

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan hasil perancangan *brand identity* Uplift Coffee Roastery yang meliputi pengembangan desain stiker *packaging* sebagai media komunikasi visual. Pembahasan meliputi gambaran umum permasalahan, proses penciptaan karya yang terdiri dari tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi, hasil implementasi desain stiker *packaging*, stiker logo, *tagline*, dan *thank you card*, serta evaluasi terhadap hasil perancangan. Proses penciptaan karya didasarkan hasil observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka, dan analisis SWOT untuk menghasilkan penerapan identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter Uplift Coffee Roastery, diterapkan secara konsisten serta mendukung terbentuknya tampilan merek yang lebih komunikatif, profesional, dan mudah dikenali oleh masyarakat.

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Uplift Coffee Roastery merupakan UMKM yang bergerak di bidang pengolahan dan penjualan biji kopi sangrai (*roast beans*) di Kota Semarang dan telah berdiri sejak tahun 2023. Berdasarkan hasil observasi, wawancara dengan pemilik, serta analisis terhadap media komunikasi yang digunakan, Uplift Coffee Roastery telah memiliki logo sebagai identitas visual sejak awal berdirinya usaha, tetapi penggunaannya pada kemasan belum optimal dan konsisten. Kemasan sebelumnya masih berupa plastik polos dengan stiker pada bagian depan, sedangkan bagian belakang belum memuat informasi produk secara lengkap, sehingga karakter dan nilai merek belum tersampaikan secara maksimal serta fungsi kemasan sebagai media komunikasi visual belum dimanfaatkan secara optimal. Kondisi tersebut menjadi semakin relevan karena Uplift Coffee Roastery telah memanfaatkan beberapa *marketplace* sebagai saluran penjualan dan memiliki konsumen dari berbagai daerah, sehingga diperlukan tampilan produk yang selaras dengan identitas merek pada

media digital agar lebih mudah dikenali. Hasil pra-survei terhadap calon konsumen juga menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengembangkan kemasan, terutama pada aspek daya tarik visual, kemudahan mengenali produk, kemampuan mengingat tampilan kemasan, penggunaan warna, dan kelengkapan informasi. Berdasarkan permasalahan tersebut, penciptaan karya difokuskan pada penguatan *brand identity* melalui perancangan desain stiker *packaging* dengan tetap mempertahankan logo utama serta mengembangkan warna, tipografi, ilustrasi, *layout*, dan informasi produk, yang kemudian didukung oleh stiker logo, *tagline* “Raise The Taste, Uplift Your Day!”, dan *thank you card* untuk menjaga keselarasan identitas visual pada berbagai titik interaksi dengan konsumen. Proses pengkaryaan dilakukan melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi dengan mengacu pada hasil observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka, dan analisis SWOT sehingga menghasilkan media komunikasi visual yang informatif, komunikatif, dan sesuai dengan karakter Uplift Coffee Roastery.

4.2 Analisis Masalah

Analisis masalah Uplift Coffee Roastery dilakukan melalui observasi, wawancara dengan pemilik, dokumentasi, pra-survei, dan analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa Uplift Coffee Roastery telah memiliki logo sebagai identitas visual, tetapi penerapannya pada *packaging* belum konsisten. Kemasan yang digunakan masih sederhana dengan penggunaan elemen visual yang terbatas, sedangkan informasi produk belum disusun secara lengkap dan terstruktur. Kondisi ini menyebabkan *packaging* belum mampu menyampaikan karakter merek dan informasi produk secara optimal serta belum memiliki pembeda visual yang kuat dibandingkan produk kopi sejenis. Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan perancangan stiker *packaging* yang mempertahankan logo utama dan mengembangkan elemen visual berupa warna, tipografi, ilustrasi, *layout*, serta informasi produk. Perancangan tersebut didukung

oleh stiker logo, *tagline*, dan *thank you card* untuk memperkuat penerapan *brand identity* Uplift Coffee Roastery secara konsisten.

4.3 Proses Pembuatan Karya Bidang

Pada bagian proses pembuatan karya bidang ini menghasilkan karya yang sesuai dengan kebutuhan Uplift Coffee Roastery, diperlukan proses penciptaan yang terencana dan sistematis berdasarkan hasil analisis permasalahan dan kebutuhan mitra. Karya yang dihasilkan berupa desain stiker *packaging* sebagai media utama, yang didukung oleh stiker logo, *tagline*, dan *thank you card*. Proses penciptaan karya dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi.

Tahap pra-produksi meliputi pengumpulan dan pengolahan data, identifikasi permasalahan, analisis kebutuhan mitra, pencarian referensi visual, serta penyusunan konsep desain. Tahap produksi meliputi pengembangan konsep visual, penyusunan desain stiker *packaging*, penyesuaian dan penerapan identitas visual pada stiker logo dan *tagline*, serta perancangan *thank you card*. Tahap pascaproduksi meliputi evaluasi hasil perancangan, penyempurnaan desain berdasarkan masukan dari pihak Uplift Coffee Roastery, finalisasi karya, dan persiapan hasil desain untuk diproduksi.

Setiap tahapan dilakukan dengan mempertimbangkan karakter, nilai, dan identitas visual Uplift Coffee Roastery agar seluruh media yang dihasilkan memiliki keselarasan visual. Tahapan tersebut, dihasilkan karya yang diharapkan mampu menerapkan identitas visual Uplift Coffee Roastery secara lebih konsisten, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan merek. Uraian mengenai setiap tahapan proses penciptaan karya dijelaskan pada bagian berikut :

4.3.1 Pra Produksi

Tahap pra produksi ini mencakup pengumpulan data, pengembangan ide, dan pembuatan desain digital.

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam produksi desain *sticker packaging* Uplift Coffee Roastery dilakukan melalui wawancara dengan pemilik, observasi, dokumentasi, pra-survei, dan penelusuran referensi desain melalui Pinterest, Instagram, serta TikTok. Wawancara dan observasi dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai profil usaha, produk, karakter dan nilai merek, kondisi kemasan sebelumnya, serta kebutuhan pengembangan visual. Pra-survei digunakan untuk mengetahui persepsi responden terhadap kemasan sebelumnya, khususnya dari aspek keterbacaan informasi, daya tarik visual, dan kemudahan mengenali produk. Data yang diperoleh digunakan untuk menentukan konsep, elemen visual, dan informasi yang diterapkan pada *sticker packaging*. Hasil pengumpulan data menjadi pertimbangan dalam mengembangkan warna, tipografi, logo, ilustrasi, *layout*, *tagline*, dan informasi produk yang selaras dengan karakter Uplift Coffee Roastery serta dapat diterapkan pada media pendukung.

2. Pengembangan Ide

Pada tahap pengembangan ide, penulis melakukan diskusi dengan pemilik Uplift Coffee Roastery untuk menentukan konsep visual yang sesuai dengan karakter dan nilai merek. Pembahasan mencakup pengembangan tampilan *packaging*, pemilihan elemen visual, serta perumusan *tagline* yang akan diterapkan pada stiker *packaging* dan media pendukung. Logo Uplift Coffee Roastery yang telah digunakan sejak tahun 2023 tetap dipertahankan sebagai identitas utama, sedangkan elemen visual lainnya dikembangkan untuk membentuk kesatuan tampilan yang sesuai dengan karakter merek. Pencarian ide dilakukan melalui eksplorasi referensi desain pada Instagram, Pinterest, dan TikTok serta pengamatan terhadap beberapa produk *coffee roastery* sebagai referensi visual. Referensi tersebut digunakan untuk melihat perkembangan desain *packaging*, penerapan elemen identitas visual, serta cara penyajian informasi pada produk kopi. Ide yang diperoleh kemudian dikembangkan

dan disesuaikan dengan karakter Uplift Coffee Roastery, bukan digunakan secara langsung sebagai desain akhir.

