

# PERANCANGAN LOGO DARI USAHA MAKANAN “GEROBAK CEMIL” SEBAGAI BRAND IDENTITY

Dwi Prasetyo

Email: dwi.prasetyo220997@gmail.com

Ricky Widyananda Putra, M.Sn

rickywidyanandaputra@budiluhur.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi-Universitas Budi Luhur

## ABSTRACT

*Gerobak Cemil business is located in the North Peninggilan area, Ciledug, Tangerang City. This business is involved in food. One of the ways to survive in the increasingly advanced and rapidly growing market competition is to create a brand image / logo. For the current business, Gerobak Cemil does not have an identity that can explain the personality and vision and mission of the business sector due to a lack of visual media that displays the company's identity. Because of that, the designer wanted to design a logo for his Gerobak Cemil identity, so that his business identity could be recognized by the public as well. The works created have elements based on several theories. The end result of this design can create a good identity system so that it can create a strong visual character from Gerobak Cemil's efforts that can be distinguished from other business areas.*

**Keywords:** Design, Logo, Brand Identity

## PENDAHULUAN

Dalam sebuah usaha, baik diperusahaan besar maupun usaha menengah sekarang ini dalam pembuatan sebuah identitas atau memperkenalkan terhadap suatu produk yang dihasilkannya, mampu memiliki pandangan atau daya tarik tersendiri, maka sebuah usaha tersebut melakukan berbagai macam inovasi yang lebih kreatif dan lebih menarik terhadap suatu brandnya.

*Branding* adalah definisi dan pengembangan identitas untuk sebuah merek termasuk karakter, konten, dan hubungan dengan konsumen dalam setiap jenis komunikasi atau interaksi. Bicara masalah branding, branding juga dimaksud dengan kegiatan membangun sebuah brand, termasuk didalamnya pembuatan logo. Brand sendiri memiliki makna yang meluas dibandingkan dengan logo, karna logo berbentuk fisik yang dapat dilihat dan dirasa oleh indra manusia,

sedangkan dari brand sendiri telah mencakup keseluruhannya.<sup>1</sup>

Dalam pembuatan suatu *brand* dan segala bentuk atribut pastinya harus melihat dari segala sisi sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut yang tidak berlebihan namun mampu meningkatkan citra suatu perusahaan. Serta melihat siapa saja segmentasi yang dituju oleh perusahaan. Karena identitas perusahaan, logo banyak menolong industri UKM.

Logo merupakan salah satu dari bagian terpenting sebuah perusahaan yang bisa menjadi brand dari usaha itu sendiri. Logo juga disebut sebagai tanda atau simbol yang berfungsi untuk menandai barang atau jasa dari para penjual dan untuk membedakan dengan pesaing lainnya. Membuat logo yang efektif sebagai identitas suatu produk bukanlah perkara mudah yang dapat diselesaikan dalam hitungan jam atau hari.

---

<sup>1</sup> Jessica Diana dan Rudyant Siswanto Wijaya, Logo visual asset transitions, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015), hlm. 47

Gerobak Cemil adalah sebuah usaha kecil menengah ( UKM ) yang menjual makanan dengan berbagai macam yang dijualnya dari mulai BAKSO ACI, CEKER SETAN, PENTOL SETAN dan SEBLAK. Dalam usaha ini penjual lebih membidik segmentasi utamanya pada remaja dan dewasa, dengan rasa makanan yang pedas nikmat dan jajanan masa kini.

Bermula dari penggemar kuliner ia lalu membuka usaha jajanan masa kini yang sedang banyak digemari oleh para pecinta kuliner, dengan menu-menu yang unik dan rasa yang lezat membuat para pecinta kuliner penasar untuk mencicipi makanan yang disajikan oleh Gerobak Cemil.

### **Rumusan Ide Penciptaan**

Dari hasil wawancara pemilik usaha gerobak cemil serta melihat pesaing-pesaing pasar yang semakin meningkat dan para pesaing yang menunjukan hasil produknya yang memiliki keunggulan kualitas, citra atau image bagi usaha agar mudah dikenal oleh khalayak dengan sebuah identitas yang dapat mewakili usaha tersebut untuk mempromosikan

### **Manfaat Umum**

Dari hasil pembuatan karya untuk UKM ini diharapkan mampu memiliki daya saing, perusahaan dapat selalu diingat dan mudah dikenal oleh konsumennya dan memperkenalkan produk brand makanan tersebut secara lebih luas dimasyarakat, khususnya konsumen didaerah Tangerang hingga diluar Tangerang.

