

Redesain Logo UMKM “Weave”

Firaghaida Puspanalla Effendi

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email : 21052010032@Student.upnjatim.ac.id

Restu Ismoyo Aji

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email: restu.ismoyo.dkv@upnjatim.ac.id

Alamat: Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar, Surabaya, Indonesia

Korespondensi penulis: 21052010032@Student.upnjatim.ac.id

Abstract. *Weave or Witrove, before the brand name change, was a fashion crafting enterprise specializing in designing items like bags and wallets crafted from natural materials, particularly water hyacinth. Apart from producing fashion products for sale, Weave also contributed to controlling the growth of water hyacinths in the vicinity to prevent ecological damage and other related issues. However, the Weave brand lacked a strong visual identity. Therefore, a logo redesign was necessary to establish a distinctive brand identity compared to other fashion brands and to enhance Weave's visibility in promoting its products through media channels. Data collected for this redesign involved interviews and observations, which were then analyzed using a qualitative descriptive data. This research encompassed several stages to create a visual identity in the form of a logo.*

Keywords: *redesign, water hyacinth, logo*

Abstrak. Weave atau Witrove sebelum nama merek brand berganti adalah sebuah kerajinan fashion desain seperti tas dan dompet yang terbuat dari bahan alami yaitu eceng gondok, tidak hanya menghasilkan produk fashion untuk dijual, Weave juga membantu mengontrol pertumbuhan eceng gondok yang ada di sekitar agar tidak merusak ekosistem dan lain sebagainya. Namun brand Weave ini belum mempunyai identitas visual yang kuat. Maka dari itu diperlukan redesain logo pada brand Weave supaya memiliki identitas yang berbeda dibandingkan dengan brand fashion lainnya dan juga membuat brand weave makin dikenal pada media pengenalan promosi produknya. Data yang dikumpulkan dari perancangan ini berupa wawancara dan juga observasi yang kemudian data tersebut dianalisis menggunakan data kualitatif deskriptif. Penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan sehingga menghasilkan sebuah identitas visual berupa logo.

Kata kunci: redesain, eceng gondok, logo

PENDAHULUAN

Eceng gondok (*eichhornia crassipes*) merupakan tumbuhan air yang tumbuh di waduk, danau, rawa-rawa dan sungai yang memiliki aliran air yang tenang. Pertumbuhan dan penyebaran eceng gondok sangat cepat sehingga tumbuhan ini dianggap sebagai tumbuhan gulma yang dapat merusak lingkungan perairan, dampak negatif dari pertumbuhan eceng gondok yang sangat banyak dapat menghalangi sinar matahari yang masuk ke dalam perairan, menurunkan tingkat oksigen, mempercepat pendangkalan sungai, merusak estetika perairan karena akar yang rontok akan mengembang dan tanaman ini sangat sulit dikendalikan pertumbuhannya

salah satunya terjadi di sungai di Kelurahan Kalisari, Kecamatan Mulyorejo, Surabaya. Dikutip dari detikjatim Pemkot Surabaya mengerahkan alat berat dan pasukan Dinas

Received September 30, 2023; Revised Oktober 2, 2023; Accepted November 30, 2023

* Firaghaida Puspanalla Effendi, 21052010032@Student.upnjatim.ac.id

Sumber Daya Air dan Bina Marga untuk turut mengangkat tanaman eceng gondok yang memenuhi sungai Kalidami, Mulyorejo. Upaya pembersihan ini terus digencarkan sebelum musim penghujan datang. Karena jika aliran sungai terhambat oleh tanaman eceng gondok yang dikhawatirkan adalah hal itu akan menyebabkan banjir.

Maka dari itu pertumbuhan eceng gondok harus dikontrol salah satunya dengan memanfaatkan tumbuhan ini untuk kerajinan. Salah satunya seseorang pengrajin yang memanfaatkan tumbuhan eceng gondok menjadi sebuah usaha yaitu Bu Wiwit pemilik brand bernama Witrove atau saat ini berganti nama menjadi Weave, adalah sebuah kerajinan fashion desain seperti tas dan dompet yang terbuat dari eceng gondok. Weave dalam bahasa Inggris berarti menenun, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menenun adalah membuat barang-barang tenun. dan tenun menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah hasil kerajinan yang dibuat dengan cara memasukkan pakan secara melintang pada lungsin

Dikutip dari Kompasiana (Eta Rahayu), pada awalnya Bu Wiwit merupakan seorang ibu rumah tangga yang mengikuti pelatihan kerajinan tangan di lingkungannya, kemudian beliau melihat potensi dari tanaman eceng gondok yang tumbuh di waduk belakang pada rumahnya untuk digunakan sebagai bahan kerajinan, dan dari situlah Bu Wiwit mulai merintis kerajinan eceng gondok ini sejak tahun 2008 dengan nama Wiwit Collection, hingga kini berganti nama menjadi Weave

Weave mempromosikan produknya melalui website witrove.id dan juga Instagram dengan nama @witrove_, produk kerajinan weave ini dijual melalui berbagai platform seperti Shopee, Facebook dan juga Whatsapp hingga terjual ribuan produk hingga melewati batas benua.

