

## PERANCANGAN VISUAL IDENTITY PUTERI MINANG

**Muhammad Rio Akbar**

Universitas Paramadina

[rio.akbar@paramadina.ac.id](mailto:rio.akbar@paramadina.ac.id)

### Article Info

#### Article history:

Received: 09, 20, 2025

Revised: 09, 27, 2025

Accepted: 10, 02, 2025

Published: 10, 31, 2025

#### Keywords:

Identitas visual

Desain logo

Budaya minangkabau

Puteri Minang

Branding

### ABSTRACT

Perancangan identitas visual menjadi aspek penting dalam memperkuat citra sebuah merek, terutama yang berakar pada kearifan lokal. Namun, masih banyak brand lokal yang menghadapi tantangan dalam menampilkan identitas yang konsisten dan mempresentasikan nilai budaya yang secara kuat. Kondisi juga dialami oleh Puteri Minang, sebuah UMKM makanan ringan yang mengusung nilai-nilai budaya Minangkabau namun belum memiliki identitas visual yang mampu menonjolkan karakter khas dan filosofi budaya yang diangkat. Permasalahan tersebut menyebabkan citra brand menjadi kurang menonjol dan sulit dikenali oleh target audiens. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menciptakan identitas visual melalui perancangan logo Puteri Minang. Metode yang digunakan adalah metode perancangan desain grafis dengan pendekatan deskriptif kualitatif, melalui tahapan observasi, wawancara, analisis visual, brainstorming, sketsa desain, digitalisasi, hingga evaluasi hasil akhir. Hasil yang diharapkan dari penelitian adalah identitas visual yang tidak hanya berfungsi sebagai representasi visual, tetapi juga menjadi sarana mempromosikan budaya Minangkabau secara lebih luas. Dengan pendekatan desain yang adaptif dan berbasis budaya, diharapkan identitas visual ini mampu mendukung strategi branding “Puteri Minang” dalam persaingan di pasar lokal maupun global.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY SA 4.0)

## 1. PENDAHULUAN

Identitas visual merupakan elemen penting dalam membangun citra sebuah merek atau brand. Sebagai representasi visual, identitas visual tidak hanya berfungsi untuk membedakan suatu merek dari pesaingnya, tetapi juga menjadi media komunikasi yang menyampaikan nilai, karakter, dan keunikan brand kepada khalayak. Dalam konteks budaya lokal, identitas visual memiliki peran strategis sebagai sarana pelestarian dan promosi kearifan lokal melalui pendekatan desain yang relevan dengan perkembangan zaman.

Puteri Minang merupakan sebuah brand yang berfokus pada budaya Minangkabau, yang kaya akan nilai tradisional, seni, dan simbol budaya khas seperti Rumah Gadang, pakaian adat, serta keberagaman hasil bumi. Namun, hingga saat ini Puteri Minang belum memiliki identitas visual yang dirancang secara sistematis dan konsisten untuk merepresentasikan kekayaan budaya tersebut. Kondisi ini menyebabkan citra brand belum tampil menonjol serta sulit dikenali dan dibedakan dari brand lain di tengah persaingan pasar. Tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana mengolah elemen budaya tradisional ke dalam desain visual yang sederhana, profesional, dan fleksibel untuk diaplikasikan pada berbagai media branding modern.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas visual Puteri Minang yang mampu merepresentasikan nilai dan karakter budaya Minangkabau sekaligus memenuhi kebutuhan fungsional branding modern. Proses perancangan dilakukan melalui pendekatan analitis terhadap elemen budaya, studi desain visual, serta eksplorasi konsep kreatif yang mempertimbangkan aspek estetika, fleksibilitas, dan daya tarik pasar.

Melalui penelitian ini, diharapkan identitas visual yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai simbol visual Puteri Minang, tetapi juga menjadi media komunikasi yang efektif dalam memperkenalkan budaya Minangkabau kepada khalayak luas, baik di tingkat lokal maupun global. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan brand lain yang ingin mengintegrasikan unsur budaya lokal ke dalam strategi branding mereka

## **2. METODE PENELITIAN**

### **2.1. Pendekatan**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode perancangan desain komunikasi visual. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada proses analisis, perancangan, dan pengembangan identitas visual yang didasarkan pada pemaknaan unsur budaya Minangkabau, bukan pada pengolahan data numerik. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna, karakter, dan nilai budaya yang akan diterjemahkan ke dalam bentuk visual. Pendekatan deskriptif kualitatif dianggap relevan karena mampu menjelaskan proses perancangan secara mendalam serta menafsirkan makna visual dan nilai budaya yang diterapkan dalam desain identitas visual.

