



## Visual Identity Velocity Burger & Coffee Kota Padang

**Kevin Hasbi Apriarto**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni,  
Universitas Negeri Padang

**San Ahdi**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni,  
Universitas Negeri Padang

Korespondensi penulis : [kevinhasbi.kh@gmail.com](mailto:kevinhasbi.kh@gmail.com)

**Abstract.** *This design is designed in such a way as to produce an alternative media for consumers from Velocity Burger & Coffee to know more about the products being sold and what merchandise is provided by Velocity Burger & Coffee. The problem identified is the number of visitors or customers who do not know what products they sell, and what facilities are provided by Velocity Burger & Coffee. To find a way out of the above problems, the SWOT analysis method is used which stands for strengths, weaknesses, opportunities, threats. This method begins with finding and understanding the problems experienced based on data, then proceed with designing the media from the results of previous data analysis, then developing or designing from the initial design, and the final design results are disseminated through several digital platforms or print outs. This design will produce an output, namely media posters, roll up banners as media to convey information regarding products and merchandise sold by Velocity Burger & Coffee. Making media posters and roll up banners has proven effective in increasing awareness and attracting people to buy food and beverage products from Velocity Burger & Coffee. This is evident from the fact that the message conveyed in the poster media is easily understood by the target audience. And besides designing the main media, several supporting media were also designed, such as: Posters, Roll Up Banners, Social Media, Totebags, Accessories, T-shirts, Lighters, and Stickers.*

**Keywords:** *Poster, Socia Media, Velocity Burger & Coffee Padang City*

**Abstrak.** Perancangan inidirancang sedemikian rupa untuk menghasilkan sebuah media alternatif bagi konsumen dari Velocity Burger & Coffee untuk lebih mengetahui produk yang dijual dan merchandise apa saja yang disediakan oleh Velocity Burger & Coffee. Masalah yang diidentifikasi adalah banyaknya pengunjung ataupun pelanggan yang belum mengetahui produk apa saja yang dijualnya, dan fasilitas apa saja yang disediakan oleh Velocity Burger & Coffee. Untuk menemukan jalankeluar dari masalah diatas, digunakan metode analisis SWOT yang merupakan singkatan dari strengths, weakness, opportunities, threats. Metode ini diawali dengan mencari dan memahami permasalahan yang dialami berdasarkan data, kemudian dilanjutkan dengan merancang media dari hasil analisa data sebelumnya, kemudian pengembangan atau perancangan dirancangan awal, dan hasil perancangan yang sudah final disebarkan melalui beberapa platform digital atau print out. Perancangan ini akan menghasilkan sebuah output yaitu media poster, roll up banner sebagai media untuk menyampaikan informasi terkait produk dan merchandise yang dijual oleh Velocity Burger & Coffee. Pembuatan media poster dan roll up banner ini terbukti efektif untuk meningkatkan awareness dan daya tarik orang-orang untuk membeli produk makanan dan minuman dari Velocity Burger & Coffee. Hal ini terbukti dari yang dimana pesan yang disampaikan dalam media poster mudah dipahami oleh target audience. Dan selain perancangan media utama, dirancang juga beberapa media pendukung seperti: Poster, Roll Up Banner, Social Media, Totebag, Aksesoris, T-shirt, Korek Api, dan Sticker.

**Kata kunci:** Poster, Socia Media, Velocity Burger & Coffee Kota Padang

### INTRODUCTION

*Lifestyle* atau gaya hidup masyarakat di era saat ini telah mengalami perkembangan dan perubahan. Gaya hidup bukan lagi soal penampilan, kegiatan duduk santai kini juga menjadi kegiatan yang dilakukan anak anak remaja sampai dewasa di suatu tempat untuk berkumpul dan melakukan kegiatan mengisi waktu luang dan saling

