

PERANCANGAN REDESAIN LOGO MICOW PADANG

M. Arief Zuhri¹, Eliya Pebriyeni²
Universitas Negeri Padang
Universitas Negeri Padang
Email: mariefzuhri@gmail.com

ABSTRAK

Micow merupakan salah satu kedai yang menyediakan susu murni di Kota Padang. Usaha ini dirintis oleh Ucok Andi Oktora sejak tahun 20 Oktober 2015 yang beralamat di Jl. Gajah 08 Air Tawar Barat Kota Padang. Usaha ini sudah memiliki *image* yang baik, namun permasalahan mendasar logo Micow adalah belum memiliki identitas yang kuat sebagai merek, dan belum menerapkan prinsip desain logo yang baik dan benar.

Tujuan perancangan redesain logo Micow ini merancang sebuah logo dengan menerapkan prinsip desain yang baik, benar sehingga nantinya menghadirkan logo yang unik, simpel, mudah diingat, *fleksibel, fun, komunikatif*, dan penempatan yang konsisten dalam segala jenis media yang akan digunakan sebagai daya tarik Micow itu sendiri untuk semakin bisa dikenali.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Perancangan ini menghasilkan sebuah *manual book* sebagai media utama yang berisikan tentang tentang rancangan redesain logo mulai dari *moodboard*, konsep, sistem grid, warna, *typografi*. Media pendukung yang digunakan untuk mendukung media utama diantaranya Kartu Nama, Amplop, Surat, Stempel, Poster, *X-banner*, Kemasan, Daftar Menu, Stiker, *T-shirt*, Apron.

Kata Kunci: Redesain, Logo, Micow

REDESIGN OF THE MICOW LOGO

M. Arief Zuhri¹, Eliya Pebriyeni²
Universitas Negeri Padang
Universitas Negeri Padang
Email: mariefzuhri@gmail.com

ABSTRACT

Micow is one of the shops that provide pure milk in the city of Padang. This business was initiated by Ucok Andi Oktora since October 20, 2015 which is located at Jl. Gajah 08 Air Tawar Barat Padang City. This business already has a good image, but the fundamental problem of the Micow logo is that it does not yet have a strong identity as a brand, and has not yet applied the principles of a good and correct logo design.

The purpose of designing the Micow logo redesign is to design a logo by applying good, correct design principles so that later it will present a unique, simple, easy to remember, flexible, fun, communicative, and consistent placement in all types of media that will be used as Micow's attraction itself to be increasingly recognizable.

The analytical method used is a SWOT analysis. This design produces a manual book as the main media that contains the design of the logo redesign starting from the moodboard, concepts, grid systems, colors, typography. Supporting media used to support the main media include Business Cards, Envelopes, Letters, Stamps, Posters, X-banners, Packaging, Menu Lists, Stickers, T-shirts, Aprons.

Keywords: Redesign, Logo, Micow

A. PENDAHULUAN

Micow salah satu kedai yang menyediakan susu murni di Kota Padang. Usaha ini dirintis oleh Ucok Andi Oktora sejak 20 Oktober 2015 yang beralamat di Jl. Gajah 08 Air Tawar Barat Kota Padang. Memiliki ciri khas tersendiri dengan memanfaatkan label kedai susu murninya, *owner* membuat konsep bernuansa susu, baik daftar menu hingga dekorasi ruangan dan lainnya. Lewat produk yang dijual, *owner* ingin menyampaikan pesan bahwa dengan mengkonsumsi susu setiap hari baik untuk kesehatan, karena susu murni memiliki kandungan kalsium, protein, fosfor dan vitamin yang sangat bermanfaat. Susu yang digunakan berasal dari peternakan sapi perah yang ada di Payakumbuh dan Padang Panjang Sumatra Barat. Selain menyediakan susu sapi murni, Micow juga menyediakan varian rasa yakni *vanilla*, coklat, melon, *green tea*, jeruk, *strawberry*. Tidak hanya menjual minuman susu murni, Micow juga mencoba inovasi baru yaitu *milk shake*.

Kehadiran Micow sudah banyak diketahui oleh konsumen. Micow sudah memiliki *image* yang baik, namun yang konsumen ketahui bukanlah Micow melainkan kedai susu. Menurut Andi Ucok Oktora sebagai pemilik, usaha yang dijalankan memang kurang memperhatikan pentingnya sebuah logo dalam sebuah usaha, logo yang dibuat hanya spontanitas berupa *logotype*, dan tidak ada arti atau makna terkandung dalam logo. Oleh sebab itu Micow kurang memiliki identitas sebagai merek dan belum menerapkan perinsip desain logo yang baik.

