Gaya Ilustrasi Damar Kurung Pada Konsep Desain *Brand Identity* Sebagai Daya Tarik Visual Kemasan Sapit Bandeng Bu Amiroh Gresik dan Strategi Promosi

*Silvi Firma Alif¹, Taufik Murtono²

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta^{1,2}

Abstract

Sapit Bandeng is a typical food from the Gresik region, one of the producers is Mrs. Amiroh. This study aims to design a brand identity and promotion of milkfish sapit Mbok Amiroh-Gresik. The creation process carried out at the stage of making this work uses field research methods, namely direct observation, making alternative designs, selecting designs, applying designs, and final art work. The design is adapted from the illustration of Damar Kurung which is the mascot of Gresik City. This design resulted in the main logo and packaging designs as well as stationaries, merchandise, advertisements in the Jawa Pos newspaper, and mural advertisements on the walls as part of the promotional strategy.

Keywords: *Brand identity, Damar Kurung, Sapit milkfish, and Gresik*

Artikel History

Dikirim: 17 Sept. 2021

Revisi : 30 Okto.2021

Diterima: 26 Nop. 2021

Abstrak

Sapit Bandeng merupakan makanan khas daerah Gresik, salah satu produsennya adalah Bu Amiroh. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *brand identity* dan promosi sapit bandeng Mbok Amiroh-Gresik. Proses penciptaan yang dilakukan pada tahap pembuatan karya ini menggunakan metode riset lapangan yaitu pengamatan langsung, pembuatan alternatif desain, pemilihan desain, pengaplikasian desain, dan *final art work*. Desain yang dibuat mengadaptasi dari ilustrasi Damar Kurung yang merupakan maskot dari Kota Gresik. Perancangan ini menghasilkan desain logo dan *packaging* yang utama serta *stationaries*, *marchandise*, iklan pada koran Jawa Pos, iklan mural di tembok sebagai bagian dari strategi promosi.

Kata Kunci: *Brand identity, Damar Kurung, Sapit bandeng, dan Gresik*

Corresponding author.

Alamat E-mail: silvi.firma.alif@gmail.com

This is an open-access article under the CC-BY-SA license

PENGANTAR

Daerah Gresik banyak dijumpai area pertambakan yang membudidayakan berbagai macam ikan. Salah satu jenis ikan yang banyak dibudidayakan adalah ikan bandeng. Bandeng merupakan sejenis ikan yang bisa hidup di kondisi air tawar maupun asin. Ikan ini banyak diminati oleh masyarakat karena harganya yang relatif murah dan banyak yang membudidayakannya. Karena kondisi geografis tersebut menjadikan daerah Gresik memiliki makanan khas dengan olahan Bandeng, misalnya diolah menjadi otak-otak, presto, sapit bandeng, dan lain-lain.

Banyak masyarakat yang sudah mengenal jenis makanan tersebut terutama otak-otak dan bandeng presto, namun Sapit Bandeng tidak begitu dikenal oleh masyarakat karena proses pembuatan dan yang memproduksinya hanya sedikit. Salah satu produsen yang memproduksi ketiga makanan tersebut adalah Bu Amiroh di Desa Betoyokauman. Bu Amiroh memasarkan produknya melalui media komunikasi dan konsumennya sendiri lebih banyak dari luar daerah seperti Surabaya dan Sidoarjo. Aspek desain produk tersebut masih sederhana dan tidak memiliki logo perusahaan, *packaging* yang digunakan juga sederhana dengan menggunakan kardus putih biasa yang ditempel *sticker*.

Gambar 1: Produk Sapit Bandeng Bu Amiroh
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2018)

Berdasarkan pada penjabaran di atas, maka dijadikan sebagai dasar dalam perancangan ini, untuk mengenalkan Sapit Bandeng Bu Amiroh sebagai produk oleh-oleh makanan khas Gresik dengan meningkatkan kualitas terhadap identitas melalui

penciptaan *brand identity* dan promosi produk. ketika membangun sebuah *brand* tidak selalu membutuhkan uang, tetapi membutuhkan ide dan tulisan yang bisa menjadi pijakan kedepan, karena membangun *brand* adalah usaha membangun pijakan yang kuat (Hendroyono. 2014:16). Agar desain memiliki keunikan maka dibuat dengan mengaplikasikan ilustrasi gaya Damar Kurung yang merupakan identitas budaya lokal kota Gresik dalam desain. Damar Kurung merupakan lampion yang terdapat sarung yang membungkus dengan media kertas dan terdapat hiasan atau motif yang unik. Bentuk Damar Kurung sendiri segi empat dan menggunakan kerangka bambu (Koeshandari. 2009: 61-62).

