

PERANCANGAN PERANCANGAN BRAND IDENTITY CV PAWON PENGSONG

Sulthon Fathoni¹, Christofer Satria², I Nyoman Yoga Sumadewa³

sulthoniftn@gmail.com¹, chris@universitasbumigora.ac.id², yoga@universitasbumigora.ac.id³

Universitas Bumigora

ABSTRAK

CV Pawon Pengsong sendiri merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner, khususnya dalam penyediaan makanan tradisional. Dalam konteks bisnis kuliner, brand identity memiliki peran yang sangat vital dalam menarik minat konsumen dan membedakan produk dari pesaing. Dengan perancangan brand identity yang tepat, CV Pawon Pengsong dapat memperkuat citra dan nilai jual produknya di pasaran. Hal ini tentu akan berdampak positif pada peningkatan penjualan dan loyalitas konsumen. Metodologi dalam perancangan ini menggunakan metode Design Thinking. Sebagai metode perancangannya design thinking biasanya digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang sarasannya adalah pengguna. Metode Design Thinking terbagi menjadi 5 tahapan yaitu Emphatize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Dalam perancangan ini juga menggunakan media pendukung berupa, baju kaos, x-banner, kartu nama, pin, Stiker. Dengan adanya perancangan Brand identity ini diharapkan produk dari CV Pawon Pengsong bisa bersaing dengan produk lain, dan bisa memasarkan ke tempat yang lebih luas, sehingga produk CV Pawon Pengsong ini dapat di ingat dengan mudah dikenal oleh masyarakat luas.

Kata Kunci: Desain Kemasan, Brand Identity, CV Pawon Pengsong.

ABSTRACT

CV Pawon Pengsong is a company engaged in the culinary field, specifically in the provision of traditional foods. In the culinary business context, brand identity plays a crucial role in attracting consumer interest and distinguishing products from competitors. With the right brand identity design, CV Pawon Pengsong can strengthen its product image and market value. This will positively impact sales growth and customer loyalty. The design methodology used in this project is the Design Thinking method. As a design approach, Design Thinking is commonly used to solve problems with a user-centered focus. The Design Thinking method consists of five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. This design project also utilizes supporting media such as t-shirts, x-banners, business cards, pins, and stickers. Through the development of this brand identity, it is expected that CV Pawon Pengsong's products will be able to compete with other products and expand their market reach, making the brand more recognizable and memorable to the wider public.

Keywords: Packaging Design, Brand Identity, CV Pawon Pengsong.

PENDAHULUAN

Brand identity merupakan salah satu aspek penting dalam membangun citra dan identitas sebuah perusahaan di mata konsumen. CV Pawon Pengsong sendiri merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner, khususnya dalam penyediaan makanan tradisional. Dalam konteks bisnis kuliner, brand identity memiliki peran yang sangat vital dalam menarik minat konsumen dan membedakan produk dari pesaing. Dengan perancangan brand identity yang tepat, CV Pawon Pengsong dapat memperkuat citra dan nilai jual produknya di pasaran. Hal ini tentu akan berdampak positif pada peningkatan penjualan dan loyalitas konsumen. Melalui pendekatan induktif, kita dapat melihat bahwa perancangan brand identity CV Pawon Pengsong harus dimulai dengan pemahaman mendalam terhadap nilai-nilai tradisional yang ingin disampaikan. Dengan memahami esensi budaya, CV Pawon Pengsong dapat menciptakan brand identity yang autentik dan membumi. Hal ini akan memberikan kesan yang kuat dan berkesan pada konsumen,

sehingga memperkuat hubungan emosional antara merek dan konsumen. Selain itu, perancangan brand identity juga harus memperhatikan tren dan preferensi pasar saat ini. Dengan memahami tren yang sedang berkembang, CV Pawon Pengsong dapat menciptakan brand identity yang relevan dan up-to-date. Hal ini akan membantu perusahaan untuk tetap bersaing dan tidak ketinggalan zaman di pasar yang terus berubah dan berkembang. Dengan demikian, penelitian mengenai perancangan brand identity CV Pawon Pengsong memiliki relevansi yang tinggi dalam konteks bisnis kuliner saat ini. Dengan memperkuat brand identity, CV Pawon Pengsong dapat meningkatkan daya saingnya di pasar dan memperluas pangsa pasar yang dimilikinya.