berbagi cerita. Kegiatan duduk santai menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian lebih dalam. Dengan fenomena inilah, duduk santai seperti di angkringan, cafe dan juga restoran, semakin kreatif untuk menciptakan tempat istirahat yang nyaman, santai, asyik, dan membuat betah para pengunjungnya. Secara tidak langsung, dengan melakukan promosi lewat media sosial, banyak orang yang ikut mempromosikan tempat nongkrong, dengan konsep tempat tersebut memiliki suasana yang sangat fotogenik atau Bahasa yang sering kita dengar “*instagramable*” untuk konsumen berfoto-foto yang dimana era ini sangat disukai oleh kalangan anak muda. Namun untuk memperkenalkan barang atau produk dibutuhkan identitas yang kuat untuk menghadapi persaingan pasar target *audience* yang baik dalam ruang lingkup daerah, nasional, bahkan internasional, begitu pun dengan cafe Velocity Burger & Coffee.

*Visual identity* atau identitas merek yang menjadi dasar untuk sebuah pengakuan. *Visual identity* mewakili makna yang simbolis oleh *brand* yang tidak dapat dikatakan oleh kata-kata. Dalam membentuk suatu identitas yang baik dan benar agar sebuah *merk* mudah diingat oleh konsumen, logo merupakan salah satu hal yang penting yaitu sebagai identitas produk yang paling utama.

Berdasarkan observasi di lapangan yang penulis lakukan pada 2 April 2022, *visual identity* dari cafe Velocity Burger & Coffee tersebut memang mempunyai makna dari jenis produk makanan dan minuman yang dijualnya, terkecuali pada *logotype* yaitu “velocity” karna kata velocity tersebut berasal dari nama dari komponen mesin, yaitu “kecepatan” yang biasanya cafe di tempat lain harus menunggu di meja untuk menunggu minumannya dibuat, dari arti kata “kecepatan” itu lah *customer* tidak perlu menunggu lama dimeja karna pada saat *customer* memesan minumannya di kasir, saat itulah minuman pesannya langsung dibuat oleh Barista yang berada di sebelah kasir, dan setelah pembayaran selesai, *customer* dapat langsung mengambil minumannya.

*Visual identity* dari cafe Velocity Burger & Coffee saat ini merupakan logo yang memiliki makna dan arti. Namun, belum merepresentasikan arti dari nama “velocity” itu sendiri. Dari kesekian cabang Cafe tersebut, masing-masing cabang memiliki logo yang berbeda-beda. Karena ini dibutuhkan pemahaman cukup agar logo yang dibuat mendekati dari nama cafe yang seharusnya. Karena latar belakang tersebut sangat penting untuk *redesign visual identity* cafe Velocity Burger & Coffee. Dengan dilakukannya *visual identity* ini diharapkan cafe Velocity Burger & Coffee dapat bersaing dengan kompetitornya, dan bisa membangun *brand awareness* cafe Velocity Burger & Coffee yang kemudian membuat

persepsi, dan akan menjadi pembeda dengan cafe lainnya. Dengan demikian, judul dari laporan Karya Akhir ini adalah “**Visual Identity Cafe Velocity Burger & Coffee Kota Padang**”.

## **METHOD**

Metode yang digunakan dalam merancang *visual identity* cafe Velocity adalah metode *Design Thinking*, yang merupakan metode baru dalam melakukan proses mendesain. Beberapa tahapan yang harus dilakukan pada *design thinking*, sebagai berikut:

### 1. Empathize

Pada tahapan ini, peneliti akan mencari suatu objek yang sesuai dengan yang dituju, maka seorang desainer perlu memahami kondisi dan situasi dari objek yang akan dirancang. Hal ini dapat dilakukan dengan diawali mengumpulkan data visual dan data verbal, dan melihat fenomena, masalah yang terjadi dan penulis ikut dalam proses tersebut agar dapat memahami target. Serta mengumpulkan data yang sesuai dengan perancangan, peneliti akan melakukan dokumentasi.

### 2. Define

Pada tahap kedua ini perlu dilakukan pengumpulan data informasi yang telah dibuat dan dikumpulkan dalam fase *empathize*.

### 3. Ideate

Pada tahap ketiga akan dilakukan proses *design thinking*, desainer siap untuk mencari ide.

