Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global
Vol.3, No.1 Februari 2024
e-ISSN: 2962-0848; p-ISSN: 2964-5271, Hal 165-170
DOI: https://doi.org/10.30640/cakrawala.v3i1.2132

Redesain Logo UMKM Ken Jaya Food

Ken Jaya Food UMKM Logo Redesign

Ita Purnama[1*], Sulistyo Utami[2], Tri Wulandari[3], Nabilla Selvilam Sa'idah[4], Selfania[5]
[1,2,3,4,5]Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima
**E-mail: sulistyoutami.stiebima20@gmail.com[2]*

Article History:
Received: 20 Desember 2023
Accepted: 18 Januari 2024
Published: 28 Februari 2024

Keywords: *redesign, tuna fish, logo*

Abstract: *UMKM Ken Jaya Food is a business that produces shredded, meatballs and nuggets using tuna as the basic ingredient. Located in Kolo Village which is famous for its abundant tuna fish. This UMKM also helps many local fishermen by buying fishermen's catches. However, this UMKM does not yet have a unique and attractive logo design as a business identity that is easily recognized by consumers. The logo design of UMKM Ken Jaya Food is still a simple logo. Therefore, it is necessary to redesign the logo for UMKM Ken Jaya Food. The method we use is a qualitative method through interviews with business owners and observations of business premises. This research has several stages to go through so that it can produce a visual identity in the form of a logo.*

Abstrak

UMKM Ken Jaya Food merupakan usaha yang memproduksi abon, bakso, dan nugget dengan bahan dasar ikan tuna. Berlokasi di Kelurahan Kolo yang terkenal dengan hasil ikan tuna nya yang melimpah. UMKM ini juga banyak membantu nelayan sekitarnya dengan membeli hasil tangkapan nelayan. Namun, UMKM ini belum memiliki desain logo yang unik dan menarik sebagai identitas usaha yang mudah dikenali konsumen. Desain logo yang dimiliki UMKM Ken Jaya Food ini masih tergolong logo yang sederhana. Maka dari itu, diperlukan redesain logo untuk UMKM Ken Jaya Food ini. Metode yang kami gunakan yaitu metode kualitatif dengan melalui wawancara pemilik usaha dan observasi tempat usaha. Penelitian ini terdapat beberapa tahapan yang dilalui sehingga dapat menghasilkan sebuah identitas visual berupa logo.

Kata kunci: redesain, ikan tuna, logo

PENDAHULUAN

Usaha Kecil, Menengah, dan Mikro (UMKM) merupakan suatu kegiatan perdagangan yang biasanya dilakukan secara individu dengan badan usaha yang lebih kecil. UMKM berperan sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, terhitung 99% dari seluruh unit usaha. Kontribusi usaha kecil, menengah, dan mikro terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan penyerapan tenaga kerja mencapai 96,9% dari penyerapan tenaga kerja nasional (Tim Liputan DKIPS, 2020).

Kelurahan Kolo yang berada di Kecamatan Asakota Kota Bima merupakan daerah pesisir yang terkenal akan pantai dan hasil lautnya. Hasil laut yang banyak ini kemudian dijadikan olahan oleh masyarakat sekitar sebagai olahan produk yang di gemari oleh banyak kalangan, contohnya olahan dari ikan tuna. Ikan Tuna merupakan salah satu jenis ikan yang banyak diminati karena teksturnya yang lembut, halus dan juga mempunyai rasa gurih. Ikan ini memiliki kandungan omega-3, DHA, dan EPA yang dapat menurunkan tekanan darah tinggi serta menjaga kesehatan mata, jantung, otot, dan pencernaan.

