

# PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL *CANI'TA* MADU LEBAH LIAR KABUPATEN BARRU

**Sri Indah Lestari, Sukarman B, Nuarabdiansyah**

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar  
shryindahsil@gmail.com  
sukarmanb@unm.ac.id  
nurabdiansyah@unm.ac.id

## ABSTRAK

Perancangan identitas visual *Cani'ta* madu lebah liar ini bertujuan untuk merancang identitas visual produk *Cani'ta* sehingga dapat dikenal dan diingat baik oleh masyarakat, serta menjadi pembeda dengan kompetitor lainnya. *Cani'ta* merupakan salah satu produk dari Industri Kecil menengah (IKM) yang ada di Kabupaten Barru. Metode penelitian pada perancangan ini menggunakan metode pengembangan atau Research and Development (R&D). Teknik pengumpulan data pada perancangan ini yakni kajian pustaka, wawancara, observasi lapangan dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yakni analisis SWOT. Konsep desain pada perancangan identitas visual madu *Cani'ta*, terinspirasi dari madu lebah liar merupakan madu asli dari lebah hutan, bukan dari lebah ternak, dan juga dikombinasikan dengan landmark dari Kabupaten Barru. Kesan yang ditonjolkan pada perancangan ini yakni natural/alami sehingga mampu menarik minat para konsumen. Hasil perancangan yakni berupa logo yang merupakan kombinasi antara *logotype* dan logogram. Logo *Cani'ta* akan diaplikasikan pada media utama berupa label, media promosi, serta stationery sebagai media pendukung lainnya.

**Kata Kunci:** Identitas Visual, Logo, *Cani'ta*, Madu Lebah Hutan.

## ABSTRACT

*Visual identity of Cani'ta wild bee honey aims to design the visual identity of Cani'ta products so that they can be well known and remembered by the public, as well as being a differentiator from other competitors. Cani'ta is one of the products of Small and Medium Enterprise (SME) in Barru Regency. The research method in this design uses the Research and Development (R&D) method. Data collection techniques in this design are literature review, interviews, field observations and documentation. The data analysis technique used is SWOT analysis. Cani'ta honey's visual identity design, inspired by wild bee's honey, is real honey from forest bees, not livestock bees, and also combined with landmarks from Barru Regency. The impression that is highlighted in this design is natural, so that it can attract the interest of consumers. The result of the design is in the form of a logo which is a combination of logotype and logomark. The Cani'ta logo will be applied to the main media in the form of labels, promotional media, and stationery as other supporting media.*

**Keywords:** Visual Identity, Logo, *Cani'ta*, Wild Bee Honey.

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan Industri Kecil Menengah (IKM) pada era saat ini semakin berkembang pesat. Usaha ini pada hakekatnya merupakan salah satu usaha yang dilakukan dalam mempertahankan struktur perekonomian masyarakat. Seiring dengan perkembangan tersebut, banyak usaha yang muncul sebenarnya memiliki kesamaan produk, dengan peminatnya yang berbeda-beda. Tergantung dari bagaimana cara usaha tersebut menampilkan identitas dan citra usahanya yang mampu diingat baik oleh masyarakat selaku konsumen. Oleh karena itu, setiap usaha yang dibangun alangkah lebih baiknya jika memiliki identitas tersendiri agar mampu bersaing dengan usaha lainnya yang serupa.

Salah satu industri kecil menengah yang kini mulai mengembangkan produknya yakni *Cani'ta* Madu Lebah Liar yang diproduksi oleh IKM Masse Kabupaten Barru. Usaha yang dikembangkan oleh IKM Masse ini didirikan pada pada September 2019 dan berlokasi di Dusun Barang, Desa Pujananting, Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru.

Saat ini produk *Cani'ta* memang hanya menggunakan identitas berupa label yang berisikan nametag *Cani'ta* yang belum paten. Identitas tersebut belum mencerminkan citra dari produk *Cani'ta* yang diproduksi oleh IKM Masse. Tampilan pada label tersebut juga kurang menarik, dan hanya menampilkan kontak saja sebagai layanan konsumen, tidak ada informasi lainnya mengenai saran penyajian dan sebagainya. Label yang digunakan pada produk *Cani'ta* juga masih sangat sederhana sehingga sangat mudah untuk ditiru atau dipalsukan. Oleh karena itu, diperlukan sebuah identitas yang mampu merepresentasikan citra dari produk *Cani'ta* sehingga dapat dikenal dan diingat baik oleh masyarakat, serta dapat dijadikan sebagai nilai tambah agar mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya.

