

Perancangan Logo Produk Cerutu & Tembakau Pipa “DRUPADI”



Oleh:
Prayanto Widyo Harsanto

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

I. Pendahuluan

A. Latar Belakang

Pada dasarnya logo merupakan identitas yang dapat mewakili sosok, wajah, dan eksistensi dari sebuah lembaga atau perusahaan. Perwujudan logo dapat berupa lambang atau simbol, tetapi juga dapat berupa nama dengan segala asosiasinya. Logo bagi sebuah perusahaan dapat menonjolkan idealisme, menunjukkan visi dan representasi bidang usahanya, sehingga bentuk logo lebih mengarah ke simbolisasi yang tidak secara langsung menunjuk ke bentuk alat dan aktivitas bidang usahanya. Sebuah logo yang baik pada umumnya tidak dapat dipisahkan dari muatan-muatan informasi yang bersumber dari beberapa hal, antara lain: filosofi perusahaan, target pemasaran, kapasitas perusahaan, struktur organisasi yang ada di dalamnya, dan proyeksinya ke depan. Kehadiran logo bagi sebuah lembaga/perusahaan selain bertujuan membangun citra di mata publik, juga memiliki tujuan yang bersifat internal, yaitu: dapat membangun spirit bagi seluruh elemen yang ada di lembaga/perusahaan tersebut. Bagi perusahaan, logo yang baik akan menimbulkan sugesti yang kuat, kebanggaan, rasa memiliki, bahkan dapat menjalin kesatuan dan solidaritas anggota yang satu dengan anggota yang lain.

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 membedakan keberadaan sebuah perusahaan/lembaga/organisasi dengan yang lain. Selain dapat menunjukkan suatu identitas perusahaan, logo juga dapat memberi informasi dan persuasi yang pada akhirnya menjadi alat promosi.

Logo sebagai salah satu identitas suatu perusahaan dapat didayagunakan sebagai media untuk membangun citra (*image*) positif suatu perusahaan/lembaga di mata publik. Menurut David E. Carter, seorang pakar di bidang *corporate identity* dari Amerika, logo diibaratkan sebuah pakaian. Identitas seseorang bisa dilihat dari pakaian yang dikenakannya.

Fungsi logo bagi perusahaan adalah sebagai simbol pengingat produk yang akan dipasarkan kepada konsumen. Penggunaan sebuah logo pada produk atau kemasan produk akan membantu konsumen lebih mudah mengingat produk

perusahaan. Pemakaian logo pada produk atau kemasan produk dapat meningkatkan gengsi dan kepercayaan diri pemakai atau konsumennya, apalagi jika logo produk tersebut sudah memiliki *brand* terkenal. Logo yang baik akan mampu mencerminkan jenis usaha yang dikelola pemilik logo tersebut.

Mengingat peran logo sangat penting untuk meningkatkan pemasaran produk/jasa dari perusahaan, maka diperlukan sebuah desain logo yang menarik dan mudah diingat oleh masyarakat/ konsumen. Sulit dibayangkan jika saat ini masih ada suatu lembaga atau perusahaan tanpa menggunakan logo. Apalagi bagi perusahaan yang telah mapan atau produk yang telah survive dan menjadi pemimpin pasar, karena logo dapat berfungsi sebagai reminder (elemen pengingat). Terutama lagi bagi sebuah perusahaan baru dengan produk baru yang akan diluncurkan ke masyarakat, jelas sangat membutuhkan keberadaan logo. Oleh karena itu, anak perusahaan PT Tarumartani Yogyakarta, yaitu Enteng Cigars & Tobacco yang memproduksi cerutu varian baru dengan merek “drupadi” membutuhkan identitas visual berupa ‘logo’. Karena perusahaan ini akan melakukan branding untuk perusahaannya dan untuk mempromosikan produk cerutunya, maka memerlukan identitas visual berupa logotype atau logogram sebagai ‘wakil’ suatu identitas dari perusahaannya.

Pada kesempatan yang baik ini, izinkan saya untuk mengucapkan terima kasih dan apresiasi yang tinggi kepada pimpinan perusahaan rokok merek Drupadi yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan untuk merancang logo untuk perusahaannya. Harapan perancang, semoga logo ini dapat dimanfaatkan untuk kepentingan sesuai kebutuhannya. Selanjutnya, semoga logo ini bisa memberikan citra positif perusahaan yang kuat, sehingga membawa keberhasilan bagi perusahaan. Selain itu, semoga logo ini nantinya juga memberikan sugesti kepercayaan diri perusahaan yang kuat, serta dapat memberikan kebanggaan bagi konsumen.

