

Perancangan Desain Logo Produk Beras “RODJOWALI”



Oleh:
Prayanto Widyo Harsanto

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan logo dalam sebuah lembaga atau perusahaan merupakan salah satu elemen *corporate identity*. *Corporate identity* memiliki peranan untuk menunjukkan *positioning* perusahaan/lembaga di mata konsumen dan calon konsumen. Di sinilah perusahaan menunjukkan kualitas, pelayanan, visi, dan misi perusahaan dalam hubungannya dengan konsumen. Sebuah logo dapat menciptakan *image* dan *corporate identity* bagi perusahaan atas produk-produk atau jasa yang dibuat. Jika sebuah perusahaan mendapatkan *image* dan citra yang positif akan berpengaruh terhadap masyarakat dan konsumen yang menggunakan produk tersebut, karena konsumen dapat menilai produk yang dihasilkan berkualitas. Meskipun logo bukan merupakan identitas yang paling utama dalam sebuah *corporate identity*, tetapi hanya dengan melihat logo, kita bisa langsung mengenal identitas sebuah perusahaan. Setiap perusahaan dalam keberlangsungannya akan menemui berbagai masalah, baik masalah internal, masalah eksternal, masalah yang berkaitan dengan pemasaran, maupun masalah yang berkaitan dengan logo yang ketinggalan zaman dalam *corporate identity*. Sebagaimana sebuah ‘logo’ yang dapat terwujud melalui simbol atau lambang, maka melalui idiom-idiom grafis akan mudah dikenali jenis usaha, organisasi, atau kelembagaannya. Demikian halnya dengan produk atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat (David E. Carter, 1990).

Keberadaan sebuah logo yang baik dalam perusahaan akan menimbulkan sugesti yang kuat, menimbulkan kebanggaan, rasa memiliki, bahkan dapat melahirkan jalinan kesatuan dan solidaritas antar-anggotanya. Logo merupakan lambang atau simbol yang dapat mewakili perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan yang lain. Sebuah logo bisa berupa nama, lambang, atau elemen grafis lain yang ditampilkan secara visual. Sebuah logo diciptakan sebagai identitas unik dan mudah dibedakan keberadaannya pada perusahaan/lembaga/organisasi yang satu dengan yang lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebuah logo dapat menunjukkan suatu identitas perusahaan. Logo juga dapat memberi informasi, bahkan persuasi yang pada akhirnya sebagai alat promosi.

Logo bagi perusahaan berfungsi sebagai simbol pengingat produk yang akan dipasarkan kepada konsumen. Jadi, penggunaan sebuah logo pada produk atau kemasan produk akan membantu konsumen mengingat produk perusahaan dengan lebih mudah. Pemakaian logo pada produk atau kemasan produk dapat meningkatkan gengsi pemakai atau konsumennya. Menambah kepercayaan bagi konsumen yang memakainya, terlebih lagi jika logo produk tersebut sudah memiliki brand yang terkenal. Logo yang baik mampu mencerminkan jenis usaha yang dikelola pemilik logo tersebut. Dengan demikian, peran logo sangat penting untuk meningkatkan pemasaran produk/jasa dari perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan sebuah desain logo yang menarik dan mudah diingat oleh masyarakat/konsumen.

Berdasarkan paparan tersebut di atas, serta dalam rangka menyesuaikan dengan Lingkungan perusahaan beras Rodjowali yang berada di Klaten – Jawa Tengah terus mengalami perkembangan dan saat ini ada nilai-nilai perusahaan yang berubah seiring dengan perkembangan. Oleh karena itu, visi misi perusahaan pada awal berdirinya pun berbeda dengan visi-misi perusahaan saat ini. Untuk itu sudah sepatutnya logo perusahaan pun harus menyesuaikan dan dapat menggambarkan perubahan tersebut. Hal ini penting dilakukan untuk membentuk citra perusahaan yang baru. Logo perusahaan yang pada awalnya diciptakan untuk mencerminkan layanan dan nilai-nilai sebuah brand, saat ini dianggap sudah usang. Sebagai sebuah perusahaan yang berkembang, dengan melihat desain logo yang dibuat pada puluhan tahun yang lalu, tentu akan terlihat kuno atau ketinggalan zaman pada saat ini. Untuk itu, perlu membuat logo baru yang lebih modern. Dengan tampilan yang baru dan demi mengubah persepsi konsumen, logo perusahaan tidak lagi terlihat usang, sekaligus sebagai *rebranding* untuk memberikan kesegaran pada merek perusahaan beras Rodjowali. Maka keputusan untuk melakukan redesain logo perusahaan menjadi sebuah langkah bijak untuk menyegarkan identitas perusahaan beras Rodjowali agar dapat menjadi sarana “berkomunikasi” dengan konsumen sesuai zamannya. Sebagaimana kehidupan yang selalu berevolusi, maka logo perusahaan juga harus melakukan evolusi melalui proses redesain logo.



