
PERANCANGAN ULANG VISUAL IDENTITY VNS MAKEUP UNTUK MEMPERKUAT KARAKTER

Mira Azalia, Noor Hasyim

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro
miraazalia@gmail.com, noor.hasyim@dsn.dinus.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 21 Juni 2021
Disetujui : 23 Juni 2021

Kata Kunci :

kecantikan, logo, perancangan ulang, rias wajah, standard manual

ABSTRAK

VNS Makeup merupakan jasa makeup artist yang premium, professional, dengan ciri khas 'Natural But Flawless' dan berdiri dari tahun 2015. Semenjak berdirinya VNS Makeup, logo yang dimiliki belum menunjukkan dan ciri khasnya. Oleh karena itu diperlukan perancangan ulang logo VNS Makeup untuk memperkuat karakter dan dapat merepresentasikan ciri khasnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan kuantitatif dengan angket survey. Analisis yang digunakan adalah analisis logo, analisis statistik, dan analisis brainstorming untuk memperoleh kata kunci yang kemudian menjadi acuan perancangan. Media utama yang dihasilkan adalah Graphic Standard Manual (GSM) dan media pendukung yaitu kop surat dan amplop, stempel, invoice, sertifikat, flyer, gift voucher, dan halaman sosial media.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : 21 June 2021
Accepted : 23 June 2021

Keywords:

beauty, logo, makeup, redesign, standard manual

ABSTRACT

VNS Makeup is a premium, professional makeup artist service, with the 'Natural but Flawless' characteristic, which is established in 2015. Since the establishment of VNS Makeup, the logo has not yet represented its features. Therefore, it is necessary to redesign the VNS Makeup logo to strengthen its character and be able to represent its characteristics. The method used in this study is a qualitative method through interviews, observation, documentation, and quantitative survey questionnaires. The analysis uses logo analysis, statistical analysis, and brainstorming analysis to obtain keywords thence become the design reference. The main media design result is the Graphic Standard Manual (GSM) and supporting media, such as letterhead and envelopes, stamps, invoices, certificates, flyers, gift vouchers, and social media pages.

1. PENDAHULUAN

Saat ini beauty standart yang menjadi acuan di dalam kehidupan bermasyarakat menjadi tuntutan bagi wanita untuk tampil sempurna dan memenuhi ekspektasi agar dicap cantik. Hal tersebut membuat dunia kosmetik semakin berkembang dan digandrungi oleh kebanyakan wanita di Indonesia yang kemudian menjadi sebuah trend. Mengutip dari data yang dimiliki oleh Kementerian Perindustrian, jumlah perusahaan kosmetik di Indonesia mencapai 760 perusahaan pada 2016 yang diperkirakan akan terus berkembang kedepannya. Kini, masyarakat semakin mudah menjangkau produk-produk kecantikan. Salah satu produk kosmetik adalah makeup. Makeup merupakan riasan wajah yang diaplikasikan secara eksternal guna menambah kecantikan dan menutupi kekurangan agar tercipta kesan yang berbeda pada tampilan wajah secara instan.

Kebutuhan wanita untuk mempercantik diri menggunakan makeup sejalan dengan berkembangnya profesi penata rias atau disebut dengan MUA (makeup artist). Makeup artist merupakan jasa merias wajah seseorang untuk menyempurnakan fitur wajah sehingga menciptakan tampilan wajah yang sempurna dan sesuai yang klien inginkan. Makeup Artist dapat bekerja di berbagai tempat. Beberapa Makeup artist memiliki studio sendiri dan sisanya datang ke tempat klien yang menggunakan jasa mereka. Jasa makeup artist kini banyak digunakan untuk berbagai kebutuhan acara spesial. Karena mudahnya mobilitas dan fasilitas

Di Indonesia sendiri, kaum milenial yang merupakan generasi kreatif, tren menjadi penata rias kini semakin berkembang. Mereka menyalurkan kreatifitasnya dengan menjadi MUA. Jasa yang ditawarkan dengan harga yang bervariasi, mulai harga yang murah dari puluhan ribu rupiah, hingga harga yang tinggi sampai jutaan rupiah. Penghasilan yang dihasilkan menjadi MUA sangat menjanjikan.

