

PERANCANGAN LOGO PADA BAKSO ULEG! BSD

Tengku Erwin Alamsyah¹,
sembilandesember09@gmail.com

Arief Ruslan²
arief.ruslan@budiluhur@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

CREATION OF LOGO ON BAKSO ULEG! BSD

Bakso Uleg! BSD is a company engaged in the field of food, which stood since December 25, 2017. Because this company belongs to the new, therefore it is important to have a Brand Image or Logo to be the differentiator between Bakso Uleg! BSD, with other eateries serving spicy food amid the increasing need for consuming even spicy foods spicy foods have become a trend among young children. Because the company has not had an identity, then it is very difficult to identify Bakso Uleg! BSD as a meal of meatballs serving unique products. So far the owners of the company is still testing its products among his friends only, because the Bakso Uleg! BSD is not yet officially opened. But in the near future the owners of Bakso Uleg! BSD will conduct the inauguration to the dining House, therefore the owners felt the need to do a promotion to introduce the dining House and hers. From the issue of the need for the design of a visual identity that will be implemented in various media promotions

Keywords: Logo, Visual Identity, Brand

PENDAHULUAN

Sambal juga dianggap praktis dibuat dan bisa disandingkan dengan berbagai menu makanan. Kini kebutuhan akan makanan pedas semakin tinggi. Bahkan, mengonsumsi makanan pedas telah menjadi tren tersendiri di kalangan anak muda sebagai ajang ekspresi diri. Hal tersebut dibuktikan dari banyaknya vlogger atau masyarakat yang membuat video tentang makanan pedas dan mengunggahnya di media sosial YouTube. Dengan maraknya kebutuhan akan makanan pedas, maka dari itu banyak masyarakat membuat usaha di bidang makanan pedas. Bakso Uleg! BSD adalah sebuah rumah makan yang berada di Jl. Kalimantan Blok E-1 No. 6 Nusa Loka, BSD-Tangerang Selatan. Rumah makan ini menyajikan produk bakso yang mempunyai ciri khas yaitu dengan berikannya cabai yang sudah di ulek. Bakso Uleg! BSD ini belum mempunyai logo untuk identitas

perusahaan dikarenakan belum adanya logo, media-media pendukung seperti spanduk, banner ataupun konten foto di Instagram yang membuat orang menyadari adanya tempat usaha ini. Hal yang membuat pencipta tertarik untuk membuat logo dari Bakso Uleg! BSD adalah untuk mengasah kemampuan pencipta untuk membuat sebuah identitas perusahaan yang baru dan belum mempunyai identitas, selain itu apabila perusahaan yang pencipta buat identitas perusahaannya dapat berkembang akan ada kebanggaan tersendiri bagi pencipta karena dapat membantu mengembangkan sebuah perusahaan. Pada perancangan Brand Identity Bakso Uleg! BSD, pencipta ingin merepresentasikan nilai-nilai, tujuan, keunggulan dari rumah makan tersebut ke dalam simbol visual yang nantinya diharapkan dapat memberi ciri khas yang tepat.

¹ Mahasiswa Konsentrasi Visual Communication, Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta

² Dosen Pembimbing

Visi dari Bakso Uleg! BSD adalah menjadi rumah makan bakso pilihan pertama ketika orang ingin menikmati bakso dengan rasa dan sensasi pedas yang unik, dengan disertai harga yang murah dan mutu yang terjaga. Misi dari Bakso Uleg! BSD adalah memberikan produk bakso yang berkualitas, terjamin mutu, menjaga kepercayaan, dan menyuguhkan bakso dengan rasa pedas yang dapat membuat orang ketagihan. Rumusan Ide Pencipta

pembeda bagi pesaing/kompetitor dari Bakso Uleg! BSD agar konsumen dapat mengenal serta memberikan positioning dalam benak konsumen maka diperlukan pembuatan logo pada Bakso Uleg! BSD akan di aplikasikan dalam berbagai corporate identity.

Tujuan Karya

merancang Brand Identity yang terdiri dari Logo yang merepresentasikan Visi dan Misi, nilai-nilai dan keunikan dengan menggunakan teknik ilustrasi dan pewarnaan tertentu yang nantinya menjadi ciri khas perusahaan serta mengaplikasikan ke dalam berbagai media promosi sebagai pendukung identitas korporat lainnya.

Tujuan Perancangan

Tujuan Khusus :

Adapun tujuan pembuatan logo dari Bakso Uleg! BSD adalah :

1. Membangun kesan yang baik terhadap masyarakat terutama pelanggan untuk mengenal Bakso Uleg! BSD.
2. Agar mendapat loyalitas dari pelanggan untuk datang ke Bakso Uleg! BSD.
3. Membangun kesan yang baik dalam bisnis makanan berbahan utama bakso.