Gambar 1: Desain logo yang sudah lama digunakan oleh perusahaan beras RODJOWALI dan akan dilakukan redesain.

Redesain logo ini menunjukkan bahwa perusahaan beras Rodjowali progresif dan selalu berpikiran maju. Redesain logo perusahaan dilakukan agar menjadi lebih baik sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Collins (2009), *Redesign is to change the design of something*, yang artinya mengubah desain dari sesuatu. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa redesain secara umum berarti merancang ulang sesuatu sehingga terjadi perubahan dalam penampilan atau fungsi yang baru. Dalam hal ini, redesain logo perusahaan beras Rodjowali diperlukan untuk menunjukkan eksistensinya agar lebih dikenal masyarakat dibanding dengan perusahaan sejenis yang bergerak di bidang yang sama. Oleh karena itu, Perusahaan Beras Rodjowali perlu melakukan suatu perancangan redesain logo untuk *corporate identity*, supaya menghasilkan logo baru. Logo yang baru dapat mencerminkan visi-misi perusahaan agar lebih dikenal oleh para calon konsumen, dan bisa lebih menunjukkan ciri khas dan identitas perusahaan sesuai bidang usahanya.

Pada kesempatan yang baik ini, saya untuk mengucapkan terima kasih dan apresiasi yang tinggi kepada perusahaan beras RODJOWALI yang telah memberi kesempatan dan kepercayaan untuk merancang logo untuk perusahaannya. Harapan saya sebagai perancang, logo ini sungguh dapat dimanfaatkan untuk kepentingan perusahaan sesuai kebutuhannya. Semoga logo ini bisa membangun citra positif perusahaan yang kuat sehingga membawa keberhasilan bagi perusahaan. Selanjutnya, logo ini nantinya diharapkan juga memberikan sugesti kepercayaan diri perusahaan yang kuat, dan menciptakan kebanggaan bagi konsumen.

B. Tujuan Redesain Logo Rodjowali

1. Mewujudkan sebuah logo baru yang mampu membangun citra positif bagi perusahaan beras Rodjowali. Selain itu, logo ini juga mempunyai tujuan yang bersifat internal, yakni memberikan spirit, kebanggaan, rasa memiliki, bahkan dapat menjalin kesatuan dan solidaritas antar-unit/elemen dalam perusahaan.
2. Mewujudkan logo yang memiliki filosofi dan *local wisdom* yang kuat serta memiliki tingkat estetika dan fungsional yang tinggi.
3. Melalui logo ini diharapkan mampu menempatkan suatu pesan ke dalam benak konsumen agar mudah mengingatnya pada produk beras.

II. KAJIAN PUSTAKA DATA PERUSAHAAN

A. Kajian Pustaka

Istilah logo (*logotype*) pertama kali muncul pada tahun 1810-1840, yang menunjukkan nama entitas perusahaan, negara, barang atau jasa yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu. Selanjutnya pada tahun 1937 *logotype* disingkat menjadi logo dan menjadi lebih populer (Rustan, 2009: 13). Logo adalah sebuah gambar ataupun tulisan yang memiliki arti tertentu, mewakili identitas dari sebuah perusahaan, perkumpulan, negara, produk, dan lain sebagainya yang dianggap memerlukan hal yang lebih singkat dan mudah untuk diingat yang bertujuan sebagai pengganti dari nama yang sebenarnya. Untuk itu logo harus dapat menggambarkan karakter entitasnya. Setiap entitasnya harus unik dan seharusnya tidak sama dengan yang lain. Kriteria logo perlu ditekankan bahwa logo harus dapat menggambarkan karakter entitasnya. Setiap entitasnya harus unik dan tidak sama dengan yang lain. Logo yang baik harus memiliki kriteria antara lain: 1. *Original and Distinctive*, artinya logo memiliki nilai kekhasan, keunikan, dan daya beda yang jelas. 2. *Legible* yaitu mempunyai tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda. 3. *Simple*: sederhana dalam pengertian mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat. 4. *Memorable*: cukup mudah untuk diingat karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu

yang relatif lama. 5. *Easily associated with the company*: logo yang baik akan mudah dihubungkan/diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan. 6. *Easily adaptable for all graphic media*: faktor kemudahan aplikasi logo, baik menyangkut bentuk, warna, maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada saat proses perancangannya agar tidak menimbulkan kesulitan dalam penerapannya (Carter, 1990). Dengan demikian, 'logo' merupakan suatu identitas diri dan memiliki nilai-nilai yang mampu mewujudkan citra positif dan benefit bagi perusahaan.

Redesain artinya tindakan untuk mengubah desain atau rancangan yang sudah ada menjadi desain/rancangan baru. Menurut Collins (2009), "*Redesign is to change the design of something*", definisi tersebut dapat dipahami bahwa redesign secara umum berarti merancang ulang sesuatu sehingga terjadi perubahan dalam penampilan atau fungsi yang baru. Redesain dari sebuah logo diperlukan karena ada beberapa alasan, di antaranya: 1). Logo mirip dengan logo lainnya. Logo suatu perusahaan secara tidak sadar mirip dengan suatu logo tertentu yang dapat diidentifikasi dari warna, bentuk, letak, susunan, proporsi, dan teknik pembuatan; 2). Ada masalah teknis pada saat logo diterapkan ke berbagai media (cetak, elektronik, maupun media digital); 3). Logo sudah tidak sesuai zamannya; 4). Visi misi value perusahaan yang dapat berubah seiring waktu berjalan dan tujuan perusahaan telah tercapai sehingga harus ada perubahan yang lebih baik. Oleh karena itu, dalam perancangan redesign logo lama menjadi logo baru yang akan dilakukan harus memperhatikan elemen *pictorial*, tipografi, warna, komposisi, dan lay outnya dengan memperhitungkan nilai estetik dan fungsinya.

B. Data Perusahaan

Kantor Perusahaan BERAS WULUH RODJOWALI yang bergerak di bidang penyediaan bahan pokok pangan berupa beras bertempat di Karangturi, Buntalan, Kecamatan Klaten Tengah, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57419 telp. 0821 3661 3122. Pemilik perusahaan sekaligus pimpinan adalah bapak Yesaya Hengky Darmawan. Deskripsi produk: Beras Organik Rodjowali; Beras sehat berkualitas; Dalam kemasan Isi: 6L setara 4,55 kg, Tanpa pemutih, Tanpa pewangi, Tanpa pengawet, Pulen-Sehat-Bersih-non GMO Support Petani Lokal. Untuk jenis beras putih, tersedia seperti beras pandan wangi, beras menthik, serta beras rojolele.

III. KONSEP DAN METODE PERANCANGAN

Perusahaan beras dengan merek “RODJOWALI” telah memiliki pelanggan atau konsumen yang tetap. Namun, perusahaan ini ingin menargetkan pasar yang baru dan lebih luas lagi maka perlu membuat strategi branding untuk hal itu. Salah satunya dengan *re-design* logo untuk meningkatkan pencitraan merek, agar hasil logo baru (hasil redesain) dapat menghubungkan target market yang baru, namun tetap mempertahankan basis pelanggan/konsumen lama. Konsep redesain logo ini untuk merefleksikan RODJOWALI yang lebih modern diselaraskan dengan kemajuan teknologi di era digital. Untuk itu, konsep perwujudan logo yang baru akan berubah bentuk, warna, tipografi, dan tata visualnya, namun tetap akan mempertimbangkan aspek estetika, fungsi, dan tujuannya.

