

PERANCANGAN LOGO PADA LAPAK DAGANG BEBEK PEKING BAPAK ROSIKIN

Mohamad Irvan, Ricky Widyananda Putra

Email : Irvansins@gmail.com

No. Telp : 0838 7081 4176

ABSTRACT

Peking Duck Mr. Rosikin Stall is peking duck stall which emphasizes the freshness of the meat for its customers. Peking Duck Mr. Rosikin Stall located in the modern market stall BSD numbered L220, South Tangerang. This peking duck Mr. Rosikin Stall has stood for five years and now has many regular customers. This peking duck Mr. Rosikin stall also receives the delivery order and this peking duck Mr. Rosikin stall not only serve the consumers who buy the unit, but the Peking Duck Mr. Rosikin Stall also has customers such as restaurant owner too who buy in large quantities, but for now this peking duck Mr. Rosikin stall only get orders from South Tangerang area. For now Peking Duck Mr. Rosikin Stall identity doesn't have to explain the personality and vision of the business because they lack visual media to show the identity of the company. Therefore, the designer wants to design a logo for the identity of the Peking Duck Mr. Rosikin Stall, so that the identity of the stall can be recognized by the audience well. The work created has elements based on some theoretical basis. Hopefully The end result of this design can create a good identity system that can create a strong visual character that Peking Duck Mr. Rosikin Stall can be distinguished with other businesses when viewed from the visual. With the logo that has been created is expected this trade stall can be better known by the public and can compete with similar competitors.

Keywords : Design, Logo, Stall

PENDAHULUAN

Bidang usaha baru yang mulai bermunculan akan memperkenalkan dirinya melalui banyak cara dan memperketat persaingan dengan perusahaan baru lainnya maupun perusahaan yang sudah lama berdiri. Masih banyak suatu bidang usaha yang sudah berdiri lama namun mereka belum memiliki *branding* yang kuat sehingga lingkup konsumennya belum tersebar luas. Suatu bidang usaha yang sudah lama berdiri akan kalah bersaing apabila tidak bertahan dengan cara memperkuat suatu ciri khas atau identitas dari perusahaan tersebut.

Logo adalah salah satu elemen yang harus ada di dalam pembuatan identitas visual. Logo merupakan bentuk visual yang pada umumnya dapat mudah dikenali atau identifikasi dalam sebuah lembaga atau perusahaan dan dapat mewakili citra perusahaan. Kriteria pembuatan logo yang baik adalah harus yang *original* dan khas,

mudah dibaca dan diingat, sederhana, sesuai dengan kriteria produk dan mudah diterapkan ke dalam media grafis. Pada hakikatnya logo adalah sebuah karya visual, maka logo tidak terlepas dari elemen-elemen visual dasar yang menentukan seperti garis, bentuk, warna, ruang, tipografi dan lain-lain.¹

Di sini saya melihat Lapak dagang bebek peking Bapak Rosikin memiliki potensi yang sangat besar. Lapak dagang ini telah berdiri kurang lebih 5 tahun dan sekarang telah memiliki banyak pelanggan tetap. Dalam seminggunya saja lapak dagang ini dapat menjual hingga 2000 ekor bebek. Namun permasalahannya adalah lapak dagang bebek peking Bapak Rosikin ini belum memiliki identitas visual yang jelas. Disini lah pencipta bertujuan membuat perancangan logo untuk lapak dagang bebek peking bapak rosikin.

Berdasarkan ide penciptaan yang dibuat oleh pencipta, maka tujuan

¹ Marc Gobe, Emotional Branding, Erlangga, Jakarta. 2003, Hal: 130

penciptaan karya ini adalah untuk menciptakan sebuah identitas visual yang bertujuan untuk,

1. Menciptakan suatu merk dagang logo sebagai ciri khas dari lapak dagang bebek peking Bapak Rosikin.
2. Membuat identitas visual yang mampu merepresentasikan visi dan misi lapak dagang tersebut yang dapat dipastikan ke dalam beberapa media pendukung.
3. Meningkatkan eksistensi lapak dagang bebek peking Bapak Rosikin melalui media-media pendukung promosi.

