

Perancangan Ulang (*Redesign*) Logo Exxo Guppy Farm

Mokhammad Habib | Dida Ibrahim Abdurrahman | Dyah Nurhayati

Prodi Kriya Seni D3, Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Budaya Indonesia Bandung (ISBI)

email: mokhammadhabib@gmail.com

ABSTRACT

The logo redesign is aimed to make the guppy fish business of Exxo Guppy Farm stand out from its competitors in Cimahi. The new design shows the company identity that has a significant role in strengthening the company brand. The steps in logo redesign include the design process, the visualization, and the presentation. Its new design is presented in the form of logotype and its supporting media to improve the corporate brand. The selection of color and typography displays the corporate identity of Exxo Guppy Farm.

Keywords: *logo, corporate identity, logotype*

ABSTRAK

Perancangan ulang logo ini bertujuan untuk membuat usaha ternak ikan guppy di Exxo Guppy Farm berbeda dari peternak ikan guppy di Cimahi. Pada perancangan ini akan memperlihatkan identitas perusahaan. Identitas perusahaan berperan penting untuk memperkuat citra perusahaan, yang kemudian dari hasil perancangan ini diimplementasikan pada tindakan nyata. Metode perancangan ini dilakukan dengan beberapa proses seperti perancangan, visualisasi, dan penyajian. Perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan citra Exxo Guppy Farm. Hasil perancangan ulang logo Exxo Guppy Farm ini disajikan dalam bentuk logotype dan penambahan media pendukung serta pemilihan warna dan tipografi sebagai identitas dari Exxo Guppy Farm.

Kata Kunci: *logo, corporate identity, logotype*

PENDAHULUAN

Keberagaman ikan hias sebagai hewan peliharaan sedang menjadi tren di tengah masyarakat Indonesia. Mulai dari jenis ikan air asin hingga air tawar seperti ikan cupang, ikan man fish, ikan molly dan ikan guppy. Ikan guppy termasuk ikan air tawar yang mempunyai corak dan warna yang indah. Banyaknya peternak ikan guppy yang bermunculan di kota Cimahi menjadikan *corporate identity* salah satu cara untuk menarik perhatian pembeli dan

meningkatkan citra dari produk tersebut.

Menurut Blauw (1989) dalam (Van Riel, 1995:30) *corporate identity* merupakan keseluruhan arti visual dan non visual yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk menunjukkan dirinya kepada seluruh kelompok sasaran.

Dalam usaha mempromosikan ikan guppy kepada konsumen, identitas peternak ikan guppy menjadi sangat penting terhadap keberhasilan produk mereka. Pentingnya

menciptakan dan mempertahankan sebuah identitas berupa logo yang kuat dan baik serta unik yang di dalamnya terkandung struktur rupa seperti garis, warna, dan komposisi.

Sebagai usaha yang bergerak dibidang ternak ikan guppy di kota Cimahi, banyak kendala yang dihadapi Exxo Guppy Farm dalam mempromosikan ikan guppy-nya kepada konsumen. Exxo Guppy Farm sudah memiliki logo, akan tetapi logo tersebut kurang berfungsi dengan baik dalam proses komunikasi pada kegiatan promosi terhadap produk yang dijalankan.

Maka dari itu sudah sepantasnya apabila usaha "Exxo Guppy Farm" ini memiliki *image* yang kuat. Untuk itu perancangan logo sangatlah penting sebagai identifikasi dan untuk menampilkan citra yang baik sesuai dengan keinginan pemilik Exxo Guppy Farm.

Berdasarkan latar belakang penciptaan diatas, dalam perancangan Ulang (*Redesign*) Logo Exxo Guppy Farm terdapat rumusan masalah seperti bagaimana konsep perancangan ulang (*redesign*) Logo Exxo Guppy Farm, bagaimana teknik perancangan ulang (*redesign*) Logo Exxo Guppy Farm, bagaimana bentuk penyajian perancangan ulang (*redesign*) Logo Exxo Guppy Farm, dan adapun tujuan perancangan Redesign Logo Exxo Guppy Farm bertujuan untuk menjelaskan konsep perancangan ulang (*redesign*) Logo Exxo Guppy Farm, menjelaskan teknik perancangan ulang (*redesign*) Logo Exxo Guppy Farm, serta menampilkan bentuk penyajian perancangan ulang (*redesign*) Logo Exxo Guppy Farm.

