



**PEMBUATAN DESAIN LOGO IKM SEBAGAI
SALAH SATU FASILITASI DI DINAS
PERINDUSTRIAN & PERDAGANGAN PROVINSI
JAWA TIMUR**



Oleh:

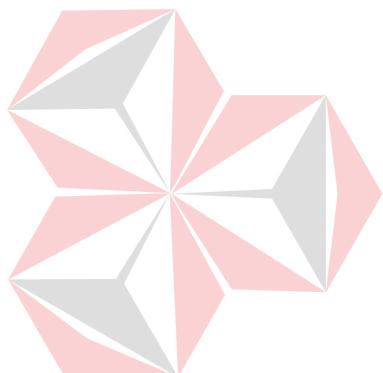
DION DWI PANGESTU

17.42020.0002

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA
2020**

PEMBUATAN DESAIN LOGO IKM
SEBAGAI SALAH SATU FASILITASI DI DINAS
PERINDUSTRIAN & PERDAGANGAN PROVINSI JAWA
TIMUR

Diajukan sebagai salah satu
Syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana



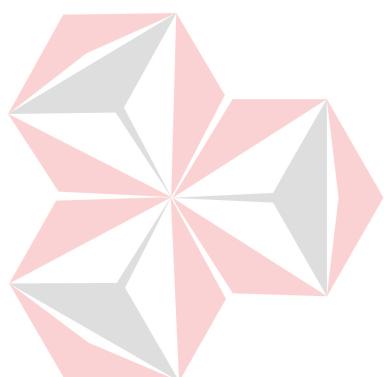
Oleh :

UNIVERSITAS
Dinamika

Nama : DION DWI PANGESTU
Nim : 17.42020.0002
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Produk

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA 2020

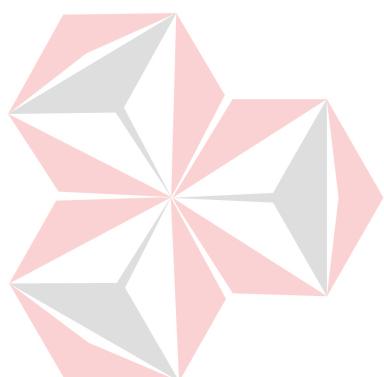
LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Sukses itu bukan kamu punya penghasilan dan kekayaan saja, tapi sukses itu bagaimana kamu bisa memberikan manfaat bagi kamu dan orang lain disekitarmu ”

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

**Kupersembahkan kepada orang tuaku dan teman-temanku tercinta, serta
semua pihak yang telah ikut membantuku menyelesaikan dari laporan ini.**

Terima kasih banyak

LEMBAR PENGESAHAN

PEMBUATAN DESAIN LOGO IKM SEBAGAI SALAH SATU FASILITASI DI DINAS PERINDUSTRIAN & PERDAGANGAN PROVINSI JAWA TIMUR

Laporan kerja praktik oleh

DION DWI PANGESTU

NIM : 17420200002

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya , 13 Maret 2020

Pembimbing

Darwin Y. R.S.T., M.Med.Kom., ACA
NIDN. 0716127501

Disetujui :



Puspita Pramiluwati, ST., M.Des
NIP. 19820425 200604 2 029

Mengetahui,
Program Studi S1 Desain Produk

**Yosef
Richo**

+0700
Yosef Richo Ardianto, S.T., MSM
NIDN : 0782038603

Digitally signed by Yosef Richo
DN: cn=Yosef Richo, o=Undika,
ou=Despro,
email=yosef@dinamika.acid.
c=ID
Date: 2020.07.15 10:30:48
+0200

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya :

Nama : Dion Dwi pangestu
NIM : 17420200002
Program Studi : S1 DESAIN PRODUK
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PEMBUATAN DESAIN LOGO IKM SEBAGAI SALAH SATU FASILITASI DI DINAS PERINDUSTRIAN & PERDAGANGAN PROVINSI JAWA TIMUR**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 februari 2020



Dion Dwi Pangestu
NIM : 17420200002

ABSTRAK

Logo adalah suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah di ingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Sebuah logo wajib mempunyai filosofi dan kerangka dasar yang berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri. Sebuah logo memiliki ciri khas seperti warna dan bentuk logo tersebut. Logo yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Logo adalah bagian yang sangat penting untuk mengetahui suatu produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli.



Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur merupakan pembinaan dan pengembangan di bidang industri dan perdagangan di jawa timur kemudian diintergrasikan antara instansi kantor wilayah departement perindustrian dan kantor wilayah departement perdagangan menjadi dinas perindustrian dan perdagangan provinsi Jawa Timur

Kata Kunci : *logo produk,disperindag jatim*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Pelaksanaan Kerja Praktik ini. Kerja Praktik ini merupakan salah satu matakuliah yang wajib ditempuh di Program Studi Desain Produk Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Laporan Kerja Praktik ini disusun sebagai pelengkap Kerja Praktik yang telah dilaksanakan lebih kurang satu bulan di Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Dengan selesainya laporan Kerja Praktik ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Orang Tua yang telah memberikan dorongan dan bantuan baik moral maupun materi sehingga penulis dapat menempuh dan menyelesaikan Kerja Praktik maupun laporan ini
2. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Rektor Institut Bisnis dan Informatika Universitas Dinamika Surabaya..
3. Yosef Richo Adrianto, S. T., M.SM selaku Ketua Program Studi S1 Desain Produk Institut Bisnis dan Informatika Surabaya, yang selalu memberi dukungan dalam menyelesaikan laporan ini.
4. Darwin Yuwono Rianto,S.T.,M.Med.Kom.ACA. Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberi masukan selama proses penyusunan Laporan Kerja Praktik ini.
5. Ir Ika Rachmyta FT,MM selaku kepala UPT pengembangan mutu produk industri dan teknologi kreatif surabaya yang telah menerima saya untuk melaksanakan Kerja Praktik.
6. Puspita Pramiluwati, ST., M.DS, selaku penyelia seksi desain produk industry dan teknologi kreatif di UPT pengembangan mutu produk industri dan teknologi kreatif surabaya beserta staf yang telah memberikan tempat Kerja Praktik dan menerima dengan baik.

7. Thaufik dan Ferdi selaku sahabat yang telah mengejar saya untuk mengambil KP untuk bisa mengambil TA semester depan dan memberi saya pinjaman buku yang sangat membantu untuk penyusunan laporan ini.
8. Teman - teman seperjuangan Desain Produk dan semua pihak yang terlibat atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan hingga tersusunnya laporan ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah memberi bantuan maupun bimbingan dalam menyempurnakan Laporan Kerja Praktik ini.

Dalam menyusun laporan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat di dalam laporan ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran agar Laporan Kerja Praktik ini bisa lebih baik lagi untuk kedepannya dan dapat bermanfaat untuk semua orang.

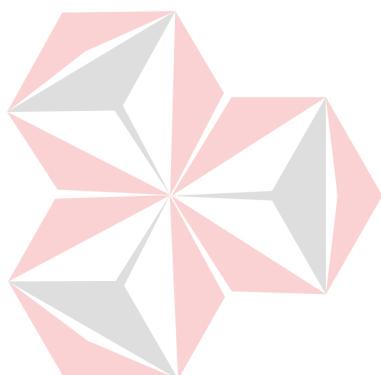
Surabaya, 13 februari 2020



DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	2
DAFTAR GAMBAR.....	4
BAB I PENDAHULUAN	5
1.1 Latar Belakang	5
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan	7
1.5 Manfaat	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	6
2.1 Sejarah dan Profil Singkat UPT PMPI dan TK	6
2.2 Visi dan Misi	6
1. Visi.....	6
2. Misi	7
2.3 Dasar hukum	7
2.4 Tugas pokok dan fungsi	7
2.5 Struktur organisasi	8
2.6 Strategi fasilitas	9
2.7 Arah dan kebijakan.....	10
2.8 Logo instansi.....	10
2.9 Lokasi Perusahaan	11
BAB III LANDASAN TEORI	15
3.1 Logo	15
3.1.1 Pengertian Logo.....	15
3.1.2 Fungsi logo	16
3.1.3 Jenis-jenis logo	16
3.1.4 Aspek logo.....	17
3.2 Desain logo dan masyarakat	18
3.4 Warna	21
3.5 Layout	24
3.6 Logo.....	28
3.7 Typografi	33
BAB IV PROSES KERJA	36
4.1 Skema Perancangan	36
a. Creative brief	36
b. Studi pustaka.....	37
c. Observasi	37
d. Pengumpulan data.....	37
e. Konsep	37

Proses Desain	38
BAB V PENUTUP	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 struktur organisasi	8
Gambar 2.2 logo instansi	10
Gambar 2.3 peta lokasi gedung UPT PMPI & TK (lokasi kerja praktik).....	11
Gambar 2.2 logo <i>coreldraw</i>	38
Gambar 2.3 logo <i>adobe photoshop</i>	38
Gambar 2.4 Logo D'SUQA	39
Gambar 2.5 proses pembuatan awal logo D'SUQA	41
Gambar 2.6 proses kedua pembuatan logo D'SUQA	41
Gambar 2.7 proses ketiga pembuatan logo D'SUQA.....	42
Gambar 2.8 proses keempat pembuatan logo D'SUQA	42
Gambar 2.9 proses kelima pembuatan logo D'SUQA.....	43
Gambar 2.10 proses final pembuatan logo D'SUQA	43



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini di era digital dan banyaknya perkembangan teknologi yang dilakukan di Indonesia maupun diluar negeri yang semakin tahun semakin meningkat, yang dimana kebutuhan pihak perusahaan untuk menarik para desainer muda dalam berlomba lomba membuat sebuah produk terutama pada desain kemasan produk dan logo. oleh karena itu. Kesuksesan dalam persaingan industri tersebut akan ditentukan oleh keberhasilan mengembangkan produk sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen. persaingan produk impor dan produk dari Industri Kecil Menengah (IKM) dalam bidang makanan sangat ketat, banyak produsen yang bersaing melalui produk unggulan mereka. Permasalahannya banyak IKM di Indonesia yang kurang sadar akan pentingnya desain logo sebagai salah satu unsur daya tarik konsumen, kebanyakan dari mereka belum menggunakan logo atau “apa adanya”. Dalam upaya meningkatkan daya saing industri makanan dan minuman di Indonesia. Maka kerja praktik ini bertujuan untuk pembuatan logo IKM di UPT Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur.

UPT Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif Dinas perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur mempunyai tugas melaksanakan sebagai tugas dinas dalam pelayanan, Pembinaan, alih teknologi, pengembangan desain, penyediaaan sarana usaha industri, ketata usahaan dan pelayanan masyarakat.

Dari masalah di lapangan tujuan kerja praktik disini adalah membantu UPT pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif Dinas perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur dalam mensosialisasikan pentingnya desain kemasan dan logo pada suatu produk untuk menambah daya tarik dan nilai jual produk melalui perancangan kemasan produk makanan dan minuman yang dihasilkan oleh UKM.

Logo atau *brand identity* adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya.



Suatu logo dapat diambil artinya dari suatu kualitas yang disimbolkan, melalui pendekatan budaya perusahaan (*corporate culture*), penempatan posisi (*positioning*) historis atau aspirasi perusahaan, apa yang diartikan atau dimaksudkan adalah penting daripada seperti apa rupanya. Secara keseluruhan logo adalah instrumen rasa harga diri dan nilai-nilainya dapat mewujudkan citra positif dan dapat dipercaya.

