Jurnal Sains Informatika Terapan (JSIT)
E-ISSN: 2828-1659, Volume: 4, Issue: 2, Month: Juny, Year: 2025
Page: 202-205, Available online at: https://rcf-indonesia.org/home/

PENGEMBANGAN IDENTITAS VISUAL BERBASIS DIGITAL UNTUK RONI SHOES SULAM NAREH

Widia Marta
Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
Corresponding Author: widia1302@gmail.com

Article Info

Article history:

Received: Mei, 15 2025
Revised: Juni 10, 2025
Accepted: Juny 25, 2025
Published: Juny 30, 2025

Keywords:

Visual Identitiy
Branding
Roni Shoes Sulam Nareh

ABSTRACT

Sepatu sulam nareh merupakan salah satu sepatu khas Pariaman yang dipakai secara turun temurun oleh masyarakat pariaman khususnya wanita. Sepatu ini diperuntukan untuk wanita dan dipakai di acara acara penting seperti acara pernikahan, pemilihan penghulu, dan acara acara adat istiadat lainnya. Sepatu sulam nareh merupakan salah satu warisan budaya yang berupa atribut berpakaian yang masih digunakan saat ini oleh masyarakat pariaman. Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan visual identity yang baik dapat membantu "Roni Shoes" menyampaikan produknya dengan efektif dan komunikatif sebagai salah satu produsen sepatu sulam nareh. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan wawancara dan analisis dokumentasi produsen sepatu sulam nareh. Penelitian ini menyimpulkan bahwa akan sangat baik apabila strategi branding dilakukan untuk membuat Visual Identity dan promosi Sepatu sulam nareh sebagai sepatu sulam khas Pariaman dapat dikenal dan dilestarikan oleh khalayak ramai dengan branding yang pas dan modern. Ini membantu memberikan informasi secara visual kepada konsumen agar mengetahui apa itu sepatu sulam nareh.

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

Sulaman adalah hiasan yang dibuat di atas kain atau bahan-bahan lain dengan jarum jahit dan benang. Sulaman yang terkenal di Sumatra Barat salah satunya berada di Kota Pariaman yaitu Sulaman benang emas dari Nareh. Sulaman ini menjadi ciri khas dari Kota Pariaman dan sekitar manjadikan kerajinan sulaman ini menjadi potensi usaha bagi masyarakat dan membantu pertumbuhan ekonomi Kota Pariaman yang dapat menarik para wisatawan asing dan lokal. Oleh karena itu, sektor kerajinan sulaman dapat diandalkan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan daerah. Sektor kerajinan yang dilakukan oleh masyarakat dapat menunjang kemajuan suatu daerah dan menjadikan ciri khas dari daerah tersebut (Yules, 2022).

Sulaman benang emas berasal dari Nareh merupakan daerah di Kecamatan Pariaman Utara. Salah satu produk dari hasil sulaman benang emas khas Pariaman, yaitu Sepatu sulam nareh. Sepatu sulam nareh merupakan salah satu sepatu khas pariaman yang dipakai secara turun temurun oleh masyarakat pariaman khususnya wanita. Sepatu ini diperuntukan untuk wanita dan dipakai di acara acara penting seperti acara pernikahan, pemilihanpenghulu, dan acara acara adat istiadat lainnya. Sepatu sulam nareh merupakan salah satu warisan budaya yang berupa atribut berpakaian yang masih digunakan saat ini oleh masyarakat pariaman.

Pelaku usaha kerajinan Sepatu sulam nareh ini salah satunya yaitu Mardin. Mardin mendirikan usaha sepatu sulam nareh ini pada tahun 1989 yang diberi nama "Roni Shoes". Sepatu sulam nareh Roni shoes ini memiliki potensi usaha yang seharusnya masih bisa bersaing hingga saat ini, mengingat bentuk sepatu yang simple dan rancangan yang everlasting yang masih relate jika digunakan pada zaman sekarang. Dari segi kualitas sepatu dengan busa dan kain katun yang halus membuat sepatu sulam nareh ini nyaman digunakan dan sulaman benang emas khas Pariaman membuat sepatu ini unik dan terkesan tradisional dan modern bisa digunakkan diacara acara penting.

