PERANCANGAN DESAIN LOGO TOKO “SUPER BAKERY” DAN PENGAPLIKASIANNYA

Noprita Elisabeth Sianturi

Fakultas Seni dan Desain Universitas Potensi Utama

novryelisa@gmail.com

ABSTRAK

Toko Super Bakery merupakan toko makanan milik sendiri dan menghasilkan produk berupa kue, bolu, cake dan dessert, pada saat ini masyarakat belum begitu banyak mengetahui tentang Toko Super Bakery, maka dari itu agar masyarakat mengenal lebih jauh tentang Toko Super Bakery, akan dibuat sebuah logo dalam bentuk digital dan diaplikasikan kedalam berbagai bentuk barang, dengan dibuatnya logo dan dipakai kedalam bentuk barang akan meningkatkan penjualan kue dari Toko Super Bakery tersebut. Sketsa logo yang dibuat pertama secara manual sebanyak 50 buah, setelah selesai dibuat secara manual akan langsung menggunakan dirancang komputer dengan software CorelDRAW, dan lalu dipilih 3 logo lagi yang akan dipilih dari pengembangan sketsa dibuat dan font yang dipilih untuk logo tersebut adalah Baloo Thambi. Sketsa logo yang terpilih dapat diaplikasikan kedalam bentuk barang yang mendukung dari aktivitas toko Super Bakery seperti : payung, baju, kaos, topi, paper bag, kwitansi.

Kata Kunci : Logo, Toko Super Bakery, CorelDRAW

ABSTRACT

Super Bakery Store is a company or food store that belongs to itself and produces products in the form of cakes, sponge, cake and dessert, at this time the public does not know much about the Super Bakery Shop, so that people know more about the Super Bakery Shop, will be made a logo in digital form and applied to various forms of goods, with the logo being made and used in the form of goods will increase the sale of cakes from the Super Bakery Shop. The sketch of the first logo manually is 50 pieces, after being manually created, it will immediately use the designed computer with CorelDRAW software, and then select 3 more logos to be selected from the development of the sketch made and the font chosen for the logo is Baloo Thambi. The selected sketch of the logo can be applied in the form of items that support the activities of Super Bakery stores such as: umbrella, clothe, shirt, hat, paper bag, receipts.

Keywords : Logo, Super Bakery Store, CorelDRAW

I. PENDAHULUAN

Logo pada perusahaan adalah sebuah brand atau identitas dari perusahaan tersebut. Desain dari suatu logo perusahaan adalah mencirikan apa bidang usaha yang diproduksi dari perusahaan. Dalam mendesain sebuah logo yang bagus, harus memperlihatkan karakteristik dari perusahaan tersebut baik itu mengenai filosofi, visi dan misi perusahaannya. Jadi logo dari sebuah perusahaan merupakan lambang dan identitas dari perusahaan.

Super Bakery merupakan perusahaan makanan yang menghasilkan produk berupa kue, bolu, cake dan dessert, dan semua produk yang dihasilkan di buat di perusahaan

tersebut, penjualannya dilakukan dari media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Line dan pemasaran dari mulut ke mulut. Apabila konsumen melakukan pemesanan melalui telpon dapat diantar langsung jika lokasi masih dekat dari tempat usahanya dan tidak dipungut biaya. Harga makanan dari produk yang dihasilkan berbeda-beda tergantung dari produk yang diinginkan oleh pelanggan atau konsumen misalnya bolu harganya 1 buah 35 ribu rupiah dan bolu tersebut ada berbagai rasa dan model.

Usaha Super Bakery ini adalah perusahaan keluarga atau usaha sendiri. Super Bakery beralamat di jalan Pancing I Kel. Besar Martubung Medan. Super Bakery untuk saat ini belum memiliki sebuah logo sebagai identitas dari usaha tersebut, oleh sebab itu saya sebagai penulis mencoba membuat dan mendesain logo dari Super Bakery tersebut dan membuat kotak kemasan dari produk yang dihasilkan oleh toko Super Bakery.

Penelitian ini bertujuan untuk memperkenalkan toko Super Bakery melalui Logo dan kemasan yang dibuat agar masyarakat dapat lebih mengenal dengan baik toko kue Super Bakery tersebut dan masyarakat tertarik untuk membeli produk toko Super Bakery.

II. STUDI LITERATUR

Berdasarkan data dan informasi yang telah di peroleh, maka agar tahapan dan proses mendesain logo dari Super Bakery ini tidak sulit dan mudah serta sistematis maka dilakukan penyusunan metode, strategi, struktur dalam perancangan yang akan di buat.

