

## Perancangan Identitas Visual Pada UMKM Mieyen Di Kota Depok, Jawa Barat

Dadang Mulyana <sup>1\*</sup>, Ivan Faturrahman <sup>2</sup>, Fikri Haikal <sup>3</sup> Hafidh Rizieq Syahreza <sup>4</sup>,  
Muhammad Naufal <sup>5</sup> Adhi Isya Wardahana <sup>6</sup>, Adji Ramadhan Tri Pangestu <sup>7</sup>

Sekolah Tinggi Desain Interstudi

### **Abstract:**

*The culinary business is currently the favorite business, especially during the Covid-19 pandemic, so every culinary business must continue to innovate, include create a good brand identity in order to compete and be a differentiator with similar competitors. Mieyen is one of the culinary to selling Mie Tarik but does not yet have a brand identity, that is a logo for the business. So this community service activity is carried out of Mie Tarik Mieyen, help to create a business identity in the form of a new logo and the application of the logo on the packaging and sales notes, the application of the logo is made in the form of a sticker so that it is more economical. The expected result of this activity is that consumers and potential consumers remember visually and are interested to buy some foods at the Mie Tari Mieyen.*

**Key Words:** Visual Identity, Culinary Business

### **Abstrak:**

Bisnis kuliner saat ini menjadi primadona terutama di masa pandemi Covid-19, sehingga setiap bisnis kuliner harus terus melakukan inovasi diantaranya menciptakan identitas brand yang baik agar dapat bersaing dan menjadi pembeda dengan kompetitor yang sejenis. UMKM Mieyen merupakan salah satu UMKM kuliner dengan menjual mie tarik namun belum memiliki identitas brand yaitu logo untuk usahanya. Maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan UMKM Mie Tarik Mieyen dengan membantu membuat identitas usaha berupa logo baru serta penerapan logo tersebut pada kemasan dan nota penjualan, penerapan logo dibuat dalam bentuk sticker sehingga lebih ekonomis. Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini ialah konsumen maupun calon konsumen mengingat secara visual dan tertarik untuk membeli makanan di UMKM Mie Tari Mieyen.

**Kata Kunci:** Identitas Visual, Bisnis Kuliner

## PENDAHULUAN

Logo merupakan suatu identitas perusahaan atau usaha yang memiliki makna akan perusahaan/usaha itu sendiri. Suatu logo akan membuat masyarakat mengingat dan mengenal suatu bentuk entitas tanpa harus membaca deskripsi maupun penjelasan tentang entitas tersebut. Selain itu logo memiliki tujuan untuk melakukan branding dan memasarkan produk tersebut agar diterima masyarakat luas. Logo juga mengandung filosofi tertentu dan kerangka dasar berbentuk konsep yang bertujuan guna menciptakan sifat mandiri. Selain itu, setiap bentuk logo juga wajib mempunyai suatu ciri khas tertentu untuk membedakan logo yang satu dengan logo yang lainnya, baik itu dari segi bentuk maupun warnanya. Sejatinya, fungsi logo pada perusahaan sebagai simbol pengingat produk bagi konsumen. Penggunaan sebuah logo pada produk atau kemasan produk akan membantu konsumen mengingat produk lebih mudah.

Setiap perusahaan membutuhkan logo untuk memperkuat identitas perusahaan itu sendiri, logo juga bisa mewakili unsur identitas perusahaan secara detail dan dari berbagai unsur identitas dibuat menjadi satu-kesatuan yang dikemas menjadi logo yang sesuai dengan perusahaan itu sendiri. Mieyen sebagai UMKM bidang kuliner yang menjual mie tarik yang berlokasi di Kota Depok belum memiliki logo sebagai identitas visual usahanya, maka dari itu kegiatan PkM ini dilakukan untuk membantu merancang logo untuk usaha Mieyen yang dapat diingat konsumen dan menjadi pembeda dengan kompetitor lain.