Berdasarkan kondisi IKM menengah dan menengah kebawah yang ada saat ini maka laporan kerja praktik ini mengangkat tentang pembuatan desain logo produk makanan dan minuman yang dihasilkan IKM di Provinsi Jawa Timur agar terlihat menarik dan menambah nilai jual produk yang selama ini belum di maksimalkan dalam segi pengembangan mutu produk dan teknologi kreatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan adalah bagaimana membuat desain logo IKM agar produk lebih dikenal dan mempunyai ciri khas di mata konsumen ?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam laporan ini terfokus dan tidak terlalu meluas maka diperlukan batasan-batasan mengenai permasalahan, yaitu pembuatan desain logo IKM

1.4 Tujuan

Setelah mengetahui rumusan masalah, maka dapat ditentukan adapun tujuan dari Kerja Praktik ini, yaitu menghasilkan desain logo untuk IKM agar produk dapat dikenal dan dapat produk lebih dikenal dan mempunyai ciri khas di mata konsumen dan dapat bersaing dengan produk impor

1.5 Manfaat

Manfaat yang didapat dari Kerja Praktik diantaranya adalah :

1. Bagi Mahasiswa

Melalui Kerja Praktik tersebut, mahasiswa dapat memperoleh manfaat seperti berikut di bawah ini:

- a. Dapat mengetahui bagaimana proses perancangan desain kemasan
- b. Mengetahui cara berkomunikasi dalam pekerjaan terhadap konsumen.
- c. Dapat mengetahui informasi dan sebuah gambaran bentuk kemasan yang ingin dibuat dan sesuai dengan permintaan konsumen
- d. Menambah sikap profesional terhadap individu.
- e. Melatih mentalitas diri saat bekerja.

2. Perusahaan

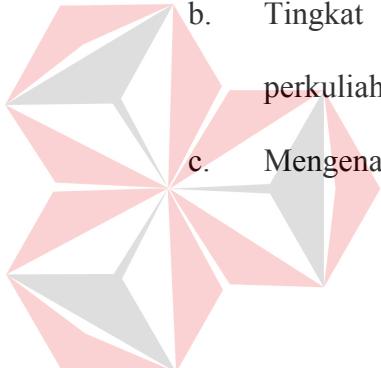
Melalui Kerja Praktik tersebut, pihak perusahaan dapat memperoleh manfaat seperti berikut di bawah ini:

- a. Menjalin hubungan antara perusahaan dengan Institusi
- b. Perusahaan mendapatkan tenaga kerja ditingkat akademis
- c. Memudahkan instansi / perusahaan tersebut dalam mencari tenaga kerja

3. Akademis

Melalui Kerja Praktik tersebut, akademi dapat memperoleh manfaat seperti berikut di bawah ini:

- a. Pengetahuan / Pengalaman Kerja Praktik yang didapat bisa diterapkan pada perkuliahan
- b. Tingkat detail dan akurasi pada penggerjaan dapat diterapkan didalam perkuliahan
- c. Mengenalkan dunia industri dan perdagangan ditingkat akademi



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah dan Profil Singkat UPT PMPI dan TK

Diresmikan pada tanggal 9 agustus 2010 oleh kepala Dinas Perindustrian dan perdagangan Provinsi Jawa Timur. Bertujuan sebagai sarana pelayanan fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh Bindag SDPI. Pada tahun 2006 direncanakan pengoperasian mobil keliling untuk memaksimalkan kinerja PPSII (pelayanan pendaftaran merek,pengambilan contoh uji produk & desain produk dan kemasan)

2.2 Visi dan Misi

1. Visi

Bertitik tolak dari berbagai kondisi pembangunan sektor industri dan perdagangan yang akan dihadapi Provinsi Jawa Timur 2014-2019. Maka dibutuhkan solusi-solusi strategis untuk mengatasi 5 tahun mendatang . untuk itu pengembangan sektor industri dan perdagangan di Jawa Timur 2014-2019 berangkat dari landasan visi :

“Jawa Timur sebagai pusat industri dan perdagangan terkemuka yang lebih berdaya saing global dan mandiri”

visi dinas perindustrian dan perdagangan provinsi Jawa Timur merupakan mengenjawantahan dari kondisi perekonomian dan visi provinsi Jawa Timur dimana selama beberapa tahun terakhir perekonomian Jawa Timur di domisili oleh sektor industri dan subsektor perdagangan. Disamping itu inti dari visi tersebut adalah bagaimana mewujudkan industri dan perdagangan yang mandiri dan berdaya saing global.

2. Misi

Untuk mewujudkan visi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur di atas . ditempuh beberapa misi sebagai berikut

- a. Mewujudkan nilai tambah industri, penguasaan teknologi industri dan penguatan struktur industri
- b. Mewujudkan peningkatan kinerja ekspor non migas
- c. Mewujudkan penguatan pangsa pasar dan peningkatan efisiensi perdagangan dalam negeri
- d. Mewujudkan perlindungan konsumen dan pengamanan perdagangan

2.3 Dasar hukum

1. Peraturan pemerintah nomor 18 tahun 2016 tentang perangkat daerah
2. Peraturan daerah provinsi jawa timur nomor 11 tahun 2016 tentang pembentukan dan sasaran perangkat daerah
3. Peraturan gubernur jawa timur nomor 68 tahun 2016 tentang kependudukan, susunan organisasi, uraian tugas dan fungsi serta tata kerja dinas perindustrian dan perdagangan provinsi jawa timur.
4. Peraturan gubernur jawa timur nomor 103 tahun 2016 tentang nomenklatur, susuna organisasi ,uraian tugas dan fungsi serta tata kerja unit pelaksana teknis dinas perindustrian dan perdagangan provinsi jawa timur.

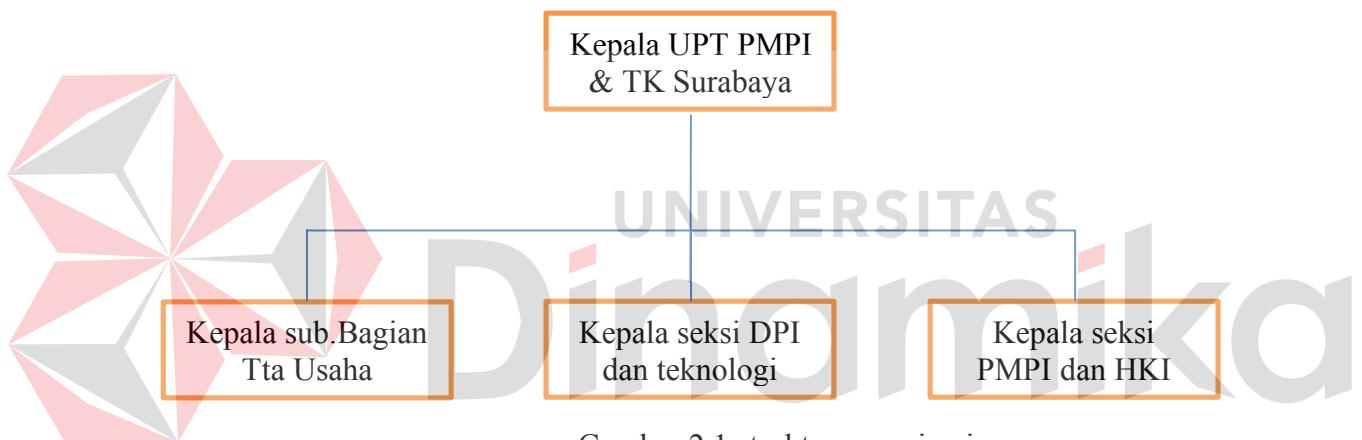
2.4 Tugas pokok dan fungsi

Melaksanakan sebagai tugas dinas dalam fasilitasi, pengembangan mutu produk industri, hak kekayaan intelektual (HKI), desain produk industri, teknologi kreatif dan ketatausahaan serta peran fungsi sebagaimana berikut :

1. Penyusunan rencana dan program kerja
2. Pengelolaan dan pelayanan administrasi umum internal maupun eksternal
3. Pelaksanaan tugas ketatausahaan

4. Pelaksanaan pengembangan dan fasilitasi di bidang mutu produk industri HKI, desain produk industri dan teknologi kreatif
5. Pelaksanaan pelatihan teknis dan pendampingan di bidang mutu produk industri, HKI, desain produk industri dan teknologi kreatif
6. Pelaksanaan kerja sama pengembangan mutu produk industri, HKI, desain produk industri dan teknologi kreatif
7. Pelaksanaan monitoring, evaluasi dan pelaporan
8. Pelaksanaan tugas tugas lain yang diberikan kekapa kepala dinas

2.5 Struktur organisasi



Gambar 2.1 struktur organisasi

1. Bidang tata usaha

- A. Menyusun rencana kegiatan pembangunan mutu produk industri dan HKI
- B. Melaksanakan pengembangan dan fasilitas kegiatan mutu produk industri dan HKI
- C. Melakukan pelatihan teknis dan pendampingan mutu produk industri dan HKI
- D. Melaksanakan kerjasama pengembangan mutu produk industri dan HKI
- E. Melakukan monitoring, evaluasi, dan pelaporan pengembangan mutu produk industri dan HKI
- F. Melaksanakan tugas tugas lain yang diberikan oleh kepala UPT

2. Bidang desain produk industri dan teknologi kreatif

- A. Menyusun rencana kegiatan desain produk industri dan teknologi kreatif.
- B. Melaksanakan pengembangan dan fasilitas desain produk industri dan teknologi kreatif
- C. Melaksanakan pelatihan teknis dan pendampingan desain produk industri teknologi kreatif.
- D. Melaksanakan kerjasama desain produk industri dan teknologi kreatif
- E. Melaksanakan *monitoring*, evaluasi dan pelaporan desain produk industri dan teknologi kreatif
- F. Melaksanakan tugas tugas lain yang diberikan oleh kepala UPT

3. Bidang PMPI dan HKI

- A. Menganalisa konsep rencana dan kegiatan kerja tata usaha UPT
- B. Melaksanakan pengelolaan surat menyurat, rumah tangga, kehumasan dan kearsipan.
- C. Melaksanaan pengelolaan administrasi kepegawaian
- D. Melaksanaan pengelolaan administrasi keuangan
- E. Melaksanaan pengelolaan perlengkapan dan peralatan kantor
- F. Melaksanakan pengelolaan data dan informasi
- G. Melakukan monitoring, evaluasi dan pelaporan kegiatan tata usaha
- H. Melaksanakan tugas tugas lain yang diberikan oleh kepala UPT

2.6 Strategi fasilitas

- 1. Fasilitas dan pendampingan pengembangan mutu produk sesuai standart manajemen mutu dan jaminan mutu
- 2. Fasilitas dan pendampingan pengembangan desain produk industri
- 3. Pelatihan sumber daya manusia bagi apart dan IKM
- 4. Fasilitas pendaftaran perlindungan HKI bagi IKM
- 5. Fasilitas pendaftaran batik Mark
- 6. Fasilitas pendaftaran barcode
- 7. Fasilitas halal MUI.
- 8. Fasilitas pengujian produk nutrisi (nutrition facts)

9. Fasilitas pengujian produk (berstandar SNI)
10. Koordinasi dengan instansi terkait

2.7 Arah dan kebijakan

1. Meningkatkan fasilitasi, pembinaan dan pengembangan standardisasi industri ,sistem manajemen umum serta pengendalian mutu produk
2. Meningkatkan fasilitas, pembinaan dan pengembangan desain produk industri
3. Meningkatkan kemampuan SDM industri, efisiensi dan produktifitasnya
4. Meningkatkan sarana prasarana kerja / pendukung
5. Meningkatkan koordinasi/ kerjasama dengan instansi terkait/ lembaga standarisasi. Lembaga desain produk

2.8 Logo instansi



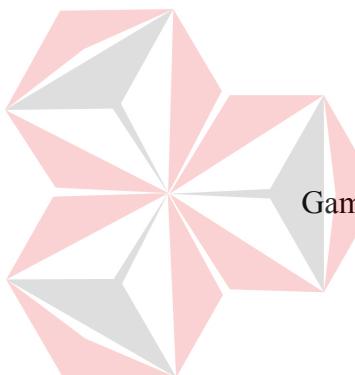
Gambar 2.1 logo instansi

2.9 Lokasi Perusahaan

Lokasi UPT pengembangan mutu produk industri dan teknologi kreatif di area kompleks . Dinas perindustrian dan perdagangan gedung D yang beralamatkan JL siwalankerto, wonocolo, kota surabaya , provinsi jawa timur 60236, Indonesia.



