

RE-DESIGN LOGO USAHA KECIL MENENGAH PADA TOKO GIBRAN COLLECTION DI PULANG UNTUNG JAWA

Muhammad Fauzi. S.Des., M.Des
Fakultas Desain dan Industri Kreatif – Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara, Tol Tomang, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, 11510
Azie.f@esaunggul.ac.id

Abstrak

Dengan meningkatnya wisatawan ke Pulau Untung Jawa yang semakin tajam sehingga Pelaku Usaha Kecil Menengah “Gibran Collection” melayani penjualan yang meningkat dari berbagai kalangan konsumen didalam kota maupun luar kota. Di sisi lain, took Gibran Collection memiliki media promosi yang salah satunya identitas usaha berupa logo, oleh karena itu perlu adanya evaluasi logo yang baik bagi usaha sebagaimana diterapkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual yang disiplin dan kriteria logo perlu disesuaikan konsep dari tokonya agar identitas tersebut dapat membawa kesan yang baik dimata konsumen. Kondisi logo Toko *Gibran Collection* yang kurang ideal dan tidak memenuhi unsur-unsur desain komunikasi visual yang tepat sehingga fungsi dari logo tersebut kurang ideal. Dalam pengabdian kepada masyarakat disini bertujuan untuk memberi masukan dan sekaligus meneliti mengenai desain komunikasi visual khususnya Identitas Usaha berupa Logo sehingga dapat memecahkan solusi untuk Toko *Gibran Collection* dengan hasil rancangan yang ideal. Strategi pengamatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan Fenomenologi yang ditujukan untuk membimbing penelitian di ranah desain termasuk desain komunikasi visual dilalui secara mendalam bersandar intuisi dan intelektualitas peneliti untuk memahami permasalahan grafis, dilakukan dengan mengalami keruangan secara langsung dari segala arah yang memungkinkan

Kata kunci: Gibran Collection, desain, Logo

Abstract

With the increase in tourists to the island of Untung Jawa which is getting sharper so that the Small and Medium Business Actors "Gibran Collection" serves increased sales from various consumers in the city and outside the city. On the other hand, Gibran Collection shop has promotional media, one of which is a business identity in the form of a logo. Therefore, it is necessary to have a good logo evaluation for the business as applied to the principles of visual communication design and the criteria of the logo need to be adjusted to the concept of the store. can bring a good impression in the eyes of consumers. The condition of the Gibran Collection Store logo is less than ideal and does not fulfill the elements of proper visual communication design so that the function of the logo is less than ideal. In the service to the community here aims to provide input and at the same time research the design of visual communication, especially Business Identity in the form of Logo so that it can solve the solution for the Gibran Collection Store with the ideal design results. This community service observation strategy uses Phenomenology which is intended to guide research in the realm of design, including the design of visual communication through in depth relying on intuition and intellectuality of researchers to understand the problems of graphics, carried out by experiencing space directly from all possible directions.

Keywords: Gibran Collection, Design, Logo

PENDAHULUAN

Suatu bisnis atau usaha yang mempunyai logo dapat memperbaharui bentuk logo yang ada, untuk menampilkan suatu citra dan identitas yang baru dan lebih baik, tentunya sesuai dengan tujuan kedepannya. Hal inilah yang akan dilakukan untuk *Gibran Collection* untuk memperbaharui logo yang ada. Logo dipergunakan untuk membangun spirit secara internal diantara komponen yang ada di dalam perusahaan tersebut. Sebuah logo yang baik dan berhasil akan dapat menimbulkan sugesti yang kuat, membangun kepercayaan, rasa memiliki, dan menjaga *image* perusahaan pemilik logo itu. Keinginan dari pemilik perusahaan untuk melakukan *Redesign* logo Toko *Gibran Collection* yang bertujuan untuk melakukan *redesign* logo, karena makna serta filosofi berdasarkan latar belakang Toko. Serta dalam *redesign* logo memiliki tujuan terhadap target *audience* sesuai dengan produknya merupakan pakaian yang bisa dimanfaatkan semua lapisan masyarakat.

Berdasarkan informasi yang penulis kemukakan di atas, *redesign* logo *Gibran Collection* perlu dilakukan agar tercapainya tujuan perusahaan dalam membentuk identitas yang baik di masyarakat dan bidang usaha.

