

PERANCANGAN ULANG *COORPORATE IDENTITY* RUMAH MAKAN KANCIL LAUT DI PULAU UNTUNG JAWA

Indra Gunara Rochyat

Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara, Tomang Tol, Kebon Jeruk, Jakarta Barat – 11510
indragunara@esaunggul.ac.id

Abstract

Communication is a very important human need. Communication is required to gain or provide information from or to other people. The need for information is increasing, so people need communication tools that can be used anytime and wherever they are. For that needed a corporate identity, a communicative promotional media to introduce the identity of a company to the public. The goal is of course to improve the company's image. One need corporate identity hare of Restaurant Seafood is located in Untung Jawa Island. The restaurant is is necessary to redesign the corporate identity to introduce a unique culinary products Untung Jawa Island's coast. The author made observations of ingredients composed on the products presented and displayed by RM Seafood hare, so that later can be visualized. Also the design elements of that will adjust the product as the identity of the company which is engaged in the sale foods. Things is discussed by dedication to the community program is to implement change redesign of RM Kancil Laut branding design which eventually produce a new design of a corporate identity RM Kancil Laut restaurant which is expected to raise the image and the economy of owner of RM Kancil Laut. The results of the development of the new design of the corporate identity of RM Kancil Laut is expected to become a reference for similar types of businesses in the area Untung Jawa Island to participate and improving the corporate identity.

Keywords: *re-design, Kancil Laut Restaurant, Untung Jawa Island*

Abstrak

Komunikasi merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting. Komunikasi dibutuhkan untuk memperoleh atau memberi informasi dari atau kepada orang lain. Kebutuhan untuk mendapatkan informasi semakin meningkat, sehingga manusia membutuhkan alat komunikasi yang dapat digunakan kapanpun dan dimanapun mereka berada. Untuk itulah diperlukan sebuah *corporate identity*, sebuah media promosi yang komunikatif untuk memperkenalkan identitas dari sebuah perusahaan kepada masyarakat. Tujuannya sudah tentu meningkatkan citra perusahaan tersebut. Salah satu yang butuh *corporate identity* adalah Rumah Makan Kancil Laut yang berada di Pulau Untung Jawa. Rumah makan ini perlu dilakukan perancangan ulang *corporate identity* untuk memperkenalkan produk kuliner khas pantai Pulau Untung Jawa ini. Penulis melakukan observasi terhadap bahan-bahan yang tersusun pada produk yang disajikan dan diperlihatkan oleh RM Kancil Laut, agar nantinya dapat divisualisasikan. Juga terhadap unsur-unsur desain yang nantinya menyesuaikan dengan produk sebagai identitas perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan makanan. Hal yang dibahas di program pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan melaksanakan perubahan rancangan ulang desain branding RM Kancil Laut yang pada akhirnya menghasilkan sebuah desain baru dari sebuah identitas perusahaan restoran RM kancil Laut yang diharapkan mampu mengangkat citra dan perekonomian pemilik RM Kancil Laut. Hasil dari pengembangan desain baru identitas RM Kancil Laut ini diharapkan menjadi acuan bagi jenis usaha sejenis di daerah Pulau Untung Jawa untuk ikut serta memperbaiki identitas perusahaan. Hal yang dibahas di program pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan melaksanakan perubahan rancangan ulang desain branding RM Kancil Laut yang pada akhirnya menghasilkan sebuah desain baru dari sebuah identitas perusahaan restoran RM kancil Laut yang diharapkan mampu mengangkat citra dan perekonomian pemilik RM Kancil Laut

Kata kunci : perancangan ulang, rumah makan Kancil Laut, pulau Untung Jawa

Pendahuluan

Banyak jenis komunikasi yang digunakan di masyarakat. Jika berbicara masyarakat, maka aspeknya adalah jumlah. Komunikasi berdasarkan jumlah ini terdiri dari komunikasi perseorangan dan komunikasi massa. Komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat adalah komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan suatu proses melalui mana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas dan terus menerus menciptakan makna-makna serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam dengan melalui media-media komunikasi.

Sedangkan media komunikasi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mempermudah dalam menyampaikan informasi dari seseorang kepada orang lain dengan maksud tertentu. Media tersebut dapat berbentuk media visual, audio, maupun audiovisual yang sasarannya dapat ke nirmassa maupun massa.

Perusahaan pun tidak lepas dari aktivitas komunikasi. Mereka menggunakan komunikasi tersebut untuk memasarkan produk. Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaannya. Dalam mempromosikan produk tentu saja merancang *corporate identity*-nya, agar apa yang ingin divisualisasikan perusahaan tentang produk tersebut sampai ke masyarakat.

Rumusan Perancangan

1. Bagaimanakah cara membuat rancangan *corporate identity* yang memvisualisasikan keunggulan dari Rumah Makan Kancil Laut sehingga masyarakat tertarik untuk membeli?
2. Bagaimana cara membuat rancangan media promosi untuk Rumah Makan Kancil Laut?
3. Bagaimanakah bentuk media yang baik dan benar untuk mempromosikannya?

4. Bagaimana cara meningkatkan jumlah pengunjung dengan media promosi tersebut?
5. Bagaimana cara meningkatkan omzet perusahaan dengan media promosi tersebut?

