

REDESIGN LOGO WINNIE FRUIT PADANG

JURNAL



**ALFI FIKRI FERMANA
14027086**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode September 2019**

JURNAL

REDESIGN LOGO WINNIE FRUIT PADANG

Alfi Fikri Fermana

Artikel ini disusun berdasarkan laporan Karya Akhir "*Redesign Logo Winnie Fruit Padang*" untuk persyaratan wisuda periode September 2019 dan telah diperiksa / disetujui oleh pembimbing.

Padang, 12 Agustus 2019

Disetujui dan disahkan oleh :

Pembimbing I



Dr. M. Nasrul Kamal, M.Sn
NIP. 19630202.199303.1.002

Mengetahui
Ketua Jurusan Seni Rupa



Drs. Syafwan, M.Si
NIP. 19570101.198103.1.010

Redesign Logo Winnie Fruit Padang

Alfi Fikri Fermana¹, M. Nasrul Kamal²
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email: alfifikri120496@gmail.com

ABSTRAK

Winnie Fruit merupakan salah satu *cafe* yang menjual berbagai olahan buah menjadi olahan yang segar dan menyehatkan dengan target *audience* masyarakat yang menyukai pola hidup sehat dengan mengkonsumsi olahan buah. Kedai sop buah *Winnie Fruit* memiliki kesamaan logo dengan *competitor* yang lain dan belum efektifnya penggunaan media pendukung logo kedai sop buah *Winnie Fruit*.

Perancangan *redesign* logo ini mempertimbangkan *layout* dan tipografi agar dapat mencapai tujuan logo dalam sebuah identitas. Logo dengan bentuk, warna, gaya desain yang nantinya akan membentuk persepsi baru di benak target masyarakat dan meningkatkan pasar *Winnie Fruit* agar memiliki citra yang baik dan memiliki ciri tersendiri yang mudah diingat oleh target *audience*.

Metode analisis yang digunakan adalah analisi SWOT, *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Oppurtunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman). untuk menemukan solusi dari masalah yang dihadapi. Proses perancangan dimulai dari pengumpulan data, observasi dan wawancara dengan *owner* kedai sop buah *Winnie Fruit* untuk menemukan beberapa kelemahan pada produk *Winnie Fruit* dan mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam melakukan *redesign*. Media pendukung yang digunakan untuk mendukung media utama berbentuk *manual book* diantaranya stationery set, kemasan, menu, *dress code*, apron, *sign table number*, poster, *shopping bag*, *x-banner*, *sticker*.

Kata Kunci: *redesign*, logo, *cafe*, buah-buahan

¹ Mahasiswa penulis karya akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

² Pembimbing I, Dosen Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang

Redesign of the Winnie Fruit Padang Logo

Alfi Fikri Fermana¹, M. Nasrul Kamal²
Visual Communication Design Study Program
FBS Padang State University
Email: alfifikri120496@gmail.com

ABSTRACT

Winnie Fruit is one of the cafes that sells a variety of processed fruits into fresh and healthy preparations with the target audience of people who like a healthy lifestyle by consuming processed fruit. Winnie Fruit soup shop has similarities with other competitors and the use of media that supports Winnie Fruit soup shop logo is not yet effective.

The design of this logo redesign considers layout and typography in order to achieve the purpose of the logo in an identity. Logo with shape, color, style of design that will form a new perception in the minds of the target community and increase the Winnie Fruit market so that it has a good image and has its own characteristics that are easily remembered by the target audience.

The analytical method used is the SWOT analysis, Strength, Weakness, Opportunity, and Threat. to find solutions to problems encountered. The design process starts from data collection, observation and interviews with Winnie Fruit soup shop owner to find some weaknesses in Winnie Fruit products and collect the data needed to redesign. Supporting media used to support the main media in the form of manual books include stationery sets, packaging, menus, dress codes, aprons, sign table numbers, posters, shopping bags, x-banners, stickers.

