

PERANCANGAN RE-BRANDING SUSU JAHE GINGER BOOSTER DI KOTA BANDUNG

DESIGN RE-BRANDING OF GINGER BOOSTER MILK IN BANDUNG

Faisal Firhan Pradani¹, Fariha Eridani N, S.Ds., M.Ds²,

^{1,2}Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹faisalfpradani@student.telkomuniversity.ac.id, ²farihaen@telkomuniversity.ac.id,

Abstrak

Susu jahe adalah minuman yang banyak digemari oleh orang-orang karena dapat menghangatkan tubuh. Bukan hanya itu, susu jahe juga memiliki banyak manfaat salah satunya untuk mengurangi reaksi alergi. Susu jahe sering di konsumsi pada malam hari karena rasanya yang dapat menghangatkan tubuh dengan rasa yang sudah memiliki varian rasa. Usaha susu jahe ini sangat menjanjikan di berbagai daerah terlebih yang memiliki suhu dingin. Tetapi mayoritas produk dari susu jahe belum memiliki *branding* yang cukup menarik. Maka dari itu perlu dilakukan *rebranding* dengan cara menganalisis mengapa *branding* susu jahe kurang menarik dan bagaimana cara merancang *branding* susu jahe agar menarik konsumen. Dengan menggunakan metode observasi, kuisioner dan studi pustaka. Yang bertujuan agar diingat masyarakat serta menarik minat konsumen dikalangan anak muda. Kata kunci : susu jahe, *packaging*.

Abstract

Ginger milk is a drink that is much loved by people because it can warm the body. Not only that, ginger milk also has many benefits, one of which is to reduce allergic reactions. Ginger milk is often consumed at night because of its taste that can warm the body with a taste that already has a flavor variant. This ginger milk business is very promising in various regions especially those that have cold temperatures. But the majority of ginger milk products do not yet have branding that is quite interesting. Therefore it is necessary to do rebranding by analyzing why branding of ginger milk is less attractive and how to design ginger milk branding to attract consumers. By using the method of observation, questionnaire and literature study. Which aims to be remembered by the public and attract consumers' interest among young people.

Keyword : ginger milk, *packaging*.

1. Pendahuluan

Indonesia dikenal memiliki tanah yang subur menjadikan tanah di Indonesia ditumbuhi banyak macam tanaman rempah seperti serih, kunyit, pala, jahe dan masih banyak jenis rempah lainnya. Biasanya masyarakat Indonesia mengolah tanaman rempah-rempah tersebut untuk dijadikan makanan, minuman hingga obat tradisional atau herbal. Karena rempah rempah tersebut dipercaya memiliki banyak manfaat untuk kesehatan tubuh. Salah satunya adalah jahe merah.

Jahe merah merupakan tumbuhan rempah yang sering digunakan sebagai bumbu dapur untuk pelengkap rasa dari masakan tersebut. Karena jahe merah dipercaya memiliki khasiat yang sangat banyak seperti meningkatkan daya tahan tubuh, melindungi tubuh dari radikal bebas, mengatasi masuk angin, dan manfaat lainnya. Karena jahe merah ini memiliki zat aktif yang dapat menghalangi segala penyakit yang akan masuk untuk menyerang tubuh kita (tribunmanado.co.id, Sabtu, 08 Februari, 2020, 08.03). Saat ini jahe merah juga sering dijadikan bahan dasar untuk minuman berkhasiat. Salah satunya sering kita kenal dengan susu jahe merah.

Susu jahe merah merupakan salah satu minuman yang digemari untuk menghangatkan tubuh, apalagi disaat cuaca dingin. Selain bisa menghangatkan tubuh susu jahe merah memiliki cita rasa yang nikmat. Bukan hanya itu, susu jahe merah memiliki manfaat yang luar biasa. Manfaat yang ada dalam kandungan susu jahe merah tersebut mulai dari mengurangi reaksi alergi, meredakan nyeri sendi, menyegarkan tubuh, dan banyak lainnya. Hingga saat ini susu jahe merah masih banyak dicari untuk menghangatkan tubuh pada malam hari.