Manfaat yang dipelajari dari karya ini antara lain :

1. Manfaat Umum : Hasil penciptaan karya yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan pengenalan produk secara luas, khususnya kepada konsumen di daerah BSD City dan sekitarnya.
2. Manfaat Praktis : Penciptaan karya ini merupakan hasil dari penerapan teori-teori komunikasi, namun lebih kepada komunikasi visual. Maka dari itu, dapat menjadi referensi dan bahan untuk perancangan desain lainnya.
3. Manfaat Akademis : Penciptaan karya ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi visual mengenai identitas visual.

Teori

Dalam pembuatan logo ini juga dibutuhkan teori agar visual yang dibuat akan mendapatkan hasil yang maksimal.

1. Komunikasi Visual

Komunikasi Visual adalah komunikasi menggunakan Bahasa visual, dimana unsur dasar Bahasa visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan

dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan.²

2. **Corporate Identity**

Corporate Identity adalah suatu bentuk visual dan ekspresi grafis dari image dan identitas suatu perusahaan. Sebagai bentuk visual, *corporate identity* menampilkan symbol yang mencerminkan *image* yang hendak disampaikan. Sebuah identitas perusahaan dapat diciptakan dan mempengaruhi nasib dari perusahaan tersebut.³

3. **Brand Identity**

Brand Identity adalah unsur yang terlihat dari sebuah merek, (seperti warna, desain, logo, nama dan symbol) yang bersama-sama mengidentifikasi dan membedakan merk dibenak konsumen.

4. **Desain Grafis**

Graphic atau grafis dalam Bahasa Indonesia, berasal dari Bahasa Yunani *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.⁴

5. **Unsur-unsur Visual**

Untuk mewujudkan suatu tampilan visual, ada beberapa unsur yang diperlukan seperti titik, garis, bentuk atau shape, ruang, tekstur, kontras, ukuran, dan warna.

6. **Tipografi**

Tipografi merupakan representasi visual, sebuah bentuk komunikasi verbal dan *property* visual yang pokok dan efektif.⁵ Tipografi dalam hal ini

² Adi Kusrianto, Pengantar Desain Komunikasi Visual, Andi Yogyakarta. 2009, Hal.10

³ nirmana.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/16043/16035 (diakses tanggal 9 Oktober, pukul 14:34)

⁴ Adi Kusrianto. *Loc.Cit.* Hal. 100

⁵ Danton Sihombing, Tipografi Dalam desain Grafis, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010, Hal. 58

adalah huruf yang tersusun dalam sebuah *alphabet* merupakan media penting komunikasi visual.

7. Ilustrasi

Ilustrasi secara harfiah berarti gambar yang digunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu. Ilustrasi dapat digunakan untuk memberikan gambaran tokoh sebagai suatu informasi. Dengan menggunakan ilustrasi yang baik dan tepat, maka pesan akan tersampaikan dengan baik. Dengan mengetahui teori logo, penulis mampu mempertimbangkan keindahan logo dari segi keanggunan artistik harmoni, keseimbangan, proporsi, dan ilustrasi yang mampu memberikan efek positif pada rancangan yang diciptakan, logo akan terlihat indah dan enak dipandang serta pesan yang disampaikan akan mudah diterima oleh khalayak. Selain itu, ilustrasi juga berfungsi sebagai lemen penghias yang dapat menarik perhatian. Ilustrasi dapat dikembangkan lebih jauh lagi, misalnya dengan 3D, komik, film atau animasi dan lain-lain⁶

8. Layout

Layout berperan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang disampainya. *Me-layout* adalah salah satu proses atau tahapan kerja dalam desain. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya, sedangkan *layout* pekerjaanya.⁷

