

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL *APPLEPEA BITE*

Alizzah Zulfania Arianti¹, Asidigisianti Surya Patria²

¹Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
email: alizzah.20034@mhs.unesa.ac.id

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

Abstrak

Applepea Bite adalah produk kue yang merupakan ide praktik usaha oleh mahasiswa peserta program Wirausaha Merdeka 2023. Jangkauan wilayah utamanya berada di Surabaya. *Applepea Bite* belum memiliki komunikasi merek yang baik, karena selama program Wirausaha Merdeka hanya fokus pada produksi dan penjualan. Minimnya waktu pengembangan praktik usaha selama program Wirausaha Merdeka membuat kurangnya perhatian pada pembentukan citra merek *Applepea Bite*. Oleh karena itu, *Applepea Bite* membutuhkan identitas visual untuk meningkatkan citranya. Dalam proses perancangan identitas visual ini dilakukan melalui tahapan identifikasi masalah, pengumpulan data dari hasil wawancara dan observasi, analisis data 5W+1H, konsep perancangan, proses perancangan meliputi konsep desain, visualisasi desain, desain final. Hasil karya identitas visual diterapkan melalui perancangan kemasan, penyusunan *Graphic Standart Manual* (GSM) serta brosur/*leaflet*. Perancangan identitas visual ini membantu peningkatan penjualan, kekuatan promosi produk dan lebih mudah jika hendak melakukan pengembangan usaha.

Kata Kunci: Perancangan; Identitas Visual; Logo; Desain Kemasan; Camilan

Abstract

Applepea Bite is a cake product that is a business practice idea by students participating in the Wirausaha Merdeka 2023 program. The main coverage area is in Surabaya. *Applepea Bite* does not yet have good brand communication, because during the Merdeka Entrepreneur program it only focuses on production and sales. The lack of time to develop business practices during the Merdeka Entrepreneur program has resulted in a lack of attention to the formation of the *Applepea Bite* brand image. Therefore, *Applepea Bite* needs a visual identity to improve their image. In the process of designing this visual identity, it is carried out through the stages of problem identification, data collection from interviews and observations, 5W + 1H data analysis, design concept, design process including design concept, design visualization, final design. The work of visual identity is applied through packaging design, preparation of *Graphic Standard Manual* (GSM) and brochures/*leaflets*. The design of this visual identity helps increase sales, product promotion strength and easier if you want to do business development.

Keywords: Design; Visual Identity; Logo; Packaging Design; Dessert

PENDAHULUAN

Lulusan perguruan tinggi di Indonesia saat ini berada ditingkat bawah pada tabel presentase penduduk bekerja menurut tingkat pendidikan yang ditamatkan. Berdasarkan data survey oleh Badan Pusat Statistik (2023) pada Agustus 2023, lulusan SD kebawah (tidak / belum pernah sekolah / belum tamat SD / tamat SD) masih mendominasi status bekerja sebesar 36,82%. Sedangkan lulusan Diploma IV, S1, S2 dan S3 sebesar 10,32%.

Wirausaha Merdeka merupakan salah satu program oleh Pemerintah Indonesia, hadir dengan tujuan membantu meningkatkan kapasitas dan kualitas perguruan tinggi dan membantu mengurangi potensi tingkat pengangguran terdidik dari perguruan tinggi (Kampus Merdeka, 2022). Pada tahun 2022, program ini diikuti oleh 11.524 mahasiswa dari 47.723 pendaftar. Tahap pembelajaran yang dilakukan mulai dari tahap *Pre-Immersion* yang diisi dengan pengetahuan dasar wirausaha, tahap *Immersion* yang diisi dengan keterlibatan UMKM untuk *prototype* yang tervalidasi, tahap *Post-Immersion* diisi dengan proses *market validation* dan *feasibility study* (Kampus Merdeka, 2022).

Pelaksanaan program Wirausaha Merdeka *batch* 2 ada pada tahun 2023. Keinginan untuk mengikuti program ini adalah mendapatkan pengalaman praktis mulai dari pembekalan *mindset* hingga praktek dan pengembangan usaha. Didalam *website* Kampus Merdeka (2022) dijelaskan bahwa program Wirausaha Merdeka dapat digunakan untuk konversi SKS setara 20 SKS. Dari tahapan program yang telah dilalui, telah dibuat ide usaha bernama Applepea Bite. Pengerjaan praktik usaha ini dilakukan secara tim yang berisi 5 mahasiswa.