VNS Makeup merupakan jasa Makeup artist yang jasanya sudah dikenal dan dipakai oleh masyarakat di kota Semarang sejak tahun 2015. VNS Makeup didirikan oleh Vinesa Nadia Savira, ia bersama timnya menawarkan jasa rias wajah sesuai dengan kebutuhan acara yang ada seperti riasan untuk acara wedding, graduation, party, maupun photoshoot. Alat dan jenis makeup yang digunakan merupakan high-end product untuk menjaga kualitasnya. VNS Makeup dikenal sebagai jasa MUA yang menunjukkan ciri khas Natural but Flawless untuk setiap hasil makeup nya. Natural but Flawless merupakan hasil make up yang tidak banyak mengubah bentuk wajah seseorang tetapi tetap menonjolkan kesempurnaan. Mobilitas yang mudah bagi VNS Makeup menyebabkan jasanya laris dipasaran dan diminati mulai kalangan biasa hingga dipakai oleh desainer kondang Ina Avantie dan penyanyi Gita Gutawa. Dari jam terbang VNS Makeup yang tinggi dan portofolio yang ada menunjukkan profesionalitasnya sebagai MUA. Sehingga harga yang ditawarkan memang sebanding dengan apa yang didapat.

Selain menawarkan jasa rias wajah, VNS Makeup juga menawarkan Makeup course dan Beauty Class. Makeup course merupakan kursus yang dilakukan secara personal dengan jangka waktu yang telah di tentukan untuk mengajarkan tehnik dalam merias wajah serta penggunaan alat dan make up. Pada akhir kursus tersebut VNS Makeup akan memberikan sertifikat. Selain itu VNS Makeup juga eksis dan rutin mengadakan Beauty Class untuk umum bagi beauty enthusiast. Sama halnya dengan makeup course, Beauty Class ini mengajarkan bagaimana tehnik merias wajah, perbedaannya adalah event ini terbuka untuk umum dan tidak memiliki jangka waktu seperti kursus. VNS Makeup biasa

bekerjasama dengan perusahaan kosmetik terkemuka seperti Make Over dan Lakme untuk mengadakan event tersebut sebagai upaya untuk membuktikan eksistensinya sebagai Makeup artist.

Dari harga, hasil portofolio, dan servis yang ditawarkan, VNS Makeup merupakan jasa makeup profesional, berkualitas, dan premium yang segmennya untuk kelas menengah keatas. Tetapi VNS

Makeup memiliki kekurangan yaitu belum mempunyai visual identity yang kuat dan unik sebagai pembeda dengan jasa MUA yang lainnya. Sebuah identitas grafis menjadi sebuah ciri yang menonjol dari perusahaan dan merupakan persona bagi perusahaan tersebut. Visual identity merupakan ekspresi

grafis yang mencerminkan image yang hendak perusahaan sampaikan. VNS Makeup memiliki identitas visual berupa logo. Menurut pemilik dari VNS Makeup, logo VNS Makeup belum menunjukkan identitas yang kuat seperti visi misinya. Karakter VNS Makeup yang merupakan jasa

riasan premium, professional, dengan hasil Natural But Flawless belum tercerminkan pada logonya. Logo diciptakan bagi perusahaan agar mempermudah persepsi visual bagi orang agar kesan yang diciptakan cepat dapat diasosiasikan oleh orang yang melihatnya. Sedangkan Logo VNS Makeup sendiri selain belum menunjukkan karakternya sehingga terkesan tidak ada pembeda dengan kompetitor serupa. Kompetitor serupa menggunakan logotype yang hampir menyerupai logo VNS Makeup. Identitas visual VNS Makeup yang ada sekarang ini belum memiliki karakter yang kuat sehingga pada akhirnya akan sulit kedepannya dalam mencerminkan image yang hendak disampaikan perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang ulang visual identity VNS Makeup untuk memperkuat karakter. Sehingga, mencerminkan identitas VNS Makeup sebagai jasa makeup artist yang berkualitas, premium, dan menunjukkan ciri khas dan terbentuk image positif dan diharapkan pada perancangan ulang visual identity VNS Makeup ini dapat mempermudah kebutuhan VNS Makeup dalam menjalankan bisnis serta menjaga eksistensinya sebagai MUA profesional.

2. METODE

Dalam perancangan metode yang digunakan oleh penulis adalah metode campuran yaitu penggabungan dari metode kualitatif dan kuantitatif. Pada metode kualitatif, penulis akan melakukan identifikasi semua hal yang berkaitan dengan VNS Makeup. Selain itu penulis memperoleh data berdasarkan observasi pada VNS Make Up, wawancara dengan Vinesa Nadia Savira selaku pemilik, mengenai masalah yang dihadapi dan citra yang diharapkan, serta dokumentasi.

