

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum permasalahan, proses pembuatan karya bidang, hasil produksi karya bidang desain logo yang diimplementasikan ke kemasan, apron, tote bag, brosur, dan juga banner. Proses pembuatan karya bidang ini melalui 3 tahap yaitu, pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

UMKM Bolen Pisang ‘Montok’ merupakan salah satu usaha mikro di bidang kuliner yang secara khusus memproduksi bolen pisang. Usaha ini dikelola secara independen dengan pemiliknya dan berlokasi di Kelurahan Kebondalem, Kecamatan Pemalang Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah. Meskipun produk yang dihasilkan memiliki rasa khas dan kualitas yang baik, UMKM ini masih menghadapi berbagai tantangan dalam hal komunikasi visual dan penguatan citra merek. Berikut penjelasan gambaran umum permasalahan UMKM Bolen Pisang ‘Montok’:

1) Ketiadaan Identitas Visual yang Terstruktur

Salah satu persoalan utama adalah belum adanya elemen identitas visual seperti logo, warna khas, tipografi yang konsisten, maupun tagline. Selama ini, produk dikemas secara sederhana dalam plastik atau kemasan polos tanpa label atau elemen visual yang dapat mengaitkan produk dengan merek.

2) Kurangnya Konsistensi dalam Penerapan Branding

Tanpa pedoman visual yang terstandardisasi, tampilan produk sering berubah-ubah dan tidak memiliki ciri khas yang mudah dikenali. Hal ini menyulitkan konsumen dalam mengenali merek, serta menghambat efektivitas strategi pemasaran baik secara langsung maupun melalui media digital.

3) Desain Kemasan yang Kurang Atraktif

Kemasan yang digunakan lebih berfungsi sebagai wadah tanpa memperhatikan aspek estetika atau desain yang menarik. Berdasarkan hasil surevi, lebih dari 60% responden menilai kemasan Bolen Pisang ‘Montok’ masih terkesan biasa saja dan belum mencerminkan kualitas atau identitas merek yang kuat.

4) Pemanfaatan Media Promosi yang Belum Optimal

Strategi promosi yang digunakan masih terbatas, tanpa didukung oleh media visual seperti brosur, banner, atau materi promosi lainnya. Selama ini, pemasaran hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut tanpa identitas visual yang konsisten.

5) Tingkat Persaingan Produk Serupa yang Tinggi

Persaingan produk kuliner serupa khususnya bolen pisang, UMKM Bolen Pisang ‘Montok’ membutuhkan strategi diferensiasi melalui visual branding. Tanpa identitas merek yang kuat, produk beresiko dianggap sebagai produk biasa tanpa keunikan atau nilai pembeda yang signifikan.

Permasalahan tersebut menjadi latar belakang penting dalam perancangan *Brand Identity* yang bertujuan untuk meningkatkan *Brand Awareness* dan membangun citra merek yang lebih profesional. Solusi dari permasalahan ini diwujudkan melalui rancangan elemen-elemen visual dan media promosi.

4.2 Proses Pembuatan Karya Bidang

Saat merancang logo, *color pallete*, tipografi dan produk pendukung lainnya, penulis melakukan penyesuaian pada berbagai tahap mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca produksi. Penyesuaian ini dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk umpan balik dari klien yaitu UMKM Bolen Pisang ‘Montok Pemalang serta ulasan dan masukan dari dosen pembimbing dan dosen penguji.

4.2.1 Pra Produksi

Pada tahap pra produksi penulis melakukan wawancara terlebih dahulu dengan klien untuk pengumpulan data, penyusunan konsep desain, hingga pembuatan sketsa awal. Berikut penjelasannya:

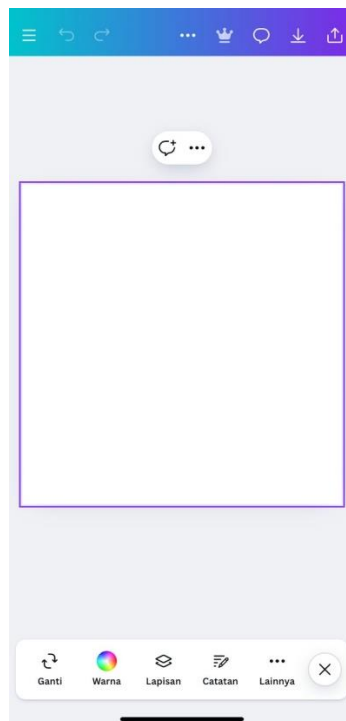
- a. Wawancara dengan Klien Setelah menemukan UMKM yang berpotensi untuk dijadikan sebagai klien, penulis menghubungi pemilik usaha mengenai ketersediaan untuk bekerja sama. Selanjutnya, dilakukan wawancara guna menggali informasi mengenai latar belakang usaha, karakteristik produk, target pasar, serta kebutuhan promosi bagi klien.
- b. Melakukan Pra-Survei Setelah mengidentifikasi masalah melalui wawancara dengan klien, penulis menyusun kuesioner pra-survei guna mengumpulkan data tambahan dari khalayak umum. Survei ini difokuskan pada pemahaman mengenai minat dan persepsi mereka terhadap efektivitas media promosi terhadap meningkatkan brand awareness UMKM.
- c. Menentukan Ide Konsep Dari hasil wawancara dan pra-survey, penulis dapat merumuskan masalah yang kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi peluang solusi dengan menentukan konsep visual yang meliputi pemilihan warna, tipografi, serta media yang akan digunakan, semuanya disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik klien.