Usaha susu jahe saat ini sangat menjanjikan, tak heran saat ini banyak kita temui usaha yang serupa diberbagai daerah, terutama di daerah Bandung. Dengan adanya persaingan pasar yang sangat banyak, para pelaku usaha mempunyai cara sendiri untuk menarik calon pelanggan. Seperti Ginger Booster, adalah salah satu dari usaha susu jahe merah yang berada di Bandung tepatnya di Jalan Banteng, yang menawarkan inovasi rasa dari campuran, *creamer*, madu dan coklat. Namun identitas merek Ginger Booster masih terbilang minim, terlihat dari visual packaging, menu serta media pemasaran yang sudah ada.

Alasan penulis mengangkat judul ini karena penulis ingin meningkatkan kualitas visual branding pada Ginger Booster baik dari sisi material *packaging*, visual *packaging* dan informasi yang akan menjadi daya tarik pelanggan untuk mengetahui produk Ginger Booster tersebut. Serta menarik minat dikalangan anak muda.

2. Landasan Pemikiran

2.1 Identitas

Surianto Rustan (2019:53) mengungkapkan identitas adalah penilaian terhadap sesuatu yang terdiri dari fisik, komunikasi dan perilaku. Sehingga kita memiliki kesan terhadap hal tersebut, terlebih jika kesan yang kita dapatkan mampu menanamkan kepercayaan untuk diri sendiri.

2.2 Kemasan

Menurut Julianti (2014 :15) untuk menambah kualitas dan manfaat dari produk, kemasan atau *packaging* sangat berperan dalam hal itu. Terlebih untuk melindungi produk yang akan disitribusikan hingga sampai kepada pelanggan.

2.3 Desain Komunikasi Visual

Menurut Anggraini dan Nathalia, (2014:15-17) Desain Komunikasi Visual atau yang biasa disebut DKV adalah seni untuk menerangkan informasi maupun pesan dengan media berupa desain menggunakan bahasa rupa atau visual.

2.4 Logo

Elemen berupa gambar atau simbol yang terdapat pada identitas visual merupakan pengertian dari logo. Pada awalnya logo hanya berupa tulisan saja atau yang biasa disebut dengan logotype. Namun seiring berjalannya waktu, logo mulai ditambahkan elemen gambar atau dikenal dengan logogram yang dapat menjelaskan sebuah kata dan makna. Bahkan logotype dan logogram dapat dijadikan satu (Surianto Rustan, 2017:12-13).

2.5 Tagline

Kalimat ringkas yang merupakan sebuah inti, kepribadian serta positioning sebuah perusahaan. Hal tersebut agar terlihat perbedaannya dari pesaing lainnya merupakan pengertian dari tagline. Selain itu tagline juga dapat menjadi unsur merek yang kuat, karena efisien untuk membangun ekuitas merek dan membangun pemahaman pelanggan dari makna produk atau jasa (Wirania Swasty, 2016:45).

2.6 Ilustrasi

Menurut Adi Kusrianto (2007:140) ilustrasi merupakan seni gambar yang berfungsi untuk menjelaskan maksud dan tujuan tertentu dengan bentuk visual dan jika berhubungan dengan komunikasi maka ilustrasi tersebut berfungsi untuk mengartikan pengertian dari teks.

2.7 Tipografi

Menurut Anggraini dan Nathalia (2014:15) tipografi adalah huruf yang mempunyai nilai estetika dan terbentuk berdasarkan media komunikasi visual dengan melibatkan proses seni desain huruf. Namun menurut Rustan (2017:16) tipografi merupakan huruf yang diterapkan dalam segala hal yang disiplin. Kriteria penggunaan tipografi yang akan diaplikasikan pada karya harus memiliki legible, readable, visible dan clear agar penyampaian informasi kepada target dapat lebih baik.

