

Perancangan Brand Identity Cotton Co Malang

Alfandra Qashmal AUFAR

Fakultas Teknik / Jurusan Informatika Program Multimedia

alfandraqashmal@gmail.com

Fitri Dwi Kartikasari, S.Si., M.Si.

Teknik Informatika / Fakultas Teknik

Fitri_dk@staff.ubaya.ac.id

Tyrza Adelia, S.Sn., M.Inf.Tech

Teknik Informatika / Fakultas Teknik

tyrza@staff.ubaya.ac.id

Abstrak - Dengan melihat peluang yang ada, bisnis cafe masih merupakan bisnis yang menjanjikan. Karena semakin menjamurnya cafe yang ada di Malang, sehingga sebuah cafe membutuhkan brand identity. Tidak terkecuali Cotton Co sebagai cafe yang akan turut serta meramaikan bisnis cafe yang ada di Malang. Dengan adanya brand identity sehingga target market dapat lebih muda untuk mengenali cafe tersebut. Target market dari Cotton Co Cafe adalah masyarakat mulai dari kalangan menengah terutama kalangan muda seperti anak SMA, mahasiswa, bahkan pekerja dan tidak terbatas oleh usia dan jenis kelamin. Untuk tahap pembuatan brand identity ini melalui beberapa tahap yaitu menganalisis data cafe dan menganalisis kompetitor. Kemudian hasil dari analisis inilah yang menjadi bahan pertimbangan dan acuan yang kemudian diolah menjadi strategi desain yang konsisten serta menjadi sebuah konsep yang berbeda dari kompetitor. Setelah didapatkan data hasil dan analisis dari uji coba, lalu ditarik kesimpulan

bahwa brand identity mudah diingat dan melekat kuat di ingatan para target market, menu dapat menarik minat konsumen, panduan brand manual book dapat dipahami dengan jelas dan informasi yang tertera pada website pun dapat tersalurkan dengan baik.

Kata Kunci : Brand Identity, Cotton Co, Kualitatif, Brand Manual Book

PENDAHULUAN

Pertumbuhan café di kota Malang saat ini menunjukkan peningkatan yang sangat pesat setiap tahunnya, hal tersebut terlihat dari jumlah cafe yang terdaftar di Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang (tabel 1.1). Oleh karena itu persaingan dalam bisnis cafe semakin ketat. Untuk mengatasi persaingan yang semakin ketat, maka diperlukan suatu upaya dari pemilik usaha untuk memenangkan pesaingan tersebut. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah menciptakan *brand identity*. Menurut Gelder (2005), Brand identity adalah suatu kumpulan dari aspek-aspek yang bertujuan untuk menyampaikan merek: latar belakang merek, prinsip-prinsip merek, tujuan dan ambisi dari merek itu sendiri.

Tahun	Jumlah Cafe
2013	23
2014	45
2015	132

Tabel 1.1 Jumlah Cafe di Kota Malang

Melihat peluang tersebut Cotton Co akan turut serta bersaing dalam bisnis cafe di Malang. Untuk membedakan Cotton Co dengan cafe lainnya Cotton Co memiliki keunikan atau cirri khas. Dengan ciri khas atau konsep cafe yang menghadirkan jajanan tradisional tahun 90-an yaitu arum manis atau yang biasa disebut permen kapas yang memiliki bau harum yang khas dan manis.

Keunikan yang dimiliki cotton co tersebut menjadi peluang tersendiri agar dapat bersaing. Dengan adanya peluang tersebut, Cotton Co berencana untuk

