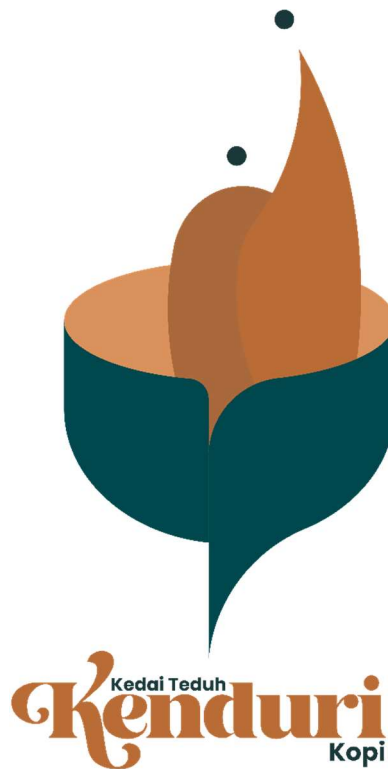


BAB IV

DESKRIPSI DAN PEMBAHASAN KARYA

IV.1 Deskripsi Karya

Dari adanya 15 alternatif desain logo yang dibuat, desain yang terpilih adalah alternatif desain logo nomor 1 dan nomor 15. Logo ini terpilih karena dinilai yang paling mempresentasikan identitas Kedai Teduh Kenduri Kopi yang ada pada pesan yang ingin disampaikan melalui visual dari logo tersebut, antara *logotype* dan *logogram*.



Gambar IV.1. Logo Kedai Teduh Kenduri Kopi
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Konsep bentuk logo nomor 1 dan nomor 15 ini diambil dari bentuk perkumpulan orang yang sedang bersilaturahmi / mengobrol yang diwakilkan oleh *bubble talks*, dan juga representasi dari cangkir kopi.

Pembuatan identitas visual Kedai Teduh Kenduri Kopi sendiri memakai *Grid System* yang dilakukan dengan perhitungan dan pertimbangan sehingga tercipta komposisi dan proporsi yang baik. Hal ini dilakukan untuk menjaga konsistensi dan citra karakter, serta menghindari penggunaan logo yang tidak semestinya.



Gambar IV.2. *Grid System* Logo
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Konfigurasi bentuk dari logo Kedai Teduh Kenduri Kopi ini juga dibuat untuk mempermudah dalam pemakaian logo di segala media, dalam pengaplikasiannya, ukuran logo sangat bervariasi sesuai dengan medianya. Pada dasarnya logo yang diaplikasikan harus mudah dilihat dan tetap terbaca secara jelas dari kejauhan, maka dari itu batas aman pun dibuat untuk memenuhi hal tersebut.



Gambar IV.3. Konfigurasi Logo
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Adapun makna penggunaan warna pada logo Kedai Teduh Kenduri Kopi, seperti Warna hijau memiliki asosiasi dengan ketenangan dan kenyamanan. Bagi banyak orang, menikmati secangkir kopi merupakan momen santai dan menyenangkan. Warna hijau dapat membantu menciptakan suasana yang menenangkan dan mengundang pelanggan untuk menikmati momen istimewa saat menikmati kopi.

Warna coklat sering kali dikaitkan dengan biji kopi itu sendiri. Biji kopi diroasting untuk menghasilkan warna coklat, dan ini membuatnya menjadi asosiasi langsung dengan produk utama dari Kedai Teduh Kenduri Kopi. Penggunaan warna coklat dalam logo dapat membantu mengingatkan konsumen tentang esensi dan asal-usul produk kopi yang mereka nikmati.

	RGB 70 74 78 HEX 1E 49 4E		RGB 196 141 95 HEX C4 8D 5F
	RGB 151 105 65 HEX 97 69 41		RGB 162 107 59 HEX A2 6B 3B

Gambar IV.4. Warna Logo
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Untuk penggunaan *typeface* pada logo Kedai Teduh Kenduri Kopi menggunakan 2 font, yaitu *Kaoly Demo* untuk *sub-font* teks “Kenduri” dan *Poppins Bold* untuk *main font* teks “Kedai Teduh, Kopi”.



