

PERANCANGAN VISUAL BRANDING PISANG COKKO

DESIGN VISUAL BRANDING BANANA COKKO

Andi Muh Akbar Akhsan, Abd. Azis Said, Nurabdiansyah
Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa dan Desain Fakultas Seni dan Desain
Universitas Negeri Makassar
andiakbar58@yahoo.com
azisdewisaid@yahoo.co.id
nurabdiansyah@unm.ac.id

ABSTRAK

Andi Muh Akbar Akhsan. 1786144001. Perancangan Visual Branding Pisang Cokko. Makassar. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa dan Desain, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar. 2019. Pembimbing: (I) Drs. Abd. Azis Said., M.Sn. (II) Nurabdiansyah, S.Pd, M.Sn.

Perancangan ini bertujuan untuk memperkenalkan identitas usaha yang sedang dijalani ibu saya karena kegelisahan seorang owner yang belum memiliki brand produk sehingga dapat menjadi kompetitor dengan pengusaha pisang coklat lainnya. Seorang ibu yang berprofesi sebagai guru dan juga ibu rumah tangga hingga saat ini perkembangan usaha yang di geluti belum puas rasanya dari segi pemasaran meskipun sudah mengecap, akan tetapi rasanya masih kurang melihat kemajuan usaha pisang cokko yang sudah melonjak, perlunya melakukan suatu usaha yang kreatif dan inovatif agar dapat sukses sehingga menumbuhkan citra yang bagus serta dikenal oleh masyarakat. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode Research and Development (Penelitian dan Pengembangan). Metode pengembangan yang akan digunakan yaitu model pengembangan 4-D (Four-D Model). Tahapan yang dimaksud yaitu Define, Design, Develop, dan Disseminate. Namun, hanya 2 tahap dilakukan dari ke4 tahap tersebut. Define dan Design. Data-data penelitian diperoleh dari data pustaka, data dari beberapa narasumber yaitu (1) Owner Pisang Cokko, Andi Nurmiati., S.Pd. M.Pd., (2) Guru SMP, Daswar, S.Pd., (3)Siswa SMPN 12 Makassar., dan data penilaian kuisisioner dibagikan kepada siswa-siswi SMP dan remaja . Konsep perancangan yang dilakukan antara lain yaitu menyiapkan Sketsa Kasar ikon Pisang Cokko merancang bentuk kemasan pisang cokko yang menjadi media utama sehingga iklan ini dapat berjalan kemanapun siswa itu berada, membuat sketsa dan konsep karakter digitalisasi, layout dan finalisasi.

Hasil perancangan ini terdiri dari (1) Media utama berupa Logo dan Kemasan Pisang Cokko, (2) Media pendukung dalam bentuk merchandise berupa (a) Menu Makanan (b) T-shirt, (c) Frame Gerai Box, (d) Stiker, (e) Gantungan Kunci.

Kata kunci: *Pisang Cokko (Cemilan Kekinian)*

ABSTRACT

Andi Muh Akbar Akhsan. 1786144001. Design Visual Branding banana nut-cocktail. to Makassar. Visual communication design study program, majoring in fine arts and design, college of art and design, university of Makassar. 2019. Preceptor : (I) Drs. Abd. Azis Said., M.Sn. (II) Nurabdiansyah, S.Pd, M.Sn.

This design is talking about my mother's on going efforts because the anxiety of the proprietor who doesn't already own a brand product can also be the competitor to other brown banana entrepreneurs. A mother who is both a teacher and a mother of the household to date has not been satisfied with the marketing effort she has received, and yet lacks the reality that the cokko plant's booming advances, needs to be innovative so that it can create a strong image known to the public. The method used in this design is of research and development (research and development). The method of development to be used is a four-d development model. The suggested step is define, design, develop and disseminate. However, it's done twice that of the fourth. Define and design. Research data found in the library, data from several sources including (1) bananas Andi Nurmiati., S.Pd. M.Pd., (2) junior school teacher, Daswar, S.Pd., (3) junior high school student SMPN 12 Makassar. , and questionnaire is Shared with second-school students and teenagers. The design concept may include preparing a crude sketch of the banana truffle icon, which became a mainstream media release for digital media so that this AD can walk wherever the student is sketching and digitization, layout and finalization.

The Product of this (1) design consists of the major media of logos and, (2) the media of stationery, (a) t-shirt, (b) billboard, (c) sticker, (d) keyring, (e) food list.