METODE PENCIPTAAN KARYA

Dalam metode penciptaan karya yang diangkat pencipta, ada beberapa paparan

rancangan konsep dalam pembuatan karya, antara lain :

1. Format Karya Visual :
 - Ukuran Kertas B5
 - Jenis Kertas *Art Paper* 120 gram
 - Jumlah halaman ada 38 (halaman) dan 2 (cover)
2. Dalam penciptaan karya ini pencipta melakukan Beberapa teknik pengumpulan data.
 - Yang pertama observasi, Pada tahapan ini pencipta datang dan melihat bagaimana keadaan sebenarnya lapak dagang bebek peking Bapak Rosikin yang terletak di pasar modern BSD lapak L220, Jalan Letnan Soetopo Sektor 1.1, BSD City dan apa saja yang dapat berpengaruh dalam perancangan logo perusahaan.



Gambar 1. Lapak Dagang BebekPeking Rosikin

- Yang kedua wawancara, untuk wawancara pencipta bertemu langsung dengan pemilik pada lapak dagang bebek peking Bapak Rosikin yaitu Bapak Rosikin sendiri untuk mengetahui keinginan yang beliau maksud.
- Yang ketiga studi pustaka Pada bagian ini pencipta mencari penjelasan dan informasi melalui buku-buku yang memberikan pemahaman dan penjelasan tentang brand, logo, identity

⁶ Jessica Diana dan Rudyant Siswanto Wijaya, Logo Visual Asset Development, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2015, Hal. 20

⁷ Surianto Rustan, Layout Dasar dan Penerapannya, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 2009, Hal. 10

- untuk kemudian dipahami serta diterapkan pada logo yang akan diciptakan.
- yang terakhir adalah newmedia, Selain melalui buku-buku pencipta juga mencari pemahaman tambahan mengenai brand, logo, identity yang didapat melalui internet.
3. Tujuan utama perancangan logo lapak dagang bebek peking Bapak Rosikin tidak hanya dilihat ataupun dibaca saja tetapi juga dipahami oleh semua lapisan masyarakat atau target khalayaknya agar memahami maksud dan tujuan dari corporate identity yang diciptakan.
- Ide
Ide dari perancangan logo lapak dagang bebek peking Bapak Rosikin disini atas dasar masalah yang dialami oleh bidang usaha ini dimana kebutuhan utamanya adalah identitas resmi dari lapak dagang bebek peking Bapak Rosikin. . Pencipta akan memberikan karakter yang jelas, mudah diingat, dan mempunyai ciri khas lapak dagang bebek peking Bapak Rosikin. Dengan bertujuan lapak dagang bebek Bapak Rosikin akan mudah dikenali oleh masyarakat.
 - Statement
Karya yang diciptakan nanti berupa *Graphic Standards Manual* (GSM), dimana penjelasan, aturan pemakaian logo serta pengaplikasiannya di jelaskan semua dalam satu buku.
4. Konsep Teknis
Pada tahap ini pencipta akan memaparkan secara lebih detail mengenai tahapan yang dilakukan pencipta dalam memvisualisasikan karya.
- Riset dan Analisa
Terlebih dahulu pencipta meriset dan menganalisa hasil wawancara dengan pemilik lapak dagang bebek peking Bapak Rosikin. Pencipta mendapatkan informasi, data-data, dan fakta yang berhubungan dengan usaha lapak dagang bebek peking Bapak Rosikin. Hal inilah yang menjadi pedoman dalam merancang desain identitas visual tersebut.
 - Sketsa kasar
Pencipta membuat sketsa kasar sebagai awalan merancang logo yang akan diciptakan, dengan menggunakan pensil dan buku gambar pencipta mencoba menemukan objek yang terkait pada perancangan logo ini. Objek yang pencipta temukan diantaranya adalah kertas, computer, sampai dengan mesin-mesin yang digunakan dalam proses produksi. Selain itu juga pencipta akan mencari bentuk terkait dengan nama bidang usaha untuk dijadikan bahan untuk menciptakan logo lapak dagang bebek peking Bapak Rosikin.
 - *Scanning*
Pada tahap ini, setelah sketsa kasar selesai dibuat, kemudian masuk kedalam tahap *scan*. Dengan adanya sketsa kasar dapat membantu mempermudah dalam pengaplikasian kedalam *software* desain grafis.
 - Komputerisasi
Tahap komputerisasi ini pencipta melakukan teknik *tracing*, atau menggambar ulang lewat proses digital pada sketsa kasar dengan menggunakan *Adobe Illustrator* untuk menciptakan ilustrasi baru yang lebih rapih dan yang nantinya menjadi bagian dari logo. Selain menciptakan ilustrasi tadi, pencipta juga menambahkan typografi untuk keperluan penambahan teks pada logo.
 - Layout