4.2.2 Produksi

Tahapan ini berisi proses pelaksanaan dari konsep yang telah dirumuskan pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini, penulis mulai mengaplikasikan ide dan konsep secara menyeluruh, berdasarkan kebutuhan materi promosi yang telah direncanakan. Semua elemen visual dikembangkan berdasarkan analisis kebutuhan klien, termasuk pemilihan warna, tipografi, tata letak, serta penulisan informasi yang jelas dan disesuaikan oleh identitas UMKM. Tahap ini melibatkan penggunaan perangkat lunak desain grafis (Canva) untuk merancang *brand identity*. Penulis memilih Canva sebagai perangkat lunak desain grafis karena telah familiar

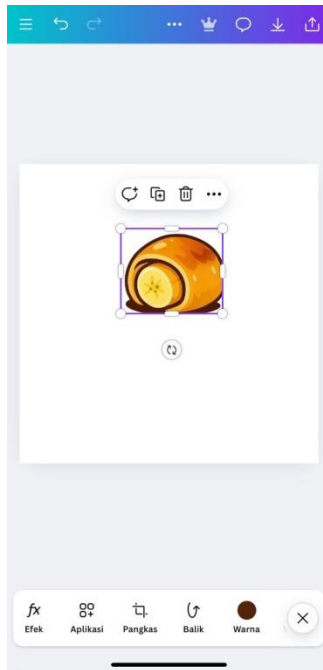
dengan fitur-fitur yang tersedia serta kemudahan dalam pengaplikasian elemen visual. Selain itu, Canva juga dipilih karena dianggap efisien untuk mendukung proses desain media promosi yang beragam dalam satu platform. Berikut adalah contoh langkah-langkah dari proses desain *brand identity* logo yang penulis tempuh melalui aplikasi Canva:

1. Pada langkah awal pembuatan desain logo, penulis menentukan ukuran kanvas yang akan digunakan, yaitu square atau 1:1, hal ini sesuai dengan ukuran pembuatan logo dan untuk mempermudah menyesuaikan elemen grafis yang akan digunakan.



Gambar 4 1 Penentuan Ukuran Kanvas untuk Desain Logo

2. Setelah menentukan ukuran kanvas yang digunakan, penulis menentukan elemen – elemen visual yang tepat agar sesuai dengan identitas UMKM Bolen Pisang ‘Montok’, seperti ilustrasi gambar bolen pisang dan sedikit ada tambahan cokelat pada bawah ilustrasi gambar bolen pisan.



Gambar 4 2 Elemen yang Sesuai untuk Desain

3. Setelah itu, penulis melakukan penentuan tipografi log yang tepat juga dengan UMKM Bolen Pisang ‘Montok’.

Tahap selanjutnya yaitu mewujudkan brand identity secara visual hingga siap untuk diaplikasikan pada media promosi. *Brand Identity* tersebut terdiri dari:

1. Logo

Logo diciptakan dengan memadukan unsur visual yang sesuai dengan UMKM. Desain utama yang digunakan tetap menggunakan unsur bolen pisang sebagai lambing dari hasil produksi UMKM Bolen Pisang ‘Montok’ yang dipadukan dengan sedikit elemen coklat untuk mempertegas adanya bolen pisang yang dihasilkan memiliki rasa coklat.