Identitas visual adalah identitas yang berkaitan dengan citra atau image yang

dipertahankan oleh perusahaan atau entitas lain sebagai jembatan untuk menyatukan berbagai konteks, audience, bagi perusahaan tersebut, simbolisasi ciri khas yang mengandung diferensial dan mewakili citra organisasi, Identitas dapat berasal dari sejarah, filosofi, visi/cita-cita, misi/fungsi, tujuan, strategi atau program. Secara sederhana identitas visual terdiri dari beberapa elemen atau atribut di dalamnya, mulai dari pemilihan nama sebagai langkah awal, logo, tipografi, warna khas, serta images atau elemen gambar pendukung yang termasuk disini adalah foto, *artworks*, *infographics* (Rustan, 2010).

Salah satu penerapan identitas visual ini yakni melalui media promosi. Media promosi memiliki arti umum sebagai suatu sarana untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, image, perusahaan atau yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Media promosi juga sebagai sarana untuk komunikasi seperti teks atau gambar foto (Pujiriyanto, 2005:15)

Logo adalah elemen gambar/symbol pada identitas visual. Logo berasal dari Bahasa Yunani 'logos' yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Logo merupakan penyingkatan dari *logotype*. Istilah logo muncul pada tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada *logotype*. *Logotype* sendiri muncul pada tahun 1810-1840 dan diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu. Awalnya *logotype* hanya berupa tulisan saja, namun seiring dengan perkembangannya, *logotype* dibuat dengan menambah elemen-elemen lainnya. Adapun beberapa fungsi logo, yakni; 1) Sebagai identitas diri, untuk membedakannya dengan identitas milik orang lain; 2) Tanda kepemilikan, untuk membedakan miliknya dengan milik orang lain; 3)Tanda jaminan kualitas; 4) Mencegah peniruan/pembajakan (Rustan, 2009: 12-13).

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada perancangan ini yakni menggunakan metode pengembangan atau *Research and Development* (R&D). Metode ini merupakan suatu proses untuk mengembangkan suatu produk baru dengan menyempurnakan produk yang telah ada. Langkah-langkah metode R&D yakni; Penelitian dan Pengumpulan Data (*Research & Information Collecting*); Perencanaan Penelitian (*Planning*); Pengembangan Desain (*Develop Preliminary of Product*); Uji Coba Lapangan Awal (*Preliminary Field Testing*); Merivisi Hasil Uji Coba (*Main Product Revision*).

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yakni penelusuran/kajian pustaka, wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi sebanyak mungkin guna untuk menunjang segala aspek yang dibutuhkan pada proses perancangan.

Teknik analisis data digunakan pada penelitian ini yakni teknik analisis SWOT dengan mengurai setiap data yang diperoleh mengenai kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Hal ini dilakukan guna untuk menganalisis strategi yang akan digunakan untuk menghadapi permasalahan dalam perancangan identitas visual dan media promosi.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Konsep Desain

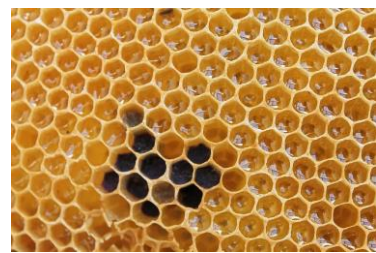
Konsep desain pada perancangan identitas visual madu *Cani'ta*, terinspirasi dari madu lebah liar merupakan madu asli dari lebah hutan, bukan dari lebah ternak, dan juga dikombinasikan dengan landmark dari Kabupaten Barru. Kesan yang ditonjolkan pada konsep perancangan ini yakni natural atau alami, sehingga mampu menyampaikan pesan bahwa madu *Cani'ta* merupakan madu asli yang berasal dari hutan tanpa menggunakan bahan pengawet.