Logo merupakan penampakan visual yang memiliki dampak komunikasi yang besar dalam sebuah merek, Rustan menjelaskan (2013:12): Logo merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan dan organisasi. Logo bisa menggunakan elemen apa saja: *Logogram*, Ilustrasi, dan lain-lain.

Tujuan perancangan redesain logo Micow adalah untuk meningkatkan daya tarik konsumen, dengan merancang ulang logo Micow menggunakan perinsip-perinsip desain yang baik.

Hasil dari Perancangan Redesain Logo Micow ini diharapkan memberikan manfaat dari berbagai pihak antara lain: Penulis, logo dan media pendukung yang sudah mendapat persetujuan *owner*, dapat menjadi portfolio bagi penulis untuk melamar pekerjaan. *Owner*, karya ini diharapkan dapat digunakan sebagai wajah baru Micow, agar kedepannya bisa semakin dikenal. *Audience*, logo dan media pendukung diharapkan akan menarik minat dan mencerminkan identitas merek.

B. METODE PERANCANGAN

1. Metode Perancangan

Pendekatan yang dilakukan dalam perancangan redesain logo Micow adalah melalui pendekatan *Glass Box*. Metode kotak kaca (*glass box method*) adalah metode berpikir rasional yang secara objektif dan sistematis menelaah sesuatu hal secara logis dan terbebas dari pikiran dan pertimbangan yang tidak rasional (irasional). Misalnya sentimen dan selera. Metode ini selalu berusaha untuk menemukan fakta-fakta dan sebab atau alasan faktual yang melandasi terjadinya suatu hal atau kejadian dan kemudian berusaha menemukan alternatif solusi atas masalah-masalah yang timbul.

2. Metode Analisis Data

1. Analisis SWOT

Data-data yang diperoleh akan dikumpulkan untuk melakukan analisis sebagai pendukung dalam perancangan karya. Analisis data dilakukan untuk mendapatkan gambaran dalam yang berhubungan pokok dengan permasalahan yang akan diteliti dalam perancangan.

Dalam proses “Perancangan Redesain Logo Micow Padang”, sebagai sebuah bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat (memberi suatu gambar) tentang sebuah masalah yang terjadi dimasyarakat. Analisis untuk melakukan perancangan redesain logo Micow padang, maka diperlukan pemahaman tentang analisis SWOT.

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan (*Strengths*) pada Micow yaitu:

- 1) Memiliki tempat yang sangat pas yaitu dikawasan Kampus Universitas Negri Padang.
 - 2) Micow menggunakan susu sapi segar yang diambil langsung dari Payakumbuh dan Padang panjang.
 - 3) Harga yang terjangkau.
- b. Kelemahan (*Weakness*)
- 1) Logo Micow belum mencerminkan identitas produk.
 - 2) Logo belum menerapkan prinsip desain yang baik dan benar.
 - 3) Fleksibelitas penempatan logo terhadap media pendukung masih kurang.
- c. Peluang (*Oppotunities*)
- 1) Produk berbahan susu murni masih jarang ditemui dikawasan Kampus Universitas Negri Padang, sehingga menjadi kesempatan besar untuk terus mengembangkan usaha ini.
 - 2) Produk yang dijual menggunakan susu sapi segar yang diambil langsung dari Payakumbuh dan Padang panjang.
 - 3) Olahan susu sapi sangat disenangi oleh masyarakat, ditambah dengna berbagai varian rasa.
- d. Ancaman (*Thearts*)
- 1) Ketahanan susu sapi segar tergolong singkat.
 - 2) Memeiliki pesaing langsung yaitu *Nongky-Nongky*.
 - 3) Kepopuleran susu murni mulai memudar seiring berkembangnya zaman dimana masyarkat zaman sekarang lebih memilih kopi sebagai pilihan yang tepat tepat untuk menghabiskan waktu luang.