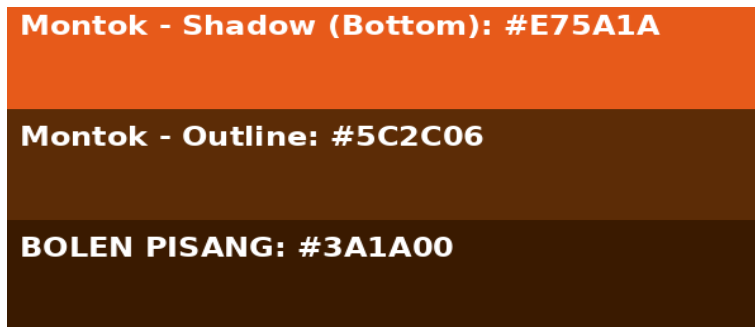
Logo yang dibuat penulis memiliki filosofi yaitu pada gambar bolen pisang dengan potongan pisang di tengah menunjukkan kejujuran bahwa menggunakan pisang asli bukan hanya perasa hal ini memperkuat karakter ‘Montok’ sebagai isian yang melimpah, tebal, dan juga memuaskan. Warna keemasan pada gambar bolen pisang memberikan kesan panggangan yang sempurna, yang berarti memiliki standar kualitas

tinggi dan proses yang benar. Memiliki makna bahwa kualitas yang dimiliki premium tetapi ala UMKM produk rumahan yang tetap menjaga mutu dan rasa yang terbaik.. Efek *glossy* dan gradasi warna membuat bolen terlihat fresh, sehingga menimbulkan visualisasi aroma dan kehangatan. Filosofi ini selaras dengan nilai UMKM yang selalu menghadirkan produk segar untuk konsumen. Efek ini juga memberikan kesan professional dan modern, menegaskan bahwa meskipun produk rumahan tetapi UMKM Bolen Pisang ‘Montok’ tampil elegan dan meyakinkan.

1.  Gambar 4 3 Logo Opsi 1	2.  Gambar 4 4 Logo Opsi 2
3.  Gambar 4 5 Logo Opsi 3	

Logo UMKM Bolen Pisang ‘Montok’ dirancang pada tiga versi. Logo yang pertama satu gambar bolen pisang sederhana tetapi nyata dengan bolen pisang yang dimiliki oleh UMKM Bolen Pisang ‘Montok’, logo kedua lebih ceria, namun tetap

dengan elemen inti yaitu bolen pisang, dan logo yang ketiga sederhana tetapi kurang sesuai dengan UMKM Bolen Pisang ‘Montok’. Hasil survey post-test yang dilaksanakan menunjukkan bahwa 88,1% responden lebih memilih logo pada opsi 1 sebagai representasi paling tepat dari identitas UMKM Bolen Pisang ‘Montok’, menegaskan keberhasilannya dalam menyampaikan citra dan karakter merek.



Gambar 4 6 Color Palette

Pemilihan color pallete juga merupakan peran penting dalam memperkuat identitas visual. Warna-warna yang digunakan tidak hanya sebagai mempercantik tampilan, tetapi juga membawa makna dan emosi yang menegaskan karakter merek. Pada UMKM Bolen Pisang ‘Montok’ menggunakan color pallete dengan warna cokelat terdapat cokelat muda dan cokelat tua. *Color pallete* yang digunakan memiliki unsur yang sesuai dengan produk bolen pisang. Dengan memberikan warna cokelat tua untuk mendapatkan kesan yang hangat dan kelembutan sesuai dengan rasa dan nuansa produk bolen pisang yang umumnya memiliki varian rasa cokelat. Kombinasi antara logo dan *color pallete* membentuk kesatuan visual yang konsisten, mudah diingat, dan mampu menjadi pembeda dengan merek dari kompetitor serupa.

2. Tagline

Tagline yang digunakan adalah “Cemilan Lezat Untuk Setiap Moment” ini sesuai dengan karakter brand serta sefektivitas penyampaian pesan.

- a. Kata “Cemilan Lezat” secara langsung menegaskan keistimewaan

produk yaitu bolen pisang sebagai makanan ringan yang enak dan memuaskan. Hal ini memperkuat citra produk sebagai pilihan utama ketika konsumen mencari cemilan manis dan mengenyangkan.

b. Kata “Untuk Setiap Moment” dipilih agar produk tidak hanya dianggap sebagai cemilan biasa, tetapi bisa hadir dalam berbagai situasi seperti sedang santai di rumah, berkumpul bersama keluarga, oleh-oleh, hingga acara special lainnya. Tagline ini memberikan kesan bahwa UMKM Bolen Pisang ‘Montok’ fleksibel dalam segala suasana.

Seluruh elemen brand identity kemudian diterapkan pada berbagai media promosi, seperti kemasan, apron, totebag, brosur, dan banner bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* konsumen terhadap produk UMKM Bolen Pisang ‘Montok’, berikut penjelasannya:

1. Kemasan

Kemasan produk UMKM Bolen Pisang ‘Montok’ dirancang berbentuk persegi panjang dengan ukuran kemasan 23 x 10 x 5 cm. Menggunakan bahan kemasan kertas karton jenis ac260 bahan yang digunakan *glossy*. Kemasan tersebut Selain sebagai pelindung kemasan juga digunakan sebagai media promosi yang mencerminkan brand identity.



