

PERANCANGAN BUKU *GRAPHIC STANDART MANUAL* SEBAGAI PANDUAN AKTIVITAS *REBRANDING* PADA UMKM ICHA CACTUS, SUCCULENT AND PLANT

Pahrul Roji¹, R. Widyo Wibisono T², Wisnu Indra K³

^{1,2,3}Departemen Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Visual,
Institut Sains dan Teknologi Al-Kamal

e-mail: rojipahrul09@gmail.com¹, tikowibisono68@gmail.com², wisnu.sanggarindrakusuma@gmail.com³

INFORMASI ARTIKEL

Received : April, 2023
Accepted : Mei, 2023
Publish online : Oktober,
2023

A B S T R A C T

The background of this research was a request from business owner Icha Cactus, Succulent and Plant to create media for product marketing and promotional activities. This graphic standart manual aims to make branding and promotion activities more attractive and easier. In this study, a qualitative research approach was used, namely by conducting direct observations, conducting interviews and collecting data in the form of documents related to research. The design of the GSM book consists of several stages, starting from the design brief, mind mapping, sketching, to the final stage, and is compiled into a book with several pages containing rules for using logos and examples of using logos and visual identities in several media. The design of standard manual graphic books is indispensable for companies developing businesses as a guide for promotion and as the application of logos so that the designs become more focused and consistent.

Key words : *Icha cactus, secculent and plant, graphic standart manual book, Branding activity*

A B S T R A K

Penelitian ini dilatar belakangi dari permintaan dari pemilik usaha Icha Cactus, Succulent and plant untuk membuat media untuk kegiatan pemasaran produk dan aktifitas promosi. Graphic standart manual ini bertujuan untuk menjadikan kegiatan branding dan promosi menjadi lebih menarik dan lebih mudah. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yaitu dengan melakukan observasi langsung, melakukan wawancara dan mengumpulkan data berupa dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Perancangan buku GSM ini terdiri dari beberapa tahapan, mulai dari desain brief, mind mapping, pembuatan sketsa, hingga tahapan akhir, dan disusun menjadi sebuah buku dengan beberapa halaman yang berisi aturan dalam penggunaan logo dan contoh penggunaan logo dan identitas visual pada beberapa media. Perancangan buku *Graphic standart manual* sangat diperlukan untuk perusahaan mengembangkan usaha sebagai panduan untuk promosi dan sebagai penerapan logo sehingga perancangan desain menjadi lebih terarah dan konsisten.

Kata Kunci : *icha cactus, secculent and plant, graphic standard manual book, Branding activity*

PENDAHULUAN

Tanaman yang termasuk dalam tanaman hortikultura merupakan tanaman yang memiliki nilai keindahan atau estetika baik pada bentuk, warna, maupun bunganya. Tanaman hias biasa digunakan untuk menghiasi pekarangan dan dekorasi ruangan. Tanaman hias dapat ditempatkan di dalam maupun luar ruangan dengan kondisi yang cukup terpapar sinar matahari. tanaman hias didefinisikan sebagai jenis tanaman tertentu baik yang berasal dari tanaman daun dan tanaman bunga yang dapat ditata untuk memperindah lingkungan sehingga suasana menjadi lebih artistik dan menarik. industri tanaman hias meliputi budidaya tanaman dalam pot, bunga potong, daun potong dan tanaman hias lainnya yang kebanyakan dilakukan di area tertentu seperti rumah kaca. Keindahan tanaman tersebut dapat dipancarkan dari keseluruhan tanaman juga bentuk, warna bunga dan kerangka tanaman. (Soedarmono:1997). [1]

Salah satu tanaman hias yang digemari masyarakat Indonesia adalah kaktus dan sukulen. Kaktus serta sukulen memiliki bentuk unik seperti kaktus dengan beduri dan sukulen dengan daun yang tebal serta warna yang khas. Perawatan kaktus dan sukulen tergolong mudah karena tanaman ini mampu bertahan hidup dengan menyimpan air sebagai cadangan makanannya. Istilah kaktus berasal dari kata *kaktos* dalam Bahasa Yunani yang artinya adalah tanaman berduri. Kaktus tumbuh sekitar 100 juta tahun lalu dengan bentuk yang tinggi. [2]

