

ANALISIS KONSEP LOGO PROPESOR BAWANG SEBAGAI PENINGKATAN DAYA TARIK PEMBELI DI KABUPATEN KUNINGAN

Tiphanny Aurumajeda¹, Martiyadi Nurhidayat²

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Teknologi Bandung¹

Program Studi Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University²

tiphanny@sttbandung.ac.id¹, martiyadi@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Logo untuk UMKM sangat berpengaruh bagi beberapa aspek khususnya untuk kepercayaan konsumen untuk membeli sebuah produk. Logo yang dibuat menarik dan memperlihatkan identitas perusahaan akan menambah ciri atau karakter perusahaan serta memiliki daya tarik dalam segala sudut pandang seperti, marketing, identitas perusahaan, dan lainnya. UMKM propesor bawang yang bergerak pada produk bawang goreng berada di daerah Padarek Kabupaten Kuningan melakukan inovasi dengan membuat logo untuk berinovasi pada penjualan dan eksistensi perusahaan. Logo tersebut memperlihatkan bawang dengan bentuk membulat dengan warna yang cerah memperlihatkan bahan baku selalu segar dan melalui kualifikasi penjaminan mutu produksi, disertai warna cerah memperlihatkan sikap ceria dan optimis dalam melakukan proses produksi. Logo tersebut berdampak pada daya tarik pembeli karena pembeli melihat visualisasi dari produk tersebut melihat angket aspek logo sebanyak 88% logo dinyatakan baik, interaktif, dan memperlihatkan karakter produk, dan packaging 75 % melihat dan menjamin keamanan dan mutu pada produk.

Kata Kunci : Logo, UMKM, Konsumen

Abstract

The logo for UMKM is very influential for several aspects, especially for consumer confidence to buy a product. A logo that is made attractive and shows the company's identity will add to the characteristics or character of the company and has appeal in all points of view such as marketing, corporate identity, and others. Onion propesor UMKM engaged in fried onion products are located in the Padarek area of Kuningan Regency to innovate by creating a logo to innovate on sales and the existence of the company. The logo shows an onion with a rounded shape with a bright color showing that the raw materials are always fresh and through production quality assurance qualifications, accompanied by bright colors showing a cheerful and optimistic attitude in carrying out the production process. The logo has an impact on the attractiveness of the buyer because the buyer sees the visualization of the product, sees the logo aspect questionnaire as much as 88% of the logo is declared good, interactive, and shows the character of the product, and 75% sees and guarantees the safety and quality of the product.

Keyword : Logo, UMKM, Consumer

I. PENDAHULUAN

Langkah pertama untuk menyerap pengangguran adalah dengan membuat dan mendirikan UMKM disegala bidang, pemerintah daerah berusaha memberikan sosialisasi dan pelatihan bagi warga daerahnya untuk berkreasi untuk dapat membuat UMKM. Beberapa UMKM di daerah Kabupaten Kuningan memperlihatkan ciri khas daerah seperti bawang goreng, opak, peuyeum ketan dan wajit. Makanan tradisional tersebut kesulitan untuk media promosi dan marketing yang lebih luas karena terbatasnya sumber dan informasi.

UMKM di Kabupaten Kuningan masih banyak yang tidak memperhatikan logo dalam estetika, identitas produk, sehingga keterbatasan pengetahuan tersebut menjadi kekurangan bagi perusahaan tersebut, dengan menerapkan logo kepada UMKM bawang goreng didaerah Kecamatan Padarek Kabupaten Kuningan serta beberapa pelatihan dalam proses marketing dan packaging produk, daya jual produk dapat diperhitungkan.