2.8 Layout

Layout menurut Surianto Rustan (2017:1) merupakan elemen desain yang diletakkan pada bidang dalam media tertentu untuk menguatkan pesan yang akan disampaikan. Masih berhubungan dengan layout menurut Anggraini dan Nathalia (2014:75) memiliki arti tampilan dari beberapa elemen agar komunikatif sehingga informasi mudah diterima oleh target.

3. Metode, Hasil dan Media Perancangan

3.1 Konsep Pesan

Konsep pesan yang disampaikan untuk perancangan *re-branding* Ginger Booster adalah sesuai dengan hasil analisis matriks seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Pada analisis tersebut susu jahe merah memiliki banyak penggemar yang datang dari berbagai macam kalangan. Dikarenakan banyaknya manfaat yang baik untuk kesehatan. Tidak semua orang suka dengan rasa jahe merah yang tajam, tetapi Ginger Booster memiliki inovasi rasa yang bervariasi untuk susu jahe merah. Namun tidak banyak orang yang mengetahui tentang keberadaan Ginger Booster, hal ini disebabkan oleh identitas visual dan media promosi yang masih minim. Contohnya terlihat dari logo yang belum menunjukkan ciri khas, desain *packaging* yang kurang menarik dan media promosi seperti *x-banner* yang belum tersedia serta *banner* yang kurang terlihat oleh pelanggan. Untuk desain menu juga belum berhasil menarik pelanggan dan belum memiliki informasi yang lengkap.

Oleh sebab itu, perlu adanya proses *re-branding* untuk Ginger Booster guna menarik perhatian pelanggan. Terlebih Ginger Booster adalah *brand* minuman yang baik untuk kesehatan. Konsep *re-branding* yang akan disampaikan adalah memperlihatkan visual dari Ginger Booster dengan menggambarkan kehangatan, kekeluargaan, minuman sehat yang modern dan sebagai teman *hangout*. Sehingga dengan adanya identitas visual yang baik, membuat Ginger Booster menjadi lebih dikenal masyarakat khususnya Di Kota Bandung sebagai penjual minuman sehat yaitu susu jahe merah dengan berbagai inovasi rasa yang nikmat.

3.2 Konsep Kreatif

Pada rancangan kreatif, jenis media yang digunakan sesuai dengan tujuannya. Jenis yang digunakan untuk perancangan kreatif memiliki penjelasan sebagai berikut :

Dalam proses *re-branding*, untuk nama merek tetap menggunakan nama Ginger Booster. Namun untuk identitas visual yang sudah tersedia seperti logo, daftar menu, *x-banner*, *banner*, *packaging* dengan ukuran *single* dan *family pack* akan dirancang kembali. Selain itu, terdapat beberapa rancangan yang akan ditambahkan guna meningkatkan performa *brand* Ginger Booster seperti *tagline*, kartu nama, kartu member, dan beberapa *merchandise* (*sticker* dan *t-shirt*).

3.3 Konsep Visual

3.3.1 Logo

Perancangan logo untuk Ginger booster ini menggunakan referensi yang dijadikan acuan untuk membuatnya, seperti manusia (human), gelas, asap, jahe.

3.3.2 Warna

Warna yang akan ditampilkan pada rancangan ini adalah warna earth tone yang dimana memang dekat dengan warna alami. Hal ini berhubungan dengan bahan utama dari ginger booster yaitu jahe merah. Selain itu warna earth tone juga mengkomunikasikan produk yang ditawarkan kepada target.

3.3.3 Layout

Layout yang digunakan terlihat sangat simple, agar mudah terlihat oleh pelanggan namun tidak menghilangkan estetikanya.

3.3.4 Tagline

“Warm Up Your Life” mendeskripsikan produk yang ditawarkan yang mampu menghangatkan tubuh karena menggunakan bahan utama yaitu jahe merah.