Usaha Roni shoes sulam nareh ini dahulunya memiliki konsumen tetap yang menjanjikan sehingga usaha sepatu ini masi dijalankan hingga saat ini. Mardin selaku pendiri usaha Sepatu sulam nareh sudah berkecimpung dalam mengrajin sepatu ini sudah lebih dari 30 tahun. Dalam 5 tahun terakhir penjualan sepatu sulam ini mulai menurun drastis. Pada awal 2000 hingga tahun 2010 Bapak Mardin konsisten menjual 50 unit sepatu setiap bulannya hal ini terjadi karena masi banyaknya peminat yang suka dengan sepatu ini karena adanya nilai budaya dan informasi turun temurun dari masyarakat tentang kerajinan sulaman

nareh dalam bentuk sepatu, biasanya dalam 50 unit tersebut bapak Mardin mendapatkan pesanan dari vendor pernikahan dan butik yang ada di Sumatera Barat. Akan tetapi saat ini zaman serba digital saat ini informasi yang sedikit membuat sepatu kurang dari segi informasi dan ditinggalkan karena kurang optimalnya promosi media secara digital. Identitas Visual yang diberikan Roni shoes saat ini di tokonya belum didesain dengan baik membuat informasi yang disampaikan oleh media visualnya kurang tersampaikan ke konsumen.

Gambar 1. Tampak depan visual identity Roni Shoes
Sumber : Widia Marta, 2024

Dari permasalahan diatas, karena potensi yang dimiliki oleh Sepatu sulam nareh "Roni Shoes" ini sangat besar dan sangat disayangkan jika tidak memiliki Visual Identity dan media promosi sebagai strategi branding yang baik.

2. Metode Penelitian

Berdasarkan penelitian dilapangan dalam Perancangan Visual Identity Sepatu Sulam Nareh Roni Shoes metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Oleh karenanya, penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif.

3. Hasil dan Bentuk Perancangan

a. Konsep Perancangan

Roni Shoes sebagai produsen Sepatu Sulam nareh belum memiliki pemahaman yang jelas dengan karakter atau identitas mereka, sehingga sulit menentukan arah visual yang sesuai. Tanpa pedoman yang jelas, elemen desain seperti logo, warna, dan tipografi sering digunakan secara tidak konsisten di media yang digunakan dapat membingungkan konsumen yang akan membeli.

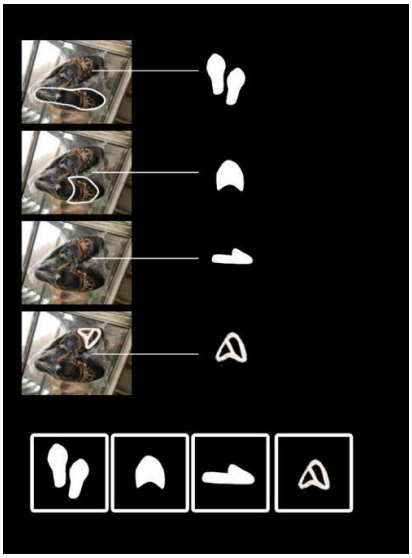
Dengan menggunakan metode kualitatif seperti survei, wawancara dan analisis untuk memahami apa yang dibutuhkan oleh Roni Shoes. Menyusun pedoman identitas visual yag mencakup logo, palet Warna, tipografi dalam memastikan konsistensi visual yang akan dirancang. Pentingnya konsistensi visual membuat brand dari Roni Shoes mudah dikenali dan dipercayai oleh audiens, identitas visual yang berhasil mampu menarik perhatian dan memberikan kesan sesuai dengan preferensi target pasar.

Konsep visual yang digunakan tentunya hal yang sangat penting dalam rancangan ini. Perancangan logo dengan bentuk minimalis dapat membuat karakteristik dari brand Roni Shoes. Warna yang dipilih relevan dengan karakteristik warna warna produk yang digunakan oleh Roni

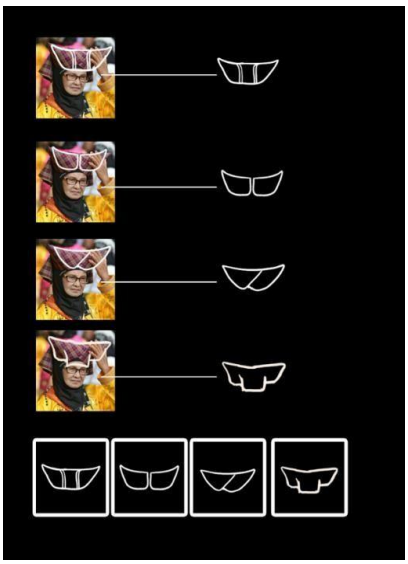
b. Desain

Bentuk gambar yang diambil adalah Motif Bunga matahari, Sepatu, dan Tikuluak. Karna icon tersebut diambil dari beberapa unsur yang ada dalam motif dari sepatu sulam nareh itu sendiri dan sepatu merepresentasikan produk yang dijual dan tikuluak melambangkan wanita di Minangkabau serta produk ini diperuntukan kepada wanita.