Gambar 4 7 Gambar Desain Kemasan Awal

Desain kemasan menggabungkan berbagai elemen visual untuk menciptakan desain yang menarik dan modern, namun tetap mempertahankan identitas asli klien. Desain kemasan mencakup penggabungan tagline, logo UMKM Bolen Pisang ‘Montok’, dan berbagai tipografi tambahan. Penulis memilih *color pallet* kuning dan sedikit tambahan coklat pada bagian teks box yang berada pada bagian depan kemasan. Penulis memasukan logo halal pada bagian atas depan kemasan. Pada bagian sebelah kanan penulis memasukkan komposisi bolen pisang yang digunakan oleh UMKM Bolen Pisang ‘Montok’,

Secara keseluruhan, desain kemasan tetap konsisten dengan rencana awal. Perubahan dilakukan hanya menambahkan no PIRT yang telah klien miliki. Jenis teks box diganti dengan yang terbaru agar lebih menarik. Pada bagian depan dan bawah kemasan, penulis menambahkan latar pisang agar tidak terlihat polos biasa. Hal ini di karenakan permintaan dari klien agar terlihat lebih menarik.



Gambar 4 8 Desain Kemasan Akhir

2. Apron

Dalam merancang desain apron, penulis juga memadukan elemen visual berisi logo dan tagline. Dalam desain awal penulis menggunakan latar berwarna putih dengan elemen tambahan pisang sebagai elemen pendukung. Desain apron mengandung tipografi tagline “ Cemilan Lezat Untuk Setiap Moment “ berwarna hitam. Berikut desain apron awal :



Gambar 4 9 Desain Apron Awal

Perubahan yang terjadi pada desain apron tidak signifikan. Penulis hanya merubah warna latar yang semula berwarna putih menjadi warna krem. Hal ini dilakukan karena permintaan klien. Perubahan juga terdapat pada logo yang lebih terbaru.

Berikut desain akhir:



Gambar 4 10 Desain Apron Akhir

3. Totebag

Dalam proses produksi rancangan desain untuk totebag, penulis memadukan beberapa elemen visual untuk menciptakan desain yang menarik. Desain yang dibuat berupa penggabungan dari tipografi, elemen grafis pendukung, logo, serta tagline UMKM Bolen Pisang 'Montok'. Desain ini juga berisi tulisan tagline "Camilan Lezat Untuk Setiap Moment". Dalam desain yang penulis buat, pada dasar desain totebag berwarna krem dengan diberi elemen tambahan berbentuk pisang. Pada bagian atas desain diberi seperti cokelat yang meleleh menggambarkan bahwa bolen pisang cokelat milik UMKM Bolen Pisang 'Montok' memiliki isian cokelat yang melimpah. Selain itu, penulis juga memberikan alamat dan no handphone untuk pemesanan bolen pisang. Nantinya totebag ini akan diberikan harga berupa 5.000

Pada desain totebag ada sedikit perubahan pada desain yang dibuat pada awal desain. Penulis menambahkan alamat UMKM Bolen Pisang 'Montok' dan no handphone guna mempermudah calon pembeli untuk mengetahui produk.

Penambahan ini dirancang untuk memperkuat *Brand Identity* klien. Berikut desain awal:



Gambar 4 11 Desain Totebag Awal

Terdapat sedikit perubahan pada desain totebag yang sudah penulis buat yaitu terdapat penyematan kontak pemesanan dan alamat UMKM Bolen Pisang' Montok', berikut desain akhir totebag:



Gambar 4 12 Desain Totebag Akhir

4. Brosur

Dalam merancang desain brosur, penulis menggunakan warna latar kuning yang dipadukan dengan elemen tambahan pisang sebagai latar juga. Desain brosur memadukan beberapa elemen tipografi yang mengandung sesuatu informatif. Desain brosur mencakup tagline “ Cemilan Lezat Untuk Setiap Moment “ dan logo UMKM Bolen Pisang ‘Montok’. Penulis menambahkan gambar asli dari produk UMKM Bolen Pisang ‘Montok’ pada bagian atas kanan dengan elemen lingkaran. Desain brosur juga mencakup berbagai tipografi tambahan mengenai kelebihan UMKM Bolen Pisang ‘Montok’ sebagai informasi tambahan.