“Icha *kaktus, succulent and plant* ” merupakan usaha yang dirintis sejak 2020 ini telah menjual berbagai jenis tanaman kaktus dan sekulen akan tetapi usaha ini memiliki identitas usaha yang kurang baik dan media promosi serta desain kemasan yang kurang menarik dan terarah menurut pemilikinya.

Bisnis rumahan tanaman hias ini menjanjikan. Kembali lagi kepada gaya hidup masyarakat modern yang menginginkan hunian asri dan indah melalui tanaman hias. Baik di perkotaan atau pedesaan, budidaya tanaman hias sudah memiliki target pasar tersendiri. Bukan hanya untuk konsumen perorangan, keberadaan tanaman hias

juga sangat dibutuhkan untuk tata kota, bangunan instansi pemerintah serta fasilitas umum, dengan dibuatnya buku *Graphic standart manual* bertujuan sebagai panduan untuk membuat membangun citra baik dan membuat promosi yang lebih konsisten dan terarah.

Brand guidelines atau *Graphic Standard Manual* adalah buku yang berisikan tentang aturan logo, pemilihan jenis *font, layout, pattern*, dan segala elemen yang digunakan oleh sebuah *brand* atau perusahaan guna membangun identitas yang kuat. Biasanya aturan ini digunakan sebagai panduan dasar untuk desainer supaya tidak keluar dari jalur alias konsisten dari apa yang terlihat, terdengar, dan terasa dari suatu merek. [3]

Brand identity adalah seperangkat asosiasi merek yang menjadi tujuan atau cita-cita dari suatu perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan citra merek dipasaran. (Aaker, 2008:168).[4]

Dalam periklanan warna yang diutamakan adalah warna untuk menarik pembeli. Warna telah menjadi sesuatu yang menjadi bagian dari kehidupan modern baik untuk kebutuhan pribadi maupun tujuan dari pelayanan produk, (Darmaprawira, 2002:122)[4]

Tifografi mengandung unsur legibility yang memiliki pengertian sebagai kualitas huruf dalam membentuk suatu naskah serta meningkatkan kemudahan untuk dibaca. Tingkat keterbacaan ini tergantung kepada bentuk huruf, ukuran dan penataannya dalam suatu naskah (Sihombing, 2001:58)[4]

Layout merupakan penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan keadaan sebuah bidang sehingga membentuk susunan yang lebih artistic (Ambrose & Harris: 2005)[4]

Selain media audio visual seperti televisi dan surat kabar, media periklanan meliputi setiap perangkat yang dapat memuat atau membawa pesan untuk penjualan kepada calon pembeli. Dan hamper semua jenis media telah digunakan dan dimanfaatkan sebagai media periklanan mulai dari

dinding bangunan dan Gedung-gedung, halte dan stasiun, kendaraan, dan beberapa peralatan seperti

METODE PENELITIAN

Dalam perancangan buku *Graphic standart* ini menggunakan metode penelitian sebagai berikut :

a. Metode Kualitatif

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, menurut Dantes pengertian metode deskriptif itu sendiri diartikan sebagai suatu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu fenomena atau peristiwa sesuai dengan apa adanya dan dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan saat ini (Nyoman, 2012) Suharsimi Arikunto dalam buku Prastowo (Prastowo, 2011) bahwa penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu tetapi hanya menggambarkan "apa adanya" tentang suatu variable, gejala, atau keadaan.[6]

B. Metode Pengumpulan data

Penelitian dilakukan secara langsung dengan melakukan wawancara di lokasi Icha *cactus, secculent and plant*, dan mendapatkan beberapa data tambahan pendukung penelitian seperti foto, dan video. Serta melakukan penelitian di berbagai media sebagai data tambahan yang bersumber dari artikel, buku dan jurnal.