Tujuan Perancangan

Perancangan ini memiliki tujuan untuk:

1. Merancang *corporate identity* Rumah Makan Kancil laut agar informasi produk dapat tersampaikan ke khalayak umum
2. Menemukan cara yang efisien dan benar untuk membuat *corporate identity* produk
3. Untuk mendapatkan efek balik dari konsumen sehingga mereka ingin membeli/menggunakan produk.

Manfaat Perancangan

Perancangan ini memiliki manfaat bagi penyusun maupun pihak perusahaan.

Manfaat bagi penulis:

1. Sebagai syarat kelulusan mata kuliah Desain Komunikasi Visual V
2. Sebagai latihan penyusun untuk mempersiapkan laporan tugas akhir
3. Menambah wawasan penulis

Manfaat bagi masyarakat umum:

1. Memuaskan konsumen terhadap produk yang ditawarkan
2. Masyarakat mengenal produk yang dipromosikan

Manfaat bagi profesional:

Sebagai acuan untuk membuat perancangan *corporate identity*

Metode Pelaksanaan

Dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, diperuntukkan bagi masyarakat Pulau Untung Jawa dengan melibatkan pemilik salah satu penginapan di pulau tersebut, Hiu Homestay. Lokasi kegiatan ini berada di Wilayah Pulau Untung Jawa, kecamatan Kepulauan Seribu Selatan, Kabupaten Kepulauan Seribu, Jakarta dengan sistem pengumpulan dan perancangan pada tanggal 7 April – 1 Juli 2015 dengan waktu 36 jam. Kegiatan ini melibatkan pemilik RM Kancil Laut di Pulau Untung Jawa, penulis, dan 5-6 mahasiswa DKV FDIK UEU

Tabel 1

Jadwal Pelaksanaan dan Bahan Materi Ajar

Hari Pertama, 7 April 2015

Waktu	Nama Kegiatan
08.30 – 09.00	Perjalanan menuju ke Pelabuhan Tanjung Pasir dari kampus UEU
09.00 – 09.30	Perjalanan menuju Pulau Untung Jawa
09.30 – 11.30	Sampai di Pulau Untung Jawa dan melakukan briefing
11.30 – 13.00	Istirahat dan Sholat
13.00 – 17.30	Survei lapangan

Hari Kedua, 8 April 2015

Waktu	Nama Kegiatan
08.30 – 11.30	Survei Lapangan dan presentasi
11.30 – 13.00	Istirahat dan Sholat
13.00 – 17.30	Pencarian data RM Kancil Laut dan Pulau Untung Jawa

Hari Ketiga, 9 April 2015

Waktu	Nama Kegiatan
08.30 – 11.30	Pencarian data RM Kancil Laut dan Pulau Untung Jawa
11.30 – 13.00	Istirahat dan Sholat
13.00 – 17.30	Pencarian data RM Kancil Laut dan Pulau Untung Jawa Serta kembali menuju Tanjung Pasir dan pulang ke kampus UEU

Hari Keempat, 1 Juli 2015

Waktu	Nama Kegiatan
08.30 – 11.30	Kembali menuju ke Pulau Untung Jawa dan memasang hasil perancangan ulang <i>corporate identity</i> di RM Kancil Laut
11.30 – 13.00	Istirahat dan Sholat
13.00 – 17.30	Presentasi kepada pemilik RM Kancil Laut

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Beberapa cara yang dipakai dalam mengumpulkan data untuk perancangan corporate identity adalah sebagai berikut.

Metode Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket), namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi atau kondisi). Teknik ini digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar. Pengumpulan data dengan metode observasi dilakukan secara langsung dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar.

Dalam hal ini, penulis melakukan observasi terhadap bahan-bahan yang tersusun pada produk, agar nantinya dapat divisualisasikan. Juga terhadap unsur-unsur desain yang nantinya menyesuaikan dengan produk.

Metode Acuan Karya

Metode acuan karya adalah metode pengumpulan data yang didasarkan pada karya-karya yang telah ada, dengan melihat unsur-unsur yang ada di dalamnya. Perancangan produk ini akan mengacu pada unsur-unsur karya yang telah dihasilkan sebelumnya. Juga mengacu pada buku-buku teori yang digunakan untuk merancang sebuah *corporate identity*.

Metode Analisa Data

Dengan melakukan teknik analisa yang sistematis dan mengikuti konsep-konsep ilmiah yang berupa pengumpulan data yang digunakan sebagai salah satu cara untuk mencari penyelesaian masalah dengan memperhatikan berbagai macam segi. Salah satunya adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). Dengan SWOT maka suatu permasalahan dapat dilihat lebih jelas dan menyeluruh. Analisa ini melihat segi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang tentunya juga diselaraskan dengan karakter brand dan target audiens. Sehingga pada tahap akhirnya, perancangan karya ini mampu menonjolkan apa yang ingin divisualisasikan dari produk. Berikut analisa SWOT untuk memecahkan masalah perancangan *corporate identity* ini.

Strength (Kekuatan)

Situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan/keunggulan dari Rumah Makan Kancil Laut saat ini. *Strength* ini bersifat internal dari perusahaan.