Studi pendahuluan pada industri batik di Toko *Gibran Collection* pada Konsumen dengan

hambatan readability dan kesederhanaan pada logo yang kurang ideal dan tidak menarik dari aspek estetika. Atas dasar hasil penelitian pendahuluan, maka peneliti mencoba untuk merancang Re-desain Logo *Gibran Collection*. Peneliti berharap dengan rancangan baru akan dapat meningkatkan image Usaha Kecil Menengah di Pulau Untung Jawa. Logo adalah sebuah symbol yang dirancang untuk mewakili karakter dan menjadi identitas dari sebuah perusahaan, lembaga atau produk. Logo terdiri dari dua bagian yaitu logogram (ikon, symbol, visual), dan logotype (inisial, nama perusahaan dalam bentuk teks). Logogram bisa dibentuk dari permainan huruf inisial tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas logo merupakan bagian identitas yang bersifat fisik, sehingga acap disebut dengan *visual identity*. *Visual identity* ini diharapkan dapat member makna yang universal melintas batas geografis dan budaya. Logo diharapkan menjadi jendela untuk masuk ke dalam persepsi khalayak.



Gambar 1.1.

Papan Signage dengan Logotype *Gibran Collection*
Sumber : Muhammad Fauzi

Mereka tentu mengharapkan desain logo yang representatif dengan merek mereka.

Tentunya mereka tidak ingin kehilangan banyak waktu dan uang hanya untuk mendapatkan karya desain logo yang tidak ideal. Logo bukanlah hanya sekedar tumpukan dari berbagai objek yang tersusun. Namun, logo adalah hasil karya seni yang terlahir dari proses berfikir, analisa, eksperimen dan pengalaman, kemudian dipadukan dengan kreatifitas. Sehingga desain logo yang dibuat memiliki filosofi yang tepat dan relevan dengan perusahaan atau merek anda.

Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya dibatasi kepada ruang lingkup permasalahan logo untuk UKM Toko *Gibran Collection*. Alasan pemilihan Re-Design Logo untuk meningkatkan image suatu usaha sebagai batasan masalah karena disebabkan oleh banyaknya keluhan dari pemilik pada media promosi yang ada di perusahaan UKM Toko *Gibran Collection*, yaitu kurang menarik dan terkesan kuno serta tidak ada nilai desainnya. Selain itu, yang akan dibatasi adalah dilakukan desain logo sebagai unsur estetika yang tepat dalam menunjang image toko ini. Estetika juga merupakan bagian penunjang dari penampilan interior / eksterior yang apik agar dapat diselaraskan dengan lingkungan wisata kepulauan seribu yang baik. Tak luput selain permasalahan estetika, maka sepatutnya logo tersebut harus mengangkat permasalahan aspek dari sisi grafisnya juga agar menjadi lengkap sebuah keilmuan desain

Rumusan Perancangan

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang ada dapat dirumuskan yaitu ‘bagaimana merancang ulang logo Usaha Kecil Menengah Toko *Gibran Collection* di Pulau Untung Jawa yang ideal dan faktor-faktor apa saja dari aspek grafis pada logo yang kurang menarik dan memperburuk citra pada image toko?’.

Tujuan Perancangan

1. Menganalisa kondisi logo yang ada di Toko *Gibran Collection* apakah sudah sesuai dengan tema pada jenis usaha toko tersebut.
2. Menemukan rancangan logo yang optimal dengan karakteristik untuk Toko *Gibran Collection*.

Manfaat Perancangan

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman dan masukan bagi desainer interior khususnya dalam merancang Logo.
2. Diharapkan dapat diterapkan di dalam UKM lainnya sehingga membawa perubahan pada estetika lingkungan wisata di Pulau Untung Jawa Kepulauan Seribu.