b. Metode Analisis data

Dari hasil data yang diperoleh dari penelitian secara langsung dan penelitian tidak langsung data yang diperoleh dikelompokkan menjadi 4 bagian yang biasa di sebut SWOT, yaitu kekuatan (stranght), kelemahan (Weakness), peluang (Oppportunity) dan ancaman (threat).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data/hasil

1. Konsep Perancangan

Konsep perancangan yang digunakan adalah merancang ulang brand dan melakukan promosi. buku yang dibuat bertujuan untuk menjadi panduan serta refrensi desainer untuk mendesain dan menerapkan identitas visual pada media.

2. Strategi Media

Dalam penyusunan buku *Graphic standart manual* ini menggunakan Strategi media dengan menggunakan media digital sebagai media utama

payung, tas belanja hingga bolpoint (Jefkins, 1995:84)[5]

untuk merancang pesan dimana pesan tersebut berbentuk Buku dan media promosi lainnya. Perancangan yang dilakukan menggunakan aplikasi Adobe illustrator sebagai aplikasi utama dalam perancangan ini, selain adobe illustrator perancangan ini juga menggunakan beberapa aplikasi tambahan seperti adobe photoshop, adobe after effect dan blender sebagai pendukung.

3. Konsep Visual

Dalam perancangan ini menggunakan berbagai macam konsep, untuk logo didesain menggunakan Logomark atau logogram dipadukan dengan logo type sebagai pendukung dengan format *vertical* dan format *horizontal*, Dalam mendukung perancangan branding ini menggunakan konsep design *Swiss Style*, Keunikan yang terlihat pada gaya ini adalah, pada awal kemunculannya adalah penggunaa font yang dominan sebagai elemen grafisnya pada sebuah karya design grafis. Sehingga *Swiss Style Graphic Design* juga dikenal dengan nama *International TypographicStyle*.

Tahap Perancangan

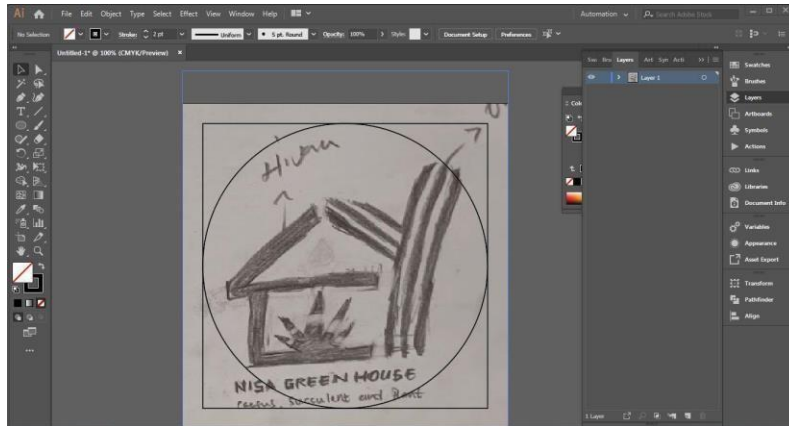
1. Pra Produksi

Dalam perancangan ini terdapat bebeberapa tahapan salahsatunya pra produksi, dimana tahapan ini menjadi awal dari perancangan mencakup : (*Design Brief*) perencanaan dan pengumpulan data dari pemilik usaha Icha catus, secculent and plant, (*mind Mapping*) dengan dibuatnya pengelompokan data maka akan lebih mudah untuk menentukan objek yang paling mewakili identitas merek, (*Morfologi matrix*) dengan melakukan Teknik ini maka akan menghasilkan suatu tanda yang mewakili dan sangat cocok digunakan sebagai logo pada usaha ini, pembuatan, (penyusunan isi buku) dengan dibuatnya daftar buku maka akan lebih mudah dalam perancangan dan penyusunan halaman dan (pembuatan sketsa) pembuatan sketsa sangan berpengaruh terhadap hasil akhir dalam perancangan ini, sketsa di buat sebagai gambaran dasar dari data dan ide yang ada dan diolah dalam bentuk gambar.