A. Metode Perancangan

Agar dapat memperoleh hasil yang baik dari perancangan logo dari Super Bakery yang komunikatif dan efektif, dan berhasil mencapai tujuan, maka diperlukan sebuah cara atau metode yang baik dalam mewujudkannya.

Metode yang digunakan dalam perancangan logo Super Bakery ini dikelompokkan menjadi beberapa tahap, yaitu :

1. Tahap Observasi dan Identifikasi Data
Tahap ini meliputi pengumpulan data dan informasi tentang semua aspek yang berhubungan dengan Super Bakery ini, khususnya tentang produk apa saja yang dihasilkan dan dijual di Super Bakery. Hal ini meliputi nama produk atau makanan, bahan- bahan yang digunakan untuk membuat produk, dalam proses pembuatan, mengenai harga, cara dan model kemasan yang digunakan dan cara pemasarannya
2. Tahap Analisis (pembahasan)
Pada tahap ini data-data yang telah didapat, dianalisa kembali dengan menggunakan metode analisis 5W+1H. Hal ini bertujuan agar logo yang didesain dapat berkomunikasi dengan baik kepada *konsumen*.
3. Tahap pembuatan karya (art work)
Tahap ini merupakan tahap pengerjaan logo yang akan dihasilkan apabila semua data dan ide serta konsep yang didapat sudah layak dan memenuhi untuk diramu atau digabungkan menjadi sebuah karya.

B. Ruang Lingkup Perancangan

Agar pembahasan dalam perancangan logo tidak meluas atau melebar dan tidak mengurangi tujuan yang akan di capai, maka perlu adanya pembatas ruang lingkup di dalam perancangan logo Super Bakery ini. Ruang lingkup pembatasan perancangan ini adalah pada pencarian data dan informasi tentang Super Bakery, baik itu visi dan misi, dan

bertanya kepada konsumen dan pelanggan Super Bakery, dan letak geografis yang berada di jalan Pancing I Kel. Besar Martubung Medan. Kegiatan perancangan nantinya meliputi proses pembuatan desain sketsa manual sebanyak 50 gambar yang kemudian akan di pilih menjadi terbaik, setelah itu dari sketsa manual yang ada, akan dibuat desain versi digitalnya dengan menggunakan komputer kemudian pemilihan logo digital yang terbaik yang akan di aplikasikan ke dalam beberapa benda seperti kaos, kemeja, paper bag, neon box dan lain-lain.

Target dalam perancangan ini adalah semua kalangan di masyarakat, yang mana masyarakat yang menjadi target adalah sebagai berikut :

1. Demografis

Usia : ~ tahun
Terdiri dari : anak-anak, remaja, dewasa, orang tua
Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan

2. Geografis

Lokasi sasaran yang dituju dalam perancangan ini adalah kota Medan.

3. Psikografi

Secara target perancangan ini akan di letakkan di tempat usaha itu sendiri, kemudian akan di sebar melalui pembagian brosur dan pembuatan neon box nama usaha tersebut di pinggir jalan serta dari mulut ke mulut

C. Metode Pengumpulan Data

1. Data verbal

a) Wawancara

Melakukan wawancara dengan bertanya kepada beberapa sumber, dalam melakukan wawancara harus dilakukan secara terstruktur, data yang di peroleh berkaitan dengan data dan informasi tentang Super Bakery, wawancara dilakukan dengan pemilik dan karyawan Super Bakery, serta juga bertanya kepada konsumen dan pelanggan setia Super Bakery.

b) Observasi

Observasi yang di lakukan adalah dengan melakukan datang langsung ke tempat usaha tersebut dengan mengunjungi Super Bakery yang ada pada jalan Pancing I Kel. Besar Martubung Medan.

D. Landasan Teori

1. Desain

Tentunya masyarakat sekarang tidak asing lagi dengan kata “desain” dan dapat diartikan maknanya adalah sebuah perancangan, rencana atau gagasan. Belum tentu arti dari kata desain tersebut belum tentu salah tetapi belum tentu juga benar. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dapat diartikan bahwa desain mengandung arti perancangan. Tetapi kata merancang/rancang atau rancang bangun belum tentunya dapat diartikan dari kata desain secara keseluruhan. Kata “Desain” maknanya merupakan sebuah kata konversi dari kata Bahasa Inggris yani *design*, dan sampai saat ini masih tetap digunakan. Arti kata desain tidak dapat diartikan sebagai kata rancang bangun dikarenakan makna dari kata

tersebut tidak meliputi dari kegiatan, ilmu pengetahuan, keluasan dan bidang profesi atau keahlian, (Sachari, 2000).

Kata desain mengandung arti yakni karya kreasi seorang seniman dalam menggapai kebutuhan tertentu melalui cara tertentu juga. Desain adalah merupakan sebuah solusi untuk membantu menyelesaikan masalah dengan tujuan yang jelas, (Archer, 1965).