Hasil pengembangan ide menghasilkan konsep visual yang diterapkan pada stiker *packaging*, stiker logo, *tagline* “Raise The Taste, Uplift Your Day!”, dan *thank you card*. Elemen warna, tipografi, ilustrasi, *layout*, dan informasi produk disusun secara selaras agar membentuk keterkaitan visual pada seluruh media. *Tagline* tersebut digunakan sebagai elemen pendukung yang menyampaikan karakter dan pesan Uplift Coffee Roastery sekaligus melengkapi penerapan identitas visual pada media yang diproduksi. Penerapan elemen merek secara selaras pada berbagai media sejalan dengan penjelasan Kotler dan Keller (2022) bahwa elemen merek, termasuk slogan atau *tagline*, merupakan bagian dari identitas merek yang dapat membantu menyampaikan makna dan membedakan suatu merek. Konsep tersebut diterapkan dalam produksi karya dengan mempertahankan identitas yang telah dimiliki Uplift Coffee Roastery dan mengembangkan elemen pendukung yang sesuai dengan karakter visual merek.

a. Tagline

Tagline yang dirancang untuk Uplift Coffee Roastery, yaitu “**Raise The Taste, Uplift Your Day!**”, digunakan sebagai elemen verbal yang mendukung penerapan identitas merek pada *sticker packaging* dan media pendukung. Tagline tersebut dirancang untuk merepresentasikan karakter Uplift Coffee Roastery yang berfokus pada produk kopi berkualitas sekaligus memberikan pengalaman menikmati kopi yang dapat mendukung aktivitas dan suasana konsumen. Pemilihan tagline ini didasarkan pada beberapa pertimbangan sebagai berikut:

Raise The Taste :

Frasa *Raise The Taste* menggambarkan upaya Uplift Coffee Roastery dalam menghadirkan cita rasa kopi yang berkualitas. Kata *Raise* memiliki makna meningkatkan atau mengangkat, sehingga menggambarkan

komitmen untuk menghadirkan pengalaman rasa kopi yang lebih baik melalui proses *roasting* dan pemilihan biji kopi yang dilakukan dengan memperhatikan kualitas produk.

Uplift Your Day:

Frasa *Uplift Your Day* menggambarkan harapan agar kopi dari Uplift Coffee Roastery dapat memberikan pengalaman yang positif bagi konsumen dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Kata *Uplift* yang menjadi bagian dari nama merek digunakan kembali untuk memperkuat keterkaitan antara tagline dengan identitas Uplift Coffee Roastery serta menyampaikan kesan positif, energik, dan dekat dengan konsumen.

Secara keseluruhan, tagline **“Raise The Taste, Uplift Your Day!”** menggabungkan aspek kualitas produk dengan pengalaman konsumen. *Raise The Taste* menekankan kualitas dan cita rasa kopi, sedangkan *Uplift Your Day* menekankan pengalaman positif yang ingin dihadirkan melalui produk. Penggunaan tagline pada *sticker packaging*, stiker logo, dan media pendukung lainnya menjadi bagian dari penerapan identitas visual dan verbal secara konsisten pada berbagai titik kontak dengan konsumen.

3. Pembuatan Desain Digital

Pada tahap ini, seluruh ide yang telah dikembangkan kemudian direalisasikan ke dalam bentuk desain digital menggunakan berbagai software editing pendukung, seperti Canva, Pacdora.com, serta aplikasi editing lainnya.

a. Tipografi

Pada hasil akhir perancangan, digunakan dua jenis tipografi, yaitu Poppins dan Montserrat. Pemilihan kedua jenis huruf tersebut didasarkan pada kebutuhan untuk menciptakan tampilan yang lebih terstruktur, mudah dibaca, dan sesuai dengan karakter visual Uplift Coffee Roastery. Keduanya termasuk jenis *sans serif* yang memiliki bentuk huruf sederhana dan tegas sehingga dapat mendukung kesan visual yang bersih, modern, dan profesional.



Gambar 4. 1 Tipografi Jenis Poppins
Sumber : Olahan Penulis, Laura Santalia Melalui Canva

Poppins :

Penggunaan ini berada pada informasi yang membutuhkan tingkat keterbacaan tinggi, seperti informasi produk, keterangan kopi, berat bersih, tanggal sangrai, serta informasi pendukung lainnya. Bentuk huruf Poppins yang sederhana dan memiliki struktur yang jelas membantu informasi tetap mudah dibaca meskipun ditempatkan dalam ukuran yang relatif kecil.

Poppins Bold : memiliki ketebalan huruf lebih kuat sehingga lebih menonjol. Cocok digunakan untuk judul, nama produk, heading, atau informasi yang ingin menjadi fokus utama.

Poppins Regular/Medium : memiliki ketebalan lebih ringan sehingga lebih nyaman digunakan untuk informasi pendukung, deskripsi produk, keterangan, dan teks yang lebih panjang.



Gambar 4. 2 Tipografi Jenis Montserrat
Sumber : Olahan Penulis, Laura Santalia Melalui Canva

Montserrat :

Penggunaannya pada bagian yang membutuhkan penekanan visual, seperti nama produk, judul, dan *tagline*. Karakter huruf Montserrat yang lebih tegas membantu membangun hierarki visual sehingga informasi utama dapat lebih mudah dibedakan dari informasi pendukung.

Montserrat Bold : memiliki karakter huruf yang tebal, tegas, dan kuat sehingga memberikan penekanan visual. Cocok digunakan untuk nama produk, judul, heading, atau informasi utama pada *packaging*.

Montserrat Regular : memiliki ketebalan yang lebih ringan dan tampilan yang lebih sederhana sehingga memberikan kesan bersih dan mudah dibaca. Cocok digunakan untuk informasi pendukung, keterangan singkat, atau teks yang tidak menjadi fokus utama.

Penggunaan Poppins dan Montserrat secara bersamaan juga bertujuan menciptakan hierarki tipografi. Montserrat memberikan penekanan pada informasi utama, sedangkan Poppins digunakan untuk informasi pendukung. Dengan demikian, keduanya tidak hanya dipilih berdasarkan bentuk visual, tetapi juga berdasarkan fungsi masing-masing dalam mengatur informasi pada *packaging*.

b. Warna

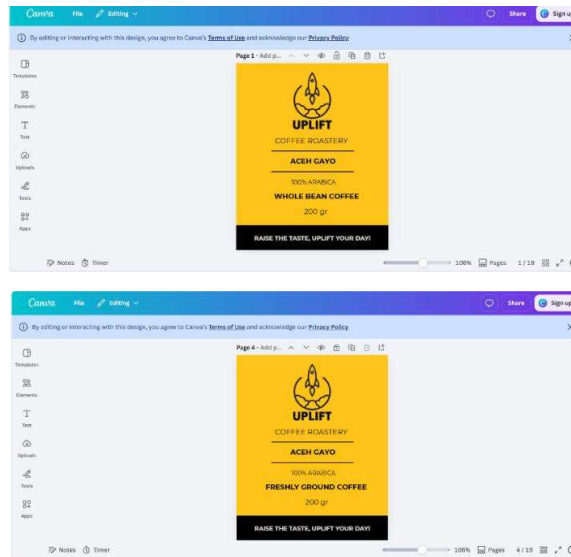


Gambar 4. 3 Warna dan Kode
Sumber : Olahan Penulis, Laura Santalia

Warna hitam #000000 digunakan sebagai warna utama untuk memberikan kesan tegas, kuat, sederhana, dan profesional. Warna ini diterapkan pada logo, teks, serta beberapa elemen grafis agar informasi dapat terlihat jelas dan memiliki kontras yang baik terhadap warna lainnya. Dalam kebutuhan cetak, warna hitam memiliki spesifikasi CMYK C 0%, M 0%, Y 0%, K 100%.

Warna kuning #FFC419 digunakan sebagai warna aksen untuk memberikan kesan cerah, hangat, energik, dan lebih menarik secara visual.