1. Merupakan salah satu rumah makan yang terletak di destinasi wisata yang cukup banyak dikunjungi wisatawan
2. Terletak di jalur utama dekat pintu masuk tempat wisata
3. Harga terjangkau bagi kalangan wisatawan
4. Dekat dengan view pantai
5. Menyediakan berbagai macam makanan seperti *seafood* maupun non *seafood*
6. Buka setiap hari, melayani *weekdays* maupun *weekend*.

Weakness (Kelemahan)

Keadaan dari usaha yang tidak berjalan dengan baik dapat menjadi kelemahan tersendiri sehingga terkadang tidak menguntungkan dan tidak dapat memajukan kegiatan usaha. Tidak hanya pada kegiatan namun juga bisa pada produknya. Berikut kelemahan dari Rumah Makan Kancil Laut saat ini.

1. Desain interior yang kurang mendukung.
2. Kurangnya karyawan sehingga pelayanan tidak maksimal.
3. Tidak adanya media promosi yang memadai.
4. Lokasinya yang kurang menonjol dibanding rumah makan lain.

Opportunities (Peluang)

Faktor positif dari luar yang memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memanfaatkan kesempatan yang ada :

Bisnis rumah makan ini terletak di pulau wisata yang mudah dijangkau oleh masyarakat kota. Merupakan salah satu rumah makan yang melayani saat *weekdays* dimana rumah makan yang lain tidak buka.

Wisatawan mencari makan enak dengan harga yang murah. Rumah Makan Kancil Laut terletak di sekitar penginapan, bahkan memiliki penginapan sendiri, sehingga wisatawan yang menginap juga bisa mendapat pelayanan makanan.

Threats (Ancaman)

Faktor negatif yang berupa ancaman dari lingkungan luar yang memberikan hambatan bagi berkembangnya atau berlanjutnya perusahaan :

1. Terdapat rumah makan yang menyajikan hidangan makanan yang lebih bervariasi
2. Tidak terletak di lokasi khusus rumah makan atau *foodcourt*
3. Rumah makan di daerah lain memiliki tempat serta interior yang mendukung.

Tinjauan Pustaka

Komunikasi

Komunikasi merupakan penyampaian pikiran atau gagasan yang dilakukan oleh seseorang yang mengandung pesan tertentu dengan bantuan media, sehingga orang yang menerimanya dapat memahami isi pesan di dalamnya dan diharapkan memberikan umpan balik. Dalam hal ini terjadi komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, dimana perusahaan sebagai produsen (komunikator) ingin mempromosikan produknya (pesan) melalui media visual (media cetak/*display*) terhadap para target/konsumen (komunikan) agar target/konsumen mengenal produk (efek) dan diharapkan dapat membeli/mengonsumsi produk tersebut (umpan balik/reaksi).

Komunikasi Masa

Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada publik. Dalam hal ini, komunikasi massa terjadi antara perusahaan dengan target audiens/konsumen.

Media Massa

Media massa adalah channel, media/medium, saluran, sarana, atau alat yang dipergunakan dalam komunikasi massa, yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak.

Dalam hal ini perusahaan menggunakan media display dan cetak sebagai media massa dalam mempromosikan produknya

Corporate Identity

Corporate identity merupakan identitas yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga

berfungsi sebagai penanaman citra atau *image* yang bisa menjadi daya tarik. Identitas perusahaan berdasarkan filosofi organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda. Identitas mencerminkan kepribadian sebuah perusahaan dan dari sinilah branding perusahaan tercipta. *Corporate identity* terdiri dari 3 (tiga) bagian yang digunakan dalam bermacam cakupan:

1. Corporate visual (logo dan *uniform*)
2. *Corporate Communication* (iklan, *public relations*, dan informasi)
3. *Corporate Behavior* (nilai-nilai internal dan norma-norma)

Promosi

Promosi adalah upaya untuk menawarkan produk/jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan adanya kenaikan angka penjualan

Media Promosi

Media promosi adalah alat/sarana yang digunakan untuk mempromosikan produk. Dalam hal ini, media promosi yang digunakan berbentuk media cetak dan display seperti: brosur, *leaflet*, *hangingmobile*, *standbooth*, dan *rackdisplay/corner display*.

Desain Interior

Desain interior adalah ilmu yang mempelajari perancangan suatu karya seni yang ada di dalam suatu bangunan dan digunakan untuk memecahkan masalah manusia. Salah satu bidang study keilmuan yang didapatkan pada ilmu desain, bidang keilmuan ini bertujuan untuk dapat menciptakan suatu lingkungan binaan (ruang dalam) beserta elemen-elemen pendukungnya, baik fisik maupun nonfisik. Sehingga kualitas kehidupan manusia yang berada didalamnya menjadi lebih baik. Perancangan interior meliputi bidang arsitektur yang melingkupi sembilan bagian dalam suatu bangunan. Contoh: Perancangan interior tetap, bergerak, maupun dekoratif yang bersifat sementara. Dalam penataan ruang interior hal-hal yang terkait seperti: Furniture, Cermin, Lukisan, Armatour Lampu, Tanaman

Indoor, Partisi, Cat Dekoratif, *Wallpaper*, dan lain-lain.