B. Tujuan Perancangan Logo Drupadi

Tujuan dari perancangan logo ‘Drupadi’ ini antara lain untuk:

1. Mewujudkan sebuah logo yang mampu membangun citra positif terhadap perusahaan rokok merek Drupadi. Selain itu, logo ini juga mempunyai tujuan yang bersifat internal, yakni memberikan spirit, kebanggaan, rasa memiliki, dan memotivasi untuk menjalin kesatuan dan solidaritas di antara unit/elemen dalam perusahaan.
2. Mewujudkan logo yang memiliki filosofi dan *local wisdom* yang kuat serta memiliki tingkat estetika dan fungsional yang tinggi.
3. Membangun branding produk cerutu merek ‘drupadi’ bagi konsumen. Dengan logo ini konsumen akan mudah mengingat produk cerutu merek drupadi.

II. Landasan Teori Dan Data Lembaga

A. Landasan Teori Perancangan

Menurut Phillip Kotler dalam buku *Marketing* (1988: 47), logo adalah merek dagang yang dimiliki oleh produk atau perusahaan, dilindungi undang-undang, berupa gambar, tulisan, atau inisial, yang didesain sedemikian rupa, sehingga membedakan dengan merek produk yang lain. Menurut David E. Carter, logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. Logo juga disebut dengan simbol, tanda gambar, merek dagang (*trademark*) yang berfungsi sebagai lambang identitas diri dari suatu badan usaha dan tanda pengenal yang merupakan ciri khas perusahaan. Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan logo adalah cap dagang atau merek dari produk, perusahaan, organisasi atau lembaga, untuk keperluan komunikasi, perdagangan, dan perlindungan hukum.

Perusahaan kadang-kadang memiliki beberapa merek dagang produk. Merek dagang produk inilah yang dinamakan Logo. Agar logo perusahaan mudah diingat oleh konsumen/masyarakat maka rancangan logo harus berbeda dari para

pesaing; bersifat abadi atau lama berubah; fleksibel, artinya mudah diaplikasikan pada berbagai media; dan logo harus mempunyai perwujudan yang menarik. Selain itu, logo yang baik adalah logo yang mudah diingat sehingga menjadi *brand* (merek) tersendiri. Para ahli komunikasi mengungkapkan bahwa orang cenderung untuk mengingat gambar lebih kuat daripada teks atau tulisan. Ketika orang melihat gambar yang menarik, mereka akan menyimpannya dalam ingatan lebih lama daripada tulisan. Oleh karena itu, tujuan dari desain logo adalah menempatkan suatu pesan ke dalam benak masyarakat/audiens agar lebih mudah mengingatnya kembali pada suatu produk atau layanan.

Dalam melakukan perancangan logo, menurut David E Carter (1990), perlu mempertimbangkan antara lain:

1. Original dan *Disctinctive* atau memiliki nilai kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang jelas
2. *Legible* atau memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda.
3. *Simple* atau sederhana, dengan pengertian mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat.
4. *Memorable* atau cukup mudah untuk diingat karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang lama.
5. *Easily associated with the company*, di mana logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.
6. *Easily adaptable for all graphic media* atau faktor kemudahan mengaplikasikan (memasang) logo, baik yang menyangkut bentuk fisik, warna, maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis yang perlu diperhitungkan pada proses perancangan. Hal itu perlu dilakukan untuk menghindari kesulitan-kesulitan dalam penerapannya.

Oleh karena itu, dalam perancangan logo yang akan dilakukan harus memperhatikan elemen *pictorial*, tipografi, warna, komposisi, dan lay outnya dengan memperhitungkan nilai estetik dan fungsinya. Dalam rancangan logo tak

selalu berwujud bentuk *pictorial* (gambar), akan tetapi bisa merupakan susunan huruf atau angka (inisial).