### 3.2 Target Audiens

Target audiens yakni rentan usia 1-30 tahun, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, semua umat beragama, serta masyarakat menengah ke atas yang memiliki pola hidup sehat.

### 3.3 Sumber Inspirasi

Sumber inspirasi pada perancangan identitas visual *Cani'ta* yakni berupa sarang madu dan Tugu Payung Kabupaten Barru.



Gambar 3.1 Sarang Madu/Honeycomb  
(Sumber: <https://www.pikist.com/free-photo-clip/id>)



Gambar 3.2 Tugu Payung Kabupaten Barru  
(sumber: <https://jjsbarru.wordpress.com/type/image/>)

### 3.4 Tipografi

Source Sans Pro

100% MADU MURNI LEBAH HUTAN  
**ORGANIC • UNFILTERED • RAW • HONEY**  
Berat Bersih 250 ml / Net Weight 150 g

Light	Regular	Semi bold	Bold
ABC	ABC	<b>ABC</b>	<b>ABC</b>
abc	abc	<b>abc</b>	<b>abc</b>
123	123	<b>123</b>	<b>123</b>

Gambar 3.3 Font Source Sans Pro  
(sumber: Sri Indah Lestari, 2020)

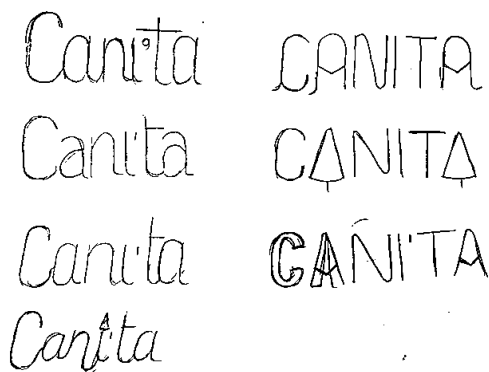
### 3.5 Warna



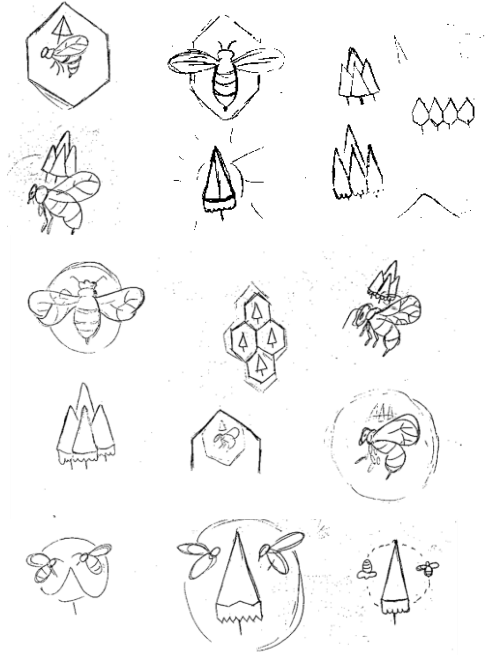
Gambar 3.4 *Pantone* Warna perancangan (Sumber: Sri Indah Lestari, 2020)

### 3.6 Sketsa

Berdasarkan hasil analisis terhadap data dan materi yang akan dikomunikasikan, terdapat beberapa tahapan yang dilakukan dalam perancangan identitas visual *Cani'ta* mulai dari proses brainstorming, mind mapping, kemudian masuk pada tahapan sketsa dengan eksplorasi ide dari sumber inspirasi berupa sarang madu dan Tugu Payung Kabupaten Barru. Proses eksplorasi ide perancangan identitas visual *Cani'ta* yakni sebagai berikut.



Gambar 3.5 Sketsa Ide *Logotype* (sumber: Sri Indah Lestari, 2020)



Gambar 3.6 Sketsa Ide Sarang Madu dan Tugu Payung (sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)



*Cani'ta* *Cani'ta* ✓  
*Cani'ta* *Cani'ta*

 *Cani'ta*  *Cani'ta* ✓

 *Cani'ta*  *Cani'ta*

Gambar 3.7 Eksplorasi Ide Logo *Cani'ta* (sumber: Sri Indah Lestari, 2021)

### 3.7 Implementasi Digital

Berdasarkan hasil sketsa ide yang terpilih, tahap selanjutnya yakni proses digitalisasi *logotype* dan *logogram* dengan menggunakan software *Adobe Illustrator CS6* untuk proses digital logo hingga media pendukung.