Berikut desain awal brosur:



Gambar 4 13 Desain Brosur Awal

Secara keseluruhan, desain brosur tetap konsisten dengan rencana awal. Perubahan desain brosur hanya menambahkan satu kelebihan pada UMKM Bolen Pisang ‘Montok’. Desain brosur berisi tipografi yang berisi alamat, kontak untuk pemesanan, dan juga berisi informasi mengenai pengiriman. Hal ini bertujuan untuk mempermudah calon pembeli mendapatkan informasi tentang UMKM Bolen Pisang ‘Montok’.

Berikut desain akhir:



Gambar 4 14 Desain Brosur Akhir

5. Banner

Dalam proses desain banner, penulis juga memadukan berbagai elemen visual agar desain banner yang akan dibuat menarik. Desain banner berupa penggabungan dari tagline, *Color Pallette*, elemen grafis yang lebih banyak dan logo UMKM Bolen Pisang ‘Montok’. Desain banner mengandung banyak tipografi keunggulan dari Bolen Pisang ‘Montok’. Warna dasar desain banner adalah kuning sesuai dengan identitas klien. Desain banner juga terdapat beberapa gambar dari produk klien. Selain itu, penulis juga menambahkan logo klien, logo halal, dan juga no PIRT yang sudah dimiliki oleh UMKM Bolen Pisang ‘Montok’.klien. Ukuran banner tersebut 3 x1. Berikut desain awal:



Gambar 4 15 Desain Banner Awal

Secara keseluruhan, perencanaan desain tidak mengalami perubahan. Penulis hanya menambahkan no PIRT pada desain banner di bagian atas sebelah kanan. Hal ini dikarenakan permintaan dari pihak. Berikut desain akhir:



Gambar 4 16 Desain Banner Akhir

Berikut adalah tabel anggaran yang telah diperbarui oleh penulis:

No.	Nama Barang	Jumlah	Harga	Total
1.	Banner	1 pcs	40.000	40.000
2.	Totebag Spunbond	20 pcs	3.500	70.000
3.	Kemasan	100 pcs	1.500	150.000
4.	Apron	2 pcs	55.000	110.000
5.	Brosur	100 pcs	1.000	100.000
			TOTAL	470.000

Tabel 2. 3 Rancangan Anggaran Dana Akhir

Pada proses produksi beberapa luaran, penulis melakukan perbandingan terlebih dahulu antara percetakan. Perbandingan ini meliputi kualitas cetak, kerapian, serta ketepatan waktu dalam penyelesaian.

1) Banner

Dari hasil penilaian, penulis melakukan perbandingan percetakan yang ada di Kabupaten Pematang. Penulis memilih Percetakan Karya Bagus Pematang. Beberapa faktor yang menjadi alasan pemilihan, antara lain:

- a. Kualitas cetak lebih bagus, Percetakan Karya Bagus dapat menghasilkan warna yang tajam, konsisten, dan sesuai dengan desain yang penulis buat.
- b. Ketepatan waktu produksi, Percetakan Karya Bagus mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai jadwal yang ditentukan, sehingga dapat mendukung kelancaran penulis dalam penyusunan tugas akhir.
- c. Proses komunikasi penulis dengan Percetakan Karya Bagus berjalan dengan baik dan mendapatkan respon yang cepat, pelayanan ramah, serta adanya konsultasi teknis terlebih dahulu sebelum proses cetak.

2) Totebag Spunbond

Penulis melakukan perbandingan cetak totebag spunbond yang

berada di aplikasi Shopee. Penulis memilih akun Shopee Gifonmi. Beberapa faktor yang menjadi alasan pemilihan, antara lain

- a. Kualitas produk yang dihasilkan memiliki kualitas jahitan yang rapi, berbahan cukup tebal, serta mampu menampilkan hasil cetakan desain dengan jelas
- b. Proses estimasi percetakan lebih cepat dibandingkan dengan percetakan totebag spunbond yang lain.
- c. Toko Gifonmi telah terverifikasi oleh pihak Shopee merupakan akun terlaris dalam kategori totebag spunbond dan banyak ulasan positif dari para pembeli.

3) Kemasan

Penulis melakukan perbandingan percetakan kemasan dengan percetakan yang ada di Kabupaten Pematang Jaya. Penulis memilih Alfin Printing. Beberapa faktor yang menjadi alasan pemilihan, antara lain:

- a. Alfin Printing dapat memproduksi kemasan dengan jumlah sedikit tidak dengan percetakan lain yang memiliki minimal order yang sangat banyak.
- b. Kualitas percetakan kemasan milik Alfin Printing mampu menghasilkan cetakan dengan resolusi tinggi, warna yang tajam dan bagus, serta konsistensi visual yang sesuai dengan desain yang sudah dibuat oleh penulis.
- c. Layanan konsultasi pada Alfin Printing cukup bagus karena memberikan masukan terkait ukuran, jenis bahan, dan finishing yang tepat.