## **LANDASAN TEORI**

### **Komunikasi Visual**

#### **Komunikasi**

Kata komunikasi berasal dari bahasa Latin communis yang berarti sama, istilah pertama (communis) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip seperti community yang berarti kesamaan atau kebersamaan.<sup>2</sup>

Berdasarkan pada definisi diatas, maka pencipta juga ingin menyampaikan pesan pada karya yang dibuat, pesan yang pencipta buat tidak langsung dikatakan dengan lisan maupun tulisan melainkan bentuk visual

---

<sup>2</sup> Prof. Dr. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D, 2008, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Hal 46.

Pada usaha Gerobak Cemil ini adanya permasalahan yang dimana usaha ini belum adanya logo berbentuk visual yang mampu menggambarkan karakter dari usahanya ini. Logo yang di miliki Gerobak Cemil hanya berupa *logotype* yang bertulis kan Gerobak Cemil. Maka dalam hal ini pemilik usaha Gerobak Cemil ini ingin menciptakan sebuah logo yang dapat menjadi sebuah identitas terhadap usahanya yang dimana logo tersebut bisa memiliki ciri khas tersendiri dan dapat membedakan usaha-usaha yang bergerak dibidang yang sama, tetapi karna kurangnya pemahaman mengenai suatu identitas yang dihasilkan hanya berupa tulisan saja.

dan menjadi pembeda bagi para pesaing atau kompetitor, maka usaha gerobak cemil melakukan pembuatan *brand identity* atau logo yang diaplikasikan kepada produknya agar konsumen lebih mengenal serta memberikan positioning terbaik dalam benak konsumen, sebuah logo yang diaplikasikan dalam berbagai brand identity.

### **Manfaat Praktis**

Dapat mampu bermanfaat bagi diri sendiri, dalam menambah pengetahuan tentang pentingnya peran logo dalam sebuah usaha, dan dapat berpartisipasi membuat karya yang bertujuan dapat melatih kemampuan dan menjadikan sebagai acuan kedepanya sehingga dapat mengubah lebih baik dalam membuat atau merancang sebuah brand identity.

gambar dimana hal ini memiliki tujuan agar khalayak dapat tertarik terlebih dahulu untuk melihat karya tersebut.

### **Komunikasi Visual**

Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan.<sup>3</sup>

### **Brand Identity**

Brand Identity (Identitas Merek) adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan produk tertentu; merupakan hal yang nyata dan menarik bagi indra. Anda dapat

---

<sup>3</sup> Adi Kusrianto, Pengantar Desain Komunikasi Visual, Andi Yogyakarta, 2009, hlm 10

melihatnya, menyentuhnya, memegangnya, mendengarnya, menonton bergerak. Identitas merek mengambil unsur-unsur yang berbeda dan menyatukannya ke dalam sistem keseluruhan.<sup>4</sup>

## Logo

Logo adalah penyingkatan dari logotype. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada logotype. Logo bisa menggunakan elemen apa saja : tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain.<sup>5</sup>

Logo merupakan simbol dari suatu organisasi kelompok dan bisa juga perorangan yang mencerminkan makna atau pesan yang ingin disampaikan dari kelompok atau organisasi tersebut. Logo ialah identitas, Logo yang baik akan mencerminkan kesan yang baik juga terhadap pemiliknya.

## Tipografi

Tipografi berasal dari kata Yunani *tipos* (yang diguratkan) dan *grapho* (tulisan). Dulu tipografi hanya diartikan sebagai ilmu cetak-mencetak. Orang yang memiliki keahlian mencetak disebut tipografer. Dalam perkembangannya, istilah tipografi lebih dikaitkan dengan gaya atau model huruf cetak. Bahkan saat ini pengertian tipografi sudah berkembang lebih luas lagi, yaitu mengarah pada disiplin ilmu yang mempelajari spesifikasi dan karakteristik huruf, bagaimana memilih dan mengelola huruf untuk tujuan-tujuan tertentu.<sup>6</sup>