Menurut Alexander (1963) desain adalah salah satu unsur nyata yang begitu objektif.

Desain merupakan aktivitas bidang seni yang menggambarkan berbagai macam bentuk kualitas dan sistem, atau dapat diartikan dengan makna semua benda yang saling berhubungan. Dan desain juga membantu dalam kegiatan bidang inovasi teknologi yang dibuat oleh manusia, dinamika budaya, dan perubahan ekonomi (ICSID,1999).

2. Definisi logo

Logo berawal dari Bahasa Yunani yaitu Logos , yang mengandung makna kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada saat kemunculannya lebih dikenal dengan istilah logotype, bukan logo. Kata logotype muncul pertama kali antara tahun 1810-1840, dengan makna sebagai tulisan nama entitas yang dibuat dengan lebih detail menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu, logotype adalah elemen tulisan saja. (Rustan, 2009: 12).

Logo adalah singkata dari kata logotype. Kata logo muncul pertama kali pada tahun 1937 dan sampai saat ini orang lebih sering menyebut logo daripada logotype. Logo dapat dibuat menggunakan dari apa saja, dapat berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Banyak orang mengungkapkan bahwa logo adalah elemen gambar/ simbol dari sebuah gambar visual. (Rustan, 2009: 13).

Logo adalah sebuah gambar yang nyata dimana dapat menggambarkan beberapa hal yang bersifat non visual dari sebuah instansi, contohnya budaya tingkah laku, sikap, kepribadian, dan digambarkan dalam bentuk visual (Suwardikun, 2000: h.7)

David E. Carter (seperti dikutip Kurniawan, 2008) menerangkan “logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. Logo dapat juga disebut dengan simbol, tanda gambar, merek dagang (trademark) yang berfungsi sebagai lambang identitas diri dari suatu badan usaha dan tanda pengenalan yang merupakan ciri khas perusahaan”.

Sularko, dkk (2008: 6) dalam buku “How Do They Think,” berpendapat bahwa logo atau corporate identity atau brand identity adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi dapat mengungkapkan identitas perusahaan tersebut dan juga dapat dijadikan sebagai alat pemasaran, bahwa logo juga dapat membantu membedakan sebuah jasa atau produk dari perusahaan lainnya yang bergerak di bidang atau jasa serupa. Sebuah logo dapat mengandung arti dari suatu kualitas yang disimbolkan, melalui budaya perusahaan (corporate culture), penempatan posisi (positioning) awal dari perusahaan.

III. PEMBAHASAN

1.1. Pembahasan

A. Strategi Perancangan

Dalam perancangan logo Super Bakery ini strategi perancangan yang akan dilakukan yaitu memberikan kesan unik tetapi tetap menampilkan kesan roti pada logo Super Bakery. Perancangan di mulai dengan mencari data – data di lapangan dan konsep yang sesuai dengan yang ada pada Super Bakery kemudian di spesifikasikan data tersebut menggunakan cara Mind Mapping, menghasilkan sebuah logo yang dinamis dengan bentuk yang unik dan menarik. Dengan menggunakan pengolahan data tersebut, maka akan menghasilkan beberapa bayangan visual berupa foto, layout, ilustrasi dan warna.

Dalam perancangan Logo Super Bakery ini setelah data – data di lengkapi, kemudian dilanjutkan dengan sketsa dasar (manual) kemudia di lanjutkan dengan menggunakan software CorelDRAW dan di aplikasikan ke beberapa benda sebagai pendukung penjualan Super Bakery, sampai pada akhirnya tercipta final desain yang di aplikasikan kedalam beberapa media pendukung, kemudian media dari logo Super Bakery yang sudah selesai di tempatkan di tempat yang paling strategis agar para masyarakat dapat melihat dengan baik.

B. Konsep Kreatif

Dalam konsep kreatif akan menampilkan bentuk logo yang unik tetapi tetap memberikan kesan roti yang menarik sebagai tujuan agar logo Super Bakery mampu mencerminkan dan mengkomunikasikan keberadaan dan tujuan dari Super Bakery. Dengan maksud membawa perusahaan ke arah yang lebih baik, lebih maju, memberikan efek semangat bagi setiap karyawan, dan lebih dikenal oleh konsumen dengan bentuk visual logo yang unik, menarik, dengan citra yang tepat dan kuat dipikiran masyarakat. Membuat Citra, Filosofi, Produk, Visi dan Misi

Untuk logo Super Bakery, ada beberapa ide besar yang akan di jadikan sebagai ide awal perancangan. Ide tersebut adalah sebagai berikut :

1. Roti
2. Kualitas Roti

Ide besar di atas diwujudkan ke dalam bentuk visual berupa logo yang menarik agar mudah di kenal dan di ingat oleh masyarakat dengan cara mendesain dan menyederhanakan bentuk ide awal yang ada kedalam desain computer.