Namun sampai saat ini brand Weave hanya menggunakan logo bertuliskan witrove saja di setiap media promosinya sehingga belum memiliki ciri khas yang unik untuk mempromosikan produknya. Oleh karena itu, penulis berfokus untuk redesain pada logo Witrove menjadi sebuah logogram sehingga brand Weave memiliki identitas yang berbeda dibandingkan dengan brand fashion lainnya dan juga membuat brand weave makin dikenal pada media pengenalan promosi produknya

METODE PENELITIAN

Data kualitatif yang didapat melalui wawancara narasumber dan observasi. Subjek penelitian adalah pemilik usaha pengrajin weave Bu Wiwit untuk mendapatkan desain logo yang diinginkan, cara tersebut digunakan untuk mencari data primer sedangkan data sekunder

diambil dari literasi dari jurnal dan referensi gambar pada internet yang terkait dengan tema penelitian. Berikut penjabaran proses pengumpulan data dalam penelitian ini:

- a. Wawancara dilakukan kepada Bu Wiwit selaku pemilik usaha weave, wawancara dengan Bu Wiwit bertujuan untuk mendapatkan data yang diinginkan dalam pembuatan identitas visual berupa logo
- b. Melakukan observasi pada produk barang yang di produksi melalui instagram, serta website, kemudian mencari inspirasi serta referensi yang sesuai dengan data yang dibutuhkan

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 weave, ada beberapa tahapan yaitu mengidentifikasi permasalahan, melakukan studi eksisting, menganalisis data yang menjadi keyword, membuat konsep visual dan finalisasi desain. Pada tahapan awal penulis akan menganalisis masalah dan mencari data yang diperlukan, kemudian penulis membuat konsep visual dan alternatif beberapa logo desain dari hasil data yang didapatkan. Pada tahapan terakhir adalah menentukan hasil akhir pada alternatif logo kepada pemilik usaha sehingga terpilih logo final dan sedikit melakukan revisi

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Studi eksisting

Studi eksisting merupakan sebuah pengkajian mengenai desain identitas visual dari weave atau witrove sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk melihat kelebihan dan juga kekurangan yang ada pada identitas visual sebelumnya sebagai pembandingan untuk desain logo baru. Logo lama weave (witrove) hanya menggunakan jenis logotype tanpa menggunakan simbol atau gambar. Jenis font yang digunakan merupakan font serif dengan warna coklat dan terdapat sebuah tulisan *gift from nature* dalam bahasa inggris yang berarti hadiah dari alam pada bawah logonya. Logo ini tergolong sangat simple tetapi logo jenis ini memiliki kekurangan yaitu tidak cocok pada setiap media promosi sehingga memerlukan sebuah logogram

witrove
Gift from Nature.

Gambar 1 logo brand sebelum berganti nama
sumber : website witrove.id



Gambar 2 Produk kerajinan Weave
sumber : instagram @witrove_

2. Analisis data

Setelah melakukan pengumpulan data dari wawancara kepada pemilik usaha dan juga observasi, dapat ditarik kesimpulan data yang akan dijadikan acuan untuk konsep visual yaitu. Desain logo yang diinginkan memiliki bentuk yang sederhana hanya terdiri dari satu huruf W yang diambil dari nama Weave itu sendiri dan juga nama pemilik usaha yaitu Bu Wiwit, memasukkan unsur alam disini penulis memasukkan visual dari eceng gondok yang merupakan ciri khas dari produk weave dan juga menggunakan warna coklat seperti logo sebelumnya, serta logo yang terlihat sederhana, tegas tetapi tetap terlihat mewah. Untuk itu dapat disimpulkan kata kunci yang dibutuhkan yaitu, huruf W, warna coklat dan unsur alam

3. Konsep visual

Berdasarkan hasil analisis yang dapat dijadikan acuan atau kata kunci, gaya visual yang cocok digunakan untuk desain logo weave adalah penggunaan 1 huruf inisial dan juga menambahkan visual eceng gondok untuk representasi produk

a. Logogram

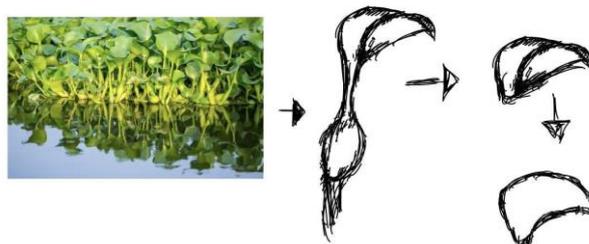
Menurut Rustan (2009) logo adalah sebuah istilah yang berasal dari bahasa Yunani logos yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi sampai berarti yang dikaitkan dengan simbol, citra dan semiotik. Pembagian logo secara sederhana dibagi menjadi dua bagian, yaitu nama brand (logotype) dan lambang (logogram). Pada logotype, nama perusahaan digunakan sebagai logo utama dimana logo tersebut dibuat dari huruf