Fine Dining

Fine dining atau istilah Bahasa Indonesianya adalah jamuan makan resmi, yang merupakan tingkatan tertinggi dari makanan ataupun cara santapnya. Mengapa tingkatan tertinggi, karena memang cara penyajian, menu, dan tempatnya pun benar-benar sangat spesial, karena makanan akan *fully serve* sesuai dengan aturan mana dulu makanan yang akan disajikan. Dimulai dari *entree*, *appetizer*, *main course*, *dessert*,. Disinilah aturan 11 akan diberlakukan. Jangan khawatir kalo lupa posisi sendok, garpu, pisau mana yang akan digunakan, karena pegang saja prinsip alat makan terluar adalah yang pertama digunakan sesuai dengan keluarnya makanan.

Fotografi

Fotografi (dari bahasa Inggris: *photography*, yang berasal dari kata Yunani yaitu "*photos*": Cahaya dan "*grafo*": melukis/menulis) adalah proses melukis/menulis dengan menggunakan media cahaya. Sebagai istilah umum, fotografi berarti proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu obyek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai obyek tersebut pada media yang peka cahaya. Alat paling populer untuk menangkap cahaya ini adalah kamera. Tanpa cahaya, tidak ada foto yang bisa dibuat.

Videografi

Videografi adalah media untuk merekam suatu moment/kejadian yang dirangkum dalam sebuah sajian gambar dan suara yang dapat kita nikmati dikemudian hari baik sebagai sebuah kenangan ataupun sebagai bahan kajian untuk mempelajari apa yang sudah/ pernah terjadi.

Hasil dan Pembahasan

Identifikasi Data

Identifikasi data perusahaan diperlukan untuk mengetahui informasi dari produk yang akan dirancang *corporate identity*-nya. Berikut adalah identifikasi yang akan dijabarkan tentang RM. Kancil Laut

Data Perusahaan

Data perusahaan adalah data dari perusahaan yang dipilih yang meliputi nama perusahaan, manajemen perusahaan, produk yang dipasarkan, jangkauan wilayah, dan lokasi perusahaan.

Nama Perusahaan

Nama perusahaan adalah RM. Kancil Laut

Sejarah Perusahaan

Tahun 1995, Ibu Munawaroh membuka usaha kecil-kecilan di Pulau Ubi. Usaha penganannya cukup laku di kalangan masyarakat dan wisatawan. Ia kemudian berpindah-pindah dari satu pulau ke pulau lain mengikuti suaminya. Ia sempat berjualan di Pulau Tidung, Pulau Bidadari, Pulau Pramuka, dan beberapa pulau di sekitarnya. Karena hal inilah, suaminya memiliki ide nama untuk usaha rumah makannya ini. Kancil, hewan yang lincah diibaratkan sebagai keluarga Ibu Munawaroh yang sering berpindah-pindah tempat tinggal. Karena mereka memiliki usaha di sekitar pantai wisata, makan dinamakanlah Kancil Laut.

Manajemen Perusahaan

Ibu Munawaroh awalnya berjualan penganan kecil-kecilan di sekitar Pulau Seribu. Lalu pada tahun 2007, mereka mulai menetap di Pulau Untung Jawa dan membuka usaha rumah makan tetap disana. Kancil Laut juga memiliki penginapan sendiri. Sehingga Kancil Laut dapat menyediakan jasa penginapan dan layanan makanan sekaligus.

Jasa/Produk yang Ditawarkan

RM. Kancil Laut menyediakan makanan-makanan khas *seafood* seperti ikan, cumi-cumi, dan udang. Selain itu juga, RM. Kancil Laut menyediakan makanan *non-seafood* seperti pecel ayam, lele, soto, bahkan bandrek.

Jangkauan Wilayah Perusahaan

RM. Kancil Laut hanya menjangkau wilayah sekitar Pulau Untung Jawa saja.

Lokasi Perusahaan

Ada pun RM. Kancil Laut berada di Jalan Utama Pintu Masuk Pulau Untung Jawa, Pulau Seribu, DKI Jakarta, Indonesia

Data Produk

Data produk adalah data yang berisi informasi tentang produk yang dipasarkan oleh perusahaan, meliputi jenis-jenis produk, jenis produk yang dipromosikan, merk produk, spesifikasi produk, harga produk, positioning produk, target audiens dan foto-foto produk.

Jenis-Jenis Produk

RM. Kancil Laut menyediakan hidangan *seafood* maupun *nonseafood*. Diantaranya adalah: Ikan bakar, Cumi bakar, Cumi goreng tepung, Udang goreng tepung, Soto ayam, Pecel lele, Pecel Ayam, Ayam Bakar, Nasi goreng, Jus Jeruk, Es kelapa, Bandrek

Harga Produk

Untuk hidangan *seafood* dapat dinikmati porsi banyak dan porsi satuan. Harganya variatif dan cukup relatif murah. Kisarannya sekitar Rp. 30.000,- hingga Rp. 200.000,-. Untuk makanan *non seafood* dapat dinikmati porsi satuan. Kisaran harganya sekitar Rp10.000,- hingga Rp40.000,-. Untuk minuman harganya berkisar antara Rp4.000,- hingga Rp10.000,-

Positioning Produk

Dari produk/hidangan makanan yang tersedia di RM. Kancil Laut memberikan variasi makanan *seafood* maupun *non seafood*. Sehingga bagi pengunjung yang alergi makanan *seafood* dapat menikmati hidangan *non seafood*. RM. Kancil Laut memiliki kesan tersendiri bagi pengunjungnya.