B. Perusahaan Cerutu Drupadi

Merek cerutu 'Drupadi' merupakan salah satu produk perusahaan Enteng Cigars & Tobacco yang memiliki *store* berlokasi di jalan Margo Mulyo nomor 91 Ngupasan, Gondomanan, Yogyakarta. Nama 'Drupadi' diambil dari salah satu tokoh/sosok kisah cerita Mahabharata. Drupadi dikenal sebagai seorang pertapa yang tekun sehingga Siwa bersedia mengabulkan semua permintaannya. Salah satu permohonan Drupadi pada Siwa adalah ingin memiliki suami yang tampan, gagah, sakti mandraguna, setia, dan penyayang. Permintaan itu dikabulkan Siwa dengan syarat pada kehidupan Drupadi selanjutnya yang diaktualisasikan sebagai istri dari pandawa lima.

Drupadi digambarkan sebagai wanita pertama dari antara wanita yang akan menjadi awal kehancuran dari banyak kesatria. Drupadi terkenal dengan kecantikannya, memiliki kekuatan sikap dan harga diri. Drupadi merupakan simbol dari wanita mandiri yang berani bersuara dan didengarkan oleh laki-laki. Sikap Drupadi yang berani berargumen dan berani melawan membuatnya menonjol. Drupadi mencuat sebagai bentuk perlawanan bagidunia yang memihak laki-laki. Konsep filosofi inilah yang digunakan perusahaan Enteng Cigars & Tobacco untuk memilih nama 'Drupadi' sebagai produk cerutu andalannya.

Keberadaan perusahaan Enteng Cigars & Tobacco sendiri sebenarnya sudah sejak 1958 dan bergerak di bidang distributor produk tembakau dan cerutu PT Tarumartani sebagai produsen cerutu terkenal di Yogyakarta, bahkan produknya sudah mendunia dan dikenal oleh masyarakat luas. Selain sebagai distributor PT Tarumartani, perusahaan Enteng Cigars & Tobacco juga memiliki usaha penjualan tembakau, rokok, cerutu, dan segala kelengkapannya dari merek-merek lain. Perusahaan Enteng Cigars & Tobacco juga memproduksi sendiri cerutu varian baru dengan merek 'Drupadi'. Perusahaan ini menciptakan formulasi campuran tembakau cerutu yang bercita rasa tinggi untuk memenuhi keinginan dari para pecinta cerutu sejati. Hingga saat ini, Enteng Cigars & Tobacco

memproduksi 4 jenis cerutu yaitu, Panchali Grand, Yagnaseni Churchil, Khresna Pig Tail Corona, dan Panchali Vioni. Cerutu ‘Drupadi’ memilih teknik lintingan long filler yang berarti terbuat dari lembaran daun tembakau utuh dan tidak dirajang. Karena tergolong berukuran sedang, perpaduan cerutu dari lima bahkan lebih tembakau ini memiliki aroma tembakau yang tidak berubah dan tidak berat saat dihisap. Selain memproduksi cerutu merek ‘Drupadi’, perusahaan ini juga memproduksi tembakau pipa yang dikemas dalam kaleng/tin, olahan tembakau pipa, dan smokeless tobacco (snuff tobacco). Varian smokeless tobacco (snuff tobacco) ini terbagi menjadi 5, yaitu: Baruna; Laksmi; Agni; Yama; dan Kulajera.

III. Konsep dan Metode Perancangan

A. Konsep Logo Drupadi

Big idea atau gagasan utama dalam perancangan logo cerutu Drupadi ini adalah *soft and balance*. Artinya konsep atas pesan yang akan disampaikan adalah membawa produk cerutu produk Enteng Cigars & Tobacco dari Yogyakarta ini mampu melakukan intervensi terhadap masyarakat secara lembut. Karena dalam perkembangannya, cerutu atau cigar dibuat untuk ketenangan dan sensasi *after taste* dalam menikmati tembakau yang menjadi keutamaan pada cerutu. Untuk itu gagasan yang ditawarkan dalam perancangan logo ini adalah **Menikmati hidup penuh kelembutan, ketenangan, dan keseimbangan** sebagaimana sikap dan karakter sosok Drupadi yang banyak diperebutkan oleh para ksatria Pandawa. *Big idea* ini dimaknai oleh perusahaan dan diharapkan juga dimaknai oleh khalayak luas. Berdasarkan gagasan besar ini selanjutnya akan diterjemahkan secara visual pada logo.