3.3.4 Tipografi

Tipografi untuk Ginger Booster ini menggunakan jenis serif karena menyesuaikan dengan tema logo yang telah dibuat dan memiliki keterbacaan yang jelas sehingga target dapat membaca dengan jelas.

3.4 Hasil Perancangan

3.4.1 Media Utama

Media yang dirancang oleh penulis adalah *Re-branding*. Hal tersebut dikarenakan kurangnya visual pada branding ginger booster, sehingga perlu adanya peningkatan branding terhadap ginger booster dengan memberikan sentuhan yang lebih modern dengan menyesuaikan hasil kuisisioner yang telah dilakukan. *Rebranding* yang dirancang akan dimuat dalam bentuk buku Graphic Standart Manual (GSM). Berikut penjabaran tentang media utama seperti :

- Menggunakan jilid hardcover
- Menggunakan kertas artpaper 210 gram
- Hardcover menggunakan laminasi doff
- Menggunakan cover wallet dengan kertas artpaper 150 gram



Gambar 3.1 Buku Graphic Standart Manual Ginger Booster
Sumber : Faisal Firhan Pradani, 2020

3.4.2 Media Pendukung

Media pendukung dibagi menjadi dua kelompok yaitu media promosi yang memiliki tujuan agar dapat memperkenalkan media informasi ini kepada target dan merchandise yang berguna untuk mendukung promosi dan menarik perhatian target. Berikut adalah macam pilihan media promosi seperti instagram dan poster. Serta merchandise seperti sticker, totebag pouch dan notebook.



Gambar 3.2 Instagram, Xbanner Dan Sticker
Ginger Booster

Sumber : Faisal Firhan Pradani, 2020



Gambar 3.3 Poloshirt, Cup, Daftar Menu
PMS Time

Sumber : Faisal Firhan Pradani, 2020

4. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa jahe merah memiliki banyak manfaat baik untuk tubuh kita. Namun masyarakat masih sedikit yang mengonsumsinya karena rasanya yang cukup tajam. Ginger booster adalah salah satu brand susu jahe merah yang menyediakan berbagai varian rasa. Tentunya hal ini sangat membantu masyarakat untuk mengonsumsi susu jahe merah dengan rasa yang nikmat. Namun identitas dari ginger booster masih sangat minim. Banyak orang yang belum mengetahui brand tersebut. Perancangan re-branding ini bertujuan untuk memberikan peningkatan branding yang lebih berani dengan memberikan konsep yang lebih modern namun tetap berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh Ginger Booster.

Daftar Pustaka

- Anggraini, Lia dan Kirana Nathalia. 2018. *Desain Komunikasi Visual*, Bandung : Nuansa Cendikia.
- Rustan, Surianto. 2010. *Huruf Font Tipografi*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. 2017. *LAYOUT Dasar & Penerapannya*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. 2017. *Mendesain Logo*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Swasty , Wirania. 2016. *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Julianti, Sri. 2018. *The Art Of Packaging*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Herlina, Rose dkk. 2002. *Khasiat dan Manfaat Jahe Merah Si Rimpang Ajaib*. Jakarta : PT Agromedia Pustaka.
- Islami, D., Nurusholih, S., & Barlian, Y. A. (2019). Perancangan Brand Image Dan Brand Communication Produk Vegeblend 21 Junior. *eProceedings of Art & Design*, 6(2).
- Hidayattuloh, Muhammad, and Achmad R. Fauzan. "Digital Brand Building of PT Kereta Api Indonesia Indonesia Through Instagram Account @ KAI121." *6th Bandung Creative Movement 2019, Bandung, Indonesia, October, 2019*. Telkom University, 2019, pp. 402-408.

Sumber Lain (Internet)

- Wheeler, Alina. 2013. *Designing Brand Identity*. Canada : John wiley & sons, inc.