Gambar 2.3 peta lokasi gedung UPT PMPI & TK (lokasi kerja praktik)



UNIVERSITAS
Dhamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Logo

3.1.1 Pengertian Logo

Menurut Wikipedia, Logo adalah suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah di ingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya.

Sebuah logo wajib mempunyai filosofi dan kerangka dasar yang berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri. Sebuah logo memiliki ciri khas seperti warna dan bentuk logo tersebut.

Sebuah logo dapat memakai elemen apa saja, seperti tulisan, logogram, gambar, ilustrasi dan lain-lain. Sebuah logo adalah simbol atau elemen gambar pada identitas visual.

Menurut Sularko, dkk (2008: 6) dalam bukunya “How to They Think” Logo atau corporate identity atau brand identity adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya.

Suatu logo dapat diambil artinya dari suatu kualitas yang disimbolkan, melalui pendekatan budaya perusahaan (corporate culture), penempatan posisi (positioning) historis atau aspirasi perusahaan, apa yang diartikan atau dimaksudkan adalah penting daripada seperti apa rupanya. Secara keseluruhan logo adalah instrumen rasa harga diri dan nilai-nilainya dapat mewujudkan citra positif dan dapat dipercaya.

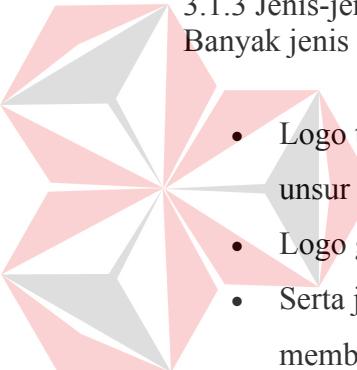
3.1.2 Fungsi logo

Menurut Rustan (2009: 13) fungsi dari logo adalah sebagai berikut:

- Identitas diri. Supaya dapat membedakan dengan identitas milik orang lain
- Tanda Kepemilikan. Supaya membedakannya dengan milik orang lain
- Tanda Jaminan kualitas
- Mencegah peniruan/pembajakan
- Menambah nilai positif
- Properti legal suatu produk atau organisasi
- Mengkomunikasikan informasi seperti keaslian, nilai dan kualitas

3.1.3 Jenis-jenis logo

Banyak jenis logo yang beredar di masyarakat. Tapi dasarnya logo terbagi atas

- 
- Logo type : Adalah logo yang memakai wordmark (Kata/nama dengan unsur tipografi)
 - Logo gram : Adalah logo yang memakai ikon (ilustratif atau inisial)
 - Serta jenis logo yang menggabungkan antara kedua jenis diatas, sehingga membuat logo lebih komplit.

Yasaburo Kuwayama mengkategorikan logo menjadi 4 jenis:

1. Berbentuk huruf (*Alphabet*)
2. Lambang-lambang, angka-angka (*Symbols, numbers*)
3. Bentuk yang serupa dengan objek aslinya (*concrete, forms*)
4. Bentuk abstrak (*Abstrack forms*) Jika dilihat dari segi konstruksinya, logo pada umumnya terbagi menjadi tiga jenis:
 1. Elemen gambar dan tulisan terpisah (*picture mark dan letter mark*)
 2. Bisa disebut gambar, bisa juga disebut tulisan/ yang berbaur (*picture mark sekaligus letter mark*)
 3. Elemen tulisan saja (*letter mark*)

Menurut Louw dan Kimber (2007), kemasan dan pelabelan kemasan mempunyai beberapa tujuan, yaitu :

1. *Physical Production.* Melindungi objek dari suhu, getaran, guncangan, tekanan dan sebagainya.
2. *Barrier Protection.* Melindungi dari hambatan oksigen uap air, debu, dan sebagainya.
3. *Containment or Agglomeration.* Benda-benda kecil biasanya dikelompokkan bersama dalam satu paket untuk efisiensi transportasi dan penanganan.
4. *Information Transmission.* Informasi tentang cara menggunakan transportasi, daur ulang, atau membuang paket produk yang sering terdapat pada kemasan atau label.
5. *Reducing Theft.* Kemasan yang tidak dapat ditutup kembali atau akan rusak secara fisik (menunjukkan tanda-tanda pembukaan) sangat membantu dalam pencegahan pencurian. Paket juga termasuk memberikan kesempatan sebagai perangkat anti-pencurian.
6. *Convenience.* Fitur yang menambah kenyamanan dalam distribusi, penanganan, penjualan, tampilan, pembukaan, kembali penutup, penggunaan dan digunakan kembali.
7. *Marketing.* Kemasan dan label dapat digunakan oleh pemasar untuk mendorong calon pembeli untuk membeli produk.

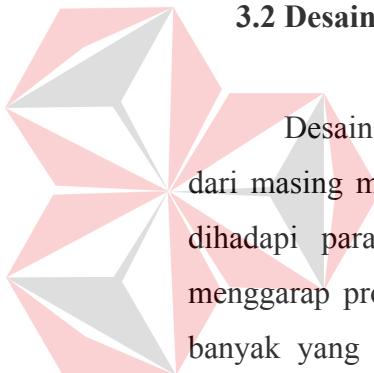
3.1.4 Aspek logo

Dalam membuat logo, terdapat beberapa aspek yang harus diperhatikan supaya pembuatan logo dapat tercapai. Menurut David E Carter (pakar Corporate Identity) berikut ini adalah beberapa pertimbangan tentang logo yang baik yaitu:

1. *Original dan distinctive.* Bisa disebut mempunyai ciri khas, unik, mempunyai daya pembeda yang jelas dengan logo lain.
2. *Legible:* Mempunyai tingkat keterbacaan yang tinggi ketika diaplikasi ke dalam berbagai ukuran dan media promosi.

3. Simple atau sederhana: Dapat mudah dimengerti dan ditangkap dalam waktu yang relatif singkat
4. Memorable: Dapat mudah di ingat karena keunikannya dalam waktu relatif lama
5. *Easy associated with the company:* Logo yang baik adalah mudah untuk dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi
6. *Easily adaptable for all graphic media:* Faktor kemudahan mengaplikasikan logo baik yang berbentuk fisik, warna maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada saat proses perencanaan. Agar terhindar dari kesulitan dalam penerapannya. (Kusrianto, 2006: 234)

3.2 Desain logo dan masyarakat



Desain logo IKM ada umumnya menjadi andalan sebagai ciri khas produk dari masing masing Kabupaten/ kota di Jawa Timur. Permasalahan yang masih dihadapi para pengusaha IKM pada umumnya masih kurang total dalam menggarap produknya. Pusat perhatian hanya pada satu elemen saja, meskipun banyak yang menyadari arti penting dalam identitas (logo) tetapi IKM tetap membuat logo apa adanya.

Ada yang membuat logo hanya sebatas tulisan tangan, dan sampai hanya sebuah nama tempelan dari kertas yang di photocopy. Sebenarnya logo bagi produk yang diperjualbelikan secara komersial memiliki fungsi lebih besar dari pada hanya sekedar pengenal tetapi logo sangat penting sebagai media promosi suatu produk tersebut . Beberapa kegunaan nya, sebagai arti dari perusahaan, produk dan mudah diingat.

Selain itu, IKM juga mensiasati masalah biaya desain logo yang harus membuatkan kepada orang atau tenaga desain. Logo tersebut juga akan memberi nilai tambah bagi produk dan meningkatkan nilai jualnya hingga beberapa kali lipat.

Sedangkan untuk jasa desain, diharapkan partisipasi dari perguruan tinggi yang memiliki jurusan desain grafis, untuk lebih menaruh perhatian pada IKM.

Misalnya melalui kerja praktik lapangan, dimana IKM bisa mendapatkan bantuan desain secara *free*.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur memiliki Unit pelayanan Teknis Industri Makanan dan Kemasan yang bertugas memberi bantuan kepada IKM berupa desain, dan pencetakan kemasan serta bimbingan dan pelatihan tentang kemasan lainnya.

3.3 Desain

3.3.1 Definisi Desain

Menurut Wikipedia, desain biasanya diterjemahkan sebagai seni terapan, arsitektur, dan berbagai pencapaian kreatif lainnya. Dalam sebuah kalimat, kata “desain” bisa digunakan baik sebagai kata benda maupun kata kerja. Dimana proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetik dan berbagai macam aspek. Jadi, desain merupakan proses perancangan yang melibatkan kreatifitas manusia yang bertujuan membuat sesuatu benda. Sistem dan lainnya sehingga memiliki manfaat.

Konsep desain sendiri merupakan sebuah dasar pemikiran desainer didalam usahanya dalam memecahkan tuntutan desain maupun problem desain. Dimana konsep berasal dari Bahasa latin yaitu *conceptus* yang berarti tangkapan.

3.3.2 Unsur Desain

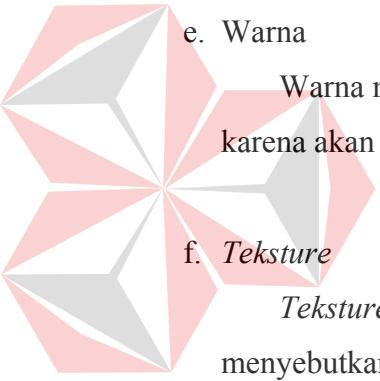
Dalam sebuah desain terdapat beberapa unsur atau elemen yang diperlukan Diantaranya:

a. Titik

Titik merupakan salah satu unsur visual yang dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik merupakan bagian kecil dari garis, karena pada dasarnya suatu garis dibentuk oleh adanya hubungan titik titik yang yang sangat dekat.

b. Garis

Garis dikenal sebagai goresan atau coretan dan gagasan limit suatu bidang atau warna. Ciri khas dari garis adalah terdapatnya arah serta dimensi



memanjang. Garis memiliki fungsi tertentu yang pada dasarnya digunakan untuk mengarahkan gerakan mata. Garis terdiri dari 4 macam, yakni garis *vertical*, *horizontal*, diagonal, dan garis yang berbentuk gelombang.

c. Bidang

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, serta dengan mempertemukan potongan hasil goresan serta garis.

d. Ruang

Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi 2, yaitu ruang nyata dan semu.

e. Warna

Warna merupakan elemen desain yang sangat berpengaruh terhadap desain karena akan membuat suatu komposisi desain lebih menarik.

f. *Teksture*

Teksture adalah nilai raba dari suatu permukaan. Pengertian lain menyebutkan bahwa tekstur merupakan gambaran dari suatu permukaan benda. Dalam penerapannya *teksture* dapat berpengaruh dalam unsur visual lainnya yaitu kejelasan titik, kualitas garis, keluasan bidang dan ruang, serta intensitas warna.

