

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan Internet dan media menjadi alat untuk para UMKM membangun unit usahanya dalam menghasilkan profit. Salah satu strategi dari para pengusaha adalah memperkuat branding pada usahanya, membangun dengan perancangan kegiatan desain komunikasi visual dalam media promosi, atau bahkan melakukan kegiatan perancangan ulang atau redesain identitas perusahaan seperti *logo*.

Redesain atau perubahan logo pada perusahaan seringkali dilakukan pengusaha setiap tahunnya karena alasan tertentu, terkadang redesain dilakukan karena tidak adanya kenaikan profit atau adanya ketidakjelasan terhadap tujuan branding. Mengingat logo merupakan sebuah identitas yang penting dalam perusahaan namun seringkali terlalaikan perusahaan tersebut. Istilah logo pertama kali digunakan pada Tahun 1937 dan kini istilah *logo* lebih populer daripada *logotype*. Logo bisa menggunakan elemen apa saja, berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar/ simbol pada identitas visual. (Suriyanto, 2009)

Eksistensi logo atau *corporate identity* di Indonesia mulai dari zaman VOC (1602-1799), VOC merupakan singkatan dari *Verenigde Oost-Indische Compagnie (The Dutch East India Company)*, perusahaan milik pemerintah Belanda yang komoditi usahanya meliputi rempah-rempah, kopi, teh, tembakau, juga sutera dan porselen Cina dan Jepang. Operasionalnya di kepulauan Maluku, Jawa, dan Ceylon. Identitas VOC saat itu masih disebut monogram (sekarang istilah monogram masih digunakan dan memiliki nilai komersial seperti juga logo atau *corporate identity*).

Salah satu toko yang pernah melakukan redesain logo adalah "Ar-Raudhah". Ar-Raudhah didirikan pada tahun 2016 dan terus berkembang hingga sekarang. Toko Ar-Raudhah merupakan UMKM di kota Magelang yang menjual berbagai macam produk perlengkapan Haji dan Umroh, Oleh-oleh Haji dan Umroh serta busana muslim pria maupun wanita. Sejauh ini toko Ar-Raudhah telah mengalami pergantian logo sebanyak tiga kali, hal ini membuktikan bahwa bahwa logo-logo sebelumnya mempunyai kekurangan dalam hal branding dan tampilan yang kurang menarik. Disisi lain, berdasarkan observasi dengan pemilik toko bahwa sejauh ini belum ada

tampilan logo Ar-Raudhah di packging, sehingga mengurangi media promosi toko tersebut karena logo tidak di tampilkan pada packging. Oleh sebab itu toko Ar-Raudhah yang telah berdiri selama enam tahun tetapi masih kurang dikenal oleh orang banyak karena kurangnya media promosi dan branding .

Logo pada sebuah Packaging adalah cara mudah untuk menginformasikan pada pelanggan bahwa toko Ar-raudhah adalah sebagai *brand*, logo pada Packaging bisa memberikan citra positif pada sebuah brand. Memasukkan logo pada Packaging akan memberi persepsi bahwa brand tersebut adalah brand terkenal. Dengan cara ini, pelanggan akan memiliki trust yang lebih tinggi terhadap brand tersebut dan bersedia membeli kembali produk tersebut. Adanya logo pada Packaging secara emosional akan menguntungkan toko dalam jangka panjang karena logo pada Packaging bertindak sebagai *seller* pasif tapi mampu berkomunikasi dengan pelanggan dengan cara pelanggan bisa menghubungi kontak yang tertera pada Packaging. Packaging berlogo membantu menarik lebih banyak pelanggan dibanding packaging yang hanya sekedar cantik atau tidak hanya menggunkan plastik biasa sebagai Packaging. Sebuah logo pada packaging akan membantu sebuah brand untuk melebarkan circle toko tersebut sehingga dapat mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik pelanggan baru. Oleh sebab itu Menggunakan logo pada packaging adalah strategi cerdas untuk mencapai tujuan branding.

Oleh sebab itu berdasarkan uraian diatas toko "Ar-Raudhah" yang telah berdiri selama ini, sudah sepatasnya memiliki image yang baik dan kuat agar lebih luas lagi peminat produknya. Maka dari itu perancangan *logo* baru atau redesain ini sangatlah penting sebagai identifikasi agar menampilkan citra yang baik sesuai dengan tujuan toko "Ar- Raudhah" berdiri. Perancangan pada desain ini memasukkan berbagai macam unsur yang menyangkut Islamiah ataupun dasar dari apa yang berhubungan pada produk- produk toko "Ar-Raudhah" jual, dari rancangan *logo* sebelumnya yang menggunakan type logo Wordmark,



Gambar 1.1 Logo Ar-Raudhah Sebelumnya

Logotype *Wordmark* yaitu *logo* berbasis font, hanya saja lebih berfokus pada nama

perusahaan/organisasi itu sendiri secara langsung. Namun redesain yang dilakukan pada logo “Ar-Raudhah” saat ini menggunakan type *logo* kombinasi. *Logo* kombinasi merupakan *logo* yang terdiri dari gabungan *wordmark* dengan *logo symbol*, abstrak, atau maskot. Gambar dan teks bisa diintegrasikan satu sama lain, disatukan bahkan ditumpuk. Karena nama dikaitkan dengan gambar, maka *logo* kombinasi ini bisa menjadi pilihan yang baik dan serbaguna karena keduanya akan saling berpadu membuat citra sebuah brand lebih kuat dan mudah dikenali. Atas dasar itu pemilik usaha “Ar-Raudhah” telah menyetujui dan menyukai konsep seperti ini. Tetapi yang lebih penting dengan perubahan *logo* pada toko “Ar-Raudhah” sekarang ini memiliki konsep yang lebih matang dengan menggabungkan berbagai elemen dan unsur warna yang lebih cerah dan berfilosofi.

## 1.2 Fokus Permasalahan

*Logo* terdahulu tidak mencerminkan sebuah brand yang menjadi wajah sebuah usaha produk muslim.

### Rumusan Masalah

Bagaimana mendesain ulang (redesain) *logo* baru dapat menampilkan unsur Islamiah serta berhubungan dengan produk yang dijual.

Bagaimana dapat merubah *image logo* “Ar-Raudhah” yang terbarukan agar lebih dikenal dari yang sebelumnya. Memasukkan filosofi dalam logo

## 1.3 Tujuan

Tujuan dari redesain *logo* “Ar-Raudhah” ini adalah menciptakan sebuah konsep dengan pendekatan desain komunikasi visual yang sesuai dengan konsep dasar toko pakaian muslim dan produk oleh-oleh. Selain itu diharapkan output dari kegiatan ini dapat merubah *image* dari usaha ini menjadi lebih baik atau lebih dikenali dari sebelumnya dan menambah nilai yang bermanfaat bagi usaha toko “Ar-Raudhah. Selain itu dengan kegiatan ini diharapkan secara luas dapat mengenalkan kepada masyarakat bahwa pentingnya sebuah logo yang terkonsep dan memiliki arti makna.

## 1.4 Manfaat

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan pengembangan tentang keilmuan di bidang desain logo khususnya.
2. Melalui ilmu yang diperoleh di perkuliahan seperti pada mata kuliah dkv dapat diimplementasikan dengan objek penelitian.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat Redesain *Logo* Sebagai media membangun sebuah *image* baru yang berimbas kepada penjualan.

