

Eksplorasi Desain Logo NJP Bakery yang Efektif sebagai Upaya untuk Mencapai Konsistensi Branding

Fila Akbar Al Farizi

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Aileena Solicitor Costa Rica El Chiddian

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur

Prasetyo Adi Sulistyono

PT. Kawakibi Digital Branding

Alamat: Jalan Raya Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya, 60294

Korespondensi peneliti: filafarizi09@gmail.com

Abstract. *NJP Bakery is a Micro, Small, and Medium-sized Enterprise (SMEs) dedicated to the production and sale of high-quality bread and pastry products. With a sharp focus on creating unforgettable culinary experiences for customers through authentic flavors and quality ingredients, NJP Bakery has evolved into the top choice for culinary enthusiasts who appreciate excellence. To further strengthen its image and brand, NJP Bakery is currently in need of a robust visual identity design. This visual identity includes a logo that not only reflects the core values of the company but also highlights the uniqueness of the offered products, successfully capturing the attention of the target market. Through a creative and representative design showcasing the premium quality of its products, this visual identity is expected to serve as a key differentiator for NJP Bakery in the market, while also contributing to the establishment of deep connections with its loyal customers.*

Keywords: *SMEs, Identity, Visual, Logo*

Abstrak. NJP Bakery merupakan sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berdedikasi di bidang produksi dan penjualan produk roti dan kue berkualitas tinggi. Dengan fokus yang tajam pada menciptakan pengalaman kuliner yang tak terlupakan bagi pelanggan melalui cita rasa autentik dan bahan-bahan berkualitas, NJP Bakery telah menjelma menjadi pilihan utama bagi para penikmat kuliner yang menghargai suatu kualitas. Untuk lebih menguatkan citra dan mereknya, NJP Bakery kini tengah membutuhkan perancangan identitas visual yang kokoh. Identitas visual ini berupa logo yang tidak hanya mencerminkan nilai-nilai inti perusahaan, melainkan juga keunikan produk yang ditawarkan, serta berhasil menarik perhatian dari target pasar yang dituju. Melalui desain yang kreatif dan representatif atas kualitas premium produknya, identitas visual ini diharapkan dapat menjadi pembeda kunci bagi NJP Bakery di pasar, sekaligus membantu dalam membangun hubungan yang mendalam dengan pelanggan setianya.

Kata kunci: UMKM, Identitas, Visual, Logo

LATAR BELAKANG

Perlu diketahui bahwasannya logo adalah rupa dari sebuah *brand*, dan *brand* adalah jiwa dari sebuah usaha. Salah satu kegunaan logo adalah sebagai identitas utama dalam dunia *marketing*, pertimbangan pasar dan *sales* sangat berperan penting terhadap desain logo profesional, desain logo dapat dijadikan sebagai faktor pembeda agar tetap bersaing di mata audiens dan pasar. (Suryanto rustan, 2021) Penggunaan logo pada UMKM sangat berguna agar mencapai brand awareness dan menimbulkan diferensiasi dari kompetitor pada kelasnya selain

itu logo juga menjadi penentu profesionalitas dari sebuah *brand*. Sebuah *brand* harus menciptakan pembeda dan disini peran identitas visual sebagai pembangun *brand awareness* dan menciptakan diferensiasi antar *brand* satu dengan *brand* lainnya (El Chidtian, 2022)

Para pelaku UMKM merupakan faktor penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia, pertumbuhan ekonomi yang baik ditentukan oleh nilai *output* nasionalnya, banyak faktor yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yaitu sumber daya manusia, sumber daya alam, ilmu pengetahuan, teknologi dan kewirausahaan. (Kiki Asmara, 2023). UMKM juga perlu penunjang agar dapat menonjolkan mereknya dimata umum, Para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah sangat awam mengenai apa itu desain logo, tentunya pelaku usaha yang merintis dari awal harus memikirkan rangkaian promosi untuk mengenalkan produk, meningkatkan *brand awareness* dan layanannya ke masyarakat dan disini peran penting sebuah desain logo, sehingga *brand* yang akan dibuat memiliki paras dan dapat diketahui oleh masyarakat luas mengenai *brand* yang telah dibuat. Meningkatkan *brand awareness* pada sebuah merek perusahaan sangat penting dikarenakan hal ini akan merubah ataupun menciptakan cara pandang masyarakat terhadap merek yang dibuat (El Chidtian, 2022)

NJP Bakery merupakan *brand* yang dibuat oleh Nastiti Aisyah dan nama NJP Bakery merupakan singkatan untuk nama owner dan saudaranya. NJP Bakery adalah *brand* yang ingin meraup pangsa pasar untuk kalangan menengah ke atas dan ingin tetap berkembang dan bertahan dari kompetitor pada kelasnya. NJP Bakery merupakan UMKM yang baru diluncurkan dan bergerak di bidang *pastry* dan *bakery*, sebuah *brand* yang baru diluncurkan tentunya harus memiliki identitas visual yang bagus sehingga kesan pertama yang ditimbulkan akan terukir dalam otak konsumen, selain itu identitas visual yang kuat juga memiliki fungsi menarik minat konsumen dan tetap terlihat mencolok dari pesaing lain yang bergerak dibidang yang sama. Terkait dengan pembuatan desain logo untuk NJP Bakery, disini PT. Kawakibi Digital Branding memberikan sebuah solusi permasalahan dengan pembuatan logo serta *brand guideline* sehingga seseorang yang awam pun dapat dengan mudah memahami bagaimana logo itu diterapkan dan dapat terus mengembangkan usaha dengan memanfaatkan identitas visual yang telah dibuat.