3.3.3 Prinsip Desain

Prinsip dasar desain merupakan prinsip keseimbangan, prinsip titik *focus*, Prinsip irama, dan prinsip kesatuan, prinsip ini harus diketahui untuk menghasilkan desain grafis yang baik untuk tampilan multimedia.

a. Prinsip kesimbangan

Keseimbangan ini perlu sekali dalam pembuatan komposisi. Ada 2 macam bentuk keseimbangan, yaitu:

- Keseimbangan sintris (mempunyai berat dan terbagi sama pada tiap tiap bagian).
- Keseimbangan asimetris (mempunyai keseimbangan yang tersembunyi dan tidak terbagi sama).

b. Prinsip titik *focus*

Pusat perhatian, dalam bentuk desain tersebut harus ada sesuatu yang harus menjadi pusat perhatian (*point of interest*).

c. Prinsip irama

Irama adalah suatu gerak teratur, yang berhubungan, sehingga akan selalu ada pengulangan-pengulangan yang teratur. Gerak-gerak itu akan mengakibatkan suatu arah kemudian menjadi irama. Dalam hal ini irama tidak dibentuk terbatas dari garis saja, namun semua unsur-unsur seni lukis bisa menjadi irama.



d. Prinsip kesatuan

Kesatuan dalam hal ini adalah suatu bentuk yang unsur-unsurnya mempunyai hubungan. Bentuk yang kita maksud dapat dicapai dengan cara sebagai berikut:

- Di dalam bentuk tersebut harus ada kontras, berlaku untuk semua unsur (goresan, irama, warna, tekstur, dan sebagainya).

3.4 Warna

Warna-warni tercipta karena adanya cahaya. Tanpa adanya cahaya, manusia tidak akan dapat membedakan warna. Seperti halnya jika kita memasuki sebuah ruangan yang gelap dan tertutup tanpa adanya cahaya, maka mata kita tidak dapat membedakan warna-warni yang ada di dinding tersebut. Pada tahun

1666 pengetahuan tentang warna didefinisikan oleh Sir Isaac Newton. Dimana ketika itu Newton secara tidak sengaja melihat *spectrum* warna yang dihasilkan oleh cahaya yang terpancar melalui sebuah gelas prisma. Hal tersebut ditulis oleh Prisma Haris Nuryawan dalam bukunya Kombinasi Warna Komplementer. 2009:101

Perasaan nyaman dan tidak nyaman akan timbul saat kita dihadapkan pada beberapa karya desain baik poster, lukisan, *flyer*, ataupun karya desain dan media promosi lainnya. Salah satu penyebabnya adalah penggunaan warna yang terdapat dalam desain tersebut tidak tepat. Penerapan warna pada sebuah desain akan menimbulkan kesan dan perasaan tertentu.

Oleh karena itu, seorang desainer juga harus mengerti tentang kaitan-kaitan warna dalam desain grafis sebagai berikut:



a. *Colour wheel* (roda warna)

Teori dasar warna yang digambarkan dalam bentuk lingkaran (roda) atau yang bisa disebut dengan *Colour Wheel* (roda warna) ini terdiri dari tiga warna dasar, yaitu merah, biru dan kuning yang biasa disebut sebagai warna Primer. Kemudian Pencampuran dari dua warna dasar ini melahirkan warna baru berupa sekunder. Selanjutnya warna primer yang dicampur dengan warna sekunder akan menghasilkan warna tersier. Warna-warna tersebut digambarkan dalam sebuah lingkaran warna yang lebih dikenal dengan sebutan *Colour Wheel*. Adapun beberapa aturan dasar terkait dengan *colour wheel* :

1) *Monochrome Colour*

Merupakan perpaduan warna dari beberapa warna yang bersumber dari satu warna dengan nilai dan intensitas yang berbeda.

2) Warna *Analog*

Merupakan kombinasi dari warna-warna terdekat.

3) Warna Pelengkap

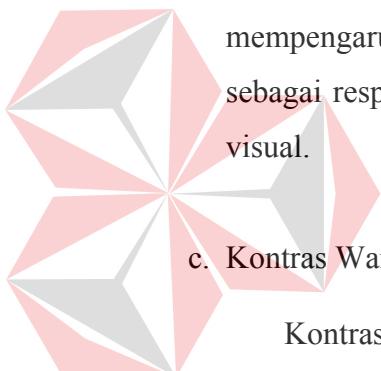
Digunakan saat dimana beberapa desain membutuhkan sebuah nilai kontras yang cukup untuk menarik perhatian lebih dari pembaca visual. Misal biru dan *orange*, merah dan hijau

4) Warna *Triad*

Teori roda warna menjelaskan bagaimana warna-warna dasar mampu melahirkan berbagai warna baru di sekitarnya. Terdapat sangat banyak sekali kombinasi warna selain warna-warna dasar untuk dapat membuat sebuah desain tampak unik dan berbeda.

b. Ruang pada Warna

Selain dapat mempengaruhi ruang dan bentuk, warna juga dapat mempengaruhi kesan yang disampaikan pada warna. Atau dapat juga disebut sebagai respon naturalis pada mata dalam menyikapi suatu kesan pada sebuah visual.



c. Kontras Warna

Kontras warna dapat dipengaruhi oleh warna-warna yang ada di sekitarnya. Teori sangat sederhana : Kontras = Gelap VS Terang.



d. Psikologi Warna

Warna dapat memberikan kesan serta mewakili karakter dan perasaan-perasaan tertentu, oleh sebab itu psikologi warna memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia desain.

e. Bidang Warna

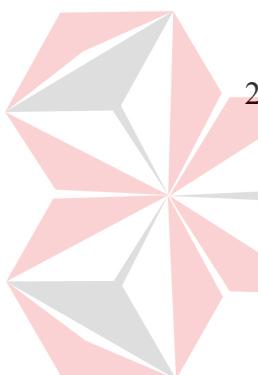
Garis *outline* pada sebuah bidang berfungsi sebagai pembatas warna agar tidak terlihat menyebar di sekelilingnya semakin tipis garis *outline* yang di berikan maka semakin tersebar warna area luar bidang begitu pada sebaliknya

f. Skema Warna

Skema warna adalah beberapa warna yang dikombinasikan sedemikian rupa sehingga mampu menciptakan nuansa tertentu. Istilah skema warna ini biasanya di gunakan dalam dunia desain *interior*. Skema warna dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

1) Skema Warna Komplementer

Skema warna komplementer atau kontras adalah suatu skema warna yang merupakan perpaduan antara dua warna yang terletak bersebrangan satu sama lain pada lingkaran warna sekunder yang terletak bersebrangan.



2) Skema Warna Split Komplementer

Skema split komplementer adalah satu jenis skema warna yang didasari oleh skema komplementer yang sudah baku namun memiliki variasi yang berbeda. Split komplementer adalah suatu skema warna yang menggunakan kombinasi dari satu warna yang dipadukan dengan dua warna lain yang letaknya berdekatan, bersebelahan atau mengapit warna yang letaknya tepat bersebrangan dengan warna tersebut.

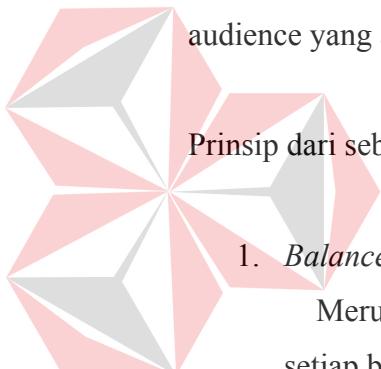
3.5 Layout

Dalam sebuah website (<http://library.binus.ac.id>) mendefinisikan *layout* sebagai penataletakan atau pengorganisasian dari beberapa unsur desain agar teratur dan tercipta hirarki yang baik guna mendapatkan dampak yang kuat dari orang yang melihat. Proses *layout* adalah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi seperti teks, garis, bidang, gambar, dan seagainya. Hal-hal yang harus jelas pada *layout* adalah:

1. Huruf dan ukurannya
2. Bentuk, ukuran, komposisi
3. Warna
4. Ukuran kertas cetak (bila di cetak)

Dalam sebuah website (<http://faculty.petra.ac.id>) disebutkan bahwa terdapat tiga kriteria sebuah layout dapat dikatakan baik, yakni: mencapai tujuan, ditata tujuannya bila pesan-pesan yang disampaikan dapat segera ditangkap dan dipahami oleh pengguna dengan cara-cara tertentu.

Dalam layout beberapa unsur penting, diantaranya: huruf typografi, kata baris, kolom, garis, ornamen, gambar, foto dan warna. Sebuah *layout* yang menarik bisa jadi malah sederhana dan tugas. Untuk pemilihan *image* yang akan di tampilkan dalam sebuah layout dapat melakukan pendekatan melalui target audience yang akan melihat *layout* tersebut.



Prinsip dari sebuah layout adalah:

1. *Balance* (seimbang)

Merupakan keseimbangan yang membantu menentukan ukuran pada setiap bagian dalam *layout*.

2. *Rhythm* (irama)

Merupakan keseimbangan yang membantu menentukan ukuran pada setiap bagian dalam *layout*.

3. *Emphasis* (tidak berat)

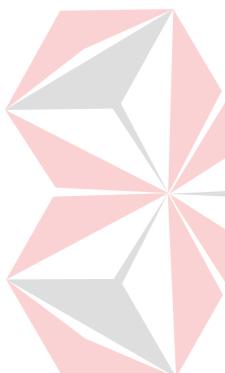
Dalam upaya menarik perhatian pembaca, setiap pesan pada *layout* harus memiliki daya tarik yang tinggi, agar khalayak yang melihatnya tidak cepat berpaling

4. *Unity* (kesatuan)

Keseluruhan elemen pada sebuah *layout* harus saling memiliki kesatuan satu sama lainnya.

Frank F.Jefkin (1997) dalam <http://library.binus.ac.id>, menyebutkan bahwa prinsip-prinsip desain diantaranya adalah:

1. *The law of variety*: sebuah layout harus dibuat bervariasi untuk menghindari kesan monoton.
2. *The law of balance*: dalam sebuah *layout* mata pembaca sebaiknya bergerak secara wajar, jadi sebaiknya dimulai dengan urutan yang ada.
3. *The law of harmony*: bagian dari *layout* sebaiknya dirancang secara harmonis dan tidak meninggalkan kesan monoton.
4. *The law of scale*: paduan warna terang dan gelap akan menghasilkan sesuatu yang kontras, hal ini dapat dipakai untuk memberikan tekanan pada bagian-bagian tertentu pada *layout*.



3.5.1 Jenis Layout

Pada buku pengantar desain (Kusniarto Adi 20007:143) menjelaskan bahwa dalam dunia desain, dikenal beberapa jenis layout dan diantaranya adalah:

1. *Mandarian*

Mengacu pada konsep pelukis belanda bernama Piet Mondrian, yaitu: penyajian iklan yang mengacu pada bentuk-bentuk kotak / landscape portrait. Dimana masing-masing bidangnya sejajar dengan bidang penyajian.

2. *Grid*

Suatu tata letak *layout* yang menggunakan grid atau skala dalam setiap penataannya. Sehingga seolah-olah bagian dalam *layout* tersebut terkesan teratur dan berada didalam skala.