Dalam metode kuantitatif penulis melakukan pengumpulan melalui Angket survey yang dapat menunjukkan fakta secara statistik. Angket hanya terdiri dari beberapa pertanyaan berupa skala. Pertanyaan ini menyangkut tentang pendapat para responden mengenai kesan responden terhadap logo lama VNS Makeup yang dibagi dengan variable Murah-Mahal, Traditional-Modern, Ceria-Serius, Muda-Tua, Maskulin-Feminin, Samar-Jelas, Natural-Bold.

Dalam menganalisis data, ada beberapa langkah yang dilakukan, yaitu menyeleksi data hasil dari wawancara, observasi, dokumentasi, dan angket survey. Dari hasil wawancara yang berkaitan dengan perusahaan, peneliti kemudian menggunakan Analisa Logo untuk menganalisa logo yang sudah ada. Dari hasil angket kemudian penulis menggunakan Metode Analisis Statistik yang pengambilan datanya merupakan responden yang sesuai dengan segmentasi perusahaan, kemudian ditarik kesimpulan dari jawaban terbanyak untuk digeneralisasikan. Dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, penulis menggunakan metode Brainstorming untuk mendapatkan poin poin pemikiran dalam menemukan kata kunci yang tepat dan sesuai sebagai acuan perancangan Visual Identity VNS Makeup.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 3.1 Logo lama VNS Makeup
[sumber : Dokumentasi VNS Makeup]

Penggunaan “VNS” pada brand VNS Makeup sendiri merupakan akronim dari pemilik yaitu Vinesa Nadia Savira. Kemudian kata “Makeup” sendiri sebagai deskriptor. Hal tersebut yang

kemudian mendasari Vinesa sebagai pemilik untuk memberi nama mereknya VNS Makeup. Dari awal berdirinya VNS Makeup, logo yang digunakan berupa logotype bertuliskan “VNS” dengan jenis font Serif dan penjelas/descriptor “MAKEUP” nya menggunakan font San Serif dengan block hitam diluarnya. Warna yang digunakan pada logo adalah warna hitam agar terlihat sederhana dan kuat.

Pada komposisinya, untuk menyatukan logotype dan descriptor alignment yang digunakan adalah rata kanan. Dari hasil wawancara dengan Vinesa Nadia Savira selaku pemilik, ia mengungkapkan tidak ada makna tertentu terkait dengan logo yang ada. Vinesa menilai bahwa logo tersebut terlihat kuat tetapi tidak memiliki ciri khas karakter dari VNS Makeup itu sendiri yaitu ‘Natural but Flawless’. Melalui data statistik yang didapatkan dari responden maka kesan terhadap logo lama VNS Makeup yaitu tidak terkesan murah / mahal, maka belum menunjukkan kesan premiumnya. Tidak terkesan ceria maupun serius, berarti belum menunjukkan profesionalismenya. Kemudian terkesan agak maskulin, maka belum menunjukkan keanggunannya. Tingkat keterbacaan nya masih tidak jelas maupun samar, berarti logo tersebut tidak memiliki tingkat keterbacaan yang jelas. Kesan pada logo tersebut agak bold, maka belum menunjukkan ciri khas VNS Makeup yang ‘Natural but Flawless’.

Dari beberapa analisis yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan dalam melakukan perancangan visual identity VNS Makeup yang dapat mencerminkan ciri khasnya dan visi misinya adalah sebagai berikut, gaya desain yang digunakan clean minimalist untuk menampilkan kesan modern, premium, muda. Logogram abstract (dari hasil swatch makeup) untuk menampilkan kesan premium dan menampilkan visi misi pengajaran, dimana swatch makeup merupakan hasil riasan makeup. Curve pada garis yang ada pada logo untuk menampilkan kesan anggun dan cantik. Color pallete yang digunakan adalah soft pink, peach, brown yang menunjukkan karakter feminine dan ciri khas Natural but Flawless. Font yang digunakan adalah font serif untuk menunjukkan profesionalitasnya dan pelayanan terpercaya.

3.1 Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang digunakan yaitu dengan menampilkan unsur-unsur visual yang memperlihatkan karakter dari VNS Makeup berupa keunggulan jasanya agar menciptakan anggapan atau gambaran sebuah brand yang profesional, premium, dengan ciri khas hasil makeup ‘Natural but Flawless’, serta menunjukkan sisi feminine dan keanggunannya. Maka, perancangan visual identity VNS Makeup dirancang agar dapat memperlihatkan citra merknya dan disesuaikan dengan segmentasi audiens dan karakter perusahaan agar dapat menarik minat calon konsumen untuk memilih jasa VNS Makeup.