Keywords : Banana Cokko (poverty foods)

PENDAHULUAN

Kota Makassar atau biasa dijuluki Kota Daeng sudah dikenal memiliki ragam usaha, salah satunya adalah usaha kuliner yang menunjukkan cita rasa khas daerah masing-masing dan sering kali lebih diminati oleh masyarakat. Seiring berjalannya waktu, di era globalisasi menyebabkan masuknya beragam kuliner baru atau kekinian seperti kuliner pisang goreng kekinian yang ditaburi lumer coklat yang semakin populer di kalangan muda-mudi Makassar. Hal itu dapat dilihat pada pengusaha – pengusaha kuliner pisang coklat yang ada di Makassar seperti contohnya usaha yang terletak di BTP (Bumi Tamalanrea Permai) Piscok lumer Fadhly BTP, yang merupakan salah satu gerai yang berhasil menarik perhatian konsumen, bahkan boleh dikata pemiliknya yang terbilang masih muda penuh motivasi dan keberaniannya sehingga piscok lumer fadhly terkenal di Makassar. Andi Nurmiati (56) yang juga merupakan ibu saya sendiri yang sedang menjalankan usahanya yaitu pisang *Cokko*, berawal dari ide ibu saya mengapa dia memberi nama pisang *Cokko* karena dalam bahasa bugis Makassar *Cokko* artinya sembunyi sehingga menamakannya pisang *Cokko* pisang yang sembunyi dibalik kulit lumpia, untuk itu visual *branding* yang akan saya buat yaitu usaha yang dijalani ibu saya serupa dengan piscok lumer fadhly. Melihat kondisi saat ini, Pisang *Cokko* masih belum mengangkat image serta kurangnya media promosi yang telah dilakukan sebelumnya sehingga beberapa masyarakat Makassar pun belum mengetahui Pisang *Cokko* tersebut. Mengingat semakin banyaknya jenis usaha gerai pisang coklat di Makassar, maka semakin sulit pula untuk mencapai target pasar serta meraih keuntungan yang lebih besar. Demikian perlu adanya perancangan *perancangan visual branding* Pisang *Cokko* sebagai upaya mengenalkan dan mengikat pelanggan Pisang *Cokko* secara lebih luas lagi dengan adanya identitas visual perusahaan yang dapat membedakannya dengan kompetitor lain dan menghidupkan *branding image Pisang Cokko*.

METODE PENELITIAN

1. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan berupa pertanyaan yang diajukan dalam bentuk wawancara yang diperuntukkan kepada pelaku usaha, dan beberapa siswa SMP Negeri 12 Makassar mengenai cita rasa pisang *Cokko* dan langkah-langkah yang akan dirancang yaitu dari proses pembuatan hingga pengemasan, sebagai acuan dasar untuk menentukan gaya serta konsep desain yang berkaitan dengan perancangan.

Instrumen lain yang digunakan ialah kamera fotografi, dimana hasilnya merupakan data mentah yang akan dikembangkan dalam perancangan ilustrasi dengan menggunakan aplikasi program *Adobe Photoshop* dan *CorelDraw*

2. Metode Pengumpulan Data

1. Metode Kajian Kepustakaan
Pada tahap ini dilakukan studi kepustakaan terhadap berbagai referensi berdasarkan kata kunci perancangan yang akan dibuat, yaitu :
 - Asal usul merek
 - Perancangan
 - Logo atau Identitas merek
 - Pisang goreng di portugis
 - Perkembangan Pisang Goreng Yang Terkenal di Pontianak
- Serta teori lain yang mendukung kemudian ditambahkan sesuai dengan kebutuhan
2. Metode Observasi
Proses atau tahap yang dilakukan dengan cara normatif yang merupakan proses meninjau langsung dengan pemilik usaha Pisang *Cokko* yaitu :
Data apa saja yang akan dikumpulkan dalam metode observasi adalah :
 - Profil Perusahaan
 - Kelebihan Produk
 - Perkembangan
 - Situasi usaha

3. Wawancara

Adapun hal-hal informasi yang akan ditanyakan siapa yang akan di interview atau diwawancara.

- Asal usul pisang *Cokko*
- Pelaku usaha
- Alamat
- Usia
- Meriset desain logo dan kemasan
- Memberikan kuesioner sebagai penilaian untuk membandingkan hasil desain yang akan di rancang dalam pembuatan logo dan kemasan

4. Dokumentasi

- Bahan-bahan apa saja dan langkah-langkah
- proses pembuatan pisang *Cokko*
- Berapa lama masa ketahanan produk
- Menanyakan sertifikat slogan *barcode*
- menyiapkan bukti kelayakan usaha
- Visi dan Misi sebagai dokumen tertulis

3. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan pendekatan Normatif, dengan metode penelitian wawancara yang dilakukan bersama pemilik usaha Pisang *Cokko*. Adapun Analisis yang akan digunakan yaitu :

1. Teknik Analisis SWOT

- Teknik analisis SWOT akan digunakan untuk memahami keunggulan dan kelemahan produk
- Media yang akan digunakan

2. Teknik Analisis Kebutuhan (*Need Analysis*)

Mengidentifikasi media identitas dasar dalam mempersentasikan sebuah perusahaan dimata konsumen terutama digunakan untuk menganalisis kebutuhan media yang akan digunakan.