Dalam pengerjaan perancangan ini akan di batasi pada pembentukan elemen gambar yang

dapat menciptakan daya tarik serta memiliki bentuk yang unik serta mendukung sebagai identitas visual. Pada konsep perancangannya akan mengambil jenis *logotype*. Serta bentuk ikan pada huruf "e" sebagai ciri khas Exxo Guppy Farm. Serta pemilihan bentuk yang luwes, memaknakan keseimbangan dan keselarasan. Karya logo disajikan dalam bentuk visul 2D, garapan dari karya ini fokus pada desain Logo dengan menggunakan aplikasi komputer yaitu Corel Draw X7.

METODE

Perancangan Ulang (*Redesign*) Logo Exxo Guppy Farm ini memiliki langkah-langkah sebagai berikut: Proses pengumpulan data, Pembuatan sketsa logo. Proses pemindahan sketsa menggunakan scanner, Sketsa yang telah disetujui akan diproses melalui tahap digital dengan menggunakan aplikasi Corel Draw X7.

Pengaplikasian logo pada media pendukung. Konsep perancangan logo ini akan menggunakan proses Pembentukan elemen gambar yang dapat menciptakan daya tarik serta memiliki bentuk yang unik serta mendukung sebagai identitas visual.

Pada konsep perancangannya akan mengambil jenis *logotype*. Serta bentuk ikan pada huruf "e" sebagai ciri khas Exxo Guppy Farm. Serta pemilihan bentuk yang luwes, memaknakan keseimbangan dan keselarasan. Karya logo disajikan dalam bentuk visul 2D, garapan dari karya ini fokus pada desain Logo dengan menggunakan aplikasi komputer yaitu Corel Draw X7.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Exxo Guppy Farm adalah tempat budidaya ikan guppy dengan strain (jenis) tertentu yang berlokasi di Cimahi. “Waktu itu Exxo Guppy Farm berdiri cuma karena iseng, karena sebeumnya memang ga kepikiran untuk ternak ikan guppy. Berawal dari bermain *aquascape*, sempat membeli ikan guppy untuk mengisi *aquascape*, dan ternyata beranak pinak dan setelah saya cari tahu tentang ikan tersebut, saya langsung tertarik karena ikan ini cantik dan banyak ragamnya. Dan dari situ saya mulai merintis Exxo Guppy Farm” menurut Aditya Nugraha sebagai pendiri Exxo Guppy Farm.

Hal-hal yang mendasari perancangan ulang (redesign) logo Exxo Guppy Farm, yaitu :

Exxo Guppy Farm

Exxo Guppy Farm adalah tempat budidaya ikan guppy dengan strain (jenis) tertentu yang berlokasi di Cimahi. “Waktu itu Exxo Guppy Farm berdiri cuma karena iseng, karena sebeumnya memang ga kepikiran untuk ternak ikan guppy. Berawal dari bermain *aquascape*, sempat membeli ikan guppy untuk mengisi *aquascape*, dan ternyata beranak pinak dan setelah saya cari tahu tentang ikan tersebut, saya langsung tertarik karena ikan ini cantik dan banyak ragamnya. Dan dari situ saya mulai merintis Exxo Guppy Farm” menurut Aditya Nugraha sebagai pendiri Exxo Guppy Farm.

Exxo Guppy Farm beralamat di Jalan Warung Contong RT 05/14 No. 39. Mencetak dan membudidayakan strain (jenis) ikan guppy yang jarang dan berbeda di pasaran.

Analisis Logo Yang Lama

1. Logo yang lama tidak memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi dan tidak mudah untuk diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda.
2. Penambahan identitas no whatsapp dan instagram menjadikan logo ini sulit untuk diaplikasikan diberbagai media dan ukuran.
3. Logo sangat rumit : Logo tidak terlihat simpel atau sederhana
4. Dari analisis logo yang lama tidak memiliki kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang jelas.
5. Logo yang lama tidak mudah diingat.

