

PERANCANGAN *BRANDING* UMKM “NENG QUEEN” SEBAGAI IDENTITAS USAHA SUSU KURMA DI PADALARANG KABUPATEN BANDUNG BARAT

Tiphanny Aurumajeda¹, Rifky Achmad Kurniawan²
Program Studi Desain Komunikasi Visual^{1,2}
Sekolah Tinggi Teknologi Bandung^{1,2}
tiphannyaaurumajeda@gmail.com¹, rifkykurniawan19a@gmail.com²

Abstrak

Industri Usaha kecil Menengah Neng Queen merupakan sebuah usaha susu kurma di Padalarang, Kabupaten Bandung Barat yang berdiri sejak september 2020 untuk menawarkan produk kesehatan, awalnya hanya untuk mengisi waktu luang semenjak pandemi karena semua pekerjaan dilakukan dirumah. Produk susu kurma ini memiliki kelebihan kualitas kurma yang premium dan campuran susu yang tidak ditambahkan dengan air. Namun saat ini produk susu kurma belum memiliki identitas usaha untuk dikenal masyarakat luas, maka dibutuhkan perancangan *Branding* Industri Usaha Kecil Menengah “Neng Queen” sebagai usaha susu kurma di Kota Bandung. Strategi bisnis dalam menciptakan *brand positioning* dilakukan untuk mengedepankan dan memperkuat *brand* diantara kompetitor lainnya. Perancangan *Branding* tersebut dilakukan melalui tahapan pengumpulan data seperti wawancara, data dokumen dan data pustaka. Perancangan yang dibuat penulis menggunakan pendekatan adaptasi metode Alina Wheeler, metode Alina Wheeler adalah proses dimana peneliti berusaha menerapkan teori dari Alina Wheeler dalam model 5 M yaitu; melakukan penelitian, memperjelas strategi, merancang identitas, Menciptakan titik sentuh, dan mengelola aset yang sudah dibuat. Tujuan utama perancangan *Brand Identity* “Neng Queen” sebagai identitas usaha susu kurma di Kota Bandung menghasilkan sebuah identitas berupa logo, buku panduan penerapan logo sebagai media utama dan media pendukung berupa perlengkapan usaha dan media promosi yang bisa di implementasikan secara efektif.

Kata kunci : Susu Kurma, UMKM, Branding

Abstract

Neng Queen Small and Medium Enterprises Industry is a date milk business in Padalarang, West Bandung Regency that was established in September 2020 to offer health products, initially only to fill free time since the pandemic because all work is done at home. This date milk product has the advantage of premium date palm peel and milk mixture that is not added with water. However, currently date milk products do not have a business identity to be known to the wider community, so it is necessary to design the Menengah Small Business Industry Branding "Neng Queen" as a date milk business in the city of Bandung. Business strategy in creating brand positioning is carried out to prioritize and strengthen the brand among other competitors. The branding design is carried out through the stages of data collection such as interviews, document data and library data. The design made by the author uses the adaptation approach of the Alina Wheeler method, the Alina Wheeler method is a process where researchers try to apply the theory of Alina Wheeler in the 5 M model, namely; conduct research, clarify strategies, design identities, Create touch points, and manage assets already created. The main purpose of designing the Brand Identity "Neng Queen" as the identity of the date milk business in the city of Bandung produces an identity in the form of a logo, a guidebook for the application of the logo as the main media and supporting media in the form of business equipment and promotional media that can be implemented effectively.

I. PENDAHULUAN

Saat ini, jenis usaha yang banyak diminati oleh pelaku UMKM adalah usaha pada bidang kuliner. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik terdapat sekitar 3.4 juta pelaku UMKM (BPS, 2015), yang mayoritas bergerak di 5 bidang Industri, yaitu Makanan dan Minuman (44.9%) Kerajinan Kayu dan anyaman (19.9%); Tekstil dan pakaian jadi (14.4%); Barang galian bukan logam seperti industri tepung, mika, dll (6.9%); dan furnitur (3.5%). Peluang perekonomian pada bidang kuliner tersebut, masyarakat yang memiliki latar belakang sekolah minim maupun tinggi memilih menjalankan usaha UMKM sebagai sumber pendapatan utama maupun sebagai sampingan.