khususnya bergaya tipografi yang digunakan secara konsisten. Sedangkan logogram adalah sebagai simbol visual yang mempresentasikan suatu perusahaan secara konsisten

letter form logo yang dibuat dengan menggunakan 1 huruf yaitu logo W yang merupakan inisial dari nama brand dan juga merupakan inisial nama dari pemilik brand Weave yang dijadikan sebagai elemen utama, kemudian menambahkan visual daun pada eceng gondok yang merupakan bahan utama dari produk kerajinan milik Weave

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”. stilasi merupakan perubahan dari gambar asli menjadi hiasan dengan cara pengurangan atau penyederhanaan objek, hal ini dilakukan pada foto eceng gondok untuk mengambil kesan alam dan juga sebagai bahan utama dari produk weave. pembuatan stilasi dilakukan dengan menggambar sketsa dari foto eceng gondok yang kemudian diambil bentuk dari daun eceng gondok dan dilakukan stilasi menyederhanakan bentuk agar dapat dipakai pada logo gram



*Gambar 3 proses stilasi bentuk dari foto referensi
sumber : dokumen pribadi*

c. Tipografi

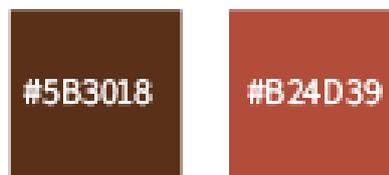
Menurut Tinarbuko (2015) Tipografi adalah seni memilih dan menata huruf untuk berbagai kepentingan menyampaikan informasi berbentuk pesan sosial maupun komersial. Jenis font yang digunakan pada perancangan adalah font sans serif yang memiliki ketebalan konsisten dan tidak memiliki ujung sudut di setiap hurufnya, font ini terlihat minimalis serta memberikan kesan modern, bersahabat dan fleksibel hal ini sangat cocok dengan karakteristik dari logo yang diinginkan



Gambar 4 alternatif tipografi
sumber : dokumen pribadi

d. Warna

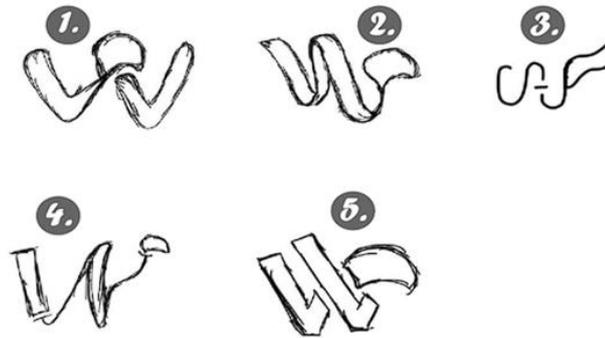
Menurut Wong dalam Azhari (2017) warna dapat didefinisikan secara objektif atau fisik sebagai sifat dari cahaya yang dipancarkan secara subjektif sebagai bagian dari indera penglihatan. Warna utama yang digunakan pada logo menggunakan 2 warna coklat dengan kode warna #5B3018 yang memiliki warna seperti tanah dan #B24D39 yang memiliki warna coklat agak kemerahan. Pemilihan warna coklat yang menjadi kata kunci dari pembuatan logo ini, identik dengan warna-warna alam yang dapat merepresentasikan perasaan menyeluruh, ketertiban dan tetap membumi yang dimana hal tersebut sangat berkaitan dengan hasil produk yang menggunakan bahan alami yaitu eceng gondok.



Gambar 5 warna yang digunakan pada logo
sumber : dokumentasi pribadi

4. Alternatif desain

Penulis melakukan brainstorming untuk menentukan bentuk Huruf W yang cocok untuk dijadikan logo, setelah mengumpulkan beberapa referensi penulis melakukan proses kreasi pada perubahan yang dari beberapa referensi. Dari hasil tersebut buatlah beberapa alternatif sketsa logo yang digabungkan dengan objek eceng gondok yang telah di stilasi atau menyederhanakan bentuk sesuai dengan keyword yang dibutuhkan dan dengan produk yang dianyam atau tenun



