

# Perancangan Visual Branding “Fresh Drink Maxboy”

*Visual Branding Design "Maxboy Fresh Drinks"*

**Fikri Wahid Lubis<sup>a,1</sup>, Irwansyah<sup>b,2</sup>**

<sup>a,b</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Potensi Utama, KL. Yos Sudarso Km. 6,5  
No. 3A, Medan, 20241, Indonesia  
fikrilubis20@gmail.com<sup>1</sup>, Irw.syah23@gmail.com<sup>2</sup>

---

## ABSTRAK

*Fresh Drink MaxBoy adalah salah satu usaha bisnis minuman kekinian yang berdiri dari tahun 2020 lalu yang menjual minuman jus (sari buah) dan hanya memiliki beberapa varian. Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi, minuman berinovasi dan menjelma menjadi salah satu hal yang digemari oleh generasi millennial. Fresh Drink MaxBoy juga mengikuti perkembangan tersebut dan selalu menjaga eksistensi dengan bermacam cara. Namun salah satu hal dalam mempertahankan eksistensi dan perkembangan produk yang belum dilakukan oleh Fresh Drink MaxBoy adalah membuat visual branding agar produk tersebut memiliki identitas dan dapat dikenali oleh kalangan masyarakat khususnya konsumen yang sudah berlangganan. Tujuan branding pada penelitian ini untuk membuat identitas citra usaha pada produk Fresh Drink MaxBoy agar dapat bersaing dan mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat. Metode Kualitatif digunakan penulis untuk menciptakan desain yang sesuai dengan visual logo produk, pemilihan warna dan atribut pada logo. Rancangan visual branding ini dapat lebih dikenal oleh konsumen dan meningkatkan omset penjualan serta dapat memberikan dampak positif bagi produsen dalam menjalankan usahanya serta dapat digunakan sebagai referensi oleh berbagai pihak dalam mengembangkan usaha khususnya pada produk minuman.*

**Kata Kunci :** Logo, Produk Minuman, Visual Branding

## ABSTRACT

*Fresh Drink MaxBoy is a contemporary beverage business that was founded in 2020 and sells juice drinks (fruit juice) and only has a few variants. As time goes by and technology develops, drinks innovate and become something that is popular with the millennial generation. Fresh Drink MaxBoy also follows these developments and always maintains its existence in various ways. However, one of the things in maintaining the existence and development of the product that has not been done by Fresh Drink MaxBoy is creating visual branding so that the product has an identity and can be recognized by the public, especially consumers who have subscribed. The purpose of branding in this research is to create a business image identity for the Fresh Drink MaxBoy product so that it can compete and maintain its existence in society. The qualitative method is used by the author to create a design that matches the visuals of the product logo, color selection and attributes in the logo. This visual branding design can be better known by consumers and increase sales turnover and can have a positive impact on producers in running their business and can be used as a reference by various parties in developing their business, especially in beverage products..*

**Keywords :** Logos, Beverage Products, Visual Branding

---

*Info Artikel :*

*Disubmit: 05 Januari 2024*

*Direview: 02 Februari 2024*

*Diterima : 05 Maret 2024*

---

*Copyright © 2024 – Journal UPU. All rights reserved.*

---

## 1. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan teknologi dan semakin tingginya pengguna media sosial, bisnis minuman terus berinovasi dan melahirkan berbagai macam bisnis-bisnis minuman kekinian. Hal tersebut tentu saja dimanfaatkan oleh berbagai macam kalangan karena bisnis minuman menjadi salah satu bisnis yang potensial dan menjanjikan dengan target pasar anak-anak muda atau generasi millennial. Banyaknya peminat terhadap berbagai macam jenis minuman saat ini dapat terlihat dari beraneka ragamnya kedai minuman yang beredar seperti starbucks, chatime, koi, calais, yuzuki tea, kopi kenangan, janji jiwa, zeribowl, piacevole, num\_cha, dum dum, mangothaisorigin, gulugulu, sugoi. Dimana ide bisnis minuman ini berfokus pada penyajian berbagai jenis minuman dalam

kemasan yang menarik dan praktis mulai dari kopi, teh, jus buah, hingga minuman berbasis susu serta rempah.