Dikarenakan perputaran uang yang lebih cepat pada usaha kuliner, salah satu peluang usaha kuliner yang sedang dikembangkan adalah produk susu kurma yang tidak banyak diproduksi oleh pelaku UMKM. Minuman susu kurma yang berbahan dasar susu sapi murni dan kurma selain sehat dan mengandung pemanis alami, akan menarik konsumen terlebih bagi konsumen yang ingin mengonsumsi minuman sehat. Pada kawasan Padalarang Bandung Barat, terdapat salah satu produsen susu kurma yang merupakan pelaku UMKM, yaitu Neng Queen. Nama Neng Queen diambil dari nama anak pemilik usaha yang bernama Queen. Usaha yang dikelola oleh Retno Indra Puspitasari ini berdiri sejak September 2020 dengan target pasar remaja hingga dewasa.

Grafik penjualannya mengalami peningkatan pada setiap bulannya, owner dari Neng Queen memiliki harapan produknya dapat menjadi usaha *franchise* namun owner masih memiliki kesulitan dalam memasarkan produknya hingga jangkauan luas. Berdasarkan hal tersebut maka dibutuhkan sebuah perancangan *Identity Branding* untuk memudahkan proses promosi dalam jangkauan luas yang dapat menjadi pengenalan untuk mewakili karakter Neng Queen serta menjadi sebuah penanda yang dikenali oleh konsumen saat membeli susu kurma Neng Queen.

Membangun sebuah *corporate identity* yang efektif, dibutuhkan logo yang berbeda dan unik dengan pesan yang jelas, penggunaan elemen grafis yang konsisten sehingga mudah diingat dan dapat digunakan dalam jangka waktu yang panjang, menurut [1] dilihat dari *Brand Identity* terutama logo pada brand Neng Queen sekarang, seolah tidak ada unsur-unsur yang diperhatikan dalam membuat logo, salah satunya kurang keterbacaan, satu kesatuan dan adanya perbedaan dalam penerapan media promosi lainnya seperti label dan *photo profile* instagram.

Menurut [2] pertimbangan - pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam pembuatan logo yang baik adalah: 1) *Original* dan *Destinctive* yaitu nilai kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang jelas, 2) *Legilable* yaitu memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran media yang berbeda-beda, 3) *Simple* atau sederhana yaitu mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat, 4) *Memorable* yaitu mudah diingat karena keunikannya bahkan dalam waktu yang lama, 5) *Easily associated with The Company* yaitu logo dapat menghubungkan atau mengasosiasikan terhadap jenis usaha dan citra dari suatu perusahaan atau organisasi, dan 6) *Easily Applied to All Media* yaitu faktor kemudahan mengaplikasikan (memasang) logo baik menyangkut fisik, warna maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis [3].

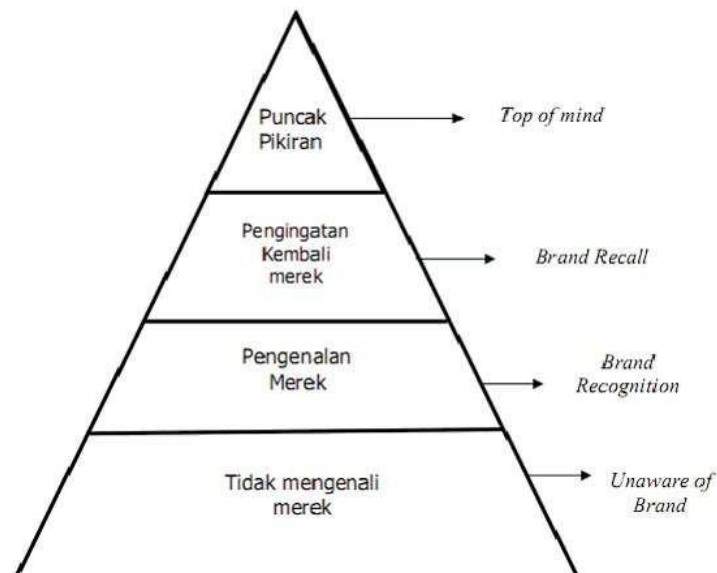
Maka dari itu perlu dilakukan perancangan *Branding* termasuk *Brand Identity* terhadap produk Neng Queen, sehingga visual dengan pasar dapat berjalan secara efektif dan dapat mencapai target yang dituju. Menurut [4] "*Brand Identity*" merupakan wujud yang bisa berinteraksi dengan siapa yang mengamatinya, *Brand Identity* bisa menjadi sebuah alat untuk memperkenalkan dan membentuk sebuah pembeda".