Tata huruf (*Typography*) adalah ilmu yang mempelajari tentang penempatan, penataan huruf untuk mendapatkan kesan tertentu agar pembaca bisa mendapat informasi secara maksimal. Maka mutlak bagi seseorang desainer untuk mengenali bentuk tipografi, mengetahui dan memahami karakteristiknya, serta dapat memanfaatkan kekuatannya dalam sebuah rancangan visual. Tipografi adalah seni memilih dan menata huruf untuk berbagai kepentingan menyampaikan informasi kepada khalayak.<sup>7</sup>

## Shape

*Shape* (bentuk) adalah kumpulan garis yang ditempatkan secara berdekatan, mempunyai sebuah diameter, tinggi dan lebar. Bentuk ini adalah obyek yang berbentuk dua dimensi, jika diartikan berdasarkan sifatnya, bentuk dapat dikategorikan menjadi tiga bagian, yaitu: huruf, simbol, dan bentuk nyata.<sup>8</sup>

## Warna

Warna menurut kejadiannya dibagi dua, yaitu warna *additive* dan *subtractive*. *Additive* adalah warna yang berasal dari cahaya yang disebut spectrum. Sedangkan *subtractive* adalah warna yang berasal dari pigmen. Warna pokok *additive* adalah warna merah (red), hijau (green), dan biru (blue), dalam komputer biasa disebut sebagai warna model RGB. Warna pokok *subtractive* menurut teori adalah sian (cyan), magenta dan kuning (yellow), dalam komputer biasa disebut warna CMY.

---

<sup>4</sup> Wirania Swasty, Loc.Cit., hlm. 91 Wirania Swasty, *BRANDING*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), hlm. 91.

<sup>5</sup> Suriyanto Rustan, *Logo*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017, hlm. 13

<sup>6</sup> Rakhmat Supriyono, Op.Cit, hlm 19-20.

<sup>7</sup> Hendi Hendratman, *Computer Graphic Design*, (Bandung: Informatika, 2014), hlm 151.

---

<sup>8</sup><http://kursusdesaingrafis.com/2016/01/16/eleme n-elemen-pada-desain-grafis/> (diakses pada 4 Maret 2020 Pukul 19:55 AM).

## METODE PENCIPTAAN KARYA

### Deskripsi Karya

Dalam penulisan laporan tugas akhir penciptaan karya tersebut, membuat sebuah logo dari usaha Gerobak Cemil yang akan di aplikasikan kepada produk yang di jualnya sebagai sesuatu identitas dan memiliki ciri khas tersendiri terhadap usaha yang berharap mampu membantu meningkatkan tambahnya daya beli para konsumen dan dapat mudah dikenal bagi para khalayak.

### Konsep Penciptaan

Dalam pembuatan logo tersebut tidak hanya membuat suatu identitas terhadap usaha Gerobak Cemil tetapi juga dapat menjadi sebuah pembentukan suatu branding usaha dimana pembuatan logo dapat membedakan dengan brand yang sama.

Dengan pembuatan tersebut maka sebuah usaha menghasilkan ciri khasnya yang akan menghasilkan kesan visual yang menarik dan efektif sehingga pesan yang disampaikan secara visual yang dibuat pada sebuah usaha Gerobak Cemil mampu dipahami dan diingat bagi para khalayak, maka hal yang diharapkan dimana pembuatan logo tersebut mampu membawa peningkatan atau kemajuan terhadap usahanya hingga membentuk usaha yang lebih besar.

### PEMBAHASAN

Dalam pembahasan karya ini pencipta akan membahas mengenai tahap atau proses perancangan identitas atau logo dari usaha Gerobak Cemil, berikut tahapnya :

#### 1. Persiapan Proyek

Pada tahap persiapan ini yang pertama pencipta lakukan adalah mencari segala macam informasi yang berhubungan dengan usaha Gerobak Cemil dengan melakukan sebuah riset dan observasi ke lokasi dimana usaha Gerobak Cemil ini berada. Tahap ini bertujuan untuk mendapatkan beberapa informasi dan data yang akan digunakan dalam pembuatan karya yang mana data tersebut bersifat valid dan nyata, setelah mendapatkan semua informasinya, kemudian pencipta membuat *creative brief* berdasarkan hasil riset dan observasi yang didapat pencipta mencari beberapa data atau informasi mengenai tugas yang akan dibuat berdasarkan teori yang berasal dari sebuah buku atau

### Karakter Penciptaan

Dalam pembuatan karya terhadap laporan yang telah dibuat, penulis merancang sebuah logo dari usaha Gerobak Cemil. Dimana logo yang dibuat harus memiliki ciri khas tersendiri, memiliki suatu karakter yang mudah dikenal bagi khalayak, memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi dan dapat merepresentasikan citra dari sebuah usaha tersebut.