membuat strategi promosi dan strategi bisnis yang baik untuk meraih keberhasilan. Untuk mencapai keberhasilan tersebut salah satunya adalah dengan brand identity. Dengan dibuatnya brand identity, konsumen akan lebih mengenal cafe tersebut sesuai dengan brand image yang dibentuk sehingga akan membantu untuk pembuatan strategi promosi kedepannya. Dengan dibuatnya brand identity yang berbeda dengan konsep kompetitor, konsumen akan lebih mengenal cafe tersebut sesuai dengan brand image yang dibangun dan dibentuk.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan diantaranya adalah Studi Literatur yaitu tahap pencarian dan pengumpulan data yang berhubungan dengan branding melalui buku, jurnal dan website. Survey Observasi yaitu tahap pencarian dan pengumpulan data mengenai hal-hal yang berhubungan dengan “Cotton Co”. Analisis yaitu tahap pemahaman terhadap masalah-masalah yang ada dan mencari kebutuhan apa saja yang diperlukan. Desain yaitu mendesain solusi untuk membuat brand identity sesuai dengan hasil analisis yang telah didapatkan. Implementasi yaitu Brand Identity akan diimplementasikan pada ruang Interior Cafe dan Website. Evaluasi yaitu pengujian akan dilakukan secara verifikasi dan validasi. Tahap ini adalah tahap terakhir yang dilakukan untuk memastikan apakah pembuatan brand identity ini sudah sesuai dengan yang diinginkan oleh pemilik perusahaan Cotton Co. Dokumentasi yaitu akan disusun sebagai Laporan Tugas Akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum proses analisis, dilakukan observasi terlebih dahulu terhadap kompetitor yang ada. Setelah proses analisis selesai dilakukan kemudian dimulai proses desain, implementasi dan kemudian dilakukan uji coba terhadap hasil desain yang telah dibuat dan telah di implementasikan ke media yang digunakan. Uji coba dilakukan menjadi dua tahap yaitu proses verifikasi dan validasi.

Uji coba verifikasi dilakukan pada Brand Manual Book, media cetak dan website. Uji coba dilakukan untuk menjaga konsistensi logo, dilakukan dengan

cara melakukan tes penerapan logo Cotton Co dengan benar. Uji coba validasi logo atau brand identity dilakukan pada 30 orang yang termasuk dalam target market Cotton Co café yang terdiri dari perempuan sebanyak 16 orang dengan usia 17 – 23 tahun, laki – laki sebanyak 14 orang dengan usia 20 – 31 tahun. Tujuan dari validasi tersebut adalah agar konsumen dapat mengenali logo dengan baik. Responden dipersilahkan mengisi angket validasi logo yang telah disediakan. Gambar angket uji coba validasi Logo adalah sebagai berikut :

Angket Uji Coba Validasi Logo Cotton Co

Nama : _____
 Usia : _____
 Jenis Kelamin: Perempuan Laki-Laki

Berilah tanda centang (✓) pada kotak jawaban di setiap pertanyaan yang menurut anda paling benar.

1. Dengan melihat logo dan desain di bawah ini menurut anda Cotton Co bergerak di bidang usaha apa?
 Cafe Hotel Lainnya _____
 Restoran Toko Roni _____

2. Menurut anda, produk apa saja yang dijual di Cotton Co? (Boleh pilih lebih dari 1)
 Permen Keras Milkshake Coffee
 Kac Jus Buah Kemeja
 Kaos Snack Lainnya _____

3. Menurut anda, bagaimana suasana dari Cotton Co? (boleh pilih lebih dari 1)
 Modern Tradisional Vintage
 Futuristik Mewah Minimalis
 Homey Industrial Lainnya _____

4. Apa kesandian desain logo Cotton Co? (Boleh pilih lebih dari 1)
 Mewah Minimalis Casual
 Mainis Lucu Unik
 Menyenangkan Biasa saja Lainnya _____

5. Jika Cotton Co adalah sebuah café, apakah anda tertarik untuk mencoba?
 Ya Tidak
 Mengapa? _____

6. Jika gambar-gambar di bawah adalah logo sebuah café, manakah yang paling menarik minat anda?
   
 Mengapa? _____

Gambar 1. Angket Uji Coba Validasi Logo

Pertanyaan pertama adalah mengenai pendapat responden terhadap logo dan desain Cotton Co yaitu bergerak di bidang usaha apa. Hasil dari pilihan responden terdapat pada Diagram 1. Dari diagram tersebut dapat dilihat bahwa seluruh responden memilih Cotton Co bergerak di bidang usaha café. Hal itu membuktikan bahwa logo yang dibuat telah mencerminkan sebuah café.