Logo dan simbol merupakan seperangkat gambar atau huruf yang diciptakan untuk meng- indikasikan keorisinilan, kepemilikan, ataupun asosiasi. Walaupun kunci elemen dalam merek adalah nama merek, namun logo dan simbol juga merupakan suatu elemen yang diingat dalam ingatan seseorang[1]. Logo haruslah memperlihatkan identitas perusahaan dilihat dari produk aspek seperti memperhatikan karakter sumber daya manusia, bahan baku yang digunakan dan menghasilkan produk seperti apa, dan lainnya. Aplikasi dalam penerapan logo haruslah memperhatikan unsur dan prinsip seni dan desain seperti titik, garis, bidang, bentuk, ruang, warna, tekstur, dan gelap terang, dan sedangkan prinsip seni harus memperhatikan irama, pola, keseimbangan, dan kesatuan, semua itu harus diterapkan kedalam satu komposisi yang menarik dan mewakili dari identitas perusahaan tersebut.

Memiliki arti atau sifat terhadap logo karena adanya interaksi visual terhadap konsumen kepada logo perusahaan begitupun sebaliknya. Komunikasi keduanya akan berdampak pada daya Tarik konsumen dalam segala bidang sehingga

akan terwujudnya nilai nilai dimasyarakat. Maka logo sangat berpengaruh bagi perusahaan terutama UMKM sebagai langkah awal untuk membangun perusahaan.

II. STUDI PUSTAKA

Hubungan interaksi visual berdampak pada Tindakan atau perilaku masyarakat Ketika melihat karya khususnya desain . Komunikasi visual berkaitan dengan komunikasi kepada audiens melalui tanda [2]. Melakukan analisis Visual akan selalu berkaitan dengan rupa dasar atau kata lain ialah nirmana, dalam nirmana kita akan mempelajari secara khusus mengenai berbagai macam prinsip tata rupa dan prinsip diagram warna. Sebuah desain merupakan pengorganisasian atas berbagai unsur seni rupa yaitu; titik, garis, bentuk, bidang, tekstur dan ruang [3]. Unsur seni rupa tidak disadari akan terus dilakukan dalam proses kreatif dalam pembuatan karya seni sehingga terwujudnya karya merupakan aplikasi unsur seni yang digabungkan menjadi satu bagian komposisi yang penuh dengan makna, artinya unsur seni tersebut memiliki sifat pada masing masing aspek.

Logo dalam identitas visual memiliki makna dan interaksi simbolik kepada siapa saja yang melihatnya hal tersebut dipengaruhi oleh Identitas visual, yang mana merupakan bagian dari kegiatan *branding* suatu perusahaan, sarat akan elemen visual yang berfungsi sebagai alat identifikasi identitas perusahaan, seperti desain logo dan elemen grafis yang dibangun untuk menciptakan identitas perusahaan secara visual[4]. Keberhasilan sebuah logo adalah mewakili karakter dan identitas perusahaan kedalam visualisasi dan dijadikan *brand* usahanya.

Dalam aktifitas sehari-hari, pencipta dan penikmat seni dan desain sering memberikan penilaian dan asumsi. Apakah karya desain logo yang dilihat mudah diinterpretasikan atau sulit? Apresiasi akan melihat dari berbagai sudut pandang meraka melihat dari produk desain, karakter perusahaan dan lainnya, sehingga tidak semua karya logo yang berhasil menarik perhatian hal ini ada ilmunya dalam kajian konsep visual sehingga intrepertasi sesuai dengan yang diharapkan tentunya harus memperhatikan estetika. Sebagai bentuk kedalaman apresiasi estetika atas desain identitas visual, tentunya penilaian estetis (*aesthetic judgment*) tidak sesederhana masalah suka atau tidak, dan bagus atau tidak bagus[4].