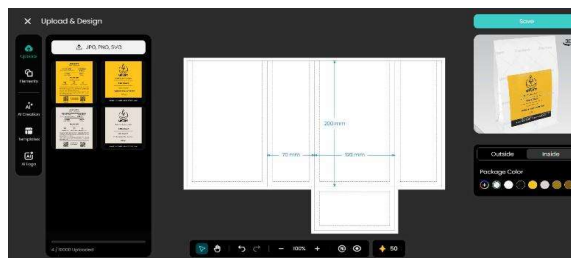
Penggunaannya berfungsi memberikan penekanan pada elemen tertentu sekaligus menciptakan pembeda pada tampilan desain. Warna **#FFC419** memiliki spesifikasi CMYK C 0%, M 23%, Y 90%, K 0% dan digunakan secara konsisten pada stiker *packaging* serta media pendukung lainnya.



Gambar 4. 4 Pembuatan Desain Stiker Packaging Bagian Depan Melalui Canva
Sumber: Olahan Penulis Laura Santalia



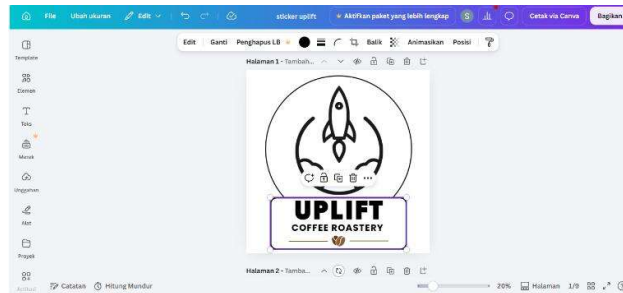
Gambar 4. 5 Pembuatan Desain Stiker Packaging Bagian Belakang Melalui Canva
Sumber: Olahan Penulis Laura Santalia



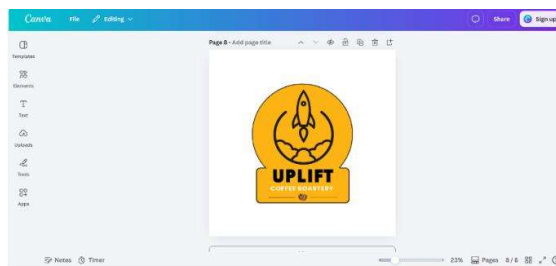
Gambar 4. 6 Pembuatan Pola Packaging 20 x 7 x 12 Melalui Pacdora.com
Sumber: Olahan Penulis Laura Santalia



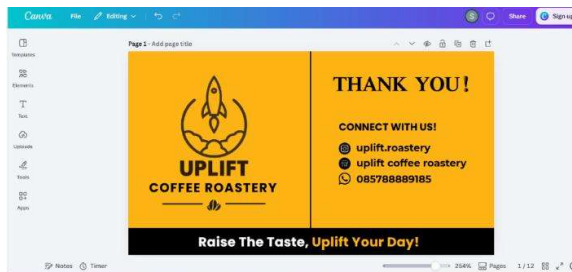
Gambar 4. 7 Proses Pembuatan Mockup Desain Packaging Melalui Pacdora.com
Sumber: Olahan Penulis Laura Santalia



Gambar 4. 8 Proses Mendesain Stiker Logo Uplift Coffee Roastery Melalui Canva
Sumber: Olahan Penulis Laura Santalia



Gambar 4. 9 Finalisasi Pembuatan Desain Stiker Logo Uplift Coffee Roastery Melalui Canva
Sumber: Olahan Penulis Laura Santalia



Gambar 4. 10 Pembuatan Desain Thank You Card Bagian Depan Melalui Canva
Sumber: Olahan Penulis Laura Santalia



Gambar 4. 11 Pembuatan Desain Thank You Card Bagian Belakang Melalui Canva
Sumber olahan Penulis Laura Santalia

4.3.2 Produksi

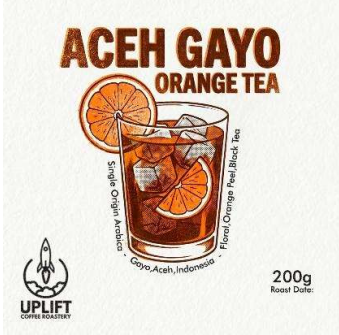
1. Pembuatan Mockup

Pembuatan *mockup* menjadi tahap yang digunakan untuk menampilkan rancangan desain dalam bentuk visual yang menyerupai penerapan pada media sebenarnya. Tahap ini membantu memperlihatkan bagaimana desain *sticker packaging* diterapkan pada kemasan *coffee pouch* sesuai dengan ukuran, bentuk, dan komposisi yang telah dirancang. Proses pembuatan *mockup* dilakukan menggunakan aplikasi pendukung yang disesuaikan dengan kebutuhan visualisasi karya.

Visualisasi *mockup* pada kemasan Uplift Coffee Roastery menampilkan penerapan logo, *tagline*, warna, tipografi, ilustrasi, *layout*, serta informasi produk pada permukaan *coffee pouch*. Tampilan tersebut digunakan untuk memperlihatkan hubungan antarelemen visual sekaligus memastikan desain dapat diterapkan secara proporsional pada kemasan. *Mockup* juga menampilkan hasil penerapan desain pada kemasan sebagai gambaran sebelum desain digunakan pada media sebenarnya. Hasil visualisasi ini kemudian menjadi bagian dari penyajian akhir karya setelah melalui proses pengembangan dan revisi desain.

Tabel 4. 1 Perubahan Desain Stiker *Packaging* Aceh Gayo

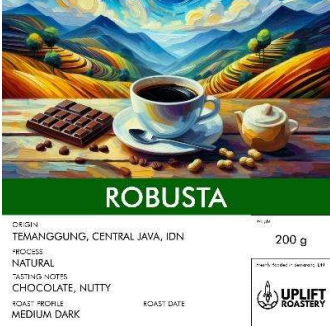
Desain Lama	Keterangan
	Visual kurang selaras, penggunaan warna dan ilustrasi belum membentuk kesatuan visual yang kuat dengan kemasan, sementara logo Uplift masih kurang menonjol.

	Informasi produk terbatas, desain hanya terdapat pada bagian depan, sedangkan bagian belakang masih polos sehingga informasi produk, asal kopi, kontak, dan informasi pendukung lainnya belum tersampaikan secara lengkap. Identitas merek belum konsisten, belum terdapat <i>tagline</i>, informasi <i>marketplace</i>, serta elemen tipografi dan visual yang konsisten untuk memperkuat identitas Uplift Coffee Roastery.
Desain Akhir	Keterangan Perubahan
	Desain dua sisi, menghasilkan tampilan pada bagian depan dan belakang kemasan sehingga bidang <i>packaging</i> tidak lagi kosong dan memiliki kesatuan visual. Identitas visual lebih konsisten, menerapkan logo, warna, tipografi, ilustrasi, <i>tagline</i>, dan <i>layout</i> yang selaras dengan identitas Uplift Coffee Roastery. Informasi lebih lengkap dan terstruktur, memuat nama dan karakteristik produk, asal kopi, informasi proses, kontak, serta informasi pendukung lainnya dengan hierarki yang lebih jelas sehingga kemasan lebih informatif.

Sumber : Olahan Penulis, Laura Santalia

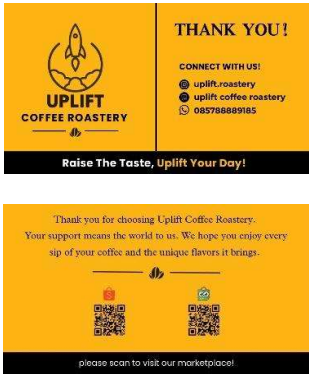
Tabel 4. 2 Perubahan Desain Stiker *Packaging* Robusta

Desain	Keterangan
	Desain hanya pada sisi depan, bagian belakang kemasan masih polos putih sehingga belum memiliki kesatuan visual pada kedua sisi.