Corporate Identity

Corporate identity merupakan identitas yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau image yang bisa menjadikan sebagai daya tarik. Identitas perusahaan berdasarkan filosofi organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda. Identitas mencerminkan kepribadian sebuah perusahaan dan dari sinilah branding perusahaan tercipta. Corporate identity menjadikan branding lebih kuat karena branding menunjukkan karakter suatu identitas dimana logo, iklan, dan behaviour mempunyai peranan dalam menggambarkan atau melukiskan sebuah perubahan. Sehingga corporate identity menjadi penting dalam menyampaikan nyawa dari perusahaan itu sendiri.

Logo adalah sebuah gambar atau sketsa

yang dalam pembuatannya mempunyai tujuan agar dapat mengenalkan sebuah brand, perusahaan, daerah ataupun organisasi. Logo bisa menggunakan apa saja: tulisan, logogram, logotype, gambar, ilustrasi dan lain-lain. Menurut Alina Wheeler, penulis buku "Designing Brand Identity" logo dapat dibagi menjadi beberapa kategori, namun batasan antar kategori itu sifatnya fleksibel. Satu logo bisa termasuk dalam beberapa kategori sekaligus. Tulisan nama entitas yang didesain secara khusus menggunakan huruf tertentu atau bisa disebut dengan teknik lettering.

Logogram adalah gambar pada logo atau simbol tulisan yang mewakili sebuah kata/makna. Logogram sering juga disebut ideogram (simbol yang mewakili sebuah ide/maksud).

Menurut David E Carter mempertimbangkan tentang logo yang baik harus memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Original dan Distinctive, atau memiliki nilai kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang jelas.
- b. Legible, atau memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda.
- c. Simple atau sederhana, dengan pengertian mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat.
- d. Memorable, atau cukup mudah untuk diingat, karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang relatif lama.
- e. Easily associated with the company, dimana logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan

atau organisasi.

- f. Easily adaptable for all graphic media. Disini, faktor kemudahan mengaplikasikan (memasang) logo baik yang menyangkut bentuk fisik, warna maupun konfigurasi logo ada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada saat proses perancangan. Hal ini untuk menghindari kesulitan - kesulitan dalam penerapannya.

Prinsip-prinsip Desain Grafis

Prinsip desain terdiri atas 5 hal yaitu kesederhanaan, keseimbangan, kesatuan, penekanan (aksentuasi), dan irama (repetisi).

Banyak pakar desain grafis menyarankan prinsip ini dalam pekerjaan desain. Hal ini sangat logis demi kepentingan kemudahan pembaca memahami isi pesan yang disampaikan. Dalam penggunaan huruf sebuah berita misalnya. Huruf judul (headline), subjudul dan tubuh berita (body text) sebaiknya jangan menggunakan jenis font yang ornamental dan menjilmet, seperti huruf blackletter yang sulit dibaca. Desainer grafis lazim juga menyebut prinsip ini sebagai KISS (Keep It Simple Stupid). Prinsip ini bisa diterapkan dengan penggunaan elemen ruang kosong (white space) dan tidak menggunakan terlalu banyak unsur-unsur aksesoris.

Keseimbangan adalah keadaan atau kesamaan antara kekuatan yang saling berhadapan dan menimbulkan adanya kesan seimbang secara visual. Prinsip keseimbangan ada dua, yaitu: keseimbangan formal (simetris) dan keseimbangan informal. Keseimbangan formal memberikan kesan sempurna, resmi, kokoh, yakin dan bergengsi. Keseimbangan

formal juga menyinggung mengenai konsistensi dalam penggunaan berbagai elemen desain. Semisal wana logo.

Dalam desain kartu nama desain dibuat dengan full color (F/C). Tetapi dengan pertimbangan agar desain lebih variatif dan tidak membosankan, maka pada media desain yang berbeda Anda membuat logo tersebut dengan warna duotone. Nah, pada kondisi ini, gagasan variasi desain sebaiknya tidak diperlukan. Apa jadinya kalau logo tersebut adalah logo sebuah produk barang.