3. *Picture Windows*

Tata letak *layout* yang menampilkan gambar secara close up. Dalam *layout* ini, gambar mendominasi seluruh *layout*.

4. *Silhouette*

Dalam *layout* siluet biasanya gambar umumnya lebih besar dalam *layout*. Kecuali jika gambar tersebut diletakkan tanpa *background* dan tulisan biasanya mengikuti garis bentuk yang tidak beraturan. *Space* putih pada *layout* digunakan sebagai penekanan damatik.

5. *Specimen type*

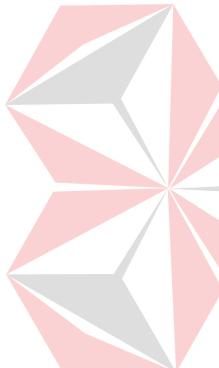
Karateristik dari gaya ini adalah headline yang besar dengan atau tanpa sentuhan art. *Headline* mendominasi dan digunakan sebagai penarik perhatian utama. Oleh karena itu, jenis tulisan yang dipilih sangatlah penting.

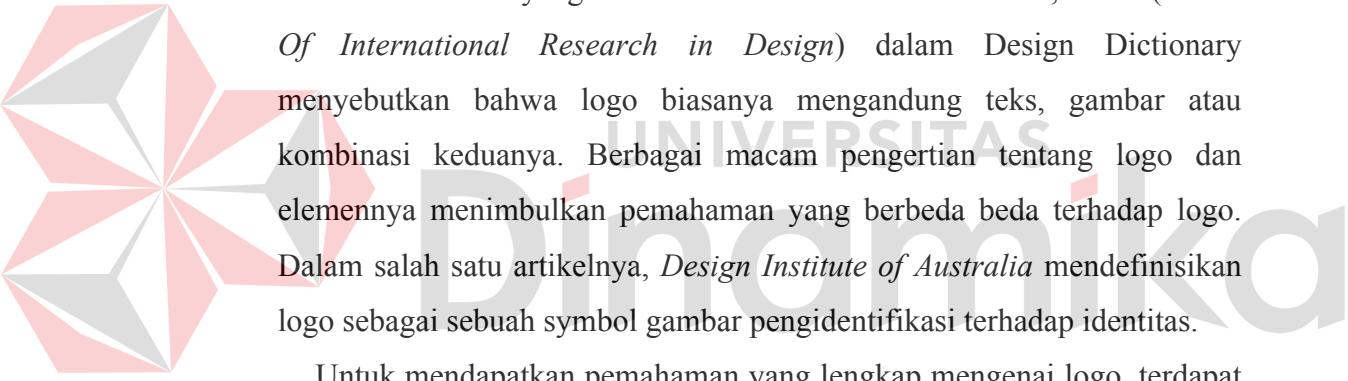
6. *Colour field*

Gaya ini sering menggunakan dua halaman dengan satu halaman didominasi oleh foto yang besar.

7. *Band*

Layout band menggunakan elemen di ketiga sisinya, sedangkan satu sisi diisi dengan tulisan. Keuntungan dari penataan ini adalah kesederhanaannya. Ketika meletakkan elemen, pastikan meletakkan





beberapa jarak diantaranya. Setiap komponen dalam layout ini harus memiliki hubungan yang kuta satu sama lain.

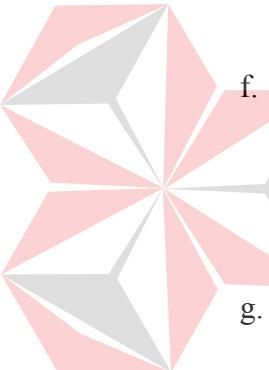
3.6 Logo

Brand atau merk dapat dipisahkan dari logo, karena logo merupakan elemen utama dalam membentuk identitas. Logo bukanlah hanya sekedar perlengkap atau formalitas. Karena logo mengisyaratkan kepribadian perusahaan. Penggunaan logo sebagai identitas telah muncul sejak tahun sebelum masehi, pada jaman kekaisaran Romawi dan mengalami beberapa fase perkembangan hingga saat ini.

Logo memiliki berbagai macam elemen dan bentuk yang ke seluruhan memiliki kesatuan yang membentuk identitas. Secara umum, BIRD (*Board Of International Research in Design*) dalam *Design Dictionary* menyebutkan bahwa logo biasanya mengandung teks, gambar atau kombinasi keduanya. Berbagai macam pengertian tentang logo dan elemennya menimbulkan pemahaman yang berbeda beda terhadap logo. Dalam salah satu artikelnya, *Design Institute of Australia* mendefinisikan logo sebagai sebuah symbol gambar pengidentifikasi terhadap identitas.

Untuk mendapatkan pemahaman yang lengkap mengenai logo, terdapat beberapa istilah tentang logo yang saling terkait antara satu dengan yang lainnya:

- a. Entitas atau *entity*, adalah objek sebenarnya yang dimaksudkan. Contohnya Negara Republik Indonesia adalah sebuah entitas yang oleh bendera merah putih. Entitas dapat berupa apa saja, baik itu fisik maupun non fisik.
- b. *Logotype*, berasal dari bahasa yunani “*logos*” yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Istilah ini muncul sekitar tahun 1810-1840, yang diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik *lettering* atau memakai jenis tertentu, Brand karena brand merupakan sebuah saingen, maka desainer membuatnya semakin unik dan berbeda satu sama lain. Mereka mengolah huruf tersebut,



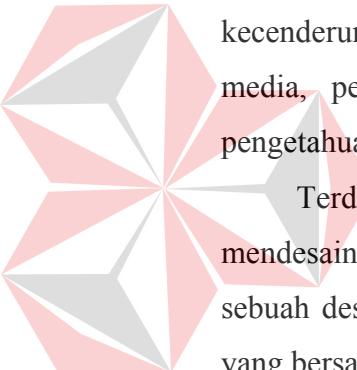
menambahkan elemen gambar, bahkan tulisan dan gambar berbaur menjadi 1 dan semua itu masih banyak menyebutnya dengan istilah *logotype*.

Fungsi dari *logotype* ini adalah:

- a. Identitas diri, untuk membedakannya dengan identitas orang lain
- b. Tanda kepemilikan. Untuk membedakannya dengan milik orang lain.
- c. Tanda jaminan kualitas.
- d. Mencegah peniruan / pembajakan.
- e. Logo, adalah singkatan dari *logotype*. Istilah ini baru muncul tahun 1937 dan sampai saat ini lebih popular di banding *logotype*. Logo dapat menggunakan elemen apapun seperti teks, logo gram, gambar, ilustrasi dan lain-lain.
- f. *Mark* memiliki pengertian yang sangat luas dan sangat umum digunakan yang tidak hanya eksklusif di area desain grafis saja yang menggunakannya. Pada intinya mark berarti lambang atau sign. Sebagian orang menyebut elemen gambar sebagai mark.
- g. *Wordmark*, sesuai dengan namanya, *wordmark* adalah logo yang terdiri dari tulisan saja, serupa dengan makna awal mula istilah *logotype*. Namun istilah ini telah mengalami perluasan makna, karena sebagian orang mengatakan hanya elemen tulisan saja yang di sebut *wordmark* (untuk logo yang memiliki berbagai elemen lain).

3.6.1 Tahapan Desain Logo

Pesatnya perkembangan teknologi menimbulkan dampak yang signifikan pada dunia desain, baik itu dampak positif perkembangan teknologi, desain di mudahkan dalam prosesnya karena teknologi saat ini dapat membantu proses riset hingga *finishing* sehingga menghemat waktu perjalanan sebuah desain. Sedangkan dampak negatif perkembangan teknologi, banyak pihak yang menganggap dirinya seorang desainer hanya karena dapat menjalankan software yang berhubungan dengan *photoshop*. Padahal dalam prakteknya,



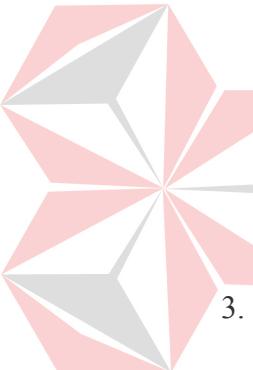
desain tidak hanya sekedar visual semata karena desain mengandung atribut non fisik seperti emosi, kepribadian, budaya dan lain-lain. Dalam bukunya yang berjudul :Mendesain Logo” (Surianto Rustan, 2009:-2) menjelaskan bahwa : mendesain logo yang efektif sebagai suatu identitas perusahaan bukanlah perkara yang mudah dapat diselesaikan dalam hitungan jam atau hari. Merasa punya bakat dan *taste* yang baik saja tidaklah cukup, diperlukan sejumlah tahapan pekerjaan dan pengetahuan pendukung.

Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa proses pembuatan sebuah logo memerlukan sebuah riset *Analisa brand* yang tepat. Karena pengenalan yang mendalam akan karakteristik sebuah brand menjadi landasan dari rancangan logo sebuah perusahaan. Selain mengenal seluk beluk perusahaan, perancangan sebuah logo juga tidak lepas dari proses pemahaman simbol, yakni karakteristik bentuk, tipografi pengetahuan tentang gestalt, kecenderungan optis mata manusia, karakteristik warna, pengetahuan tentang media, pengetahuan di bidang produksi cetak dan masih banyak lagi pengetahuan tambahan yang diperlukan.

Terdapat beberapa tahapan yang biasa digunakan oleh desainer untuk mendesain sebuah logo. Tahapan tahapan ini dilakukan untuk memperoleh sebuah desain logo yang benar-benar menggambarkan entitas dari perusahaan yang bersangkutan. Tahapan desain logo sebagai berikut :

1. Riset Analisa

Tahapan pertama ini dimaksudkan untuk mencari fakta-fakta tentang entitas, termasuk pesaingnya. Contohnya apabila entitas adalah berupa perusahaan, maka yang diriset pertama kali adalah *sector industri*, visi, misi, struktur perusahaan, analisis pasar, *target group*, keunggulan dan kelemahan (Analisa S.W.O.T) dan lain-lain. Kemudian setelah itu, memberikan pertanyaan pada perusahaan tentang alasan dan tujuan pembuatan logo. Sebagai contoh pertanyaannya : “Apakah logo ini dibuat untuk logo group atau anak perusahaan?” atau “apakah perusahaan hasil merger atau akuisi?”. Setelah memberikan pertanyaan tersebut, kemudian mengadakan wawancara khusus untuk mendapatkan *personality* dari *brand* tersebut, yang dikumpulkan dalam bentuk *keywords* atau kata-kata kunci.



Keseluruhan hasil riset dan analisa ini dirangkum dalam *creative brief* yang akan di gunakan untuk tahap berikutnya. Sangat disarankan untuk meriset logo-logo perusahaan lain untuk mengantisipasi kemiripan bentuk, karena logo yang mirip dengan logo lain, walaupun tidak sengaja akan mempertaruhkan reputasi klien dan desainernya sendiri.

2. *Thumbnails*

Hasil *creative brief* kemudian di gunakan untuk membuat thumbnails yang merupakan visual brainstroming atau cara pengembangan ide melalui visual beberapa sketsa-sketsa kasar pensil atau bolpoint yang dilakukan secara manual. Sangat di anjurkan untuk tidak menggunakan komputer pada tahap ini. Gregory Thomas dalam bukunya yang berjudul *How to Design Lagos Symbol and Icons* menggunakan bahwa : “Desainer penulis seringkali membiarkan teknologi mengontrol mereka dari sejak tahap awal menentukan strategi desain. Menurut saya ini adalah suatu kesalahan. Seseorang desainer profesional mengerti bahwa strategi desain tidak akan berubah. Apapun software komputer yang akan di gunakan. Karenanya dalam tahap awal membuat logo, seseorang harus konsentrasi menghadapi sendiri tantangan desain itu (bukan menggunakan komputer)”.