3. Teknik Analisis Segmentasi Pasar

Menganalisis tentang target konsumen dengan tujuan untuk memahami gaya visual dan grafis target konsumen yang potensial.

4. Teknik Analisis Konten Komunikasi

Menganalisis materi atau konten yang akan di komunikasikan kepada target konsumen.

5. Teknik Analisis Visual

- Warna dan Ilustrasi Grafis
- Produk (Logo Usaha)
- Bentuk
- Tipografis
- *Layout*
- Super Grafis

4. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Studi kasus konsentrasi pada perancangan :

1. Jenis produk yang akan diproduksi dalam Merancang Logo Pisang *Cokko* seusai dengan nilai nilai yang terdapat pada produsen dan produknya

Adapun proses pembuatan logo baru tersebut sebagai berikut:

a. Graphic Standard Manual

- Makna logo
- Logo hitam putih (*grayscale*)
- *Logo in gird*
- *Clear space Area*
- Warna
- Tipografi
- *Layout* penerapan identitas

2. Merancang Logo dan Kemasan Pisang *Cokko* sebagai media utama untuk batasan yang digunakan dalam perancangan tersebut.

3. Merancang media pendukung berupa *stationary merchandising*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Desain

Sebuah desain yang baik dimulai dengan konsep desain yang baik. Ketika mencoba untuk memecahkan permasalahan desain, maka sebuah konsep akan memimpin jalan untuk memberikan arahan terhadap keputusan desain. Mengembangkan sebuah ide kecil sehingga menjadi sebuah konsep yang menarik. Bagaimana membentuk sebuah konsep yang menjadi peta desain.

Konsep desain merupakan ide di balik sebuah desain. Konsep ini yang akan mendasari logika, pemikiran, serta penalaran untuk bagaimana merancang sebuah desain. Konsep akan menyebabkan pilihan-pilihan dalam bentuk, warna, dan jenis. Setiap keputusan desain dan akan jatuh kembali terhadap arah konsep. Dengan kata lain, konsep desain menjadi kerangka untuk semua keputusan desain.

B. Sumber Inspirasi

Menurut penulis sendiri terciptanya suatu Inspirasi, dalam hal ini memperkaya ide-ide, sebuah konsep kreatif yang dapat ditampilkan dalam berbagai model yang berbeda dan diperlukan proses seleksi untuk menyaring dan memilih ide terbaik dari berbagai variasi yang ada. Maka berdasarkan hasil riset melalui beberapa tahap seperti observasi lapangan, wawancara, literatur serta browsing, penulis mendapatkan beberapa referensi yang menjadi sumber inspirasi dalam pengembangan desain.

C. Tipografi

Berdasarkan analisa Tipografi yang akan dirancang kali ini terinspirasi dari bentuk Retro & Vintage merupakan istilah tidak asing lagi, berbagai macam desain hadir dengan tema retro dan vintage. Vintage dan retro identik dengan sesuatu bergaya tua atau tempo dulu. Gaya ini muncul kembali dan menjadi trend di kalangan desain grafis, banyak di aplikasikan di media media seperti desain baju, poster, terutama font retro dna vintage sedang berkembang luas. Font vintage yang akan dipadukan dengan karakter tipografi sans serif karena tipografi dari sans serif terlihat paling simpel, modern, efisien, dan bersih. Sans serif juga dipilih karena sesuai dengan gaya desain

yang ingin dibuat. Tipografi ini juga yang paling mudah dibaca pada berbagai ukuran. Dengan bentuknya yang sederhana, membuatnya telah dipakai di kebanyakan interface layar digital.



Gambar 1.1 font influencer

D. Warna

Warna yang akan di tonjolkan pada Visual Branding Pisang Cokko adalah warna kuning yang sudah melekat dengan warna pisang dan bisa di lihat pedagang pisang mulai dari pisang epe, pisang nugget, pisang molen yang tidak lepas dari karakternya yaitu warna kuning. Penggunaan warna coklat memiliki kehangatan yang dapat merangsang selera makan (appetite) seseorang yang menatapnya., sedangkan penggunaan warna netral seperti hitam biasanya digunakan sebagai penyeimbang dan membantu warna lain terlihat fokus.