Literatur Review dan Landasan Teori

Berdasarkan beberapa rujukan artikel ilmiah yang menjelaskan tentang pentingnya redesain *packaging* dari otak-otak bandeng Bu Muzanah, juga terdapat hasil redesain *packaging* produk yang dapat digunakan sebagai bahan referensi desain. Artikel ilmiah dari Shelvy Wijayanti, Deddi Duto Hartanto, dan Merry Sylvia yang berjudul *Perancangan Brand Identity Pusat Oleh-Oleh Khas Gresik Cap Kuda Vol.1 No.4* tahun 2014. Jurnal DKV Adiwarna (online). Menjelaskan tentang pentingnya *brand identity* untuk menarik pelanggan sebuah toko oleh-oleh. Terdapat proses perancangan desain *brand identity* dari toko cap kuda juga sekaligus terdapat hasil desain toko oleh-oleh cap kuda dan bisa digunakan sebagai referensi dalam membuat desain. Pengantar Karya Tugas Akhir oleh Suren Juningsih (2015) yang berjudul *Perancangan Kemasan Bandeng Presto "Pindang Bandeng Juwana" sebagai Brand Image Oleh- Oleh Makanan Khas Pati*. Pengantar karya tersebut memaparkan tentang pentingnya *brand image* terhadap suatu produk juga terdapat informasi tentang kompetitor produk dan proses penciptaan desain kemasan sekaligus hasil desainnya yang dapat dijadikan sebagai referensi.

Desain Kemasan Jeanie's Secreat Recipe merupakan *brand* yang memproduksi *brownies* dengan keunikan lelehan coklat didalamnya. Ilustrasi kemasan pada *Jeanie's Secreat Recipe* ini menonjolkan visualisasi alat masak yang digunakan untuk membuat *brownies* dengan teknik vektor. Demikian juga pada perancangan Tugas akhir karya kemasannya mbok Amiroh, yang dirancang menggunakan konsep ilustrasi

outline warna hitam yang menonjolkan ilustrasi Damar Kurung. Dengan demikian konsep visual ilustrasi dari Jeanie's Secreat Recipe menginspirasi karya ini.

Demikian pula pada referensi visual desain kemasan Santana Bakery Purwodadi merupakan *brand* baru yang berdiri pada tahun 2016 yang bergerak dibidang *cake and bakery*. Sama seperti halnya Jenie Secreat Recipe, desain yang digunakan Santana Bakery menggunakan ilustrasi vektor yang dijadikan *background* kemasan secara visual menggunakan dua warna yakni hijau dan merah. Prinsip visual penggunaan ilustrasi Damar Kurung dengan demikian dapat dikatakan sejalan secara konsep, namun berbeda jenis kemasan jualanya yaitu sapit bandeng yang tidak sama dengan Santana Bakery Purwodadi.

Strategi *branding* visual menjadi daya tarik konsumen adalah penting. Menurut Rustan, *brand* memiliki makna yang lebih dalam dan luas daripada logo, logo berbentuk fisik dan bisa dilihat sedangkan *brand* mencakup keseluruhannya baik yang fisik, non fisik, pengalaman, dan asosiasi (Rustan, 2009: 16). Tidak pada konsepsi *brand* semata pada perancangan gaya ilustrasi pada kemasan produk sapit bandeng Mbok Amiroh, akan tetapi juga dapat terlindungi secara hak cipta. Pengertian merek menurut Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual (Dirjen HAKI), merek adalah suatu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Label atau merek Mbok Amiroh sebagai karya cipta merek dagang yang sudah terlindungi sebagai identitas visual. Maka *Brand Identity* merupakan suatu konsep yang menjadi dasar dari teori sebuah *brand*, sehingga dapat diibaratkan sebagai nyawa dari sebuah *brand*, di mana memiliki peranan yang sangat penting.