3.2 Konsep Media

Dalam perancangan ulang Visual Identity VNS Makeup, penulis menggunakan media utama yaitu Graphic Standard Manual (GSM) berfungsi sebagai perancangan dasar mengenai panduan logo VNS Makeup dan penjelasan seputar grafis logo, serta berisi pengaplikasian logo dalam berbagai media yang akan digunakan.

Kemudian penulis menggunakan beberapa media pendukung seperti stationary, berupa perlengkapan tulis menulis yang digunakan oleh VNS Makeup sebagai penanda maupun tanda bukti. Stationary terdiri dari kop surat, amplop, stempel, dan invoice. Sertifikat, merupakan bukti keikutsertaan peserta beauty class yang dilaksanakan oleh VNS Makeup. Business Card, merupakan kartu nama sebagai detail kontak informasi VNS Makeup yang diberikan kepada klien maupun calon pelanggan. Flyer, merupakan media promosi yang digunakan VNS Makeup untuk event yang akan diselenggarakan dan informasi lainnya. Gift Voucher, merupakan voucher hadiah yang diberikan oleh VNS Makeup kepada klien maupun calon pelanggan dan berhak ditukarkan dengan jasa yang nilainya sama. Social media page, merupakan halaman social media yang berisikan portofolio riasan oleh VNS Makeup.

3.4 Visualisasi

Pada bentuk logo, penulis menggunakan komposisi letak yang asimetris dengan jenis logo campuran menggunakan logotype dan logogram bertipe abstract. Logogram berbentuk abstrak menggunakan swatch makeup yang merupakan representasi dari goresan hasil karya makeup oleh VNS Makeup. Swatch makeup dan logotype dibuat dengan garis lengkung agar terlihat anggun.

Warna dalam perancangan logo untuk VNS Makeup yang digunakan yaitu *pallette soft pink, peach, brown* yang menunjukkan kesan natural dalam riasan wajah serta menunjukkan sisi kecantikan, feminine, dan anggun.

Font yang digunakan yaitu font serif agar terlihat profesional dan terpercaya. Ada dua font yang digunakan yaitu font Pioggia yang digunakan untuk inisial VNS dan Copperplate yang digunakan sebagai deskriptor 'Makeup'.

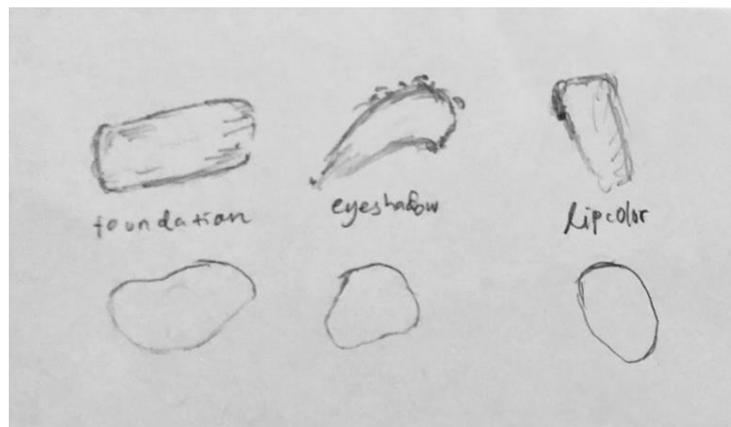
Pioggia

Gambar 3.2 Font Pioggia
[sumber : Dokumentasi Penulis]

COPPERPLATE

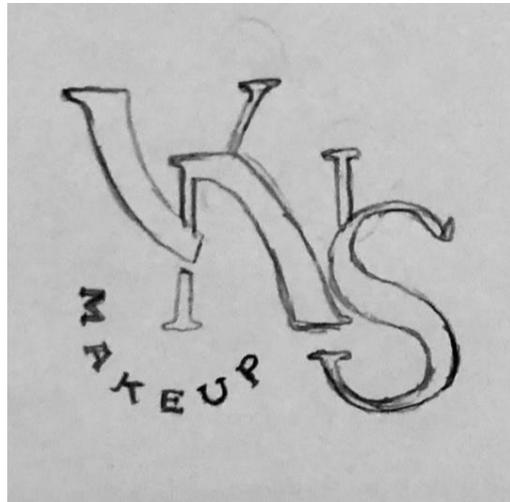
Gambar 3.3 Font Copperplate
[sumber : Dokumentasi Penulis]