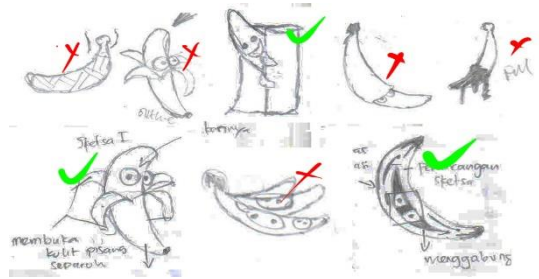
Gambar 1.2 Konsep Warna

E. Sketsa Ide

Berdasarkan analisa ada beberapa bentuk yang menjadi patokan visual sebagai sketsa ide awal. Berikut adalah inspirasi bentuk sketsa ide awal :

1. Ilustrasi Seorang anak yang sedang bersembunyi, diambil karena sembunyi merupakan salah satu simbol arti dari kata cokko Bahasa Makassar.

2. Pisang sebagai acuan visual utama dan ikon karna dalam kehidupan Bugis Makassar Dalam melaksanakan Massuro Mabbaca ada beberapa jenis pisang yang sering digunakan, yaitu : Pisang Manurung, bermakna semoga Allah SWT senantiasa menurunkan segala rahmat-Nya.Sedang Pisang Ambon, bermakna agar kita diberi umur yang panjang oleh Allah SWT.
3. Rumah adat Suku Makassar berbeda dengan suku lainnya. Masyarakat Makassar menyebut rumah dengan sebutan Balla. Rumah suku Makassar berbentuk panggung yang bentuk dari objek diatas di eksplorasi dengan sketsa menjadi lebih sederhana dan menjadi inspirasi dari bentuk dasar dari logo yang akan dirancang. Berikut adalah hasil dari eksplorasi sketsa:



Gambar 1.6. Hasil eksplorasi sketsa logo terpilih

F. Eksplorasi Ide

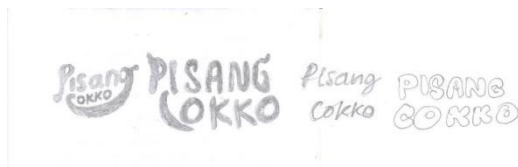
Dari beberapa sketsa ide awal, akan di eksplorasi untuk membentuk beberapa logo. Berikut adalah beberapa sketsa eksplorasi logo dari hasil kombinasi dari objek inspirasi :



Gambar 1.3. Hasil eksplorasi sketsa sebagai dasar logo



Gambar 1.7. Hasil eksplorasi sketsa brandname terpilih



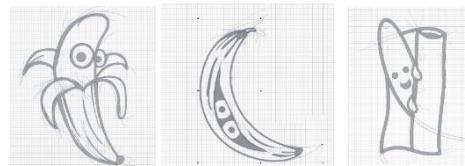
Gambar 1.4. Hasil eksplorasi sketsa tipografibrand

G. Implementasi Digital

Setelah melewati proses pengembangan dari beberapa alternatif sketsa dari visualisasi brandmark dan brandname produk Pisang Cokko dan ditetapkan satu sketsa terpilih yang kemudian akan dilanjutkan pada proses digitalisasi atau komputerisasi.

Pada tahap ini, menampilkan jelas proses digitalisasi secara bertahap sehingga terbukti akurat dan dapat dipertanggung jawabkan. :

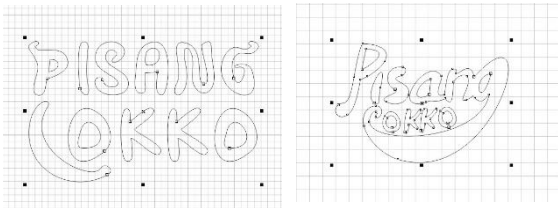
a. Digitalisasi Brandmark



Gambar 1.6. Digitalisasi Bentuk Logo Alternatif

b. Digitalisasi Brandname

Melalui tahap seleksi sketsa logo untuk dipilih beberapa yang ingin dikembangkan lebih lanjut dan memasuki tahap digitalisasi. Berikut adalah beberapa sketsa terpilih yang akan memasuki tahap digitalisasi :



Gambar 1.7. Digitalisasi Bentuk Brandname

a. Digitalisasi warna

Setelah proses digitalisasi bentuk, tahap berikutnya adalah proses digitalisasi warna. Warna untuk logo yang dibuat diambil sesuai dari palet warna yang sudah ditentukan. Berikut adalah hasil dari digitalisasi warna.



Gambar 1.8. Warna Logo Terpilih



Gambar 1.9. Brandname Terpilih

Setelah melalui beberapa tahapan, hasil dari beberapa logo yang di rancang melalui tahap digitalisasi kemudian dilakukan survey menggunakan Kuesioner yang di bagikan pada tanggal 20 -23 November 2019 terpilih satu logo terbaik menurut audience.