KAJIAN TEORITIS

1. Logo

Logo merupakan elemen penting yang harus ada dalam sebuah merk, logo merupakan wajah dari sebuah *brand* sehingga logo menampilkan citra dan kepribadian dari sebuah *brand*, penggunaan logo sangat melekat dengan brand. Logo yang baik adalah logo yang unik, dan menimbulkan diferensiasi

antar kompetitor serta dapat mengilustrasikan dan menjelaskan entitas *brand* yang diwakilinya. (Angela Oscario, 2013). Pada dasarnya logo adalah sebuah elemen yang ditambahkan atribut sehingga tercipta persepsi atau *gestalt*. Perancangan logo tidak semata mata hanya memasukkan gambar ataupun elemen dari web ataupun *platform* aset desain digital, hal ini rentan menimbulkan plagiarisme, dimana logo yang dibuat dapat dipakai kembali dikarenakan aset yang dibuat adalah aset bebas ataupun aset desainer lain yang tanpa ijin dicomot, hal ini menentang etika desainer dan Undang Undang terkait Plagiarisme (Mahimma Romadhona, 2022).

2. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan elemen dari usaha swasta mandiri yang berhasil menjadi Kelompok bisnis yang berdikari dari kecil tanpa melihat seberapa besar kelompok yang dimiliki, pelaku usaha sangat bergantung dari pendapatan atau barang yang diperoleh sebagai imbal jasa atau kerja yang dilakukan kelompok kerja mereka (Yuli Rahmini Suci, 2008) walaupun usahanya masih di tingkat mikro, kecil, dan menengah tetapi para pelaku usaha UMKM juga merupakan salah satu pemasukan negara yang cukup tinggi bahkan UMKM merupakan pemberi dampak tertinggi untuk pembangunan ekonomi untuk negara Indonesia sehingga peran UMKM di Indonesia tidak dapat dipandang sebelah mata (Diana Laksmi et al., 2020). Peran UMKM tidak semata berwirausaha saja, peran pelaku UMKM sangat besar selain menjadi salah satu pemasukan negara yang tinggi perannya juga sangat penting untuk masyarakat diantaranya selalu berinovasi dalam mengembangkan sebuah produk, dapat beradaptasi dengan cepat dikala perubahan pasar yang sangat pesat dan menciptakan lapangan pekerjaan untuk pengangguran di Indonesia (Lubis et al., 2022)

3. Identitas Visual

Identitas visual merupakan faktor penting dalam membuat sebuah *brand*, dengan identitas visual yang kuat sebuah *brand* akan dengan mudah diingat oleh konsumen dan dapat menjelaskan perilaku, kepribadian dan sifat dari sebuah *brand*. Identitas visual adalah simbol dan ciri khas dari suatu *brand* (Aldo Natadajaja & Febriani, 2018). Dalam menciptakan sebuah identitas visual perlu diperhatikan untuk tujuan perusahaan serta kesesuaian industri yang di jalankan selain dua faktor tersebut terdapat beberapa faktor yang dapat diperhatikan yaitu target market yang ingin dicapai, kreativitas desainer, konsistensi dalam gaya desain serta hal yang paling penting adalah legalitas dan hak cipta. Dengan terciptanya identitas visual yang kuat, konsisten dan menarik akan menimbulkan kesan positif bagi konsumen.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam merancang identitas visual *brand* NJP Bakery, penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan yang berfokus pada pemahaman dari subjek yang diteliti dan memahami aspek aspek tanpa mengukur variable seperti penelitian kuantitatif, penelitian kualitatif yang dilakukan peneliti melibatkan berbagai elemen seperti:

1. Observasi

Observasi merupakan Teknik pencarian informasi yang bersifat deskriptif, observasi pada umumnya dapat dilakukan melalui pengamatan langsung dalam lapangan mulai dari tren dari platform sosial media dan portal berita ataupun mendatangi lokasi secara langsung dan menganalisa sebab akibat serta informasi yang ingin didapatkan (Listya& Rukiah 2018) Dalam menjalankan proses observasi, peneliti telah melibatkan diri dalam pengamatan mendalam terhadap berbagai merek pesaing yang memiliki kesamaan dengan NJP Bakery. Selain itu, peneliti juga secara cermat memantau perkembangan identitas visual dari merek-merek tersebut. Melalui langkah-langkah observasi ini, peneliti berhasil menggali referensi tambahan yang sangat berharga terkait identitas visual yang memiliki daya tarik kuat untuk menarik perhatian konsumen. Observasi ini membuktikan pentingnya pemahaman mendalam terhadap tren dan dinamika pasar, memungkinkan NJP Bakery untuk memperkuat dan memperbaharui identitas visualnya sesuai dengan harapan dan keinginan target konsumennya.