Target Audiens

Target pengunjung RM. Makan Kancil Laut adalah wisatawan keluarga. Makanan dapat dinikmati oleh semua umur.

Konsep Perancangan

Konsep perancangan merupakan hasil karya berupa pemikiran yang menentukan tujuan-tujuan dari perancangan sebuah desain. Dalam konsep perancangan ini akan dijabarkan

tentang konsep perancangan dari Rumah Makan Kancil Laut ini.

Perancangan Media

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata "medium". Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti "perantara" atau "pengantar", yaitu perantara sumber pesan dengan penerima pesan. Jadi, dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media dibagi menjadi 3 yaitu media audio, media visual dan media audio visual. Media audio adalah bentuk saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dalam bentuk suara. Media jenis ini memungkinkan bagi para komunikan hanya mendengar informasi tanpa melihat kejadian yang sebenarnya sehingga komunikan hanya menerka-nerka suatu kejadian dari informasi yang mereka dengar. Media visual adalah bentuk saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dalam bentuk gambar. Media ini menampilkan informasi dalam bentuk gambar dan tulisan. Media audio visual merupakan bentuk saluran informasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dalam bentuk gambar dan suara. Media ini memberikan pesan atau informasi dalam bentuk gambar yang bergerak dan suara seperti televisi. Dari kajian diatas, maka kami membuat perancangan media *corporate identity* untuk Rumah Makan Kancil Laut ini dalam bentuk media visual.

Tujuan Perancangan Media

Tujuan perancangan media adalah menentukan sasaran media. Media sangat penting dalam proses komunikasi sebagai penyampaian pesan. Media yang digunakan dalam Perancangan *corporate identity* Rumah Makan Kancil Laut adalah media cetak dan media display. Adapun tujuan dari media perancangan *corporate identity* Rumah Makan Kancil Laut ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mempromosikan Rumah Makan Kancil Laut

2. Menarik minat wisatawan Pulau Untung Jawa terhadap Rumah Makan Kancil Laut
3. Membangun citra dari Rumah Makan Kancil Laut agar tidak kalah bersaing dengan rumah makan lain di Pulau Untung Jawa.

Strategi Media

Strategi media merupakan cara untuk mencapai tujuan media yang telah ditetapkan, yaitu dengan pemilihan dan prioritas media. Dalam strategi media harus sesuai dengan arah tindakan yang akan diambil dengan media tersebut. Adapun strategi media perancangan *corporate identity* Rumah Makan kancil Laut ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi media yang digunakan yaitu dengan media-media cetak seperti banner, brosur, leaflet, dan lain-lain. Memilih media cetak agar mudah di bawa ke mana saja dan informasinya akan selalu ada karena dapat di simpan.
2. Strategi media display yaitu plang nama rumah makan tersebut. Memilih media display supaya menarik perhatian wisatawan ketika berkunjung ke Pulau Untung Jawa dan dapat tertarik untuk mengunjungi Rumah Makan Kancil Laut.

Perancangan Kreatif

Perencanaan kreatif merupakan rencana penyampaian pesan dalam pembuatan rancangan media visual yang akan dibuat. Dalam media visual terdapat dua unsur yaitu *art directing* dan *copy writing*. *Art directing* merupakan unsur gambar yang mewakili pesan yang ingin disampaikan. sedangkan *copy writing* merupakan unsur kata yang kreatif yang mewakili pesan dari *art directing*.

Tujuan Perancangan Kreatif

Tujuan perencanaan kreatif *corporate identity* RM. Kancil Laut adalah membuat media visual yang baik dan benar sehingga dapat menarik minat wisatawan terhadap RM. Kancil Laut

Strategi Perancangan Kreatif

Strategi perencanaan kreatif yang Hungrien Design gunakan adalah menyiapkan konsep kreatif yang terdiri dari *copy writing* dan

art directing yang baik dan benar sehingga dapat menarik masyarakat yang melihatnya.

Konsep Kreatif

Konsep kreatif berisikan penjabaran dari konsep perencanaan media yang akan dibuat. Adapun penjabarannya sebagai berikut.

Perencanaan Copywriting

Perencanaan *copy writing* yang Hungrien Design buat antara lain meliputi rancangan *headline*, *sub headline*, dan *body copy*. Adapun penjabarannya sebagai berikut.

Rancangan Headline

Headline adalah Informasi utama yang ingin disampaikan, biasanya diberikan ciri khusus agar mudah terlihat dan terbaca. Misalnya tulisan dicetak tebal dengan ukuran font yang besar dan menarik. Dalam hal ini Hungrien Design menggunakan *headline* “Sensasi Rasa Untung Jawa”.

Rancangan Sub Headline

Sub headline berfungsi untuk melengkapi serta memperjelas pengertian headline dan untuk membagi dan sebagai penyela teks berikutnya. Biasanya ukurannya lebih kecil daripada judul dengan warna yang berbeda. Dalam hal ini Hungrien Design menggunakan *sub headline* “Snikmati Sajian Khas Pulau Untung Jawa”.