UMKM Ken Jaya Food menjadi tempat mata pencaharian bagi masyarakat sekitar, khususnya para nelayan. Karena bahan baku utamanya sendiri adalah ikan tuna yang merupakan

*Ita Purnama, sulistyoutami.stiebima20@gmail.com

hasil dari melaut para nelayan disekitar. Sehingga para nelayan tidak perlu menjual dengan harga yang sangat rendah ke daerah lain karena lonjaknya jumlah ikan tuna yang ditangkap. Olahan UMKM dari Ken Jaya Food cukup banyak peminatnya, terutama dari luar daerah Kolo sendiri. Untuk ruang lingkup penjualan UMKM Ken Jaya Food masuk ke kota/kabupaten Bima. Ken Jaya Food memiliki media sosial berupa facebook dan whatsapp sebagai media promosi dan pemesanan.

UMKM ini sebelumnya sudah memiliki logo. Logo yang digunakan UMKM Ken Jaya Food merupakan logo yang tergolong sederhana yang memuat gambar ikan tuna dengan bertuliskan nama brand UMKM saja sehingga kurang memiliki daya tarik dan keunikan. Oleh sebab itu kami redesain logo untuk mengatasi masalah tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu bagaimana konsep perancangan redesain logo UMKM Ken Jaya Food. Tujuan penelitian berupa mendeskripsikan konsep rancangan redesain logo UMKM Ken Jaya Food.

METODE

Data kualitatif yang kita dapat melalui wawancara dan observasi. Subjek penelitian adalah pemilik usaha UMKM Ken Jaya Food yaitu Bapak Firmansyah dan Ibu Uswatun. Untuk mendapatkan desain logo yang diinginkan (cara ini digunakan untuk mencari data primer) sedangkan data sekunder didapatkan dari literasi, dari jurnal dan referensi gambar dari internet yang berkaitan dengan tema penelitian. Berikut penjabaran proses pengumpulan data dalam penelitian ini :

a. Wawancara dilakukan kepada Bapak Firmansyah dan Ibu Uswatun selaku pemilik usaha Ken Jaya Food bertujuan untuk mendapatkan data yang diinginkan dalam pembuatan identitas visual berupa logo.
b. Melakukan observasi pada produk yang diproduksi di rumah produksir kemudian mencari referensi dan inspirasi yang sesuai dengan data yang di inginkan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode kualitatif deskripsi. Penggunaan analisis deskriptif bermanfaat untuk mendapatkan hasil deskripsi yang lengkap dari data dalam bentuk verbal berdasarkan dari data yang penulis teliti. Dalam penggunaan metode analisis deskriptif ada beberapa langkah yaitu membuat rumusan masalah, menentukan jenis informasi atau data, menentukan proses pengumpulan data, mengolah data yang didapat, dan mengambil keputusan berdasarkan hasil analisis data.

Dalam melakukan desain logo untuk UMKM Ken Jaya Food, ada beberapa tahapan yaitu mengidentifikasi permasalahan, menganalisis data, membuat konsep dan finalisasi desain.

HASIL DAN DISKUSI

1. Identifikasi Masalah

UMKM Ken Jaya Food merupakan yang di dirikan oleh Bapak Firmansyah dan Ibu Uswatun pada tahun 2017 yang terletak di Kelurahan Kolo RT.04 RW.02. UMKM Ken Jaya Food merupakan usaha yang memproduksi olahan dari ikan tuna. Produk yang ditawarkan UMKM ini yaitu abon ikan tuna, bakso ikan tuna dan nugget ikan tuna. Untuk bakso ikan tuna dan nugget ikan tuna ini tersedia dalam bentuk frozen food dan junk food.

UMKM ini sebelumnya sudah memiliki logo. Logo yang digunakan UMKM Ken Jaya Food merupakan logo yang tergolong sederhana yang memuat gambar ikan tuna dengan bertuliskan nama brand UMKM saja sehingga kurang memiliki daya tarik dan keunikan. Oleh sebab itu kami redesain logo untuk mengatasi masalah tersebut.