Fresh Drink MaxBoy adalah salah satu usaha bisnis minuman kekinian yang berdiri dari tahun 2020 lalu yang menjual minuman jus dan minuman modern seperti boba dan thai tea. Di awal tahun 2020 usaha tersebut menjual minuman jus (sari buah) dan hanya memiliki beberapa varian, tetapi seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi, minuman pun seakan ikut selalu berinovasi dan menjelma menjadi jenis minuman yang digemari oleh generasi millennial. Berdasarkan data wawancara yang penulis peroleh dari pemilik, saat ini usaha Fresh Drink MaxBoy memiliki 47 pelanggan tetap yang terlihat pada nomor kontak whatsapp dari pemilik handphone yang sudah melakukan pesanan secara online dan offline.

Fresh Drink MaxBoy pun mengikuti perkembangan teknologi dan selalu menjaga eksistensi untuk bertahan dan turut berkembang dalam menciptakan jenis minuman yang sedang digemari oleh kalangan tersebut khususnya di area target pasar Fresh Drink MaxBoy. Namun salah satu hal dalam mempertahankan eksistensi dan perkembangan produk yang belum dilakukan oleh Fresh Drink MaxBoy adalah membuat visual branding terhadap produknya agar memiliki ciri khas khusus dan dapat dikenali oleh kalangan masyarakat khususnya konsumen yang sudah berlangganan.

Branding adalah berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah brand/merek dengan cakupan yang sangat luas, meliputi nama dagang, logo, karakter, dan persepsi konsumen akan brand tersebut. Branding juga menjadi sebuah strategi dari pengusaha untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen. Ada banyak manfaat dari branding, di antaranya adalah memberikan identitas pada produk atau jasa yang ditawarkan, menyampaikan nilai, dan yang terpenting adalah menjalin komunikasi dengan konsumen. Pembisnis pun berlomba-lomba dalam membranding produk ataupun jasa mereka sedemikian rupa agar dapat menarik dan mempertahankan konsumen. (Ahmad Budi Sulistio, 2021:1).

Berdasarkan uraian diatas penulis melakukan branding terhadap produk tersebut agar konsumen dapat mengenali identitas produk dan menjadikan produsen lebih terlihat profesional dalam bidang penjualan produknya. Hal tersebutlah yang menjadi salah satu permasalahan pemilik dalam mengembangkan dan mempertahankan eksistensi penjualannya. Untuk itu, penulis melakukan rancangan berupa membuat identitas logo produk minuman Fresh Drink MaxBoy yang akan digunakan untuk menghasilkan branding tampilan boot yang lebih beridentitas, branding kemasan cup dan mengusung tema (menulis nama konsumen di cup dan memberi sedikit kata motivasi) seperti di tempat minuman besar chatime atau starbucks, branding buku menu untuk memudahkan konsumen memilih minuman yang sebelumnya buku menu tersebut belum memiliki identitas produk, serta menciptakan branding pada standing banner pada produk tersebut. Berdasarkan uraian di atas menginspirasi penulis untuk mengangkat permasalahan tersebut dalam bentuk proyek studi dengan judul Perancangan Visual Branding Fresh Drink MaxBoy.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Studi Literatur

#### 1. Desain Logo

Berdasarkan buku yang penulis baca tentang mendesain logo yang di tulis oleh Rustan (2013:12), tertulis bahwa “logo adalah penyingkatan dari logotype, dimana logotype yaitu logo yang dibentuk hanya oleh huruf dan variasinya, sedangkan gambar hanya digunakan sebagai pelengkap saja. Untuk itu, penulis mengusung logo berbentuk tulisan dengan tema Fresh Drink MaxBoy dengan konsep berikut:

- Pemilihan warna biru muda pada lambang cup merangkap sedotan dan pada border tulisan yang identik dengan kesegaran dan disesuaikan dengan merk produk tersebut yaitu fresh.
- Pemilihan warna putih pada area logo dan inner logo tulisan sebagai warna pendung yang membuat warna lain lebih bersinar dan eksklusif.
- Pemilihan logo tulisan es yang tersyarat menjadi bentuk cup dan sedotan agar sesuai dengan tema fresh drink atau minuman yang menyegarkan.