Rancangan Body Copy

Teks ini digunakan untuk menerangkan produk atau maksud secara detail, lebih detail dari judul atau sub judul dan menjelaskan kandungan dalam produk. Dalam hal ini, *body copy* terdapat pada buku menu, *leaflet*, *spanduk*, *bill paper* dan lain-lain.

Perencanaan Art Directing

Perencanaan *art directing* merupakan perencanaan yang meliputi setiap unsur dalam *art directing*. Perencanaan yang meliputi unsur dalam *art directing* adalah sebagai berikut.

Perencanaan Estetika Filosofi

Estetika filosofi adalah salah satu cabang ilmu filsafat yang secara sederhana, ilmu yang

membahas segala sesuatu yang berkaitan dengan keindahan, merupakan konsep pemikiran yang diambil dalam perancangan media. Gaya gambar yang digunakan dalam perancangan media ini adalah modern. Alasan Hungrien Design menggunakan gaya gambar modern karena menyesuaikan rumah makan yang modern.

Perancangan Gaya Desain

Pemakaian gaya desain dilakukan sebagai bentuk kekhasan dan keunikan oleh sebuah karya desain yang dihasilkan. Dengan dipilihnya gaya desain yang sesuai agar tidak adanya kesamaan di setiap karya yang ada. Untuk perancangan *corporate identity* RM. Kancil Laut ini, gaya desain yang digunakan adalah gaya desain *pop art* yang dipertegas dengan *vector art*. Gaya desain *pop art* merupakan gaya desain yang memiliki karakter utama yaitu dekoratif, menggunakan warna-warna komplementer, cerah dan terang yang mencolok dan menggunakan unsur-unsur visual dari karya lain tetap dipertahankan.

Perancangan Garis

Garis merupakan gerakan dari suatu titik sehingga terbentuk suatu goresan. Garis adalah unsur dasar untuk membangun bentuk atau konstruksi desain. Garis yang di gunakan dalam perancangan *corporate identity* RM. Kancil Laut ini adalah garis yang bersifat maya atau semu dan garis diagonal, hal tersebut dapat dilihat pada bentuk logo dan juga *copywriting*-nya.



Gambar 1
Perancangan Garis

Perancangan Bidang

Bidang adalah himpunan garis-garis yang anggotanya terdiri dari lebih dari satu buah

garis. Jadi, pada sebuah bidang, terdiri dari banyak sekali garis. Dalam perancangan *corporate identity* RM. Kancil Laut ini, terdapat bidang organik yang membentuk gambar kancil.



Gambar 2
Perancangan Bidang

Perancangan Bentuk

Bentuk adalah segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Bentuk dasar yang dikenal orang adalah kotak (rectangle), lingkaran (circle), dan segitiga (triangle). Bentuk terdiri dari 2 yaitu bentuk 2 dimensi dan bentuk 3 dimensi. Bentuk 2 dimensi merupakan bentuk dari benda yang memiliki panjang dan lebar dan hanya dilihat dari 1 arah. Sedangkan bentuk 3 dimensi merupakan karya seni rupa yang memiliki dimensi panjang, lebar dan tinggi, atau karya yang memiliki volume dan menempati ruang. Bentuk 3 dimensi bisa dilihat dari segala arah.

Bentuk dari perancangan *corporate identity* RM. Kancil Laut ini adalah 2 dimensi dan bentuk 3 dimensi yaitu bentuk 2 dimensi dapat dilihat pada karya media cetak seperti, leaflet, buku menu, stiker, foto, dan lain-lain. Sedangkan bentuk 3 dimensi dapat dilihat pada seragam.



Gambar 3
Aplikasi Perancangan Bentuk



Gambar 4
Aplikasi Perancangan Bentuk



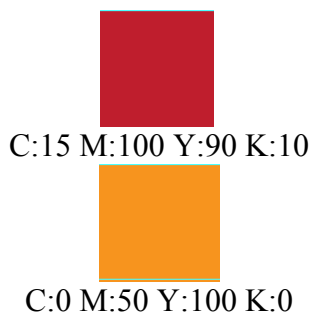
Gambar 5
Aplikasi Perancangan Bentuk

Perancangan Warna

Warna adalah salah satu yang sangat penting dalam menentukan respons dari orang. Warna berdasarkan sistemnya dibagi menjadi 3 yaitu RGB, CMYK dan warna Brewster. Sistem warna RGB (*Red, Green, Blue*) merupakan warna yang digunakan pada benda elektronik yang dapat menampilkan citra atau gambar seperti televisi dan komputer. Sistem CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Key*) merupakan sistem warna yang sering digunakan dalam percetakan berwarna. Sistem Brewster adalah pencampuran warna dengan pigmen.

Berdasarkan sistem warna yang digunakan dalam perancangan *corporate identity* ini mengacu pada sistem warna CMYK. Pemakaian warna yang dominan dalam adalah warna merah *maroon* dan oranye. Warna merah banyak digunakan pada usaha restoran maupun rumah makan. Efek psikologis yang ditimbulkan oleh warna ini adalah agresivitas, semangat, serta gairah dan hasrat. Warna merah merangsang nafsu makan seseorang. Tidak jauh berbeda dari warna merah, warna oranye adalah warna yang hangat, menyegarkan, menenangkan, serta merangsang nafsu makan. Berikut adalah warna yang dipakai pada karya desain *corporate identity* RM. Kancil Laut.

identity RM. Kancil Laut ini memiliki tekstur pada foto hidangan makanan serta minumannya.