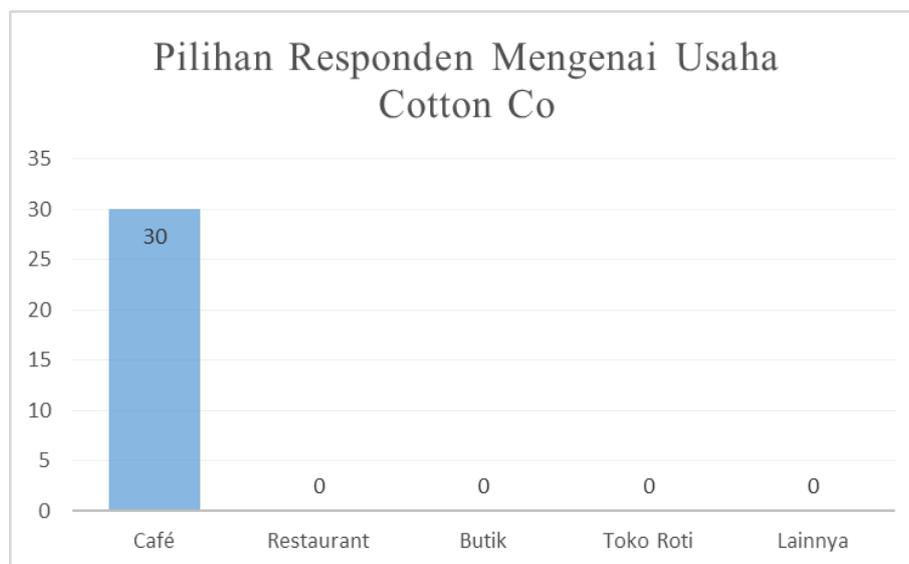


Diagram 1. Pilihan Responden Cotton Co Bergerak Di Bidang Usaha Apa

Pertanyaan kedua adalah mengenai pendapat responden tentang produk apa saja yang dijual oleh Cotton Co. Hasil dari pilihan responden terdapat pada Diagram 2. Dari diagram tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden memilih permen kapas sebanyak 27 responden, coffe sebanyak 25 responden dan kue sebanyak 20 responden sebagai produk yang dijual di Cotton Co. Hal itu membuktikan bahwa logo yang dibuat dapat mencerminkan produk yang akan dijual oleh Cotton Co.

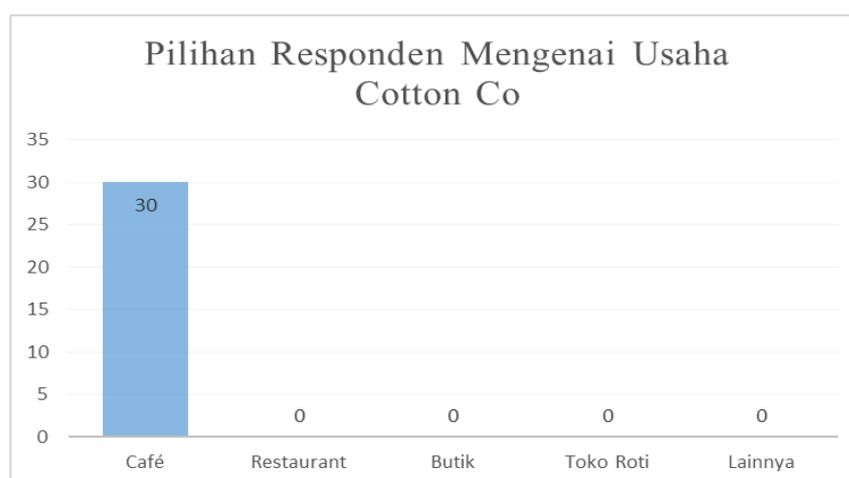


Diagram 2. Pilihan Responden Mengenai Produk Apa Saja Yang Dijual Oleh Cotton Co

Pertanyaan ketiga adalah mengenai pendapat responden tentang suasana dari Cotton Co. Hasil dari pilihan responden terdapat pada Diagram 3. Dari diagram tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden memilih homey sebanyak 20 responden, vintage sebanyak 15 responden, modern dan minimalis masing-masing sebanyak 14 responden sebagai suasana dari Cotton Co. Hal itu membuktikan bahwa logo yang dibuat dapat mencerminkan konsep café yang akan diusung oleh Cotton Co.