### **2.2. Rancangan Kegiatan**

Rancangan kegiatan penelitian ini disusun secara sistematis untuk mendukung proses perancangan identitas visual Puteri Minang. Kegiatan penelitian diawali dengan identifikasi permasalahan dan pengumpulan data secara verbal maupun visual melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Selanjutnya dilakukan analisis data sebagai dasar perumusan konsep visual, yang dilanjutkan dengan proses brainstorming, pembuatan sketsa, dan digitalisasi desain. Tahap akhir penelitian berupa evaluasi dan penyempurnaan desain guna menghasilkan identitas visual yang sesuai dengan karakter dan nilai budaya Minangkabau.

### **2.3. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada perancangan identitas visual Puteri Minang, dengan fokus utama pada perancangan logo sebagai elemen utama identitas visual. Objek penelitian adalah brand Puteri Minang, sebuah UMKM yang mengusung nilai dan filosofi budaya Minangkabau.

### **2.4. Bahan dan Alat**

Bahan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi referensi visual budaya Minangkabau, seperti Rumah Gadang, pakaian adat, dan elemen alam khas Sumatera Barat, dan branding. Alat utama yang digunakan adalah perangkat keras berupa laptop serta perangkat lunak desain grafis seperti Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop sebagai media digitalisasi dan pengolahan desain.

## 2.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode, yaitu observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati kondisi visual brand Puteri Minang, termasuk identitas visual yang telah digunakan serta media promosi yang ada. Proses observasi ini bertujuan untuk memahami karakter visual brand dan permasalahan yang muncul dalam penerapan identitas visual. Selain itu observasi juga dilakukan pada rumah produksi Puteri Minang untuk memahami kondisi lingkungan kerja dan proses produksi secara umum.



Gambar 1. Rumah Produksi



Gambar 2. Hasil produksi

Wawancara dilakukan dengan pemilik brand Puteri Minang untuk memperoleh informasi terkait visi, nilai, dan konsep budaya yang ingin ditampilkan dalam identitas visual. Data dari wawancara digunakan sebagai dasar dalam menentukan arah perancangan agar selaras dengan karakter brand. Studi pustaka dilakukan dengan mengkaji buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang berkaitan dengan desain identitas visual, branding, serta budaya Minangkabau. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data visual berupa foto, gambar, dan referensi elemen budaya Minangkabau sebagai bahan pendukung dalam proses perancangan.

## 2.6. Definisi Variabel Penelitian

Dalam penelitian perancangan identitas visual Puteri Minang, variabel yang digunakan bersifat kualitatif dan berkaitan dengan aspek visual serta nilai budaya.

- a. Identitas visual adalah sistem elemen visual yang digunakan untuk merepresentasikan karakter, nilai, dan citra suatu brand. Variabel ini dioperasionalkan melalui perancangan logo, pemilihan warna, tipografi, dan elemen grafis pendukung yang mengadaptasi nilai budaya Minangkabau dan karakter brand Puteri Minang
- b. Budaya Minangkabau merupakan seperangkat nilai, simbol, dan filosofi budaya yang menjadi sumber inspirasi dalam perancangan identitas visual dioperasionalkan melalui penerapan unsur visual seperti bentuk rumah Gadang, motif tradisional, dan makna filosofis adat Minangkabau yang diterjemahkan ke dalam konsep.
- c. Branding adalah proses pembentukan citra dan persepsi brand di benak audiens. Dalam penelitian ini, branding dioperasionalkan melalui penerapan identitas

visual Puteri Minang pada berbagai media, dengan tujuan menciptakan kesan yang kuat, mudah dikenali, dan sesuai dengan nilai budaya yang diangkat.

## 2.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan secara kualitatif deskriptif, dengan cara mengelompokkan dan menafsirkan data hasil observasi, wawancara, dan studi pustaka. Data tersebut dianalisis untuk menentukan konsep visual yang sesuai, kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk desain identitas visual. Hasil analisis menjadi dasar dalam pengambilan keputusan desain hingga diperoleh identitas visual akhir yang representatif dan aplikatif.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil penelitian ini berupa perancangan identitas visual Puteri Minang yang dirumuskan berdasarkan analisis data observasi, wawancara, dan studi pustaka. Perancangan difokuskan pada pengolahan elemen budaya Minangkabau sebagai dasar pembentukan karakter visual brand yang kuat, konsisten, dan mudah dikenali.