4. Mempermudah memperkenalkan Bakso Uleg! BSD sesuai dengan bentuk dan latar belakang perusahaan yang ada.

Landasan Teori

Komunikasi

Menurut Everett M. Rogers “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”³

Desain Komunikasi Visual

Menurut definisinya, Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta layout (tata letak atau perwajahan). Dengan demikian gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan.⁴

Desain Grafis

Menurut Adi Kusrianto Desain grafis dalam buku pengantar Desain Komunikasi Visual adalah :

“Graphic atau grafis dalam bahasa Indonesia, berasal dari Bahasa Yunani yaitu Graphien yang berarti menulis atau menggambar. Sementara itu, istilah seni grafis yaitu seni gambar dalam dua dimensi pada umumnya mencakup beberapa bentuk kegiatan, seperti menggambar, melukis, dan fotografi. Secara spesifik, cakupan tadi terbatas pada karya yang dicetak atau karya seni yang dibuat untuk diperbanyak melalui proses cetak”.⁵

Corporate Identity

³ Dedy Mulya, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung. 2007, hal 69

⁴ Adi Kusrianto, pengantar desain komunikasi visual. CV ANDI OFFSET. Yogyakarta, 2009. Hlm.2

⁵ *Ibid.* Hlm.100

Corporate Identity adalah semua perwakilan atau perwujudan media visual dan fisik yang menampilkan suatu jati diri organisasi hal ini menjadi pembeda antara organisasi atau perusahaan tersebut dengan organisasi dan perusahaan yang lain. *Corporate Identity* dihadirkan ketika suatu perusahaan dan organisasi atau kelompok kepemilikan suatu perusahaan atau organisasi berusaha secara bersama membangun filosofi perusahaan dan organisasi tersebut.⁶

Branding

Branding tidak hanya mengenai desain logo, walaupun masih banyak orang yang berpendapat demikian. Branding dimulai dengan logo 4000 tahun lalu, tapi saat itu logo berfungsi sebagai diferensiator sapi. Branding bukanlah logo semata, melainkan bagaimana anda menggunakan logo tersebut. Branding bertahan sampai saat ini karena adanya kebutuhan akan difrensiasi. Wujudnya mungkin mengalami perubahan, namun fungsinya tetap : Untuk membedakan sapi anda dengan sapi pesaing anda. Hanya saja, “sapi” saat ini berwujud perusahaan, produk, layanan, bahkan sampai orang juga memerlukan branding.⁷

Brand Identity

Menurut Siswanto Sutojo, Brand Identity adalah identitas merek menampilkan jati diri perusahaan. Identitas merek merupakan pernyataan singkat perusahaan kepada masyarakat tentang apa dan siapa mereka itu. Identitas merek dapat membedakan perusahaan satu dengan yang lain.¹⁵ Sedangkan Menurut Elinor Selame, Identitas merek adalah apa yang

senyatanya ada pada atau di tampilkan oleh perusahaan.⁸

Logo

Logo atau tanda gambar merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra atau karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi.⁹

Ilustrasi

Wojirsch berpendapat, ilustrasi merupakan gambaran pesan yang tak terbaca yang dapat menguraikan cerita, berupa gambar dan tulisan, yaitu bentuk grafis informasi yang memikat. Sehingga dapat menielaskan makna Yang terkandung didalam pesan tersembunyi (1995).¹⁰

Warna

Menurut Adi Kursianto, “Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan penciptannya dalam berkomunikasi. Secara visual warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya”.¹¹

Tipography

Di dalam desain grafis, Tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Lozio Moholy berpendapat bahwa tipografi adalah alat komunikasi, oleh karena itu, tipografi harus bisa berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas, dan terbaca.¹²

⁶ (<http://www.tatawarna.com/2011/11/definisi-corporate-identity.html> diakses 01/12/2017,13.00 WIB)

⁷ Jacky Tai dan Wilson Chew, *Brand Management: 13 Strategi untuk Mengembangkan Merek Anda*, PT Indeks, Jakarta, 2012. PT. Indeks, Jakarta. 2012. Hal 2

⁸ Siswanto Sutojo. *Membangun Citra Perusahaan*. PT. Damar Mulia Pustaka. Jakarta. 2004. Hal.13

⁹ Adi Kusrianto. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta, 2007. Hal 232