B. Metode Perancangan Logo

Setiap proses desain meliputi pengembangan, mulai dari konsep atau ide menuju produk akhir. Sebagaimana dikatakan oleh Soedarso Sp. (2006: 80) ide atau gagasan bersifat *intangibile* supaya menjadi *tangible* (kasat mata) untuk itu

memerlukan visualisasi yang selalu berhubungan antara material dan teknik. Untuk mewujudkan gagasan tersebut juga dibutuhkan cara-cara yang rigid atau metode perancangan yang runtut dan mudah untuk diikuti. Untuk itu dalam perancangan logo Drupadi ini langkahnya dimulai dengan metode dan beberapa prosedur perancangan, meliputi: tahap analisis, tahap sintesis, tahap evaluasi, dan tahap perancangan Logo.

1. Tahap Analisis

Analisis yang dilakukan perancang dalam perancangan logo Drupadi ini menggunakan metode analisis SWOT, yaitu Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat.

- a. *Strength*: Perusahaan Enteng Cigars & Tobacco ini memiliki pengalaman dalam pengelolaan dan pengolahan tembakau yang sangat lama.
- b. *Weakness*: Meskipun perusahaan Enteng Cigars & Tobacco sudah lama berkiprah di dunia usaha tembakau tetapi kurang publikasi dan belum memiliki identitas perusahaan yang baik.
- c. *Opportunities*: Perusahaan Enteng Cigars & Tobacco memiliki dukungan pemerintah daerah dan bekerja sama dengan perusahaan PD Tarumartani Yogyakarta.
- d. *Threat* (Ancaman) menjadi kekhawatiran harus berkompetisi dengan produk sejenis yang berasal dari luar negeri (impor).

Dari beberapa analisis yang meliputi kekuatan, kekurangan, kesempatan atau peluang, dan ancaman di atas, ditambah dengan permintaan atau harapan dari perusahaan Enteng Cigars & Tobacco sebagai produsen cerutu Drupadi (*client*) terhadap logo yang akan dirancang, maka disusunlah kesimpulan analisis yang akan digunakan sebagai acuan dasar dalam menyusun strategi kreatif. Permintaan atau harapan (*Review Brief*) dari perusahaan: logo yang memiliki *local content* dapat mencerminkan produknya serta kuat karakternya.

2. Sintesis

Dalam tahapan Sintesis ini disusun konsep desain logo Drupadi secara menyeluruh dan beberapa solusi yang terwujud dalam sketsa. Sintesis ini juga merupakan kesimpulan analisis yang menghasilkan alternatif solusi yang terwujud dalam sketsa desain.

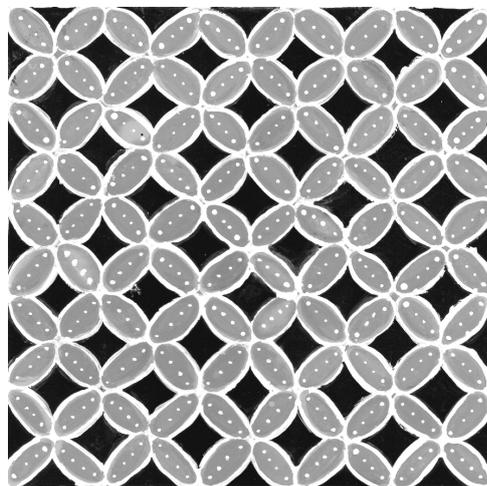
- a. Logo Drupadi menyiratkan kesan elegan dan akrab dengan masyarakat konsumennya. Secara visual, merepresentasikan *local wisdom* Jawa yang unik dan sangat akrab/dekat dengan masyarakat.
- b. Gaya dekoratif dipilih untuk mewujudkan logo Drupadi ini dan menggunakan teknik visualisasi digital (computer) dengan vector image supaya mudah diaplikasikan pada semua media.
- c. Tipografi (logotype) dipilih yang mudah terbaca (legible), klasik, serta mudah diasosiasikan dengan budaya lokal.
- d. Warna logo harus merepresentasikan budaya lokal, tradisi, atau klasik sehingga harus mampu memberi kesan profesional, elegan, dan memiliki diferensiasi yang tinggi, sehingga mudah diingat masyarakat konsumen.
- e. Aplikasi Logo, diterapkan pada ring cerutu sebagai produk utama, untuk kemasan atau bungkus cerutu, dan pada beberapa elemen media seperti company profile, stationary kit, dan yang lain sebagainya.