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut [5], Brand adalah merek, nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari semua itu yang ditujukan untuk mengidentifikasi barang atau jasa sebuah perusahaan atau sekelompok perusahaan dan untuk membedakannya dari pesaing. Dengan demikian, brand membuat suatu produk menjadi berbeda dengan produk sejenis lainnya di pasaran.

Saat ini, *branding* tidak hanya befokus pada hal-hal visual seperti yang telah disebutkan sebelumnya, namun juga berkembang pada hal-hal yang tidak kasat mata. Salah satunya mengenai brand *awareness*. Brand *awareness* merupakan tujuan umum komunikasi pemasaran, adanya brand *awareness* yang tinggi diharapkan kapanpun kebutuhan kategori muncul, *brand* tersebut akan dimunculkan kembali dari ingatan yang selanjutnya dijadikan pertimbangan berbagai alternatif dalam pengambilan keputusan. *Brand awareness* menunjukkan pengetahuan konsumen terhadap eksistensi suatu *brand*.

Brand awareness dikelompokkan menjadi empat tingkatan dari tingkatan yang paling rendah yaitu tidak menyadari brand sampai tingkatan yang paling tinggi yaitu *Top of Mind*, yang bisa digambarkan dalam sebuah piramida [5]. Piramida *brand awareness* dari rendah sampai tingkat tertinggi adalah sebagai berikut:



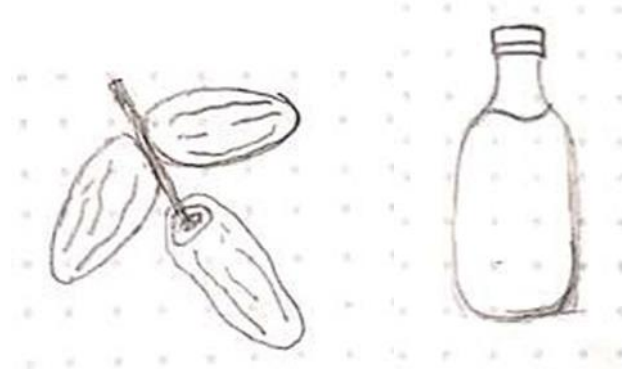
Gambar1. Piramida Brand Awareness

1. *Top of Mind* atau puncak pikiran adalah brand yang disebutkan pertama kali oleh konsumen atau yang pertama kali muncul dalam benak konsumen, atau brand tersebut merupakan brand utama dari berbagai brand yang ada dalam benak konsumen.
2. *Brand Recall* atau peningatan kembali *brand* adalah peningatan kembali *brand* tanpa bantuan atau *unaided recall*.

3. *Brand Recognition* atau pengenalan *brand* adalah tingkat minimal *brand awareness*, di mana pengenalan suatu *brand* muncul lagi setelah dilakukan pengingatan kembali lewat bantuan atau *aided recall*.
4. *Unware of Brand* atau tidak menyadari *brand* adalah tingkat paling rendah dalam piramida *brand awareness* dimana konsumen tidak menyadari adanya suatu *brand*.




III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

1. Studi Garis



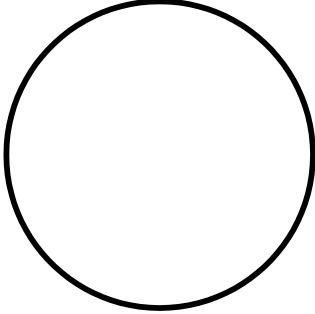
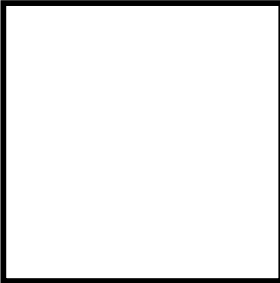
Gambar 2. Studi Gambar Kurma Dan Susu
 (Sumber : Penulis)