Gambar IV.5. *Typeface* Logo Kedai Teduh Kenduri Kopi
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

IV.1.1. Media Utama

Adapun media utama dari *branding* identitas visual Kedai Teduh Kenduri Kopi adalah logo yang didukung dengan sebuah buku panduan penggunaan identitas visual yang dapat digunakan dalam mengaplikasikan identitas visualnya. Panduan identitas visual atau yang biasa dikenal sebagai *Brand Guidelines* ini diperlukan untuk membentuk identitas visual yang konsisten, sehingga visual tersebut lebih mudah diingat bagi masyarakat.



Gambar IV.6. Buku Panduan Identitas Visual
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

IV.1.2. Media Pendukung

Adapun identitas visual yang berupa logo, tipografi, warna, serta elemen grafis yang dibuat diterapkan pada media-media pendukung agar identitas Kedai Teduh Kenduri Kopi dapat tersampaikan kepada masyarakat.

1. Apron dan *T-Shirt*



Gambar IV.7. Apron
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Apron digunakan pada saat berada di dapur barista, sebagai pelengkap kostum saat sedang meracik kopi ataupun makanan.



Gambar IV.8. T-Shirt
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Seragam *T-Shirt* sebagai tanda pengenalan identitas visual yang memberikan kesan rapi dan formal kepada para pegawai Kedai Teduh Kenduri Kopi.

2. Daftar Menu

  			
Coffee			
Kopi Susu	24K	Allegria	25K
Kopi Tubruk	21K	Matcha Lata	25K
Americano	21K	Matcha Lata	22K
Espresso (Single/Double)	21K/22K	Vietnam Susu	24K
Cappuccino	30K	Vietnam Hitam	22K
Original Lato (Hot/Cold)	23K/24K	V60 Susu	28K
House Tea Lata (Hot/Cold)	24K/28K	V60 Hitam	25K
Caramel Lata (Hot/Cold)	24K/28K	Matcha Lata (Hot/Cold)	26K/27K
Pandan Lata (Hot/Cold)	24K/28K	Caramel Flair Coffee	28K
Vanilla Lata (Hot/Cold)	24K/28K	Matcha no Lata	28K
Salted Caramel Lato (Hot/Cold)	24K/28K	Avocado Coffee	28K
Brown Sugar Lato (Hot/Cold)	24K/28K		
Coffee Variant			
Kanton Lampung	21K	Blue Bitter	24K
Tanjung (R)	21K	Blue Bitter Honey	25K
Kakamari	22K	Flora Bitter	26K
Kandaling	22K	Jawa Bitter	26K
Sekeloa	24K	Asia Bitter	26K
Pompa Kalsi	24K	Pompa Kalsi	26K

Gambar IV.9. Daftar Menu
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Daftar menu berisi tentang menu yang ada di dalam Kedai Teduh Kenduri Kopi, bukan hanya kopi saja tetapi ada juga menu makanan beserta harganya.

3. *Cup Coffee*



Gambar IV.10. *Cup Coffee*
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Cup coffee merupakan media pendukung sebagai tempat pengimplementasikan identitas visual Kedai Teduh Kenduri Kopi berupa logo.

4. *Packaging Snack*



Gambar IV.11. *Packaging Snack*
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Packaging Snack digunakan sebagai tempat atau wadah makanan / *snack* / cemilan yang ada di Kedai Teduh Kenduri Kopi dan sebagai tempat implementasi dari identitas visual yang sudah di rancang.

IV.2. Dokumentasi

Berikut merupakan beberapa dokumentasi hasil pameran karya yang telah penulis lakukan.