Penulis memilih beberapa gambar objek yang menjadi ide visual logogram perancangan ulang VNS Makeup untuk menunjukkan karakternya. Objek yang diambil yaitu hasil swatch makeup seperti foundation (face), eyeshadow (eyes), dan lip color (lips). Kemudian dilakukan teknik penyederhanaan deformasi dengan mengambil bagian yang mewakili melalui swatch makeup. Elemen tersebut merepresentasikan bahwa VNS Makeup adalah jasa makeup artist yang digambarkan dengan swatch/goresan hasil dari riasan oleh VNS Makeup. Lengkungan pada elemen tersebut menunjukkan sisi feminine dari VNS Makeup. Kemudian dari swatch yang ada dilakukan teknik penyederhanaan menjadi solid sehingga membentuk kesan clean.



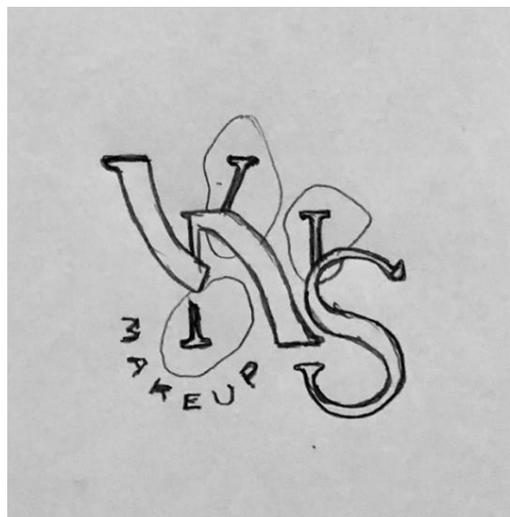
Gambar 3.4 Pengembangan Bentuk Logogram
[sumber : Dokumentasi Penulis]

Logotype yang dipilih penulis menggunakan font serif untuk menunjukkan sisi professional dan premium VNS Makeup. Logotype menonjolkan inisial 'VNS' dengan descriptor 'Makeup' dibawah kiri dengan setengah melingkar untuk mengimbangi komposisi dari font inisial pada bagian tengah.



Gambar 3.5 Sketsa Logotype
[sumber : Dokumentasi Penulis]

Kedua logogram dan logotype dibuat menjadi satu kesatuan dengan komposisi tata letak asimetris. Sketsa logo ini yang kemudian akan dilanjutkan ke proses digitalisasi dan dirancang untuk Graphic Standard Manual.



Gambar 3.6 Sketsa Logo Campuran
[sumber : Dokumentasi Penulis]

3.5 Final Desain

3.5.1 Media Utama GSM

1. Logo



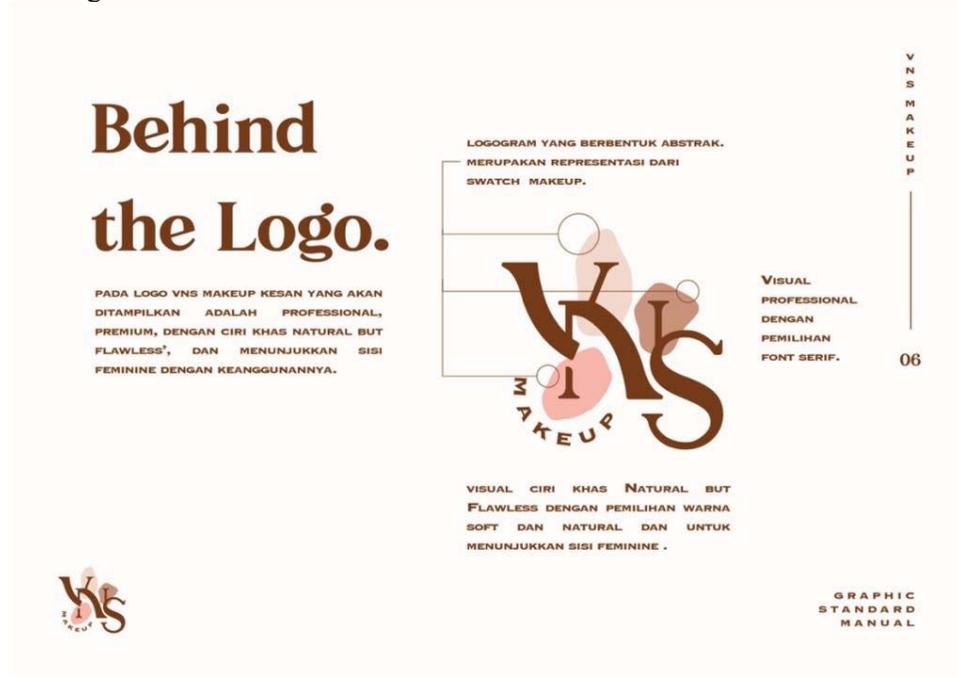
Gambar 3.7 Logo Final
[sumber : Dokumentasi Penulis]