Minimnya waktu pengembangan usaha selama program Wirausaha Merdeka yaitu kurang dari satu bulan membuat kurangnya perhatian pada pembentukan citra merek Applepea Bite. Menurut Panuju (2019), komunikasi tetap menjadi hal penting untuk memastikan pemasar menyampaikan makna yang tepat bagi calon konsumen. Setidaknya dapat menyampaikan pesan mengenai produk. Menurut Firmansyah (2019), komunikasi merek dapat disampaikan melalui proses visualisasi sehingga pesan dapat diingat dan tersampaikan dengan cepat dan tepat kepada calon konsumen. Ketika konsumen dapat menangkap pesan tentang produk, maka yang dapat dirasakan adalah nilai estetik, fungsi praktis serta identitas produk (Ramadhan, 2019).

Komunikasi merek Applepea Bite belum mencapai hasil yang baik karena fokus utama pengerjaan selama program Wirausaha Merdeka hanya pada produksi dan penjualan. Namun berdasarkan pembahasan sebelumnya, sebuah usaha mestinya memaksimalkan komunikasi merek. Produk yang memiliki pengenalan identitas yang jelas akan memudahkan pemasaran sehingga sampai pada target konsumen. Tentu hal tersebut bisa didukung oleh tampilan visual yang menarik. Maka perlu diadakannya perancangan identitas visual Applepea Bite sebagai upaya menjangkau konsumen yang lebih banyak sehingga penjualan akan meningkat.

Berdasarkan permasalahan yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan proses perancangan identitas visual Applepea Bite, mendeskripsikan penerapan identitas visual Applepea Bite.

KERANGKA TEORETIS

a. Perancangan Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan dalam pembuatan perancangan identitas visual, yakni karya Amina *et al.* (2023) yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Usaha Dessert Pufflicious”. Berdasarkan hasil brainstormingnya, (yaitu *delicious, friendly, sweet, warm, dan premium*) jenis logo yang digunakan adalah jenis logo *mascot* yang bertujuan menunjukkan kesan friendly dengan penggunaan ekspresi pada karakter. Warna palet juga digunakan untuk mengekspresikan kepribadian

brand Dessert Pufflicious.

Selain itu, perancangan lainnya yakni karya Riandra & Islam (2021) berjudul “Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry”. Konsep visual utama dalam perancangan ini adalah “*simple design*” dengan tujuan menampilkan karakteristik dari Catering & Bakery Cherry.

Kesamaan proses perancangan identitas visual oleh Amina *et al.* (2023) dan Riandra & Islam (2021) adalah bertujuan sebagai media komunikasi visual yang memiliki ciri khas sehingga mudah diingat oleh konsumen. Selain itu hasil perancangannya sama-sama diimplementasikan ke beberapa media sesuai kebutuhan untuk menjangkau audiens lebih banyak.

b. Identitas Visual

Abednego (2018) mengemukakan, identitas visual adalah wajah yang akan dilihat pertama kali oleh konsumen saat proses pengenalan merek. Pada dasarnya identitas visual merupakan bentuk identitas dari suatu produk atau merek yang dapat diidentifikasi secara visual. Menurut Mahatma (2023), terdapat elemen-elemen identitas visual yang akan menjadi pembeda dengan produk kompetitor, sebagai berikut :

- 1) Logo merupakan dari *brand identity* yang nantinya paling sering dilihat oleh konsumen.
- 2) Warna konsisten. Warna menjadi elemen penting karena dapat mempengaruhi respon emosional *audiens*. Maka gunakan warna yang konsisten dan juga sederhana.
- 3) Font yang profesional. Sebaiknya gunakan satu jenis huruf utama yang menjadi font dasar dari desain identitas visual.
- 4) Grafis pendukung. Bahasa visual yang diperluas melalui grafis pendukung seperti aset desain, foto, ikon dan slogan.
- 5) Aset fisik *brand*. Aset fisik dari *brand* adalah objek material dari *brand* seperti *packaging*, seragam karyawan hingga desain toko. *Visual identity* berfokus pada apa saja yang dilihat oleh *audiens*.

c. Logo

Menurut Abednego (2018), logo adalah simbol grafis dari suatu produk, merek atau perusahaan yang mudah dikenali dan akan diingat dengan mudah bagi *audiens* atau konsumen. Kartika & Wijaya (2016) menyampaikan, terdapat 5 faktor penting yang perlu diperhatikan untuk sebuah logo yang efektif yaitu kekhususan (khas), visibilitas (mudah dilihat), kemampuan beradaptasi, mudah dikenal dan sesuai dengan periode waktu tertentu.

d. Graphic Standart Manual (GSM)

Graphic Standart Manual adalah sebuah buku panduan tentang aturan penggunaan elemen visual grafis termasuk logo, penggunaan jenis font, *layout*, *pattern* serta elemen lainnya yang sudah ditentukan dan digunakan oleh sebuah merek atau produk agar tetap konsisten (Amina *et al.*, 2023).