4) Apron

Penulis menggunakan percetakan apron pada aplikasi Shopee. Akun yang dipilih oleh penulis ialah akun R.eN.A Home Shopping. Beberapa faktor yang menjadi alasan pemilihan, antara lain:

- a. Kualitas percetakan yang bagus dengan bahan yang bagus.
- b. Mampu membuat desain yang diinginkan oleh penulis

dikarenakan percetakan apron yang lain tidak mampu membuat apron sesuai dengan desain penulis.

c. Produk sampai sesuai estimasi malah lebih cepat, sehingga tidak menghambat penulis dalam penyusunan tugas akhir.

5) Brosur

Dari hasil penilaian, penulis melakukan perbandingan percetakan yang ada di Kabupaten Pemalang. Penulis memilih Percetakan Karya Bagus Pemalang. Beberapa faktor yang menjadi alasan pemilihan, antara lain:

- a. Kualitas cetak lebih bagus, Percetakan Karya Bagus dapat menghasilkan warna yang tajam, konsisten, dan sesuai dengan desain yang penulis buat.
- b. Ketepatan waktu produksi, Percetakan Karya Bagus mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai jadwal yang ditentukan, sehingga dapat mendukung kelancaran penulis dalam penyusunan tugas akhir.
- c. Proses komunikasi penulis dengan Percetakan Karya Bagus berjalan dengan baik dan mendapatkan respon yang cepat, pelayanan ramah, serta adanya konsultasi teknis terlebih dahulu sebelum proses cetak.

4.2.3 Pasca Produksi

Setelah seluruh tahap produksi dilakukan, penulis memasuki tahap pasca produksi dengan melakukan penyerahan hasil karya bidang kepada pemilik UMKM Bolen Pisang 'Montok'. Penyerahan ini dilaksanakan pada hari Rabu, 4 September 2025. Penyerahan ini dilakukan untuk mengikuti pelaksanaan bazar UMKM yang berada di Gedung Juang Kabupaten Pemalang. Kegiatan ini dilakukan untuk memperkenalkan media promosi secara langsung kepada para pengunjung.



Gambar 4 17 Penyerahan Totebag dan Kemasan



Gambar 4 18 Penyerahan Banner



Gambar 4 19 Penyerahan Hasil Produksi Lainnya

4.3 Kendala Pengkaryaan

Dalam menjalankan sebuah proyek pasti terdapat beberapa kendala yang penulis alami. Tetapi dengan begitu, penulis tetap dapat melewati kendala tersebut Berikut beberapa kendala yang penulis alami selama proses produksi, yaitu:

1. Pada proses brainstorming, penulis sempat mengalami kesulitan dalam mencari ide untuk membuat *Brand Identity* seperti membuat logo yang sederhana tetapi menarik, tagline yang mudah diingat oleh para audiens, warna yang sesuai dengan identitas merek klien, dan tipografi. Selanjutnya penulis juga sempat kesulitan dalam pembuatan produk yang digunakan sebagai produk pendukung dari brand identity. Untuk itu, penulis mencoba untuk mengkaji beberapa elemen yang relevan dengan UMKM Bolen Pisang 'Montok'.
2. Pada saat produksi, penulis juga mengalami kendala mencari vendor totebag dan apron yang dapat membuat desain sesuai dengan desain yang sudah penulis buat dan mencari vendor yang minimal ordernya sesuai dengan kebutuhan penulis. Oleh karena itu, adanya perubahan pada jumlah order dan anggaran biaya yang telah penulis buat pada rancangan anggaran di awal.
3. Pada proses cetak dimulai, terdapat kendala pada proses cetak kemasan dikarenakan vendor sedang mendapatkan banyak pesanan maka proses cetak kemasan lebih lama dibandingkan dengan perkiraan penulis sebelumnya. Tidak hanya itu saja, penulis juga mendapatkan kendala pada pembuatan apron di karenakan vendor awalnya tidak bisa membuat desain sesuai dengan desain yang sudah dibuat oleh penulis. Namun, akhirnya vendor bisa membuat sesuai dengan desain penulis tetapi ada biaya tambahan.