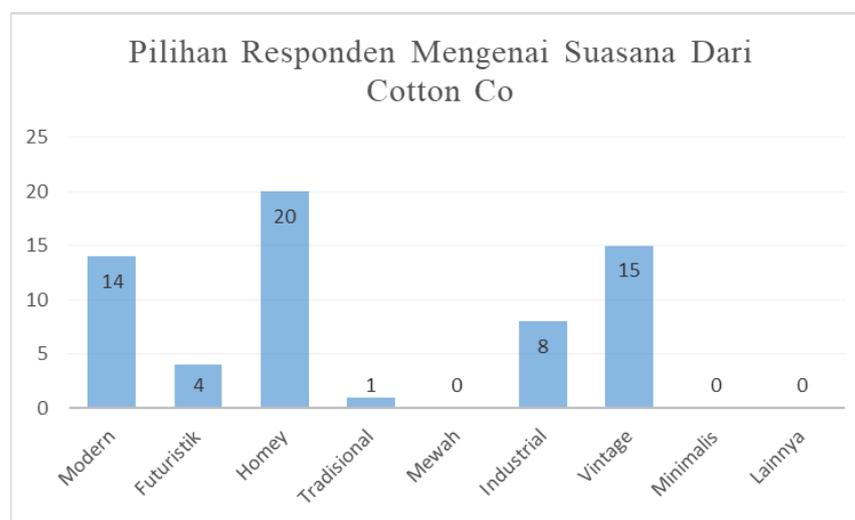


Diagram 3. Pilihan Responden Mengenai Suasana Dari Cotton Co

Pertanyaan keempat adalah mengenai pendapat responden tentang kesan dari desain logo Cotton Co. Hasil dari pilihan responden terdapat pada Diagram 4. Dari diagram tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden memilih minimalis yaitu sebanyak 22 responden, lucu dan unik masing-masing sebanyak 10 responden sebagai kesan dari desain logo Cotton Co. Hal itu membuktikan bahwa desain logo yang telah dibuat dapat mencerminkan konsep logo Cotton Co.

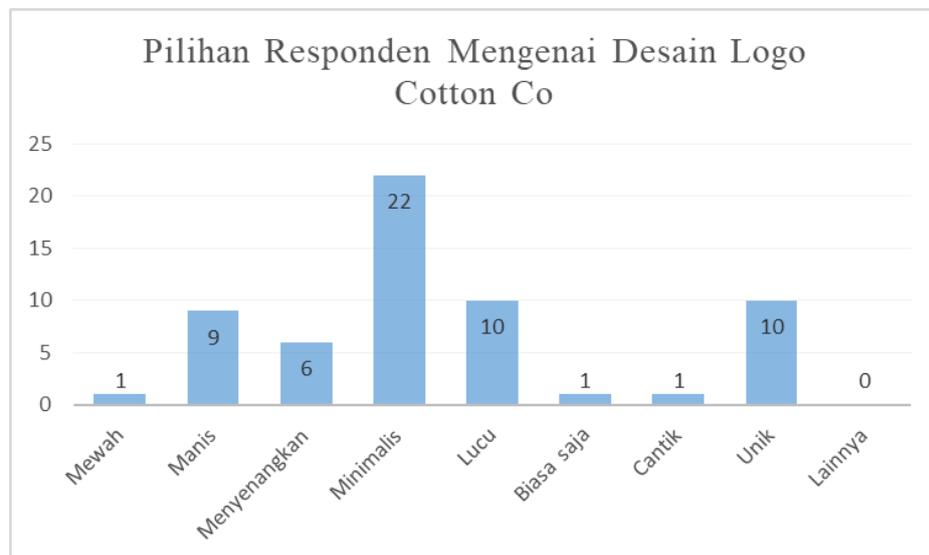


Diagram 4. Pilihan Responden Mengenai Kesan Dari Desain Logo Cotton Co

Pertanyaan kelima adalah mengenai pendapat responden apakah tertarik untuk mencoba jika Cotton Co adalah sebuah cafe. Hasil dari pilihan responden terdapat pada Diagram 5. Dari diagram tersebut dapat dilihat bahwa hampir seluruh responden memilih ya yaitu sebanyak 29 responden. Hal itu membuktikan bahwa desain logo yang telah dibuat dapat menarik minat konsumen untuk datang ke Cotton Co.