Gambar IV.13. Dokumentasi Pameran
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

IV.3. Pembahasan

Berikut ini merupakan pembahasan dari hasil kuesioner yang penulis lakukan sebagai bentuk pengukuran atas karya yang telah dibuat. Penulis membuat gambaran diagram statistic untuk mengukur hasil dari 14 responden yang telah ikut berpartisipasi dalam pengisian kuesioner yang telah diberikan.

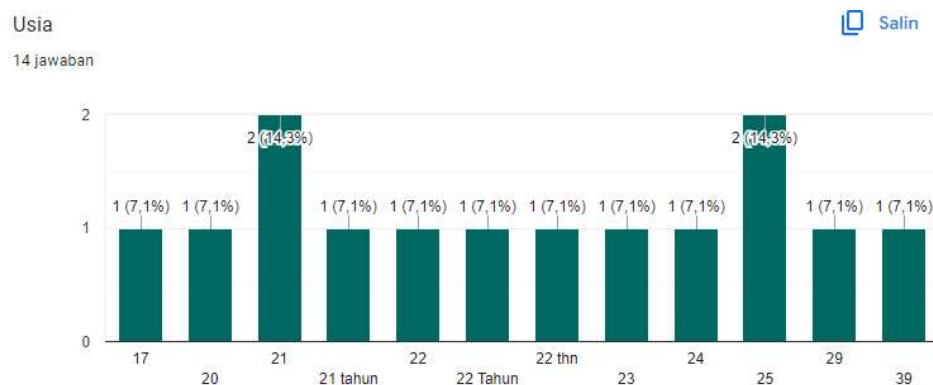
Nama Lengkap

14 jawaban

Ivo Ramadhani
Dani Manesah
Audi
Intan syafira hanum
ajeng wulandari
Saslika Febriyanti
Mhd Nur Rafli
M Dirza andika
Altika MustikaSyari

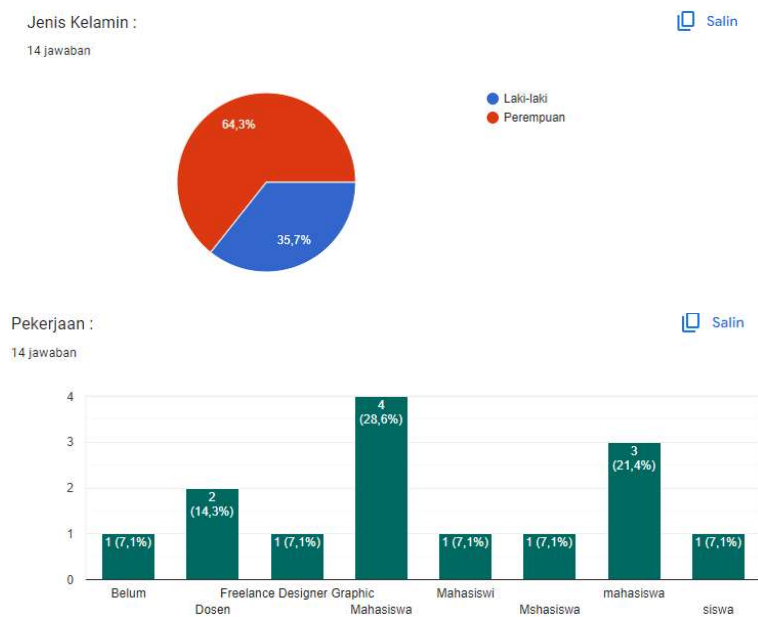
Gambar IV.14. Screenshot Jumlah Responden
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Gambar dibawah ini merupakan data dari usia responden yang menjawab pertanyaan, dimana ditemukan jarak usia antar responden berkisar antara 17 s/d 39 tahun. Usia 25 tahun adalah usia penjawab tertinggi dengan 14,3 %.