HASIL PEMBAHASAN KARYA



didapatkan ketika observasi di lapak daging bebek Peking Rosikin. Bentuk lingkaran diambil dari talenan berbentuk lingkaran dan warna hijau diambil dari data *consumer insight* dimana para *consumernya* menginginkan daging bebek yang segar dan juga berkualitas. Dan yang terakhir adalah tipografinya, untuk “Bebek Peking Rosikin” fontnya adalah *Serif* yaitu Palatino Lynotype. Jenis font ini bersifat serius dan profesional membentuk kesan keprofesionalannya bidang usaha tersebut dalam melayani setiap pelanggannya. Dan untuk Taglinenya “Daging Bebek Berkualitas” fontnya *Sans Serif* yaitu Gotham Book. Jenis Jenis font ini bersifat tegak dan agak tebal agar terlihat tegas namun tetap elegan dan mudah dibaca. Tulisan Rosikin dibuat warna hijau agar menjadi pusat perhatiannya.

Segi pewarnaan, pencipta menggunakan beberapa jenis warna dengan komposisi CMYK, yakni warna putih (C:0 M:0 Y:0 K:0), hijau (C:88 M:31 Y:95 K:20), oranye (C:4 M:67 Y:99 K:0 dan C:0 M:61 Y:100 K:0), merah (C:0 M:95 Y:90 K:0), kuning (C:2 M:32 Y:100 K:0), abu-abu (C:51 M:42 Y:42 K:6), dan warna hitam (C:75 M:68 Y:67 K:90).

Setelah membuat Graphic Standard Manual disini pencipta juga akan menampilkan beberapa media pendukung yang berfungsi sebagai penyampaian informasi serta kebutuhan promosi kepada khalayak luas sebagai berikut:

- 5

mempromosikan usaha Bebek Peking Rosikin kepada khalayak luas, yang akan dikenakan oleh pekerja lapak dagang Bebek Peking Rosikin dalam aktivitas kerjanya.

c. Apron

Pada pembuatan desain apron diatas, pencipta masih menggunakan software Adobe Illustrator. Apron ini bertujuan untuk mempromosikan usaha Bebek Peking Rosikin kepada khalayak luas, yang akan dikenakan oleh pekerja lapak dagang Bebek Peking Rosikin ketika memotong bebek peking saat bekerja.

d. Helm

Pada pembuatan desain helm untuk pekerja, pencipta masih menggunakan *software* desain *Adobe Illustrator*. helm ini bertujuan untuk mempromosikan usaha Bebek Peking Rosikin kepada khalayak luas, yang akan dikenakan oleh pekerja lapak dagang Bebek Peking Rosikin dalam mengantarkan bebek pekingnya.

e. Kartu Nama

Pada Pembuatan desain Kartu nama di atas, pencipta masih menggunakan *software* desain *Adobe Illustrator*. Desain kartu nama menggunakan dua bagian permukaan yaitu depan dan belakang.