2. Produksi

a. Tracing

. Dalam dunia grafis, tracing mempunyai makna menggambar ulang dengan menggunakan acuan atau pola.

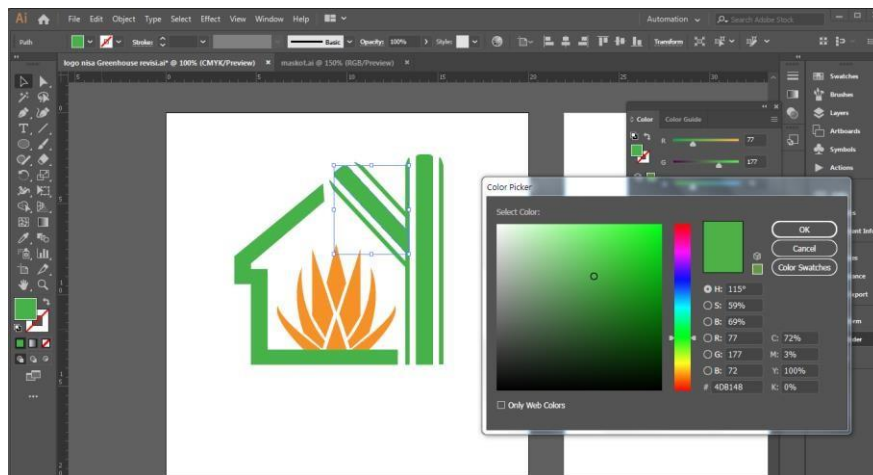


Gambar 1. Screenshoot Tracing Sketsa
[Sumber: Dokumentasi Peneliti, Tahun 2022]

Memilih sketsa yang bagus dan memiliki makna logo yang paling mewakili dengan citra usaha dan memiliki tujuan serta harapan, setelah memilih logo yang digunakan tahapan selanjutnya adalah membuka aplikasi Desain, yaitu Adobe Illustrator

lalu membuat garis untuk mempermudah dalam proses desain.

b. Pewarnaan



Gambar 2. Screenshoot proses Pewarnaan
[Sumber: Dokumentasi Peneliti, Tahun 2022]

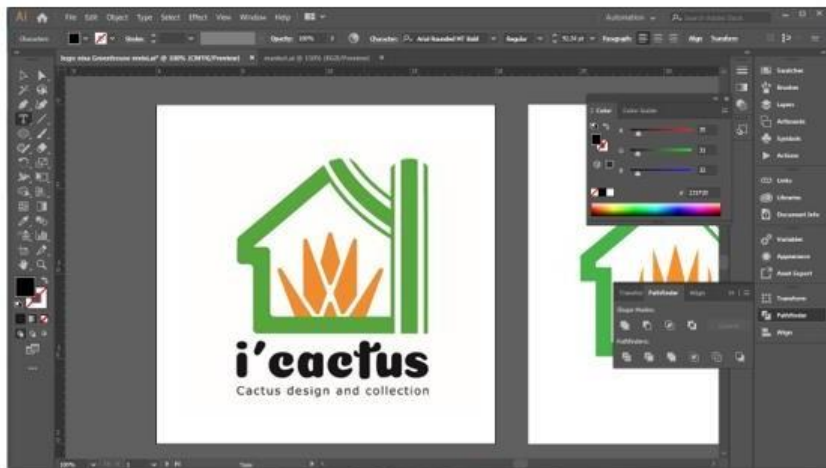
Pemilihan warna didasari dari filosofis dari warna tersebut dimana warna hijau mengartikan Tanaman, kehidupan kesejukan dan Oranye mengartikan sinar matahari dan kehangatan. Setiap

warna memiliki terkaitan satu dengan yang lainnya berdasarkan filosofi dan maknanya.

