

DESAIN IDENTITAS VISUAL UNTUK MEMBANGUN CITRA KAWAII PADA TOKO DARING WONDERLAND ID

Afifa Rizka Ayu¹, Anggi Anggarini², Tiyas Maheni³

Desain Grafis, Fakultas Teknik Grafika dan Penerbitan

Politeknik Negeri Jakarta

Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kukusan, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16424

e-mail : afifarizkaayu@gmail.com¹

anggi.anggarini@grafika.pnj.ac.id²

ABSTRAK

Perkembangan belanja melalui daring di Indonesia sangat berkembang pesat, hal ini dibuktikan dengan munculnya toko-toko daring. Belanja daring berkembang karena mengikuti kemajuan zaman yang dimana semakin banyaknya pengguna internet yang lebih memilih belanja daring yang menyebabkan meningkatnya persaingan pada toko-toko daring. Sehingga jika suatu toko daring tidak memiliki hal yang membuat lebih mudah dikenal oleh konsumen seperti identitas visual, maka toko daring tersebut memiliki kesulitan dalam bersaing di dunia virtual. Wonderland ID merupakan toko daring yang menjual barang-barang merchandise import, dengan tema *Kawaii* (Imut dalam Bahasa Jepang) pastel yang sampai saat ini belum memiliki identitas visual khususnya logo yang di mana merupakan hal penting untuk bersaing juga menjadi pembeda dan agar lebih mudah dikenali oleh konsumen. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data seperti studi literatur, wawancara, dan observasi yang menghasilkan pertimbangan consumer insight, hingga SWOT. Logo Wonderland ID ini dirancang dengan menerapkan kata kunci dan visual kunci yang berkaitan citra yang ingin diciptakan dan sesuai dengan data yang didapat yaitu *kawaii*, pastel dan terpercaya yang diharapkan dapat membuat Wonderland ID diingat oleh para konsumennya.

Kata kunci: Toko daring, logo, Wonderland ID, kawaii

ABSTRACT

The development of online shopping in Indonesia is growing rapidly, it's proven with the rise of online shops users. Online shopping develops because it follows the progress of the times where more and more internet users prefer online shopping which causes increased competition in online stores. Wonderland ID is an online store that sells imported merchandise, with a pastel Kawaii (Cute in Japanese) theme, which until now does not have a visual identity, especially a logo, which is important for online store to be able to compete in online market and also making it easier to recognize by consumer. Using descriptive qualitative research methods with data collection methods such as literature studies, interviews, and observations which resulting consumer insight considerations, and SWOT. The Wonderland ID logo is designed by applying keywords and key visuals related to the image that the Wonderland ID itself want to create and according to the data obtained, which is kawaii, pastel and trusted will be expected to make Wonderland ID distinguishable by consumers.

Keywords: Online shop, logo, Wonderland ID, kawaii

PENDAHULUAN

Wonderland ID merupakan toko daring yang menjual barang-barang merchandise import, dengan tema *Kawaii* (Imut dalam Bahasa Jepang) pastel. Wonderland ID didirikan pada akhir tahun 2019 karena ketertarikan pemilik dengan *pop-culture* Jepang seperti *manga*, *anime*, dan *cosplay* dengan tema yang *kawaii*. Sehingga menggunakan kesempatan itu untuk membuat toko daring yang dapat menggapai target konsumen yang memiliki keterkaitan yang sama dan memudahkan mereka untuk mendapatkan *merchandise* yang jarang dijual.

Saat ini Wonderland ID hanya menggunakan *page Facebook* untuk menjual produk-produknya. Produk yang dijual berupa merchandise dengan berbagai macam jenis seperti pakaian, sepatu, make up, alat tulis kantor, boneka, dan lain-lain dengan tema *kawaii* atau imut/lucu dalam Bahasa Jepang. Untuk produknya merupakan barang impor dan bersifat *pre-order*.