## METODE PELAKSANAAN

Waktu pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yaitu sejak bulan April sampai bulan Agustus 2021. Tempat pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan di rumah mahasiswa praktik dengan memanfaatkan media internet, dikarenakan bertepatan dengan adanya pandemik Covid-19. Dan dilakukan 2 kali pertemuan langsung dengan pemilik usaha usaha Mieyen yang berlokasi di Jalan Bojongsari, Sawangan, Kota Depok, Jawa Barat, untuk melakukan distribusi hasil produk pengabdian masyarakat. Khalayak sasaran yang dituju dalam kegiatan ini terdiri dari 3 aspek:

1. Demografis:
  - a. Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
  - b. Usia : 23-50 tahun
  - c. Status: Menengah ke atas
  - d. Pekerjaan : Skala Umum
2. Geografis: Berada di kawasan Sawangan, Kota Depok.
3. Psikografis: Masyarakat yang menyukai minuman Bakmie, dan menyukai makanan praktis

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program adalah berperan aktif dalam setiap kegiatan yang di programkan dan sanggup mengimplementasikan hasil kegiatan. Waktu kegiatan untuk menghasilkan solusi masalah yang ditawarkan kepada mitra, disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

| No. | Nama Kegiatan                             | Waktu Kegiatan |     |      |      |         |
|-----|---|----------------|-----|------|------|---------|
|     |   | April          | Mei | Juni | Juli | Agustus |
| 1.  | Penetapan Judul Kegiatan                  |                |     |      |      |         |
| 2.  | Analisis identitas perusahaan (Observasi) |                |     |      |      |         |
| 3.  | Pembuatan Proposal                        |                |     |      |      |         |
| 4.  | Persiapan perancangan desain logo         |                |     |      |      |         |
| 5.  | Pelaksanaan perancangan desain logo       |                |     |      |      |         |
| 6.  | Proses mencetak logo                      |                |     |      |      |         |
| 7.  | Mendistribusikan Hasil logo               |                |     |      |      |         |
| 8.  | Penyelesaian Hasil Proposal               |                |     |      |      |         |

Rincian anggaran biaya dalam program Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat dijabarkan ke dalam beberapa komponen-komponen yang sangat menunjang keberhasilan kegiatan tersebut

Tabel 2. Rincian Anggaran Biaya

| No           | Jenis                   | Keterangan                     | Jumlah  | Harga                |
|--------------|-------------------------|--------------------------------|---------|----------------------|
| 1            | Dana Operasional        | Makan, Transportasi, Observasi | -       | Rp. 1.000.000        |
| 2            | Cetak Sticker & Cutting | Sticker Vinyl                  | 200     | Rp. 450.000          |
| 3.           | Cetak Nota              | Buku Nota                      | 2 pcs   | Rp. 250.000          |
| 4.           | Cetak Packaging         | Kotak Makanan                  | 200     | Rp. 500.000          |
| 3.           | Cendamate               | Untuk owner Mieyen             | 1 paket | Rp. 300.000          |
| <b>Total</b> |                         |                                |         | <b>Rp. 2.500.000</b> |

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Mieyen menjual mie tarik dengan sederhana dan lebih ekonomis, maka desain logo dirancang dengan penempatan tanpa ketentuan dan tidak presisi. Penerapan logo dibuat menjadi sticker yang dapat ditempel pada kemasan. Dengan sticker, identitas visual tetap diaplikasikan dengan bentuk yang lebih ekonomis. Luaran dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berupa identitas visual yaitu desain logo baru UMKM Mie Tari Mieyen. Dengan identitas visual baru diharapkan konsumen maupun calon konsumen mengingat secara visual dan tertarik untuk membeli makanan di UMKM Mie Tari Mieyen. Berikut hasil desain logo baru tersebut:



Gambar 1. Desain Logo Mieyen

Desain logo yang sudah dibuat selanjutnya diterapkan pada beberapa produk tabahan di usaha Mieyen, produk tambahan tersebut yaitu:

- a. Kemasan (*Packaging*)



Gambar 2. Penerapan Logo Di Kemasan