Diawali dengan konsep perancangan logo yaitu berupa konsep verbal dan visual. Konsep verbal ini bertujuan membangun *image* yang kuat dan autentik sebagai representasi budaya Minangkabau yang kaya dan unik. Sedangkan konsep visual ini untuk elemen tradisional seperti Rumah Gadang, pakaian adat Minang, serta simbol buah tropis (nanas dan nangka) dengan pendekatan desain minimalis.



Gambar 3. Studi karakter atap gonjong



Gambar 4. Studi karakter pakaian adat minang

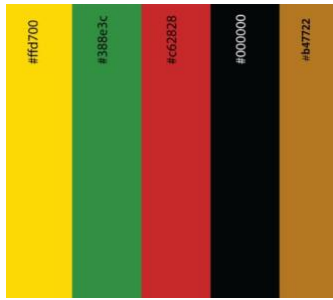


Gambar 5. Studi karakter buah nanas



Gambar 6. Studi karakter buah nangka






Berdasarkan konsep visual yang telah ditetapkan, tahap selanjutnya adalah penentuan warna. Pemilihan warna untuk logo didasarkan pada makna warna dalam budaya Minangkabau serta pertimbangan estetika dan fleksibilitas penerapan pada berbagai media. Beberapa warna akan diaplikasikan ke dalam perancangan diantaranya yaitu seperti warna merah, hijau, kuning, coklat dan hitam seperti yang tersaji pada gambar 7



Gambar 7. Warna terpilih

Deskripsi warna yang terpilih seperti yang tersaji pada tabel 1

Tabel 1. Deskripsi warna

Warna	Jenis	Kode	Deskripsi
	Kuning	#ffd700	Dikaitkan dengan kemewahan, energi, dan kebahagiaan
	Hijau	#388e3c	Suasana alami melambangkan kesegaran, dan kesehatan
	Merah	#c62828	Melambangkan keberanian, semangat dan energi
	Hitam	#000000	Mencerminkan ornalitas, kekuatan, dan kesederhanaan
	Coklat	#b47722	Memberikan kesan hangat, stabil dan terhubung dengan tradisi

Tipografi yang digunakan menyesuaikan karakter brand yang sederhana, modern, namun tetap memiliki nuansa tradisional. Tipografi yang digunakan pada logo Puteri Minang menggunakan jenis huruf dengan karakter sederhana dan mudah dibaca. Pemilihan tipografi ini bertujuan untuk mendukung keterbacaan logo pada berbagai ukuran dan media, sekaligus memberikan kesan modern dan profesional. Bentuk huruf yang digunakan memiliki proporsi seimbang dan tidak terlalu dekoratif, sehingga tetap fleksibel saat diaplikasikan pada media cetak maupun digital. Tipografi terpilih adalah Baskerville old face seperti pada tabel yang tersaji berikut ini

Tabel 2. Font Baskerville old face

<input checked="" type="checkbox"/>	Aa Bb Cc Dd Ee Ff
	Gg Hh Ii Jj Kk Ll
<b>PUTERI MINANG</b>	Mm Nn Oo Pp Qq
	Rr Ss Tt Uu Vv
<b>Baskerville Old Face</b>	Ww Xx Yy Zz

Hasil utama dari penelitian ini adalah desain logo Puteri Minang yang mengadaptasi unsur budaya Minangkabau, seperti bentuk atap gonjong Rumah Gadang dan baju bundo kanduang sebagai simbol identitas daerah dan filosofi adat.

Dalam perancangan desain logo Puteri Minang, elemen budaya Minangkabau dipadukan dengan identitas utama produk berupa buah nangka dan buah nanas. Penggabungan elemen tersebut dilakukan melalui proses penyederhanaan bentuk dan kombinasi objek, sehingga menghasilkan beberapa alternatif desain logo. Alternatif logo yang dihasilkan kemudian dianalisis untuk menentukan desain yang paling representatif terhadap karakter brand dan nilai budaya yang diangkat.



Gambar 8. Sketsa 1



Gambar 9. Sketsa 2



Gambar 10. Digitalisasi 1



Gambar 11. Digitalisasi 2



Gambar 12. Alternatif warna 1

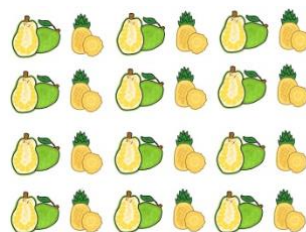


Gambar 13. Alternatif warna 2



Gambar 14. Final logo

Pattern dirancang sebagai elemen visual pendukung yang dikembangkan dari bentuk dasar logo dan unsur budaya Minangkabau. Penggunaan pattern bertujuan untuk menjaga konsistensi identitas visual serta memberikan fleksibilitas penerapan desain pada berbagai media promosi. Pattern ini diaplikasikan secara berulang dengan komposisi yang sederhana agar tidak mengurangi keterbacaan logo utama.