- d. Pemilihan pucuk daun teh yang melambangkan kerileksan, kesederhanaan dan kenyamanan sehingga setelah meminum minuman yang segar maka secara bersamaan rasa rileks pun dirasakan oleh badan.
  - e. Pemilihan pucuk daun teh yang berpasangan sebagai simbol kebersamaan yang artinya penulis ingin kesegaran dan rasa rileks setelah meneguk minuman menjadi satu kesatuan yang dapat dirasakan secara bersamaan.
  - f. Pemilihan gambar boba yang melambangkan selain memperoleh kesegaran, konsumen juga dapat menikmati kesegaraan bersama dengan manisnya booba sehingga jika tubuh mengkonsumsi yang manis maka pikiran pun menjadi tenang.
2. Desain Kemasan

Berdasarkan penjelasan pada buku desain kemasan, penulis mendesain kemasan dengan melakukan hal berikut:

- a. Embos nama MaxBoy pada desain agar terbaca oleh konsumen.
  - b. Melakukan pemilihan warna yang elegant namun sesuai dengan tujuan, dalam hal ini produk yang ditawarkan adalah minuman segar sehingga penulis memilih warna biru muda dan warna putih yang terkombinasi menjadi paduan yang mewah.
  - c. Membuat desain yang sederhana namun meninggalkan kesan elegan yang terpancar melalui warna sehingga membuat konsumen enggan untuk langsung membuat cup minuman tersebut.
3. Perancangan Branding

Pada kutipan jurnal Proporsi, Vol 5, No 2, 2020 berjudul Perancangan Branding Logo Fadillah Food dituliskan bahwa permasalahan yang terjadi yaitu identitas visual yang belum terlalu dikenal oleh konsumennya sehingga berdampak konsumen lebih memilih untuk membeli produk pesaing dengan usaha yang serupa sehingga penulis jurnal merancang sebuah branding logo sebagai identitas visual untuk menegaskan citra perusahaannya. Perancangan branding pada jurnal tersebut menggunakan 2 (dua) media yaitu melalui logo objek dan logo tulisan yang digabung menjadi satu bagian sehingga tetap mencantumkan nama pemilik pada logo agar mudah dikenali konsumen. Untuk itu, penulis menjadikan referensi jurnal tersebut sebagai acuan dalam membuat perencanaan branding dimana penulis memasukkan nama pemilik menjadi satu kesatuan pada logo produk nantinya.

4. Visual Branding

Pada kutipan jurnal Mahasiswa Fakultas Seni dan Desain, Vol 1, No 1, 2020 berjudul Visual Branding Makanan Tradisional Makanan Getuk Lindri Dalam Konsep Modern ditemukan permasalahan mengenai bagaimana agar makanan khas tersebut dapat terus eksis dikarenakan sudah sangat jarang ditemui di jaman sekarang khususnya kota medan bahkan di kalangan remaja banyak yang tidak mengetahui makanan khas tersebut, hal ini diketahui berdasarkan data survey yang dilakukan oleh penulis dimana dari 100 orang kalangan remaja terdapat 85 orang yang tidak mengenali makanan khas tersebut. Untuk itu penulis jurnal mengangkat penelitian tersebut melalui visual branding sederhana dan pemberian warna dengan konsep modern sehingga dari branding tersebut dapat memberikan edukasi, membudidayakan dan memperkenalkan kembali makanan khas tersebut agar tidak terlupakan di tahun berikutnya. Untuk itu, penulis menjadikan referensi jurnal tersebut sebagai acuan dalam membuat visual branding sederhana dengan gaya dan tulisan yang modern agar dapat dikenali dengan mudah oleh kaum millennial.