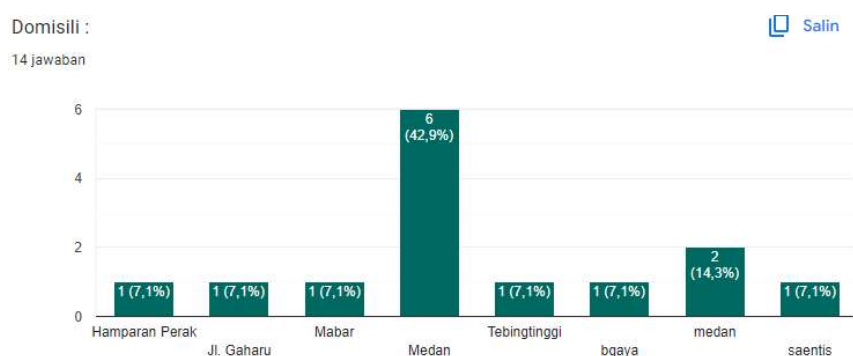
Gambar IV.15. Screenshot Usia Responden
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Dibawah ini merupakan gambaran dari jenis kelamin responden, dimana responden laki-laki berkisar 35,7% dan responden perempuan 64,3%. Ditemukan responden yang berstatus mahasiswa lebih dominan yang berkisar sebanyak 50%.



Gambar IV.16. Screenshot Gender dan Pekerjaan Responden
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

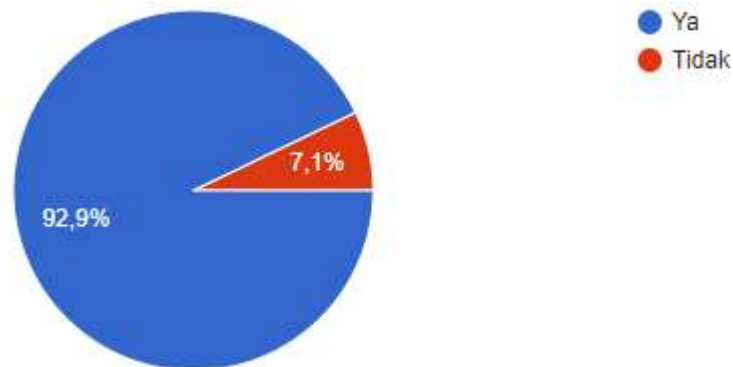
Menurut data yang telah didapat dari 14 responden disimpulkan bahwa responden dominan berdomisili di Medan dengan presentase sebesar 71,4%. Berikut merupakan gambaran dari beberapa alamat responden yang menjawab pertanyaan.



Gambar IV.17. Screenshot Alamat Responden
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Setelah itu, responden memberikan pendapat mengenai tujuan dari skripsi karya ini. Adapun persentasenya adalah sebagai berikut :

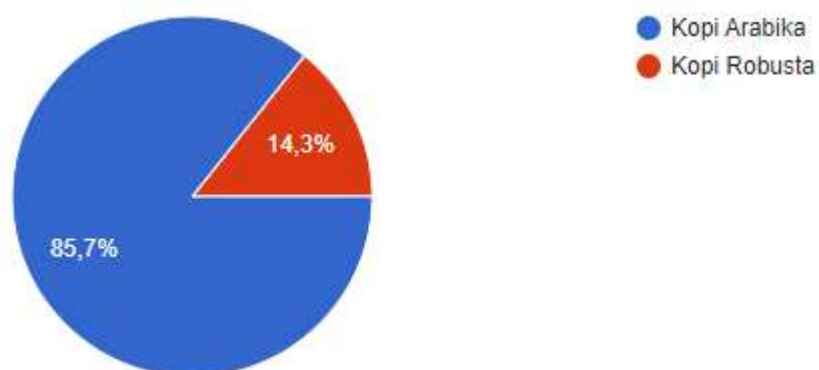
1. Pertanyaan 1 - Apakah anda senang meminum kopi ?