Gambar 3.8 Grid *Logogram* dan *Logotype* (sumber: Sri Indah Lestari, 2021)



Gambar 3.9 Area Aman Logo *Cani'ta* (sumber: Sri Indah Lestari, 2021)

### 3.8 Hasil Perancangan

Hasil perancangan identitas visual ini yakni sebuah logo yang akan menjadi identitas baru untuk produk *Cani'ta*. Perancangan logo *Cani'ta* menggabungkan antara *logotype* dengan logomark, dibuat dengan tampilan yang sederhana, *memorable*, tetapi mampu mencerminkan identitas dari produk ini. Selain itu, logo ini bertujuan untuk menyampaikan sebuah pesan kepada para konsumen melalui kombinasi antara *logotype* dan logogram dengan konsep *natural* atau alami, dimana sumber inspirasi logo ini berasal dari sarang madu dan ikon

Kabupaten Barru berupa Tugu Payung. Adapun hasil perancangan logo *Cani'ta* dan pengaplikasiannya ke berbagai media yakni sebagai berikut



Gambar 3.10 Finalisasi Logo *Cani'ta* (sumber: Sri Indah Lestari, 2021)

#### a. Ilustrasi

Ilustrasi pada perancangan identitas visual *Cani'ta* menampilkan visualisasi pohon, sarang madu, dan juga lebah yang menggambarkan suasana kehidupan lebah yang ada di hutan. Ilustrasi ini juga memberikan kesan bahwa madu *Cani'ta* merupakan madu asli dari lebah hutan, bukan dari lebah ternak, sehingga penerapan logo pada berbagai media dengan kombinasi ilustrasi semakin memperkuat identitas *Cani'ta*.



Gambar 3.11 Ilustrasi Perancangan (sumber: Sri Indah Lestari, 2021)

#### b. Label Kemasan

Kemasan yang digunakan madu *Cani'ta* yakni botol plastik dengan berbagai ukuran, jerigen mini, serta menggunakan botol kaca.

Label kemasan yang dibuat juga menyesuaikan dengan ukuran botol yang digunakan dengan ukuran 130ml, 250ml, 550ml. Adapun kemasan lainnya menggunakan jerigen mini ukuran 1liter, serta kemasan premium dengan menggunakan botol kaca ukuran 250ml.



Gambar 3.12 Label Kemasan *Cani'ta* ukuran 130 ml, 250 ml, dan 550 ml (sumber: Sri Indah Lestari, 2021)



Gambar 3.13 Label Kemasan *Cani'ta* ukuran 250 ml (sumber, Sri Indah Lestari, 2021)



Gambar 3.14 Label Kemasan *Cani'ta* ukuran 1 Liter (sumber: Sri Indah Lestari, 2021)

### c. Paper Bag



Gambar 3.15 *Mockup Paper Bag Cani'ta* (sumber: Sri Indah Lestari)

Bahan : Kraft Paper  
 Ukuran : 20 x 8 x 25 cm  
 Teknik Cetak : Sablon

### d. Kartu Nama



Gambar 3.16 *Mockup Kartu Nama Cani'ta* (sumber: Sri Indah Lestari, 2021)

Bahan : Art Paper  
 Ukuran : 9 x 5.5 cm  
 Ketebalan : 260gsm  
 Teknik Cetak : Digital Printing

e. Nota



Gambar 3.17 *Mockup Nota Cani'ta*  
(sumber: Sri Indah Lestari, 2021)

Bahan : Kertas NCR  
Ukuran : 10,8 x 15.5 cm  
Ketebalan : 1 cm  
Teknik Cetak : Digital Printing

f. Stempel



Gambar 3.18 *Mockup Stempel Cani'ta*  
(sumber: Sri Indah Lestari, 2021)

Bahan : Stempel Flash  
Ukuran : 3 x 3 cm  
Warna Tinta : Orange

g. Stiker



Gambar 3.19 *Mockup Stiker Cani'ta*  
(sumber: Sri Indah Lestari, 2021)