Perancangan kemasan memuat unsur ilustrasi. Ilustrasi dalam bahasa Belanda (*ilustratie*) yang berarti hiasan dengan gambar atau sesuatu yang jelas, rata-rata penggunaan ilustrasi dalam buku menggunakan bentuk kartun (Nurhadiat, 2004: 58) Ilustrasi dapat hadir dalam diverifikasi dapat melalui gambar, tulisan maupun bunyi (Fariz, 2009: 14). Ilustrasi sendiri sering disinggung dengan ilmu seni rupa dan desain grafis yang disebabkan adanya tumpang tindih fungsi dan kebutuhan. Dengan

demikian ilustrasi memiliki fungsi yang beragam dan pengaruh, maka mengakibatkan ilustrasi menjadi bahasa visual yang berpengaruh. Sebagaimana perancangan kemasan dan identitas visual Mbok Amiroh diharapkan dapat mempengaruhi secara visual agar menarik adalah penting sebagai wujud dari komunikasi pesan produk sapit bandeng khas gresik.

Metode

Kekuatannya bukan terletak pada keindahan gambar-gambar yang terlukis pada lembaran-lembaran kertas atau kepiawaian goresan kuas pelukisnya, melainkan pada makna yang terkandung didalamnya, sebab gambar-gambar pada lukisan Damar Kurung sarat akan nilai pendidikan dan agama (Indrakusuma. 2003: 63-64). Oleh karena itu pada perancangan ini menggabungkan Ilustrasi gaya Damar Kurung pada *brand identity* Bu Amiroh. Metode penciptaan yang pertama kali dilakukan adalah riset data baik secara observasi langsung maupun melalui sumber tertulis, yang selanjutnya dilakukan analisis data dimana hasilnya dirumuskan menjadi konsep penciptaan. Tahap selanjutnya membuat beberapa *draft* atau rancangan desain dengan berbagai macam alternatif desain. Langkah berikutnya membuat digitalisasi desain hingga pemilihan desain akhir.

Gambar 2: Metode Penciptaan
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2018)

Penciptaan ini mengaplikasikan gaya ilustrasi Damar Kurung dalam berbagai aspek. Dimulai dari logo hingga promosi produk membawa muatan Damar Kurung didalamnya. Penataan *layout* yang tepat dari logo dan ilustrasi dapat memberikan konsistensi desain sehingga *brand* mudah dikenang dibenak masyarakat. Desain layout supaya memperoleh tangkapan visual yang kuat, pengaturan unsur-unsur baik mengenai penempatan gambar sertatulisan atau ukuran tipografi, logo, dan ilustrasinya diusahakan sesuai dengan suasana dari tujuan perancangan tersebut (Prilosadoso, 2007: 10).

PEMBAHASAN

Identitas yang ingin ditonjolkan Bu Amiroh adalah sebagai produsen makanan khas Gresik yang memproduksi Sapit Bandeng. Banyak pembuat teori mengenai globalisasi melihat jalur homogenisasi kapitalis budaya dunia dan memunculkan sparatis identifikasi etnik menjadi dua aspek dari fenomena yang sama, dengan kata lain globalisasi dapat menjadi sebab kebangkitan kembali identitas budaya lokal di berbagai daerah (Murtono, 2010: 19). Penggunaan Ilustrasi gaya Damar Kurung memiliki peluang besar dalam mempromosikan produk Bu Amiroh karena memuat identitas budaya lokal yang sangat kuat.

Gambar 3: Ilustrasi Damar Kurung Gresik
(Sumber: Abdul Aziz M, 2013)

3.1. Perancangan Logo

Logo dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan bersama klien. Alasan dipilihnya logo tersebut karena logo ini terlihat lebih jelas dari pada alternatif desain logo lainnya. Logo dipilih juga karena memiliki kesan elegan sehingga lebih menarik minat konsumen. Produsen juga setuju memilih logo ini dengan alasan tulisan lebih jelas dilihat dan gambar yang menyatu dengan tulisan. Visual yang terlihat lebih sederhana namun membawa unsur Damar Kurung di dalamnya sehingga masih membawa identitas kota Gresik. Desain logo juga lebih menonjol saat diaplikasikan bersama dengan ilustrasi pembuatan Sapit Bandeng.