CV Pawon Pengsong" merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang jajanan tradisional. Usaha ini fokus pada penyediaan makanan atau camilan khas daerah perempuan yang memiliki nilai budaya dan sejarah. Jajanan tradisional terbuat dari bahan-bahan alami dan resep turun-temurun yang menjaga cita rasa autentik. Beberapa contoh jajanan tradisional yang ada di usaha "CV Pawon Pengsong" meliputi kue tradisional, seperti klepon, lupis, serabi, risoles, ataupun jajanan pasar yang kaya dengan rasa manis atau gurih.

Globalisasi dan perdagangan bebas saat ini merupakan sebuah tantangan sekaligus peluang bagi CV di Indonesia. Sedangkan menjadi sebuah tantangan bagi CV adalah persaingan bisnis yang semakin ketat. Hal ini juga dialami oleh CV jajanan-jajanan tradisional daerah di Indonesia. Persaingan dalam industri ini, mengharuskan CV PAWON PENGSONG untuk memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan agar dapat bertahan dalam memenangkan persaingan.

Persaingan yang ditunjukkan perusahaan tersebut untuk kelangsungan jangka panjang sebuah produk agar bertahan lama dan dapat diterima dipasar harus memiliki kualitas yang baik. Pembeda CV PAWON PENGSONG dalam memproduksi produk, salah satunya adalah logo dan desain kemasannya.

Logo adalah penandaan yang bisa membedakan produk kita dengan kompetitor sejenis. Membuat logo yang bagus dan profesional menjadi hal penting bagi CV dalam menjalankan bisnis dan usahanya dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Pawon pengsong jajanan tradisional merupakan bagian dari identitas kebudayaan suatu daerah. Jajanan juga menjadi makanan nila ciri khas yang dimiliki oleh masyarakat melalui keunikan dan rasa yang khas. CV PAWON PENGSONG merupakan salah satu usaha mikro yang baru berdiri pada tahun 2024, yang terletak Desa PEREMPUAN, Kecamatan LABUAPI, LOMBOK BARAT.

CV PAWON PENGSONG merupakan usaha jajanan tradisional yang memiliki keunikan bentuk maupun rasa yang khas, sehingga peneliti ingin membuat logo untuk CV PAWON PENGSONG agar jajanan tradisional ini dapat dikenal dan dikembangkan secara luas. Hasil Wawancara Pribadi: 27 Januari 2025 Disini peneliti sangat tertarik dengan jajanan tradisional yang berada di desa Perempuan, labuapi, peneliti akan mengembangkan CV dengan merancang desain logo dan desain kemasan. Dikarenakan CV PAWON PENGSONG masih belum mempunyai logo dan desain kemasannya tersendiri.

METODOLOGI

Perancangan ini menggunakan metode desain thinking, yaitu berfokus pada pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan keinginan audiens target, serta menciptakan solusi desain yang inovatif dan sesuai dengan visi brand. Proses ini mengutamakan eksplorasi dan kolaborasi dalam setiap tahapnya, mulai dari memahami masalah yang dihadapi audiens hingga menghasilkan prototipe desain yang dapat diuji dan disempurnakan.

Dengan pendekatan kualitatif yang mengacu pada pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini bertujuan untuk mengolah dan menganalisis data yang terkumpul menjadi informasi yang sistematis, teratur, terstruktur, dan memiliki makna yang mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Logo sebagai Strategi Peningkatan Citra

Konsep yang menyoroti pentingnya logo dalam membangun identitas dan memperkuat posisi usaha CV Pawon Pengsong di pasar.

Logo, dalam konteks branding, bukan hanya simbol visual tetapi juga representasi nilai dan karakter bisnis. Sebuah logo yang dirancang dengan baik mampu mencerminkan keunikan, kepercayaan, dan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan.