C. Proses Perancangan

1. Data Visual

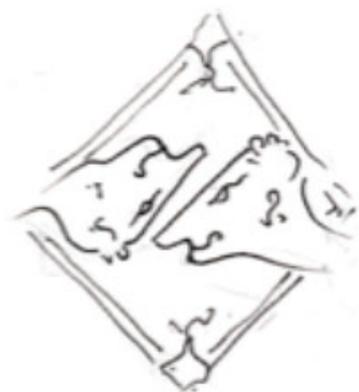
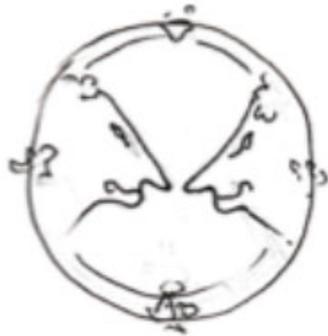
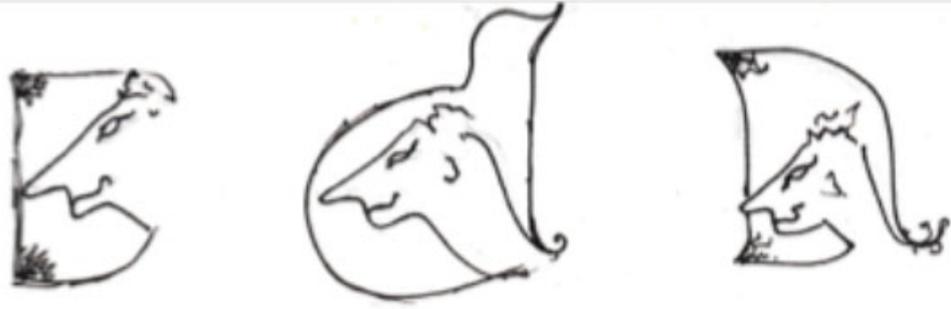


Sosok/figure Drupadi
Sumber: hana.web.id



Pada motif batik kawung, polanya berbentuk irisan buah kawung atau kolang-kaling. Buah yang didapat dari pohon aren ini bermakna bahwa dalam masyarakat Jawa sebaiknya kebaikan hati tidak perlu diketahui orang lain. Selain itu, bunga teratai juga menjadi interpretasi lain dalam menggambarkan motif batik ini. Empat lembar kelopak bunga teratai ini mengisyaratkan kesucian dan umur yang panjang.

2. Skets



yin-yang.

motif Kawung

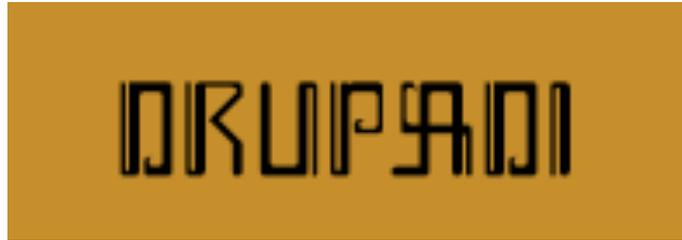


Mengembangkan/Membangun
konsep yin-yang +
motif batik kawung +
figur wayang Drupad.
(Filosof Timur)

3. Studi Warna

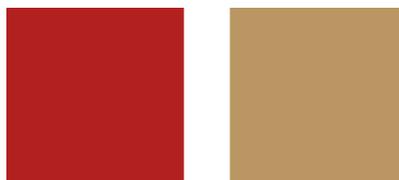


4. Tipografi



Tipografi menggunakan jenis font java.ttf , dengan modifikasi guna mendekati aksara jawa yang dikenal oleh masyarakat (sesuai budaya wayang).

5. Logo (logogram dan logotype) terpilih



Merah sebagai lambang berani, api (di sini produk tembakau identik dengan bakaran), sementara warna coklat muda (krem) selain melambangkan daun kering tembakau juga melambangkan ketenangan dan kenikmatan dalam tiap hisapan *cigar*.