Gambar 1. produk yang dihasilkan UMKM Ken Jaya Food
Sumber: dokumentasi pribadi

2. Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data dari wawancara dari pemilik usaha UMKM dan juga observasi dapat di ambil kesimpulandata yang dijadikan acuan untuk konsep visual. Desain logo yang diinginkan memiliki bentuk yang sederhana terdiri dari nama brand ken jaya food dengan menambahkan tulisan bina sejahtera dan juga menambahkan gambar ikan tuna sebagai bahan baku utama dari produk bakso ikan tuna frozen food, memasukan unsur dari hasil laut disini penulis memasukan visual dari ikan tuna yang merupakan ciri khas dari produk bakso ikan tuna frozen food dan juga menggunakan warna coklat dan coklat cream berbeda dengan logo yang sebelumnya, serta logo yang terlihat sederhana tapi telihat menarik pelanggan. Untuk itu dapat disimpulkan kata kunci yang dibutuhkan yaitu nama brand ken jaya food,warna coklat sama coklat cream dan unsur hasil laut.

3. Konsep visual

Berdasarkan hasil analisis yang dapat dijadikan acuan atau kata kunci ,gaya visual yang cocok digunakan untuk desain logo adalah penggunaan nama brand ken jaya food dan juga menambakan visual hasil laut untuk reprsentasi produk.

a. Logogram

Letter form logo yang dibuat dengan menggunakan nama brand Ken jaya food dan juga merupakan sebagai elemen utama untuk pembuatan logo, kemudian menambahkan visual animasi ikan tuna yang merupakan simbol bahwa produk UMKM ini 100% terbuat dari olahan ikan tuna yang menjadikan ciri khas dari produk UMKM ini. Dan juga ada gambar animasi jangkar kapal yang mengartikan bahwa bahan utama produknya merupakan hasil laut.

b. Stilasi bentuk

Menurut Sulastianto, (2008:4) “Stilasi merupakan motif hias yang memberikan suatu gaya atau mode untuk mendesain suatu bentuk motif hias agar tercipta variasi berbagai motif hias yang berbeda dan juga inovatif”. Hal itu juga yang dilakukan pada gambar animasi ikan tuna dan juga jangkar yang menambahkan kesan dari hasil laut. Pembuatan stilasi bentuk dari logo ikan tuna dengan mengambil foto ikan tuna dan dengan menggunakan animasi dari gambar ikan yang asli dengan penyederhanaan objek dari ikan tuna agar bentuk yang sudah di stilalasi bisa dipakai pada logogram.

Gambar 2. Bentuk logo yang lama
Sumber : dokumentasi pribadi

c. Tipografi

Tinarbuko (2015: 148) tipografi adalah seni memilih dan menata huruf untuk berbagai kepentingan menyampaikan informasi berbentuk pesan sosial ataupun komersil. Jenis font yang digunakan dalam penulisan brand dari prouk Ken Jaya Food adalah Font ALEGREYA SANS SC yang memiliki ketebalan konsisten dan tidak memiliki ujung sudut di setiap hurufnya, font ini terlihat tegas sehingga memberikan kemudahan untuk konsumem membaca nama brand, selain itu juga sangan menarik dan juga fleksibel hal ini sangat cocok dengan karakteristik dari logo yang digunakan.

d. Warna

Menurut Wong dalam Azhari (2017) warna dapat didefinisikan secara objektif atau fisik sebagai sifat dari cahaya yang dipancarkan secara subjektif sebagai bagian dari indera penglihatan. Warna utama yang digunakan pada logo menggunakan 10 warna yaitu warna coklat tua (#3D311E) untuk penulitasn font Ken Jaya Food. warna cream muda (#FFF2CC) untuk penulisan font Bina sejatera dan juga backgroun logo. warna biru muda (#8BBFEO), biru tua (#2F467D), kuning (#D6BD63), hijau telur asin (#BAD3DD), hijau (#5A6C64) untuk perpaduan warna dari ikan tuna. hitam (#000000) untuk warna garis pinggir. Abu – abu tua (#565658), abu – abu muda (#D7DAEO),kuning gading (#E8B26F) warna ini untuk gambar animasi jangkar. Pemilihan warna ini menjadikan identitas dari pembuatan logo ini, identik dengan warna – warna alam yang merepresentasikan perasaan menyeluruh, ketenangan, keindahan dan kekayaan yang dimana hal ini berkaitan dengan hasil produk yang digunakan yaitu ikan tuna.