3. Komputer

Beberapa thumbnails yang berpotensi dipilih, dan kemudian dipindahkan ke komputer. Pada tahap ini disarankan menggunakan software yang berbasis *vector* seperti *Adobe Illustrator* atau *Corel Draw*. Melalui komputer, desainer dapat dengan bebas menggunakan efek-efek yang dapat mendukung dunia desain logo yang diinginkan. Dengan mengimprovisasi thumbnail terbaik yang telah dipilih, desainer dituntut untuk mengembangkan logo menjadi lebih baik sehingga menghasilkan logo yang di harapkan.

4. *Review*

Setelah terkumpulnya alternative desain yang telah di edit dan di rapikan, tahap selanjutnya adalah mengajukan kepada klien untuk memilih logo yang di inginkan. Pada tahap ini, keikutsertaan klien harus intens bahkan sejak tahap awal, klien harus terus aktif menyediakan data yang di



perlukan. Desainer jangan terlalu berharap dalam pengajuan pertama akan langsung terpilih satu kandidat logo. Besar kemungkinan diperlukan paket alternatif kedua, ketiga dan seterusnya. Bila beberapa kandidat logo telah terpilih, akan dipersempit lagi hingga hanya satu logo yang menjadi pilihan. Logo ini selanjutnya akan melalui proses *finishing* sehingga menghasilkan logo yang lebih matang dan layak untuk di publikasikan.

5. Pendaftaran Merk

Logo yang telah selesai kemudian didaftarkan ke Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual (Dirjen HAKI), Departemen Hukum dan HAM untuk mendapatkan perlindungan hak dari penggunaan secara tidak sah oleh pihak lain. Proses registrasi ini sebaiknya di ulai sejak saat pengajuan nama merk.

6. Sistem Identitas

Dalam tahap ini desainer menentukan hatribut lainnya seperti logo turunan, sistem warna, *sistem tipografi*, *system* penerapan logo pada berbagai *media* dan lain-lain.

7. Produksi

Berdasarkan pedoman *system* identitas, berbagai media internal dan eksternal mulai di produksi menggunakan idntitas yang sudah di daftarkan / di perlukan.

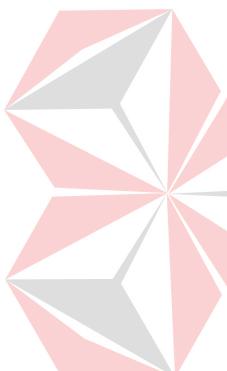
3.6.2 Kriteria Logo

Mengutip dari buku Mendesain Logo Karya Surianto Rustan, logo yang baik secara umum harus mencakup beberapa hal sebagai berikut :

- a. *Original* dan *Destinctive*, atau memiliki nilai kekhasan, keunikan dan daya pembeda yang jelas.
- b. *Legible*, atau memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi, meskipun di alikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda. *Simple* atau sederhana, dengan pengertian mudah di tangkap dan di mengerti dalam waktu singkat.

- c. Memorable, atau cukup mudah untuk diingat, karena keunikannya bahkan dalam waktu yang cukup lama.
- d. *Easily associated with the company*, dimana logo yang baik akan mudah dihubungkan atau di asosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan, institusi maupun organisasi.

Berdasarkan fungsi awal logo, maka kriteria utama yang tidak dapat dipungkiri adalah logo harus unik sehingga dapat mencerminkan dan mengangkat citra entitasnya sekaligus membedakannya dengan yang lain. Selain itu, logo harus dapat mangakomodasi dinamika yang dialami entitasnya dalam jangka waktu jangka waktu selama mungkin. Artinya logo harus *fleksibel* sekaligus tahan lama. Di luar kriteria dasar itu ada beberapa kriteria umum yang bersifat fisik yang dilihat dari faktor bentuk, warna dan ukuran. Kriteria ini dapat digunakan sebagai acuan dasar, menjadi semacam check list dalam mendesain logo. Namun kriteria ini tidak bersifat kaku, bahkan tidak tertutup kemungkinan untuk berubah di masa depan seiring dengan perkembangan kreativitas dalam dunia desain grafis dan bidang-bidang yang terkait dengannya, seperti teknologi, komunikasi dan lain-lain.



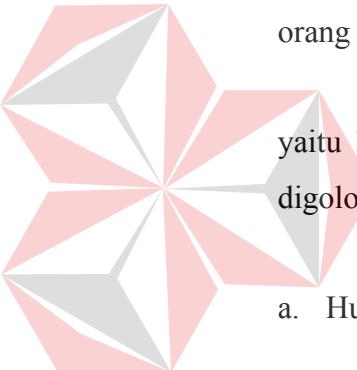
UNIVERSITAS
Adhiyama

3.7 Typografi

Typografi bisa juga dikatakan sebagai “*visual language*” atau dapat berarti “Bahasa yang dapat dilihat”. Tipografi atau typography menurut Roy Brewer (1971) dapat memiliki pengertian luas yang meliputi penataan dan pola halaman, atau setiap cetak.

Menurut Kusrianto, Adi (2010, pengantar typografi). Sebelum era digital, Typografi adalah ilmu atau skill yang berkaitan dengan profesi penata aksara di percetakan meskipun seniman-seniman yang bekerja di perusahaan pembuatan aksara (disebut type foundry).

Pendefinisian umum, typografi adalah ilmu yang berkaitan dengan aksara cetak. Dan typografi dalam pengertian yang lebih bersifat ilmiah



adalah seni dan teknik dalam merancang maupun menata aksara dalam kaitannya untuk menyusun publikasi visual baik cetak maupun non cetak.

Typografi sebagai salah satu elemen desain juga mempengaruhi elemen desain yang lain serta dapat mempengaruhi keberhasilan suatu karya desain secara keseluruhan. Penggunaan typografi dalam desain produk disebut dengan desain typografi. (<http://dgi-indonesia.com>)

Tujuan mendesain adalah menyampaikan informasi kepada para pembaca secara cepat, mudah, dan menyenangkan, bahkan sebaliknya. Maka pemilihan jenis dan karakter huruf, serta cara pengelolaannya akan sangat menentukan keberhasilan desain produk. Informasi semenarik apapun bisa tidak dilirik pembaca karena disampaikan dengan typografi yang buruk. Sebagai contoh, ukuran huruf terlalu kecil jenis huruf sulit dibaca, spasi terlalu rapat dan *layout* berdasarkan sehingga menyebabkan orang tidak berselera untuk membaca.

Berdasarkan fungsinya, huruf dapat dipilah menjadi dua jenis, yaitu huruf *text* (*text type*) dan huruf judul (*display type*). Huruf dapat digolongkan menjadi tujuh gaya atau *style*, yaitu:

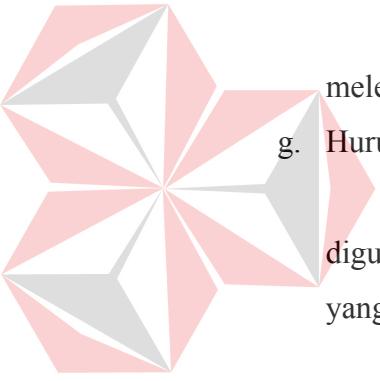
a. Huruf klasik (*classical Typefaces*)

Huruf yang memiliki kait (serif) lengkung ini juga disebut *Old Style Roman*, memiliki bentuk yang cukup menarik, kemudian membaca (*readability*) cukup tinggi, salah satu contohnya adalah *Garamond*, memiliki kait (serif) sudut lengkung, dan tebal tipis-tipis yang kontras.

b. Huruf Transisi (*Transitional*)

Hampir sama dengan huruf Old Style Roman, hanya berbeda pada ujung kaitnya yang runcing dan memiliki sedikit perbedaan tebal dan tipis pada tubuh huruf, font yang termasuk jenis transisi adalah *Baskerville* dan *Century*.

c. Huruf *Modern Roman*



Memiliki ketebalan huruf sangat kontras bagian yang vertical tebal, garis-garis horizontal dan serifnya sangat tipis sehingga untuk *text* berukuran kecil sulit di baca bahkan sering tidak terbaca.

d. *Huruf San Serif*

Salah satu ciri huruf ini adalah memiliki bagian-bagian tubuh yang sama tebalnya. Contoh huruf sana serif yang popular antara lain *Arial*, *Helvetica*, *Futura*, dan *Gill Sans*. Sering digunakan untuk buku dan majalah karena memiliki citra dinamis dan simple.

e. Huruf Berkait Balok

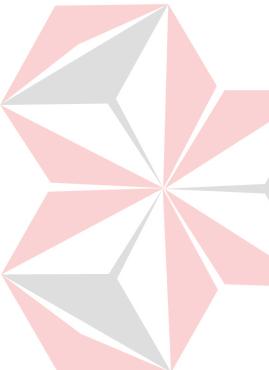
Huruf *Egyptian* memiliki kait berbentuk balok yang ketebalannya hampir sama dengan ketebalan huruf sehingga terkesan elegan, jantan dan kaku.

f. Huruf Tulis

Berasal dari tulisan tangan (*hand-writing*) sangat sulit dibaca dan melelahkan jika dipakai untuk teks yang panjang.

g. Huruf Hiasan

Bukan termasuk huruf teks sehingga sangat tidak tepat jika digunakan untuk teks panjang lebih cocok untuk satu kata atau judul yang pendek.



BAB IV

PROSES KERJA

4.1 Skema Perancangan

Dalam Bab IV ini menjelaskan tentang proses Kerja Praktik dalam pembuatan desain logo untuk IKM (Industri Kecil Menengah) yang belum memiliki desain sebagai pengenal atau identitas produk mereka. Pengerjaan dilakukan di UPT Pengembangan Mutu Produk Industri & Teknologi Kreatif Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur selama satu bulan yang dilaksanakan pada taggal 13 Febuari -13 Maret. Pembuatan desain logo IKM untuk para pebisnis IKM ini dilakukan setiap hari, kecuali hari Sabtu-Minggu, pembuatan desain logo yang menarik dan sesuai dengan identitas produk dari IKM menjadi salah satu strategi yang dilakukan oleh UPT Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur agar IKM dapat bersaing dengan produk impor dan dapat menarik minat konsumen. Untuk itu perlu dilakukan sebuah perancangan desain logo yang menarik, dan sesuai dengan identitas produk dari masing-masing IKM Serangkaian pengumpulan data dari proses Kerja Praktik yang diperoleh yaitu hasil *creative brief*, studi pustaka, observasi, pengumpulan data, konsep dan final. Setelah melakukan pengumpulan data Kerja Praktik, maka dapat dijelaskan bagaimana proses pembuatan desain logo IKM dengan urutan kerja mulai dari awal hingga akhir, yaitu sebagai berikut :

a. Creative brief

Merupakan deskripsi dari desain yang dibutuhkan, menjelaskan tentang detail berbagai informasi penting, tentang desain yang diinginkan klien, perusahaan klien

b. Studi pustaka

Dilakukan dengan cara mencari referensi dalam pustaka yang berkaitan dengan objek penelitian. Studi pustaka ini penting untuk mendukung data penelitian yang akan dipertimbangkan kedalam perancangan *rebranding*

c. Observasi

Metode ini merupakan bahan pertimbangan pembuatan desain logo IKM, sehingga desainnya berbeda dan memiliki ciri khas sendiri dan mampu bersaing dengan produk lokal yang sudah terkenal. Observasi dilakukan dengan cara melihat referensi di internet, supermarket, *onlineshop* yang menjual berbagai produk makanan

d. Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data ini menggunakan teknik analisis kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikeola, mensistensikan, mencari dan menemukan pola, menemukan yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain.