Gambar 4: Desain Logo Final
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2016)

Logo Sapit Bandeng Bu Amiroh terinspirasi dari gambar ilustrasi Damar Kurung yang menjadi maskot kota Gresik. Bentuk ilustrasi figur ibu pada Damar Kurung diaplikasikan dalam logo. Penggunaan gambar figur ibu tersebut melambangkan bahwa pemilik perusahaan adalah seorang perempuan yakni Bu Amiroh. Terlebih lagi produk ini merupakan makanan khas daerah Gresik oleh karena itu Sapit Bandeng Bu Amiroh menggunakan Damar Kurung Gresik sebagai identitas *brand*-nya.

Gambar 5: Palet Warna pada Logo
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2016)

Warna yang digunakan pada logo ini adalah Merah, warna ini dipilih karena mengandung esensi panas, pedas, menggugah selera. Produk dari Bu Amiroh yang notabene merupakan makanan pedas dan paling nikmat disantap saat masih panas maka warna merah dipilih sebagai warna pada logo tersebut. penggunaan warna hitam diaplikasikan pada tipografi nama 'Amiroh' yang ditujukan sebagai penekanan pada logo. Penekanan ini ditujukan untuk lebih menonjolkan nama perusahaan yakni Amiroh. Penggunaan logo juga terdapat aturan-aturan yang ditujukan untuk menjaga bentuk visual dari logo. Berikut merupakan panduan untuk tetap menjaga performa logo Bu Amiroh dan penerapannya. Ukuran logo akan sangat berpengaruh dalam menjaga konsistensi dan nilai *brand*. Berdasarkan segi ukuran, minimal penggunaan logo berukuran 1x2 cm sedangkan untuk komponen visual lainnya dapat menyesuaikan. Ukuran logo tidak boleh terlalu kecil karena mempengaruhi tingkat kejelasan visual.

Gambar 6: Gradien Warna Logo
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2016)

Elemen Penunjang yang digunakan pada logo ini adalah gradien warna. Gradien berfungsi untuk memberika kedalaman pada warna dan dapat menghidupkan karakter, dengan variasi tone yang harmonis mampu menghidupkan kesan bergerak dan berenergi. Warna solid dari logo Bu Amiroh tetap dipertahankan dengan tidak memasukkan unsur warna lain. Gradien didapatkan dengan mengambil tone dibawah (yang lebih gelap) dan tone diatas (yang lebih terang), dimana perubahan warna ditarik garis 90 derajat.

Gambar 7: Aturan Penggunaan Ukuran Logo
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2016)

Bukan hanya ukuran yang menjadi pertimbangan dalam penampilan logo terdapat juga *clean area* yang merupakan penataan letakpada logo. Seperti pada gambar dibawah ini, garis biru merupakan batas minimal yang harus diterapkan dalam media apapun. Untuk menjaga penggunaan logo yang tepat, disarankan untuk menggunakan file logo dari sumber aslinya dalam setiap pengalikasian desain.

Gambar 8: *Clean Area Logo*
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2016)

Aplikasi logo berwarna digunakan pada *background* yang berwarna putih atau warna terang lainnya. Komposisi logo juga menyesuaikan pada media yang akan digunakan. Logo Bu Amiroh tidak boleh diubah, di mana tidak diperkenankan mendistorsi logo, mencondongkan logo, merubah proporsi logo, merubah komposisi logo, merotasi logo, merubah komposisi warna logo, menambahkan *outline* pada logo, mengubah *word mark*, dan member efek bayangan pada logo. Pengaplikasian logo juga tidak diperkenankan menggunakan logo dengan resolusi rendah karena dapat membuat *brand* menjadi tidak jelas.