Strategi dalam konteks ini berarti pendekatan yang direncanakan untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu meningkatkan citra dan daya saing CV Pawon Pengsong. Strategi logo yang efektif dapat mencakup penggunaan warna yang sesuai dengan karakter bisnis, tipografi yang mencerminkan profesionalitas, serta visual ikonik yang relevan dengan produk. Strategi ini membantu CV Pawon Pengsong, untuk membangun kesan profesional dan kredibel, yang penting untuk bersaing baik di pasar lokal maupun digital.

Jika dibandingkan dengan jenis usaha lain seperti toko kelontong dan franchise, CV Pawon Pengsong memiliki karakteristik yang berbeda. Toko kelontong adalah usaha ritel kecil yang menjual kebutuhan sehari-hari tanpa fokus pada branding atau identitas visual. Usaha ini lebih bersifat lokal dan tradisional, dengan operasional yang sederhana. Sebaliknya, franchise memiliki standar dan sistem yang terstruktur, dengan jaringan yang luas dan modal besar. Franchise biasanya menggunakan logo sebagai bagian integral dari branding mereka, memastikan keseragaman di semua cabangnya.

Perancangan Logo sebagai Strategi Peningkatan Citra CV Pawon Pengsong

Berdasarkan metode design thinking, penulis mencoba memaparkannya pada kerangka alur metode sehingga didapatkan output perancangan yang dapat mengatasi permasalahan utama dalam penelitian ini.

Empathize

Dalam tahapan empathize, fokus utama adalah untuk memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh CV Pawon Pengsong, terutama terkait dengan identitas visual. Melalui wawancara dengan pemilik bisnis, ditemukan bahwa CV Pawon Pengsong, belum memiliki logo atau elemen visual yang dapat mewakili merek secara jelas. Hal ini membuat produk sulit dikenali dan membedakannya dari kompetitor. Oleh karena itu, pembuatan logo menjadi hal yang sangat penting untuk membangun citra merek yang kuat, sederhana, dan sesuai dengan nilai tradisional serta daya tarik modern yang ingin disampaikan.

Define

Setelah mengumpulkan wawasan melalui tahap empathize, tahap define bertujuan untuk menganalisis informasi yang telah diperoleh dan merumuskan masalah utama yang perlu diselesaikan. Pada tahap ini, fokus adalah untuk menyusun kembali informasi tersebut menjadi suatu masalah yang jelas dan spesifik, sehingga dapat menjadi dasar bagi pengembangan solusi yang tepat.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik CV Pawon Pengsong,, teridentifikasi bahwa masalah utama adalah ketiadaan identitas visual yang jelas, termasuk logo, untuk merepresentasikan merek produk. Tanpa identitas visual yang kuat, CV Pawon Pengsong, kesulitan untuk membangun citra merek yang konsisten, membuatnya kurang menonjol di

pasar, dan sulit untuk dikenali oleh konsumen.

Untuk itu, tantangan utama yang perlu dipecahkan adalah menciptakan sebuah logo yang sederhana, mudah diingat, dan merepresentasikan nilai pada produk, tetapi dengan sentuhan modern yang relevan bagi generasi muda. Logo ini juga harus mampu membedakan CV Pawon Pengsong, dari kompetitor lainnya dan membantu membangun identitas merek yang kuat di pasar.

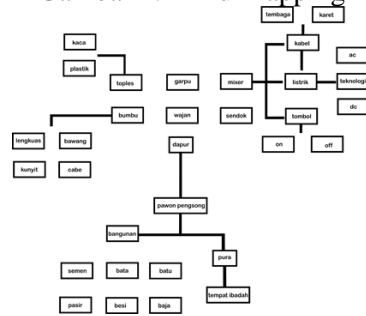
Ideate

Setelah menyelesaikan tahap empati dan definisi masalah, tahapan ideate dalam metode design thinking menjadi langkah yang sangat penting untuk menghasilkan solusi kreatif. Pada tahap ini, fokus utama adalah menggali berbagai ide untuk menciptakan identitas visual yang dapat memenuhi kebutuhan merek yang telah CV Pawon Pengsong, diidentifikasi sebelumnya.

a. Mind Mapping

Mind mapping adalah teknik visual yang digunakan untuk mengorganisir informasi secara sistematis dan kreatif. Dalam perancangan identitas visual untuk Lumpia.que, mind mapping berfungsi untuk menggali dan merangkul berbagai ide desain logo yang muncul selama tahapan ideate.