TABEL I
UNSUR SENI SEBAGAI INDICATOR PEMBUATAN KARYA
SUMBER: (PENULIS.2021)

Unsur Seni	Deskripsi
Titik	Titik dapat menjadi garis, bentuk, dan bidang
Garis	garis ialah hasil dari goresan dengan benda keras diatas permukaan benda alam (tanah pasir, batang, daun) atau benda buatan (kertas papan tulis dinding) (Atisah & Petrussumadi,1991, 24)
Bidang	Bidang ialah unsur seni rupa yang menghasilkan dengan menggabungkan beberapa garis sampai membentuk beberapa sisi.
Bentuk	Bentuk ialah unsur yang menjadikan karya seni rupa menjadi lebih hidup dan bentuk terdiri dari beberapa bidang
Warna	warna yang terdiri dari warna cahaya, warna benda, warna psikis, warna dalam <i>photography</i> , warna additive dan subtractive pada digital kemudian warna berpengaruh pada hasil dan merupakan penilaian dalam hasil akhir dalam estetika karya.
Tekstur	Menurut Atisah & Petrussumadi (1991: 31) bahwa permukaan pada benda alam maupun buatan jarang yang sama antara satu dengan yang lainnya. Benda memiliki teksturnya masing masing.
Gelap terang	gelap terang ialah unsur seni rupa dari terang dan gelapnya dalam warna

Unsur seni rupa dan desain adalah besik yang selalu diaplikasikan pada rupa dasar dalam membuat sebuah karya yang mengatur komposisi. Dalam aplikasi logo hal tersebut harus diperhatikan dan diaplikasikan, tidak semua karya logo yang berhasil tetapi yang berhasil adalah yang mengaplikasikan unsur seni rupa sesuai interpreatsi perusahaan yang diwujudkan kedalam logo yang mewakili identitas perusahaan karena logo juga merupakan bagian yang penting untuk menunjukkan keberadaan suatu pembeda produk dengan produk lainnya.[1].

Tampilan berhubungan dengan logo bisnis atau produk. Sebuah logo yang efektif seharusnya Unik dan menarik bagi target market, Mampu menggambarkan sifat alami bisnis produk atau servis[5]. Hal ini dapat ditafsirkan dengan dua cara

yakni literal dan abstrak, Tidak mudah usang/ketinggalan zaman karena pergantian waktu (tahan lama), Dapat diterapkan dalam semua konteks potensi komunikasi.

III. ANALISIS PERANCANGAN

1. Analisis Visual



Gambar 1. Logo propesor bawang
(sumber: [6])

Logo baik itu diperuntukan sebagai jasa atau produk yang memiliki proses produksi yang dilakukan produsen atau perusahaan, kemudian dijual kepada konsumen yang membutuhkan baik untuk memenuhi keperluan sehari-hari, memenuhi kebutuhan pokok maupun memenuhi keinginan / engsi / kepuasan gaya hidup konsumen, dimana hasil penjualan produk tersebut merupakan pendapatan / penghasilan / penerimaan arus kas masuk untuk perusahaan yang bersangkutan[7]. Logo pada eksistensi sebuah perusahaan sebagai daya Tarik sebuah identitas perusahaan khususnya untuk nilai kepercayaan konsumen terhadap produk perusahaan

2. Bentuk



Gambar 2. Karakter logo yang digunakan
(sumber: [6])

Analisis desain Karakter pada logo propesor bawang memiliki desain karakter dengan bentuk bawang merah. Bawang merah memiliki mata yang menggunakan kaca mata, tangan dengan wujud mengacungkan jempol, dan pada pipinya kemerahan. Wujud pada visual ini berasal dari bentuk lingkaran. Lingkaran memiliki kesan hangat, nyaman, kasih sayang, cinta dan keselarasan dapat memperlihatkan kesatuan dan integritas bulat dapat memperlihatkan pergerakan yang dinamis.



Gambar 3. Karakter yang digunakan
(sumber: [6])

Daun pada karakter bawang ditempatkan diatas kepala dapat dikatakan mahkota atau rambut. Daun ini berbentuk hijau dengan jumlah 3 helai daun. Memiliki gradiasi warna dari hijau tua ke warna kuning. Jika dilihat secara keseluruhan bentuk dasar berupa bentuk segi tiga yang memiliki kesan mencapai tujuan, stabilitas atau sebaliknya.