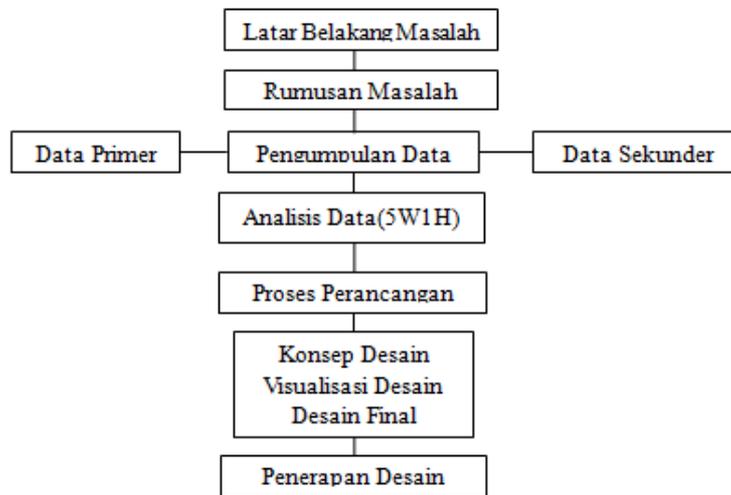
e. Desain Kemasan

Julianti (2014) mengatakan, “Kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk”. Menurut pendapat Rahardjo (2019), keberadaan kemasan bagi produk pangan memiliki peran yang penting, karena salah satu tujuannya merupakan upaya dalam mempertahankan mutu/kualitas, pelindung produk dan keamanan pangan. Selain itu kemasan dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik produk.

METODE PERANCANGAN

Perancangan identitas visual Applepea Bite menggunakan pengumpulan data secara primer dan sekunder. Data primer didapatkan dengan melakukan wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan kepada pemilik ide usaha yaitu anggota tim usaha Applepea Bite yang merupakan mahasiswa dari Universitas Negeri Surabaya dan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Wawancara dilaksanakan dengan tujuan mengetahui informasi yang lebih spesifik tentang Applepea Bite seperti komposisi/bahan dasar yang digunakan untuk produksi, ciri khas produk yang dimiliki dan pengembangan keberlanjutan usaha Applepea Bite. Sedangkan observasi perancangan ini dilakukan dengan mengikuti proses produksi yang memiliki tujuan mengetahui segala proses pembuatan mulai dari persiapan bahan, pengolahan bahan hingga pengemasan produk. Data sekunder didapatkan melalui jurnal dan buku dengan mengumpulkan teori dan pembahasan identitas visual sehingga dapat diterapkan untuk perancangan identitas visual Applepea Bite.

Metode yang digunakan pada perancangan ini secara garis besar dilakukan melalui tahapan identifikasi masalah, pengumpulan data primer dan sekunder, analisis data menggunakan 5W+1H, proses perancangan meliputi konsep desain, visualisasi desain, desain final hingga melakukan penerapan desain.



Bagan 1 Sistematika Perancangan
(Sumber: koleksi pribadi)

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Identifikasi Data

Applepea Bite adalah produk jajanan pasar yang dibuat oleh tim yang berjumlah 5 mahasiswa asal Surabaya dan Sidoarjo. Awal mula terbentuknya Applepea Bite, berawal dari masing-masing mahasiswa ini mengikuti program Wirausaha Merdeka pada tahun 2023 di perguruan tinggi pelaksana yang sama yaitu Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya. Kemudian dipertemukan pada tahap pembuatan *prototype* produk (tahap *Immersion & Post Immersion*) yang merupakan bagian dari tahapan program Wirausaha Merdeka.

Ide Applepea Bite muncul karena adanya keinginan membuat inovasi jajan pasar yang menarik dengan menggunakan bahan herbal dan buah-buahan sebagai variasi tambahan. Bahan herbal dimanfaatkan sebagai pewarna alami. Alasan memilih bunga telang karena tumbuhan herbal tersebut tidak menghasilkan rasa, namun hanya menghasilkan warna. Sehingga tidak mempengaruhi hasil produksi. Selanjutnya buah-buahan yang dipilih adalah apel. Tidak ada alasan khusus kenapa harus apel.

Apel hanya sebuah pilihan spontan karena mudah dicari dan memiliki harga terjangkau. Setelah penentuan variasi bahan, dari situlah nama *Applepea Bite* dibuat.