3.2. Ilustrasi Pembuatan Sapit Bandeng

Ilustrasi dalam perkembangannya lebih lanjut ternyata tidak hanya menjadi sarana pendukung cerita, tetapi juga dapat mengisi sebuah ruang kosong. Ilustrasi bisa berbentuk macam-macam, seperti karya seni, sketsa, lukis, grafis, karikatural, dan akhir-akhir ini banyak dipakai *image bitmap* hingga foto (Soedarso, 2014: 566). Penggunaan ilustrasi diaplikasikan pada beberapa desain, yakni pada desain kemasan, iklan, *stationary*, dan *merchandise*. Ilustrasi dibuat dengan mengadaptasi *style* lukisan Damar Kurung. Desain ilustrasi dibuat secara manual yang selanjutnya dilakukan editing secara digital menggunakan *photoshop*. Ilustrasi ini menceritakan tentang proses pembuatan Sapit Bandeng dari menangkap ikan, memasak, hingga menikmati Sapit Bandeng yang sudah matang.

Gambar 9: Desain Ilustrasi Pembuatan Sapit Bandeng dengan Gaya Damar Kurung
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2016)

3.3. Pengaplikasian Logo dan Ilustrasi

3.3.1. Stationaries

Stationaries yang dibuat terdiri dari kartunama, kop surat, dan amplop. Kartu nama merupakan sebuah kartu yang ditujukan untuk menyampaikan informasi tentang perusahaan atau individu yang disampaikan dengan maksud sebagai pengingat pada pengenalan formal.

Gambar 10: Kumpulan *Stationary* dari Bu Amiroh
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2016)

3.3.2. Merchandise

Logo juga diaplikasikan pada *merchandise*. *Merchandise* merupakan salah satu media promosi yang banyak digunakan dan memiliki fungsi sebagai suvenir.

Merchandise juga bias berfungsi sebagai identitas dalam promosi sehingga fungsinya tidak hanya menjadi suvenir. Seperti pada perancangan *brand identity* Bu Amiroh ini, *merchandise* digunakan sebagai penunjang promosi seperti pemberian *gift* kepada konsumen.

Gambar 11: Alternatif Desain Piring
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2016)

Desain piring dibuat sederhana dan difungsikan sebagai penunjang promosi secara tidak langsung. Desain lainnya yang dibuat adalah jam yang berfungsi sebagai penunjuk waktu. Jam dinding adalah jam yang biasanya difungsikan secara letak atau biasanya dipasang di dinding. Desain yang dibuat sederhana dengan menampilkan identitas brand dari bu amiroh berupa ilustrasi, logo, dan keterangan produk.

Gambar 12: Desain Jam Dinding dan Jam Meja
(Sumber: Silvi Firma alif, 2016)

Gambar 13: Desain Pin dari Bu Amiroh
(Sumber: Silvi Firma alif, 2016)

Desain pin di buat dalam dua bentuk yakni pin tempelan dan gantungan kunci pin. Pin difungsikan sebagai sarana promosi pasif Bu Amiroh. Tidak hanya itu saja, desain *merchandise* dari Bu Amiroh juga ada *mug* atau bisa disebut juga gelas. Desain *mug* dibuat dengan mengaplikasikan ilustrasi pembuatan Sapit bandeng dengan gaya Damar Kurung dan terdapat logo Bu Amiroh sebagai identitas produk.

Gambar 14: Desain Mug dari Bu Amiroh
(Sumber: Silvi Firma alif, 2017)

Seragam merupakan pakaian yang digunakan dalam sebuah acara, tempat, atau pekerjaan. Aplikasi desain bu amiroh juga dibuat bentuk seragam berupa celemek. Celemek merupakan kain pelindung pakian yang digunakan saat memasak. Desain celemek dibuat sederhana dengan mengaplikasikan logo dan ilustrasi pembuatan Sapit Bandeng Bu Amiroh.

Gambar 15: Desain Celemek dari Bu Amiroh
(Sumber: Silvi Firma alif, 2017)

3.4. *Packaging* atau Kemasan

3.4.1. Kemasan Standart

Gambar 16: Desain Kemasan Standart Bu Amiroh
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2017)

Bagian atas terdapat foto produk dan logo, sementara info produk terletak di samping bagian belakang. Terdapat ilustrasi pembuatan sapit bandeng dengan menggunakan *style* ilustrasi Damar Kurung di bagian sampingnya sebagai penanda bahwa produk ini merupakan produk khas Gresik. Layout cetak kemasan Standard menggunakan empat plate cetak C 0-100% M 0-100% Y 0-100% K 15-100%, tinta cetak

yang digunakan yakni C (cyan), M (magenta), Y (yellow), K (black). Kertas yang digunakan DC 310 gram 1/0 dan dipotong ukuran cetak 34 cm x 47,2 cm. Setelah dicetak selanjutnya dipotong menggunakan pisau pon untuk membentuk kemasan sesuai dengan yang di inginkan.