¹⁰ <http://www.e-jurnal.com/2013/04/pengertian-ilustrasi.html>

¹¹ Adi Kusrianto, *pengantar desain komunikasi visual*. Yogyakarta, 2007. hlm. 47

¹² Adi Kusrianto, *Op.Cit.*, Hlm. 190

METODE PENCIPTAAN KARYA

Deskripsi Karya

Format Karya Visual

Pencipta membuat logo agar tempat usaha tersebut mempunyai identitas dan agar usaha ini mudah di ingat oleh pelanggan/khalayak. Penciptaan logo ini juga tidak lepas dari brief yang di berikan pemilik kepada pencipta. Logo yang perancang buat akan di pakai oleh pemilik untuk membranding tempat usahanya dan akan menjadi identitas bagi Bakso Uleg! BSD itu.

Target Audience

Target audience Rumah Makan Bakso Uleg! BSD adalah :

1. Demografi
 - a. Pria dan Wanita
 - b. Usia 10 s/d 50 tahun
 - c. Pendidikan : Semua
 - d. Status Sosial : Semua
 - E. Pekerjaan : Semua
2. Psikografi
 - Konsumen Rumah Makan ini adalah para pemburu makanan pedas.
 - konsumen dari Rumah Makan ini adalah masyarakat yang ingin mencoba pengalaman baru.
3. Geografis
 - Rumah Makan Bakso yang berada di BSD dan sekitarnya

Karakter Penciptaan

Media Visual yang digunakan oleh pencipta dalam karya ini adalah logo. Logo yang dibuat merupakan jenis logogram dan logotype, yang dimana menampilkan nama usaha dan logo yang dapat merepresentasikan dari usaha Bakso Uleg! BSD. Lalu logo tersebut akan di aplikasikan keberbagai media visual seperti spanduk,

xbanner, poster, apron, sticker packaging, menu dan konten untuk instagram.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi

Pencipta melakukan observasi langsung ke Bakso Uleg! BSD di jl. kalimantan blok e-1 no. 6 nusa loka, BSD-Tangerang Selatan. Dengan tujuan mendapatkan data serta mencari identitas mengenai tempat usaha itu sendiri, guna untuk membantu proses pembuatan logo tersebut.

Wawancara

Wawancara ini juga dilakukan untuk mengumpulkan data tambahan mengenai Bakso Uleg! BSD berupa sejarah berdirinya, visi dan misi perusahaan, produk dan fasilitas yang ditawarkan, dan mendapatkan Client Brief dari pemilik. Wawancara dilakukan dengan pencipta dan pemilik tempat usaha tersebut. Client Brief berisi tentang keinginan pemilik Bakso Uleg! BSD pada logo yang akan pencipta ciptakan.

Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan metode pengumpulan data melalui observasi studi kepustakaan dan buku-buku ilmiah. Adapun literatur yang pencipta ingin dapatkan seperti referensi karya yang relevan dengan karya pecipta, buku teori Desain Komunikasi Visual, teori Warna, teori dan Corporate Identity. Pencipta menggunakan media internet untuk mencari referensi data dan teori-teori pendukung serta logo-logo perusahaan yang sudah berkembang. Selain itu juga pencipta mencari referensi mengenai pembuatan Corporate Identity baik dari segi teknis, maupun nonteknis.

Logo study



Contoh Sketsa Kasar Logo 1

Possibility Shape



Tahap Produksi

Sketsa Kasar

Pada tahap ini penulis terlebih dahulu membuat beberapa sketsa kasar pada perancangan logo perusahaan tersebut dengan menyesuaikan dengan hasil riset, observasi dan wawancara. Membuat sketsa logoyang mencerminkan perusahaan yang kemudian akan di satukan menjadi bentuk kesatuan berupa rancangan dari beberapa konsep logo. Seperti hasil beberapa bentuk sketsa sebagai berikut :



Contoh Sketsa Kasar Logo 2



Contoh Sketsa Kasar Logo 3

Sketsa Kasar Logo Terpilih

Sketsa logo terpilih ini merupakan hasil kesepakatan bersama antara penulis dan klien, dari beberapa sketsa logo yang sebelumnya dimandatkan agar ada gambar ulekan di logonya. Terpilihlah satu logo yang nantinya akan digunakan sebagai identitas perusahaan Bakso Uleg! BSD.



Contoh Sketsa Kasar Terpilih

Tahap Digitalisasi atau komputerisasi

Di tahap ini pencipta menggunakan software Adobe Illustrator CS5 untuk merubah gambar manual menjadi digital dengan teknik tracing. Bentuk ulekan yang digunakan merupakan

permintaan dari pemilik Bakso Uleg! BSD ini untuk memperkuat identitas perusahaan ini.