Gambar 2. Pembuatan Sketsa Motif Bunga Matahari



Gambar 3. Pembuatan Sketsa Sepatu Sulam



Gambar 4. Pembuatan Sketsa Tingkuluak

Gambar 5. Penggabungan beberapa icon

Gambar 6. Alternatif logo

Gambar 7. Logo terpilih

Berikut adalah hasil dari Logo Kombinasi dari logo gram dan type dengan unsur unsur motif bunga matahari, tikuluak dan siluet sol depan sepatu.

Gambar 8. Pemecahan Logo

Pada Gambar No.1 disimbolkan dengan bunga matahari benang ameh yang memiliki arti penerangan, atau penghormatan kepada niniak mamak sebagai penuntun kemenakan ke jalan yang baik.

Pada Gambar No.2 disimbolkan dengan Tikuluak yang memiliki arti simbol identitas perempuan minangkabau memiliki kekuatan hati, keberanian, keseimbangan dan sebagai bundo kanduang bagi kaumnya.

Pada Gambar No.3 disimbolkan dengan Siluet Sepatu Sulam Nareh memiliki arti Roni Shoes Sulam Nareh di dominasi dengan sepatu wanita, maka penulis akan memasukan icon sepatu wanita dalam logo perancangan dan wanita di minangkabau sangat ditinggikan dan sebagai bundo kanduang.

4. Kesimpulan

Visual Identity yang dirancang dapat membangun citra lama yang lebih baik dari sebelumnya melalui media komunikasi visual kepada khalayak umum. Lewat Visual yang baru ini diharapkan perusahaan dapat menggunakannya sebagai identitas perusahaan dan bentuk strategi yang efektif untuk menambah minat masyarakat terhadap produk produk Roni Shoes Sulam Nareh.

Visual Identity baru dalam berbagai jenis media aplikasi sebagai media promosi kepada masyarakat menggunakan prinsip dan unsur desain untuk menghasilkan desain yang sempurna. Di samping itu juga melakukan observasi, beberapa analisis, dan proses berkarya untuk menghasilkan desain yang baik.

Dalam proses pencarian data dan penganalisaan masalah, penulis mendapat kemudahan dan kelancaran dalam mendapatkan data tersebut. Pemimpin dan karyawan dengan terbuka dalam memberikan informasi, baik data visual maupun verbal. Keseluruhan data yang didapatkan selanjutnya diolah untuk mendapatkan elemen visual yang yang sesuai dengan image yang dimiliki Roni Shoes Sulam Nareh.

Secara umum, Visual Identity tercipta sebagai identitas perusahaan sekaligus mempromosikan perusahaan kepada masyarakat untuk mendapatkan citra yang lebih baik lagi agar menambah minat masyarakat terhadap produk perusahaan. Selain itu, logo adalah identitas diri untuk membedakannya dengan yang lain dan tanda kepemilikan untuk membedakan milik perusahaan walaupun bergerak di bidang yang sama. Kemudian aplikasi Visual Identity sebagai alat memvisualkan citra kepada khalayak umum bahwa perusahaan tersebut konsekuen dan professional sekaligus untuk mencegah pembajakan dari sebuah image perusahaan.

REFERENCES

[1] Nengsih, T. A., Arsa, A., & Putri, P. S. (2021). Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi. Perbanas Journalof Business and Banking, 11(1), 93-111.

[2] Putra, R. W. (2021). Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan. PenerbitAndi.

[3] R, Yules. (2022). Studi Tentang Sulaman Kepala Peniti di Nareh Kota Pariaman. Jurnal Pendidikan, Busana, Seni dan Teknologi UNP. Vol 4, No 1 (2022)

[4] Yulius, Yosef, and Edo Pratama. "Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual." Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya 6.2 (2021).

[5] Mamis, S., Putra, I. N. A. S., Yusa, I. M. M., Aryanto, D., Yasa, N. P. D., Wahidiyat, M. P., ... & Carollina, D. (2023). DASAR-DASAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL (DKV): Panduan Lengkap Untuk Memasuki Dunia Kreatif Visual. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.