	Informasi produk masih terbatas, belum mencantumkan jenis produk giling serta informasi kontak atau layanan konsumen secara lengkap. Identitas visual belum optimal, penggunaan elemen visual dan informasi masih sederhana sehingga karakter serta identitas Uplift Coffee Roastery belum tersampaikan secara konsisten.																
Desain Akhir	Keterangan Perubahan																
 <table border="1" data-bbox="500 1157 683 1388"> <thead> <tr> <th colspan="2">ROBUSTA TEMANGGUNG TEMANGGUNG - INDONESIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TASTING NOTES Nutty & chocolate</td> <td>ROAST LEVEL ★★★★○</td> </tr> <tr> <td>PROCESS Natural</td> <td>VARIETY Old-growth</td> </tr> <tr> <td colspan="2">ROASTED DATE / /</td> </tr> <tr> <td>HAND PICKED</td> <td>SINGLE ORIGIN</td> </tr> <tr> <td colspan="2">FRESH ROASTED</td> </tr> <tr> <td colspan="2"> Kopi Temanggung adalah salah satu komoditas kopi unggulan asal Jawa Tengah yang terkenal dengan cita rasa kopi kuat, dan aroma chocolate yang khas. Kopi ini adalah kopi single origin yang diproduksi dengan berpedoman dengan standar SCA (Specialty Coffee Association) yang memiliki skor cupping minimal 80. Kopi ini memiliki cita rasa yang kuat, dengan aroma chocolate yang khas. </td> </tr> <tr> <td>Indragiri</td> <td>Shopee</td> </tr> </tbody> </table>	ROBUSTA TEMANGGUNG TEMANGGUNG - INDONESIA		TASTING NOTES Nutty & chocolate	ROAST LEVEL ★★★★○	PROCESS Natural	VARIETY Old-growth	ROASTED DATE / /		HAND PICKED	SINGLE ORIGIN	FRESH ROASTED		Kopi Temanggung adalah salah satu komoditas kopi unggulan asal Jawa Tengah yang terkenal dengan cita rasa kopi kuat, dan aroma chocolate yang khas. Kopi ini adalah kopi single origin yang diproduksi dengan berpedoman dengan standar SCA (Specialty Coffee Association) yang memiliki skor cupping minimal 80. Kopi ini memiliki cita rasa yang kuat, dengan aroma chocolate yang khas.		Indragiri	Shopee	Desain dua sisi, menghasilkan tampilan bagian depan dan belakang dengan komposisi visual yang saling berkaitan sehingga kemasan terlihat lebih utuh dan konsisten. Identitas visual lebih terarah, menerapkan logo, warna, tipografi, ilustrasi, <i>tagline</i>, dan <i>layout</i> secara konsisten sebagai bagian dari identitas Uplift Coffee Roastery. Informasi lebih lengkap, mencantumkan jenis produk, informasi karakteristik kopi, informasi asal produk, kontak, serta informasi pendukung lainnya dengan penyusunan yang lebih terstruktur dan mudah dibaca. Keseluruhan hasil desain stiker packaging sama hanya yang membedakan adalah penjelasan tiap jenis produk kopi yang dimiliki.
ROBUSTA TEMANGGUNG TEMANGGUNG - INDONESIA																	
TASTING NOTES Nutty & chocolate	ROAST LEVEL ★★★★○																
PROCESS Natural	VARIETY Old-growth																
ROASTED DATE / /																	
HAND PICKED	SINGLE ORIGIN																
FRESH ROASTED																	
Kopi Temanggung adalah salah satu komoditas kopi unggulan asal Jawa Tengah yang terkenal dengan cita rasa kopi kuat, dan aroma chocolate yang khas. Kopi ini adalah kopi single origin yang diproduksi dengan berpedoman dengan standar SCA (Specialty Coffee Association) yang memiliki skor cupping minimal 80. Kopi ini memiliki cita rasa yang kuat, dengan aroma chocolate yang khas.																	
Indragiri	Shopee																

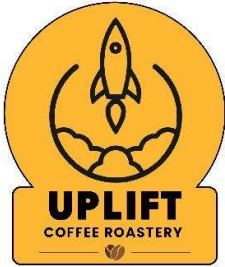
Sumber : Olahan Penulis, Laura Santalia

Tabel 4. 3 Perubahan Desain *Thank You Card*

Desain Lama	Keterangan Perubahan
	Desain hanya memiliki satu sisi saja sehingga sangat terlihat kurang informatif Nama usaha pada marketplace tidak ditampilkan sehingga kurang dapat dipahami oleh konsumen
Desain Akhir	Keterangan
	Memiliki dua sisi yang warnanya selaras dan sama Terdapat tagline yang dirancang sehingga memudahkan konsumen mengenal tagline tersebut yang dimiliki Uplift Coffee Roastery Terdapat scan kontak langsung untuk masuk ke marketplace yang dimiliki Uplift Coffee Roastery

Sumber : Olahan Penulis, Laura Santalia

Tabel 4. 4 Hasil Desain Stiker Logo

Desain Akhir	Keterangan
	Desain stiker logo ini bertujuan sebagai media pendukung karena sebelumnya Uplift Coffee Roastery belum memiliki stiker logo Hasil stiker ini menampilkan logo yang dimiliki, identitas perusahaan, serta penggunaan warna yang sesuai dengan identitas Uplift Coffee Roastery

Sumber : Olahan Penulis, Laura Santalia

2. Proses Percetakan

Proses percetakan merupakan tahap merealisasikan desain digital menjadi bentuk fisik melalui media dan teknik cetak yang telah disesuaikan dengan kebutuhan karya. Desain *sticker packaging* dan media

pendukung yang telah melalui tahap perancangan dan revisi kemudian disiapkan untuk proses produksi dengan memperhatikan ukuran, warna, material, serta kesesuaian hasil cetak dengan rancangan yang telah disetujui.

Proses percetakan dilaksanakan pada tanggal 2–9 September 2026. Tahapan tersebut meliputi pengecekan file akhir, penyesuaian kebutuhan produksi, proses pencetakan, dan pemeriksaan hasil cetak. Hasil percetakan awal kemudian diperiksa untuk memastikan kesesuaian warna, ukuran, kualitas cetak, dan tampilan visual dengan desain yang telah dirancang. Pada proses pemeriksaan ditemukan beberapa hasil yang belum sesuai dengan rancangan, sehingga dilakukan revisi dan percetakan ulang untuk memperoleh hasil yang sesuai.

Proses revisi dan percetakan ulang dilakukan hingga 11 September 2026. Hasil akhir yang telah sesuai kemudian digunakan sebagai bentuk fisik dari karya yang diproduksi, meliputi stiker *packaging*, stiker logo, *tagline*, dan *thank you card*. Tahap ini menjadi bagian penting dalam memastikan hasil produksi memiliki kualitas visual dan teknis yang sesuai dengan konsep penerapan *brand identity* Uplift Coffee Roastery.



Gambar 4. 12 Proses Percetakan
Sumber : Penulis Laura Santalia



Gambar 4. 13 Hasil Percetakan
Sumber : Penulis Laura Santalia

4.3.3 Pasca Produksi

4.3.3.1 Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk meninjau kesesuaian hasil perancangan *packaging* Uplift Coffee Roastery dengan tujuan karya yang telah ditetapkan, yaitu menerapkan dan memperkuat *brand identity* melalui media komunikasi visual. Evaluasi mencakup desain stiker *packaging*, stiker logo, *tagline*, dan *thank you card* untuk menilai kesesuaian penerapan elemen visual, penyampaian informasi, keselarasan antarmedia, serta kesesuaian hasil perancangan dengan karakter dan kebutuhan Uplift Coffee Roastery.