Gambar 1. Mind Mapping



(Sumber : Dokumen Pribadi)

b. Konsep

Konsep merupakan hal utama dalam perancangan identitas visual, terutama sebagai acuan dalam proses desain logo dan elemen-elemen visual lainnya. Dalam proses perancangan identitas visual CV Pawon Pengsong, konsep diperoleh dari data dan wawasan yang dikumpulkan sebelumnya melalui tahapan empathize, serta melalui proses mind mapping.

Dari hasil analisis data dan mind mapping, diperoleh sebuah konsep yang memvisualisasikan identitas visual yang mengutamakan kesederhanaan dan keterbacaan. Penggunaan warna, tipografi, dan ikon yang konsisten sangat penting untuk menciptakan identitas visual yang mudah dipahami oleh audiens, serta mencerminkan karakter merek CV Pawon Pengsong secara jelas. Konsep desain ini juga mempertimbangkan elemen yang sesuai dengan nilai-nilai merek, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami dengan mudah oleh target pasar. Desain logo CV Pawon Pengsong mengutamakan kesederhanaan dan keterbacaan, serta menciptakan sebuah identitas visual yang menarik dengan estetika yang modern.

Elemen Visual

- **Tipografi**

Tipografi adalah seni dan teknik pengaturan huruf yang bertujuan untuk menciptakan tulisan yang tidak hanya mudah dibaca, tetapi juga menarik secara visual. Dalam konteks desain, tipografi mencakup berbagai aspek seperti pemilihan jenis huruf, ukuran, spasi antar huruf (kerning), spasi antar baris (leading), serta tata letak teks secara keseluruhan. Menurut

Lupton (2014), tipografi adalah bahasa visual yang memadukan keterbacaan dan estetika untuk menyampaikan informasi secara efektif dan menarik perhatian.

Dalam pengembangan identitas visual untuk CV Pawon Pengsong, pemilihan font sans serif menjadi pilihan yang tepat. Sans serif adalah jenis huruf yang tidak memiliki kait atau dekorasi pada ujungnya, sehingga memberikan tampilan yang modern, bersih, dan sederhana. Alasan memilih font sans serif adalah karena keterbacaannya yang tinggi, terutama dalam berbagai kondisi pencahayaan atau jarak pandang yang beragam. Hal ini sangat penting, baik untuk desain logo, poster, maupun elemen identitas lainnya, memastikan pesan yang ingin disampaikan dapat dengan cepat dan jelas dipahami oleh audiens.

Font yang digunakan yaitu:

Bahnschrift

Font Bahnschrift ini digunakan untuk kata "Pawon Pengsong". Pemilihan font ini didasarkan pada gaya desainnya yang sederhana, bersih, dan sedikit informal, yang menciptakan kesan ramah dan mudah diakses. Font Bahnschrift memberikan keseimbangan antara kesan profesional dan kasual, sangat cocok untuk brand CV Pawon Pengsong yang ingin memberikan sentuhan hangat dan menyambut. Keterbacaan yang baik dari font ini juga memastikan bahwa nama Pawon Pengsong tetap jelas dan mudah dibaca, sekaligus menjaga estetika yang modern dan menarik perhatian tanpa berlebihan.

Font Logo

PAWON PENGSONG

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Gambar 2. Font Bahnschrift

(Sumber : Dokumen Pribadi)

- Warna

Warna merupakan elemen visual yang memiliki dampak signifikan dalam desain, komunikasi, dan pengalaman manusia. Setiap warna membawa makna dan emosi tertentu, yang dapat mempengaruhi persepsi dan reaksi individu. Dalam konteks desain logo CV Pawon Pengsong, pemilihan warna yang tepat sangat penting untuk menciptakan suasana yang hangat, menggugah selera, dan menyampaikan pesan tentang kelezatan produk.