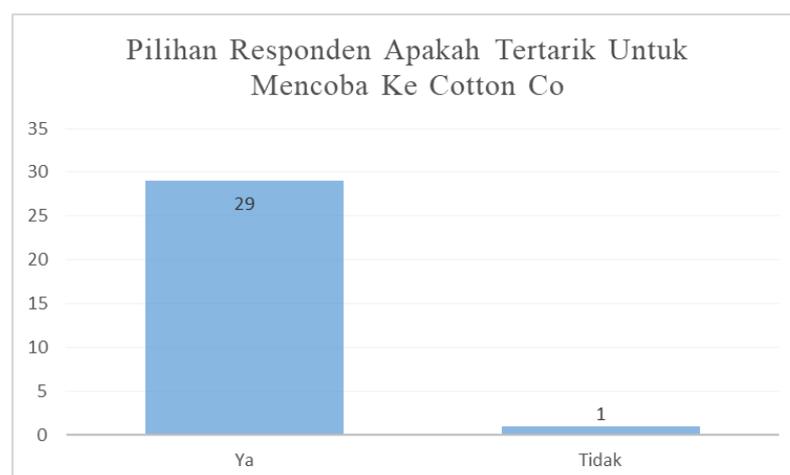


Diagram 5. Pilihan Responden Untuk Datang Ke Cotton Co

Pertanyaan keenam adalah mengenai pendapat responden manakah logo yang menurut mereka paling menarik. Hasil dari pilihan responden terdapat pada Diagram 6. Dari diagram tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden memilih Cotton Co yaitu sebanyak 20 responden, sedangkan LABORE sebanyak 7 responden dan CALORIES sebanyak 3 responden. Hal itu membuktikan bahwa desain logo yang telah dibuat dapat membuat konsumen tertarik dengan Cotton Co.

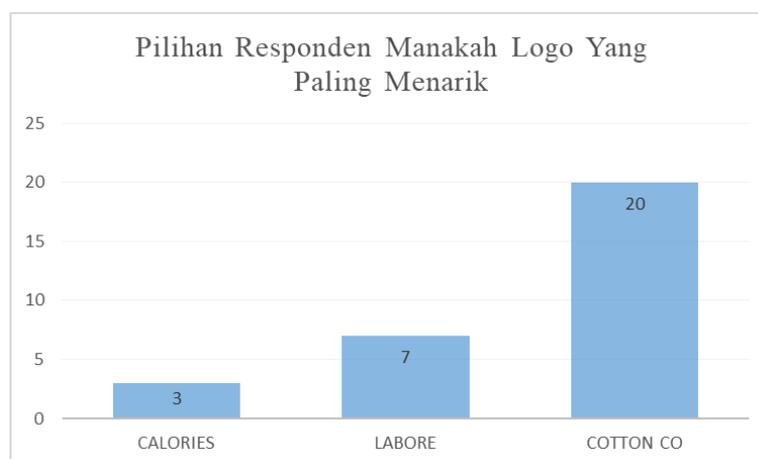


Diagram 6. Pilihan Responden Manakah Logo Yang Paling Menarik

Uji coba validasi buku menu dilakukan pada 30 orang secara acak yang termasuk dalam target market Cotton Co Café yang terdiri dari perempuan sebanyak 16 orang dengan usia 17 – 23 tahun, laki – laki sebanyak 14 orang dengan usia 20 – 31 tahun.. Tujuan dari validasi tersebut adalah dapat memberikan informasi yang jelas kepada konsumen. Responden dipersilahkan mengisi angket validasi logo yang telah disediakan. Gambar angket uji coba validasi Buku Menu Cotton Co adalah sebagai berikut :

Angket Uji Coba Validasi Website Cotton Co

Nama : _____
 Usia : _____
 Jenis Kelamin : Perempuan Laki-Laki

Keterangan :
 SS = Sangat Setuju
 S = Setuju
 TS = Tidak Setuju
 STS = Sangat Tidak Setuju

Berilah Tanda Centang (✓) pada kotak jawaban dari setiap pertanyaan yang menurut anda paling benar.

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Informasi yang terdapat pada website jelas dan lengkap				
2.	Navigation bar mudah di akses (Home, Menu, dll.)				
3.	Tampilan website menarik				
4.	Dengan melihat website ini, anda tertarik untuk datang ke cafe				

Saran :

-Terimakasih Atas Waktu dan Kerjasamanya-

Gambar 2. Angket Uji Coba Validasi Buku Menu

Hasil dari pilihan responden terdapat pada Diagram 7. Dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa bagi responden informasi yang terdapat pada menu jelas, desain menu menarik dan tertarik untuk datang ke Cotton Co.