Gambar 6 sketsa alternatif logo weave
sumber : dokumentasi pribadi

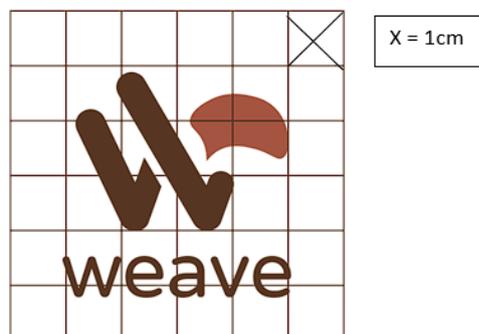
Dari alternatif sketsa logo, dipilih 2 logo oleh project manager yaitu pada nomor 3 dan 4 yang akan di digitalisasi serta sedikit mengubah bentuk logo dan diberi warna serta dikombinasikan tipografi agar terlihat visual logo weave yang diinginkan. 2 logo ini ditunjukkan kepada pemilik Weave yaitu Bu Wiwit.



Gambar 7 Dua logo yang terpilih untuk dijadikan logo final
sumber : Dokumentasi pribadi

5. Desain final

Tahapan terakhir dalam pembuatan logo yaitu pemilihan satu dari 2 logo alternatif yang telah diberikan. Logo yang dipilih adalah logo nomor 1 dengan sedikit revisi untuk mengubah font yang ada pada logo nomor 2. Logo ini menggunakan sistem grid yang bertujuan untuk menjaga konsistensi bentuk logo pada saat pengaplikasian media, dengan urusan grid adalah 1 cm maka $X = 1\text{cm}$. Logo ini akan yang akan digunakan untuk identitas brand Weave dan akan diimplementasikan pada berbagai media lainnya



Gambar 8 final logo dengan sistem grid
sumber : Dokumentasi Pribadi

a. Filosofi logo

Tabel 1. Filosofi logo

Gambar logo	Filosofi
	Logogram dengan gambar berinisial huruf W yang diambil dari Weave. Penggambaran huruf W menggunakan visual turun naik yang dapat diartikan bahwa produk Weave ini dapat mencapai target pasar dari kelas atas, kelas menengah, bahkan kelas bawah
	Gambar daun eceng gondok yang berada di sisi kanan logo, merupakan bahan utama yang digunakan pada produk Weave
	Logotype Weave ini menggunakan font Verela Round yang dapat memberikan kesan lembut, tenang dan juga netral tetapi tetap memberikan penegasan terhadap tulisan Weave itu sendiri. Sumber : dokumentasi pribadi

b. Penerapan desain logo



Gambar 9 Mockup Tag produk Weave
sumber : Dokumentasi pribadi



Gambar 10 Mockup Kartu nama
sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 11 mockup bordiran logo Weave pada produk
sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 12 Mockup Board sign Weave
sumber : Dokumentasi Pribadi

KESIMPULAN DAN SARAN

Memiliki identitas visual pada suatu brand UMKM merupakan faktor yang sangat penting untuk suatu usaha yang ingin usahanya bertahan lama dan dikenal oleh banyak orang sehingga dapat bersaing di pasaran. Identitas visual memiliki banyak sekali contohnya salah satunya dengan Logo, dengan adanya sebuah logo pada suatu usaha dapat menjadi pembeda antara usaha satu dengan usaha lainnya dan memiliki keunikan sendiri

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

- Sutopo, R. A. B., & Romadhona, M. (2023). PERANCANGAN LOGO BANDENG DELMINA SEBAGAI UPAYA PENGUATAN IDENTITAS VISUAL PRODUK. *SYNAKARYA-Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(1), 85-96.
- Zainaldi, R. A., Warsaa, Y. W. S., & Hendrawan, F. (2023). PERANCANGAN VISUAL IDENTITY WISATA "KAMPUNG ANGGREK" DADAPREJO SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *SYNAKARYA-Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(1), 111-128.
- Dalimunthe, L. E. (2018). *HUBUNGAN KEMAMPUAN MENGGAMBAR BENTUK DAN MENGGAMBAR ORNAMEN DENGAN HASIL BELAJAR MODIFIKASI MOTIF ORNAMEN BATAK ANGKOLA PADA SISWA SMP NEGERI 28 MEDAN TA 2018/2019* (Doctoral dissertation, UNIMED).
- Tinarbuko, S. (2015). DEKAVE Desain Komunikasi Visual-Penanda Zaman Masyarakat Globalisasi. *Yogyakarta: Center For Academic Publishing Center*.
- Rustan, S. (2017). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Carter, D. E. (2004). *The big book of logos 3*. Harper Design International.
- Rahayu E. (2018, Desember 8) diakses dari <https://www.kompasiana.com/tataplanologiits2010/5c0b966faeebe11bbe6e7e33/witro-ve-ketika-enceng-gondok-tak-dianggap-gulma>
- Devi A. (2023, Oktober 24) diakses dari <https://www.detik.com/jatim/berita/d-6999158/alat-berat-dikerahkan-bersihkan-eceng-gondok-yang-penuhi-sungai-di-mulyorejo>