3. *Typografi*



Gambar 4. Tipografi yang digunakan
(sumber: [6])

Typografi sangat berpengaruh pada sebuah logo atau *brand*. *Typografi* merupakan salah satu unsur pada desain grafi tidak hanya unsur baca tapi merupakan unsur seni bagi desain grafis. Ini merupakan *visual language* atau bahasa yang dapat dilihat. Pada tulisan logo menggunakan jenis tulisan 'always in my heart' font ini merupakan *font*

sambung dengan perubahan huruf diantaranya P,B,O dan G. Pengaplikasian huruf O pada kata professor diubah dengan bentuk bawang merah dan huruf G pada kata bawang menjulur kedepan bagaikan lidah.

ahlinya bawang goreng

Gambar 5. Tipografi yang digunakan
(sumber: [6])

Typografi kedua menggunakan jenisfont ‘Candy INC’ dengan huruf sambung dan memiliki kesan dramatis, kering dan gothic pada penulisanya. Jenis font ini tidak memiliki font numbering. Pada pengaplikasian font ini dalam logo tidak ada perubahan sama sekali. Font ini diterapkan dengan huruf kecil dibawah tulisan bawang.

4. Warna



Gambar 6. Warna yang dipakai
(sumber: [6])

Dilakukannya aplikasi warna kuning sebanyak 80% dari logo, warna kuning akan memberikan kesan gembira, terang, cerah, bersinar, ketegasan.

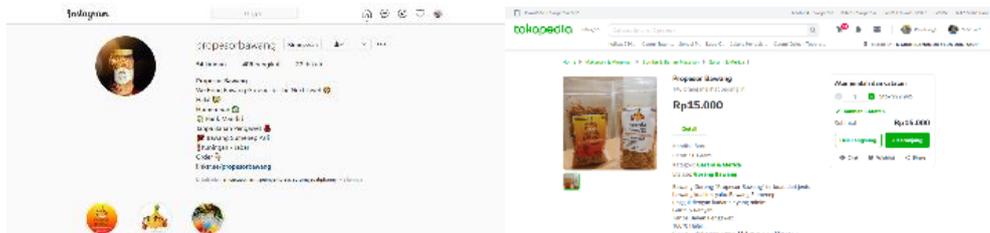
Warna orange pada logo akan menghasilkan kesan keceriaan, kehangatan, persahabatan, optimism. Orange memiliki daya tarik yang kuat dan mampu merangsang pandangan mata.

Warna merah yang tertera pada font “Propesor bawang” memiliki kesan kehangatan bahagia, keberanian, semangat kekuatan, kegairahan, dan tanda peringatan (untuk traffic light).

Warna hitam digunakan sebagai aksan pada logo. Warna hitam memiliki kesan misteri, kegelapan, independent, dramatis, sunyi, elegant, tegas, solid, dan kuat.

5. Daya Tarik dalam Penjualan Produk

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang di pengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial[16]. Mengenai pemasaran akan berdampak kepada seluruh aspek. Pemasaran tersebut adalah efek dari branding yaitu logo dan kemasan sebagai wujud atau atribut dari pemasaran tersebut.



Gambar 7. Marketing online diinstagram dan Tokopedia
(sumber: [6])

Strategi pemasaran merupakan suatu cara atau alat yang dilakukan perusahaan untuk mencapai suatu tujuan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang melalui kegiatan pemasaran [10]. Kegiatan pemasaran adalah upaya mempromosikan brandnya agar mendapatkan citra, cara dalam strategi pemasaran sangatlah beragam, maka diharuskan kreatif dan peka terhadap suasana lingkungan.

TABEL II
KEBIASAAN MASYARAKAT MENGKONSUMSI BAWANG GORENG
(SUMBER. PENULIS 2021)

Kategori	Menyukai (%)	Tidak menyukai (%)
Bawang goreng gurih	60	40
Bawang goreng pedas	80	20

TABEL III
JUMLAH PEMBELIAN SETELAH MENGGUNAKAN LOGO USAHA
(SUMBER. PENULIS 2021)

Jarak pembelian	Kuantitas pembelian /kg	Konsumen /bulan
Didalam wilayah	20	80
Diluar Wilayah	100	500

Promosi sangat berpengaruh terhadap usaha perusahaan untuk mencapai volume penjualan yang maksimal, karena meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relatif murah serta mudah untuk diperoleh, jika tidak di sertai promosi yang baik, maka tingkat penjualan tidak akan memadai[8].