Kajian Riset Sebelumnya

Riset sebelumnya yang berjudul *Re-Design Logo Pabrik Tahu CNG Kota Solok, San Ahdi, Universitas Negeri Padang, 2015*. Menitikberatkan pada Analisa SWOT pada Logo dan hasil yang dicapai berupa transformasi dari

wajah pemiliknya ke dalam logo dan Perancangan berdasarkan mind mapping yang menemukan konsep datuak, lembut dan tebal, konsep datuak diperkuat pemilik perusahaan yang merupakan seorang Datuak di suku Caniago. Penelitian ini memiliki keunikan tersendiri yang belum dibahas dari aspek estetika sehingga rancangan ini menjadi sebuah redesign logo yang berdasarkan pendekatan tema pada UKM sembani untuk meningkatkan image Wisata Pulau Untung Jawa

3. METODE PELAKSANAAN

Diawali dari Kunjungan penulis ke ke Pulau Untung Jawa untuk melihat situasi Usaha Kecil Menengah disana dilakukan pada 1 Maret sampai dengan 31 Mei 2018, bersamaan dengan kunjungan mahasiswa desain ke Pulau Untung Jawa dalam rangka kunjungan Tinjauan Desain Komunikasi Visual tahun 2018. Pada kunjungan tersebut dibicarakan kemungkinan penulis melakukan Pengabdian kepada masyarakat setelah melakukan pertemuan dengan pemilik Usaha Kecil Menengah Toko *Gibran Collection*. Pelaksanaan disepakati dengan tenggat waktu lebih kurang 3 bulan setelah dari pertemuan ini. Pelaksanaan P2M ini melibatkan beberapa pokok yang dibahas selain logo. Pokok bahasan yang lain adalah tentang media promosi dan signage pada UKM di Pulau Untung Jawa. Berikut jadwal kegiatan pengabdian di Pulau Untung Jawa antara lain :

		1. Tema Logo 2. Tema Media Promosi
2	1 Maret 2018	Analisis dan kajian berdasarkan masing-masing tema
3	8 April 2018	Pembuatan rekayasa Model berdasarkan masing-masing tema (hasil ada pada bab pembahasan masing-masing tema)
4	8 April 2018	Pembuatan rekayasa Model berdasarkan masing-masing tema (hasil ada pada bab pembahasan masing-masing tema)
5	8 April 2017	Pembuatan rekayasa Model berdasarkan masing-masing tema (hasil ada pada bab pembahasan masing-masing tema)
6	31 Mei	Laporan Akhir dan hasil untuk perusahaan Toko <i>Gibran Collection</i>



Gambar 3.1.
Penulis dalam Pengabdian Kepada Masyarakat di Pulau Untung Jawa
Sumber : Muhammad Fauzi

Adapun metode pengamatannya dilakukan secara fenomenologi, yaitu :

Tabel 1
Jadwal Kegiatan P2M

no	tanggal	kegiatan
1	1 Maret 2018	Survey dan pencarian data Pembagian tema dan tugas yang disesuaikan

Fenomenologi¹ ditujukan untuk membimbing penelitian di ranah desain termasuk arsitektur dan interior dilalui secara mendalam bersandar intuisi dan intelektualitas peneliti. Fenomenologi sebagai *a way of looking at things*² bagi gejala yang menampilkan diri untuk dilukiskan melalui penelitian *intensionalisme*. Untuk memahami permasalahan pencahayaan, dilakukan dengan mengalami keruangan secara langsung dari segala arah yang memungkinkan. Merujuk Ponty³ tentang kehadiran ke dunia, tidak lain melalui tubuh dengan tindak motorik dan persepsi, oleh Brower disebutkan atas-bawah, kanan-kiri, dan muka-belakang dari tubuh kita, termasuk pengalaman rendah dan tinggi dalam pengamatan fenomenologis. Cara pengamatan yang demikian dilalui untuk mencapai *rigorous* - pengamatan cermat yang bersandar kepekaan *pancaindera* yang berhubungan langsung dengan obyek yang tampil melalui; ketajaman melihat, ketajaman mengecap dengan lidah, ketajaman membaui, ketajaman mendengar, kepekaan meraba melalui kulit. ⁴Dalam *Grounded Theory*, tidak dikenal adanya Hipotesis, akan tetapi diperkenalkan sebuah *Hipotesis Kerja*⁵ yang dideskripsikan sebagai sebuah pernyataan.

¹ Tjahjono, Gunawan. *Metode Perancangan: Suatu Pengantar Untuk Arsitek dan Perancang*. Jakarta: FT Arsitektur UI, 1999, hal. 15.

²Brouwer, MAW. *Psikologi Fenomenologis*. Jakarta: PT Gramedia. 1983, hal.10, 66 dan 186.