Nama “*Applepea Bite*” berasal dari kata apel dan pea. Kata “*pea*” berasal dari *Butterfly Pea Flower* adalah bahasa inggris dari bunga telang. Menu yang dimiliki saat ini hanya bolu kukus dan puding, namun akan bertambah menu seiring waktu berkembang. Tempat produksi berada di rumah salah satu dari anggota tim, yang berada di Kota Surabaya dan adapun yang berada di Sidoarjo.

Saat ini *Applepea Bite* menghasilkan 2 produk yaitu bolu kukus dan puding. Semua produknya menggunakan bahan tambahan yang konsisten sesuai dengan namanya yaitu apel dan bunga telang. Produk pertama adalah bolu kukus. Proses produksinya meliputi pemilihan bahan-bahan yang digunakan kemudian diolah, dicetak, dikukus dan dikemas. Bolu kukus yang sudah *final*, dikemas menggunakan plastik kue dan siap dijual.



Gambar 1 Foto Produk Bolu Kukus dan Puding *Applepea Bite*
(Sumber: koleksi pribadi)

Produk kedua adalah puding. Proses produksinya lumayan sederhana. Mencampurkan puding susu putih dengan ekstrak bunga telang sebagai pewarna. Setelah itu diberi irisan apel sebagai pelengkap. Puding dicetak wadah plastik aman *microwave*, *oven* dan *freezer* ukuran 150 ml.

b. Analisis Data

Dalam perancangan identitas visual *Applepea Bite* dibutuhkan metode analisis data 5H+1H sebagai tahap untuk mengoptimalkan perancangan sebagai berikut.

1. *What*: Produk apa yang dimiliki *Applepea Bite*? Produk yang dihasilkan merupakan cemilan yang dapat dinikmati sebagai hidangan penutup. Saat ini terdapat 2 produk yang dihasilkan *Applepea Bite* yaitu bolu kukus dan puding.
Apa yang menjadi ciri khas dari produk *Applepea Bite*? Sesuai dengan nama yang dibuat, *Applepea Bite* ingin menonjolkan bahan variasi yang digunakan. Yakni apel dan bunga telang.
2. *Where*: Dimana lokasi produksi dan penjualan *Applepea Bite*? Produksi dilakukan di salah satu rumah anggota tim *Applepea Bite* yang berada di Sidoarjo. Penjualan produk dilakukan di wilayah Kota Surabaya dengan menitipkan produk di toko-toko sekitar. *Applepea Bite* juga berencana memanfaatkan acara *open booth*, untuk mengenalkan produk secara langsung kepada konsumen.
3. *When*: Kapan usaha *Applepea Bite* berdiri? *Applepea Bite* berdiri pada akhir tahun 2023. Pada penyusunan *prototype* program wirausaha merdeka. Kapan media promosi *Applepea Bite* disebar?

Applepea Bite melakukan penyebaran promosi saat mendirikan *booth* pada suatu event seperti pameran.

4. *Who*: Siapa target konsumen Applepea Bite? Target konsumen Applepea Bite yakni generasi Z berusia 11-26 tahun dan Generasi Y berusia 27-42 tahun yang berada di Kota Surabaya. Siapa penikmat produk Applepea Bite? Produk Applepea Bite dapat dinikmati oleh semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa. Karena bahan yang digunakan tidak mengandung bahan yang membahayakan kesehatan tubuh.
5. *Why*: Kenapa Applepea Bite membutuhkan identitas visual? Karena Applepea Bite merupakan usaha yang baru berdiri dan belum mencapai 1 tahun masanya. Maka sangat diperlukan identitas visual untuk sarana komunikasi visual yang dapat menguatkan pengenalan produk dan kemudahan jika hendak melakukan pengembangan usaha.
6. *How*: Bagaimana pengembangan keberlanjutan dari usaha Applepea Bite? Applepea Bite akan selalu mempertimbangkan penggunaan bahan yang ramah lingkungan, terutama pada penggunaan buah dan tumbuhan herbal. Sehingga limbah yang dihasilkan seperti kulit apel dan sisa bunga telang yang sudah diekstrak dapat digunakan sebagai kompos organik. Harapannya Applepea Bite dapat menggunakan kemasan yang ramah lingkungan.

c. Strategi Kreatif

Identitas yang ingin ditonjolkan dalam perancangan logo Applepea Bite adalah bahan kombinasi yang digunakan saat produksi yaitu apel malang dan bunga telang. Bahan kombinasi ini dianggap sebagai inovasi produk, yang nantinya akan menjadi identitas pengenalan produk yang paling ingin ditonjolkan. Citra visual yang ingin ditampilkan untuk Applepea Bite adalah pendekatan visual berdasarkan warna dan bentuk bunga telang dan apel.