Setelah melakukan *creative brief*, studi pustaka dan observasi, penulis mengambil beberapa data yang dibutuhkan untuk menunjang pembuatan konsep desain logo diantaranya :

1. Informasi yang berkaitan dengan perusahaan atau IKM
2. Desain logo menurut klien, taste seringkali menjadi penentu akhir dari sebuah proyek desain.

e. Konsep

Dalam hal ini konsep dibutuhkan untuk menentukan desain seperti apa yang ditampilkan sesuai dengan karakter atau identitas dari maasing-masing IKM.

Proses Desain

Dalam membuat desain logo produk tidak lepas seperti pembuatan karya digital pada umumnya, yaitu membutuhkan aplikasi/program sebagai penunjang dalam hal penggeraan. Aplikasi untuk pembuatan logo antara lain sebagai berikut:

1. *Corel draw*



Gambar 2.2 logo *coreldraw*

Pengertian Coreldraw adalah sebuah program komputer editor grafik vektor yang berfungsi untuk mengolah gambar dan banyak digunakan pada bidang publikasi, percetakan, dan bidang lain yang membutuhkan proses visualisasi. Coreldraw sangat penting dalam pembuatan desain logo berbasis vektor

2. *Adobe Photoshop*



Gambar 2.3 logo *adobe photoshop*

Photoshop adalah Software yang digunakan untuk memodifikasi gambar atau foto secara profesional baik meliputi modifikasi obyek yang sederhana maupun yang sulit sekalipun. Photoshop merupakan salah satu software yang berguna

untuk mengolah gambar berbasis bitmap, yang mempunyai tool dan efek yang lengkap sehingga dapat menghasilkan gambar atau foto yang berkualitas tinggi.

4.2.1 penentuan software

penentuan software merupakan rencana awal dalam pembuatan desain logo. dalam perancangan desain logo ini menggunakan Coreldraw X4, Adobe Photoshop, dan Adobe Ilustrator yang sangat membantu untuk proses perancangan desain logo.

4.2.2 Perancangan Logo D'SUQA



Gambar 2.4 Logo D'SUQA

4.2.3 Deskripsi Logo

Logo ini berbentuk lingkaran yang menggambarkan sebuah cookies, maksud dan tujuan digambarkan sebuah cookies karena produk dari IKM tersebut sebuah snack cookies atau roti kering. Dalam hal tersebut maksud dan tujuan IKM ini adalah agar bisa mencakup semua aspek dari deskripsi produk yang dijual

4.2.4 Arti Bentuk Logo

Dalam logo D'SUQA mengambil bentuk lingkaran, Bentuk lingkaran sangat cocok dengan industri yang ingin memberikan kesan yang dinamis, rotasi, memiliki kecepatan, sesuatu yang berulang, tidak terputus, tidak memiliki awal atau akhir, abadi, memiliki kualitas, dapat diandalkan, sesuatu yang sempurna, serta kehidupan. Juga sering digunakan untuk benda-benda yang akrab seperti roda, bola, dan berbagai macam buah. Bentuk lingkaran yang menyerupai cookies juga mewakili sebuah produk industri tersebut yaitu roti kering, diberi kesan seperti bekas gigitan agar terkesan renyah dalam sebuah produk cookies

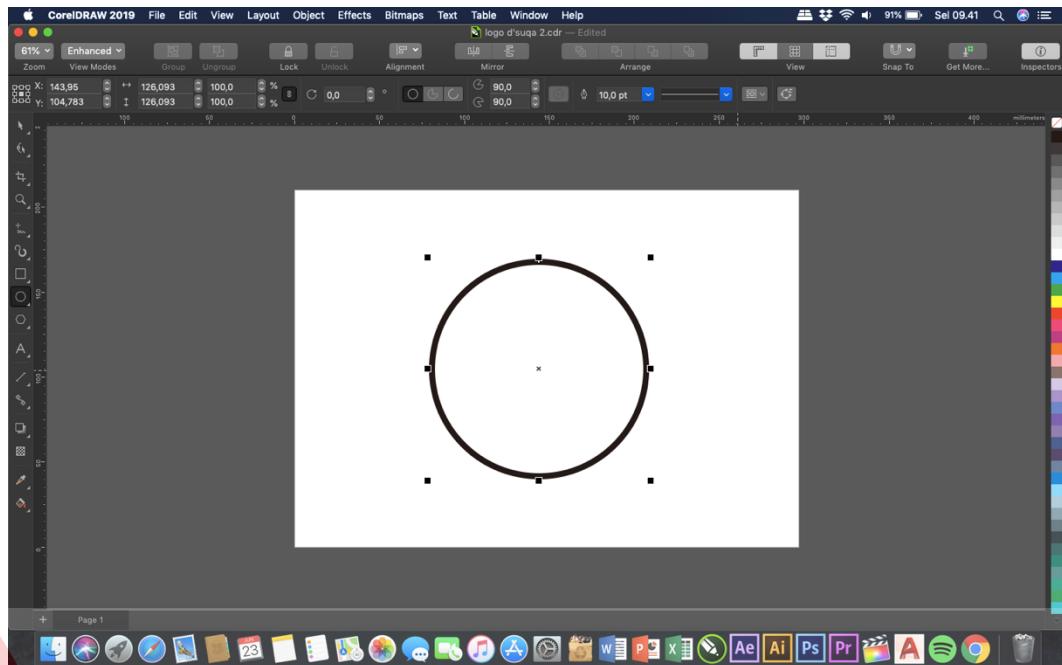
4.2.5 Arti Warna Logo



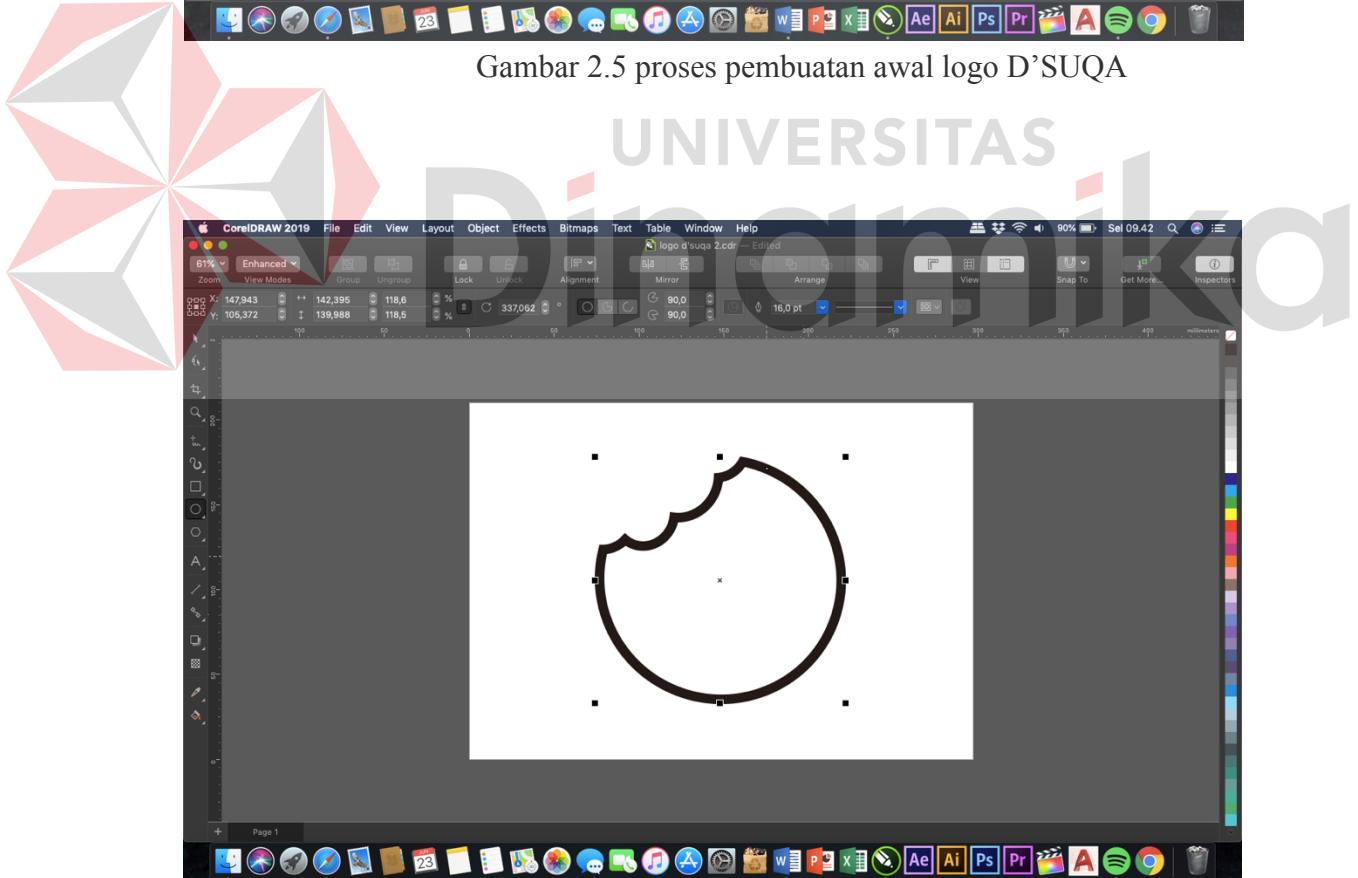
Warna *orange* pada tulisan D'SUQA merupakan dari warna merah dan kuning. Warna *orange* memberikan kesan hangat dan bersemangat. Warna ini merupakan symbol dari optimisme, percaya diri. Tetapi warna kuning dan orange paling mencerminkan keberanian baik untuk bisnis yang berani dan juga memiliki daya tarik yang kuat, karena mampu merangsang pandangan mata. Arti Warna coklat pada logo mencerminkan sebuah produk roti kering dan arti kesederhanaan, kenyamanan dan classic. Warna coklat mampu menjadi penyeimbang dalam paduan warna kontras yang ada pada logo

