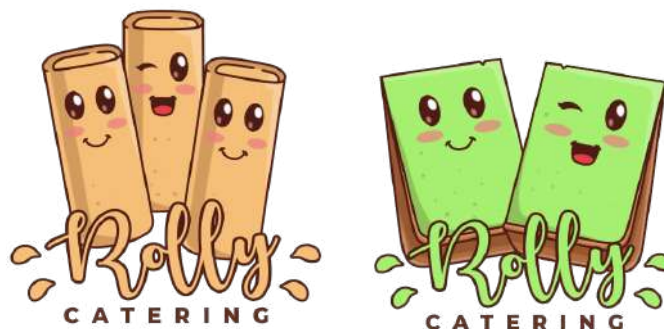


Gambar 4.7 Thumbnail Sosis Solo dan Sifon

(Sumber: Internet, 2023)

Thumbnail divisualisasikan melalui konsep yang telah dipikirkan dan didiskusikan dengan pemilik. 2 jenis ilustrasi logo didapat dari 2 menu yang paling laris dari Rolly Catering yaitu sosis solo dan sifon.

2) Tight Tissue



Gambar 4.8 Tight Tissue Sosis Solo dan Sifon

(Sumber: Priadi, 2023)

Tight Tissue merupakan proses lanjutan dari Thumbnail. Ini adalah tahap dimana sketsa dikembangkan menjadi lebih rinci dengan memperbaiki outline dan pemberian warna. Warna dari kedua logo tersebut diambil dari warna asli makanan tersebut.

3) Final



Gambar 4.9 Final Sosis Solo

(Sumber: Priadi, 2023)

Finalisasi adalah tahap akhir dalam proses desain di mana dilakukan penyelesaian dan penyempurnaan desain yang telah dikembangkan. Setelah melalui proses Tight Tissue kemudian dipilih satu desain logo terbaik sehingga menjadi desain final. Pada tahap ini, detail, koreksi, penyesuaian warna, dan elemen desain lainnya diaplikasikan untuk mencapai hasil desain yang sepenuhnya jadi dan siap diaplikasikan ke beberapa media.

Penerapan

1. Stationery



Kartu Nama

Berfungsi untuk memperkenalkan identitas perusahaan atau individu kepada orang lain. Kartu nama digunakan untuk membangun hubungan dan mempromosikan brand atau nama perusahaan. Berbahan dasar art paper 230 dengan ukuran 8.8 x 5.5 cm



Amplop

Berfungsi untuk menyimpan dan mengirimkan surat. Sebagai media pendukung corporate identity, amplop dapat memvisualkan identitas perusahaan melalui desain, logo, atau informasi kontak yang dicetak pada amplop. Berbahan dasar art paper 210 laminasi doff dengan ukuran 26 x 23 cm



Kop Surat

Digunakan dalam surat resmi atau komunikasi bisnis. Berfungsi sebagai media pendukung corporate identity adalah untuk memvisualkan identitas perusahaan melalui desain, logo, alamat, dan informasi kontak yang tercetak. Kop surat yang memiliki desain konsisten dengan elemen identitas perusahaan akan membantu membangun citra profesional dan meningkatkan kesan profesional terhadap perusahaan. Berbahan dasar kertas HVS berukuran A4



Buku Nota

Berfungsi untuk mencatat transaksi atau catatan jual beli. Sebagai media pendukung corporate identity, buku nota memvisualkan identitas perusahaan melalui desain cover, logo, atau informasi kontak yang tercetak pada buku. Penggunaan buku nota yang terkait dengan identitas visual perusahaan akan memberikan kesan profesional. Berbahan dasar kertas HVS dengan ukuran 10 x 15 cm



Stempel

Digunakan untuk mencetak tanda atau logo pada nota atau dokumen lainnya. Fungsinya sebagai media pendukung corporate identity adalah untuk memberikan identitas perusahaan dengan mencetak logo. Stempel yang digunakan secara konsisten dengan elemen identitas perusahaan akan membantu memperkuat citra merek dan memberikan kesan profesional. Berbahan dasar karet memiliki ukuran 3,5 x 3,5 cm

2. Signboard



Gambar 4.16 Penerapan Signboard
(Sumber: Priadi, 2023)

Signboard

Signboard yang diletakkan di depan rumah produksi akan berisi logo. Fungsinya untuk menampilkan identitas visual perusahaan secara jelas kepada khalayak umum yang berlalu lalang di depan rumah produksi. Signboard yang menarik dan konsisten dengan elemen identitas perusahaan akan membantu membangun kesan kuat tentang identitas perusahaan. Berbahan dasar akrilik neon box ukuran 40 x 40 cm.

3. Shopping Bag



Gambar 4.17 Penerapan Shopping Bag
(Sumber: Priadi, 2023)

Shopping Bag

Digunakan untuk membawa barang-barang yang dibeli saat berbelanja. Sebagai media pendukung corporate identity, tas belanja dapat berfungsi sebagai media pemerkuat citra perusahaan yang efektif. Dengan mencetak logo atau desain yang konsisten dengan identitas perusahaan pada tas belanja. Berbahan dasar art paper 230 dengan ukuran 21 x 24 x 8 cm.