³Adian, Donny Gahril. *Pengantar Fenomenologi*. Depok: Penerbit Koekoesan, 2010, hal.100.

⁴ Yuke Ardhiati, dalam *Grounded Theory* Terkait *Khora* Materi Kuliah Metodologi Penelitian Magister Desain Semester 2. 2012.

⁵Strauss, Anselm L and Corbin, Juliet. *Basics of Qualitative Research. Grounded Theory Procedures*

Analisis awal di paparkan secara deskripsi pada masing-masing obyek melalui pengamatan intensif dengan bantuan dokumentasi berdasarkan kategori yang sudah ditentukan sebelumnya. Penarikan dalam kesimpulan berupa deskripsi dari hasil analisis yang akan menjawab perumusan masalah penelitian ini.



Gambar 3.2.
Penulis dalam Pengabdian Kepada Masyarakat di Pulau Untung Jawa
Sumber : Muhammad Fauzi

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisa Studi Kasus

Gibran Collections adalah nama dari salah satu toko busana pantai yang berada di Pulau Untung Jawa. Toko ini menjual beragam pakaian pantai baik untuk pria, wanita, maupun anak-anak. Aneka jenis busana yang dijual antara lain baju pantai, celana pantai, underwear, selendang, dan yang paling khas adalah baju sablon bertuliskan “Pulau Untung Jawa”. Selain itu di Toko *Gibran Collections* ini juga menjual beberapa aksesoris handphone seperti charger, dan juga earphone. Logo di *Gibran Collection* cenderung tidak

and Techniques. California: Sage Publications. 1990, hal. 289.

dikaitkan dengan temanya dan logo dibuat secara manual diatas tembok. Logo yang dibuat tidak memiliki master untuk media pendukung lainnya.

Jenis Logo Sebelumnya

Hasil wawancara dengan pemilik bahwa Logo tersebut tidak ada mengeksplorasi dan bereksperimen, alasannya sketsa yang terlalu banyak akan membuang-buang waktu dan tenaga. Minimnya katalog ide yang kreatif, dipengaruhi oleh pengalaman dalam bidang desain logo. Sehingga, tidak cukup referensi dan inspirasi untuk melahirkan karya desain logo yang unik, profesional dan original. Hasil dari aplikasi logo generator yang banyak tersebar di dunia maya. Hanya memodifikasi ulang logo orang lain, karena tidak cukup kreatif.

Desain logo yang bertemakan Eco Friendly, biasanya akan berputar pada elemen daun-daunan, air atau bumi. Atau pada logo perusahaan Property, logo-logo yang ada biasanya hanya berbentuk variasi atap rumah yang monoton. Hal ini akan mengakibatkan hilangnya differensiasi (perbedaan) antara logo perusahaan satu dengan lainnya. Sehingga logo-logo yang ada lebih terkesan mirip atau identik dan tidak kreatif. Kalaupun ada perbedaan, itupun tidak bergeser terlalu jauh.



Gambar 4.1.
Logo Awal Gibran Collection dengan Efek Daun
Sumber : Muhammad Fauzi

Konsep *Re-Design* Logo

Dimulai dari Positioning Toko yang menjual aneka busana pantai salah satunya adalah baju sablon bertuliskan “Pulau Untung Jawa”.

- Strength : Sudah bertahan selama 5 tahun.
- Weakness : Penyajian display dalam toko masih kurang, strategi pemasaran dalam mempromosikan produknya masih kurang.
- Opportunity : Memiliki ciri khas yang bisa diangkat yaitu baju sablon bertuliskan “Pulau Untung Jawa”.
- Threat : Banyaknya beberapa toko serupa di pulau ini.