Bahan : Stiker Vinyl  
Ukuran : 5 x 5 cm, 6 x 7 cm  
Teknik Cetak : Digital Printing

h. X-Banner



Gambar 3.19 *Mockup Stiker Cani'ta*  
(sumber: Sri Indah Lestari, 2021)

Bahan : Vinyl  
Ukuran : 60 x 160 cm  
Teknik Cetak : Digital Printing

i. *Box Packaging*



Gambar 3.20 *Mockup Box Packaging Cani'ta* (sumber: Sri Indah Lestari, 2021)

Bahan : *Corrugated Box* (Kotak karton Gelombang)

Ukuran: 16 x 16 x 8 cm

j. *Brosur*



Gambar 3.21 *Mockup Brosur Cani'ta* (sumber: Sri Indah Lestari, 2021)

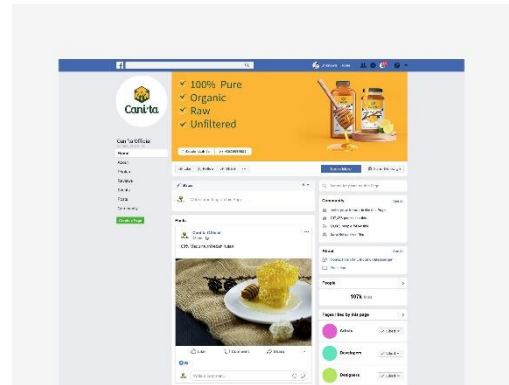
Bahan : Art Paper

Ukuran : A4 / 21 x 29.7 cm

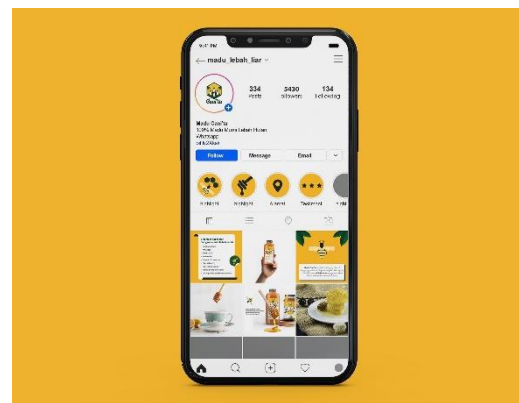
Ketebalan : 120gsm

Teknik Cetak : Digital Printing

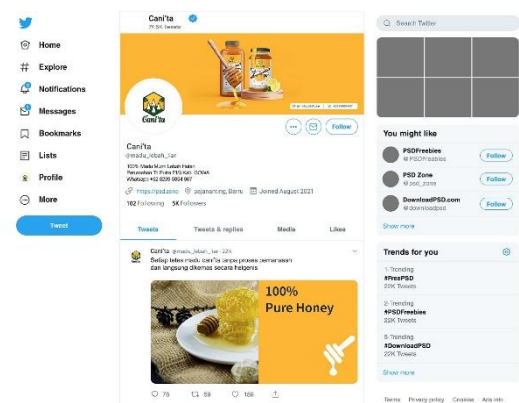
k. *Media Sosial*



Gambar 3.22 *Mockup Facebook Cani'ta* (sumber: Sri Indah Lestari, 2021)



Gambar 3.23 *Mockup Instagram Cani'ta* (sumber: Sri Indah Lestari, 2021)



Gambar 3.24 *Mockup Twitter Cani'ta* (sumber: Sri Indah Lestari, 2021)



### 3.9 Pembahasan

Perancangan identitas visual *Cani'ta* ini bertujuan untuk menciptakan sebuah identitas baru untuk produk *Cani'ta* berupa logo. Hasil dari perancangan ini telah melalui proses analisis, proses kreatif, hingga proses finalisasi. Konsep dari logo *Cani'ta* yakni *natural* atau alami, ditampilkan melalui visualisasi yang sederhana dan *memorable*, menggambarkan bahwa *Cani'ta* merupakan produk madu yang berasal dari Kabupaten Barru. Logo *Cani'ta* merupakan kombinasi antara *logotype* dan *logogram* yang sumber inspirasinya berupa lebah serta Tugu Payung yang merupakan ikon Kabupaten Barru.