TABEL I
 STUDI GARIS

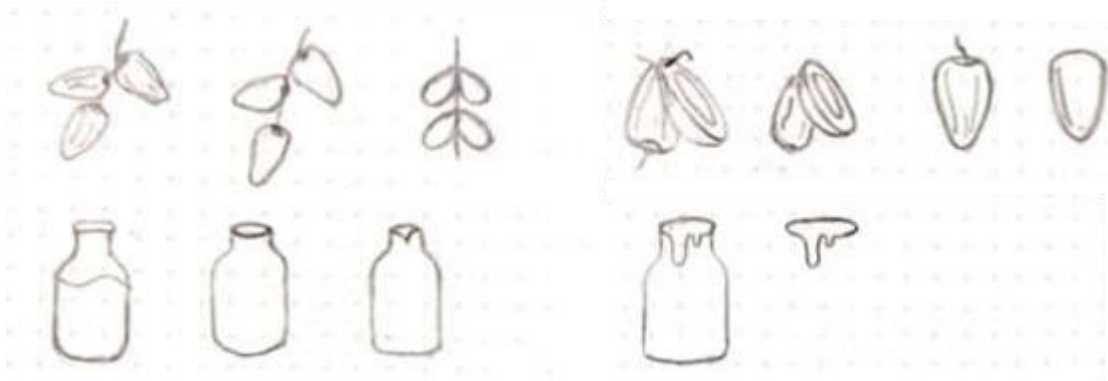
No	Nama Gambar	Jenis Gambar [6]	Arti
1.	Garis lengkung Horisontal (pada lekukan gambar kurma)		Garis yang memberika n kesan keanggunan , halus dan luwes
2.	Garis Lengkung Vertikal (pada lekukan tetesan susu sapi)		Garis yang memberika n kesan keanggunan , halus dan luwes
3.	Garis Horisontal (pada serat kurma, dan arsiran)		Garis yang menciptakan kesan tenang, relaksasi, diam, atau statis dan tidak bergerak

2. Studi Bentuk

TABEL II
 STUDI BENTUK

	Nama Gambar	Bentuk Dasar (Sumber:Penulis)	Arti
	Bentuk Lingkaran		Lingkaran mewakili kekekalan dan tidak memiliki ujung, memberikan kesan simple, bersahabat, dan sempurna
	Bentuk Persegi		Persegi merupakan bentuk yang memiliki sudut, dan dipercaya memberikan kesesuaian, kedamaian, keamanan dan kesetaraan

3. Studi Visual



Gambar 3. Studi Visual Kurma dan botol susu
 (Sumber: Penulis)

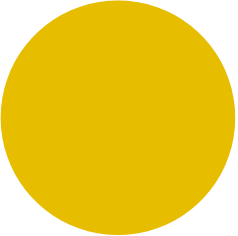
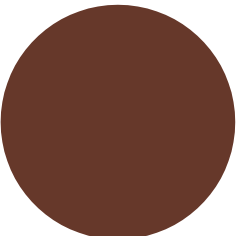
4. Studi Warna

Warna – warna yang digunakan dalam perancangan ini cenderung menggunakan warna turunan atau warna tersier seperti coklat yang diambil dari warna kurma dan emas kekuningan diambil dari tangkai pohon kurma dengan tujuan agar pesan alami, legit dan premium yang ditonjolkan sampai kepada audiens.