### 4. Prototype

Fase eksperimental, tujuannya adalah untuk mengidentifikasi solusi yang terbaik untuk setiap masalah yang akan diidentifikasi selama ketiga tahap pertama.

### 5. Test

Tahap akhir dari *design thinking*, dalam proses berulang, yang dihasilkan selama fase testing sering digunakan untuk mendefinisikan kembali satu atau lebih dari masalah dan untuk menginformasi pemahaman pengguna, bagaimana orang berpikir, berperilaku, merasakan, dan berempati

## Metode Analisis Data

Dalam perancangan *visual identity* maka digunakan analisis SWOT yang merupakan singkatan dari *strengths*, *weakness*, *opportunities*, *threats*. Perancangan strategi tersebut untuk kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) pada identitas usaha. Sarwono Lubis (2007:18) menjelaskan analisis SWOT terutamadipergunakan untuk menilai dan menilai ulang evaluasi hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimalkan resiko yang mungkin akan timbul.

### 1. Strengths

Menganalisis data usaha cafe Velocity yang ditunjukkan keunggulan usaha tersebut dari competitor, seperti produk, pemasaran, dan kualitas yang dimilikinya. Kekuatan pada usaha café tersebut yaitu:

- a. Usaha cafe ini memiliki tempat yang cukup strategis.
- b. Fasilitas dan kondisi usaha yang nyaman, baik, dan higienis.
- c. Merupakan usaha yang memiliki potensi yang tinggi di era saat ini.
- d. Pelayanan yang baik dan ramah, serta menjaga citra rasa pada makanan dan minuman yang ada pada cafe tersebut.
- e. Promosi usaha dilakukan langsung, serta memanfaatkan media *online*.

### 2. Weakness

Menganalisis salah satu sisi kelemahan yang dimiliki oleh cafe dalam identitas perusahaan, aktivitas pemasaran, kesamaan produk dengan kompetitor dan lokasi usaha.

- a. Kelemahan dari usaha cafe tersebut berupa identitas visual yang belum efektif.
- b. Serta pencitraan yang belum optimal.

### 3. Opportunities

Menganalisis peluang yang telah dimiliki oleh cafe, sehingga bisa mengembangkan dan membangun usaha kedepannya. *Opportunities* dari cafe Velocity ini yaitu:

- a. Cafe memiliki potensi yang baik dalam perkembangannya, tapi perlu di butuhkan suatu promosi yang unik dan menarik untuk dapat dikenal oleh masyarakat.
- b. Dibutuhkan terobosan yang baru dan fresh, karena masyarakat sekarang tertarik dengan hal-hal baru.

#### 4. Threats

Dapat menganalisa ancaman dari competitor yang memiliki identitas usaha yang baik, lokasi yang strategis, usaha yang menarik, modal lebih besar, dan kualitas produk yang lebih bermutu dan murah.

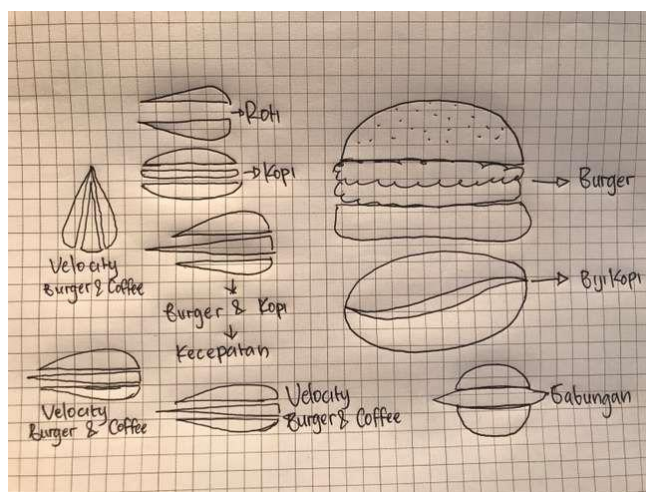
## RESULT AND DISCUSSION

Perancangan identitas visual ini diawali dengan pembuatan logo sebagai identitas awal dari Cafe Velocity Burger & Coffee. Dalam perancangan logo sebagai identitas Cafe Velocity Burger & Coffee semua unsur visual, huruf, dan warna tidak hanya berfungsi untuk memperindah tampilan logo saja, tetapi juga berfungsi sebagai perwakilan identitas dari Cafe Velocity Burger & Coffee. Dalam perancangan ini konsep yang digunakan adalah hasil dari *mind mapping* penulis rancang sehingga akan diperoleh beberapa konsep dan elemen data yang akan mampu menunjang proses perancangan identitas visual.