Logo.



Gambar 3.8 Logo and Variation
[sumber : Dokumentasi Penulis]

2. Behind the Logo



Gambar 3.9 Behind the Logo VNS Makeup
[sumber : Dokumentasi Penulis]

3. Logo Grid



Gambar 3.10 Logo Grid VNS Makeup
[sumber : Dokumentasi Penulis]

4. Clear Space Area



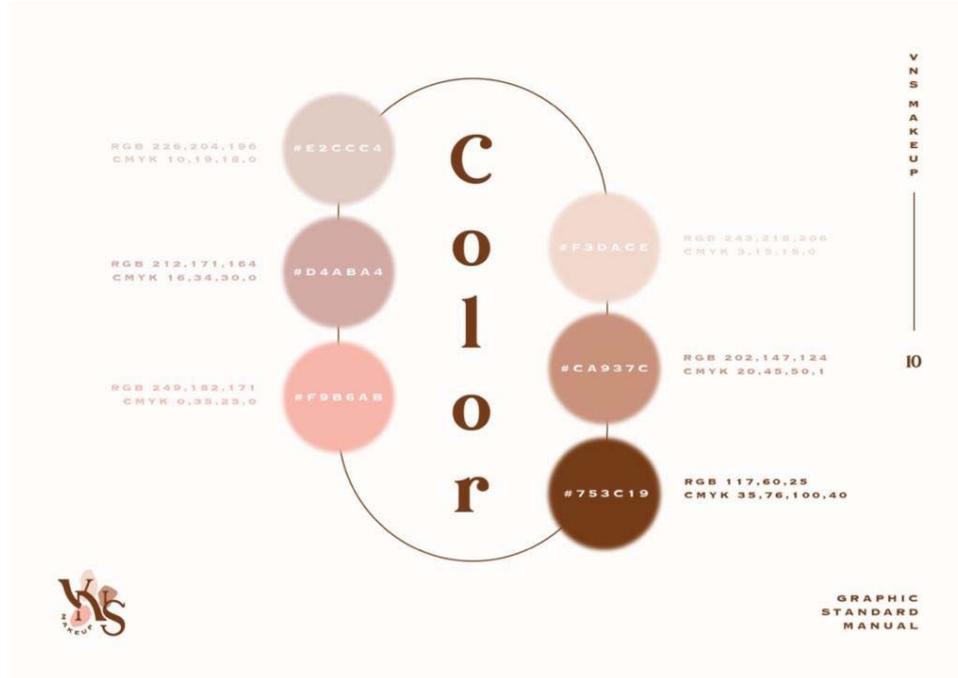
Gambar 3.11 Clear Space Logo VNS Makeup
[sumber : Dokumentasi Penulis]