D. Deskripsi Visual

Secara visual logo ini berbentuk lingkaran yang terdiri atas 2 bagian yaitu lingkaran bagian luar dan lingkaran bagian dalam. Di antara kedua lingkaran terdapat motif batik yang berbentuk jajaran genjang yang disusun mengikuti dan memenuhi kedua garis lingkaran. Motif batik tersebut dibuat positif dan negatif (warna hitam dan putih) berselang-seling dengan latar belakang warna merah maroon. Sementara lingkaran bagian dalam terdapat 2 figure atau sosok kepala tokoh cerita Mahabharata yaitu Drupadi. Dua sosok kepala tersebut diletakkan bertolak belakang yaitu posisi atas kepala seakan saling bersentuhan, dan di antara sosok kepala tersebut terdapat motif berupa sulur. Sementara warna cokelat (krem) sebagai latar belakang pada lingkaran tengah.

Dua garis lingkaran yang diciptakan pada logo ini tidak memiliki awalan dan tidak memiliki akhiran, artinya secara masif saling terhubung penuh menjadi bulatan berbentuk 360 derajat. Lingkaran dalam hal ini dapat diartikan atau mengandung pemaknaan atas kekekalan, kebulatan tekad dan totalitas atas spirit. Dalam setiap budaya makna tersebut juga sering terwujud dalam bentuk matahari, bulan, alam semesta, dan objek angkasa lainnya. Lingkaran sering digunakan untuk benda-benda yang akrab dengan kehidupan sehari-hari seperti roda, bola, serta berbagai macam buah. Bentuk lingkaran pada dasarnya memiliki pergerakan yang bebas, dapat berputar, dan dapat menggelinding dengan baik. Sebagaimana sebuah bayangan dan garis yang dapat meningkatkan rasa pergerakan dalam lingkaran. Lingkaran merupakan kurva yang anggun dan terlihat feminin. Lingkaran juga memberikan rasa hangat, menenangkan, serta memberikan rasa sensualitas dan cinta. Pergerakannya memberikan energi dan kekuatan. Kelengkapannya menunjukkan ketakterbatasan, kesatuan, dan harmoni. Arti lain lingkaran adalah melindungi, memberikan pertahanan, dan membatasi. Lingkaran membatasi apa yang ada di dalam dan menjaga hal-hal lain agar tetap di luar. Lingkaran menawarkan keamanan dan koneksi sebagaimana ditunjukkan komposisi dan letak sosok Drupadi yang ditempatkan dalam lingkaran. Lingkaran

dalam hal ini digunakan untuk menarik perhatian, memberikan penekanan, dan mengatur unsur-unsur visual agar tetap tidak terpisah.

Posisi 2 sosok Drupadi yang diletakkan saling bersilang memberikan kesan dan rasa keseimbangan, sebagaimana filosofi Yin and Yang dalam budaya tiongkok, di mana dalam kehidupan terdapat hitam dan putih yang berjalan berdampingan tanpa bisa terpisahkan. Hal ini bukan menjadi bagian besar visi dan misi perusahaan untuk menjadi produsen cerutu *mid high* di Indonesia. Dalam sebuah keberlanjutan perusahaan pasti akan didapatkan banyak batu sandungan, maka dengan konsep Yin and Yang diharapkan identitas logo dapat melakukan *recall* mengenai pemaknaan Yin and Yang yang menjadikannya ketenangan dalam menghadapi permasalahan dan tantangan.

Dalam sebuah logo, menentukan bentuk adalah hal yang harus dipikirkan sebaik-baiknya. Terutama oleh desainer yang memang mengerti mengenai desain logo. Bentuk menjadi penting karena setiap bentuk memiliki makna yang berbeda. makna dari bentuk inilah yang kemudian akan menjadi dasar pemilihan bentuk tersebut sebagai bentuk dasar dari logo. Penentuan bentuk logo berdasarkan maknanya dipilih dengan maksud supaya logo tersebut mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh pemilik logo kepada konsumennya. Selain itu, logo juga mampu membangun *brand image* seperti yang diinginkan oleh pemilik logo. Oleh karena itu, bentuk logo merupakan gambaran dari karakter pemilik logo.