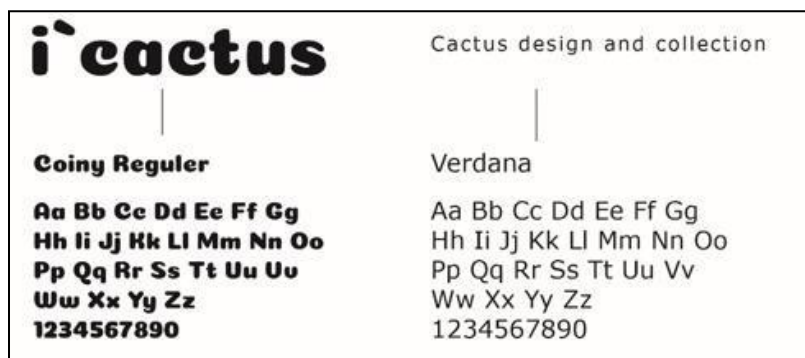


Gambar 3. warna
[Sumber: Dokumentasi Peneliti, Tahun 2022]

c. Penyederhanaan bentuk, penambahan nama dan tagline



Gambar 4. Penyederhanaan Bentuk, Penambahan Nama dan Tagline
[Sumber: Dokumentasi Peneliti, Tahun 2023]



Gambar 5. Jenis huruf yang digunakan
[Sumber: Dokumentasi Peneliti, Tahun 2023]

Penyederhanaan bentuk dimaksudkan agar bentuk logo lebih mudah untuk di pahami dan mudah untuk diingat. Pemilihan font pada logo ini adalah font sans serif dengan nama *Coiny Reguler*, font yang sederhana dan mudah dibaca, bentuknya kseperti balon yang tidak memiliki siku yang tajam

pada setiap sisinya dan terkesan anggun untuk dilihat.

font pada tagline menggunakan font verdana font sans serif yang mudah dibaca, bentuknya yang sederhana dan klasik sangat bagus dipadukan dengan font *Coiny Reguler* sebagai kata pendukung.

d. Isi buku

1. *Cover* dibuat dengan kertas yang lebih tebal agar lebih kuat, cover depan berisi gambaran dari identitas visual serta informasi nama buku.
2. *Blank page*
Halaman ini biasanya dibiarkan kosong atau diisi dengan elemen estetis atau pattern.
3. Foto pendukung.
Halaman ini berisikan sebuah foto pendukung yang mewakili produk yang di jual.
4. Daftar isi

5. Pengenalan
Halaman pengenalan yang membahas tentang *Graphic standart manual*
6. Profil usaha
Halaman yang berisi tentang profil toko dan sejarah usaha dibangun.
7. Sub judul "Comporate Identity"
Halaman ini terdiri dari beberapa halaman yang berisikan Konsep logo, *logo grid system*, *Typeface*, Konsep warna, cara penggunaan logo, elemen estetis, pattern, dan maskot.

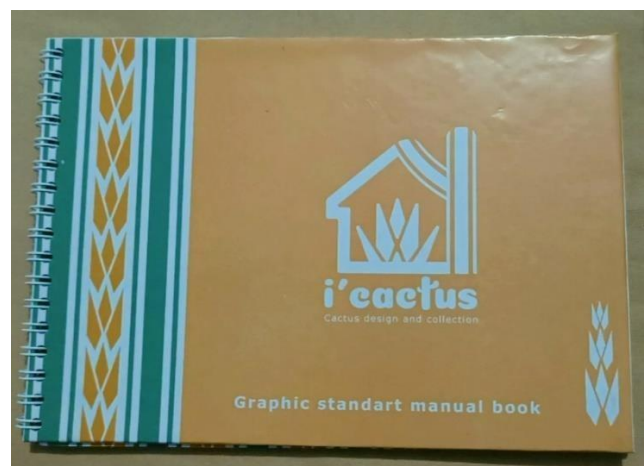
8. Sub judul “penerapan logo pada media”
Beberapa halaman di dalam sub judul ini berisikan cara dan contoh penerapan desain pada media yang mencakup *stationary* yang berisi kartu nama, kepala surat, amplop surat, *compact disk* atau CD dan nota pembayaran. *Environment graphic design* yang berisi *Booth* pameran, *sign system*, seragam kerja, *merchandise* dan mobil operasional. Kebutuhan promosi yang berisikan poster, banner,