Gambar 17: Layout Cetak Kemasan Standart
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2017)

3.4.2. Kemasan Paper Bag

Kemasan *paper bag* ini didesain dapat memuat tiga buah Sapit Bandeng dengan kemasan standar didalamnya. Desain dibuat sederhana namun masih terdapat eksistensi dari Damar Kurung Gresik yang menjadi ciri khas dalam *brand identity* ini.

Gambar 18: Desain Kemasan *Paper Bag* Depan dan Belakang
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2017)

Desain kemasan *paper bag* yang didesain ada dua sisi, bagian depan terdapat foto kemasan dan bagian belakang terdapat ilustrasi pembuatan Sapit Bandeng, logo, dan info produk. Layout cetak yang dibuat juga berbeda, karena area cetak kemasan terhitung berbeda. Kertas yang digunakan adalah BC 160 gram 1/0. Ukuran kertas yang digunakan adalah plano 39 x 69,5 cm untuk menghemat biaya cetak. Berikut merupakan layout cetak kemasan *papaer bag*.

Gambar 19: *Layout* Cetak Kemasan Totebag Warna Merah
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2017)

3.4.3. Kemasan Bentuk Khusus

Kemasan bentuk khusus Sapit Bandeng Bu Amiroh mngambil bentuk segitiga dan dapat memuat satu Sapit Bandeng dengan ukuran setengah. Kemasan bentuk segitiga ini merupakan inovasi bentuk baru pada kemasan Sapit Bandeng Bu Amiroh Gresik. Terdapat lubang yang dikhususkan untuk kayu bambu yang menjadi penjepit Sapit Bandeng sehingga tidak perlu memotong kayu. Desain ini sengaja dikhususkan

untuk pelanggan yang membeli dalam jumlah sedikit (satuan) atau untuk konsumsi pribadi. Meskipun bentuk kemasan segitiga, tetapi tidak merusak esensi dari ilustrasi gaya Damar Kurung. Kemasan segitiga ini juga merupakan inovasi bentuk kemasan Sapit Bandeng karena berbeda dengan kemasan lainnya.

Gambar 20: Desain Kemasan Bentuk Khusus Sapit Bandeng
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2017)

Kemasan bentuk khusus dicetak dengan kertas DC 310 gram 2/0 yang dipotong ukuran cetak 26,5 x 61,3 cm. Cetak menggunakan plate cetak CMYK, dan menggunakan empat tinta cetak C 0-100%, M 0-100%, Y 0-100%, K 0-100%.

Gambar 21: Layout Cetak Kemasan Bentuk Khusus
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2017)

3.5. Iklan

Iklan adalah suatu bentuk komunikasi massa yang digunakan oleh suatu organisasi yang ditujukan untuk memberikan informasi, mempromosikan keberadaan suatu produk kepada masyarakat yang diharapkan dapat menarik minat khalayak sasaran untuk dapat berpikir serta bertindak sesuai dengan keinginan dari pihak pemasang iklan (Murtono, 2010: 50). Iklan cetak merupakan jenis iklan yang cukup efektif, salah satu media yang bisa iklan cetak adalah surat kabar. Media surat kabar yang dipilih adalah Jawa Pos karena Jawa Pos merupakan koran dengan jumlah pembaca terbanyak. Iklan dibuat dua jenis, yang pertama iklan display halaman depan dan yang kedua iklan laporan khusus pada hari minggu.

3.5.1. Deskripsi Kreatif Iklan

Desain iklan yang dibuat berupa iklan display. Iklan display sendiri merupakan iklan yang menampilkan iklan produk yang menggunakan gambar dan ditampilkan pada awal halaman (pada koran) agar dapat menarik perhatian pembaca sehingga tertarik untuk mencari tahu bahkan sampai membeli produk. Iklan ini sengaja ditaruh pada halaman pertama koran Jawa Pos karena kebanyakan pembaca koran akan melihat halaman utama terlebih dahulu baru selanjutnya akan membaca berita-berita di halaman berikutnya.