Audience disini terdiri dari beberapa pengunjung SMPN 12 Makassar yang sedang belanja pada jam istirahat dengan membagikan lembaran kuesioner pada media utama brand pisang cokko sehingga penelitian ini bisa diketahui seberapa banyak nilai yang diberikan terhadap audience. Berikut adalah logo yang terpilih



Gambar 1.10. Logo Pisang Cokko yang dipilih 59,89% audience melalui Kuesioner yang dimulai tanggal 3-11 November 2019

1. Studi Pengembangan Logo/Signature

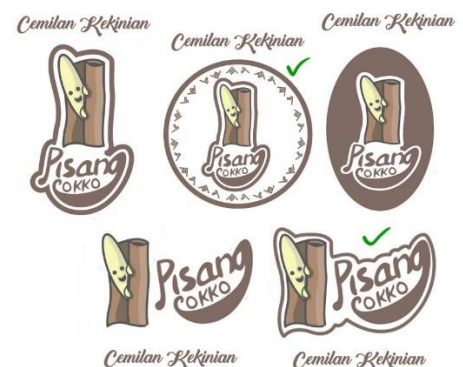
Studi pengembangan signature/ikonik menfokuskan pada penggabungan hasil digitalisasi brandmark, hasil digitalisasi brandname dan disertai dengan tagline terpilih.

a. Penggabungan Brandmark dan Brandname



Gambar 1.11. Gabungan Brandmark dan Brandname

b. Penggabungan Brandmark, brandname dan Tagline



Gambar 1.12. Gabungan Brandmark, Brandname dan Tagline

2. Deskripsi Logo/Signature

a. Ide

Logo/signature tentang Produk Pisang Cokko belum pernah dibuat sebelumnya. Ide untuk memilih konstruksi Pisang Sembunyi karakter dari kehidupan sosial sekitar, Aksara Lontara merupakan tampilan paling penting untuk mengangkat budaya khas dari Pisang Cokko suatu kolaborasi yang pas sesuai permintaan pemilik usaha untuk menjunjung tinggi nilai-nilai kebudayaan Bugis Makassar serta mencerminkan impian perusahaan Pisang Cokko.

b. Komunikasi

Logo/signature ini mampu mengkomunikasikan banyak hal tentang Produk Pisang Cokko, tentu karakteristik khas kebudayaan Bugis Makassar sangat memberikan kesan kuat pada keseluruhan visualisasi baik pada tampilan brandmark maupun brandname. Kesan dari brandmark Pisang Cokko dibangun dari visual konstruksi Buah Pisang yang ditampilkan cukup berbeda dengan yang lain. diimbangi kesan unik yang dibangun melalui brandname dengan teknik manual yang jelas dan tegas.

c. Desain

Dari segi penggarapan desain, komposisi antara brandmark dan brandname dibuat seimbang dan saling menyatu satu sama lain. Pemilihan warna kuning memberi impresi kuat untuk mewakili keberadaan produk serta karakter Pisang Cokko serta penerapan gaya negative space dengan bentuk Pisang Cokko pada brandmark memberikan keunikan tersendiri.

2. Graphic Standard Manual/Standar Manual Grafis

a. Logo/Signature Utama



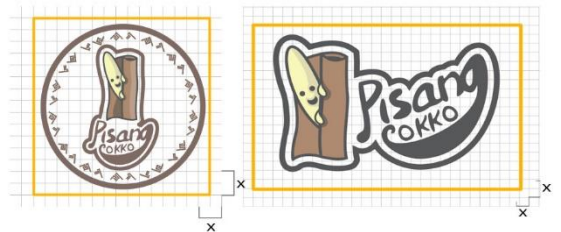
Gambar 1.13. Logo/Signature Utama

b. Logo/Signature Pendukung



Gambar 1.14. Logo/Signature Pendukung

c. Rumus Skala Logo/Signature



Gambar 1.15. Rumus Skala Logo/Signature

Perbandingan logo utama adalah $7x : 7x$
Perbandingan logo pendukung adalah $11x : 7x$

Clean space/area bebas logo

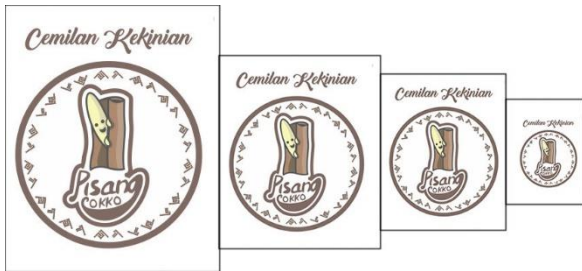
Clean space adalah bidang warna atau garis imajiner yang memberikan ruang khusus pada logo, pada clean space tidak boleh ada objek-objek lain kecuali logo itu sendiri.