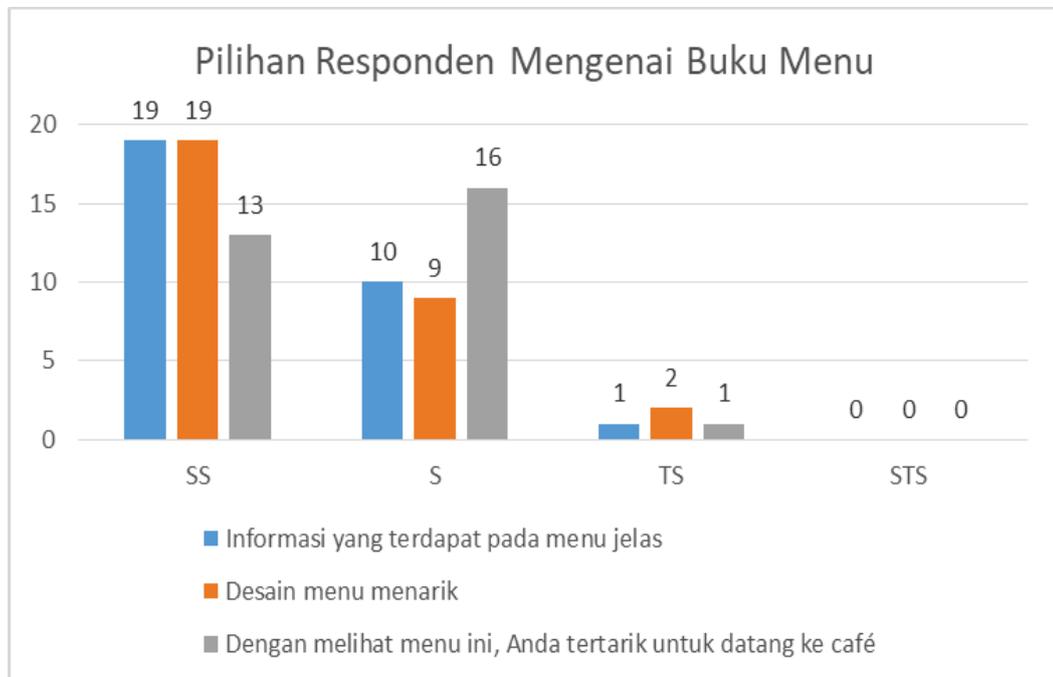


Diagram 7. Angket Uji Coba Validasi Buku Menu

Uji coba validasi brand manual book dilakukan pada 10 orang desainer grafis yang terdiri dari perempuan sebanyak 4 orang dengan usia 21 – 23 tahun, laki – laki sebanyak 6 orang dengan usia 22 – 24 tahun. Tujuan dari validasi tersebut adalah sebagai media acuan untuk menstandarisasi identitas yang telah dibuat untuk menjaga konsistensi identitas (logo) tersebut agar tetap tampil baik dan tidak salah dalam penempatannya pada berbagai media branding. Responden dipersilahkan mengisi angket validasi brand manual book yang telah disediakan. Gambar angket uji coba validasi brand manual book Cotton Co adalah sebagai berikut :

Angket Uji Coba Validasi Brand Manual Book Cotton Co

Nama : _____

Usia : _____

Jenis Kelamin : Perempuan Laki-Laki

Keterangan :
 SS = Sangat Setuju
 S = Setuju
 TS = Tidak Setuju
 STS = Sangat Tidak Setuju

Berilah Tanda Centang (✓) pada kotak jawaban dari setiap pertanyaan yang menurut anda paling benar.

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Informasi yang terdapat pada Brand Manual Book jelas dan lengkap				
2.	Anda mengetahui pengaplikasian logo ke berbagai macam media				
3.	Tampilan Brand Manual Book menarik dan sesuai				