Keywords: redesign, logo, cafe, fruits

1 Student writing the final work of Visual Communication Design Study Program

2 Supervisor I, Lecturer in the Faculty of Language and Art, Padang State University

A. PENDAHULUAN

Maraknya persaingan kuliner di kota Padang telah mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Dunia kuliner saat ini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, dapat dilihat dari semakin banyaknya media yang membahas mengenai kuliner. Persaingan kuliner yang beraneka ragam ini dapat dilihat dari maraknya *cafe* di kota Padang, yang membuka usaha dalam bentuk olahan buah-buahan seperti *Winnie Fruit*, *Frute Juice Shop*, *Salad Bowl*, *Sugary Salad*, dan lain-lain. Selain tempat untuk nongkrong bagi anak muda, *cafe* juga sering digunakan untuk membahas bisnis bagi pengusaha dan tempat untuk berkumpul sebuah keluarga.

Cafe di kota Padang yang menjual olahan buah-buahan salah satunya *Winnie Fruit*, yang beralamat di Jalan Bandar Purus no.13 Padang (disebelah kampus pascasarjana Universitas Eka Sakti). *Winnie Fruit* didirikan pada tahun 2015 yang menjual berbagai olahan buah menjadi olahan yang segar dan menyehatkan. Salah satu olahan yang menjadi menu utama dari *Winnie Fruit* ini yaitu olahan sop buah. Pemasaran produk *Winnie Fruit* hanya melalui *cafe* yang berada di Jalan Bandar Purus No.13 Padang dan semua produk ini diproduksi secara mandiri di *cafe Winnie Fruit*.

Winnie Fruit memiliki potensi untuk diketahui oleh masyarakat kota Padang. Hasil yang di temukan di lapangan, dikarenakan logo *Winnie Fruit* memiliki kesamaan dengan kompetitor lainnya, uraian tersebut didukung oleh teori Rustan (2013:12). Logo *Winnie Fruit* merupakan jenis logo *picture mark and letter mark*, yang menggabungkan antara elemen gambar dan tulisan. Logo seperti ini banyak dijumpai di daerah kota Padang, sehingga menjadi sama dan tidak memiliki ciri khas yang menjadi pembeda antara *Winnie Fruit* dengan para kompetitor dan belum bisa memberikan nilai emosional terhadap produk yang dijual, oleh karena itu penulis merancang *redesign* logo *Winnie Fruit* Padang uraian diatas didukung oleh teori Rustan (2013:7).

B. METODE PERANCANGAN

1. Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam melakukan *redesign* logo Winnie *Fruit* Padang yang berguna untuk mengumpulkan data verbal dan visual. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Tohirin (2012:2) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berupaya membangun pandangan orang yang di teliti secara rinci serta dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistic (menyeluruh dan mendalam) dan rumit. Metode penelitian ini dimungkinkan melakukan analisa yang dilakukan penulis dalam memperoleh data. Data ini kemudian diolah untuk dijadikan pedoman dalam melakukan *redesign* logo Winnie *Fruit* Padang.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan yaitu dengan mengumpulkan data dari lapangan, dilakukan dengan metode tertentu sesuai dengan tujuannya. Ada dua jenis data yang digunakan dalam pengumpulan data pada karya akhir ini yaitu data primer dan data skunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data ini didapat dari *owner* Winnie *Fruit*.

1) Observasi

Observasi atau pengamatan akan dilakukan terhadap unsur-unsur verbal dan visual yang diambil yang akan digunakan untuk perancangan *redesign* logo Winnie *Fruit*, dengan demikian hasil pengamatan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Dalam melakukan observasi penulis mengamati Winnie *Fruit*. Alat yang dibutuhkan dalam melakukan observasi yaitu *ballpoint*, buku catatan dan kamera digital.

2) Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan komunikasi dengan sumber data. Tanggal 25 Agustus 2018, penulis telah melakukan wawancara dengan *owner Winnie Fruit* Muhammad Amirullah, dalam proses wawancara penulis menemukan beberapa kelemahan pada logo *Winnie Fruit* dan berhasil mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam melakukan *redesign* logo *Winnie Fruit*. Salah satu kelemahannya adalah memiliki kesamaan elemen-elemen logo dengan kompetitor, yaitu sama-sama menggunakan elemen buah-buahan.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan, penelitian, pengolahan dan penyampaian data sebagai bukti-bukti dan keterangan seperti gambar, tulisan, guntingan dan bahan referensi sebagai acuan untuk merancang sebuah karya seperti foto-foto pada kegiatan sehari-hari di *Winnie Fruit*. Pada teknik dokumentasi penulis memperoleh berbagai objek yang berguna dalam melakukan *redesign* logo *Winnie Fruit* seperti, tampak depan dari *cafe Winnie Fruit*, area pengunjung, menu yang digunakan oleh *Winnie Fruit* dan lain-lain.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data tambahan yang diperoleh melalui kajian pustaka dan berbagai teori yang didapatkan melalui buku, e-jurnal, dan internet.

Metode perancangan dimaksudkan untuk menghasilkan suatu rancangan *redesign* logo *Winnie Fruit*. Sementara penelitian kualitatif digunakan sebagai cara untuk mencari dan mengumpulkan data dari

lapangan. Data tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif menggunakan teknik analisis SWOT sehingga melahirkan sebuah konsep desain untuk *redesign* logo Winnie Fruit. Selanjutnya, konsep tersebut divisualisasikan sehingga menjadi *final design* berupa *redesign* logo Winnie Fruit.

1) Analisis SWOT

Pada proses “Perancangan *Redesign Logo Winnie Fruit*” digunakan metode analisis SWOT, karena metode analisis ini dapat mengoptimalkan segi positif yang mendukung, serta meminimalkan segi negatif yang dapat menghambat dalam proses perancangan. Menurut Sarwono dan Lubis (2007:18) Analisis SWOT dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (re-evaluasi) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil.

Langkah analisis yaitu mengkaji hal atau gagasan yang akan dinilai dengan cara memilah dan menginventarisasi sebanyak mungkin segi kekuatan (*Strenght*), Kelemahan (*Weakness*), peluang (*Oppurtunity*), dan ancaman (*Threat*). Hasil dari kajian keempat segi ini kemudian disimpulkan, meliputi strategi Pemecahan Masalah, Perbaikan, Pengembangan, dan Optimalisasi. Penyusunan kesimpulan lazim dilakukan dengan cara meramu (sedapat mungkin) hal-hal yang dikandung oleh keempat faktor menjadi sesuatu yang positif, netral atau minimal di pahami.

Dalam Tahap Perancangan *Redesign* logo *Winnie Fruits*, penulis menemukan rumusan dari permasalahan dan kekuatan dari penggunaan analisi SWOT:

a. Kekuatan (*strenght*) yang dimiliki:

- 1) Pembuat inovasi olahan sop buah pertama di Kota Padang.
- 2) Berdiri sejak tahun 2015.
- 3) Bahan baku yang mudah didapat dan tempat produksi yang higienis.
- 4) Lokasi produksi dan pemasaran yang strategis.
- 5) Harga lebih terjangkau.

b. Kelemahan (*weakness*) yang dihadapi:

- 1) Logo yang digunakan memiliki kesamaan dengan yang digunakan kompetitor.
- 2) Belum mempunyai hak paten.
- 3) Penggarapan desain logo dan media-media pendukung lainnya belum digarap secara maksimal.

c. Peluang (*oppurtunity*) yang dimiliki:

- 1) Potensial pasar yang masih luas dengan memperluas pemasaran.
- 2) Tempat pengolahan buah yang bersih dan rapi.

d. Ancaman (*threat*) yang dihadapi:

- 1) Memiliki pesaing langsung dari *Frute Juice Shop* dan *Jooks eat and drink*.
- 2) Konsumen memiliki anggapan yang keliru mengenai logo *Winnie Fruit*.
- 3) Banyaknya produk yang bersaing.
- 4) Ketahanan masih relatif singkat.