Logo yang dibuat akan menjelaskan tentang tampilan visual dan *typografi* yang mendukung bahwa logo ini adalah logo dari usaha Gerobak Cemil dimana logo tersebut menampilkan sebuah mangkuk. Sehingga dari gambar tersebut melambangkan atau mempresentasikan bahwa usaha tersebut bergerak pada bidang kuliner sebagai penguat identitas. Selain visualnya logo ini menampilkan sebuah penulisan atau *typografi* yang memiliki ciri khas dimana *typografi* tersebut memiliki arti keramahan namun juga memiliki karakter yang kuat sebagai identitas logo.

### Target Audience

Target *audience* ini didasarkan pada jenis kelamin laki-laki dan perempuan usia 10 - 40 tahun pekerjaan pelajar dan karyawan. Menyasar kelas sosial menengah hingga menengah ke atas dengan kertertarikan akan kuliner.

beberapa referensi dari sumber diinternet, yang mana pengerjaannya akan dibimbing dan dibantu oleh dosen pembimbing.

#### 2. Pembuatan Karya

Pada tahap penciptaan ini mulai melakukan proses pembuatan yang nyata. Pencipta melakukan pembuatan logo atau *brand identity* agar menghasilkan yang lebih baik dan mudah diterima oleh para khalayak. Dengan begitu pencipta membuat proses dimana proses tersebut dalam bentuk sketsa kasar yang dimana nantinya sketsa kasar tersebut diaplikasikan kedalam bentuk digital. Proses digitalisasi pencipta menggunakan *software* dari aplikasi *Adobe Photoshop*.

## Karya



Gerobak Cemil ini merupakan usaha yang bergerak pada bidang kuliner yang menyajikan makanan-makanan pedas nikmat dan bergizi.

### 1. Asap



Asap merah menandakan panas dan pedas sesuai dengan makanan yang disajikan usaha Gerobak Cemil itu sendiri dan dapat mempertegas identitas usaha, mudah diingat oleh konsumennya dan menarik perhatian bagi para pecinta kuliner lainnya, sehingga terciptalah bentuk tersebut.

### 2. Persegi



Bentuk ini diambil dari bentuk gerobak itu sendiri yang dirancang menyerupai mangkuk. Dalam sebuah element bentuk persegi ini memiliki sebuah makna atau arti. Sebagai pengartian persegi ini bermakna stabilitas, kokoh dan kejujuran.

### 3. Setengah Lingkaran



Bentuk ini diambil dari bentuk roda gerobak itu sendiri dan dirancang menyerupai mangkuk. Dalam sebuah element bentuk lingkaran ini memiliki sebuah makna atau arti. Sebagai pengartian lingkaran ini bermakna, tidak memiliki akhir, abadi dan dapat diandalkan.

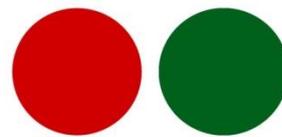
## 4. Typografi

### Gerobak Cemil

Penggunaan jenis *font script* yaitu *Script MT Bold* yang dimana pemilihan *font* ini cocok dengan usaha yang ditunjukkan untuk mempertegas sebuah identitas usaha dari Gerobak Cemil.

font ini mengartikan kelembutan dalam pelayanan yang diberikan kepada para konsumennya.

## 5. Warna



Warna yang dipilih atau ditampilkan yaitu warna merah dan hijau, dimana warna-warna ini memiliki makna dan arti.

**Warna merah** bermakna menonjolkan sesuatu rasa yakni rasa pedas.

Merah

RGB : 208, 0, 0

CMYK 12%, 100%, 100%, 3%

WEB : #d00000

**Warna hijau** bermaknakan alami, sehat dan natural.

Hijau

RGB : 0, 97, 28

CMYK : 89%, 35%, 100%, 31%

WEB : #00611c

## Laporan Penciptaan Karya

### Pra Produksi

Tahapan pra produksi merupakan tahap sebelum karya diciptakan. Pada tahapan ini pencipta masih menentukan tema, membuat konsep, dan mengumpulkan data yang valid.