Toko ini memiliki tagline / slogan “Beli Baju Pantai Biar Makin Nyantai”. Target Audience / Sasaran Toko ini memiliki target market antara lain pria, wanita, dan anak-anak berusia 5-60 tahun, dengan tingkat ekonomi

menengah ke bawah yaitu para turis lokal yang berkunjung ke Pulau Untung Jawa. Harga Produk yang dijual Toko Gibran Collections harga mulai dari Rp 25.000 hingga Rp 100.000. Status Penggunaan Busana yang dijual di toko ini dapat dipakai untuk pribadi ataupun sebagai oleh-oleh yang akan diberikan kepada para kerabat. Budaya yang dimiliki oleh Toko Gibran Collections ini adalah berwujud tangible (nyata /berwujud) berupa pakaian yang mempromosikan Pulau Untung Jawa. Norma Unsur yang terkandung dalam Toko Gibran Collections adalah memiliki norma estetika dimana Toko Gibran Collections ini diharapkan mampu menghidupkan wisata Pulau Untung Jawa melalui produk busana yang dijual. Barang yang dijual di toko ini sangat pas dengan gaya hidup para traveler yang gemar mencari barang-barang yang khas dari suatu tempat yang dikunjunginya.

Tujuan pembuatan redesign logo yang akan kita lakukan ini adalah untuk menarik minat pelanggan dan menonjolkan ciri khas dari Gibran Collections agar mudah diingat oleh para pelanggan.

Usulan Warna dan Gaya Desain

Tone : Gaya desain secara garis besar adalah pergabungan antara Art Nouveau dan juga Art Deco pada logo asli mereka dengan unsur pantai.

Manner : Perilaku yang ditonjolkan tentunya keramahmataman kepada para

pengunjung dan memberikan harga yang mampu dijangkau oleh pembeli.

Keyword :Seru, Nyaman, Sejuk, Santai dan Semangat



Gambar 4.2
Konsep Logo
Sumber : Muhammad Fauzi



Gambar 4.3
Grid Pada Logo
Sumber : Muhammad Fauzi



G I B R A N
COLLECTIONS

Graphic Standard Manual

Font : Tw Cen MT Std - Bold
Size : 50 pt
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Gambar 4.4
Logo Akhir

Sumber : Muhammad Fauzi

Kesimpulan

Hasil dan pembahasan *redesign* logo Usaha Kecil Menengah pada Toko Gibran Collection di Pulau Untung Jawa dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan sebuah *redesign*, diperlukan beberapa hal yang mendasar dan kuat sebagai pedoman dengan pendekatan karakteristik jenis barang dan jasa yang dijual. Alasan didapatkan berupa kekurangan yang terdapat pada logo yang sudah ada, disinilah tujuan dilakukan *redesign* untuk memperbaiki kekurangan serta menyesuaikan perancangan dengan tujuan dan latar belakang suatu perusahaan. Perancangan logo yang baru sangatlah mempertimbangkan berbagai aspek yang termasuk kedalam kajian dengan Analisa bentuk logo sebelumnya dan.

Wawancara dengan pemilik. Norma Unsur yang terkandung dalam Toko Gibran Collections adalah memiliki norma estetika dimana Toko Gibran Collections ini diharapkan mampu menghidupkan wisata Pulau Untung Jawa melalui produk busana yang dijual. Barang yang dijual di toko ini sangat pas dengan gaya hidup para traveler yang gemar mencari barang-barang yang khas dari suatu tempat yang dikunjunginya. Tujuan pembuatan *redesign* logo yang akan kita lakukan ini adalah untuk menarik minat pelanggan dan menonjolkan ciri khas dari Gibran Collections agar mudah diingat oleh para pelanggan.

Daftar Pustaka

- Adian, Donny Gahral. *Pengantar Fenomenologi*. Depok: Penerbit Koekoesan, 2010.
- Rustan, Surianto. 2013. *Mendesain Logo*. Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET. Jakarta: GRAMEDIA.
- Rustan, Surianto. 2009. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: GRAMEDIA Bogdan,
- Robert C. Dan Steven J. Taylor, *Introduction to Qualitative Research Methods : A Phenomenological Approach in the Social Sciences*, alih bahasa Arief Furchan, John Wiley dan Sons, Surabaya,Usaha Nasional. 1992
- Brouwer, MAW. *Psikologi Fenomenologis*. Jakarta: PT Gramedia. 1983
- Nugroho, Eko. 2008. *Pengenalan Teori Warna*. Yogyakarta: ANDI YOGYAKARTA.

Daymon, Cristin, dan Holloway, Immy.

Metode-metode Riset Kualitatif dalam

Public Relations dan Marketing

Communication. Yogyakarta: Bentang, 2008

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain*

Komunikasi Visual. Yogyakarta: CV.ANDI

OFFSET.