d. Logo/Signature Positif dan Negatif



Gambar 1.16. Logo/Signature Positif Negatif

e. Ukuran Logo/Signature Utama



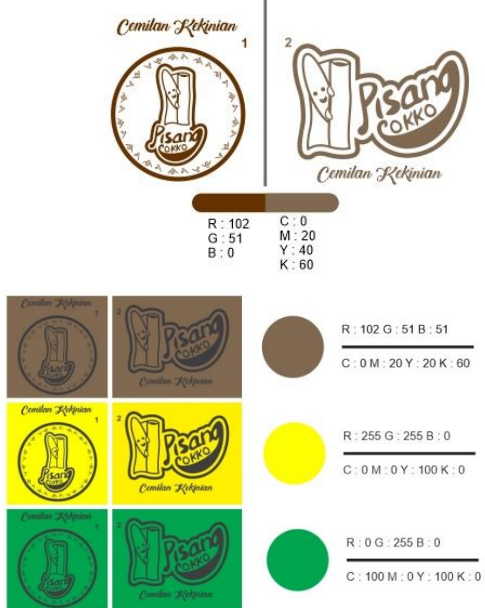
Gambar 1.17. Ukuran Logo/Signature Utama

f. Ukuran Logo/Signature Pendukung



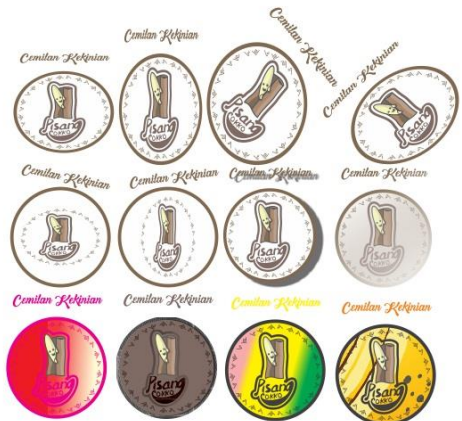
Gambar 1.18. Ukuran Logo/Signature Pendukung

g. Formulasi Warna



Gambar 1.19. Formulasi Warna Logo/Signature

h. Perlakuan Logo/Signature Yang Tidak Diperkenankan



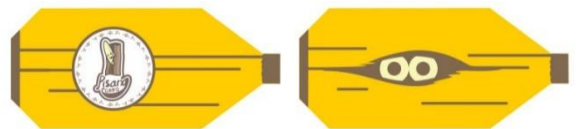
Gambar 1.20. Logo/Signature Tidak Diperkenankan

i. Benchmarking



Gambar 1.21. Benchmarking

j. Elemen Estetis



Gambar 1.22. Elemen Estetis

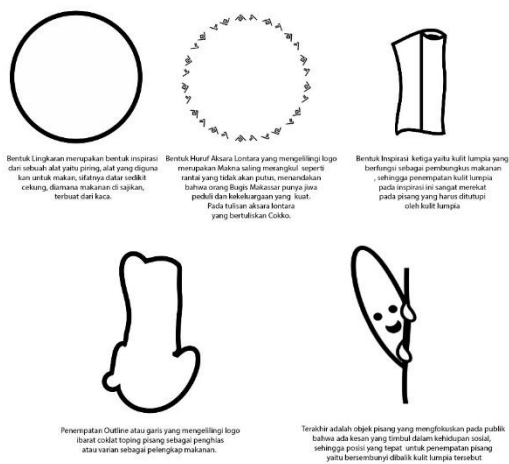
Bentuk corak atau ilustrasi di atas digunakan untuk kebutuhan elemen estetis pada background/latar belakang. Sumber inspirasinya diambil dari motif Pisang bersembunyi yang merupakan Khas dari Pisang Cokko.

H. Digitalisasi Media Utama dan Media Pendukung

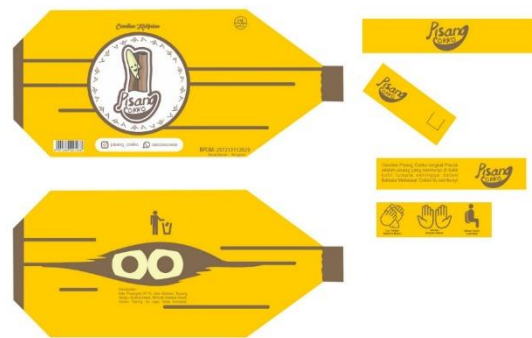
a. Media Utama/Logo dan Kemasan

Filosofi Logo

berikut adalah penjelasan filosofi dan acuan visual dari logo yang dirancang

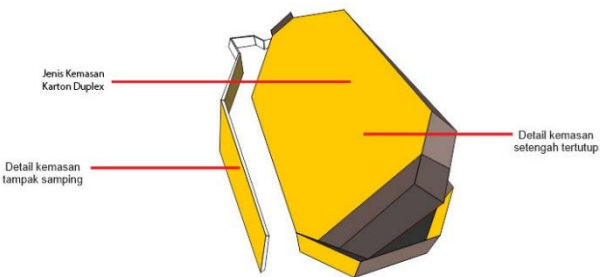
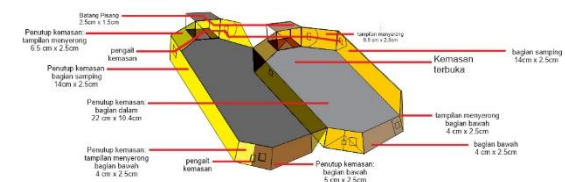