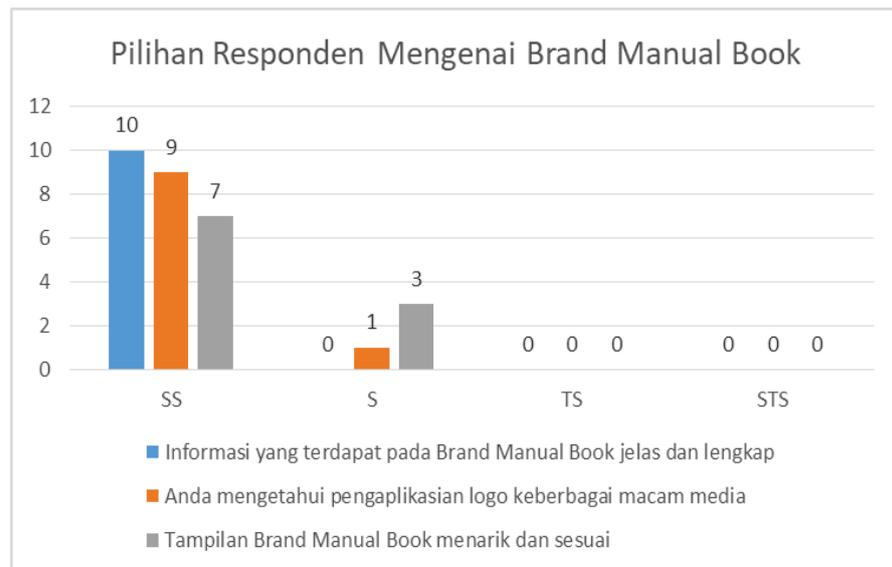
Saran :

-Terimakasih Atas Waktu dan Kerjasamanya-

Gambar 3. Angket Uji Coba Validasi Brand Manual Book

Hasil dari pilihan responden terdapat pada Diagram 8. Dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa bagi responden informasi yang terdapat pada brand manual book jelas dan lengkap, responden mengetahui pengaplikasian logo ke berbagai macam media serta tampilan brand manual book menarik dan sesuai.

Hasil dari pilihan responden terdapat pada Diagram 8. Dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa bagi responden informasi yang terdapat pada website jelas dan lengkap, navigation bar mudah diakses, tampilan website menarik dan responden tertarik untuk datang ke café.



Digram 8. Angket Uji Coba Validasi Website

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari proses perancangan Brand Identity Cotton Co Cafe adalah sebagai berikut :

- Tampilan visual Cotton Co Cafe yang sesuai dengan konsep dan terbentuknya identitas baru yang konsisten.
- Setelah permasalahan dapat teratasi, maka akan tercipta sebuah brand awareness pada target market Cotton Co Cafe.

Saran untuk perancangan Brand Identity Cotton Co Cafe adalah sebagai berikut :

- Penambahan alternatif tipografi pada Brand Manual Book.
- Penambahan foto makanan dan minuman pada buku menu.
- Penambahan keterangan pada foto makanan dan minuman.

DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto & Wijanarko, H., 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta, PT. Mizan.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2017. Istilah. [ONLINE] Available at: https://www.bps.go.id/istilah/index.html?Istilah_page=4 . [Accessed 22 Januari 2018]
- Carter, David E. 1985. *Designing Corporate Identity Programs for Small Corporation*. New York : Art Diresction Book Company.
- Davis, M. 2009. *The Fundamentals of Branding*. 1st ed. Lausanne: AVA Publishing SA.
- Durianto, D., Sugiarto., dan Budiman, L. J., 2004., *Brand Equity Ten: Strategi memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gelder, S.V. 2005. *Global brand strategy*. London: Kogan Page.
- Grohmann, Bianca. 2009. "Gender Dimensions of Brand Personality," *Journal of Marketing Research*, 46. Pp 105–119.
- Keller, K. L. 2008. *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. 3rd ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson.
- Kotler. P. & Keller. K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta : Erlangg.
- Kotler. P. & Keller. K. 2012. *Marketing Management* 13. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P. & Pfoertsch, W. 2006. *B2B Brand Management*. Berlin: Springer.
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.
- Louis, D, and Lombart, C. (2010). "Impact of brand personality on three major consequences (trust, attachment, and commitment to the brand)", *Journal of Product and Brand Management*. Vol. 19 No. 2, pp 114-130.
- Rivers, C. 2010. *Logo Art: Innovation in Logo Design*. London: RotoVision SA.
- Rustan, S. 2009. *Mendesain Logo* . 1st ed. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rust, et al., 2004. *Customer-Centered Brand Management*. Harvard Business Review, 20 Oktober. 3.

Saren, M. 2012. *Marketing Grafitti. Burlington Massachusetts: Butterworth-Heinneman.*

Suyanto, M. 2004. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia.* Yogyakarta: Penerbit & Percetakan ANDI.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta : ANDI.