B. Tinjauan Pustaka

Adapun beberapa tinjauan karya yang menjadi referensi penulis dalam membuat sebuah karya agar orientasinya tidak lari dari konsep yang akan dibuat adalah sebagai berikut :

1. Logo minuman haus!

Logo usaha haus ini memiliki warna yang sangat menarik yaitu perpaduan warna ungu, pink, merah dan kuning pada cup yang menunjukkan keglamoran dan keeleganan, dan tulisan berwarna hitam di bawahnya yang memiliki filosofi netral dan dapat berbaur atau masuk kemana saja. Logo haus dengan warna mewahnya tersebut akan menjadi referensi bagi penulis dalam menciptakan logo dengan bentuk cup dan nama usaha di bawahnya. Referensi kemewahan inilah yang akan dibentuk untuk produk fresh drink

MaxBoy. Dilansir dari kutipan artikel inews.id, gufron syarif yang merupakan salah seorang sosok dibalik kesuksesan pemasaran bisnis haus mengatakan haus memaparkan beberapa strategi yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensinya di tengah banyaknya pesaing saat ini diantaranya pemilihan nama brand yang mudah diingat dengan logo yang menarik, dalam hal ini logo yang dibuat berhasil menarik perhatian karena kesan glamour dan elegannya, fokus di pasar middle low dan milenial dengan tawaran harga yang terjangkau dan rasa yang beragam, terus berinovasi mencari varian rasa baru, tim (partner dan karyawan) yang punya komitmen dan kompetensi, memiliki investor pasif untuk setiap gerai, owner memantau langsung operasional gerai, melakukan kolaborasi dengan selebgram atau artis dalam memasarkan produk dan pemasaran produk di sosial media. Beberapa strategi ini juga dilakukan oleh penulis, dimana penulis fokus terhadap logo yang akan dibuat “MaxBoy” agar gampang diingat oleh konsumen dan logo yang menarik perhatian konsumen dengan ciri khasnya.

## 2. Kemasan cup minuman Chatime

Gelas plastik atau cup plastic, penggunaan gelas plastik atau plastic cup banyak dipilih karena praktis dan murah. Cup plastic juga dianggap memiliki banyak keunggulan dengan beragamnya ukuran dan bentuknya. Harganya juga murah sehingga tetap hemat meski pembelian dilakukan dalam jumlah banyak sekalipun. Jajanan minuman Fresh Drink MaxBoy dikemas dengan cup plastik sejenis ini tentu akan makin menarik konsumen dengan sebagian isi produk yang terlihat dari luar kemasan. Kemasan cup plastik ini akan menampilkan logo di luar cup. Kemasan cup plastik ini menjadi referensi bagi penulis dalam merancang kemasan yang akan digunakan karena lebih praktis, harga ramah, mudah dijangkau dan mudah dalam mendesain logo di tampiln luar cup tersebut.

## 3. Desain Buku Menu Xiboba

Desain buku menu ini menampilkan latar warna hitam dan menampilkan berbagai macam jenis minuman yang di jual oleh produk minuman xiboba. Desain buku menu ini terlihat elegan dengan warna yang gelap, sehingga lebih mempermudah konsumen untuk memilih jenis varian rasa minuman dan harga. Desain buku menu ini akan menjadi referensi bagi penulis untuk membuat desain buku menu yang mana dengan memakai latar sesuai dengan warna dasar logo dalam menampilkan seluruh jenis varian minuman agar konsumen lebih mengenal warna khas dan mudah dalam memilih minuman dan mengetahui harga dari minuman tersebut.

## 4. Standing Banner Kamsia Boba

Standing Banner salah satu sarana informasi biasanya di letakkan di sebelah stand jualan. Manfaat Standing Banner untuk promosi produk, event, atau jasa. Penulis mengambil referensi dari desain Standing Banner Kamsia Boba yang nantinya akan dibuat. Dengan Logo dibagian atas membuat harga atau promo dengan ukuran font yang besar dan memakai bahan dasar spanduk dengan harga terjangkau dan mudah di dapat dengan tripod banner sebagai penyangga untuk membuat banner berdiri dengan stabil.

# 3. METODE

Metode perancangan pada visual branding fresh drink maxboy ini melalui metode observasi lapangan, wawancara, analisis SWOT dan brainstorming. Dimana penulis datang langsung ke lokasi tempat produk dijual dan mewawancarai pemilik usaha *fresh drink* MaxBoy untuk mengetahui informasi tentang inovasi minuman kekinian yang sedang berkembang di area pemasaran dan juga usaha bisnis sejenis apa yang sedang viral dan digandrungi. Hasil dari informasi yang penulis kumpulkan selanjutnya di analisis menggunakan analisis SWOT dengan hasil berikut:

- Strengths (Kekuatan)
  - a. Menciptakan logo sebagai visual identity dari Fresh Drink MaxBoy.
  - b. Mampu menarik minat masyarakat terhadap produk minuman Fresh Drink MaxBoy.