C. PEMBAHASAN

1. Media Utama

Konsep yang akan digunakan dalam perancangan redesain logo Micow yaitu berdasarkan konsep yang diambil dari karakter Micow yaitu *fresh, healthy, dan fun*. Bentuk *logogram* yang diambil yaitu berupa foto

susu sapi kemudian dilanjutkan dengan proses sketsa, dan dipindahkan dalam aplikasi *vector* pada komputer untuk mendapatkan hasil dalam bentuk digital. Tahapan akhir yaitu penyederhanaan logo yang sesuai dengan karakter Micow, yang sebelumnya didapat dari *mind mapping*. Nama *font* yang digunakan adalah *phenomena extra bold*. Pemilihan *font* ini disesuaikan dengan produk yang dijual dan juga mewakili salah satu karakter logo yaitu *fun* agar sesuai dengan segmentasi usia dari target *audience*.

a) Logo

1) Deskripsi Logo



Deskripsi Logo Micow

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 digunakan dalam perancangan. Pemilihan logo beserta warna yang ada pada logo telah disesuaikan dengan segmentasi usia yang sudah ditetapkan.



Nama *font* yang digunakan adalah *phenomena extra bold*. Pemilihan font ini mewakili salah satu karakter logo yaitu *fun* agar sesuai dengan segmentasi usia dari target *audience*.

Tabel studi tipografi *logotype* yang digunakan dalam redesain logo Micow

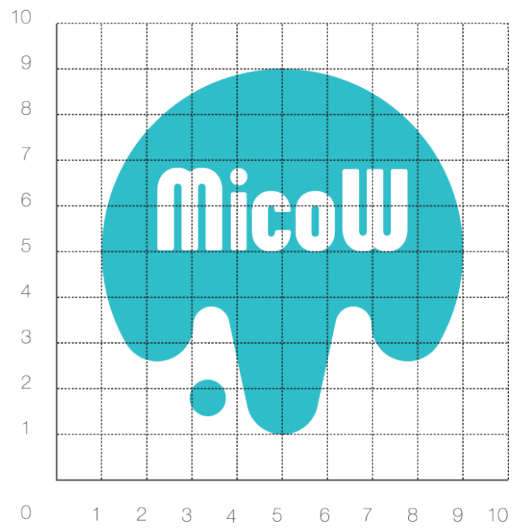
Micow	Alessia
Micow	Phenomena Extra Bold
Micow	Rotterdam Bold FREE

2) Makna Warna

Makna warna pada Perancangan Redesain Logo Micow Padang

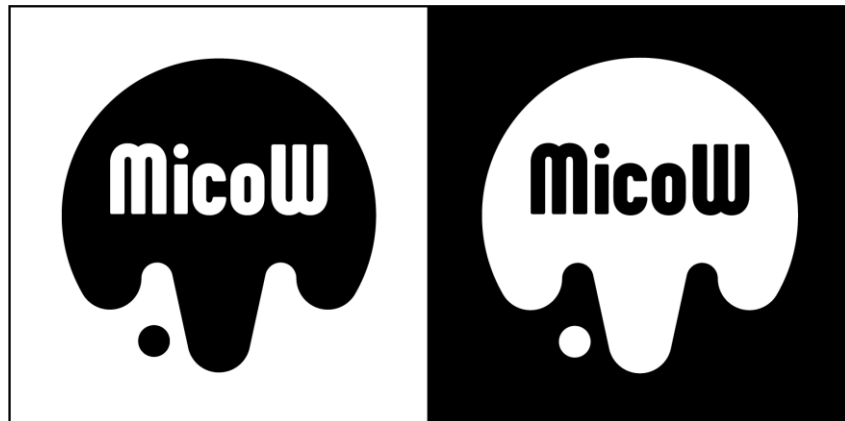
Warna	Makna
	Warna biru melambangkan warna santai, segar, <i>fun</i> . Biru adalah warna yang tenang dan mewakili kecerdasan serta tanggung jawab, biru bisa digunakan dalam institusi perusahaan yang terpercaya.
	Warna putih melambangkan sehat, kemurnian dan menciptakan estetika minimalis. pemilihan warna putih disesuaikan dengan produk Micow karena warna putih menyampaikan sesuatu yang murni dan alami.