5. Maximum Reduction



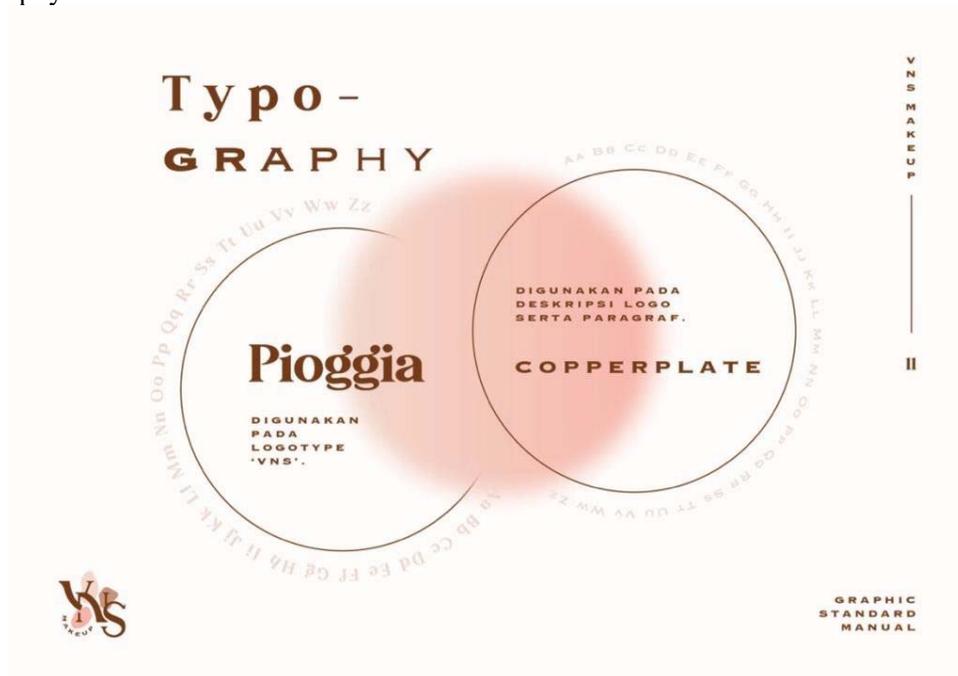
Gambar 3.12 Maximum Reduction Logo VNS Makeup
[sumber : Dokumentasi Penulis]

6. Color



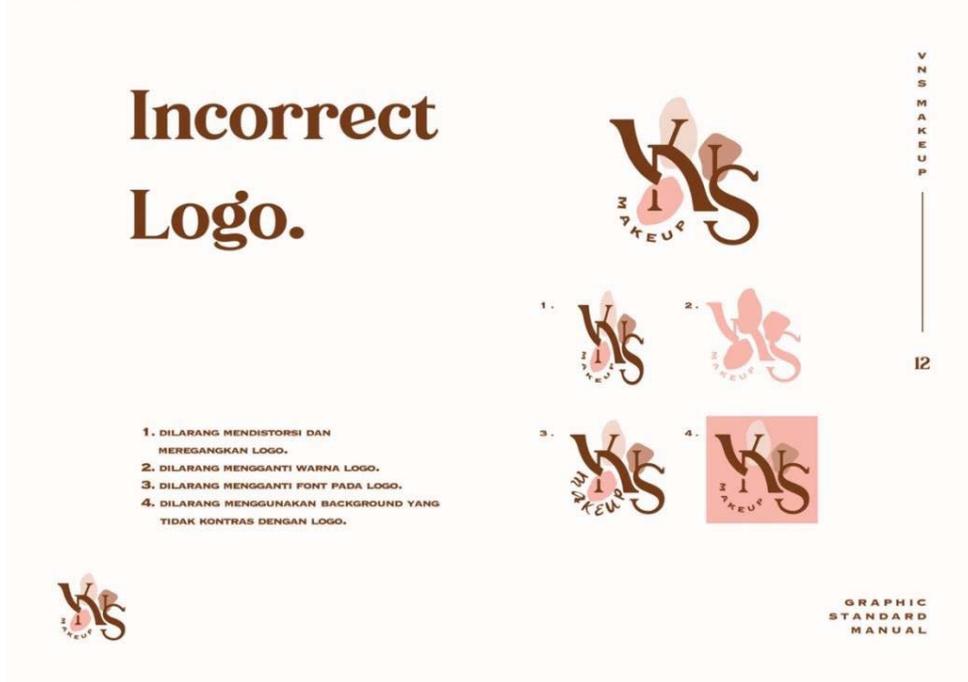
Gambar 3.13 Color Logo VNS Makeup
[sumber : Dokumentasi Penulis]

7. Typography



Gambar 3.14 Typography VNS Makeup
[sumber : Dokumentasi Penulis]

8. Incorrect Logo



Gambar 3.15 Incorrect Logo VNS Makeup
[sumber : Dokumentasi Penulis]

9. Black & White Logo



Gambar 3.16 Black & White Logo VNS Makeup
[sumber : Dokumentasi Penulis]

10. Design Elements



Gambar 3.17 Design Elements VNS Makeup
[sumber : Dokumentasi Penulis]

3.6 Media Pendukung

1. Letterhead & Envelope



Gambar 3.18 Mockup Letterhead & Envelope
[sumber : Dokumentasi Penulis]

2. Stamp



Gambar 3.19 Mockup Stamp
[sumber : Dokumentasi Penulis]