Hasil evaluasi terhadap stiker *packaging* menunjukkan bahwa penerapan logo yang telah dimiliki Uplift Coffee Roastery dapat dipertahankan sebagai identitas visual utama, sedangkan elemen pendukung seperti warna, tipografi, ilustrasi, tata letak, dan informasi produk dikembangkan agar membentuk tampilan kemasan yang lebih terarah dan komunikatif. Penyusunan elemen visual dilakukan dengan mempertimbangkan hierarki informasi sehingga informasi mengenai produk dapat ditampilkan secara lebih sistematis dan mudah dipahami. Penerapan desain juga disesuaikan pada seluruh ukuran produk yang dirancang agar identitas visual tetap memiliki keselarasan pada setiap kemasan.

Evaluasi terhadap stiker logo dan *tagline* dilakukan untuk memastikan kedua media tersebut memiliki keterkaitan visual dengan desain *packaging*. Stiker logo mempertahankan bentuk identitas utama

Uplift Coffee Roastery dan disesuaikan pada ukuran serta komposisi yang memungkinkan logo tetap terlihat jelas ketika diterapkan pada media. *Tagline* “Raise The Taste, Uplift Your Day!” diterapkan sebagai elemen pendukung yang memperkuat pesan dan karakter merek. Keselarasan penggunaan elemen visual pada kedua media tersebut mendukung terciptanya hubungan visual antara identitas merek dan produk.

Evaluasi terhadap *thank you card* dilakukan pada aspek penyusunan informasi, komposisi visual, tipografi, dan kesesuaian elemen desain dengan *packaging*. Hasil perancangan menunjukkan bahwa *thank you card* dapat digunakan sebagai media pendukung dalam interaksi dengan konsumen serta memiliki tampilan yang selaras dengan identitas visual Uplift Coffee Roastery. Kesamaan penerapan warna, tipografi, dan elemen visual pada *thank you card* dan *packaging* membantu menjaga kesinambungan identitas visual pada titik kontak yang berbeda.

Hasil evaluasi bersama pihak Uplift Coffee Roastery menunjukkan bahwa hasil perancangan telah sesuai dengan karakter, nilai, dan kebutuhan visual merek. Masukan dari pihak mitra selama proses evaluasi digunakan sebagai dasar dalam melakukan penyempurnaan terhadap beberapa aspek desain, seperti warna, tata letak, informasi produk, dan kesesuaian elemen visual. Revisi dilakukan hingga diperoleh hasil akhir yang disetujui oleh pihak Uplift Coffee Roastery.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa perancangan *packaging* beserta media pendukung telah memenuhi tujuan karya dalam menerapkan *brand identity* Uplift Coffee Roastery secara lebih terarah dan konsisten. Penggunaan logo yang telah dimiliki serta pengembangan elemen visual pendukung pada stiker *packaging*, stiker logo, *tagline*, dan *thank you card* menghasilkan kesatuan visual antarmedia. Hasil perancangan tersebut dapat digunakan sebagai media komunikasi visual yang merepresentasikan karakter Uplift Coffee Roastery serta mendukung penerapan identitas visual pada produk dan media pendukung.

4.3.3.2 Survei Pasca Project

Survei *pasca-project* dilaksanakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap hasil perancangan identitas visual Uplift Coffee Roastery yang telah diterapkan pada stiker *packaging* dan media pendukung. Hasil perancangan yang diamati meliputi stiker *packaging*, stiker logo, *tagline* “Raise The Taste, Uplift Your Day!”, dan *thank you card* yang dikembangkan dengan mempertahankan logo utama serta menerapkan elemen warna, tipografi, ilustrasi, *layout*, dan informasi produk secara selaras. Survei ini bertujuan mengevaluasi penerapan *brand identity* dalam merepresentasikan karakter Uplift Coffee Roastery, menyampaikan informasi produk secara lebih jelas, serta membentuk tampilan visual yang konsisten dan sesuai dengan karakter merek.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form pada tanggal 15 September 2026 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan bantuan pemilik Uplift Coffee Roastery untuk menjangkau responden yang sesuai dengan sasaran evaluasi. Hasil dari 100 responden tersebut, sebanyak 75 orang atau 75% merupakan responden yang sebelumnya telah mengisi kuesioner pra-survei. Penggunaan sebagian responden yang sama dilakukan agar terdapat dasar pembandingan terhadap kondisi kemasan sebelum dan setelah perancangan. Dengan demikian, responden yang sama dapat memberikan penilaian berdasarkan pengalaman mereka ketika melihat kemasan sebelumnya dan hasil perancangan yang telah diterapkan.

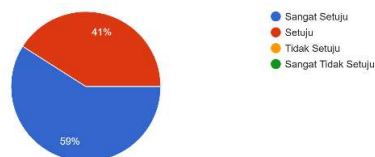
Sebelum memberikan penilaian, responden terlebih dahulu diminta mengamati hasil perancangan yang telah diterapkan pada stiker *packaging*, stiker logo, *tagline*, dan *thank you card*. Tahapan tersebut dilakukan agar tanggapan yang diperoleh didasarkan pada bentuk visual hasil perancangan secara langsung. Keberadaan responden yang sebelumnya mengikuti pra-survei juga memungkinkan adanya penilaian terhadap

perubahan tampilan dan penerapan identitas visual Uplift Coffee Roastery setelah proses perancangan.

Instrumen kuesioner disusun berdasarkan tujuan perancangan dan memuat aspek yang berkaitan dengan penerapan *brand identity*, komunikasi visual, *packaging*, dan media pendukung. Aspek yang dinilai meliputi kesesuaian elemen visual dengan karakter Uplift Coffee Roastery, konsistensi penerapan identitas pada berbagai media, daya tarik dan keterbacaan desain *packaging*, kejelasan informasi produk, kemudahan memahami *tagline*, serta kesesuaian stiker logo dan *thank you card* sebagai media pendukung. Hasil survei pasca-*project* digunakan sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui tingkat penerimaan responden terhadap hasil perancangan serta menilai ketercapaian tujuan karya.

Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis untuk mengetahui penilaian responden terhadap penerapan identitas visual Uplift Coffee Roastery pada produk dan media pendukung. Khususnya pada 75 responden yang sebelumnya mengikuti pra-survei, hasil penilaian digunakan sebagai dasar untuk melihat perubahan persepsi terhadap tampilan dan penerapan identitas visual setelah perancangan. Hasil analisis juga digunakan untuk mengevaluasi tingkat kesesuaian, kejelasan, konsistensi, dan penerimaan terhadap karya yang telah dirancang. Hasil pengolahan data kuesioner pasca-*project* disajikan pada bagian berikut.

Apakah desain stiker packaging yang baru memiliki tampilan yang lebih menarik, informatif, dan mudah dikenali dibandingkan dengan kemasan sebelumnya?
100 jawaban

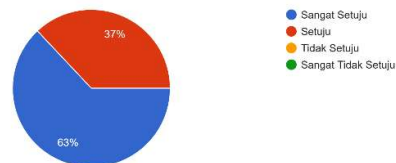


Gambar 4. 14 Hasil Diagram Desain Stiker Packaging yang Baru Memiliki Tampilan yang Lebih Menarik, Informatif, dan Mudah Dikenali
Sumber : pribadi penulis Laura Santalia

Berdasarkan hasil kuesioner pasca-*project*, sebanyak 59% responden menyatakan sangat setuju dan 41% responden menyatakan setuju bahwa

desain stiker *packaging* yang baru memiliki tampilan yang lebih menarik, informatif, dan mudah dikenali dibandingkan dengan kemasan sebelumnya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa 100% responden memberikan tanggapan positif terhadap desain stiker *packaging* yang dikembangkan. Perubahan tersebut terlihat melalui penerapan elemen desain berupa warna, logo, tipografi, ilustrasi, dan tata letak informasi yang lebih terarah sehingga membantu menyampaikan informasi produk secara lebih jelas. Penerapan elemen-elemen tersebut juga mendukung keterbacaan serta menciptakan tampilan kemasan yang lebih mudah dikenali dan memiliki keterkaitan dengan identitas visual Uplift Coffee Roastery.