Gambar 3. Warna yang digunakan pada logo
Sumber : Dokumentasi pribadi

4. Alternatif final

Penulis melakukan brainstorming untuk memasukan tulisan Bina Sejatera yang lebih cocok untuk dimasukan pada desain logo. Setelah melakukan proses kreatifitas untuk perubahan dari beberapa referensi yang didapat. Dari hasil itu dibuat beberapa alternatif sketsa logo yang digabungkan dengan tulisan Bina Sejatera yang sudah disusun dengan nama brand

dari produk Ken Jaya Food.

Logo 1. Sebelum **Logo 2. Sesudah**

Gambar 4. Final logo UMKM Ken Jaya Food sebelum dan sesudah
Sumber : dokumentasi pribadi

Dari alternatif desain logo yang dibuat pihak UMKM Ken Jaya Food memberikan masukan untuk desain yang dibuat dengan sedikit mengubah dan menambahkan penulisan Bina Sejater dengan mengkombinasikanya dengan penulisan nama brand yaitu Ken Jaya Food. Dan dipilihlah desain yang ke 2 untuk logo brand.

5. **Desain Final**

Tahap terakhir dari pembuatan logo yaitu pemilihan salah satu dari 2 logo yang diberikan kepada pihak UMKM. logo yang dipilih adalah logo nomor 2 dengan sedikit revisi dari logo nomor 1 yang menambahkan tulisan Bina Sejatera dimana penambahan tulisan ini yaitu karena bina sejatera adalah nama kelompok usaha. Logo ini akan menjadi logo dan identitas dari brand Ken Jaya Food.

KESIMPULAN

Memiliki identitas visual pada brand UMKM merupakan bagian yang sangat penting bagi pelaku bisnis yang menginginkan bisnis jangka panjang dan dikenal masyarakat luas sehingga mampu bersaing di pasar. Identitas visualnya banyak sekali, salah satunya adalah logo. Kehadiran logo pada suatu perusahaan dapat menjadi pembeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya serta memiliki identitas unik tersendiri.

Menurut David E Carter (2004), pakar *Corporate Identity*, dan penulis buku "*The Big Book of Logo*" jilid 1, 2, dan 3 dari Amerika, logo yang baik itu harus mencakup ciri khas yang memiliki daya pembeda sehingga mudah diingat karena keunikannya dengan logo lain, memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi, mudah diingat dan mudah di tangkap serta dimengerti dalam waktu yang relatif singkat. Dengan adanya perancangan ini, diharapkan dapat membantu usaha Weave untuk lebih dikenal walaupun hanya melihat dari logonya

DAFTAR REFERENSI

Effendi, F. P. (2023). Redesain Logo UMKM " Weave ." 1(6).

Pangestu, F. A., & Anggalih, N. N. (2023). Redesain Logo Dan Kemasan Umkm Basreng Rc Di Probolinggo. Junal Desgrafia, 1(1), 53–66. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/desgrafia/

Identity, C., Identity, C., & Identity, C. (2023). REDESAIN LOGO SEBAGAI CORPORATE IDENTITY. 1(2), 76–85.

Nuansa de Riandra, C., & Ariffudin Islam, M. (2021). Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry. Jurnal Barik, 2(2), 43–56. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/

Hadi, A. R., & Patria, A. S. (2023). REDESAIN LOGO SEBAGAI CORPORATE IDENTITY UMKM WAWA FOOD & COOKIES NGANJUK. 2(1), 1–14.