Namun, Wonderland ID sampai saat ini belum memiliki identitas visual khususnya logo. Identitas visual merupakan identitas yang berkaitan dengan citra atau image sebagai jembatan untuk menyatukan audiens bagi perusahaan atau pelaku usaha yang dapat berasal dari sejarah, filosofi, visi/cita-cita, misi/fungsi, dan tujuan. Identitas visual terdiri dari beberapa elemen lainnya, seperti logo, tipografi atau font, warna khas, serta elemen gambar pendukung termasuk foto, karya seni dan infografis^[1]. Sedangkan logo adalah tulisan atau nama entitas yang dirancang desainnya dengan cara khusus menggunakan teknik yang disebut lettering atau memakai jenis huruf tertentu^[2]. Fungsi logopun dapat dibagi menjadi 6 (enam), yaitu sebagai berikut: 1) Berfungsi sebagai identifikasi. 2) Berfungsi sebagai pembeda dari perusahaan lain. 3) Berfungsi sebagai komunikasi. 4) Dapat memberi nilai tambah. 5) Berfungsi sebagai asset. 6) Memiliki kekuatan hukum.^[3] Logo yang ideal adalah logo yang dapat mencerminkan entitas yang diwakili dan mudah dikenali oleh konsumen atau audiens.^[4]

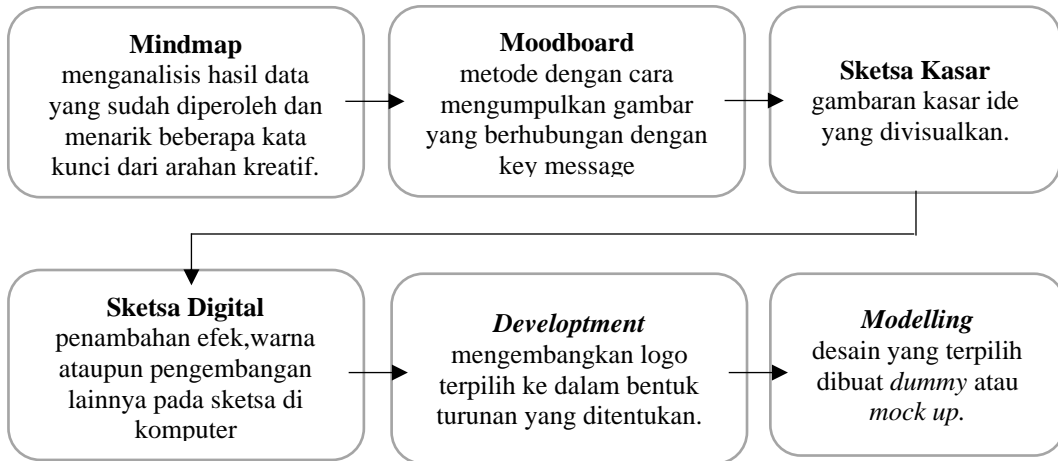
Tujuan perancangan Identitas visual terutama logo yaitu agar Wonderland ID dapat menambahkan kepercayaan kepada audiens juga dapat menjadi pembeda antara perusahaan dengan perusahaan yang lainnya dimana kekhasan Wonderland ID sendiri adalah menjual produk yang hanya berwarna pastel dengan tema *kawaii*. Dengan tujuan yang sudah disebutkan maka menghasilkan manfaat untuk Wonderland ID itu sendiri seperti hasil dari perancangan identitas visual dapat menjadi acuan dan dapat diaplikasikan oleh Wonderland ID sebagai langkah awal untuk dikenal oleh para konsumen. Sehingga jika suatu perusahaan tidak konsisten atau bahkan tidak memiliki identitas visual maka kepercayaan konsumen tidak dapat dibangun serta tidak dikenal lagi, akhirnya konsumen beralih ke perusahaan yang memiliki citra yang lebih meyakinkan. Hal itu membuat Wonderland ID tidak dikenal dan diingat oleh konsumen beriring bertambahnya persaingan toko daring yang menjual produk serupa di *platform* yang sama.

Oleh sebab itu Wonderland ID membutuhkan identitas visual sesuai dengan teori yang digunakan untuk perancangannya yaitu seperti logo, tipografi, warna hingga prinsip desain. Perancangan identitas visual Wonderland ID menjadi hal yang penting untuk dibuat dan dapat membangun citra sesuai dengan produk yang dijualnya, dan lebih dikenal serta diingat oleh para konsumen sebagai toko daring dengan citra warna pastel dan imut juga terpercaya, selain itu juga Wonderland ID diharapkan dapat lebih menonjol dibanding para kompetitor yang terus bertambah di *platform* yang sama.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada perancangan logo adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mencari data utama maupun data pendukung, sedangkan untuk metode pengumpulan data melalui wawancara yang meliputi wawancara pemilik toko dan konsumen, observasi kompetitor, studi literatur, dan arahan dari klien yang akan dijadikan acuan untuk pembuatan logo untuk toko daring Wonderland ID.