4.4 Solusi Kendala Pengkaryaan

Dari kendala pengkaryaan diatas penulis memiliki solusi, yaitu:

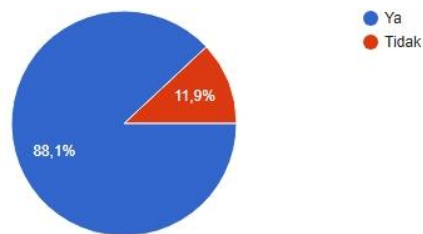
1. Untuk mengatasi kendala pencarian ide brand identity, penulis melakukan kajian literatur mengenai teori *Brand Identity* dan *Brand Awareness*, serta melakukan perbandingan dengan UMKM sejenis sebagai bahan acuan. Selain itu, penulis berdiskusi dengan dosen pembimbing dan mengeksplorasi beberapa alternatif rancangan hingga diperoleh konsep yang sesuai dengan karakter UMKM Bolen Pisang Montok.
2. Untuk mengatasi masalah vendor percetakan, penulis mencari beberapa pilihan penyedia jasa yang berada secara daring serta rekomendari dari wilayah terdekat penulis yang berada di Kabupaten Pemalang. Walaupun memang rata-rata memiliki minimal order yang sama.
3. Dalam menghadapi keterlambatan produksi dari percetakan kemasan, penulis menjalin komunikasi secara rutin dengan pihak percetakan kemasan terkait jadwal pengerjaan. Pada permasalahan dengan pihak percetakan apron yang tidak sesuai dengan rancangan awal, penulis melakukan koordinasi lebih lanjut hingga akhirnya pihak percetakan apron dapat menghasilkan produk sesuai dengan desain yang telah dibuat, meskipun terdapat tambahan biaya. Langkah ini diambil agar hasil akhir tetap konsisten dengan identitas visual yang telah dirancang.

4.5 Evaluasi Karya

Dengan cara pengumpulan data evaluative dilakukan melalui penyebaran kuisioner post test yang dibagikan secara langsung kepada pengunjung selama kegiatan Bazar UMKM Kabupaten Pemalang pada tanggal 14 September 2025. Dari kuisioner tersebut terkumpul sebanyak 67 responden. Data yang diperoleh kemudian diolah oleh penulis untuk mengevaluasi tingkat efektivitas media promosi yang telah diproduksi, dengan hasil sebagai berikut:

Pertanyaan: Apakah Anda mengetahui UMKM Bolen Pisang ‘Montok’?

Apakah Anda pernah mendengar tentang UMKM Bolen Pisang ‘Montok’ ? [Salin diagram](#)
67 jawaban



Gambar 4 20 Hasil Post-Test Mengenai Brand Awareness

Hasil responden sebanyak 88,1% menyebutkan bahwa mengetahui adanya UMKM Bolen Pisang ‘Montok’, yang di mana persentase awareness meningkat yang semula pada saat pra-survei 77,3% peningkatan ini sebanyak 10,8%. Peningkatan ini menunjukkan adanya perubahan positif dalam tingkat *Brand Awareness* setelah dilakukan strategi promosi dalam tugas akhir ini.

Pertanyaan 2: Mana logo yang sesuai dengan UMKM Bolen Pisang ‘Montok’ dan dapat diingat?

1.  Gambar 4 21 Pilihan Gambar Logo Opsi 1	2.  Gambar 4 22 Pilihan Gambar Opsi 2
3.	



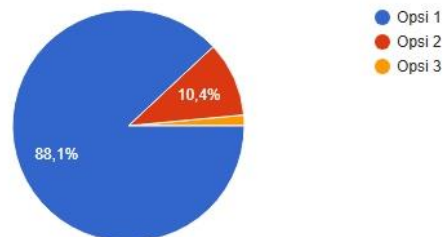
Gambar 4 23 Pilihan Gambar Logo Opsi 3

Hasil jawaban:

Manakah logo yang menurut Anda sesuai dengan UMKM Bolen Pisang 'Montok' dan dapat diingat?

[Salin diagram](#)

67 jawaban



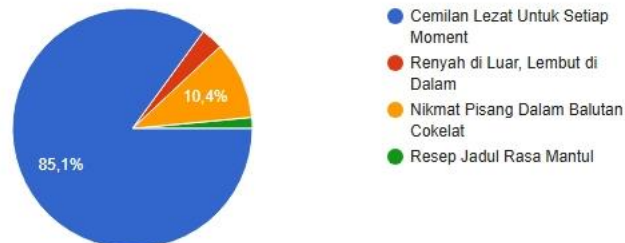
Gambar 4 24 Hasil Post-Test Mengenai Brand Recognition

Dari hasil tersebut mengenai pengenalan logo terdapat 88,1% memilih logo opsi 1, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden lebih mengenal logo UMKM Bolen Pisang 'Montok' dengan logo yang sudah dilakukan pembuatan logo terbaru. Pertanyaan 3: Manakah *tagline* yang sesuai dengan UMKM Bolen Pisang 'Montok'?