Ada beberapa bentuk dasar yang dapat dipilih berdasarkan kesan apa yang ingin diterapkan pada benak publik. Bentuk tersebut di antaranya adalah lingkaran. Coba perhatikan! Tidak sedikit bukan, logo yang menggunakan bentuk lingkaran sebagai bentuk dasarnya? Bentuk lingkaran sangat cocok dengan perusahaan yang ingin memberikan kesan yang dinamis, bergerak, memiliki kecepatan, sesuatu yang berulang, tidak terputus, tidak memiliki awal atau akhir, abadi, memiliki kualitas, dapat diandalkan, sesuatu yang sempurna, serta melambangkan kehidupan. Selain itu, dalam pewayangan sosok bulan yang melingkar merupakan suatu bentuk keagungan. Dalam budaya Jawa sendiri bentuk bulan yang bulat selalu digambarkan sebagai *pengilon-e samudra* sehingga dapat dibayangkan betapa bermaknanya sebuah lingkaran.

Bentuk batik kawung yang sebenarnya diambil dengan sedikit modifikasi pada aplikasinya menggambarkan makna untuk selalu mengingat siapa jati dirinya dan tidak lupa akan leluhurnya. Di sini makna yang diangkat oleh desainer tidak berhenti pada makna materiil, tetapi makna logo memiliki filosofi yang luas. Pemaknaan untuk mencapai tujuan juga dapat digambarkan dengan makna motif kawung yang melingkar untuk selalu menciptakan sejarah untuk masa depan.

Makna atau kesan yang diberikan ini adalah sebuah simbol yang secara tidak sadar menjadi suatu peraturan. Atau dengan kata lain, terjadi di alam bawah sadar manusia. Ini merupakan simbol-simbol, dan manusia modern adalah manusia yang penuh dengan simbol. Menyampaikan sesuatu dengan simbol dianggap akan lebih praktis jika menggunakan tulisan karena simbol bisa dilihat lebih cepat dibandingkan dengan tulisan. Apalagi simbol yang secara tidak sadar telah melekat dalam otak manusia karena ketika simbol tersebut dilihat, maka secara otomatis makna dari simbol tersebut akan muncul dengan sendirinya sebagai suatu pemahaman yang mengendalikan pemikiran dan perasaan manusia.

Lingkaran tentu termasuk sebuah simbol yang akan mengendalikan pikiran serta perasaan orang yang melihatnya. Hal ini dapat terjadi karena arti atau makna dari lingkaran yang memiliki sifat-sifat seperti yang telah dikemukakan sebelumnya. Oleh karena itu, logo berbentuk lingkaran akan mampu membangun *brand image* yang sama seperti makna pada bentuk lingkaran

E. Penerapan/Implementasi Logo Drupadi

1. Logo diterapkan dalam desain Ring Cerutu



Desain Ring Cerutu varian Paanchali



Desain Ring Cerutu varian Khrisna



Desain Ring Cerutu varian Yagnaseni



Logo diterapkan untuk Ring Cerutu

2. Logo Drupadi diterapkan untuk kemasan produk tembakau pipa



IV. Kesimpulan

Logo merupakan simbol yang dapat mewakili identitas perusahaan, organisasi, produk, lembaga, dan yang lain. Logo dalam hal ini dapat disebut sebagai salah satu identitas institusi yang berfungsi sebagai informasi visual. Melalui visualisasinya berbentuk simbol/gambar dan tulisan dapat disampaikan kepada masyarakat tentang berbagai hal yang berkaitan dengan lembaga tersebut. Sebagaimana logo Drupadi diciptakan agar mudah dikenali oleh masyarakat dan diharapkan memiliki citra yang baik.

Logo merupakan sebuah visi penyampaian citra positif melalui sebuah tampilan sederhana dalam bentuk simbol. Bagi sebuah logo, menentukan bentuk adalah hal yang penting, karena setiap bentuk memiliki makna yang berbeda. Makna dari bentuk inilah yang kemudian akan menjadi dasar pemilihan bentuk tersebut sebagai bentuk dasar dari logo. Bentuk lingkaran yang menjadi bentuk dasar logo Drupadi karena lingkaran sebuah simbol yang akan mengendalikan pikiran serta perasaan orang yang melihatnya. Oleh karena itu, logo berbentuk lingkaran akan mampu membangun *brand image* yang sama seperti makna pada bentuk lingkaran.