Gambar 1.23. Filosofi Logo



Gambar 1.26. Visualisasi Desain Kemasan

Detail Material Kemasan



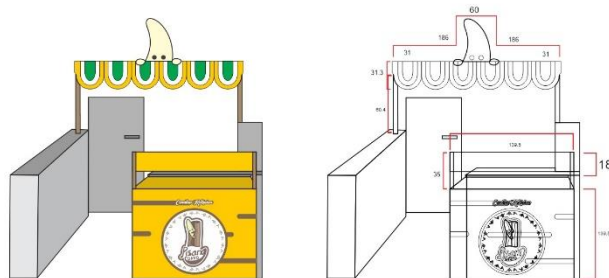
Gambar 1.24. Detail Material Kemasan

Ukuran Panjang, Lebar dan Tinggi

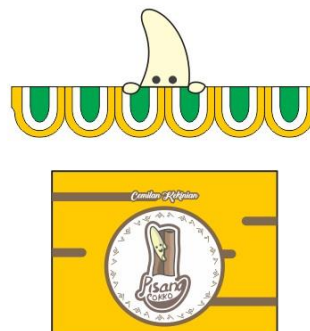


Gambar 1.25. Ukuran Panjang Lebar dan Tinggi Template Kemasan

Billboard



Gambar 1.27. Ukuran Panjang, lebar dan tinggi



Gambar 1.28. Visualisasi Desain Billboard

Menu Makanan

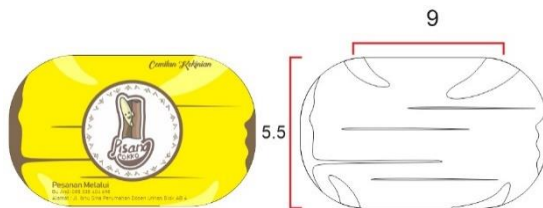


Gambar 1.29. Ukuran Panjang, lebar dan tinggi menu

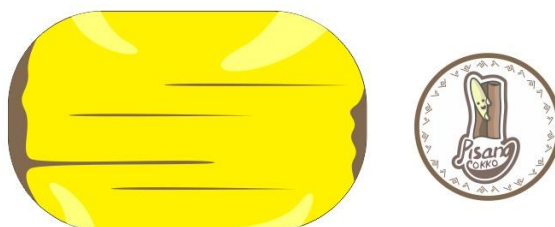


Gambar 1.30. Visualisasi Desain Billboard

Kartu nama

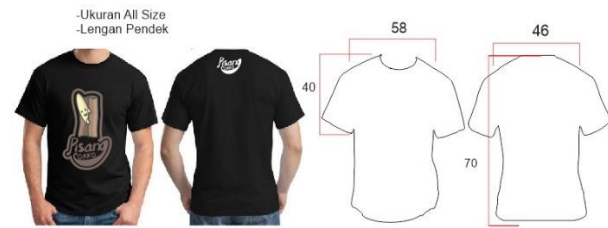


Gambar 1.31. Ukuran Panjang, lebar dan tinggi kartu nama



Gambar 1.32. Visualisasi Desain Kartu Nama

T-Shirt

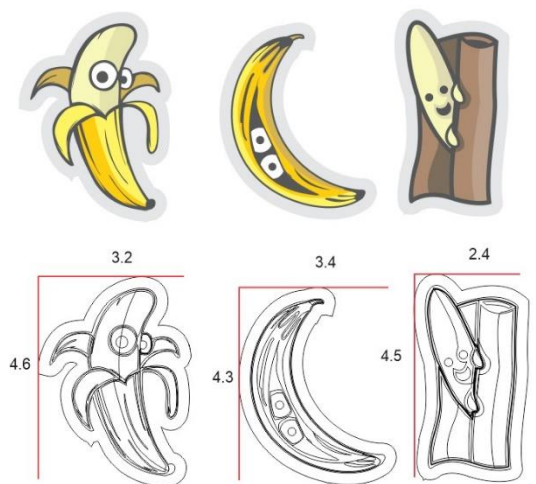


Gambar 1.33. Ukuran Panjang, lebar dan tinggi T-Shirt



Gambar 1.34. Visualisasi Desain T-Shirt

Sticker



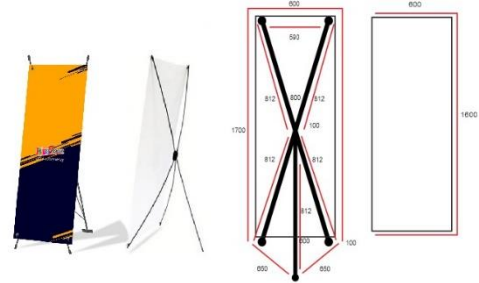
Gambar 1.35. Ukuran Panjang, lebar dan tinggi Sticker



Gambar 1.36. Visualisasi Desain Sticker

X- Banner

- Digital printing
- Stand x-banner



Gambar 1.39. Ukuran Panjang, lebar dan tinggi X-Banner

Gantungan Kunci



Gambar 1.37. Ukuran Panjang, lebar dan tinggi Ganci



Gambar 1.38. Visualisasi Desain Ganci



Gambar1.40. Visualisasi Desain X-Banner

I. Media Utama



Gambar 1.41. Final Kemasan Tampak Depan Belakang Samping



Gambar 1.42. Final Kemasan Tampak Keseluruhan



Gambar 1.43. Final Billboard Tampak Depan



Gambar 1.44. Final Menu Makanan Tampak Depan

J. Media Pendukung



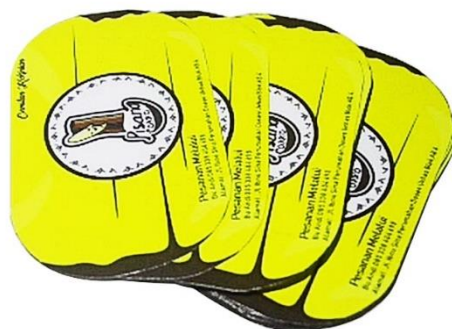
Gambar 1.45. Final T-Shirt Tampak Depan



Gambar 1.46. Final Sticker Tampak Depan



Gambar 1.47. Final Ganci Tampak Depan



Gambar 1.48. Final Kartu Nama Tampak Depan



Gambar 1.49. Final X-Banner Tampak Depan

K. Pembahasan