Apakah seluruh hasil perancangan visual yang meliputi stiker packaging, stiker logo, tagline, dan thank you card sudah mencerminkan identitas Uplift Coffee Roastery secara konsisten?
100 jawaban

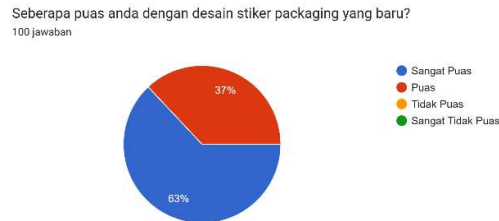


Gambar 4. 15 Hasil Perancangan Mencerminkan Identitas Uplift Coffee Roastery Secara Konsisten

Sumber : pribadi penulis Laura Santalia

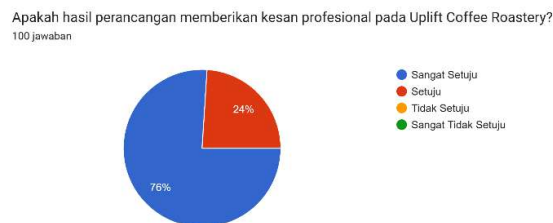
Berdasarkan hasil kuesioner pasca-*project* dengan menggunakan skala Likert, sebanyak 63% responden menyatakan sangat setuju dan 37% responden menyatakan setuju bahwa seluruh hasil perancangan visual yang meliputi stiker *packaging*, stiker logo, *tagline*, dan *thank you card* telah mencerminkan identitas Uplift Coffee Roastery secara konsisten. Hasil penilaian tersebut menunjukkan bahwa seluruh responden memberikan tanggapan positif terhadap konsistensi penerapan identitas visual pada media yang dirancang. Penerapan konsistensi visual terlihat melalui penggunaan logo sebagai penanda merek, kombinasi warna hitam, putih, dan kuning-oranye, penggunaan tipografi *sans serif*, serta gaya grafis dan tata letak yang saling mendukung. Pada penerapannya, stiker *packaging* berfungsi sebagai media utama dalam menyampaikan identitas

dan informasi produk, sedangkan stiker logo, *tagline*, dan *thank you card* mendukung penerapan elemen visual pada titik interaksi lainnya. Hasil secara keseluruhan tersebut menunjukkan bahwa media yang dirancang memiliki keterpaduan visual dalam menerapkan identitas Uplift Coffee Roastery secara konsisten.



Gambar 4. 16 Diagram Hasil Kepuasan Desain Stiker Packaging yang Baru
Sumber : pribadi penulis Laura Santalia

Berdasarkan hasil kuesioner pasca-*project*, sebanyak 63% responden menyatakan sangat puas dan 37% responden menyatakan puas terhadap desain stiker *packaging* yang baru. Dengan demikian, 100% responden memberikan tanggapan positif terhadap hasil pengembangan desain stiker *packaging*. Desain yang sebelumnya sederhana dikembangkan melalui komposisi visual yang lebih terarah, penggunaan warna yang selaras, serta penempatan informasi produk yang disusun berdasarkan tingkat kepentingannya. Penerapan identitas merek melalui logo, warna, tipografi, ilustrasi, dan *layout* turut membentuk tampilan kemasan yang lebih terstruktur dan sesuai dengan karakter Uplift Coffee Roastery. Tingkat kepuasan tersebut menunjukkan bahwa hasil perancangan dapat diterima dengan baik oleh responden dan menjadi salah satu bahan evaluasi terhadap keberterimaan karya yang telah diproduksi.

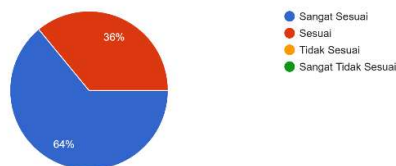


Gambar 4. 17 Diagram Hasil Penilaian Kesan Profesional

Sumber : pribadi penulis Laura Santalia

Berdasarkan hasil kuesioner pasca-*project*, sebanyak 76% responden menyatakan sangat setuju dan 24% responden menyatakan setuju bahwa hasil perancangan memberikan kesan profesional pada Uplift Coffee Roastery. Tanggapan dari 100% responden memberikan tanggapan positif terhadap kesan profesional yang ditampilkan melalui hasil perancangan. Kesan tersebut dapat dilihat melalui penerapan elemen desain yang tertata, penggunaan warna yang konsisten, tipografi yang mudah dibaca, serta penyusunan informasi produk yang lebih sistematis. Hasil keselarasan tampilan pada stiker *packaging*, stiker logo, *tagline*, dan *thank you card* membantu membentuk representasi visual merek yang lebih terorganisasi. Hasil ini menunjukkan bahwa perancangan tidak hanya memperhatikan aspek visual, tetapi juga menerapkan identitas Uplift Coffee Roastery secara terarah melalui *packaging* dan media pendukung.

Apakah tagline "Raise The Taste, Uplift Your Day!" sesuai dengan karakter Uplift Coffee Roastery?
100 jawaban



Gambar 4. 18 Diagram Hasil Penilaian Tagline
Sumber : pribadi penulis Laura Santalia

Berdasarkan hasil kuesioner pasca produksi, sebanyak 64% responden menyatakan sangat sesuai dan 36% responden menyatakan sesuai bahwa *tagline* "Raise The Taste, Uplift Your Day!" sesuai dengan karakter Uplift Coffee Roastery. Hasil ini menunjukkan bahwa pesan yang digunakan mampu merepresentasikan hubungan antara pengalaman menikmati kopi dan suasana positif yang ingin dibangun oleh merek. Frasa "Raise The Taste" menekankan peningkatan pengalaman rasa melalui produk kopi, sedangkan "Uplift Your Day!" menyampaikan harapan agar kopi dapat memberikan semangat dan suasana yang lebih baik dalam keseharian konsumen. Penggunaan bahasa yang singkat, komunikatif, dan

mudah diingat juga mendukung fungsi *tagline* sebagai penguat pesan merek. Dengan demikian, tanggapan responden memperlihatkan bahwa *tagline* tersebut dinilai selaras dengan karakter Uplift Coffee Roastery serta dapat mendukung penyampaian identitas merek melalui media visual yang telah dirancang.

Tabel 4. 5 Perbandingan Hasil Kuesioner

No	Aspek yang Dibandingkan	Hasil Pra-Survei	Hasil Pasca Produksi
1.	Daya tarik visual kemasan	73% responden menilai kemasan sebelumnya masih kurang menarik secara visual.	59% responden sangat setuju dan 41% setuju bahwa desain baru memiliki tampilan yang lebih menarik, informatif, dan mudah dikenali dibandingkan kemasan sebelumnya.
2.	Kejelasan informasi produk	98% responden menilai informasi pada kemasan sebelumnya belum mudah dipahami.	Hasil pasca- <i>project</i> menunjukkan tanggapan positif terhadap tampilan yang lebih informatif melalui penyusunan informasi produk yang lebih terarah dan terstruktur.
3.	Kemudahan mengenali produk	87% responden menyatakan kemasan sebelumnya belum mudah dikenali dibandingkan produk kopi lainnya.	59% responden sangat setuju dan 41% setuju bahwa desain baru memiliki tampilan yang lebih mudah dikenali dibandingkan kemasan sebelumnya.
4.	Konsistensi identitas visual	Penerapan identitas visual pada kemasan sebelumnya belum	63% responden sangat setuju dan 37% setuju bahwa

		dilakukan secara optimal dan konsisten.	seluruh hasil perancangan telah mencerminkan identitas Uplift Coffee Roastery secara konsisten.
5.	Kesan profesional	75% responden menyatakan Uplift Coffee Roastery perlu mengembangkan desain kemasan agar terlihat lebih menarik dan profesional.	76% responden sangat setuju dan 24% setuju bahwa hasil perancangan memberikan kesan profesional pada Uplift Coffee Roastery.
6.	Kepuasan terhadap desain baru	Belum menjadi fokus penilaian pada tahap pra-survei.	63% responden sangat puas dan 37% responden puas terhadap desain stiker <i>packaging</i> yang baru.
7.	Kesesuaian <i>tagline</i> dengan karakter merek	Belum menjadi fokus penilaian pada tahap pra-survei.	Belum terdapat data terbaru yang digunakan dalam narasi <i>pasca-project</i> yang telah disusun sebelumnya untuk aspek ini.