f. Kop Surat

Pada pembuatan desain kop surat di atas, pencipta masih menggunakan *software* desain *Adobe Illustrator*.

g. Nota

Pada pembuatan desain nota di atas, pencipta masih menggunakan *software* desain *Adobe Illustrator*.

h. Stempel

Pembuatan Stempel dengan menggunakan logo hitam putih. Dengan ukuran 22mm x 55mm. stempel hanya dapat dibuat dalam satu bentuk.

i. Plastik

Pembuatan plastic berwarna putih dengan menggunakan logo hitam

putih guna untuk wadah untuk potongan-potongan bebek untuk memudahkan pelanggan membawa pulang ayam tersebut.

Adapun landasan penciptaan karya berdasarkan studi analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*), yaitu sebagai berikut :

1. *Strenght* (kekuatan)

- Logo lapak dagang Bebek Peking Rosikin menggunakan harmonisasi warna yang kuat.
- Logo ini simple dan mudah diingat.

2. *Weakness* (kelemahan)

- Apabila *Tagline* tidak terbaca oleh khalayak, kemungkinan akan menimbulkan salah persepsi bahwa Bebek Peking Rosikin ini menjual bebek peking matang

3. *Opportunity* (kesempatan)

- Sebuah logo masih jarang dipakai oleh bidang usaha pesaing atau bidang usaha sejenisnya.

4. *Treath* (ancaman)

- Munculnya logo-logo bidang usaha pesaing yang menarik, simpel, dan mudah di ingat di benak konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam proses penciptaan *corporate identity* pada perusahaan atau bisnis tidak bisa sembarangan dan merupakan hal yang tidak mudah. Karena banyak hal yang harus dipersiapkan dengan matang, mulai dari pengumpulan data, penentuan konsep dan perancangan desain logo. Pencipta dalam hal ini harus mampu menginterpretasikan filosofi, visi, misi, dan segmentasi konsumen ke dalam pembuatan ilustrasi bentuk logo hingga pemilihan warna yang sesuai. Pencipta berharap dengan dipercayakannya dalam perancangan desain logo sebagai identitas visual lapak dagang Bebek Peking Rosikin dapat memberikan hasil yang maksimal dan meningkatkan kualitas usaha dimata khalayak luas.

Setelah menyelesaikan karya pasti ada kelemahan dan kekurangannya, dari pengalaman tersebut pencipta berusaha memberikan masukan kepada pembaca TA, atau calon pencipta karya berikutnya yang akan melaksanakan penciptaan karya yang memiliki kesamaan format program atau media mempermudah dalam proses nantinya.

- Pemilihan perusahaan atau objek karya yang memang sudah dikenal atau tidak asing lagi oleh pencipta, sehingga akan mempermudah dalam melakukan observasi dan kegiatan

yang berhubungan dengan penciptaan karya.

- Sebelum melakukan perancangan karya sebaiknya dicermati sampai dengan proses produksi nantinya, agar tidak teralu banyak perubahan jika memang terdapat kendala. Misalkan dalam mencetak sebuah buku beberapa hal yang harus dipikirkan adalah ukuran desain, margin halaman, jumlah halaman, sampai proses pembuatan covernya. Sehingga rancangan yang dibuat sudah mengacu pada kebutuhan masing masing.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Diana, Jessica dan Wijaya, Rudyant Siswanto.

2015. *Logo Visual Asset*

Development. Jakarta: Elex Media
Komputindo.

Gobe, Marc. 2003. *Emotional Branding*. Jakarta:
Erlangga.

Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain
Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi

Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout Dasar dan
Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia
Pustaka Utama.

Sihombing, Danton. 2010. *Tipografi Dalam
desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia
Pustaka Utama.

Sumber Internet :

http://www.acamedia.edu/9308770/Pengertian_perancangan_menurut_bin_Ladjamudin

<http://www.nirmana.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/16043/16035>