Tabel.1 Deskripsi Kreatif Iklan Display
(Sumber :Silvi Firma Alif,2017)

Jenis Iklan	Iklan Display Jawa Pos Halaman 1
Ukuran	5 Kolom x 250 mm
Warna	FC (<i>Full Colour</i>)
Jadwal Tayang	Satu bulan sekali dalam enam bulan tayang setiap tanggal satu
Verbal	a. Headline : Sapit Bandeng Otak-Otak Kepiting Merah b. Identitas: (Logo), Bu Amiroh, <i>contac person</i> c. Alamat: Desa Betoyokauman 07/04 Manyar Gresik

Visualisasi	a. Ilustrasi: Foto Sapit Bandeng dan ilustrasi pembuatan sapit bandeng dengan gaya Damar Kurung
--------------------	---

Gambar 22: Desain Iklan Display Jawa Pos 5 kolom x 250 mm
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2017)

Gambar 23: Pengaplikasian Desain Iklan Display Jawa Pos
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2017)

Desain iklan yang satunya lagi adalah iklan liputan khusus yang merupakan iklan dengan artikel yang menjelaskan tentang produk atau jasa. Jenis iklan ini dapat meyakinkan calon pelanggan, bahwa produk dari Bu Amiroh memang benar-benar enak.

Gambar 24: Desain Iklan Liputan Khusus Bu Amiroh
(Desain: Silvi Firma Alif, 2017)

Tabel.2 Deskripsi Kreatif Iklan Liputan Khusus
(Sumber :Silvi Firma Alif,2017)

Jenis Iklan	Iklan Liputan Khusus Kuliner
Ukuran	7 Kolom x 270 mm
Warna	FC (Full Colour)
Jadwal Tayang	Tiga bulan sekali setelah penayangan iklan display
Verbal	<ul style="list-style-type: none"> a. Headline : Sapit Bandeng b. Sub Headline: Khas-nya Gresik c. Body Copy: Pilih oleh-oleh khas yang satu ini dijamin gak bakal nyesel deh. Apalagi buatannya Bu Amiroh Lezatnya Istimewa d. Identitas: (Logo), Bu Amiroh e. Alamat: Desa Betoyokauman 07/04 Manyar Gresik
Visualisasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Ilustrasi: Foto Sapit Bandeng dan ilustrasi pembuatan sapit bandeng b. Artikel tentang sapit Bandeng Bu Amiroh

Gambar 25: Pengaplikasian Iklan Liputan Khusus pada Koran
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2017)

Selain pada koran, media iklan yang digunakan adalah unconventional media atau media dimana merupakan jenis media pada tempat yang tak terduga. Penempatan iklan dipilih pada dinding tembok rumah bagian luar. Iklan ini dinilai lebih efektif, karena langsung menjangkau masyarakat dan biaya kreatif yang dikeluarkan relatif lebih rendah.

Tabel.3 Deskripsi Kreatif Iklan Mural pada Tembok
(Sumber :Silvi Firma Alif,2017)

Jenis Iklan	Iklan mural pada tembok
Ukuran	Menyesuaikan tembok
Warna	FC (Full Colour)
Jadwal Tayang	Satu tahun
Lokasi Tayang	Jl. Raya Manyar-Bungah Gresik Jawa Timur
Verbal	a. Headline : Sapit Bandeng b. Sub Headline: Khas-nya Gresik

	<ul style="list-style-type: none">c. Body Copy: Pilih oleh-oleh khas yang satu ini dijamin gak bakal nyesel deh. Apalagi buatannya Bu Amiroh Lezatnya Istimewad. Identitas: (Logo), Bu Amirohe. Alamat: Desa Betoyokauman 07/04 Manyar Gresik
Visualisasi	<ul style="list-style-type: none">a. Ilustrasi pembuatan Sapit bandeng dengan style Damar Kurung

Gambar26: Desain Iklan pada Tembok
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2017)

3.6.Sosial Media

3.6.1. Facebook

Facebook merupakan jejaring sosial yang memiliki banyak pengguna, terutama di Indonesia. Akun *facebook* Bu Amiroh (admin) menggunakan nama Bu Amiroh dengan desain seperti gambar berikut.