Gambar 15. pattern

Pada perancangan identitas visual Puteri Minang, beberapa media pendukung digunakan sebagai sarana pengaplikasian logo yang telah dirancang. Media tersebut meliputi tote bag, car branding, stiker, media sosial, dan kartu nama (business card). Penerapan logo pada berbagai media ini bertujuan untuk menunjukkan konsistensi, fleksibilitas, serta efektivitas identitas visual dalam berbagai konteks promosi, seperti yang ditampilkan pada gambar berikut.





Gambar 16. Aplikasi media notebook



Gambar 17. Aplikasi media car branding



gambar 18. Aplikasi media stiker



Gambar 19. Aplikasi media bussiness card



Gambar 20. Aplikasi media sosial media

## Pembahasan

Identitas visual merupakan representasi visual dari kepribadian dan nilai sebuah merek yang dirancang untuk membangun citra serta konsistensi komunikasi. Rustan (2009) menyatakan bahwa identitas visual, khususnya logo, memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi audiens dan membedakan sebuah merek dari kompetitornya.

Hasil perancangan identitas visual Puteri Minang menunjukkan bahwa penggabungan unsur budaya lokal dengan pendekatan desain modern dapat menghasilkan identitas visual yang kuat dan komunikatif. Identitas visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai media komunikasi yang menyampaikan nilai, karakter, dan filosofi sebuah brand kepada audiens. Hal ini sejalan dengan pandangan para ahli desain komunikasi visual yang menyatakan bahwa identitas visual merupakan representasi menyeluruh dari citra dan kepribadian sebuah merek.

Budaya Minangkabau memiliki sistem nilai dan filosofi adat yang kuat, yang tercermin dalam berbagai simbol visual dan bentuk arsitektural tradisional, salah satunya Rumah Gadang. Bentuk atap gonjong pada Rumah Gadang tidak hanya berfungsi sebagai elemen arsitektural, tetapi juga mengandung makna filosofis yang merepresentasikan pandangan hidup dan struktur sosial masyarakat Minangkabau (Navis, 1984).

Penggunaan elemen budaya Minangkabau dalam logo Puteri Minang, seperti bentuk gonjong yang terinspirasi dari Rumah Gadang serta penggabungan objek buah nangka dan nanas sebagai identitas utama produk, memperkuat makna simbolik dalam desain. Penerapan unsur tersebut dapat dipahami melalui pendekatan semiotika visual, di mana simbol dan bentuk visual berfungsi sebagai tanda yang membawa makna filosofis serta identitas budaya. Menurut Tinarbuko (2012), tanda visual dalam desain memiliki peran penting dalam membangun makna dan interpretasi audiens terhadap sebuah pesan visual. Penyederhanaan bentuk melalui proses stilisasi dan kombinasi objek dilakukan agar logo tetap mudah dikenali, fleksibel, dan dapat diaplikasikan pada berbagai media.

Dari segi warna, pemilihan warna merah, kuning, hijau, hitam, dan coklat didasarkan pada makna filosofis budaya Minangkabau serta pertimbangan psikologi warna. Warna merah melambangkan keberanian dan semangat, kuning mencerminkan kemakmuran dan keagungan, hijau merepresentasikan kesuburan dan keseimbangan, sementara hitam dan coklat memberikan kesan kokoh, stabil, dan berakar pada tradisi. Pendekatan ini sejalan dengan teori warna dalam desain visual yang menyatakan bahwa warna mampu membentuk emosi, persepsi, dan daya tarik visual suatu merek.

Tipografi yang digunakan dalam identitas visual Puteri Minang dirancang dengan mempertimbangkan aspek keterbacaan, kesederhanaan, dan kesesuaian dengan karakter brand. Penggunaan jenis huruf yang sederhana namun tegas bertujuan untuk menciptakan kesan modern tanpa menghilangkan nilai tradisional yang diangkat. Hal ini sejalan dengan pendapat para ahli tipografi yang menyatakan bahwa tipografi berperan penting dalam memperkuat karakter visual dan membangun konsistensi identitas sebuah merek.