Berdasarkan *brief*, ikon burung ‘Rajawali’ (Jawa: Rodjowali) masih tetap dipertahankan, artinya tetap digunakan untuk logogram. Secara filosofis, Rajawali adalah burung yang memiliki penglihatan yang sangat baik dibandingkan dengan manusia. Hal ini disebabkan oleh kemampuan untuk melihat objek atau yang dinamakan fotoreseptor di retina matanya 5x lebih tajam daripada penglihatan manusia. Kekuatan seekor Burung Rajawali tidak dimiliki oleh burung lain yang apabila terbang harus mengepakkan sayapnya, sementara Burung Rajawali terbang dengan mengembangkan sayapnya dan memanfaatkan angin yang kencang. Oleh sebab itu, Burung Rajawali tidak takut pada badai kencang, justru menyambutnya dan menikmati dahsyatnya tantangan itu untuk melanglang buana. Dia akan terbang sekuat-kuatnya dan menempatkan diri di atas badai kencang, agar ia tidak tersapu ke dalamnya. Burung Rajawali tidak gentar pada tantangan, ia justru menghadapi dan menikmati tantangan, terlibat dalam tantangan itu. Karena dia tahu bahwa tantangan angin kencang akan mengantarnya pada tujuan lain yang baik. Rajawali menempatkan dan mengendalikan dirinya di atas masalah (<https://masshioo.blogspot.com/2015/03/filosofi-hebat-burung-rajawali>), sebagaimana yang menjadi visi, misi, dan tujuan dari perusahaan beras yang memiliki brand RODJOWALI dari Klaten, Jawa Tengah.

Selanjutnya, tahapan atau proses perancangan logo dilakukan melalui beberapa tahapan antara lain: riset dan analisis sebagai langkah **tahap pertama**. Pada tahap pertama ini dilakukan pencarian/observasi atas fakta tentang entitas, termasuk pesaingnya (dalam perusahaan: sektor industri, visi, misi, struktur perusahaan,

keunggulan, kelemahan, dan analisis swot). Tahap kedua, membuat *thumbnails* berdasarkan *creative brief*. Ikon burung Rajawali (Rodjowali) masih tetap dipertahankan, artinya tetap digunakan. Oleh karena itu, tahapannya akan membuat *thumbnails* yang merupakan visual *brain storming* atau cara pengembangan ide lewat visual, berupa sketsa-sketsa kasar menggunakan alat tulis secara manual. Selanjutnya, dari beberapa *thumbnails* yang berpotensi dipilih lalu dipindahkan ke komputer, untuk diedit atau digambar ulang. Berikutnya dilakukan *review*, setelah terkumpul beberapa alternatif desain logo yang sudah diedit dan dirapikan. Tahapan selanjutnya, alternatif/desain logo diajukan ke klien untuk dipilih. Tahap akhir, finalisasi dari logo terpilih dan siap untuk diimplementasikan.

IV. PROSES PERANCANGAN LOGO

A. Referensi Visual dan Verbal



Gambar 2. Berbagai gaya gambar burung rajawali (sumber: blogspot)

Berlin Sans FB
 Calibri
 Century Gothic
 Franklin Gothic Book

Myriad Pro Condensed
 Myriad Pro Regular
 Segoe UI
 Tahoma

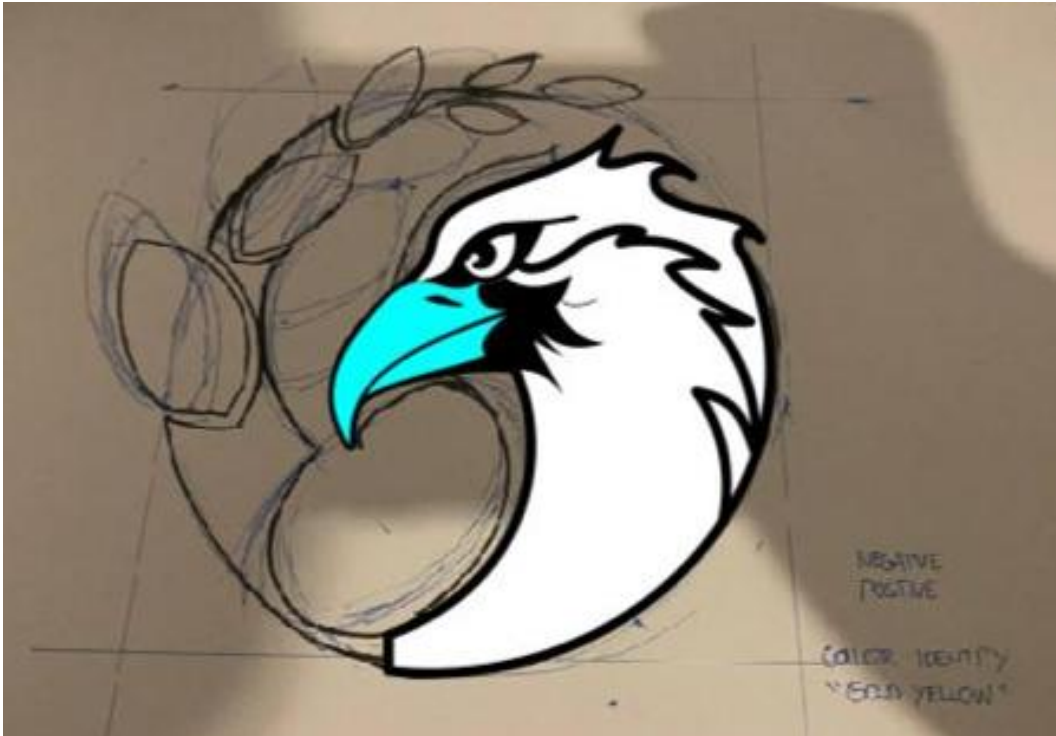
RODJOWALI (Noto Sans Armenian)