Gambar 27: Akun Facebook Bu Amiroh Ditinjau dari HP
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2017)

3.6.2. Instagram

Selain *facebook*, aplikasi *Instagram* (IG) juga memiliki banyak pengguna, bedanya di *Instagram* tiap posting harus disertai dengan foto. Akun/GBu Amiroh menggunakan nama '@Bu_Amirohgresik' dengan desain seperti gambar dibawah ini.

Gambar 28: Akun Instagram Bu Amiroh
(Sumber: Silvi Firma Alif, 2017)

KESIMPULAN

Pembuatan desain Perancangan *Brand Identity* Sapit Bandeng Bu Amiroh ini dibuat dengan mengaplikasikan unsur gaya ilustrasi pada Damar Kurung dalam membuat desain. Pengambilan unsur dalam ilustrasi Damar Kurung ini membuat desain yang dibuat memiliki ciri khas dari kota Gresik. Desain diaplikasikan ke beberapa benda atau barang sehingga menjadikannya seperti bentuk nyata. Desain logo dibuat dengan mengadaptasi ilustrasi ibu-ibu pada Damar Kurung, yang dibuat seolah-olah sedang membawa ikan bandeng siap saji. Jalan cerita pada ilustrasi pembuatan Damar Kurung dimulai dari proses penangkapan ikan di Tambak atau kolam ikan, orang sekitar biasa menyebutnya *ngesat* pada panel pertama. Panel kedua masuk proses pembuatan Sapit Bandeng dari membeli bandeng ke pasar, mengolah ikan, memasak ikan, dan ikan yang siap di jual. Panel ke tiga menggambarkan masyarakat yang menikmati Sapit Bandeng. Desain logo dan ilustrasi pembuatan Sapit Bandeng diaplikasikan pada berbagai macam aplikasi desain.

Pembuatan karya dilakukan dengan membuat konsep penciptaan dengan mengaplikasikan gaya ilustrasi Damar Kurung pada perancangan *brand identity* Sapit Bandeng Bu Amiroh, *thumbnail* atau sketsa desain dari logo hingga promosi produk, *layout* yang selanjutnya dibuat bentuknya berupa desain yang selanjutnya dijabarkan. Hasil dari penciptaan ini berupa desain logo, ilustrasi pembuatan Sapit Bandeng dengan gaya ilustrasi Damar Kurung, *stationaries*, *merchandise*, *packaging*, iklan pada koran Jawa Pos, dan iklan mural pada tembok. Penggunaan Damar Kurung ini mampu mengenalkan Sapit Bandeng Bu Amiroh sebagai produk oleh-oleh makanan khas Gresik dengan meningkatkan kualitas terhadap identitas melalui penciptaan *brand identity* dan promosi produk.

DAFTAR PUSTAKA

Fariz. 2009. Living in harmony: jati diri, ketekunan, dan norma. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara

- Handoko Hendroyono. 2014. *DO. POP*: Jakarta
- Ika Ismoerdijahwati Koeshandari. 2009. *Damarkurung dari Masa ke Masa..* Dewan Kesenian Jawa Timur: Surabaya.
- M. P. Danny Indrakusuma. 2003. *Masmundari Mutiara dari Tanah Pesisir*. Pustaka Pesisir: Gresik.
- Nurhadiat, Dedi. 2004. Pendidikan Seni Rupa. Jakarta: PT Grasindo
- Nic kSoedarso. 2014. Perancangan Buku Ilustrasi Mahapatih Gajah Mada. Humaniora. Vol. 5, No. 2, Oktober 2014, 561-570.
- Taufik Murtono. 2010. *Kuasa Citra Westernisasi melalui Iklan*. Surakarta: ISI Press
- Surianto Rustan. 2009. Mendesain Logo. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Basnendar Herry Prilosadoso. 2007. Strategi Kreatif Sebagai Urat Nadi Periklanan. *Jurnal Ornamen Seni Rupa ISI Surakarta*, Vol. 4 No. 1, hal. 10
- Wahyu Munajat. 2013 Pentingnya Membangun *Brand Identity*. <http://www.info-digitalmarketing.com/2013/11/pentingnya-membangun-brand-identity.html> (terakhir diakses 28 November 2015)