Warna Hijau mendominasi logo CV Pawon Pengsong, yang merepresentasikan warna pada produk jajanan yang gurih dan lezat. Hijau adalah warna yang dikaitkan dengan kehidupan, pertumbuhan, keseimbangan, kesegaran, dan alam. Ia juga sering dikaitkan dengan ketenangan, kedamaian, yang cocok untuk menggambarkan produk makanan yang penuh rasa dan menggoda selera. Secara psikologis, Hijau dapat memunculkan perasaan aman, nyaman, dan kelezatan (Cherry, K. (2021). *Psychology of Color: Meaning and Effects of Colors*. Verywell Mind), yang sesuai dengan pengalaman yang ingin diberikan oleh CV Pawon Pengsong kepada pelanggannya.

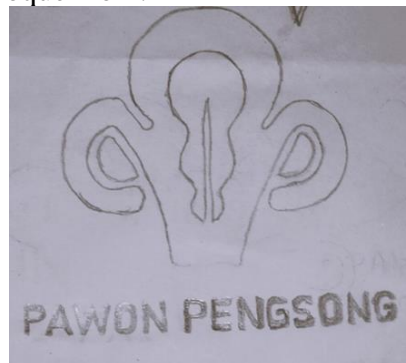
Selain itu, warna Hijau juga mengkomunikasikan kesan alami dan otentik, mencerminkan bahan-bahan berkualitas yang digunakan dalam produk. Penambahan warna coklat pada logo juga menambah kedalaman visual dan menonjolkan elemen utama logo, memberikan tampilan yang modern namun tetap mempertahankan nuansa tradisional yang relevan dengan merek CV Pawon Pengsong.

Prototipe

Prototipe adalah representasi awal dari sebuah konsep desain yang digunakan untuk menguji ide dan fungsionalitas sebelum pengembangan lebih lanjut. Dalam konteks

perancangan identitas visual, prototipe berfungsi sebagai model awal yang memungkinkan desainer untuk mengeksplorasi dan menguji elemen-elemen desain seperti warna, tipografi, dan ikon dalam bentuk yang lebih konkret. Prototipe juga membantu dalam mendapatkan umpan balik untuk perbaikan dan penyempurnaan sebelum mencapai hasil akhir yang final.

Prototipe dalam perancangan logo CV Pawon Pengsong merupakan langkah penting dalam mengembangkan identitas visual yang efektif dan menarik. Pada tahap ini, beberapa desain logo awal dibuat berdasarkan konsep yang telah ditentukan sebelumnya, dengan fokus pada elemen-elemen seperti tipografi sans-serif, palet warna Hijau dan Cokelat, dan ikon yang menggambarkan Toque Koki.



Gambar 3. Prototipe Logo Pawon Pengsong
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Test

Pada tahap terakhir, yaitu Test (Finalisasi), dilakukan penyelesaian dan pengesahan desain identitas visual yang telah dirancang. Pada tahap ini, desain logo dan elemen-elemen visual lainnya dievaluasi kembali untuk memastikan bahwa semuanya telah sesuai dengan visi, tujuan, dan karakter yang diinginkan oleh CV Pawon Pengsong.

Logo

Logo CV Pawon Pengsong ini menggabungkan elemen visual dan tipografi yang merepresentasikan identitas bisnis secara efektif. Elemen utama dalam logo ini adalah Penutup Kepala Koki (Toque), yang secara langsung menunjukkan produk utama dari usaha tersebut. Menurut Eva Heller dalam bukunya "Psychology of Color: How Colors Act on Feelings and Reason" (2009), Hijau mencerminkan alami, kenyamanan, dan hubungan yang akrab, sedangkan cokelat mencerminkan kesuburan dan kehangatan

Tipografi pada logo menggunakan gaya huruf sans serif dengan karakter yang sederhana, menciptakan nuansa modern sekaligus santai.

Bentuk penutup kepala koki (Toque) mencerminkan profesional dalam menciptakan produk. Bentuk rumput laut pada bagian tengah logo menggambarkan bahan baku utama yang digunakan pada produk, dan juga huruf "P" pada bagian kanan dan kiri logo adalah inisial dari nama CV Pawon Pengsong.