RODJOWALI (Hiragino Maru Gothic Pro)

RODJOWALI (Hiragino Maru Gothic ProN)

Gambar 3. Jenis tipografi/font san serif yang akan diterapkan dan dikembangkan

B. Thumbnails



Gambar 4. Sketsa



Gambar 5. Beberapa alternatif logo

C. Studi Warna



Gambar 6. Beberapa alternatif untuk pewarnaan pada logo

V. LOGO TERPILIH dan IMPLEMENTASINYA

A. Final (Logo terpilih)



Gambar 7. Logo terpilih dengan Versi berwarna & hitam/putih

B. Logo diterapkan untuk Kemasan/packaging



Gambar 8. Logo diterapkan untuk kemasan beras
C. Logo diterapkan untuk Folder/Brosur



Gambar 9. Folder pada halaman depan



Gambar 10. Folder pada halaman belakang

VI. PENUTUP

Perusahaan beras wuluh RODJOWALI telah melakukan redesain logo sekaligus merupakan rebranding untuk memberikan pembaruan yang menyangkut pelayanan, kualitas produk untuk membangun persepsi positif di benak konsumen, investor, dan juga kompetitor. Salah satu proses rebranding dengan mengganti logo yang dianggap sudah tidak sesuai dengan perkembangan zaman. Redesain Logo bagi perusahaan beras wuluh RODJOWALI merupakan hal yang sangat penting untuk mendapatkan perhatian. Perusahaan menyadari logo merupakan identitas yang menjadi pembeda dari perusahaan lain serta dibutuhkan untuk membangun kepercayaan pada masyarakat. Selain itu, logo juga mencerminkan visi, misi, dan budaya dari suatu perusahaan dan ini akan menjadi investasi bagi perusahaan. Melalui logo Rodjowali yang baru dan modern akan memberikan kesegaran pada merek perusahaan demi mengubah persepsi konsumen dapat menjangkau pasar yang baru Dengan demikian, logo baru diharapkan dapat memosisikan diri dengan citra baru yang melambangkan kekuatan sebagaimana keperkasaan burung Rajawali.

VI. REFERENSI

- Al Ries & Jack Trout. 1992. *Positioning (terj.)*. Jakarta: Erlangga, p.6
- Arntson, Amy E. 1988. *Graphic Design Basics*. Orlando: Holt, Reinhart and Winston, Inc.
- Cotton, Bob. 1990. *The New Guide to Graphic Design*. Oxford: Phaidon.
- Collins. 2009.????
- David E. Carter. 1985. *Corporate Identity Program for Small Corporations*. New York: Art Direction Book Company.
- , 1990 *How to Improve Your Corporate Identity*. New York: Art Direction Book Company.
- Harsanto, Prayanto Widyono. 2017. Konsep Perancangan Logo dalam “Masyarakat Karawitan Jawa” - <https://entrepreneurcamp.id/desain-ulang-logo/>
- Kusrianto, Adi. 2010. *Pengantar Tipografi*. Jakarta: PT Elex Media
- <https://masshioo.blogspot.com/2015/03/filosofi-hebat-burung-rajawali>.
- <https://bacaanbunda.wordpress.com/2015/07/05/motivasi-hidup-burung-rajawali/>