Konsistensi juga sangat diperlukan sebagai kesan identitas yang melekat pada sebuah merek produk. Kita tidak mau konsumen sampai lupa pada produk yang dijual. Sedangkan keseimbangan informal bermanfaat menghasilkan kesan visual yang dinamis, bebas, lepas, pop, meninggalkan sikap kaku, dan posmodernis.

Kesatuan adalah kohesi, konsistensi, ketunggalan atau keutuhan, yang merupakan isi pokok dari komposisi. Contohnya adalah boks grafis yang dibuat litbang KOMPAS. Ilustrasi, garis dan teks tentang terjadinya tsunami dijadikan satu dalam sebuah boks garis dan diberi raster memberikan kesan kesatuan terhadap pesan yang dimaksud.

Penekanan dimaksudkan untuk menarik perhatian pembaca, sehingga ia mau melihat dan membaca bagian desain yang dimaksud. Kalau dalam konteks desain surat kabar ini bisa dilakukan dengan memberikan kotak raster atas sebuah berita. Hal ini akan mengesankan pentingnya berita itu untuk dibaca oleh pembaca.

Atau juga membesarkan ukuran huruf

pada judul berita, sehingga terlihat jauh berbeda dengan berita lainnya. Penekanan juga dilakukan melalui perulangan ukuran, serta kontras antara tekstur, nada warna, garis, ruang, bentuk atau motif.

Irama merupakan pengulangan unsur-unsur pendukung karya seni. Irama merupakan selisih antara dua wujud yang terletak pada ruang, serupa dengan interval waktu antara dua nada musik beruntun yang sama. Desain grafis mementingkan interval ruang atau kekosongan atau jarak antar obyek. Misalnya jarak antarkolom. Jarak antar teks dengan tepi kertas, jarak antar 10 foto di dalam satu halaman dan lain sebagainya.

Garis dalam desain grafis dibagi menjadi 4, yaitu: vertikal, horisontal, diagonal, dan kurva. Dalam pekerjaan desain grafis, garis digunakan untuk memisahkan posisi antara elemen grafis lainnya di dalam halaman. Selain itu bisa digunakan sebagai penunjuk bagian-bagian tertentu dengan tujuan sebagai penjelas kepada pembaca.

Jelas Sony Kartika bentuk adalah suatu bidang yang terjadi karena dibatasi oleh sebuah kontur (garis) dan atau dibatasi oleh adanya warna yang berbeda atau oleh gelap terang pada arsiran atau karenanya adanya tekstur. Bentuk bisa berupa wujud alam (figur), yang tidak sama sekali menyerupai wujud alam (non figur). Bentuk memiliki perubahan wujud berupa stilisasi, distorsi, dan transformasi. Makna ini dikonstruksi dalam grafis dua dimensi. Lazim juga disebut area. Sedangkan dalam grafis 3 dimensi bentuk disamaartikan dengan massa.

Kusmiati dalam Teori Dasar Desain Komunikasi Visual, menjelaskan ruang terjadi



Gambar 1. Display Pameran

(Sumber: Dokumen Mokhammad Habib, 2021)

karena adanya persepsi mengenai kedalaman sehingga terasa jauh dan dekat, tinggi dan rendah, tampak melalui indra penglihatan. Elemen ini dalam praktik desain grafis koran misalnya digunakan sebagai elemen ruang bernafas bagi mata pembaca. Hal ini dimaksudkan agar tidak terlalu lelah membaca teks yang terlalu panjang.

Dan ruang kosong memberikan penegasan pemisah antar kolom teks koran. Selain itu memberikan kesan desain yang lapang dan rapi. Hal ini diistilahkan dengan *white space* (ruang kosong). Ruang kosong berarti ketidakberadaan teks ataupun gambar. Benarbenar kosong, dan bukan berarti tempat yang terbuang dan sia-sia, bukan sama sekali. Ruang kosong itu adalah bahasa tersendiri dari desain yang Anda buat.