Gambar IV.18. Diagram Responden Terhadap Meminum Kopi
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Berdasarkan diagram diatas, dari 14 orang responden 13 orang (92,9%) diantaranya mengatakan senang dengan meminum kopi. Sedangkan 1 orang (7,1%) mengatakan tidak menyukai minuman kopi.

2. Pertanyaan 2 - Jenis kopi apa yang biasanya anda minum ?

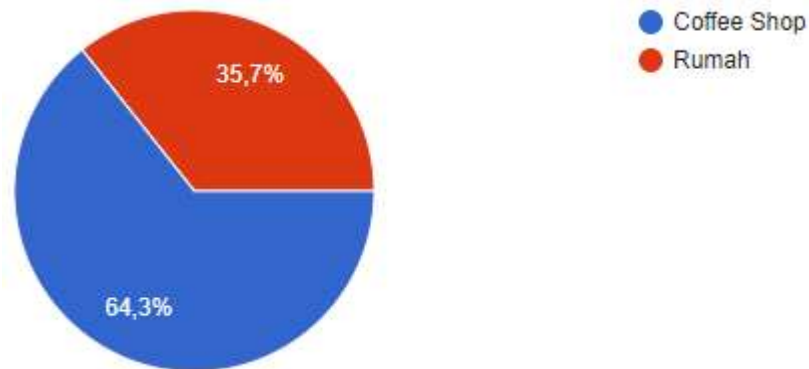


Gambar IV.19. Diagram Responden Terhadap Jenis Kopi
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Berdasarkan diagram diatas, dari 14 orang responden 12 orang (85,7%) diantaranya mengatakan jenis kopi Arabika yang biasanya mereka minum.

Sedangkan 2 orang (14,3%) mengatakan jenis kopi Robusta yang mereka minum.

3. Pertanyaan 3 – Dimana biasanya anda meminum kopi?

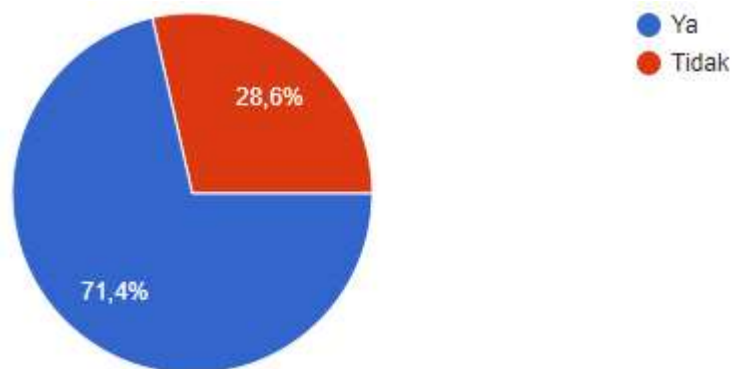


Gambar IV.20. Diagram Responden Terhadap Dimana Minum Kopi

(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Berdasarkan diagram diatas, dari 14 orang responden 9 orang (64,3%) diantaranya terbiasa minum kopi di *coffee shop*. Sedangkan 5 orang (35,7%) terbiasa minum kopi di rumah.