Melalui tahapan sketsa, digitalisasi, hingga pemilihan desain akhir, proses perancangan ini menunjukkan bahwa eksplorasi visual yang sistematis mampu menghasilkan alternatif desain yang relevan dan representatif. Proses evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa logo terpilih memiliki kejelasan bentuk, keseimbangan visual, serta kesesuaian makna dengan konsep budaya yang diusung. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip perancangan desain grafis yang menekankan pentingnya proses iteratif dalam menghasilkan karya desain yang optimal.

Pattern dirancang sebagai elemen visual pendukung yang dikembangkan dari bentuk dasar logo Puteri Minang serta stilisasi unsur budaya Minangkabau. Pengolahan pattern dilakukan melalui penyederhanaan bentuk agar menghasilkan komposisi visual yang sederhana, berulang, dan mudah diaplikasikan pada berbagai media. Keberadaan pattern berfungsi untuk memperkuat konsistensi identitas visual serta memberikan variasi visual tanpa menghilangkan karakter utama merek.

Selain berfungsi secara estetis, pattern juga memiliki peran strategis dalam membangun kesatuan visual pada seluruh media komunikasi. Dengan mengadaptasi unsur budaya lokal ke dalam bentuk yang lebih modern, pattern mampu memperkuat identitas merek sekaligus menjaga relevansi visual dengan target audiens.

Aplikasi identitas visual Puteri Minang pada berbagai media pendukung bertujuan untuk menunjukkan fleksibilitas dan konsistensi desain logo dalam berbagai konteks penggunaan. Media pendukung yang digunakan meliputi tote bag, car branding, stiker, media sosial, serta kartu nama. Penerapan logo dan elemen visual pendukung pada media tersebut memperlihatkan bahwa identitas visual tetap mudah dikenali dan komunikatif meskipun diaplikasikan pada media dengan ukuran dan fungsi yang berbeda.

Penggunaan mockup dalam perancangan ini berfungsi sebagai representasi visual penerapan identitas merek secara nyata. Mockup membantu mengevaluasi keterbacaan logo, komposisi visual, serta kesesuaian warna dan elemen grafis ketika diterapkan pada media cetak maupun digital. Dengan demikian, identitas visual Puteri Minang tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan karakter dan nilai merek kepada audiens.

Hasil perancangan identitas visual Puteri Minang membuktikan bahwa pendekatan desain berbasis budaya lokal dapat menjadi strategi branding yang efektif. Identitas visual yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai simbol visual, tetapi juga sebagai sarana



komunikasi budaya yang mampu memperkuat citra brand dan meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun global.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil perancangan dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan identitas visual Puteri Minang merupakan langkah strategis dalam memperkuat citra brand berbasis kearifan budaya lokal. Identitas visual yang dirancang mampu merepresentasikan nilai, karakter, dan filosofi budaya Minangkabau melalui pengolahan elemen visual yang komunikatif dan relevan dengan kebutuhan branding modern.

Proses perancangan yang dilakukan melalui pendekatan deskriptif kualitatif, meliputi observasi, wawancara, analisis visual, eksplorasi konsep, sketsa, hingga digitalisasi, menghasilkan identitas visual yang memiliki kejelasan bentuk, konsistensi visual, serta fleksibilitas dalam penerapan pada berbagai media. Penggabungan unsur budaya Minangkabau dengan identitas produk utama Puteri Minang terbukti mampu memperkuat makna simbolik dan daya ingat visual terhadap brand.

Identitas visual yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai representasi visual semata, tetapi juga sebagai media komunikasi yang efektif dalam memperkenalkan budaya Minangkabau kepada khalayak yang lebih luas. Dengan demikian, perancangan identitas visual Puteri Minang diharapkan dapat mendukung strategi branding brand dalam meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun global, serta menjadi contoh penerapan desain komunikasi visual berbasis budaya dalam pengembangan UMKM.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan penelitian serta penyusunan naskah ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak Universitas Putra Indonesia YPTK yang telah memberikan fasilitas dan dukungan akademik selama proses penelitian berlangsung. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan secara konstruktif sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Selain itu, penulis menyampaikan apresiasi kepada pemilik dan pihak Puteri Minang yang telah bersedia menjadi objek penelitian serta memberikan informasi dan data yang dibutuhkan selama proses pengumpulan data. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada rekan-rekan dan pihak lain yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam proses perancangan, penelitian, dan penulisan artikel ini.

#### **REFERENSI**

- Navis, A. A. (1984). *Alam Takambang Jadi Guru: Adat dan Kebudayaan Minangkabau*. Jakarta: Grafiti Pers.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2013). *Font & Tipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tinarbuko, S. (2012). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.