3. Invoice



Gambar 3.20 Mockup Invoice
[sumber : Dokumentasi Penulis]

4. Business Card



Gambar 3.21 Mockup Business Card
[sumber : Dokumentasi Penulis]

5. Certificate



Gambar 3.23 Mockup Certificate
[sumber : Dokumentasi Penulis]

6. Flyer



Gambar 3.24 Mockup Flyer
[sumber : Dokumentasi Penulis]

7. Gift Voucher



Gambar 3.25 Mockup Gift Voucher
[sumber : Dokumentasi Penulis]

8. Social Media Page



Gambar 3.26 Mockup Social Media Page
[sumber : Dokumentasi Penulis]

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Karakter VNS Makeup yang merupakan jasa riasan premium, professional, dengan hasil ‘Natural But Flawless’ belum tercerminkan pada logo yang ada. Maka diperlukan perancangan ulang logo VNS Makeup untuk memperkuat karakter yang meliputi pembuatan Graphic Standard Manual dan media pendukung lainnya. Logo yang dipilih merupakan tipe logo abstract yang terdiri dari logotype dan logogram yang bentuknya adalah abstract. Logogram dibuat berdasarkan kosmetik yang digunakan oleh Makeup artist diantaranya adalah foundation, eyeshadow, dan lip color. Dari kosmetik diatas yang diambil adalah bagian swatchnya sebagai representasi hasil riasan yang dilakukan oleh makeup artist. Kemudian dilakukan teknik penyederhanaan untuk menampilkan sisi modern, premium, dan muda sesuai segmentasinya. Font yang digunakan adalah font serif agar terlihat profesional. Warna yang digunakan adalah soft pink, peach, dan brown yang menampilkan ciri khas Natural but flawless.

Dengan dibuatnya perancangan ulang visual identity VNS Makeup ini diharapkan mampu mencerminkan visi misi dan memperkuat karakter VNS Makeup sebagai jasa makeup artist yang berkualitas, premium, dan menunjukkan ciri khas sehingga terbentuk image positif dan dapat mempermudah VNS Makeup dalam menjalankan bisnis serta menjaga eksistensinya sebagai MUA profesional.

4.2. Saran

Agar perancangan ulang visual identity VNS Makeup ini dapat bermanfaat kedepannya, diharapkan pihak VNS Makeup dapat mengikuti beberapa saran yang diberikan, yaitu :

1. Pada aplikasi logo untuk semua media berupa media cetak maupun media digital harus mengikuti panduan Graphic Standard Manual yang telah dibuat agar logo tetap konsisten dan membantu mempermudah VNS Makeup agar dikenal dan diingat oleh masyarakat.

2. Menyadari akan banyaknya kompetisi sebagai MUA di masa mendatang, selain penggunaan identitas visual yang tepat bagi perusahaan diharapkan dapat berlanjut untuk perancangan media promosi agar VNS Makeup dapat berkembang dan memiliki cakupan yang lebih luas.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Rustan, S. (2013). *Mendesain Logo*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ulung, G. (2010). *How To Be Makeup Artist*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Soewarno, M. (2014). *Perancangan Personal Branding Malva Makeup Artist*. Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Putri, M. (2017). *Perancangan Ulang Visual Identity Amareea Boutique Semarang untuk Memperkuat Citra Produk Modern Shabby Chic*. Universitas Dian Nuswantoro, Semarang.
- Johnson, J. (2020). *Visual identity: everything you need to know about this essential aspect of branding*. Retrieved November 2020, from 99designs: <https://en.99designs.com.co/blog/logo-branding/visual-identity/>
- Morr, K. (2020). *Logo colors: what's best for your brand*. Retrieved 2020 November, from 99designs: <https://99designs.com/blog/tips/logo-color-meanings/>
- Chan, S. (2019). *How to create a brand style guide*. Retrieved Desember 2020, from 99designs: <https://99designs.com/blog/logo-branding/how-to-create-a-brand-style-guide/>
- Zulkifli, D. (2020). *Strategi Branding : Dodi Zulkifli 3 jenis logo, mana yang pas dengan brand anda*. Retrieved November 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=qJJ0xokRD4g>
- Kemenperin. (2019). *Kemenperin Optimistis Pertumbuhan Industri Kosmetik Sentuh 9 Persen*. Retrieved 2020 November, from <https://kemenperin.go.id/artikel/20557/Kemenperin-Optimistis-Pertumbuhan-Industri-Kosmetik-Sentuh-9-Persen>