Logo sebagai identitas *Cani'ta* akan diaplikasikan pada media utama dan beberapa media pendukung, serta media promosi. Adapun media utama yakni berupa label kemasan. Kemasan produk *Cani'ta* yakni berupa botol plastik, jeringen mini dan botol kaca. Adapun ukuran kemasan botol plastik *Cani'ta* yakni 130ml, 250 ml, 550ml, sedangkan ukuran 1 liter menggunakan jeringen mini, serta botol kaca berukuran 250ml. Pada label kemasan tercantum informasi tentang logo, ilustrasi, saran penyajian, layanan konsumen, alamat produksi, serta berat bersih.

Logo *Cani'ta* juga diaplikasikan melalui media pendukung yakni berupa *stationary* berupa kartu nama, nota, dan stempel. Kartu nama ini menjadi tanda pengenal bagi perusahaan, yang berisikan informasi terkait nama usaha, pemilik usaha, kontak, dan alamat. Ukuran kartu nama *Cani'ta* yakni 9 x 5.5 cm dengan menggunakan bahan *kingstruck*. Nota menggunakan bahan kertas NCR dengan ukuran 10.5 x 10.5 cm, dalam hal ini menjadi bukti transaksi atau tanda terima setiap penjualan produk dan dilegalkan menggunakan stempel untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman antara penjual dan pembeli.

Media pendukung lainnya yakni berupa *x-banner* dengan ukuran 60 x 160 cm yang menampilkan logo *Cani'ta*, serta beberapa informasi seperti layanan konsumen dan alamat produksi. Adapun media pendukung lainnya yakni berupa *paper bag*, stiker, brosur yang akan diberikan sepaket pada saat pembelian produk. Paper bag menampilkan logo *Cani'ta* dan kontak produsen, dengan menggunakan bahan kraft paper coklat dengan ukuran 18 x 8 x 25 cm. Selain itu, pada setiap pembelian madu *Cani'ta* akan diberikan stiker dan brosur. Stiker memiliki dua bentuk yakni bentuk kotak dengan 7 x 7 cm dengan menampilkan logo *Cani'ta* dan kontak layanan konsumen, serta pada stiker lingkaran ukuran 5 x 5cm menampilkan *logogram Cani'ta*. Adapun *box packaging* menggunakan bahan karton gelombang dengan ukuran 16 x 10 x 16cm menampilkan logo *Cani'ta* dan layanan konsumen berupa kontak person.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1 Kesimpulan

Finalisasi perancangan identitas visual berupa logo yang terdiri dari gabungan antara *logotype* dan *logomark*. Konsep desain pada perancangan ini yakni *natural* atau alami, dimana sumber inspirasinya berasal dari sarang madu, dan ikon Kabupaten Barru berupa Tugu Payung, yang diharapkan mampu mencerminkan identitas dari madu *Cani'ta*.

Pemilihan warna pada perancangan ini lebih mengutamakan aspek emosional yang mampu memberikan energi atau keceriaan kepada konsumen, dan dipadukan dengan warna yang berkaitan dengan alam sehingga hasil perancangan ini terlihat harmonis.

Logo *Cani'ta* diaplikasikan pada media pendukung berupa *stationery* antara lain *paper bag*, kartu nama, nota, stempel, stiker, *box packaging*. Media promosi berupa *x-banner* dan brosur, serta media sosial berupa *instagram*, *facebook* dan *twitter*.

## 4.2 Saran

Pentingnya mengumpulkan data informasi dan sebanyak-banyaknya terkait dengan topik penelitian, sehingga hasil perancangan bisa dikerjakan sesuai dengan kebutuhan, serta pesan dapat tersampaikan dengan baik.

Perancangan ini diharapkan dapat disempurnahkan sehingga dapat dijadikan sebagai rujukan atau referensi untuk perancangan tugas akhir selanjutnya, khususnya pada perancangan Identitas Visual.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Computer*. Yogyakarta: Andi Offset.

Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

2010. *Font & Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

### Website

<https://jjsbarru.wordpress.com/type/image/>

<https://www.pikist.com/free-photo-xlipc/id>