C. PEMBAHASAN

1. Media Utama

Perancangan logo merupakan bentuk visual yang mendukung ke suksesan sebuah usaha/perusahaan (Kamal, 2018). Tujuan perancangan *redesign* logo *Winnie Fruit* adalah untuk meningkatkan konsumen. Memiliki citra yang baik dan memiliki ciri tersendiri yang mudah diingat oleh target audiens *Winnie Fruit* Padang. Kemudian untuk pengenalan identitas yang baru, unik, dan berbeda sehingga menambah kepercayaan konsumen terhadap *Winnie Fruit*. Unik dan berbeda yang dimaksud adalah menampilkan logo yang memiliki ciri tersendiri dan berbeda dari para pesaing adalah tujuan dari perancangan *redesign* logo *Winnie Fruit* sehingga informasi tentang produk dapat tersampaikan dengan efektif. Selain sebagai identitas logo juga membantu untuk proses branding dalam jangka Panjang (Afriwan, 2015).

Konsep yang akan digunakan dalam melakukan perancangan *redesign* logo *Winnie Fruit* ini yaitu berdasarkan konsep yang diambil dari karakter *Winnie Fruit* yaitu *fresh*, *fun* dan *relax*. Pengambilan konsep ini berdasarkan *mind mapping* yang penulis lakukan. Konsep ini merupakan konsep yang sederhana tentunya agar mudah dikenali dan mudah diingat oleh target audiens sehingga kemudian dapat menjadi pusat perhatian.

Logogram merupakan bentuk gambar yang dijadikan acuan untuk merancang sebuah bentuk visual logo (Trinanda, 2018). Bentuk *logogram* yang akan diambil yaitu berupa foto beruang kemudian membuat sketsa dari foto beruang tersebut dan dipindahkan dalam aplikasi pengolah *vector* pada komputer untuk mendapatkan hasil dalam bentuk digital dan dilakukan penyederhanaan bentuk yang sesuai dengan karakter logo yang didapatkan dari *mind mapping* yang sudah penulis lakukan.

Tipografi merupakan salah dsatu disiplin seni untuk mengenal huruf. Pemilihan tipografi yang sesuai untuk dijadikan *logotype* akan membantu

menjelakan bentuk dari logogram (Ahdi, 2016) Tipografi yang digunakan dalam *logotype Winnie Fruit* menggunakan jenis sans serif. Nama font yang digunakan adalah *coolvetica*. Tipografi ini disesuaikan dengan karakter logo, keinginan dari pemilik *Winnie Fruit* dan disetujui pembimbing.

Membuat sebuah desain tentu tidak terlepas dari warna. Warna merupakan unsur terpenting dalam desain karena penanda emosional yang sangat kuat dan dapat mempengaruhi secara psikologi (Kamal, 2016). Logo yang dipilih berdasarkan tiga alternatif akan menggunakan tiga warna, hijau dan kuning sebagai warna dominan pada logo dan warna abu-abu sebagai warna bawahan atau *background*.

Layout adalah ilmu yang mempelajari tentang tata letak yang menyusun elemen-elemen desain dalam satu bentuk yang akan mempengaruhi hasil dari sebuah desain (Kamal, 2018). Perancangan *redesign* logo ini disajikan dalam bentuk *book guideline* didalamnya berisi tentang proses perancangan *redesign* logo mulai dari konsep karakter, sketsa, warna, layout, tipografi, *final design* dan acuan ketentuan penggunaan logo yang.

a) Logo

1) Deskripsi Logo



Deskripsi Logo *Winnie Fruit*

Final logo diatas dipilih berdasarkan persetujuan dari *Owner* dan juga atas bimbingan dan masukan dari dosen pembimbing yang telah disesuaikan dengan konsep dan teori yang di gunakan dalam perancangan ini. Logo diatas terbagi atas *logogram* dan *logotype*. Pemilihan logo beserta warna yang ada pada logo telah disesuaikan dengan segmentasi usia dan keyword yang sudah di tetapkan.