Gambar 4. Pohon dan Buah Kurma

TABEL III
 STUDI WARNA

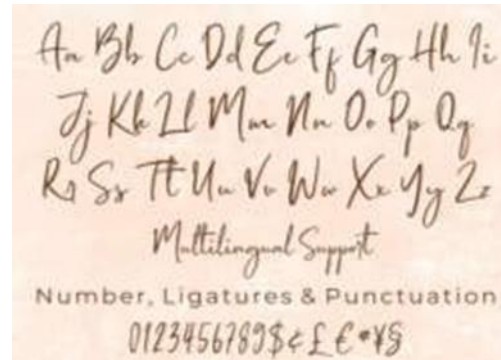
No	Warna (Sumber: Penulis)	Kode Warna	Arti
1.		#E7AB00 R: 231 G: 190 B: 0 C:0 M:18 Y:100 K:9	Warna yang menggambarkan Kemewahan, Kemenangan dan Kemakmuran, karena susu kurma <i>brand</i> ini dibuat dari bahan yang berkualitas dan <i>premium</i>
2.		#66382A R:102 G:56 B:42 C:0 M:45 Y:59 K:60	Warna yang menggambarkan keakraban, rasa aman, dan dikaitkan dengan produk-produk yang bermanfaat, alami, organik dan segala sesuatu yang berhubungan dengan lahan, perkebunan. Kemudian warna cokelatunya pun menonjolkan rasa legitnya dari buah kurma

5. Tipografi

Tipografi yang digunakan pada desain yang dirancang menggunakan jenis huruf serif sebagai referensi utama dalam perancangan Branding ini. Pemilihan jenis huruf ini didasari oleh karakter hurufnya yang terkesan mewah, feminine, dan elegant. Karena nama Neng adalah sebutan seorang wanita dari suku sunda jawa barat dan Queen sendiri artinya ratu, ratu memiliki karakter mewah, cantik, dan elegan, sehingga font yang digunakan berjenis serif dengan nama *font Virgula Vulgaris*. Kemudian penulisan tagline susu kurma dipadukan dengan *font seville script* berjenis *cursive* yang berkarakter *feminine*, karena owner dari brand Neng Queen adalah seorang wanita.



Gambar 5. Jenis Huruf Serif [7]



Gambar 6. Jenis Huruf Cursive

6. Visualisasi Logo



Gambar 7. Visualisasi Logo
(Sumber: Penulis)

Logo susu kurma “Neng Queen” secara visualisasi ingin menunjukkan ciri khas produk yang memiliki kualitas premium. Pemilihan warna emas menunjukkan kemewahan dari bahan-bahan yang dipilih seperti susu dan kurma nya. Menurut pemiliki UMKM, susu kurma ini menonjolkan kualitas susu dan kurma yang dipilih dari bahan premium.

IV. KESIMPULAN

Brand adalah merek, nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari semua itu yang ditujukan untuk mengidentifikasi barang atau jasa sebuah perusahaan atau sekelompok perusahaan dan untuk membedakannya dari pesaing. Membangun brand yang baik, maka diperlukan strategi branding yang tepat dan efektif.

Branding adalah proses mengembangkan, atau mengembangkan ulang keseluruhan elemen dan strategi dari brand identity. *Branding* sendiri berarti suatu pernyataan mengenai siapa (identitas), apa yang dilakukan (produk atau jasa yang ditawarkan), dan mengenai kenapa suatu merek menjadi layak dipilih (keistimewaan). Karena bagi sebuah perusahaan, *branding* tidak sekedar berfungsi sebagai *corporate identity* tapi juga sebagai brand image atau citra yang terbentuk dalam benak konsumen mengenai merek suatu barang atau jasa.

Membangun brand susu kurma Neng Queen dibuat sebuah logo yaitu sebagai identitas usaha yang utama. Selain logo dibuat juga beberapa media pendukung lainnya sebagai bentuk promosi dari usaha susu kurma Neng Queen dengan mempertimbangkan aspek keunggulan dan kelebihan yang dimiliki berdasarkan penelitian dari penulis.

REFERENSI

- [1] Hembree, Ryan (2008). *The Complete Graphic Designer*. United States :Rockport.
- [2] Carter, David E. (2000). *The New Big Book of Logos*. New York: HBI.
- [3] Januariyansah, S (2018) ANALISIS DESAIN LOGO BERDASARKAN TEORI:EFEKTIF DAN EFISIEN, Universitas Negeri Yogyakarta
- [4] Wheeler, A. (2009). *Designing brand identity*. In *Journal of the Electrochemical Society*. Olins, W. (2014). *Brand New: the Shape of Brands to Come* (p. 200).
- [5] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- [6] [online] <https://saveasbrand.co/m/6-makna-garis-dalam-desain-grafis-beserta-gambarnya>. Akses. 20 Januari 2022
- [7] Allbest font,(2018) Seville Script Font free download, Free comercial use <https://allbestfonts.com/>