Identitas dari suatu usaha sangatlah penting dan sudah menjadi sebuah kebutuhan, karena identitas dapat membantu dalam pembentukan strategi komunikasi, branding dan marketing dari perusahaan hingga sampai kepada konsumen untuk rencana saat ini maupun yang akan datang. Strategi komunikasi, branding dan marketing dari sebuah identitas akan berpengaruh pada pembawaan perusahaan terhadap target pasarnya, akankah memberikan efek positif atau negatif. Jika identitas usaha sudah kuat didalam benak target pasarnya, maka akan timbul nilai yang berarti bagi perusahaan maupun pada setiap produknya. Banyaknya jumlah gerai pisang coklat di Makassar membuat persaingan antar gerai semakin ketat. Agar bisa bersaing atau berkompetisi dengan usaha gerai Pisang coklat lainnya,

dibutuhkannya branding khususnya pada Pisang Cokko ini.

Melihat kondisi saat ini, Pisang Cokko masih belum mengangkat image serta kurangnya media promosi yang telah dilakukan sebelumnya sehingga beberapa masyarakat makassar pun belum mengetahui Pisang Cokko tersebut. Mengingat semakin banyaknya jenis usaha gerai pisang coklat di Makassar, maka semakin sulit pula untuk mencapai target pasar serta meraih keuntungan yang lebih besar. Demikian perlu adanya perancangan perancangan visual branding Pisang Cokko sebagai upaya mengenalkan dan mengikat pelanggan Pisang Cokko secara lebih luas lagi dengan adanya identitas visual perusahaan yang dapat membedakannya dengan kompetitor lain dan menghidupkan branding image Pisang Cokko.

4. KESIMPULAN

Finalisasi keseluruhan media utama maupun pendukung usaha kuliner Pisang Cokko mengikuti panduan graphic standart manual secara konsisten dan berkesinambungan tanpa melenceng dari konsep visualisasi.

Selama proses kreatif berlangsung, penulis memposisikan diri sebagai seorang desainer grafis yang idealnya dapat menciptakan sebuah kesatuan visual yang mudah dipahami oleh penglihat atau target audiens dalam kaitannya dengan usaha kuliner Pisang Cokko.

5. REFERENSI

- (Cahyadi D, 2016)
- (Ladjamudin A, 2005)
- (Pulat M.B 1992)
- (Rustan S., 2009)
- (Swasty W., 2016)