4. Pertanyaan 4 – Ketika anda memesan kopi, apakah anda suka melihat bagaimana cara proses penyeduhannya ?

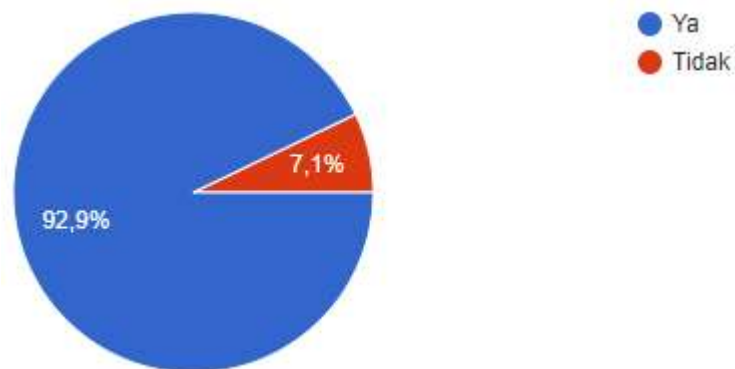


Gambar IV.21. Diagram Responden Terhadap Penyeduhan kopi

(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Berdasarkan diagram diatas, dari 14 orang responden 10 orang (71,4%) diantaranya senang melihat bagaimana penyeduhan kopi. Sedangkan 4 orang (28,6%) tidak suka melihat proses penyeduhan kopi.

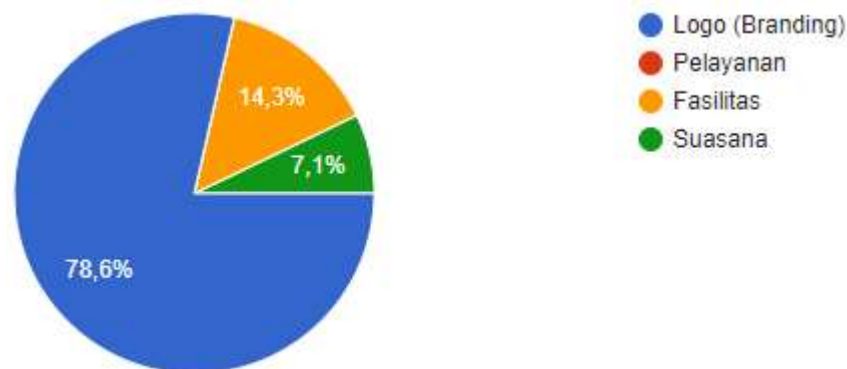
5. Pertanyaan 5 – Adakah *Coffee Shop* yang anda senangi untuk selalu dikunjungi ?



Gambar IV.22. Diagram Responden Terhadap Coffee Shop
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Berdasarkan diagram diatas, dari 14 orang responden 13 orang (92,9%) diantaranya memiliki *Coffee Shop* yang disenangi untuk selalu dikunjungi. Sedangkan 1 orang (7,1%) tidak senang untuk mengunjungi *Coffee Shop*.

6. Pertanyaan 6 – Apakah yang membuat anda selalu ingat dengan coffee shop?



Gambar IV.23. Diagram Responden Terhadap Branding Coffee Shop
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Berdasarkan diagram diatas, dari 14 orang responden 11 orang (78,6%) diantaranya memilih (logo) *branding* yang dapat diingat dari identitas *Coffee Shop*, 2 orang (14,3%) memilih fasilitas yang dapat diingat dari *Coffee Shop* dan 1 orang (7,1%) memilih suasana yang dapat diingat dari *Coffee Shop*.

7. Pertanyaan 7 – Mohon berikan kritik dan saran Anda, agar skripsi karya mengenai **"PERANCANGAN *RE-BRANDING* IDENTITAS VISUAL "KEDAI TEDUH KENDURI KOPI" SEBAGAI MEDIA PROMOSI"** ini menjadi lebih baik lagi!

Tidak ada, cukup sempurna
cukup
bagus
Bagus, tinggal mendetailkan makna dalam logo.
Bagus dan menarik
Sebaiknya tujukan alternative
Tampilan nya lebih di baguskan
Ya
Brandingnya bagus dan warna yg digunakan juga sesuai

Gambar IV.24. Diagram Responden Terhadap Kritik dan Saran
(Sumber : Hafidz Alwi, 2023)

Berdasarkan hasil kritik dan saran terhadap perancangan *re-branding* identitas visual Kedai Teduh Kenduri Kopi, responden mengatakan hasilnya sudah cukup baik dan ada juga kritik dan saran yang bersifat membangun agar kedepannya dapat ditampilkan alternatif desain logo yg lain dan filosofi dari warna logo tersebut.