Sumber : Olahan Penulis, Laura Santalia

4.3.3.3 Evaluasi Mitra

Pihak Uplift Coffee Roastery memberikan tanggapan positif terhadap hasil perancangan yang telah dihasilkan. Desain *sticker* kemasan dinilai mampu memberikan tampilan yang lebih terarah dan merepresentasikan karakter Uplift Coffee Roastery melalui penerapan elemen visual yang konsisten. Penggunaan warna, tipografi, tata letak, ilustrasi, dan informasi produk dinilai lebih sesuai dengan karakter merek serta memberikan tampilan kemasan yang lebih komunikatif.

Pihak mitra juga memberikan tanggapan positif terhadap perancangan *sticker* logo dan *tagline* sebagai elemen pendukung identitas visual. *Sticker* logo dinilai dapat memperkuat keberadaan identitas merek pada produk, sedangkan *tagline* “Raise The Taste, Uplift Your Day!” dinilai mampu merepresentasikan pesan dan karakter yang ingin disampaikan oleh Uplift Coffee Roastery. Sementara itu, *thank you card* dinilai dapat memberikan nilai tambah dalam interaksi dengan konsumen serta mendukung kesan yang lebih profesional pada produk.

Selama proses perancangan, pihak Uplift Coffee Roastery memberikan masukan terhadap beberapa aspek desain, terutama penyesuaian warna, tata letak, informasi produk, serta kesesuaian elemen visual dengan karakter merek. Masukan tersebut kemudian ditindaklanjuti melalui beberapa tahap revisi dan evaluasi hingga diperoleh desain akhir yang sesuai dengan kebutuhan dan memperoleh persetujuan dari pihak mitra.

Berdasarkan hasil evaluasi, seluruh media yang dihasilkan dinilai telah sesuai dengan kebutuhan Uplift Coffee Roastery dan mampu menerapkan identitas visual secara lebih konsisten. Hasil perancangan berupa *sticker* kemasan, *sticker* logo, *tagline*, dan *thank you card* selanjutnya dapat digunakan sebagai media pendukung dalam memperkuat penerapan identitas visual serta memberikan pengalaman visual yang lebih selaras kepada konsumen.

4.3.3.4 Analisis Key Performance Indikator (KPI)

Berdasarkan hasil pengukuran *Key Performance Indicator* (KPI), aspek penerapan identitas visual Uplift Coffee Roastery menunjukkan bahwa target perancangan telah tercapai. Identitas visual diterapkan secara konsisten dengan mempertahankan logo utama dan mengembangkan elemen warna, tipografi, ilustrasi, *layout*, serta *tagline* yang disesuaikan dengan karakter merek. Penerapan tersebut diwujudkan pada stiker *packaging*, stiker logo, *tagline* “Raise The Taste, Uplift Your Day!”, dan

thank you card sehingga setiap media memiliki keterhubungan visual yang jelas.

Aspek media *Public Relations* juga mencapai target melalui tersedianya media komunikasi pendukung berupa stiker logo, *tagline*, dan *thank you card*. Ketiga media tersebut dirancang menggunakan elemen visual yang selaras dengan identitas Uplift Coffee Roastery sehingga dapat mendukung penyampaian pesan merek dalam interaksi dengan konsumen. Keberadaan media pendukung melengkapi penerapan identitas visual yang sebelumnya lebih terfokus pada kemasan produk.

Aspek *packaging* tercapai melalui penyelesaian desain stiker yang dapat diterapkan pada seluruh ukuran produk Uplift Coffee Roastery. Setiap desain memuat logo, warna, tipografi, ilustrasi, *layout*, dan informasi produk yang disusun secara terstruktur. Hasil tersebut menunjukkan bahwa target perancangan tidak hanya terpenuhi dari sisi visual, tetapi juga dari penyajian informasi yang lebih lengkap dan terarah pada kemasan.

Aspek penerimaan mitra tercapai berdasarkan kesesuaian hasil karya dengan identitas dan kebutuhan Uplift Coffee Roastery. Hasil perancangan mampu mempertahankan identitas utama melalui penggunaan logo serta menerapkan warna, tipografi, elemen visual, dan informasi produk secara konsisten. Kesesuaian tersebut menunjukkan bahwa karya yang dihasilkan dapat diterima sebagai media penerapan identitas visual dan sesuai dengan kebutuhan komunikasi Uplift Coffee Roastery.

Tabel 4. 6 Analisis Key Performance Indicator (KPI)

Aspek KPI	Target	Hasil Capaian
Media Penerapan <i>Brand Identity</i> Uplift Coffee Roastery	Menghasilkan penerapan <i>brand</i> <i>identity</i> yang konsisten melalui logo, warna, tipografi, ilustrasi, <i>layout</i> , dan <i>tagline</i> yang	Tercapai. <i>Brand</i> <i>identity</i> Uplift Coffee Roastery berhasil diterapkan secara konsisten pada stiker <i>packaging</i> , stiker logo, <i>tagline</i> “Raise

	komunikatif serta sesuai dengan karakter Uplift Coffee Roastery.	The Taste, Uplift Your Day!”, dan <i>thank you card</i> dengan mempertahankan logo utama serta mengembangkan elemen visual pendukung yang selaras dengan karakter merek.
Media <i>Public Relations</i>	Tersedianya media komunikasi pendukung yang konsisten dengan <i>brand identity</i> Uplift Coffee Roastery dan dapat digunakan dalam komunikasi dengan konsumen.	Tercapai. Media komunikasi pendukung berupa stiker logo, <i>tagline</i> “Raise The Taste, Uplift Your Day!”, dan <i>thank you card</i> berhasil diproduksi dengan menerapkan elemen visual yang selaras dengan <i>brand identity</i> Uplift Coffee Roastery.
<i>Packaging</i>	Menghasilkan stiker <i>packaging</i> yang dapat diterapkan secara konsisten pada seluruh ukuran produk serta menyajikan informasi kopi secara jelas dan terstruktur.	Tercapai. Desain stiker <i>packaging</i> berhasil diproduksi untuk seluruh ukuran produk dengan penerapan logo, warna, tipografi, ilustrasi, <i>layout</i> , dan informasi produk yang konsisten serta lebih terstruktur dan informatif.
Penerimaan Mitra	Dapat diterima oleh mitra mengenai hasil karya yang di rancang serta sesuai dengan identitas yang dimiliki	Tercapai. Hasil karya dapat diterima oleh mitra dan merepresentasikan identitas visual Uplift

	mitra	Coffee Roastery melalui penerapan tipografi, warna, elemen visual, serta informasi produk yang disusun secara terstruktur.
--	-------	--

Sumber ; Penulis, Laura Santalia

4.3 Keberlanjutan Karya

Hasil desain stiker *packaging* Uplift Coffee Roastery telah didaftarkan sebagai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) untuk memberikan perlindungan hukum terhadap karya desain yang dihasilkan. Pendaftaran tersebut menjadi bentuk perlindungan atas desain yang diproduksi sehingga penggunaannya tetap memiliki dasar kepemilikan dan dapat mencegah pemanfaatan karya oleh pihak lain tanpa izin. Penerapan desain dilakukan pada kemasan produk Uplift Coffee Roastery dengan mempertahankan logo yang telah dimiliki serta mengembangkan elemen visual berupa warna, tipografi, ilustrasi, *layout*, *tagline*, dan informasi produk. Desain yang telah diproduksi dapat digunakan pada kemasan sesuai dengan ukuran dan varian produk yang dimiliki sehingga identitas visual yang telah dirancang dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam kegiatan produksi. Stiker logo, *tagline* “Raise The Taste, Uplift Your Day!”, dan *thank you card* turut mendukung penerapan identitas visual pada berbagai titik kontak dengan konsumen. Keselarasan elemen visual pada media tersebut membantu menjaga keterhubungan antara kemasan dan media pendukung sebagai bagian dari identitas Uplift Coffee Roastery. Perlindungan HKI dan pemanfaatan hasil desain dalam kegiatan usaha diharapkan dapat menjaga keberlanjutan penggunaan karya sekaligus mendukung penerapan *brand identity* Uplift Coffee Roastery.