Dalam merancang logo, maka diperlukan metode riset desain. Metode riset desain dibagi menjadi 6 (enam) tahapan yang dapat dilihat di bagan berikut ini:



Bagan 1. enam tahapan dalam metode riset desain

HASIL dan PEMBAHASAN

Menurut hasil wawancara dengan pemilik, Wonderland ID berdiri karena ketertarikan pemilik dengan *pop-culture* Jepang seperti *manga*, *anime*, dan *cosplay* dengan tema yang *kawaii* (imut). Sehingga menggunakan kesempatan itu untuk membuat toko daring yang dapat menggapai target konsumen yang memiliki keterkaitan yang sama dan memudahkan mereka untuk mendapatkan merchandise yang jarang dijual. Produk yang dijual berupa *merchandise* dengan berbagai macam jenis seperti pakaian, sepatu, *make up*, alat tulis kantor, boneka, dan lain-lain dengan tema *kawaii* atau imut/lucu dalam Bahasa Jepang dengan warna lembut atau pastel.



Gambar 1. Produk Wonderland ID *Honey Bear Mini Transparent Pouch*

Target yang dituju Wonderland ID adalah perempuan yang menggunakan *Facebook* dan mengikuti *Page Facebook* Wonderland ID. Berdasarkan hasil wawancara dan analisis, sebagian besar responden adalah pelajar/mahasiswa dengan kisaran umur 17-29 tahun, memiliki tempat tinggal di kota-kota besar seperti Jakarta, Jogjakarta, dan Medan. Responden merupakan kaum SES (Status Ekonomi Sosial) B dan memiliki kebiasaan berbelanja *online* dua hingga empat per-bulan. Selain itu hampir semua responden memiliki ketertarikan atau hobi yang berhubungan dengan *Pop-culture* Jepang, seperti *cosplaying*, menonton *anime* yang akhirnya tertarik dengan produk yang dijual oleh Wonderland ID. Visual Wonderland ID yang terlihat oleh kebanyakan responden adalah *kawaii*/imut, feminim, cantik, dan soft. Selain itu Wonderland ID pun memiliki kelebihan di mata responden yaitu produknya yang imut dan memiliki keunikan yaitu hampir semua produknya berwarna pastel. Wonderland ID pun memiliki penempatan tokonya sebagai toko yang menjual produk *kawaii*/imut yang menggunakan warna pastel dengan harga yang terjangkau, terpercaya dan memiliki pelayanan yang ramah. “*find your kawaii merchandise here*”. Analisis data untuk perancangan identitas visual Wonderland ID, yaitu menggunakan analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunity, Threats*) dan Matriks SWOT, yaitu sebagai berikut:

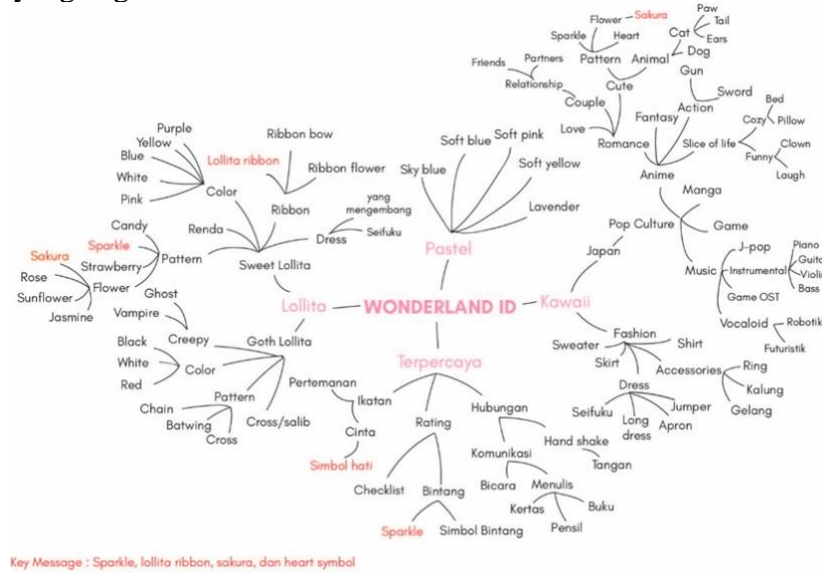
Tabel 1. Analisis SWOT Wonderland ID

<p><i>Strenght</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Harga produk yang ditawarkan relatif lebih murah dibanding kompetitor. Memiliki pelayanan yang ramah. Produk yang ditawarkan bervariasi. Memiliki likes atau pengikut yang cukup banyak. 	<p><i>Weakness</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Belum memiliki identitas visual. Belum memiliki ciri khas dari segi desain. Ilustrasi karakter yang belum konsisten.
<p><i>Opportunity</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Jumlah traffic audience di Facebook yang cukup tinggi & terus berkembang. Memiliki konsumen yang loyal sehingga dapat mempromosikan page Wonderland ID melalui fitur “share” di Facebook. 	<p><i>Threat</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Banyaknya kompetitor yang memiliki jenis produk yang sama Adanya kompetitor yang lebih dikenal di masyarakat.

Tabel 2. Analisis matriks SWOT Wonderland ID

<p><i>Strenght x opportunity</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Merancang identitas visual dan desain lainnya yang mencerminkan kelebihan Wonderland ID yang dapat membuat konsumen tertarik dan pada akhirnya membagikannya melalui fitur “share” di Facebook. Mencoba merangkul target market dengan mengontrol traffic audience Wonderland ID. 	<p><i>Weakness x oppotunity</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Lebih menonjolkan citra yang ingin dibangun di mata masyarakat. Memanfaatkan perkembangan platform sosial media untuk mempermudah komunikasi dengan target konsumen
<p><i>Strenght x threat</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Mengkomunikasikan kelebihan Wonderland ID melalui identitas visual. 	<p><i>Weakness x threat</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Merancang identitas visual agar berbeda dengan kompetitor lain juga dikenal di masyarakat. Memaksimalkan identitas visual terutama logo agar dapat menarik audiens via online.

Berikutnya adalah proses mindmapping atau *brainstorming*, yaitu merupakan proses yang dapat menghasilkan ide dengan cara menuliskan semua hal yang terlewat pada pikiran, tidak memperdulikan hal yang aneh atau tidak ada hubungannya, karena hal tersebut dapat memengaruhi atau membuat suatu ide atau inspirasi yang bagus. [5]



Gambar 2. Mindmap Wonderland ID

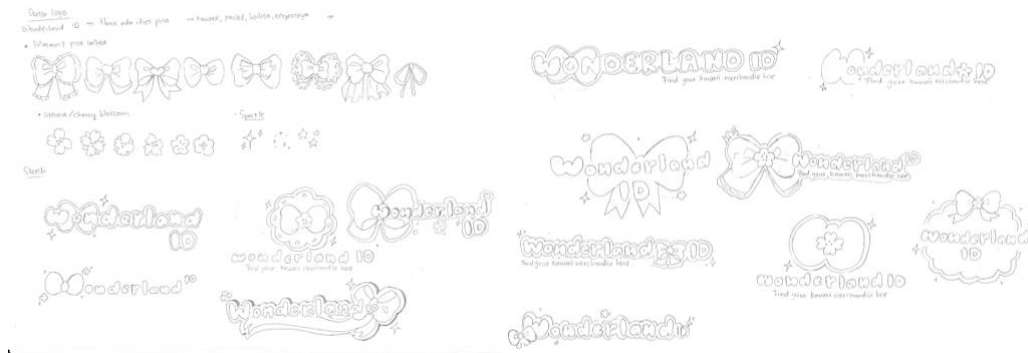
Mindmap dibuat dengan meletakkan kata Wonderland ID di tengah, kemudian kata kunci yang berkaitan dengan pesan utama pada brief, yaitu 'pastel', 'kawaii', 'lolita' dan 'terpercaya' dikembangkan. Dari mind map dipilih kata kunci 'sakura', 'sparkle' dan 'pita lolita' untuk divisualkan ke dalam moodboard. Penyusunan mood board diawali dengan kata kunci berupa konsep visual, di mana elemen-elemen desain grafis secara spesifik sudah muncul pada mood board. [6]



Gambar 3. Moodboard Wonderland ID

Setelah mendapatkan visual yang diinginkan, maka proses selanjutnya adalah membuat beberapa sketsa kasar atau thumbnails untuk membuka ide dalam

perancangan logo Wonderland ID, maka sketsa yang dihasilkan adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Sketsa kasar Wonderland ID

Dari 13 sketsa, berikut adalah salah satu yang terpilih menjadi logo Wonderland ID:



Gambar 5. Sketsa logo Wonderland ID terpilih

Bentuk *logogram* adalah bentuk dari pita yang berasal dari pita maid lolita. Memiliki arti untuk siap melayani pelanggan dan sikap terbuka karena pita adalah benda yang mudah dibentuk, selain itu pita lolita juga mewakili citra yang ingin disampaikan oleh Wonderland ID. Pada sketsa ini terdapat *logotype* dengan menggunakan tipografi dekoratif atau *miscellaneous* yang berbentuk *rounded* dan gempal, memberi kesan feminim dan imut. Juga terdapat bunga sakura yang melambangkan citra yang diberikan Wonderland ID adalah *style kawaii* yang berasal dari *pop-culture* Jepang, dan memiliki arti keberuntungan. Selain itu adanya *sparkle* juga mengartikan jika Wonderland ID adalah toko daring yang terpercaya dan memberi kesan *magical*. Setelah sketsa terpilih, selanjutnya adalah digitalisasi yaitu sketsa yang terpilih didigitalisasi dengan penambahan efek, warna ataupun pengembangan lainnya di komputer. Hasilnya adalah sebagai berikut:



Gambar 6. Logo dan kode warna logo Wonderland ID

Logo Wonderland ID adalah logo yang memiliki logotype dan logogram yang terpisah sehingga memiliki kesan fleksibel. Selain itu logo Wonderland ID menggunakan warna pastel dan memiliki kesan yang feminin. Warna pink mengartikan feminin dan kelembutan serta imut, sedangkan kuning melambangkan keceriaan^[7] dimana warna-warna pada logo tersebut cocok dengan citra yang ingin dibangun Wonderland ID. Terdapat juga versi warna putih dari logo Wonderland ID.



Gambar 7. Versi warna putih logo Wonderland ID

Logo yang terpilih akan digunakan untuk media turunan seperti postcard dan stiker label untuk paket kemasan.



Gambar 8. Desain media turunan Wonderland ID

Setelah mendesain media turunan, maka proses selanjutnya adalah modelling dan menghasilkan mock up sebagai berikut:



Gambar 9. Mock up media turunan Wonderland ID

SIMPULAN

Serupa dengan proses perancangan logo pada umumnya seperti perancangan logo perusahaan, perancangan logo pada toko daring Wonderland ID juga dibutuhkan data yang terkait, pertimbangan consumer insight, hingga SWOT. Logo Wonderland ID ini dirancang dengan menerapkan kata kunci dan visual kunci yang berkaitan citra yang ingin diciptakan dan sesuai dengan data yang didapat. Proses perancangan logo diawali dari brainstorming ide atau mindmapping, Dari mind mapping akan dihasilkan kata kunci yaitu sparkle, symbol hati, pita lolita dan sakura. Kata kunci yang ada dicoba divisualkan dan dikumpulkan lalu disusun menjadi kumpulan gambar yang dinamakan moodboard. Moodboard menghasilkan visual kunci, yang kemudian berkembang menjadi elemen visual dan gaya visual dalam perancangan yang menghasilkan kumpulan sketsa kasar dan setelah itu dipilihlah logo yang sudah didiskusikan dan disepakati untuk didigitalisasi, menghasilkan logo Wonderland ID dengan citra kawaii/imut dan pastel juga terpercaya yang diharapkan lebih dikenal serta diingat oleh para konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Rustan, *Mendesain logo*. Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- [2] S. Rustan, *Font And Tipografi*. Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- [3] P. Arwendha, D. T. Ardiyanto, dan N. Bahari, "PERAN LOGO UMBUL SIBLARAK DALAM BILLBOARD WISATA UMBUL SIBLARAK," dalam *PROSIDING SEMINAR NASIONAL CENDEKIAWAN*, 2019, hlm. 2–66.
- [4] R. Landa, *Graphic design solutions*. Cengage Learning, 2018.
- [5] R. Hembree, *The complete graphic designer: a guide to understanding graphics and visual communication*. Rockport publishers, 2014
- [6] A. Anggarini, D.A. Natalia, dan I. Saripudin, "ALTERNATIF MODEL PENYUSUNAN MOOD BOARD SEBAGAI METODE BERPIKIR KREATIF DALAM PENGEMBANGAN KONSEP VISUAL", dalam *Journal Printing and Packaging Technology*, 2020, hlm. 1-7
- [7] A. S. Lia dan K. Nathalia, "Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula," *Nuansa Cendikia Bdg.*, 2014.