4. Label



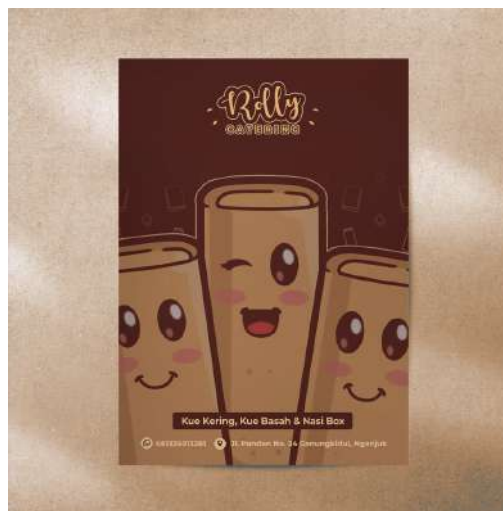
Gambar 4.18 Penerapan Label

(Sumber: Priadi, 2023)

Label

Label yang ditempelkan pada produk atau kemasan difungsikan untuk memberi informasi mengenai identitas produk, merek dan informasi lainnya. Fungsi label sebagai media pendukung corporate identity adalah untuk memperkuat identitas visual perusahaan dan meningkatkan kesan profesional. Berbahan dasar vinyl berukuran 3,5 x 3,5 cm.

5. Poster



Gambar 4.19 Penerapan Poster

(Sumber: Priadi, 2023)

Poster

Poster corporate identity memiliki fungsi utama dalam memperkuat citra perusahaan melalui memperkenalkan merek, memperkuat identitas, membangun kepercayaan dan reputasi. Berbahan dasar art paper 210 dengan ukuran kertas A3.

6. Graphic Standart Manual



Gambar 4.20 Penerapan Graphic Standart Manual

(Sumber: Priadi, 2023)

Graphic Standart Manual

Graphic Standard Manual berfungsi sebagai media pendukung corporate identity dengan mempertahankan konsistensi dan kesatuan visual, meningkatkan profesionalitas. Buku ini memberikan pedoman yang jelas tentang penggunaan logo. Berbahan dasar art paper 230 & 150 dengan ukuran kertas A3.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penjelasan pada bab-bab sebelumnya, telah tercapai pemahaman yang mendalam tentang corporate identity UMKM Rolly Catering. Sebagai hasilnya, dirancanglah corporate identity berupa logo yang akan diterapkan pada beberapa media. Konsep yang dihasilkan yaitu corporate identity dengan gaya desain ilustrasi kartunis, dengan warna dominan coklat. Proses yang dilalui sehingga mendapatkan hasil yang maksimal melalui 3 tahap design thinking yaitu thumbnail, tight tissue dan final. Wujud perancangan ini berupa logo utama UMKM Rolly Catering, yang menggunakan kombinasi dua jenis logo yaitu logogram dan logotype. Hasil akhir dari perancangan ini adalah logo yang diterapkan pada beberapa media yaitu stationery (kartu nama, stempel, kop surat, amplop, buku nota), poster, label, tas belanja dan signboard. Beberapa media tersebut didesain dengan konsep yang sama konsisten satu sama lain agar menciptakan kesan profesional.

Saran untuk penulis agar menjadikan perancangan ini sebuah pembelajaran dan tidak mengulang kesalahan atau kekurangan saat merancang perancangan ini, dan bisa menjadi lebih baik kedepannya. Saran untuk UMKM Rolly Catering agar senantiasa dapat mempertahankan identitas baru ini untuk waktu yang cukup lama, agar identitas baru ini tertanam sebagai citra yang lebih baik di mata pelanggan. Semoga dengan dibuatnya perancangan corporate identity ini Rolly Catering senantiasa meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya agar lebih profesional tiap waktu ke waktunya. Saran untuk mahasiswa agar bisa menjadikan tugas akhir ini pelajaran atau literatur jika ingin mengambil topik yang sama.

REFERENSI

- Drbanker. (2020, Maret 1). Retrieved from Manajemenbank.com:
<https://manajemenbank.com/pentingnya-brand-dan-logo-bagi-usaha-ukm/>
- Fatoni, A. (2011). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fauzi, M. (2020, January). Retrieved from <https://bahan-ajar.esaunggul.ac.id/>:
<https://bahan-ajar.esaunggul.ac.id/dir310/wp-content/uploads/sites/1752/2020/01/PPT-UEU-Teknik-Presentasi-12>
- Kholil, A. M. (2018). *101 branding ideas : strategi jitu memenangkan hati konsumen*. Yogyakarta: Tanpa Perantara.
- Lia, A., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Luzar, L. C., & Monica. (2013). Peranan Komunikasi Visual Bagi Identitas Perusahaan. *Vol. 4 No. 1 (2013): Humaniora*, 535.
- Monica, & Luzar, L. C. (2017). Efek Warna Dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Vol. 2 No. 2 (2011): Humaniora*, 1085-1086.
- Suci, Y. R. (2017). PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 1-3.
- Sumadewa, I. Y., & Hasbullah. (2021). Transformasi Pada Corak Kain Songket Sasak Lombok Sebagai Tipografi. *Vol 23, No 2 (2021)* , 396.
- Tysara, L. (2021, Maret 22). Retrieved from Liputan6.com:
<https://www.liputan6.com/hot/read/4512239/ide-logo-kuliner-dan-cara-membuatnya-bikin-makin-laris>
- Ulfah, Supriani, Y., & Arifudin, O. (2022). Kepemimpinan Pendidikan di Era Disrupsi. *Vol. 5 No. 1 (2022): JJIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 12.
- Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *Vol. 3 No. 2 (2012): Humaniora*, 659-666.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.