TABEL IV
KEPERCAYAAN KONSUMEN DILIHAT DARI LOGO DAN PACKAGINGNYA
(SUMBER. PENULIS 2021)

Element produk	Logo	Packaging
Sangat bagus	10	5
Cukup bagus	43	40
Bagus	20	25
Kurang bagus	8	10
Sangat Jelek	-	-
TOTAL	80	80

Dilihat dari data yang berupa table dapat dilihat bahwa logo adalah cerminan identitas perusahaan yang dapat meningkatkan kemampuan promosi dan marketing dalam penjualan atau daya Tarik pembeli sebagai eksistensi perusahaan. Maka dibuatnya logo yang menarik sesuai identitas perusahaab dan packaging yang baik akan menaikkan daya beli produk.

IV. KESIMPULAN

Peningkatan UMKM disuatu daerah akan membatu kepada seluruh sector perekonomian, dengan dibuat *brand* berupa logo usaha, hal ini akan membantu dalam prosese marketing dan promosi. Daya Tarik pembeli dilihat dari logo dan packaging, logo yang baik memiliki arti dan filosofi yang dapat diinterpretasikan melalui unsur dan prinsip seni dan desain sedangkan kemasan akan menjamin mutu pada produk.

UMKM propesor bawang yang bergerak pada produk goreng bawang menilai mengenai kualitas logo bagus: 10, cukup bagus 43, bagus 20, dan kurang bagus 8, dan sedangkan yang menilai kualitas packaging bagus: 5, cukup bagus 40, bagus: 25, kurang bagus :10. Dari kepercayaan konsumen yang melihat logo dan packaging produk bahwa konsumen melihat visual dan keyakinan pada logo usaha yang memperlihatkan kualitas produk.

REFERENSI

- [1] Rasyid, R. A., & Karya, D. F. (2004). PERBANDINGAN LOGO , WARNA , DAN KEMASAN (STUDI PADA EXPO DI UNIVERSITAS NEGERI MATARAM , NTB). 51–56.
- [2] Setiawan, A. (2016). PENCAPAIAN SENSE OF DESIGN DALAM. ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia, 2(2), 105–115. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/article/view/1211>
- [3] Setyanto, D. W., Sulistiyawati, P., & Rahmasari, E. A. (2018). Implementasi Nirmana pada Fotografi Portraiture 3D Anaglyph. ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia, 4(02). <https://doi.org/10.33633/andharupa.v4i02.1790>
- [4] Zulkarnain, A. (2019). ANALISA UNSUR ESTETIKA DESAIN IDENTITAS VISUAL KARYA STUDIO DESAIN PENTAGRAM BERDASARKAN KACAMATA TEORI EKSPRESI DAN FORMALISME. 1(1), 1–12. <http://gestalt.upnjatim.ac.id/index.php/gestalt/article/view/16>
- [5] Mazwahid (2012). *Mengapa Harus Rebranding*. From www.marketing.co.id/mengapa-harus-rebranding, 11 Maret 2020, 14:31.
- [6] Pebrianto, Revi. 2020. Personal Communication Owner Propesor bawang. Kuningan-Jawa barat.
- [7] Apriyanti, M. E. (2018). PRODUK PERUSAHAAN Masayu Endang Apriyanti Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Indraprasta PGRI. 2(1), 20–27.
- [8] Arief, M. M. (2019). EFEKTIVITAS PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK TELKOM PADA PT . TELKOM DI BIAK. “Gema Kampus,” 1(1), 49–56. file:///C:/Users/LENOVO-1/AppData/Local/Temp/28-55-1-SM.pdf