Daftar Pustaka

- Al Ries & Jack Trout. 1992, *Positioning (terj.)*. Jakarta: Erlangga.
- Arntson, Amy E. 1988. *Graphic Design Basics*. Orlando: Holt, Reinhart and Winston Inc.
- Cotton, Bob. 1990. *The New Guide to Graphic Design*. Oxford: Phaidon.
- 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 “Masyarakat Karawitan Jawa”
- Smith K, Moriarty S, Barbatsis G, Kenney K. 2005. *Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media*. London: Lawrence Erlbaum Associate, Publishers

Lampiran



ENTENG CIGARS AND TOBACCO
Jl. Margo Mulyo No.91, Ngupasan, Kec.Gondomanan, Kota
Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55122
(0274) 582525 / 082133293839,
Email. toko.enteng91@gmail.com

No. : 03.005/ECT/I/2020
Hal : Permohonan Merancang Disain Logo
Lamp: -

Yogyakarta, 3 Januari 2020

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

Dengan Hormat,

Berkaitan dengan rencana Peluncuran dan pemasaran untuk produk tembakau (cerutu) merek 'DRUPADI' oleh Perusahaan kami (Enteng Cigars and Tobacco). mohon bantuan untuk merancang disain logo tersebut. Oleh karena itu, kami mohon berkenan Ibu 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 diterima paling lambat tanggal **20 Januari 2020**.

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

Hormat kami,


Stevanus R. Adrian
Owner Enteng Cigars and Tobacco



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
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

Nomor : 78 A/IT4.2.1/TU/2020
Lamp : --
Hal : Ijin Merancang Desain Logo

17 Januari 2020

Yth. **Owner Enteng Cigars and Tobacco**
Jl. Margo Mulyo, Ngupasan
Yogyakarta 55122

Sehubungan dengan surat saudara Nomor : 03.005/ECT/I/2020 tanggal 3 Januari 2020, perihal seperti tersebut pada pokok surat, maka dengan ini Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta mengijinkan tersebut dibawah ini :

Nama : Dr. Prayanto WH., M.Sn.
NIP : 19630211 199903 1 001
Pangkat/Gol. Ruang : Pembina, IV/a
Jabatan : Lektor Kepala
Unit Kerja : Jurusan Desain FSR ISI Yogyakarta

untuk membantu melakukan perancangan/mendisain logo untuk online maupun cetak untuk produk tembakau (cerutu) merek "DRUPADI", Enteng Cigars and Tobacco, yang dilaksanakan pada tanggal 20 Januari 2020.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.


Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP 19590802 198803 2 00 2

Tembusan Yth.:

1. Pembantu Dekan I
 2. Ketua Prodi DKV
 3. Kabag Tata Usaha
 4. Kasubbag Keu dan Kepeg
 5. Ybs.
- FSR ISI Yogyakarta



ENTENG CIGARS AND TOBACCO
Jl. Margo Mulyo No.91, Ngupasan, Kec.Gondomanan, Kota
Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55122
(0274) 582525 / 082133293839,
Email. toko.enteng91@gmail.com

No. : 11.020/ECT/II/2020
Hal : Ucapan terima kasih
Lamp: -

Yogyakarta, 12 Februari 2020

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

Dengan hormat,

Kami mengucapkan terima kasih atas bantuan perancangan/mendisain logo produk tembakau (cerutu) merek 'Drupadi'. 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,


Stevanus R. Adrian
Owner Enteng Cigars and Tobacco





ENTENG CIGARS AND TOBACCO

Jl. Margo Mulyo No.91, Ngupasan, Kec.Gondomanan, Kota
Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55122
(0274) 582525 / 082133293839,
Email. toko.enteng91@gmail.com

No. : 09.021/ECT/II/2020
Hal : Keterangan Keberadaan Karya
Lamp: -

Yogyakarta, 12 Februari 2020

Yang bertanda tangan di bawah ini:

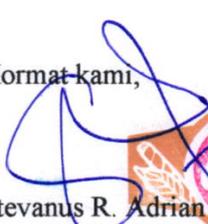
Nama : Stevanus R. Adrian
Jabatan : Owner

Menerangkan bahwa :

Karya disain logo produk tembakau (cerutu) merek 'DRUPADI' merupakan karya yang dirancang oleh Dr. Drs. Prayanto Widyo Harsanto, MSn. Bentuk karya tersebut berupa disain logo yang telah digunakan untuk ring cerutu serta iklan cetak dan online serta keberadaannya ada di perusahaan kami di Enteng Cigars and Tobacco

Demikian surat pernyataan ini agar bisa digunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,


Stevanus R. Adrian
Owner Enteng Cigars and Tobacco