C. Media Planning

Efisien penggunaan media dilihat dari sejauh mana media tersebut dapat menjangkau sasaran yang tepat. Produk-produk yang dihasilkan harus dilakukan inovasi agar menciptakan produk-produk yang baru dengan mengembangkan produk ada. Wilayah pemasaran juga harus diperluas agar produk yang dihasilkan menjangkau seluruh konsumen. Contohnya membuka cabang dan bahkan melayani pesan antar.

D. Visualisasi Sketsa

Tabel 1. Sketsa Desain Logo

1	2	3
4	5	6
7	8	9
10	11	12

13	14	15

16	17	18

19	20	21

22	23	24

25	26	27

---	---	---

28	29	30

31	32	33

34	35	36

37	38	39

40	41	42

43	44	45

46	47	48

49	50	

E. Typograsy

Tabel 2. Jenis Typograsy yang digunakan

BRAND NAME	JENIS HURUF	STATUS
Super Bakery	Algerian	×
Super Bakery	Cooper Black	×
Super Bakery	Baloo Thambi	√
Super Bakery	Bauhaus 93	×
Super Bakery	Viner Hand ITC	×

F. Pengembangan Sketsa

Tabel 3. Sketsa Logo yang Dikembangkan

1	2	3

G. Logo Terpilih

Gambar 1. Logo

H. Pengaplikasian Desain

Pengaplikasian desain adalah desain yang sudah terpilih (Final) kemudian akan di tuangkan kedalam beberapa jenis media seperti :

BON FAKTUR

Super Bakery Jl. Pancing-I LK VII NO.102 Kel. Besar (Kampung Besar), Kec. Medan Labuhan Hp. 0852-2324-4323		Nomor : <input type="text"/>
KWITANSI		
Sudah di terima dari		
Nama	:	
Jumlah	:	<input type="text"/>
Keterangan	:	
Nominal	:	<input type="text"/> 20.000
(.....)		

Gambar 2. Bon Faktur

BAJU

Gambar 3. Baju Super Bakery

KEMEJA

Gambar 4. Kemeja

PAPER BAG

Gambar 5. Paper Bag

KEMASAN / KOTAK

Gambar 6. Kemasan/Kotak

JAM DINDING

Gambar 7. Jam Dinding

PAYUNG

Gambar 8. Payung

TOPI

Gambar 9. Topi

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat disimpulkan :

1. Perancangan dan pembuatan logo toko Super Bakery ini adalah untuk memperkenalkan sebagai identitas dari toko tersebut.
2. Pengaplikasian logo ke dalam berbagai produk untuk membantu citra diri atau brand image dari toko Super Bakery agar masyarakat lebih mengetahui keberadaan toko tersebut dan kue yang diproduksinya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rustan, Surianto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [2] Rustan, Surianto. (2009). *Layout dan Dasar Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [3] Suwardikun, W, Didit. 2000. *Merubah Citra Melalui Perubahan Logo*. Bandung: ITB Library.
- [4] Suwardikun, W. Didit. 2002. *Perubahan Logo Perusahaan, Sebuah Analisis Visual (Studi Kasus: PT. Astra Internasional, Garuda Indonesia, Unocal 76)*. Tesis, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Bandung, Bandung.
- [5] Sachari, A., & Sunarya, Y. Y. (2002). *Sejarah dan Perkembangan Desain dan dunia kesenirupa di Indonesia*. Penerbit ITB.
- [6] Alexander, C, (1963). *Notes on the Synthesis of Form*. Cambridge. MA: Harvard University Press
- [7] Archer, L. B., (1965). *Systematic Method for Designers*. London: The Design Council.
- [8] Sularko, Herdi., Victor N. Prawata., & Michel widranata. 2008. *How Do They Think: Rekaman Proses Pembuatan Aset Perusahaan Paling Berharga*. Jakarta: Mosher Publishing.
- [9] Carter, David. E. 2005. *Logo Redesigned: How 200 Companies Successfully Changed Their Image*. New York: Harper Collins.
- [10] Elisabeth, N., Yulika, F., & Waspada, A. E. B. (2018). *Desain Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat tentang Pelecehan Seksual pada Anak di Kota Medan. ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 4(02), 188-195.
- [11] Sianturi, N. E. (2019). *PEMANFAATAN TONG BEKAS SEBAGAI KARYA DESAIN INTERIOR. PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia dan Industri Kreatif*, 2(2), 143-152.