Tekstur adalah unsur rupa yang menunjukkan rasa permukaan bahan (*material*), yang sengaja dibuat dan dihadirkan dalam susunan untuk mencapai bentuk rupa, baik dalam bentuk nyata ataupun semu. Misalnya kesan tekstur kayu, bulu atau gelas. Sedangkan menurut Kusmiati tekstur adalah sifat dan kualitas fisik dari permukaan suatu bahan (*material*), seperti kasar, mengkilap, pudar, kusam, yang dapat diterapkan secara kontras,



Gambar 2. Logo Exxo Guppy Farm

(Sumber: Dokumen Mokhammad Habib, 2021)



Gambar 3. Business Card Bagian Depan

(Sumber: Dokumen Mokhammad Habib, 2021)

dan serasi.

Sama seperti bentuk, warna memberikan kesan pesan yang lebih sangat mendalam. Warna merah misalnya mengesankan semangat, kegairahan, dan panas api. Atau warna ungu mengesankan kepuccatan, layu dan tidak semangat. Kombinasi antar warna memberikan kesan visual yang bervariasi yang tentu saja berdampak pada kerja desain grafis Anda. Seperti jelas pakar desain grafis David Dabner dalam *Design and Layout: Understanding and Using Graphics*, warna yang Anda pilih menimbulkan efek yang luar biasa pada kesan desain dan cara orang meresponnya (*feedback*). Perancangan ulang logo Exxo Guppy Farm ini disajikan dalam bentuk *display* pameran (gambar 1). Adapun hasil karya perancangan seperti pada gambar 2.

Business card (gambar 3) berukuran 9



Gambar 4. Banner

(Sumber: Dokumen Mokhammad Habib, 2021)

cm x 5.5 cm. Bagian depan kartu terdapat logo EXXO Guppy Farm. Bagian belakang berisi informasi whatsapp, instagram, dan alamat.

X-Banner (gambar 4) berukuran 60 cm x 160 cm. Berisi informasi logo, alamat, no whatsapp, dan instagram EXXO Guppy Farm.

Stiker (gambar 5) berukuran 12 cm x 6 cm dan 8 cm x 4 berbahan transparan dan *vinyl*. Karya secara keseluruhan disajikan dalam bentuk *Display* yang kemudian ditata sedemikian rupa. Dengan logo Exxo Guppy Farm sebagai media utama beserta media pendukung lainnya. *Display* karya menggunakan :

1. TV digunakan untuk menampilkan karya utama yaitu logo.



Gambar 5. Stiker

(Sumber: Dokumen Mokhammad Habib, 2021)

2. Disamping kanan diletakan X-Banner.
3. Aquarium digunakan sebagai media stiker.

PENUTUP

Gaya visual yang digunakan pada perancangan ulang logo Exxo Guppy Farm ini berpacu kepada *logotype*, gaya logo ini merupakan pilihan yang tepat dikarenakan gaya logo seperti ini mudah dipahami serta mampu mengantarkan dan mendukung informasi yang ingin disampaikan. Selama melakukan proses pengkaryaan terdapat beberapa tahapan yang harus dilewati, mulai dari tahapan pengumpulan data, studi piktorial, studi wawancara, pembuatan konsep logo, pembuatan sketsa logo, pemilihan warna, pemilihan tipografi hingga proses digital menggunakan aplikasi computer yaitu Corel Draw X7, diharapkan karya ini dapat bermanfaat, khususnya sebagai salah satu inspirasi dalam pembuatan logo di masyarakat.

Daftar Pustaka

Adams Sean. 2004. *Logo design workbook : a hands-on guide to creating logos*. Rockport Publishers, Inc, Gloucester.

Jesica, Christianty. 2020. *Konsep & Pentingnya Branding untuk Membangun produk yang Memikat*.

Surianto Rustan. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Vinsensius Sitepu. 2004. *Panduan Mengenal Desain Grafis*. Escaeva.

Website:

<https://blog.printerous.com/id/author/jesica-christianty/>.

Noviaji, 2012. *Corporate Identity Menjadikan Branding Lebih Kuat*. <https://www.becakmabur.com/corporate-identity-menjadikan-branding-lebih-kuat/>.

Bartholo, Bush, Sawa, 2014. *Teori Logo Tujuan Dan Fungsi Part 1*. <https://www.dumet-school.com/blog/Teori-Logo-Tujuan-dan-Fungsi->