Lampiran



BERAS WULUH ROJOWALI

Karangturi, Buntalan, Kec. Klaten Tengah,
Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57419
0821 3661 3122

Klaten, 5 Januari 2023

No. : 02/001/01/2023
Hal : Merancang Disain Logo
Lamp : Penggambaran Visi dan Misi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Di Yogyakarta

Dengan Hormat,

Berkaitan dengan rencana Peluncuran dan pemasaran untuk produk beras merek 'ROJOWALI' oleh Perusahaan kami. mohon bantuan untuk merancang disain logo tersebut. Oleh karena itu, kami mohon berkenan bapak Dekan FSR ISI Yogyakarta untuk memberikan izin kepada:

Nama : Dr. Drs. Prayanto Widyo Harsanto, MSn
NIP : 19630211 199903 10001
Jabatan : Staf Pengajar Diskomvis, Jurusan Disain FSR ISI Yogyakarta

agar bisa membantu melakukan perancangan/mendisain logo untuk online maupun cetak. Untuk kepentingan pemrosesan perancangan disain logo kami sangat berharap dapat kami terima paling lambat tanggal 20 Januari 2023.

Demikian permohonan kami, atas kerja sama yang baik ini kami mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat kami,


Yesaya Hengky Darmawan
Direktur Beras Wuluh Rojowali Klaten



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

FAKULTAS SENI RUPA

Jalan Parangtritis Km. 6,5 Kotak Pos 1210 Yogyakarta 55001

Telepon (0274) 381590

Laman www.fsr.isi.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : **11 B /IT4.2/TU/2023**

Tanggal : 08 Januari 2023

Berdasarkan surat dari Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta Nomor : 3/DS/1/2023, tanggal 8 Januari 2023, perihal seperti tersebut pada pokok surat, maka dengan ini Dekan Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta mengizinkan dan menugaskan nama tersebut di bawah ini :

Nama : Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn.

NIP : 19630211 199903 1 001

Pangkat, Gol. Ruang : Pembina Tk. I, IV/b

Jabatan : Lektor Kepala

Unit Kerja : Jurusan Desain FSR ISI Yogyakarta

untuk menjadi Perancang Logo Produk Beras Merk Rojowali, Beras Wuluh Rojowali Klaten

Demikian agar tugas ini dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab. Atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Dekan

Dr. Timbul Raharjo, M.Hum.
NIP. 196911081993031001

Tembusan:

1. Ketua Jurusan Desain FSR ISI Yogyakarta



BERAS WULUH ROJOWALI

Karangturi, Buntalan, Kec. Klaten Tengah,
Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57419
0821 3661 3122

Klaten, 11 Februari 2023

No. : 19/009/02/2023
Hal : Ucapan terima kasih
Lamp : -

Kepada Yth.
Bapak Prayanto Widyo Harsanto
Diskomvis FSR ISI Yogyakarta
Di Yogyakarta

Dengan hormat,

Kami mengucapkan terima kasih atas bantuan perancangan/mendisain logo produk beras merek 'ROJOWALI'. Semoga kerja sama yang baik ini tetap dapat terjalin dan lebih ditingkatkan lagi untuk kesempatan yang akan datang.

Atas perhatian dan kerja sama yang baik ini sekali lagi kami mengucapkan terima kasih.

Hormat kami,


Yesaya Hengky Darmawan
Direktur Beras Wuluh Rojowali Klaten



BERAS WULUH ROJOWALI

Karangturi, Buntalan, Kec. Klaten Tengah,
Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57419
0821 3661 3122

Klaten, 11 Februari 2023

No. : 20/009/02/2023
Hal : Keterangan Keberadaan Karya
Lamp : -

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yesaya Hengky Darmawan
Jabatan : Direktur Beras Wuluh Rojowali

Menerangkan bahwa :

Karya disain logo produk beras merek 'Rojowali' merupakan karya yang dirancang oleh Dr. Drs. Prayanto Widyo Harsanto, MSn. Bentuk karya tersebut berupa disain logo yang telah digunakan untuk kemasan/packaging produk beras serta iklan cetak dan online serta keberadaannya ada di perusahaan kami.

Demikian surat pernyataan ini agar bisa digunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,


Yesaya Hengky Darmawan
Direktur Beras Wuluh Rojowali Klaten