Pencipta mengumpulkan data dengan cara wawancara langsung dengan pemilik usaha Gerobak Cemil. Pada saat wawancara pencipta melakukan berbagai pertanyaan yang nantinya akan dijawab oleh pemilik usaha tersebut sehingga dalam wawancara tersebut menjadikan dasar dari pembuatan logo.

### Produksi

Pada tahapan ini, perancangan akan dilakukan dimulai dari tahap membuat sketsa

manual, pemilihan logo, asistensi *client*. Sampai pada proses digitalisasi proses akhir, semua konten dimulai dari rancangan sketsa, pemilihan shapes, pemilihan font, dan penggunaan warna yang digabungkan sehingga menjadi sebuah logo.

## Pasca Produksi

Pada tahapan pasca produksi setelah melakukan tahap pemilihan dan digitalisasi, maka pencipta mengaplikasikan logo tersebut ke beberapa media pendukung, yang akan dijadikan sebagai media promosi untuk memperkenalkan usahanya lebih luas lagi.

## KESIMPULAN

Pada proses penciptaan karya ini, banyak hal yang telah dialami pencipta dalam proses pembuatan desain yang berlangsung, baik secara teknis maupun non teknis.

Pada proses perancangan sebuah logo tidak semata mata hanya membuat sebuah simbol yang hanya berupa bentuk atau gambaran dimana hanya sekedar bagus atau sesuai selera pencipta. Melainkan, membuat sebuah logo harus memperhatikan aspek aspek yang terkandung dalam sebuah proses pembuatan logo tersebut, yang dimana pencipta harus memahami teori-teori yang terdapat pada sebuah media seperti buku atau media lainnya, teori tentang bentuk, warna, tipografi dan sebagainya yang menjadikan suatu landasan untuk memudahkan pencipta membuat suatu konsep pembuatan logo sehingga pencipta mampu mengetahui makna dan arti yang tersimpan dari setiap unsur visual yang dibuatnya. Perancangan logo sebagai identitas visual pada usaha Gerobak Cemil juga memiliki dampak langsung dan dampak tidak langsung, yakni :

### 1. Dampak Langsung

Usaha Gerobak Cemil memiliki sebuah *image* yang baru dan tentunya *image* tersebut mampu membuat usaha tersebut menjadi lebih baik dari sebelumnya. Konsumen lebih mudah mengingat logo dan nama dari usaha Gerobak Cemil dan mengetahui keberadaan usaha tersebut. Bagi pencipta dimana pembuatan karya ini yang digunakan untuk memenuhi syarat kelulusan, yang dimana akan menjadi isi laporan tugas akhir pencipta.

### 2. Dampak tidak langsung

Dapat menjadi refesensi desain sebuah logo bagi pencipta selanjutnya atau khalayak lainnya yang ingin memerlukan suatu ide kreatif. Dimana logo ini dapat menjadi portofolio untuk melanjutkan kejenjang

selanjutnya dimana pencipta ingin melamar sebuah pekerjaan.

## REKOMENDASI DAN SARAN

Rekomendasi untuk pencipta karya selanjutnya, terlebih lagi untuk pembaca dan calon perancang sebuah logo yaitu:

1. Memikirkan secara matang konsep apa yang akan dipakai untuk membuat perancangan karya.
2. Tentukan latar belakang yang jelas dan kuat.
3. Mencari referensi sebanyak-banyaknya terkait perancangan karya akan dibuat.
4. Membuat estimasi pengeluaran dana dan cari beberapa perusahaan percetakan untuk membuat perbandingan biaya.
5. Memikirkannya manfaat apa saja yang akan dikeluarkan melalui perancangan karya tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

Hendratman, Hendi. 2017. *Computer Graphic Design*. Bandung: Informatika.

Kartika, Jessica Diana dan Rudyant Siswanto Wijaya. 2016. *Logo Visual Asset Transitions*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Kartika, Jessica Diana dan Rudyant Siswanto Wijaya. 2015. *Logo Visual Asset Development*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Nurhadiyat, Dedi. 2004. *Pendidika Seni Rupa*. Jakarta: PT. Grasindo.

Rustan, Suriyanto. 2009. *LOGO*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rustan, Suriyanto. 2011. *Font & Tipografi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Swasty, Wirania. 2016. *BRANDING*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

S, Lia Anggraini dan Kirana Nathalia. 2014. *Design Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa.

Sriwitari, Ni Nyoman dan I Gusti Nyoman Widnyana. 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Supriyonno, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.