Gambar 4. Filosofi Logo
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Secara keseluruhan, hasil akhir logo ini menciptakan identitas visual yang kuat dan

sesuai dengan karakter CV Pawon Pengsong. Logo ini tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mampu menyampaikan pesan bahwa produk yang ditawarkan adalah makanan lokal berkualitas yang dibuat dengan penuh perhatian. Desain ini dapat dengan mudah diterapkan pada berbagai media, seperti kemasan, poster, hingga promosi digital.



Gambar 5. Logo

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Mockup

Selain logo, identitas visual CV Pawon Pengsong juga diaplikasikan dalam berbagai media menggunakan mockup untuk memberikan gambaran penerapan nyata. Berikut adalah contoh aplikasi logo pada elemen promosi, salah satunya seperti kemasan produk, yang dirancang untuk mendukung branding dan komunikasi visual CV Pawon Pengsong secara konsisten.



Logo CV Pawon Pengsong pada kemasan, yang dirancang untuk memperkuat identitas visual merek sekaligus mendukung aspek fungsionalitas. Pemilihan kemasan sebagai media aplikasi logo merepresentasikan perhatian terhadap CV Pawon Pengsong kemasan yang praktis, ramah lingkungan, dan sesuai dengan kebutuhan produk kuliner.

Dengan adanya identitas visual yang telah dirancang dan diaplikasikan secara konsisten, CV Pawon Pengsong diharapkan mampu memperkuat citra merek sebagai usaha kuliner yang profesional dan modern. Identitas visual ini tidak hanya menjadi pembeda dari kompetitor, tetapi juga menjadi langkah strategis dalam meningkatkan brand identity di kalangan konsumen. Proses perancangan ini diakhiri dengan finalisasi logo dan aplikasi desain pada media yang relevan, yang siap mendukung strategi komunikasi dan pemasaran CV Pawon Pengsong secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data diatas menggunakan metode Design Thinking, kesimpulan yang dapat diambil adalah Design Thinking sangat efisien dalam menemukan solusi. Pendekatan ini memiliki tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test.

Brand Identity ini mencakup sebuah logo, tipografi, dan warna. Logo terdiri dari

logogram dan logotype, menggabungkan beberapa elemen Topi koki, Rumput Laut dan Huruf P. Penggunaan warna yang digunakan dua warna utama yaitu, warna hijau dan warna coklat keoklatan. Hasil desain yang dapat diimplementasikan sesuai dengan Grafik Standar Manual (GSM) untuk meraih identitas yang optimal dan mengembangkan dan merumuskan identitas CV. PAWON PENGSONG.

Saran

Setelah peneliti merancang brand identity CV. PAWON PENGSONG., desa Perampuan, Kecamatan Labuapi, Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Melalui beberapa wawancara, observasi, dan pengamatan. Data ini akan menjadi masukan yang penting bagi peneliti dalam perancangan tugas akhir peneliti sebagai berikut. Hasil perancangan ini peneliti terapkan berdasarkan analisis dan rencana yang dilakukan selama penyelesaian tugas akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2007). *Metodologi penelitian komunikasi (Edisi 2)*. Kencana.
- Cherry, K. (2021). *Color Psychology: Does It Affect How You Feel?* Verywell Mind. Diakses dari <https://www.verywellmind.com/color-psychology-2795824>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.)*. SAGE Publications.s
e-ISSN: 2747-1195
- Laksono, Y. T. A., & Islam, M. A. (2020). Penerapan design thinking dengan menggunakan gaya desain monoline pada perancangan logo D'Papo Surabaya. *Jurnal Barik*, 1(2), 261–274. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/36001>
- Lupton, E. (2010). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*. Princeton Architectural Press.
- Nuansa de Riandra, C., & Islam, M. A. (2021). Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry. *Jurnal Barik*, 2(2), 43-56. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Schultz, M., Hatch, M. J., & Larsen, M. H. (2000). *The expressive organization: Linking identity, reputation, and the corporate brand*. Oxford University Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi 1)*. Alfabeta.