Unsur ikonik yang digunakan pada logo merupakan visual bentuk yang mengambil bagian ikonik yang dapat diidentifikasi walau hanya berupa grafis sederhana. Penyederhanaan bagian apel menggunakan tangkai buah, sedangkan penyederhanaan bunga telang menggunakan bentuk bunga dengan warna putih dibagian tengahnya.



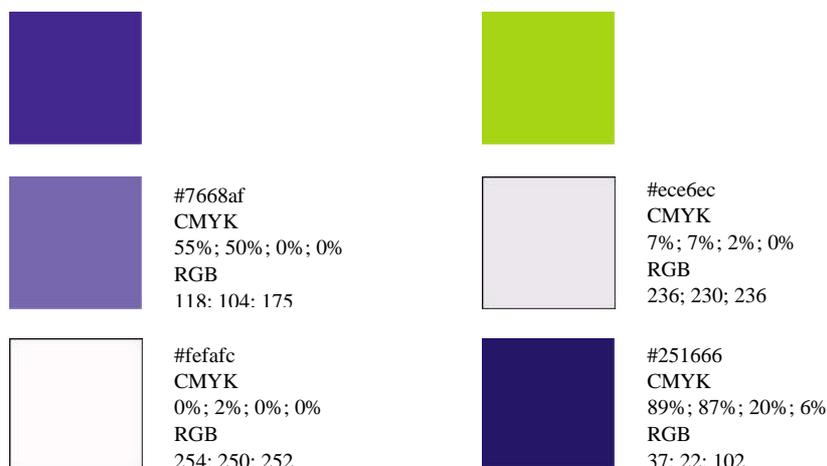
Gambar 2 Referensi Visual Perancangan Identitas Visual
(Sumber: pintereset.com)

Warna yang digunakan juga berdasarkan visual apel malang dan bunga telang. Visual apel malang identik dengan kulitnya yang berwarna hijau. Visual bunga telang identik dengan bunganya yang berwarna biru keunguan. Selain menggunakan dua warna tersebut, ditambahkan juga warna terang sebagai warna kontras.

#42298f
CMYK
78%; 78%; 0%; 0%
RGB
66: 41: 143

#a6d616
CMYK
35%; 0%; 99%; 0%
RGB
166, 214, 22

“Perancangan Identitas Visual *Applepea Bite*”



Gambar 3 Palet Warna Identitas Visual *Applepea Bite*
(Sumber: Arianti, 2024)

Font yang digunakan pada logo adalah font *Lilita One*, jenis huruf display yang memiliki tampilan gemuk dan hanya ideal untuk teks pendek. Pemilihan jenis huruf tersebut karena bentuknya yang mudah dikombinasikan dengan grafis. Selain itu, logo akan merepresentasikan bahwa produk *Applepea Bite* adalah produk yang ramah, artinya dapat dikonsumsi oleh anak-anak hingga dewasa. Kebutuhan typeface lainnya seperti penulisan informasi menggunakan font *Source Sans* jenis *Sans Serif*.



Gambar 4 Tipografi Identitas Visual *Applepea Bite*
(Sumber: Arianti, 2024)

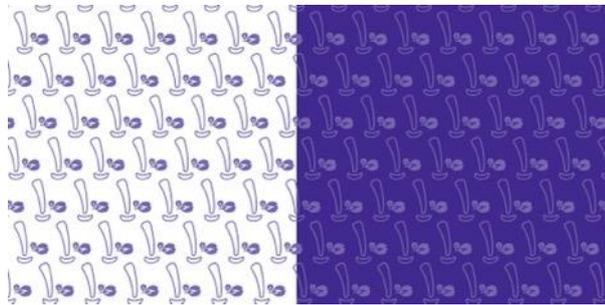
d. Visualisasi Karya

Melalui hasil data yang diperoleh serta penyusunan strategi kreatif diatas, maka perancangan identitas visual dapat dilakukan. Logo merupakan *output* utama pada perancangan identitas visual *Applepea Bite* ini. Unsur visualnya menekankan pada bahan kombinasi yang digunakan yaitu apel malang dan bunga telang sesuai dengan identitas yang ingin ditonjolkan. Mengenai arti dan tujuan dari bentuk yang diterapkan pada logo, terdapat 3 grafis utama yaitu tangkai apel, bunga telang dan *bite/gigitan*. Tangkai apel divisualisasikan menyatu dengan kata *apple* yang menyerupai huruf “L”. Visual dari bunga telang berada dibawah berwarna ungu. Unsur *bite/gigitan* dibuat motif gigitan pada huruf “a” dan “e”, berasal dari representasi kata “Bite” pada *Applepea Bite*.