Gambar beruang cokelat Suriah dipilih karena memiliki salah satu sifat yang sama dengan manusia yaitu suka memakan buah-buahan dan juga mempunyai karakter yang lucu dan menggemaskan. Logo ini juga didukung dengan beberapa elemen seperti pakaian, kacamata, tas dan sepatu dan digambarkan seperti sedang berjalan kaki. Pemilihan logo ini juga didasari dari konsep awal yaitu *fresh, fun*, dan *relax*. Bentuk logo yang berjalan ini memiliki makna yaitu agar

Winnie Fruit terus berjalan dan berkembang ditengah persaingan pasar yang terus berkembang.

Logotype difungsikan untuk menjelaskan produk yang dijual oleh Winnie *Fruit*. Jenis huruf yang digunakan yaitu *sans serif* dan tipografi menggunakan Huruf Coolvetica, memiliki sifat santai, unik, dinamis dan tebal.

2) Studi Tipografi *Logotype*

Tabel studi tipografi *logotype* yang digunakan dalam *redesign* logo Winnie *Fruit*.

winnie fruit	Helvetica
✓ winnie fruit	Coolvetica
winnie fruit	Rounded Elegance

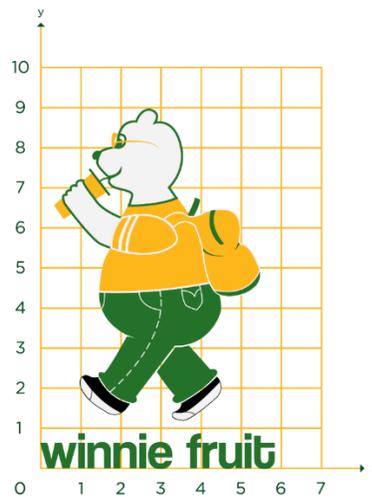
3) Makna Warna

Table makna warna pada *redesign* logo Winnie *Fruit* Padang

Warna	Makna
	Warna kuning dipilih melambangkan sinar, cahaya, gembira dan bahagia. Ini sejalan dengan karakter logo Winnie <i>Fruit</i> yaitu <i>fun</i> atau dalam Bahasa Indonesia dapat diartikan senang. Tujuannya untuk dapat memberikan senyum bahagia kepada setiap konsumen Winnie <i>Fruit</i> .
	Warna Hijau digunakan untuk mewakili produk yang dijual yang ada di Winnie <i>Fruit</i> . Warna hijau ini memiliki makna alam, kesuburan, lingkungan hidup dan segar. Ini juga sesuai dengan karakter logo yaitu <i>fresh</i> .

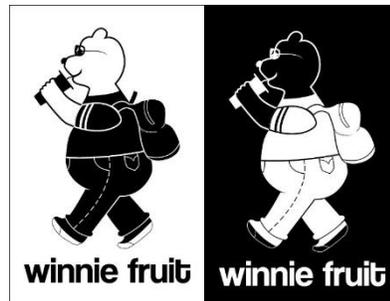
	<p>Warna abu-abu dipilih sebagai warna latar belakang dari logo <i>Winnie Fruit</i>. Warna ini mewakili karakter dari logo yaitu <i>relax</i>, yang memiliki makna elegan, urban, netral, dan tenang, dapat diartikan bahwa warna ini mewakili warna dari <i>target audience</i> <i>Winnie Fruit</i>.</p>
---	---