3) *Grid System*



Gambar *Grid System* Logo Micow

4) **Logo Monokrom**



Gambar Monokrom Logo Micow

b) Final Desain Media Utama

1) *Manual Book*

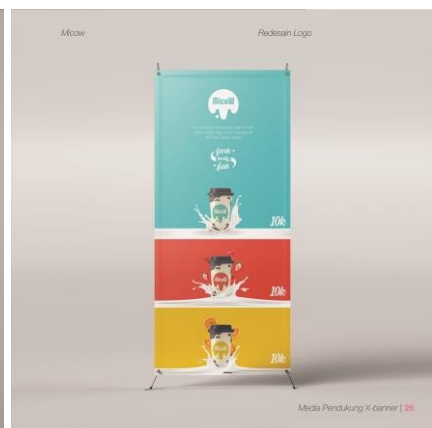
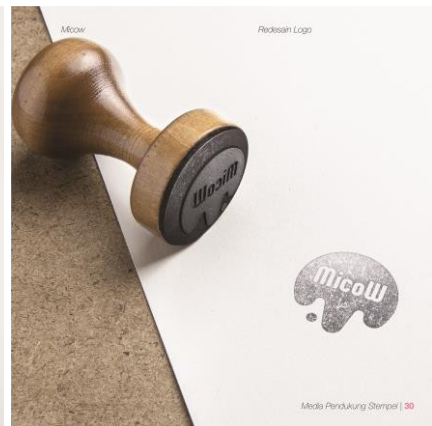
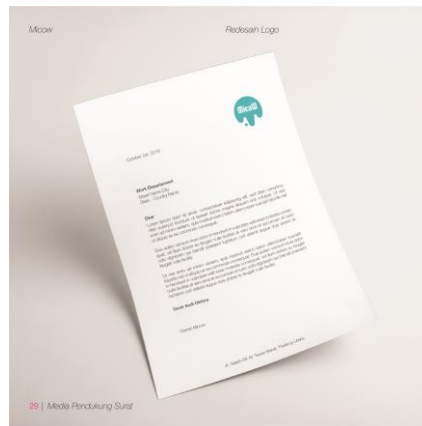


Gambar Final *Manual Book* Micow

Dalam buku ini terdapat pedoman standarisasi penggunaan logo untuk menjaga konsistensi Micow agar tidak keliru dalam menggunakan logo sebagaimana yang ada.

c) **Media Pendukung**







Gambar Final Media Pendukung
 Kartu Nama, Amplop, Surat, Stempel, Poster, X-banner,
 Kemasan, Daftar Menu, Stiker, T-shirt, Apron

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dalam redesain logo Micow yang diawali dengan mengetahui produk, menganalisa latar belakang, sejarah berdirinya Micow, tujuan, harapan, keunggulan, kekurangan, keunikan dan semua hal yang berkaitan dengan logo Micow. Karakteristik dan masalah dari logo Micow menjadi dasar perancangan redesain logo. Dalam melakukan redesain logo Micow yang belum memiliki identitas logo yang baik terhadap produk, oleh sebab itu penulis melakukan perancangan ulang logo yang baik dan benar dan serta konsisten terhadap media pendukung agar dapat diingat konsumen. Karakteristik yang didapatkan untuk logo Micow yang baru yaitu fresh, healthy dan fun. Berangkat dari karakter ini penulis merancang logo Micow.

Perancangan redesain logo ini diterapkan pada media utama berbentuk *manual book* dan media pendukung seperti poster, *x-banner*, kartu nama, amplop, surat, stempel, *t-shirt*, menu, kemasan, stiker, dan apron.

E. SARAN

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan perancangan redesain logo Micow diatas penulis membuat beberapa saran yaitu:

1. Logo Micow yang baru dapat dikenali sebagai identitas perusahaan yang baik oleh target *audience* serta memberikan wajah baru pada Micow.
2. Bagi perancang yang akan merancang sebuah promosi, persiapkanlah sebuah data verbal, visual, dan data-data yang akan diperlukan dalam perancangan lalu kemukakanlah permasalahan yang jelas agar pengerjaan karya akhir berjalan dengan baik.

Daftar Rujukan

Rustan, Suriyanto. 2013. *Mendisain Logo*. Yogyakarta: CV.Andi Offset. Jakarta: Gramedia.

ASMARNI, R., Zubaidah, M. S., & Pebriyeni, E. (2019). *PERANCANAGAN VISUAL IDENTITY MAHA PUDING BUKITTINGGI*. DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual, 8(3).

ROBBIYAURI FAREN, D., Syafwan, M. S., & Eliya Pebriyeni, S. P. (2015). *PERANCANGAN LOGO RIGAFARA FUTSAL CENTRE DI JALAN BY PASS KOTA PADANG*. Serupa The Journal of Art Education, 3(2).