kemasan, chain flag, tag name product, iklan media sosial, media cetak etalase, voucher diskon, web design, dan kartu ucapan terimakasih.

9. Penutup
Halaman yang mencakup profil dan nomor kontak usaha dan juga desainer.
10. Pattern
11. Cover belakang
Cover belakang dibuat dengan bahan yang lebih kuat agar dapat melindungi isinya.



Gambar 6. Isi Buku GSM
[Sumber: Dokumentasi Peneliti, Tahun 2023]



Gambar 7. Hasil Akhir Buku GSM
[Sumber: Dokumentasi Peneliti, Tahun 2023]

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitan, pencarian dan pengelolaan data yang telah dilakukan, Penulis dapat menarik kesimpulan bahwa merk atau brand sangat berpengaruh terhadap strategi memasarkan dan memperkenalkan merk kepada calon pelanggan, perlunya membangun sebuah merk atau branding yang dilakukan oleh “Icha cactus, Secculent and plant” untuk dijadikan identitas yang mudah dikenali oleh sebab itu logo yang dibuat dan di kembangkan menjadi lebih sederhana, perlunya media pendukung untuk mengenalkan logo sehingga

aktifitas branding menjadi lebih efisien, identitas visual juga sangat berpengaruh terhadap suatu merek dengan penerapan dan perancangan yang tepat identitas visual dapat menjadi suatu tanda yang menandakan merek satu dan lainnya. Riset dan penelitian sangat penting untuk menjadi data yang mendukung tahap perancangan. Beberapa tahapan sangat penting untuk pengembangan identitas visual seperti data usaha, mind mapping, pembuatan sketsa dan juga perancangan dengan menggunakan aplikasi desain. Perancangan buku *Graphic standart manual* sangat diperlukan untuk

perusahaan mengembangkan usaha sebagai media untuk promosi dan pengedaran kepada masyarakat luas, media pendukung dapat digunakan untuk pelengkap dari buku *graphic standart manual* konsep utama dari buku ini lebih kearah ke cara dan strategi dalam memasarkan dimana penempatan identitas visual di berbagai media yang sering di kunjungi dan juga alat yang sering digunakan oleh target pasar dari "Icha cactus, Secculent and plant"

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Ke and A. R. I. Kabu, "Analisis Risiko Terhadap Produk Tanaman Bromelada di Desa Tamansari Bogor Jawa Barat," 2011.
- [2] D. Santi, *Mengenal KAKTUS tanaman berduri yang cantik*, Tim Editor. Jakarta: CV Sinar Cemerlang Abadi, 2010.
- [3] Andina Yurista, "Apa Itu Graphic Standard Manual? Yuk Baca Penjelasan Lengkapnya!," *Internet*, 2020. <https://kreativv.com/graphic-standard-manual/>
- [4] S. Didit widiatmoko, *Metodologi penelitian DKV desain komunikasi visual*. Bandung: PT KANISIUS, 2019.
- [5] S. Didit widiatmoko, *Metodologi Penelitian DKV desain komunikasi visual*, Bayu, Anan. Bandung: PT KANISIUS, 2019.
- [6] A. M. Noor, D. N. I. Kusumawati, and A. Arthono, "... Dan Makna Desain Rupa Penanda Gapura Dan Banner Penyampai Informasi Pengelolaan Dan Pengolahan Sampah (Tps) Di Duren Villa ...," ... *J. Pengabdian pada ...*, vol. 5, pp. 108–119, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/aptekmas/article/view/4986>