4) Grid System



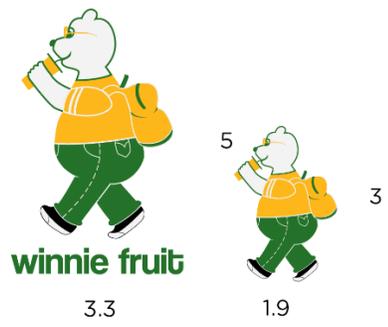
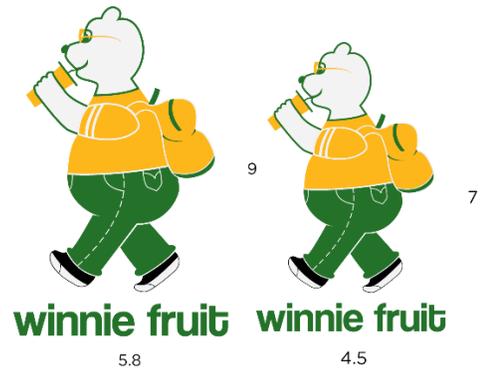
Gambar *Grid System* Logo *Winnie Fruit*

5) Logo Monokrom



Gambar Monokrom logo *Winnie Fruit*

6) Skala Logo



Gambar Skala logo *Winnie Fruit*.

b) *Final Desain Media Utama*

1) *Book Giudeline*



Gambar Final desain *Book Guideline*

c) *Media Pendukung*



Stationery Set



Kemasan sop buah, *smoothie bowl* dan *salad buah*



Kemasan *smoothie* dan *juice*



Menu



Dress Code



Apron



D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam perancangan *redesign* logo Winnie Fruit Padang, serta hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah dilakukan, penulis menarik kesimpulan bahwa logo yang digunakan Winnie Fruit memiliki kesamaan dan tidak memiliki karakter yang berbeda dengan para pesaing. Maka dari itu penulis merancang *redesign* logo Winnie Fruit Padang yang disajikan ke dalam bentuk *book guideline* sebagai media utama dan didukung oleh beberapa media pendukung seperti *stationery set*, kemasan, *menu*, *dress code*, *apron*, *sign table number*, *poster*, *shopping bag*, *x-banner*, *sticker*.

E. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan perancangan *redesign* logo Winnie Fruit diatas penulis membuat beberapa saran yaitu:

1. Agar logo Winnie Fruit yang baru dapat di kenali sebagai identitas perusahaan yang baik oleh target audiens serta dapat memberikan perbedaan dengan para pesaing yang lain agar mudah teridentifikasi oleh masyarakat.

2. Bagi perancang yang akan merancang sebuah identitas, sebaiknya dipersiapkan terlebih dahulu data-data yang di perlukan, seperti data verbal, data visual dan data-data yang diperlukan dalam perancangan lalu kemungkakan permasalahan yang jelas agar pengerjaan karya akhir berjalan dengan baik dan lancar.

Daftar Rujukan

- Rustan, Surianto. 2013. *Mendesain Logo edisi 2013*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kamal, M. Nasrul. Sri Wahyuni. 2018. *Perancangan Logo Master Fitness Center dan Aerobic*. Google cendekia. Padang: Prodi DKV UNP.
- Afriwan, Hendra. Romi Abdhal. 2015. *Redesign Logo Pabrik Tahu "CNG" Kota Solok*. Google cendekia. Padang: Prodi DKV UNP.
- Trinanda, Riri. Taufik Kurniawan. 2018. *Perancangan Visual Identity Central Coffee di Alahan Panjang*. Google cendekia. Padang: Prodi DKV UNP.
- Ahdi, San. Fakhrol Rijal YE. 2016. *Perancangan Visual Identity Baraka Kafe pada Media Adprint*. Google cendekia. Padang: Prodi DKV UNP.
- Kamal, M. Nasrul. Nadia Uljanah. 2016. *Redesign Visual Identity Pondok Sepatu Samilo Padang*. Google cendekia. Padang: Prodi DKV UNP.
- Kamal, M.Nasrul Kamal. 2018. *Re-desain Buku Panduan Pramuka Untuk Anak Sekolah Dasar*. Google cendekia. Padang: Prodi DKV UNP.