### Pendekatan Visual

#### a. Data Visual Logo

Bentuk dari *visual identity* Cafe Velocity Burger & Coffee Padang ini penulis meredesain dari kata “Velocity” dan *logogram* yang terinspirasi dari kecepatan dan *logotype* dirancang menggunakan font *Poppins* perancangan redesain ini menggabungkan beberapa bentuk dengan menyederhanakan bentuknya menggunakan teori *gestalt*.



**Gambar 1.** Data Visual Logo

**b. Tipografi**

Alternatif tipografi yang akan digunakan dalam perancangan *visual identity* Cafe Velocity Burger & Coffee adalah:




**Tabel 1.** Alternatif Tipografi

<b>Nama Huruf</b>	<b>Bentuk Huruf</b>	<b>Kesan</b>
Poppins	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890	Simple, tegas, tebal dan mudah dibaca
Montserrat	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890	Simple, lebih kuat, tegas dan mudah dibaca

**c. Warna**

Warna yang akan digunakan dalam aplikasi *software* computer, untuk perancangan redesain *visual identity* Cafe Velocity Burger & Coffee Kota Padang diantaranya adalah:

**Tabel 2.** Warna CMYK

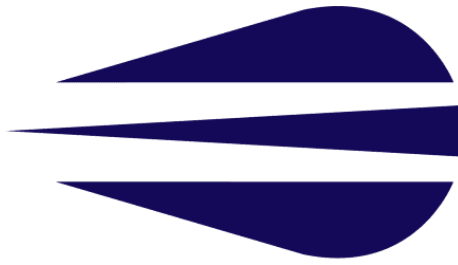
<b>Warna</b>	<b>C</b>	<b>M</b>	<b>Y</b>	<b>K</b>
	100%	83%	42%	39%
	87%	40%	38%	8%
	78%	42%	27%	0%

**1. Final Design Logo**



**Gambar 2.** Final design logo

### a. Deskripsi Logo



**Gambar 3.** Deskripsi *Logogram* Cafe Velocity Burger & Coffee

Identitas Visual Cafe Velocity Burger & Coffee menggunakan *logogram*, *logotype*, dan *tagline*. *Logogram* Cafe Velocity Burger & Coffee diambil dari bentuk kopi dan burger yang telah distilasi dengan sedemikian rupa, sehingga menjadi sebuah *logogram*.

**VELOCITY**  
Burger & Coffee

**Gambar 4.** Deskripsi *Logotype* Cafe Velocity Burger & Coffee

“Velocity Burger & Coffee” merupakan nama yang dipilih dari pemilik cafe Velocity Burger & Coffee yaitu Rizo Nakamiko. Jenis *font* yang di gunakan yaitu *myriad pro* karena lebih berkesan elegan dan *modern*.