Gambar 5 Logo Applepea Bite
(Sumber: Arianti, 2024)

Selain logo terdapat turunan elemen grafis yaitu *Pattern* yang menjadi elemen grafis pendukung untuk menampilkan ciri khas dari Applepea Bite yaitu apel dan bunga telang. Diturunkan dari *icon* yang ada pada *logotype* yaitu tangkai apel dan grafis bunga telang. Kedua grafis tersebut disejajarkan kemudian dibentuk menjadi susunan *pattern*. *Pattern* Applepea Bite digunakan untuk *background* desain. Dapat diterapkan pada desain label & kemasan, desain media promosi maupun kebutuhan desain lainnya. Penerapan warna dapat menyesuaikan kebutuhan, namun tetap memperhatikan keseimbangan kombinasi warna latar dengan warna *pattern*.



Gambar 6 Supergrafis Pattern Applepea Bite
(Sumber: Arianti, 2024)

Adapun supergrafis lainnya yaitu grafis yang menggunakan nama produk Applepea Bite, sebut saja grafis nama produk. Dengan menampilkan elemen ini, audiens tetap dapat mengenali asal produk yang mereka lihat tanpa adanya penempatan logo. Penyusunannya cukup sederhana, hanya menggunakan grafis tangkai apel dengan warna hijau serta menambahkan tipografi nama produk dengan *layout* yang telah dirancang.



Gambar 7 Supergrafis Nama Produk Applepea Bite
(Sumber: Arianti, 2024)

Selanjutnya terdapat penerapan identitas visual Applepea Bite yang telah dirancang menyesuaikan kebutuhan Applepea Bite pada beberapa media utama yaitu label produk, kemasan box, kantong plastik dan *Graphic Standart Manual* (GSM). Adapun media pelengkap yang terdiri dari rak display, *X banner*, *flyer*, kaos, nota dan infografis. Sebelum mencapai penerapan ke beberapa media, dibuat *Graphic Standart Manual* (GSM) yang merupakan panduan logo serta visual lainnya untuk menjaga konsistensi dan mempermudah pengaplikasian logo pada media.

“Perancangan Identitas Visual *Applepea Bite*”



Gambar 8 Penerapan *Graphic Standard Manual* (GSM) *Applepea Bite*
(Sumber: Arianti, 2024)

Produk pertama *Applepea Bite* adalah bolu kukus. Pengemasannya menggunakan plastik kue dengan posisi kerucut dibagian atasnya. Bagian kerucut tersebut dimanfaatkan untuk penempatan label stiker berukuran 3 x 3 cm. Selain itu, terdapat bagian bawah bolu kukus yang dapat dimanfaatkan untuk pemberian label. Bentuknya berupa tatakan dengan ukuran yang telah disesuaikan yaitu 10 x 10 cm.



Gambar 9 Desain Label Bolu Kukus *Applepea Bite*
(Sumber: Arianti, 2024)



Gambar 10 Penerapan Label Bolu Kukus *Applepea Bite*
(Sumber: Arianti, 2024)

Produk kedua *Applepea Bite* adalah puding. Pengemasannya menggunakan gelas cup puding yang sudah dengan bagian tutupnya. Pemberian label memanfaatkan bagian tutup dan bagian samping cup. Stiker label samping berukuran 6,27 x 3,23 cm dan bagian tutup berukuran 16,5 x 3,5 cm.

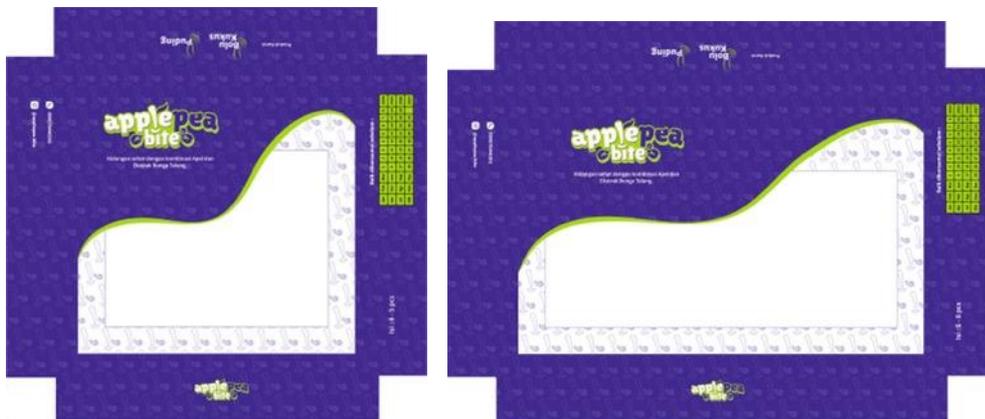


Gambar 11 Desain Label Puding Applepea Bite
(Sumber: Arianti, 2024)