- c. Menambah nilai jual suatu brand.
- d. Konsep minuman kekinian yang mengikuti tren.
- Weakness (Kelemahan)
  - a. Kurang nya media promosi sebagai sarana pengenalan brand.
  - b. Memerlukan modal lebih besar.
  - c. Harga naik karena biaya produksi menjadi lebih mahal.
- Opportunities (Peluang)
  - a. Konsumen menjadi meningkat karena adanya visual branding Fresh Drink MaxBoy.
  - b. Membantu mengenalkan Fresh Drink MaxBoy dengan cepat kepada masyarakat.
  - c. Banyak Masyarakat yang mengenal produk Fresh Drink MaxBoy dengan adanya logo.
- Threats (Ancaman)
  - a. Kompetitor membuat produk yang serupa
  - b. Tren pasar yang sering berubah sehingga memerlukan kreatifitas yang tinggi.

Selanjutnya, penulis menggunakan metode brainstorming sebagai pengembang ide kreatif dalam merancang visual branding fresh drink maxboy yang dapat terlihat pada gambar berikut.



Gambar 1. *Brainstroming*  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Tema

Dari hasil brainstorming, penulis mengusung tema Fresh Drink MaxBoy sebagai cerminan dari minuman yang segar dan menggiurkan namun harga yang di bandrol masih terjangkau dan bisa menikmati minuman dengan rasa yang mewah.

##### B. Target Pengguna

Adapun target pengguna yang menjadi sasaran penulis tertuang pada sasaran berikut:

- Demografis  
Sasaran pada target ini yaitu para generasi millenials dengan kisaran umur 17 tahun – 35 tahun baik wanita ataupun pria, anak remaja, anak muda, siswa, mahasiswa dan pekerja.
- Psikografis  
Sasaran psikografis pada tema karya ini yaitu masyarakat sosial yang melek dan adaptable pada teknologi. Mereka cenderung suka memanfaatkan teknologi untuk mempermudah segala aktivitas, tak terkecuali aktivitas belanja.
- Geografis  
Sasaran pada target geografis pada tema karya ini yaitu para anak remaja, anak sekolah, anak kuliah dan para pekerja.

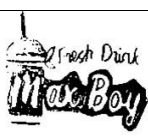
##### C. Visualisasi (Alternatif Desain)

- Sketsa

Pembuatan logo pada tema fresh drink MaxBoy ini awalnya berproses dari 12 sketsa manual dan sketsa logo digital rancangan dengan hasil akhir yaitu terpilih 1 sketsa logo digital terbaik yang mewakili kesesuaian antara tema dan desain yang diciptakan.

Tabel 1. Sketsa Logo  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)