Gambar 6
Aplikasi Perancangan Warna

Perancangan Ruang

Ruang adalah jarak antara suatu bentuk dengan bentuk lainnya. Ruang sebenarnya tidak dapat dilihat (khayalan) atau hanya bisa dihayati. Ruang baru dapat dihayati setelah kehadiran benda atau unsur garis dan bidang dalam kekosongan atau kehampaan.

Pada unsur ruang yang terlihat pada perancangan *corporate identity* RM. Kancil Laut ini tidak terdapat pada logo, namun dapat dilihat pada media buku menu. Dimana hidangan tersebut difoto dengan *background* laut sehingga tercipta kesan ruang.



Gambar 7
Aplikasi Perancangan Ruang

Perancangan Tekstur

Tekstur adalah tampilan atau rasa dari setiap permukaan. Pada perancangan *corporate*



Gambar 8
Aplikasi Perancangan Tekstur

Perancangan Gelap Terang

Gelap terang adalah unsur yang di buat untuk memberikan kesan tiga dimensi. Pada perancangan *corporate identity* RM. Kancil Laut, gelap terang terdapat pada foto hidangan dan suasana yang ditampilkan.



Gambar 9
Aplikasi Gelap terang



Gambar 10
Aplikasi Gelap terang

Perancangan Komposisi

Komposisi adalah bagian terpenting dalam sebuah karya desain, karena dengan adanya komposisi sebuah karya akan memiliki perbedaan atau keunikan tersendiri dengan karya desain lainnya. Komposisi pada perancangan *corporate identity* RM. Kancil Laut dapat dilihat dari keseluruhan desain yaitu komposisi simetris.



Gambar 11
Aplikasi Komposisi



Gambar 12
Aplikasi Komposisi

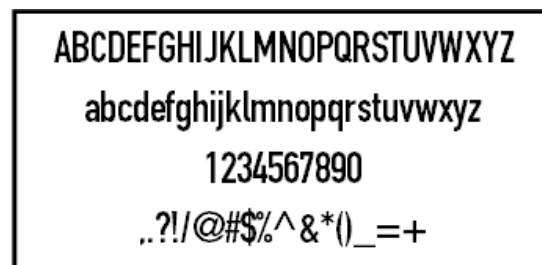


Gambar 13
Aplikasi Komposisi

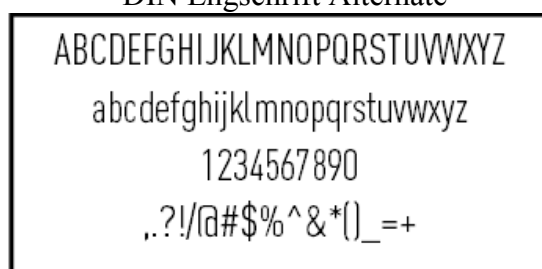
Perancangan Tipografi

Tipografi atau tata huruf merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Font yang dipakai dalam

karya desain ini adalah jenis *condensed sans* untuk menunjukkan kesan modern dan sederhana. Font tersebut yaitu, DIN Engschrift Alternate untuk *headline* dan *sub-headline*, serta DIN Cond-Regular untuk *bodycopy*.



DIN Engschrift Alternate



DIN Cond-Regular

Gambar 14

Perancangan Komposisi

Perancangan Semiotika

Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda-tanda. Dalam perancangan *corporate identity* RM. Kancil Laut ini, Hungrien Design ingin menampilkan rumah makan yang terletak di sebuah pulau wisata dengan daya tarik view pinggir pantai

Perancangan Gambar/Illustrasi

Gambar merupakan perpaduan titik, garis, bidang dan warna yang dikomposisikan untuk mencitrakan sesuatu. Gambar merupakan unsur penting yang sering digunakan dalam komunikasi sebuah desain karena sering dianggap sebagai sebuah bahasa universal yang dapat menembus rintangan yang ditimbulkan oleh perbedaan bahasa dan kata-kata. Dalam perancangan *corporate identity* RM. Kancil Laut, kami menggunakan 2 jenis gambar yaitu gambar vektor dan pixel. Gambar vektor merupakan gambar yang dibentuk melalui kombinasi titik-titik dan garis. Sedangkan gambar pixel merupakan gambar yang diambil menggunakan kamera. Gambar vektor dapat dilihat pada logo serta ornamen yang digunakan,

sedangkan gambar pixel dapat dilihat pada foto hidangan makanan dan minuman.

Karya Desain Logo

Logo RM. Kancil Laut merupakan gabungan dari *logogram* dan *logotype*. *Logogram* adalah logo yang berbentuk gambar hewan kancil dan *logotype* Kedai Kancil Laut Untung Jawa.