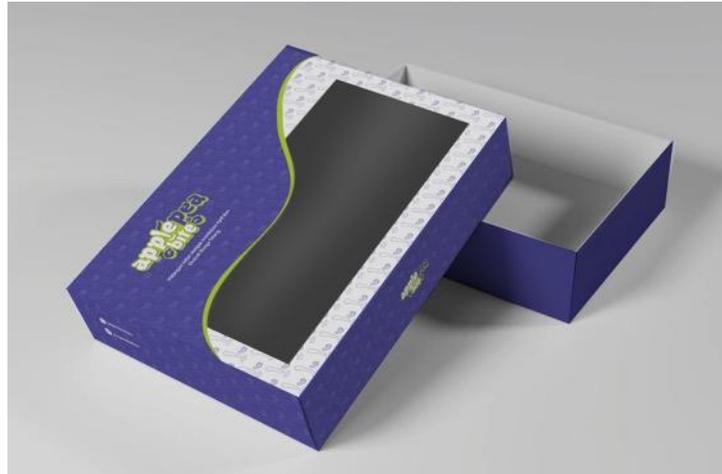
Gambar 12 Penerapan Label Puding Applepea Bite
(Sumber: Arianti, 2024)

Setelah label produk terdapat desain kemasan box. Kemasan box Applepea Bite digunakan sebagai pembelian jumlah banyak atas keinginan konsumen. Terdapat 2 varian ukuran yaitu 22 x 14 x 7 cm dan 15 x 15 x 7 cm. Informasi yang tertera meliputi logo, deskripsi singkat, kontak, menu produk, kolom kedaluarsa. Bagian atas diberi mika transparant alias bermodel “jendela” sehingga dapat melihat isi box tanpa harus membukanya. Box yang digunakan model tutup pisah.



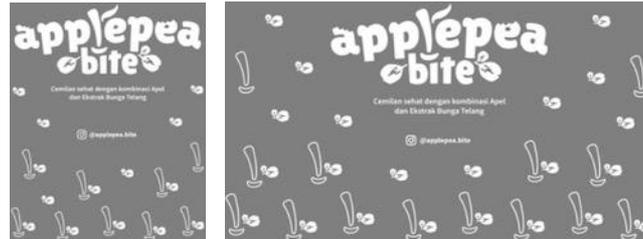
Gambar 13 Desain Kemasan Box Applepea Bite
(Sumber: Arianti, 2024)

“Perancangan Identitas Visual *Applepea Bite*”



Gambar 14 Penerapan Kemasan Box Applepea Bite
(Sumber: Arianti, 2024)

Setelah kemasan box terdapat kemasan kantong plastik. Penerapan pada kantong plastik cukup sederhana, hanya menampilkan logo, informasi singkat serta grafis *pattern* sebagai penambah keindahan. Warna menggunakan palet warna putih. Desain ini dicetak menggunakan teknik sablon pada plastik. Terdapat 2 varian bahan dan ukuran kantong plastik yang digunakan dengan menyesuaikan kebutuhan. Untuk kebutuhan pembelian satuan, menggunakan bahan plastik PP Bening dengan ukuran 15 x 11 x 40 cm. Sedangkan kebutuhan pembelian paket box menggunakan bahan plastik HD Buram dengan ukuran 30 x 10 x 40 cm.



Gambar 15 Desain Kantong Plastik Applepea Bite
(Sumber: Arianti, 2024)



Gambar 16 Penerapan Kantong Plastik Applepea Bite
(Sumber: Arianti, 2024)

Setelah perancangan media utama terdapat media penerapan lainnya. Media ini merupakan media pendukung untuk penerapan identitas visual. Rak display dirancang sebagai media display meja yang memiliki ukuran tidak terlalu besar sehingga mudah dibawa. Memiliki ukuran 31,5 x 40,5 x 22,5 cm.

Informasi yang tercantum meliputi logo, *headline* serta keunggulan Applepea Bite.