| No | Logo                                                                                | Makna Logo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  |    | Visualisasi pada logo disamping menampilkan tutup model cup lid molding yang bertujuan untuk menambah indahnya bentuk cup. Logo tulisan maxboy pada visual merupakan nama dari produk minuman yang akan dibranding. Tag line sak penting telat adem dimaksudkan untuk logo kemasan yang artinya yang penting keren.                                                                                                                                                                   |
| 2  |    | Visualisasi logo disamping cup bentuk ornamen mahkota di atas, bawah dan samping cup bersimbol keistimewaan, tutup cup terbuka diatasnya bersimbol tidak ada kesenjangan, siapa pun boleh menikmati kesegaran istimewa dari fresh drink maxboy.                                                                                                                                                                                                                                       |
| 3  |  | Visualisasi logo dengan gambar genggam cup jari lentik menggunakan gelang bermakna kewanitaan dan kemewahan. Cup dengan tutup model lid menggambarkan ketahanan untuk menjaga minuman tidak tumpah. Pada isian minuman terdapat booba yang menyuguhkan rasa manis minuman dan diluar cup terdapat lemotea yang menambah rasa segar manis. Nama produk di buat dengan perpaduan tulisan yaitu _maxbo dan huruf Y yang berbentuk daun teh sebagai keseimbangan kesehatan dan kesegaran. |
| 4  |  | Visualisasi logo dengan sedotan pada tutup cup oval membentuk desain cup menjadi indah. Daun teh pada logo bermakna kesehatan. Logo tulisan maxboy merupakan nama dari produk minuman. Booba di bawah tulisan maxboy dan di atas tulisan <i>fresh drink</i> menggambarkan kesan minuman yang manis namun menyegarkan.                                                                                                                                                                 |
| 5  |  | Visualisasi logo dengan bentuk lingkaran dengan tulisan fresh drink maxboy dimaksudkan untuk konsumen agar fokus terhadap nama produk. Daun teh diatas huruf y bermakna minuman yang segar dan menyehatkan. Sedotan yang tersisip pada huruf O dengan bulir-bulir es membentuk desain logo menjadi sederhana dan menambah makna kesegaran.                                                                                                                                            |
| 6  |  | Visualisasi logo tulisan es tersirat pada bentuk cup dan sedotan agar sesuai dengan tema fresh drink. Pucuk daun teh melambangkan rileks, sehat, sederhana. Pucuk daun teh berpasangan adalah simbol kebersamaan antara kesegaran dan rasa rileks yang dapat dirasakan secara bersamaan. Booba adalah penambah rasa manis yang membuat pikiran tenang.                                                                                                                                |

| 7  |   | Visualisai cup dengan boba menggambarkan kenikmatan yang manis dan daun teh yang artinya walau nikmat namun tetap sehat dan nyaman di lambung.                                             |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8  |   | Visualisasi gambar dengan bentuk air yang didalamnya terdapat cup berisi boba dan sedotan yang menyimbolkan minuman yang nikmat dan dapat melepas dahaga.                                  |
| 9  |   | Visualisasi cup dan sedotan berbentuk daun serta terdapat boba didalamnya membentuk kesederhanaan minuman yang segar.                                                                      |
| No | Logo                                                                               | Makna Logo                                                                                                                                                                                 |
| 10 |   | Visualisasi cup tertutup menggambarkan bentuk minuman kekinian dengan boba yang menunjukkan rasa manis serta sedotan yang besar untuk menjangkau boba agar dapat tersedot dengan maksimal. |
| 11 |   | Visualisasi disamping menunjukkan minuman kekinian dengan menyisipkan daun teh disamping tutup cup yang melambangkan kenikmatan kesegaran yang menyehatkan.                                |
| 12 |  | Visualisasi gambar menyimbolkan minuman boba dengan kesegarannya, dan menebalkan huruf b dan y agar menarik perhatian konsumen agar mengenali branding minumannya.                         |

- Digital Desain  
Berikut terdapat 12 (dua belas) alternatif desain yang terlampir pada perancangan visual branding fresh drink MaxBoy.

Tabel 2. Digital Desain  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)

| No | Logo                                                                                | No | Logo                                                                                  |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|----|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  |  | 7  |  |
| 2  |  | 8  |  |
| 3  |  | 9  |  |
| 4  |  | 10 |  |

|   |                                                                                   |    |                                                                                     |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 5 |  | 11 |  |
| 6 |  | 12 |  |

#### D. Pemilihan Logo

##### - Logo

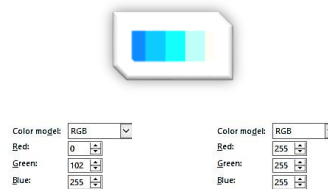
Berikut adalah logo yang terpilih untuk dijadikan brand image pada produk usaha minuman fresh drink MaxBoy. Logo terpilih dikarenakan desainnya simple dengan perpaduan warna biru putih yang bagus sehingga kemasan desain yang dihasilkan tampak sederhana dan dapat dikenali dengan baik dikarenakan nama produk pada desain kemasan mempunyai efek emboss sehingga lebih hidup dan menonjol.