Menurut Anda manakah *tagline* yang paling sesuai untuk digunakan oleh UMKM Bolen Pisang 'Montok'?

[Salin diagram](#)

67 jawaban



Gambar 4 25 Hasil Post-Test Mengenai Tagline

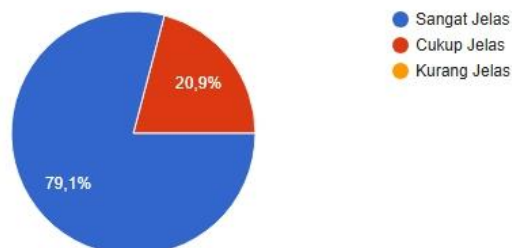
Hasil post test mengenai tagline menunjukkan bahwa sebanyak 85,1% responden memilih opsi 1 yaitu “Cemilan Lezat Untuk Setiap Moment” untuk digunakan UMKM Bolen Pisang ‘Montok’. Tagline yang singkat dan juga menyebutkan keistimewaan produk bolen pisang yang dapat dikonsumsi kapan saja sehingga lebih mudah dikenal dan diingat oleh responden.

Pertanyaan 4: Bagaimana informasi yang terdapat pada brosur juga banner?

Menurut Anda, bagaimana informasi yang terdapat pada brosur dan juga banner ?

[Salin diagram](#)

67 jawaban



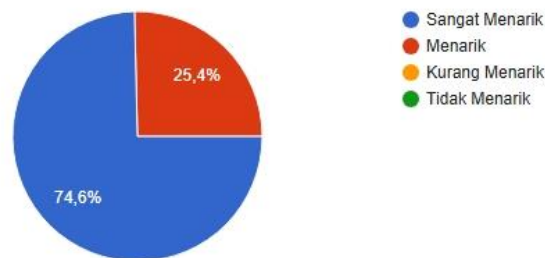
Gambar 4 26 Hasil Post-Test Mengenai Kesan Brosur dan Banner

Dari hasil kuisioner tersebut, sebanyak 79,1% menyatakan bahwa informasi

yang terdapat pada brosur dan juga banner dianggap sangat jelas.

Terdapat pula kesan responden terhadap media promosi yang diperkenalkan, yaitu:

Bagaimana kesan Anda terhadap kemasan dan tote bag yang sudah di tampilkan? [Salin diagram](#)
67 jawaban



Gambar 4 27 Hasil Post-Test Mengenai Kesan Kemasan dan Totebag

Sebanyak 74,6% memilih bahwa kesan terhadap media promosi yang lain seperti tote bag dan juga kemasan di nilai sangat menarik oleh responden.

Hasil dari pengisian kuisioner tersebut, menunjukkan *brand identity* yang dirancang telah berhasil meningkatkan *brand awareness*. Media promosi yang digunakan juga menunjukkan keberhasilan perancangan *brand identity*.

4.6 Review

Tahapan ini memuat ulasan atau tanggapan dari pemilik UMKM Bolen Pisang 'Montok', yaitu Ibu Ruli, terhadap hasil perancangan elemen-elemen brand identity yang telah dibuat. Hasil wawancara bersama pemilik UMKM Bolen Pisang 'Montok', Ibu Ruli, pada tanggal 14 September 2025 memberikan sejumlah tanggapan terkait perancangan identitas visual yang telah dibuat. Untuk aspek kemasan, beliau menilai desain yang dihadirkan cukup menarik karena sesuai dengan identitas. Pada logo, beliau menyampaikan bahwa desainnya sudah tepat, sederhana, mudah diingat, serta mampu menggambarkan karakter UMKM Bolen Pisang 'Montok'. Selanjutnya, untuk brosur, beliau menganggap informasi yang ditampilkan cukup lengkap karena mencakup produk, keunggulan, dan kontak, tetapi menyarankan agar elemen grafis lebih mencari yang sederhana. Sedangkan pada banner, menurut beliau desainnya sudah efektif digunakan sebagai media promosi di

kegiatan pameran maupun bazar, hanya saja font pada penulisan lebih baik jika disamakan dengan jenis font yang lain. Lalu pada apron, menurut beliau desainnya sudah cukup bagus dan sangat sesuai dengan harapan beliau. Secara keseluruhan, Ibu Ruli merasa puas dengan hasil perancangan yang telah dilakukan dan berharap identitas visual ini dapat memperkuat *brand awareness* UMKM Bolen Pisang 'Montok' di kalangan masyarakat.