Gambar 17 Desain Rak Display Applepea Bite
(Sumber: Arianti, 2024)



Gambar 18 Penerapan Rak Display Applepea Bite
(Sumber: koleksi pribadi)

Media lainnya terdiri dari nota pembelian, *flyer*, kaos, *X banner* dan infografis. Nota pembelian digunakan sebagai bukti pembelian atau pembayaran yang sah. Nota ditujukan kepada konsumen. Kaos digunakan untuk menunjukkan identitas yang akan dikenakan oleh pemilik ataupun tim Applepea Bite saat melakukan promosi secara *offline* seperti di pameran. *Flyer* digunakan untuk memperkenalkan produk Applepea Bite kepada pengunjung *booth* Applepea Bite saat melakukan penjualan *offline*. *X banner*, sebagai sarana informasi yang menarik pengunjung saat hendak memasuki area booth Applepea Bite. Infografis digunakan sebagai media yang menyampaikan informasi tambahan secara efektif. Tujuan lainnya sebagai bentuk pengenalan identitas atau keunggulan dari produk Applepea Bite.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari perancangan identitas visual Applepea Bite, maka dapat ditarik kesimpulan proses perancangan identitas visual Applepea Bite dimulai dari identifikasi masalah yang dialami, pengambilan data serta menganalisis data menggunakan 5W1H (*What, Why, When, Who, Where* dan *How*). Konsep perancangan identitas visual Applepea Bite secara keseluruhan menekankan pada tampilan grafis yang diambil dari referensi visual apel malang dan bunga telang, berdasarkan warna maupun bentuknya. Proses perancangan ini menghasilkan logo, warna, tipografi, pattern, grafis nama produk. Panduan penggunaan grafis tersebut tersusun didalam *Graphic Standart Manual* (GSM) yang telah dibuat untuk panduan penerapan identitas visual Applepea Bite.

Penerapan identitas visual Applepea Bite disesuaikan pada media yang dibutuhkan, diantaranya terdapat media utama meliputi label produk, kemasan box, kantong plastik dan *Graphic Standart Manual* (GSM). Media pelengkap meliputi rak display, nota pembayaran, *flyer, x banner*, kaos dan infografis. Pada penerapan media utama, desain label produk dirancang menyesuaikan cara pengemasan produk Applepea Bite tersebut.

Setelah mengemukakan kesimpulan dari hasil perancangan identitas visual Applepea Bite ini, maka dapat disampaikan saran kepada perancangan kedepannya untuk menambahkan perancangan media promosi berupa *e-platform* seperti Instagram dan *marketplace* lainnya untuk memperluas pemasaran. Atau dapat juga ditambahkan perancangan desain *booth* Applepea Bite untuk kebutuhan promosi / pemasaran secara *offline*.

REFERENSI

- Abednego, V. A. (2018). *Visual Identity vs Brand Identity*. Dipetik Februari 2024, dari binus.ac.id: <https://binus.ac.id/malang/2018/12/visual-identity-vs-brand-identity/>
- Amina, Z. F., Irawanto, R., & Firmansyah, N. W. (2023). Perancangan Identitas Visual Usaha Dessert Pufflicious. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 132–147.
- Badan Pusat Statistik. (2023, November 6). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2023*. Dipetik Februari 2024, dari bps.go.id: <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/11/06/2002/tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-32-persen-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-3-18-juta-rupiah-per-bulan.html>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Julianti, S. (2014). *The Art of Packaging*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kampus Merdeka. (2022). *Manfaat Program Wirausaha Merdeka untuk Mahasiswa*. Dipetik Februari 2024, dari pusatinformasi.kampusmerdeka.kemdikbud.go.id: <https://pusatinformasi.kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/hc/en-us/articles/16486525968537-Manfaat-Program-Wirausaha-Merdeka-WMK>
- Kampus Merdeka. (2022). *Tujuan Program Wirausaha Merdeka (WMK)*. Dipetik Februari 2024, dari pusatinformasi.kampusmerdeka.kemdikbud.go.id: <https://pusatinformasi.kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/hc/en-us/articles/16225020561049-Tujuan-Program-Wirausaha-Merdeka-WMK>
- Kampus Merdeka. (2022). *Wirausaha Merdeka mendukung terciptanya 1 Juta Wirausaha Baru di Indonesia*. Dipetik Februari 2024, dari wirausahamerdeka.kampusmerdeka.kemdikbud.go.id: <https://wirausahamerdeka.kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/info/>

- Kartika, J. D., & Wijaya, R. S. (2016). *Logo: Visual Asset Transitions*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Mahatma, R. (2023, Februari 12). *Elemen dan Pentingnya Visual sebagai Brand Identity untuk Menarik Konsumen*. Diambil kembali dari [daya.id](https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pemasaran/elemen-dan-pentingnya-visual-sebagai-brand-identity-untuk-menarik-konsumen): <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pemasaran/elemen-dan-pentingnya-visual-sebagai-brand-identity-untuk-menarik-konsumen>
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rahardjo, S. T. (2019). *Desain Grafis Kemasan UKM*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Ramadhan, T. P. (2019). Peran Visualisasi Label Kemasan Produk Minuman. *ARTic*, 103–112.
- Riandra, C. N., & Islam, M. A. (2021). Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry. *Jurnal Barik*, 43-56.