Gambar 2. Logo Terpilih  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)

##### - Warna

Penulis menggunakan warna yang sesuai dengan tema yakni kesegaran yang tertuang dalam simbolis biru (lautan, kesegaran, kesejukan) dan warna putih sebagai pendung agar lebih menonjolkan warna biru untuk membantu warna biru terlihat lebih cerah dan mewah.



Gambar 3. Warna  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)

##### - Typografi

Jenis font yang terdapat pada desain logo fresh drink menggunakan font Chuck Noon Script, sedangkan font pada tulisan MaxBoy menggunakan heavitas, penulis menggunakan kedua font ini agar menambah kesan mewah pada desain logo. Selain itu penulis juga memberikan efek emboss pada tulisan MaxBoy agar lebih kelihatan berkarakter. Pada bagian kemasan depan cup penulis menyisipkan sedikit tulisan tagline competitive price luxury taste untuk meyakinkan makna rasa kesegaran yang sederhana namun terasa mewah karena desain kemasannya.



Gambar 4. Typografi  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)

#### E. Konsep Media

Konsep media pada perancangan visual branding fresh drink maxboy terdiri dari 2 (dua) media, yaitu media utama berupa logo, buku menu, banner dan cup serta media pendukung berupa pin, stiker, kaos, standbooth dan gantungan kunci. a. Media Utama

Konsep media utama yang penulis gunakan adalah logo. Logo ini selanjutnya di desain dalam bentuk kemasan yang terdapat pada cup dimana target penulis yaitu membuat konsumen memperhatikan logo yang tertulis pada cup yang dikemas dengan warna yang sederhana namun terkesan mewah serta desain kemasan cup tersebut akan digunakan sebagai maskot untuk menghiasi tampilan pada stand booth. Kemudian logo tersebut juga didesain untuk ditampilkan pada x-banner yang akan ditempatkan tepat di samping stand booth sebagai sarana untuk menarik perhatian pelanggan dalam membaca informasi yang tertulis melalui penebalan kata untuk pemberian diskon produk. Logo tersebut juga didesain untuk ditampilkan pada menu utama yang menggunakan warna dasar logo dengan tujuan konsumen juga dapat mengingat ciri khas warna dari logo fresh drink MaxBoy.



Gambar 5. Logo  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)



Gambar Gambar 6. Cup Depan - Belakang  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)



Gambar 7. Menu  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)



Gambar 8. Banner  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)

#### - Media Pendukung

Adapun beberapa media pendukung yang penulis terapkan untuk membangun image branding pada usaha ini yaitu:

##### a. Pin & Gantungan Kunci

Pin & gantungan Kunci digunakan sebagai souvenir yang menarik saat berkunjung ke standbooth.



Gambar 9. Pin  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)



Gambar 10. Gantungan Kunci  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)

b. Baju/Kaos

Baju/Kaos digunakan sebagai souvenir yang menarik saat berkunjung ke standbooth dan akan digunakan oleh penulis dan pemilik sebagai pembentukan image branding.



Gambar 11. Kaos  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)

c. Stiker

Stiker digunakan penulis sebagai sarana souvenir untuk penjualan produk yang dibentuk dalam bucket bunga serta diperuntukkan bagi pengunjung yang beruntung jika berfoto dengan bucket bunga tanpa sepengetahuan pengunjung tentang informasi tersebut.



Gambar 12. Sticker  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)

d. Standbooth

Standbooth digunakan penulis sebagai sarana penjualan produk didesain sedemikian rupa dengan elemen warna utama yakni biru dan putih sebagai ciri khas warna dari fresh drink maxboy.



Gambar 13. Stand Booth  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)

e. Media Aplikasi

Media implementasi rancangan visual branding fresh drink MaxBoy diimplemetasikan pada dokumentasi berikut.