4.2.6 Pembuatan logo

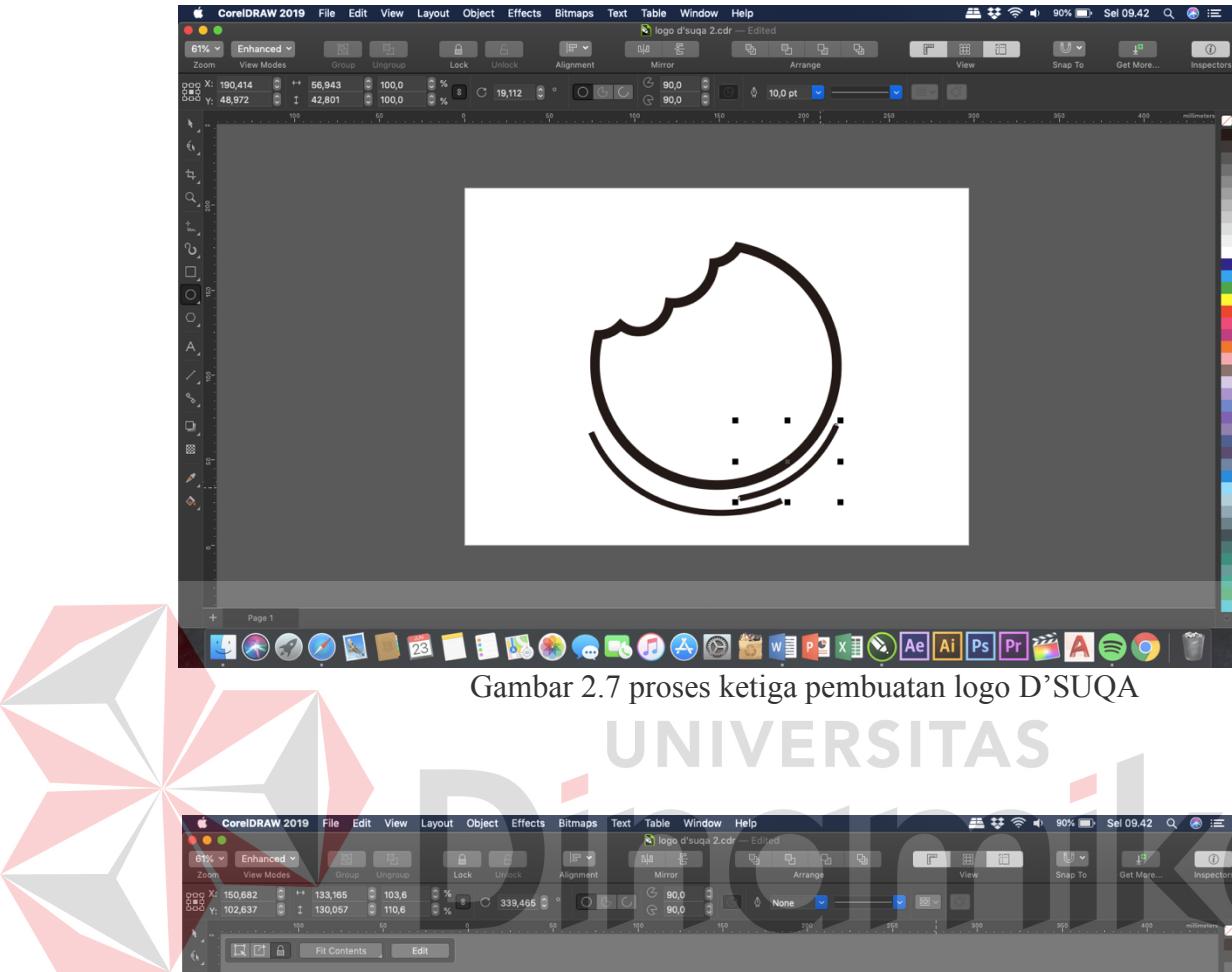
Proses ini dimana klien sudah menyerahkan deskripsi dari desain yang dibutuhkan, menjelaskan tentang detail berbagi informasi penting, tentang desain yang diinginkan klien. Dalam pembuatan logo ini kami menggunakan aplikasi CorelDraw, Berikut merupakan tahap-tahap proses kerja pembuatan desain logo D'SUQA.



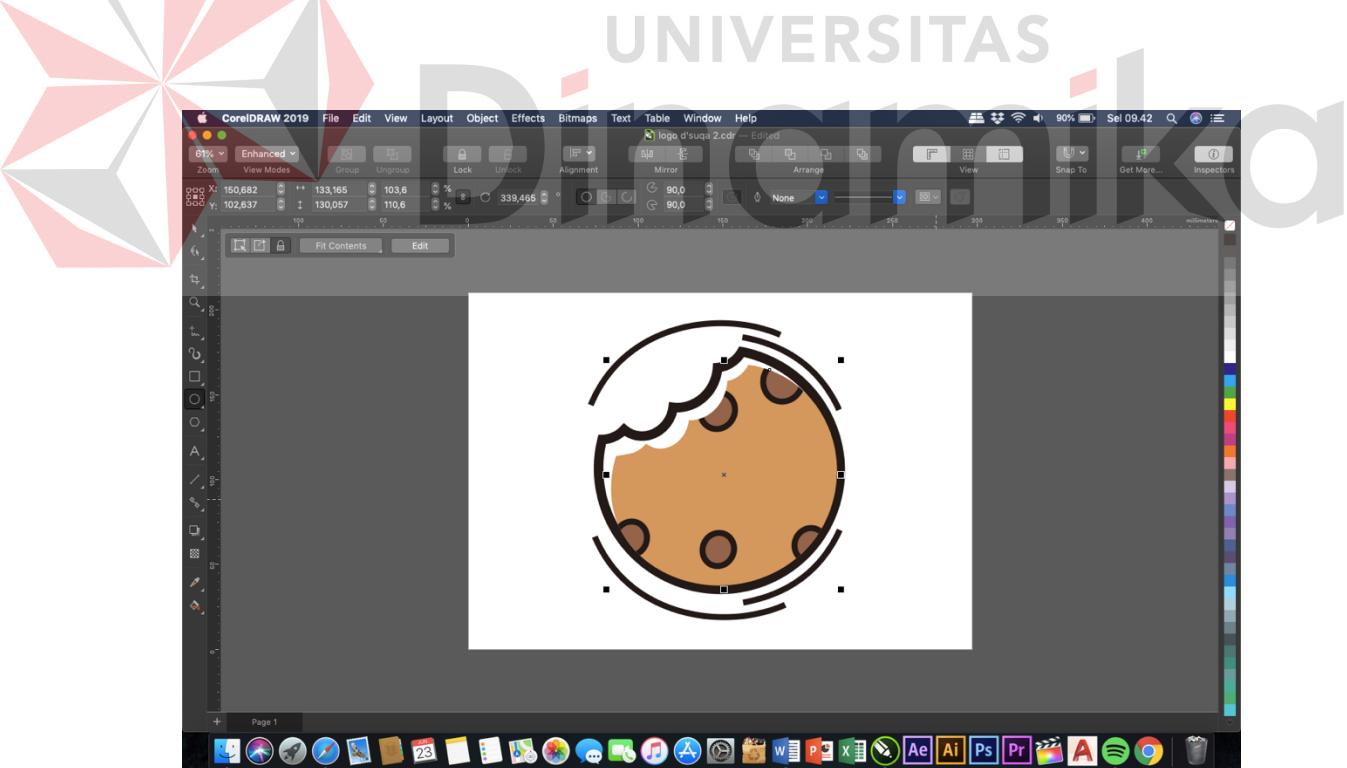
Gambar 2.5 proses pembuatan awal logo D'SUQA



Gambar 2.6 proses kedua pembuatan logo D'SUQA



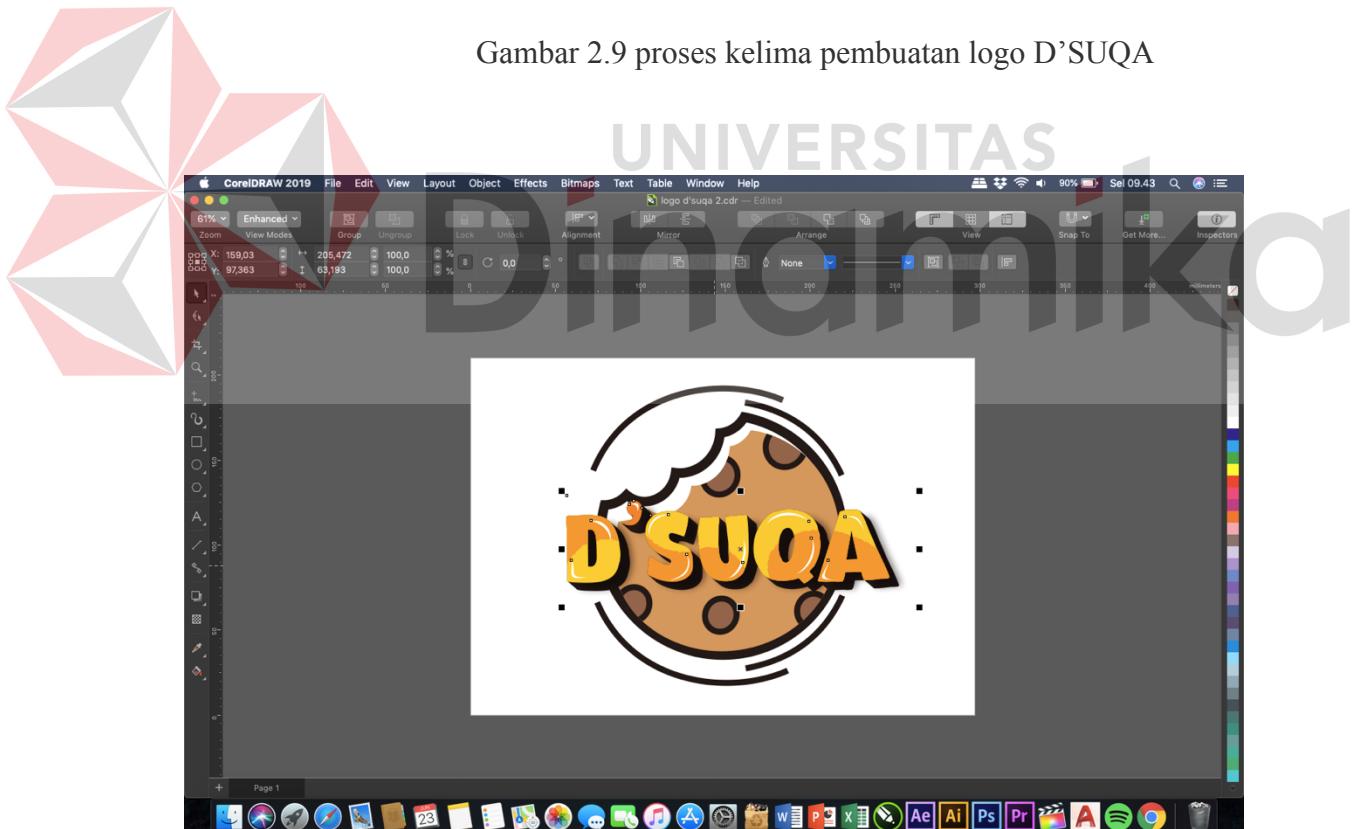
Gambar 2.7 proses ketiga pembuatan logo D'SUQA



Gambar 2.8 proses keempat pembuatan logo D'SUQA



Gambar 2.9 proses kelima pembuatan logo D'SUQA



Gambar 2.10 proses final pembuatan logo D'SUQA

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman yang saya dapat selama melaksanakan Kerja Praktik selama satu bulan UPT Pengembangan Mutu Produk Industri & Teknologi Kreatif Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur , maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu :

1. Mengetahui tentang bagaimana cara berkomunikasi dengan client sebelum mendesain logo mulai proses awal hingga proses akhir.
2. Mendapatkan pengetahuan tentang banyak cara mendesain logo
3. Mendapatkan pengalaman dalam dunia bekerja .

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan berkaitan dengan penulisan laporan Kerja Praktik ini sebagai berikut :

Belajar dengan secara langsung dilapangan dan belajar mengikuti perkembangan desain kemasan,logo dan label saat ini.



DAFTAR PUSTAKA

<https://id.wikipedia.org/wiki/Logo> (diakses tanggal 13 Maret 2020)

<http://pembuatanlogo.com/fungsi-logo/> (diakses tanggal 15 Maret