Proses Digitalisasi Menggunakan Software

Logo alternative

Pada tahap pembuatan logo, penulis membuat beberapa logo alternative lainnya dari beberapa sketsa kasar yang diolah kedalam bentuk digital menggunakan Software Adobe Illustrator CS5, berikut 4 logo alternatif lainnya :



Logo Alternative 1



Logo Alternative 2



Logo Alternative 3



Logo Alternative 4

Final Art Work

Setelah melalui tahap sketsa dan digitalisasi pada perancangan logo, kemudian menentukan logo terpilih yang sudah dalam bentuk Final art work yang nantinya akan di aplikasikan kedalam media visual lainnya yang di butuhkan oleh perusahaan tersebut.



Final Artwork terpilih

PEMBAHASAN KARYA DAN ANALISA KARYA

Pembahasan Karya

Dalam pembahasan karya, pencipta akan menjelaskan mengenai proses kerja pada penciptaan karya yang telah di buat. Pencipta membagi menjadi 2 (dua) tahapan pengerjaan, antara lain :

Persiapan proyek

Dalam penciptaan karya ini, pencipta mempersiapkan data terlebih dahulu dalam bentuk rekaman wawancara, teks, dan foto. Pencipta melakukan riset di Bakso Uleg! BSD, dengan tujuan melihat kondisi serta pasar dari tempat usaha tersebut dan memperoleh data yang jelas terbukti keasliannya.

Pembuatan Karya

Dalam tahap ini, pencipta mulai membuat peta konsep yang nantinya akan di persempit lagi fokus dan tujuan permasalahannya. Setelah mendapat brief dan mandat dari Pencipta membuat sketsa kasar sebagai modal awal pembuatan logo Bakso Uleg! BSD. Berikut adalah pembahasan Karya dalam perancangan logo Branding Bakso Uleg! BSD :

Gambar	Keterangan
 <p>Logo</p>	<p>Segi Teori Warna : Kode Warna</p>  <p>C : 26 M : 100 Y : 100 K : 25 R : 150 G : 27 B : 30 # 961B1F</p> <p>Warna CMYK untuk</p>

	<p>digunakan untuk keperluan percetakan Warna RGB digunakan untuk keperluan media social.</p> <p>Warna merah melambangkan Energi, kekuatan, hasrat, keberanian, simbol dari api, pencapaian tujuan, ketenaran, cinta, perjuangan perhatian, kecepatan, panas.</p>  <p>C: 20 M : 29 Y : 98 K : 0 R : 213 G : 181 B : 29 # D5B62A Warna CMYK digunakan untuk keperluan percetakan Warna RGB digunakan untuk keperluan media sosial Warna Emas/Gold</p>
--	---

	<p>melambangkan Kedudukan, kesehatan, keamanan, kegembiraan, kebijakan, arti, tujuan, pencarian kedalaman hati, kekuatan mistis, ilmu pengetahuan, perasaan kagum, konsentrasi.</p> <p>Segi teori ilustrasi</p>  <p>Sesuai dengan mandatori atau permintaan dari pemilik perusahaan, penulis ditugaskan untuk menggunakan gambar ulekan sebagai ciri dan lambang dari perusahaan tersebut, karena menurut pemilik ulekan merupakan ciri khas dari</p>
--	--

	<p>TENTUKAN LEVELMU !</p> <p>Bakso Uleg! BSD ini. Dalam logo ini terdapat tagline "Tentukan Levelmu!" , kata tersebut juga bagian dari mandat dari pemilik yang ingin mengajak pembeli untuk memilih level kepedasan dalam produk bakso uleg miliknya, dan menentukan level kepedasan dalam makanan juga merupakan sebuah ciri khas dari tempat makan yang menyajikan masakan pedas saat ini.</p>
 <p>C : 26 M : 100 Y : 100 K : 25 R : 150 G : 27 B : 30 # 961B1F</p>  <p>C : 20 M : 29 Y : 98 K : 0 R : 213 G : 181 B : 29 # D5B62A</p>	<p>Warna merah melambangkan Energi, kekuatan, hasrat, keberanian, simbol dari api, pencapaian tujuanm ketenaran, cinta, perjuangan</p>

<p>Warna</p>	<p>perhatian, kecepatan, panas.</p> <p>Warna Emas/Gold melambangkan Kedudukan, kesehatan, keamanan, kegembiraan, kebijakan, arti, tujuan, pencarian kedalam hati, kekuatan mistis, ilmu pengetahuan, perasaan kagum, konsentrasi.</p>
<p>ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ</p> <p>ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ</p> <p>Font</p>	<p>Jenis huruf yang digunakan bernama Carbon BL dan Insani Burger , yaitu Jenis tipografi sanserif karena hurufnya memiliki ukuran yang sama tebal pada setiap sisinya, berbentuk lurus dan kaku. Namun mempunyai arti yang kokoh dah</p>