Gambar 14. Cup  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)



Gambar 15. Banner  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)



Gambar 16. Menu  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)



Gambar 17. Pin & Gantungan Kunci  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)



Gambar 18. Baju  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)



Gambar 19. Stiker  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)



Gambar 20. Standbooth  
(Sumber : Fikri Wahid Lubis, 2023)

## 5. KESIMPULAN

Fresh Drink MaxBoy adalah salah satu usaha bisnis minuman kekinian yang berdiri dari tahun 2020 lalu yang menjual minuman jus dan minuman modern seperti boba dan thai tea. Di awal tahun 2020 usaha tersebut menjual minuman jus (sari buah) dan hanya memiliki beberapa varian, tetapi seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi, minuman pun seakan ikut selalu berinovasi dan menjelma menjadi jenis minuman yang digemari oleh generasi millennial. Fresh Drink MaxBoy pun mengikuti perkembangan teknologi dan selalu menjaga eksistensi untuk bertahan dan turut berkembang dalam menciptakan jenis minuman yang sedang digemari oleh kalangan tersebut khususnya di area target pasar. Namun salah satu hal dalam mempertahankan eksistensi dan perkembangan produk yang belum dilakukan membuat visual branding terhadap produknya agar memiliki ciri khas khusus dan dapat dikenali oleh kalangan masyarakat.

Melalui branding terhadap produk tersebut membuat konsumen dapat mengenali identitas produk dan menjadikan produsen lebih terlihat profesional dalam bidang penjualan produknya dan dapat mempertahankan eksistensi penjualannya. Branding yang dilakukan melalui media utama logo produk minuman Fresh Drink MaxBoy yang telah memperbaiki tampilan boot yang lebih bagus, branding kemasan cup lebih menarik, branding buku menu untuk memudahkan konsumen memilih minuman serta menghasilkan standing banner yang menarik perhatian konsumen terhadap pada produk tersebut. Adapun hasil dari branding produk Fresh Drink MaxBoy dinilai dapat lebih dikenal oleh konsumen sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian berulang. Selain itu juga membentuk kesan profesional pada produk yang dijual dan tentunya juga dapat meningkatkan omset penjualan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Saya selaku penulis mengucapkan banyak terima kasih atas semua ilmu yang saya dapatkan dari Universitas Potensi Utama, Semua proses yang saya alami selama masih menjadi mahasiswa sangat berguna untuk pengembangan diri saya dan juga semoga bermanfaat untuk membangun Bangsa dan Negara.

## REFERENSI

- [1] Purba, R. (2020). Branding Kerajinan Dari Limbah Teh Rendy Handycraft. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia dan Industri Kreatif*, 6(1), 5666.
- [2] Santoso, D., & Purba, R. (2020). Visual Branding Makanan Tradisional Makanan

- Getuk Lindri Dalam Konsep Modern. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Seni dan Desain*, 1(1), 91-102.
- [3] Setiawati, T., Damanik, I. H., & Sya'dian, T. (2020). PERANCANGAN BRANDING LOGO “FADILLAH FOOD”. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia dan Industri Kreatif*, 5(2), 198-208.
- [4] Ruslan, A. (2020). Identitas visual milenial dalam merek minuman bubble tea di Tangerang Selatan. *Avant Garde*, 8(1), 46-59.
- [5] Marcella, J., Keegan, K., Salim, N., & Hananto, B. A. (2021). Perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan untuk Brand Minuman Teh Bersoda (Studi Kasus: Kefir Pop). *Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV)*, 1(1), 624-632.
- [6] Claudy, J., Marcelline, S., Sherina, S., & Hananto, B. A. (2021). Perancangan Desain Identitas Visual dan Desain Kemasan pada Produk Minuman Teh Fermentasi (Studi Kasus: Bobucha). *Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV)*, 1(1), 614-623.
- [7] Abdul Azis Said. Dasar Desain Dwimatra (Dimensi Warna), Eprint.umn.ac.id, 2022
- [8] Baskoro Suryo Banindro. Membuat Sebuah Merek, BP ISI Yogyakarta, 2021
- [9] Dr. M. Anang Firmansyah, S.E. Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). CV. Qiara Media, 2019
- [10] Ni Putu Dharmadewi Atmaja, Ni Made Dwi Puspitawat. Manajemen Pemasaran, CV. Noah Aletheia, 2020
- [11] Surianto Rustan, S.Sn. Mendesain Logo Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2021
- [12] Ahmad Budi Sulistio. Branding, Jakarta, 2021
- [13] <https://haus.co.id/>
- [14] <https://www.chatimeindonesia.com>
- [15] [https://www. DesainTasik.com](https://www.DesainTasik.com)