4.4 Review

Pada tahap *review*, penulis melakukan peninjauan terhadap hasil perancangan desain stiker *packaging* Uplift Coffee Roastery dengan

melibatkan pemilik usaha dan beberapa konsumen. Tahap ini bertujuan memperoleh tanggapan mengenai kesesuaian desain dengan karakter merek, daya tarik visual, kejelasan informasi produk, serta penerapan identitas visual pada kemasan.

Pemilik Uplift Coffee Roastery Bapak Daniel memberikan tanggapan positif terhadap hasil perancangan yang telah dikembangkan. Desain stiker *packaging* dinilai memiliki tampilan yang lebih terarah, menarik, dan mampu merepresentasikan identitas merek melalui penggunaan logo, warna, tipografi, serta penyusunan informasi produk. Penerapan elemen visual tersebut juga dinilai dapat mendukung tampilan kemasan agar terlihat lebih profesional dan sesuai dengan karakter Uplift Coffee Roastery. Beberapa konsumen memberikan respons positif terhadap desain baru melalui komunikasi dan tanggapan yang disampaikan setelah melihat hasil perancangan. Tanggapan tersebut berkaitan dengan tampilan kemasan yang lebih menarik, informasi produk yang lebih jelas, serta identitas merek yang lebih mudah dikenali. Respons dari pemilik dan konsumen menjadi bahan evaluasi bagi penulis untuk meninjau kesesuaian hasil karya dengan tujuan perancangan. Pada tahap *review* ini, penulis dapat mengetahui bahwa desain stiker *packaging* yang dikembangkan telah memperoleh tanggapan yang baik dari pihak yang berkaitan dengan produk. Tahap ini juga menjadi proses evaluasi sebelum karya diterapkan secara lebih luas, sekaligus memastikan bahwa elemen visual yang digunakan telah membentuk kesatuan identitas yang sesuai dengan karakter Uplift Coffee Roastery.

4.5 Hambatan dan Solusi

Selama proses perancangan identitas visual Uplift Coffee Roastery melalui pengembangan desain *packaging*, penulis menghadapi beberapa hambatan dalam tahap pengembangan konsep visual, penyusunan desain stiker *packaging*, stiker logo, *tagline*, dan *thank you card*. Hambatan tersebut diatasi melalui proses evaluasi, diskusi, dan koordinasi dengan

pihak Uplift Coffee Roastery sehingga hasil perancangan dapat disesuaikan dengan kebutuhan serta karakter merek.

a. Penyesuaian konsep visual dengan karakter Uplift Coffee Roastery

Pada tahap pengembangan konsep visual, penulis menghadapi beberapa pertimbangan dalam menentukan elemen desain yang sesuai dengan karakter, nilai, dan identitas Uplift Coffee Roastery. Proses tersebut dilakukan melalui eksplorasi beberapa alternatif visual dengan mempertimbangkan kesesuaian warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak. Hambatan tersebut diatasi melalui diskusi dan konsultasi secara berkala dengan pihak Uplift Coffee Roastery hingga diperoleh konsep visual yang sesuai dengan karakter dan kebutuhan merek.

b. Pengembangan desain stiker *packaging*

Perancangan stiker *packaging* memerlukan penyesuaian antara elemen visual, ukuran kemasan, serta informasi produk agar menghasilkan tampilan yang proporsional dan mudah dipahami. Beberapa alternatif desain dikembangkan untuk menentukan komposisi warna, tipografi, ilustrasi, dan penempatan informasi yang sesuai. Solusi dilakukan melalui proses evaluasi dan penyempurnaan desain berdasarkan masukan dari pihak Uplift Coffee Roastery hingga diperoleh desain stiker *packaging* yang komunikatif dan selaras dengan identitas visual merek.

c. Penerapan identitas visual pada stiker logo

Perancangan stiker logo memerlukan penyesuaian ukuran, proporsi, dan penempatan logo agar tetap terlihat jelas pada berbagai permukaan media. Selain mempertahankan bentuk logo yang telah dimiliki Uplift Coffee Roastery, penulis melakukan beberapa penyesuaian pada ukuran dan komposisi agar logo tetap mudah dikenali dan memiliki tampilan yang proporsional. Proses tersebut dilakukan melalui eksplorasi alternatif desain serta evaluasi bersama pihak Uplift Coffee Roastery hingga diperoleh stiker logo yang sesuai dengan identitas visual merek.

d. Perancangan *Tagline*

Perancangan *tagline* memerlukan pertimbangan dalam menentukan susunan kata, karakter bahasa, dan tampilan visual agar mampu merepresentasikan nilai serta karakter Uplift Coffee Roastery. Penulis melakukan eksplorasi dan diskusi dengan pihak Uplift Coffee Roastery untuk memperoleh *tagline* yang singkat, mudah diingat, dan sesuai dengan positioning merek serta berkaitan dengan visi dan misi klien. Hasil diskusi menghasilkan *tagline* “Raise The Taste, Uplift Your Day!” yang kemudian diterapkan sebagai salah satu elemen pendukung identitas visual Uplift Coffee Roastery.

e. Perancangan *Thank You Card*

Perancangan *thank you card* memerlukan penyesuaian antara informasi, elemen visual, dan ukuran media agar dapat menyampaikan pesan kepada konsumen secara jelas sekaligus tetap selaras dengan identitas merek. Solusi dilakukan melalui penyederhanaan informasi, pengaturan hierarki teks, serta penyesuaian elemen visual sehingga *thank you card* dapat menjadi media pendukung yang komunikatif dan konsisten dengan desain *packaging* Uplift Coffee Roastery.

Berdasarkan hasil evaluasi, seluruh hambatan yang muncul selama proses perancangan dapat diselesaikan melalui koordinasi dengan pihak Uplift Coffee Roastery serta penyempurnaan desain secara bertahap. Hasil perancangan berupa stiker *packaging*, stiker logo, *tagline*, dan *thank you card* mampu menerapkan identitas visual Uplift Coffee Roastery secara lebih konsisten dan sesuai dengan karakter merek. Seluruh media yang dihasilkan selanjutnya dapat digunakan sebagai pendukung penerapan identitas visual dalam memperkuat komunikasi merek dan memberikan pengalaman visual yang lebih konsisten kepada konsumen.

4.6 Rancangan Anggaran Biaya

Tabel 4. 7 Hasil Akhir Rancangan Biaya Anggaran

No	Nama Barang	Harga	Jumlah	Total Biaya
1.	Canva premium	Rp. 25.000/Bulan	2bulan	Rp. 50.000
2.	Cetak stiker <i>packaging</i>	Rp. 3.000/pcs	120pcs	Rp. 360.000

3.	Cetak <i>thank you card</i>	Rp. 35.000/pack	1pack	Rp. 35.000
4.	Cetak stiker logo	Rp. 2.000/pcs	30pcs	Rp. 60.000
5.	Kemasan produk ukuran 12x20 untuk berat 200gram	Rp. 1.200/pcs	10pcs	Rp. 12.000
6.	Kemasan produk ukuran 16x24 untuk berat 500gram	Rp. 1.800/pcs	10pcs	Rp. 18.000
7.	Kemasan produk ukuran 18x28 untuk berat 1000gram	Rp. 2.000/pcs	10pcs	Rp. 20.000
Total				Rp. 555.000

Sumber : Olahan Penulis, Laura Santalia