## Final Desain

### 1. Media Utama

#### a. Mockup Manual Book



**Gambar 5.** *Mockup manual book*

## 2. Media Pendukung

### a. Roll Up Banner



**Gambar 6.** *Mockup roll up banner*

### b. Poster



**Gambar 7.** *Mockup poster*



**c. T-shirt**



**Gambar 8.** *Mockup t-shirt*

**d. Totebag**



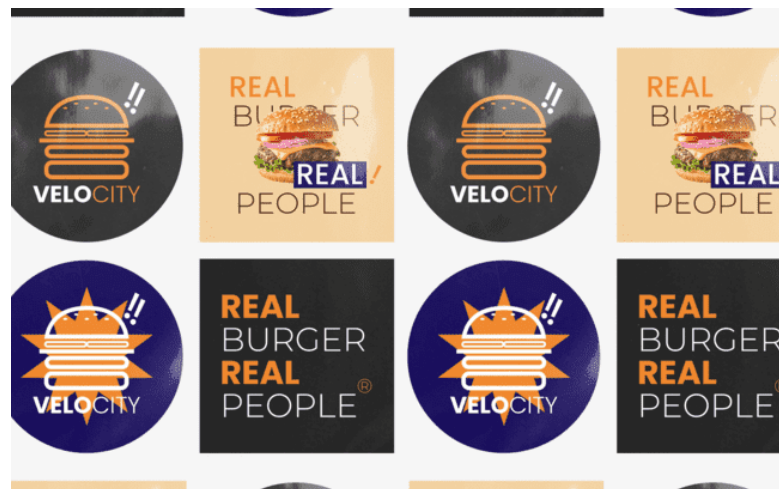
**Gambar 9.** *Mockup totebag depan belakang*