Gambar 15
Final Desain

Stationery

Stationery yang dibuat adalah kartu nama. Kartu nama digunakan sebagai informasi identitas perusahaan ataupun pemilik perusahaan. Kartu nama berisikan antara lain nama, jabatan, alamat dan nomor telepon perusahaan. Materi yang digunakan untuk membuat kartu nama adalah *art cartoon 260 gram-doff laminated*. Berukuran 8,5 cm x 5,5 cm. 32



Gambar 16
Contoh Stationery

Leaflet

Leaflet merupakan salah satu media promosi yang banyak digunakan oleh rumah makan untuk menarik pengunjung. Di dalam *leaflet* terdapat beberapa informasi antara lain foto makanan, harga, sejarah singkat, promosi, alamat serta denah lokasi rumah makan tersebut. Materi yang digunakan adalah *art paper 150 gram* ukuran A5.



Gambar 17
Final Desain Leaflet

Buku Menu

Buku menu merupakan komponen utama dalam media komunikasi sebuah rumah makan. Dalam buku menu terdapat menu makanan dan minuman yang disajikan beserta harganya. Materi yang digunakan untuk buku menu ini adalah *art cartoon 260 gram-doff laminated* yang berukuran 20 cm x 30 cm.





Gambar 18
Final Desain Buku Menu

Banner

Banner/spanduk adalah media promosi yang ditempatkan pada area yang dapat dijangkau audiens lebih luas. Spanduk memiliki berbagai macam ukuran. Materi yang digunakan adalah bahan flexi. Spanduk berukuran 2,5 m x 1,5 m dan 2 m x 50 cm.



Gambar 19
Final Desain Banner

Foto Makanan

Foto makanan dan minuman yang dipajang di dalam restoran diharapkan dapat menambah selera makan konsumen. Foto berukuran A2 dan materinya adalah *polyposter-doff laminated*.



Gambar 20
Foto Makanan

Stiker Meja

Stiker untuk meja berukuran 1,5 m x 50 cm. Materinya adalah stiker *vinyl ritrama-glossy laminated*.



Gambar 21
Stiker Meja

Bill Paper

Bon makanan berisikan nama makanan, beserta jumlah biaya yang dikeluarkan. Kertas bon berukuran A6 berbahan *HVS 80 gram*.



Gambar 22
Bon Makanan

Table Number

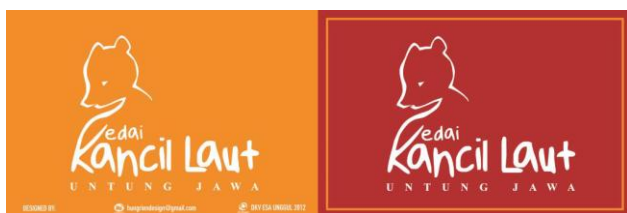
Untuk memudahkan mengingat pesanan pelanggan, maka dibuatlah nomor meja. Nomor meja berupa *art paper 120 gram* yang berukuran 10 cm x 7 cm dan ditempatkan di meja makan.



Gambar 22
Nomor Meja

Stiker Wadah Tisu Dan Sendok

Stiker wadah tisu dan sendok berukuran 30 cm x 10 cm berbahan *cromo*.



Gambar 23
Stiker wadah tisu dan sendok

Seragam

Seragam yang digunakan adalah kaus polo berwarna merah marun yang terdapat logo Kancil Laut di bagian depan dan belakangnya.



Gambar 23
Seragam

SignBoard

Signboard merupakan papan yang berisi informasi arah lokasi suatu tempat. Biasanya diletakkan di tempat yang ramai pengunjung. Ukuran papan bervariasi, namun yang digunakan 40 cm x 30 cm.

Kesimpulan

Dalam menjalankan proses kegiatan pengabdian masyarakat di Pulau Untung Jawa khususnya RM kancil Laut ini, dapat disimpulkan bahwa sebuah produk pariwisata daerah ternyata memerlukan sebuah perancangan *corporate identity* yang sangat

berguna bagi masyarakat Untung Jawa itu sendiri. Kegiatan pengabdian masyarakat berupa perancangan *corporate identity* yang dilakukan ini berguna bagi masyarakat Pulau Untung Jawa untuk memperkenalkan produk pariwisata di daerah mereka dan bagi pengunjung jadi dapat mengenal salah satu fasilitas tempat makan atau restoran di Pulau Untung Jawa.

Daftar Pustaka

- Ali, Mat. (2014). 30 Menit Mahir Membuat Ide Kreatif dan Desain Logo. Jakarta: *Techno Publishing*.
- Cenadi, C.S. (1999). Elemen-elemen dalam desain komunikasi visual. NIRMANA, 1/1: 1 – 11.
- Cenadi, C.S. (1999). Corporate identity, Sejarah dan aplikasinya. NIRMANA, 1/2: 71 – 78.
- Hendi, Martinus. (2010). Desain Ulang Logo CV. D&E Security System.
- Kusmiati, R. Artin Pujiastuti, Sri. Dan Pamudji, Suptandar. (1999). Teori Dasar Komunikasi Visual. Jakarta : Djambatan
- Kusrianto, Adi. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Lillian, Garreth. (1986). Disain Visual. Penerjemah Budihardjo Wiryodirdjo dan Bambang Dwiantoro. Yogyakarta : Fakultas Seni Rupa dan Disain ISI.
- Napoles, Veronica. (1988). Corporate Identity Design. New York : Van Nostrand Reinhold.
- Rustan, Surianto. (2009). Mendesain Logo. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyono, Rahmat. (2010). Desain Komunikasi Visual, Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : Andi