	<p>kuat, ini dapat digunakan untuk memilih jenis tipografi untuk nama perusahaan</p>
 <p style="text-align: center;">Menu</p>	<p>Perancang membuat menu, dikarenakan Bakso Uleg! BSD ini belum mempunyai menu. Media ini dapat membuat konsumen menjadi tau menu yang disajikan oleh warung makan ini.</p>
 <p style="text-align: center;">Apron</p>	<p>Perancang membuat desain apron/celemek, untuk pemilik saat membuat bakso agar baju sang pemilik tidak kotor saat membuat bakso.</p>

 <p style="text-align: center;">Spanduk</p>	<p>Pada desain spanduk untuk keperluan publikasi, pencipta membuat jarak aman dalam penempatan logo. Dimana area aman ini tidak bisa dimasukan elemen lain.</p>
 <p style="text-align: center;">X-Banner</p>	<p>Dengan tujuan agar logo dapat terbaca dengan jelas. Pada desain banner untuk keperluan publikasi, pencipta membuat jarak aman dalam penempatan logo. Dimana area aman ini tidak bisa dimasukan elemen lain. Dengan tujuan agar logo dapat terbaca dengan jelas.</p>
 <p style="text-align: center;">Sticker</p>	<p>Pencipta membuat desain sticker untuk packaging sesuai dengan apa yang pemilik minta, dengan memvisualisa</p>

	sikan level kepedasan dengan visualisasi cabai di packaging menunjukkan jenis cabai dan level yang di pesan.
 <p style="text-align: center;">Poster</p>	Pencipta membuat poster sesuai pesanan dari pemilik, selain itu poster menjadi bagian untuk memperkenalkan produk dan memperindah tembok tembok yang ada di toko Bakso Uleg! BSD ini.

Simpulan

Proses pembuatan Corporate Identity khususnya logo bukan suatu hal yang mudah dan memerlukan proses yang cukup kompleks. Dalam melakukan perancangan juga harus mempertimbangkan hal – hal apa saja yang harus diperhatikan untuk menciptakan suatu identitas visual yang tepat, konsisten dan merepresentasikan perusahaan yang bersangkutan. Baik itu dari bentuk atau ilustrasi yang dibuat, pemilihan tipografi, pemilihan warna, serta aspek – aspek lain yang mendukung terciptanya identitas visual yang konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

Georg, Scheder. 1977. Perihal Cetak Mencetak. Yogyakarta: Kansius
 Kusrianto, Adi. 2004. Tipografi Komputer Untuk desainer Grafis. Yogyakarta: Andi

Kusrianto, Adi. 2009. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET

Mulyana, Dedy. 2007. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Prof. Drs. Effendy, Onong Uehjana, M.A. 2007. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. RemajaRosdakarya

Rustan, Surianto. 2009. Mendesain logo. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Rustan, Surianto. 2009. Layout, Dasar & Penerapannya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rustan, Surianto. 2009. Font & Tipography. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Sutojo, Siswanto. 2004. Membangun Citra Perusahaan. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.

Tai, Jacky & Cew, Wilson. 2012. BRAND MANAGEMENT : 13 Strategi untuk Mengembangkan Merek Anda. Jakarta: PT Indeks

Muhammad, Yusuf. 2015. Pengertian Logo Menurut Para Ahli. Tersedia pada : <http://www.sangdes.com/2015/02/tinjauan-umum-tentang-logo.html>

Al-Maqassary, Ardi. 2013. Pengertian Ilustrasi. Tersedia pada : <http://www.e-jurnal.com/2013/04/pengertian-ilustrasi.html>

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/uлек>

Anonim. 2011. Teori Warna Brewster. Tersedia pada: <http://edupaint.com/warna/roda-warna/486-read-110617-teori-warna-brewster.html>

Kurniawan, Aris. 2016. Pengertian Tipografi. Tersedia pada : <http://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-tipografi-menurut-para-ahli-beserta-contohnya-lengkap/>

Hidayati, Fitria. (2013). Perancangan Corporate Identity PT. Suara Mitra Simpati “Simpati Advertising” Sebagai Upaya Meningkatkan Image dan Citra Perusahaan. Tersedia Pada : <http://sir.stikom.edu/142/4/BAB%20II.pdf>