e. Apron



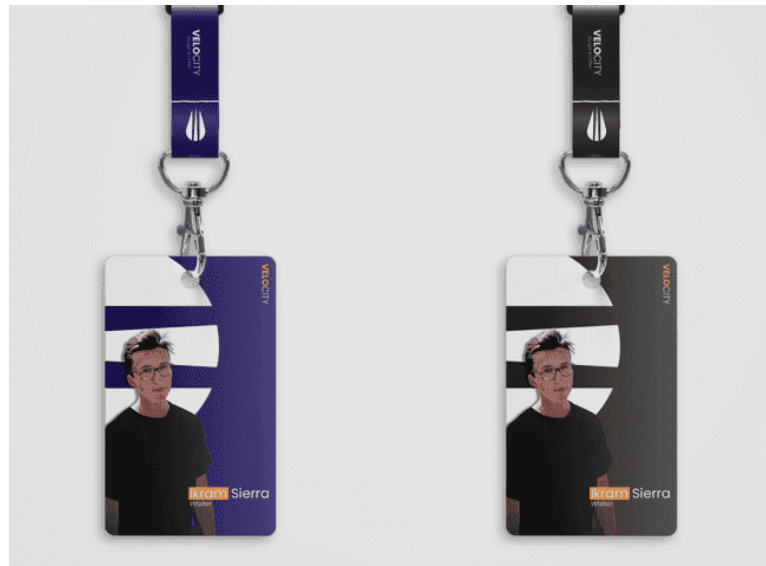
Gambar 10. Mockup apron

f. Sticker



Gambar 11. Mockup sticker

**g. Id-Card**



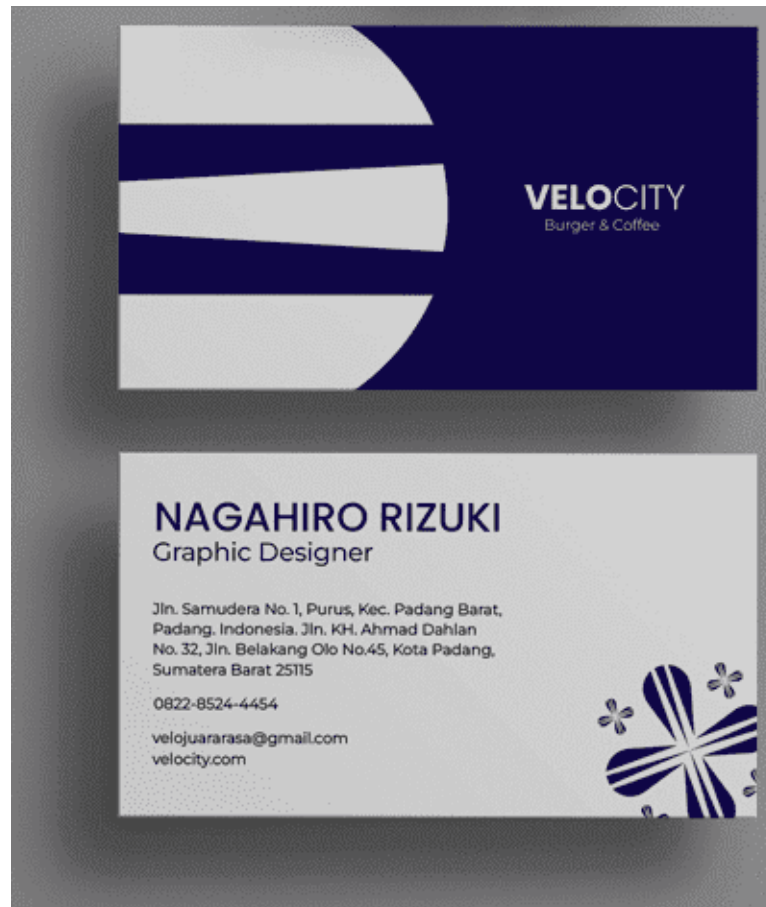
**Gambar 12.** *Mockup id-card*

**h. Gelang**



**Gambar 13.** *Mockup gelang*

i. Kartu Nama



Gambar 14. Mockup kartu nama depan belakang

j. Menu



Gambar 15. Mockup menu

**l. Tumbler**



**Gambar 16.** *Mockup tumbler*

**m. Korek Api**



**Gambar 17.** *Mockup korek api hitam dan putih*

## CONCLUSION

### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dalam redesain visual identity Cafe Velocity Burger & Coffee ini diawali dengan mengumpulkan data-data, latar belakang berdirinya Cafe Velocity Burger & Coffee, kelemahan, keunggulan, keunikan, dan segala yang berhubungan dengan Cafe Velocity Burger & Coffee, data verbal dan maupun data visual, menjadi dasar dari redesain *visual identity*, dalam pembahasan yang telah ditemukan disini penulis mencoba untuk meredesain Cafe Velocity Burger & Coffee untuk meningkatkan produk agar lebih dikenal oleh konsumen. Dengan demikian, penulis meredesain sebuah identitas visual yang berupa logo, terinspirasi dari penyederhanaan bentuk nama Velocity yang terinspirasi dari suatu komponen mesin dan juga sebagai elemen utama.

Pembentukan identitas visual Cafe Velocity Burger & Coffee, disesuaikan dengan target *audience* yang dituju, sehingga dengan perancangan media yang dipilih dapat tepat pada sasaran. Dengan hal ini berkaitan dengan bentuk, warna, dan gaya desain yang nantinya akan melahirkan sebuah persepsi tersendiri dari benak para target *audiens*. Proses perancangan logo Cafe Velocity Burger & Coffee, penulis banyak mempertimbangkan bentuk visual, warna, dan tipografi dapat mencapai tujuan dalam sebuah identitas.

### B. SARAN

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan *visual identity* Cafe Velocity Burger & Coffee di atas penulis akan membuat beberapa saran yaitu:

1. Dalam perancangan logo, sebaiknya dilakukan pemantapan ide yang sesuai dengan karakter produk agar lebih mendapatkan hasil yang sangat maksimal.
2. Perancangan logo ini akan menghasilkan bentuk visual yang baik dan benar jika dengan sketsa dan beberapa alternatif desain logo yang bervariasi.

**REFERENCE/ RUJUKAN**

- Rustan, Suriyanto. (2009). Mendesain Logo. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sihombing, Danton. 2001. Tipografi Dalam Desain Grafis. Jakarta: GRAMEDIA.
- Landa, R. (2014). Graphic Design Solutions (5th ed.). Cengage Learning.
- Kusrianto, Andi. 2007. Pengantar Desain komunikasi Visual. CVAndi: Yogyakarta.
- Cass, Jacob. (2009). What Makes a Good Logo. Articles Just Creative.
- Anies Choirunnisa / IKONIK: Jurnal Seni dan Desain, Vol 2, Januari 2020.
- Sarwono, Jonatan & Lubis, Hary. 2007. Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: CV Andi.
- Murti, A. C. (2010). Analisis Pengaruh Modal intelektual terhadap kinerja perusahaan. Yogyakarta.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd (2009). Nirmana Dasar-dasar Seni dan Desain. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.