2. Wawancara

peneliti secara cermat mengajukan sejumlah pertanyaan kepada klien terkait dengan *brief* yang akan disampaikan. Dalam konteks ini, NJP Bakery sebagai pihak *brand* telah mengomunikasikan agar NJP Bakery dapat bertahan di segmen pasar menengah ke atas. Dengan menghadapi persaingan yang kuat dari kompetitor lama dalam industri *bakery* dan *pastry* kelas menengah ke atas, NJP Bakery diberikan mandat untuk membangun *brand personality* yang bersifat mewah. Tantangan lebih lanjut adalah untuk mengembangkan identitas yang kuat dan diferensiasi yang mencolok, sehingga NJP Bakery dapat terus berkembang, menarik perhatian konsumen, dan mampu mempertahankan posisinya yang kokoh di pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah menyelesaikan fase penelitian melalui serangkaian kegiatan wawancara dan observasi, peneliti melanjutkan proses kreatif dengan fokus pada pembentukan identitas visual. Upaya ini diwujudkan melalui serangkaian sesi brainstorming yang teliti dan terarah. Tujuan utama dari tahapan ini adalah menciptakan sebuah logo yang tidak hanya menghindari kesan generik, tetapi juga mampu menunjukkan diferensiasi yang jelas. Dengan pendekatan ini, peneliti berupaya untuk menghasilkan identitas visual yang memenuhi kebutuhan khusus dan karakteristik unik dari entitas yang bersangkutan.

1. Hasil Brainstorming dan Perancangan Sketsa Desain Logo NJP Bakery

Brainstorming merupakan Teknik mengumpulkan ide paling mudah, dimana teknik yang dilakukan sangat bebas untuk memancing ide secara spontan, brainstorming dilakukan dengan mencari kata kunci dari *brief* yang diberikan dan mengeksplor secara luas tanpa Batasan untuk pencarian ide. Pada pencarian ide logo NJP Bakery, ide tetap berfokus pada elemen yang diinginkan oleh owner yaitu terdapat huruf p dalam logo NJP Bakery. Logo harus dibuat dengan semewah mungkin sehingga proses brainstorming melibatkan web Pinterest sebagai media pencarian ide serta pencarian refrensi.



(Sumber: Dokumen Pribadi 2023)

Gambar 1. Hasil brainstorming dan sketsa dasar logo NJP Bakery

1. Alternatif Desain Logo

Alternatif jika diambil makna harfiahnya berarti sebuah opsi yang dapat dipertimbangkan sebagai pengganti, dapat diartikan alternatif logo adalah beberapa desain logo yang dibuat sebagai perbandingan satu sama lain yang akhirnya akan dipilih sebagai pilihan paling mantap dan lebih bagus dari alternatif logo yang lain. Alternatif logo NJP Bakery melibatkan 3 konsep yang terpilih sebagai alternatif tanpa menghilangkan kesan mewah yang ingin ditonjolkan.

Alternatif logo pertama memiliki konsep “*outline logo*”. Logo yang dibuat tidak memiliki *gestalt* apapun dan hanya menampilkan elemen yang ingin disampaikan pada logo. Konsep logo “*outline logo*” sangat marak digunakan pada *coffee shop* dan tetap mempertahankan konsep mewahnya, penggunaan warna emas juga menjadi pertimbangan serta keinginan dari NJP Bakery sehingga akan menambah kesan prestise.



(Sumber: Dokumen Pribadi 2023)

Gambar 2. Alternatif 1 logo NJP Bakery

Alternatif logo kedua menampilkan logo yang terkesan minimalis dan mewah, pada desain logo ini terdapat *gestalt* figure ground yang menampilkan sebuah roti dengan letter bertuliskan NJP. Untuk elemen diberikan atribut cahaya yang lebih diminimalisasikan membentuk belah ketupat yang membentuk sebuah mahkota sehingga dapat menginterpretasikan bahwa logo NJP Bakery dapat menjadi yang terdepan tanpa menghilangkan kesan kemewahannya. Untuk typeface yang digunakan menggunakan font *sheriff* (Edensor) sehingga menambah kesan mewah dan prestise dalam desain logonya



(Sumber: Dokumen Pribadi 2023)

Gambar 3. Alternatif 2 logo NJP Bakery

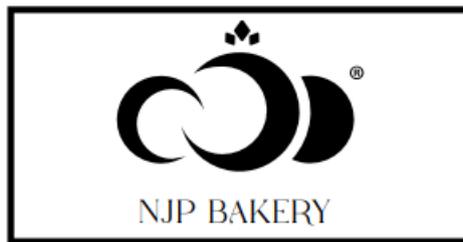
2. Final Desain Logo

Logo NJP Bakery adalah hasil karya yang dirancang khusus untuk mendukung UMKM yang berfokus pada industri makanan, khususnya di bidang *bakery & pastry*. Dalam menciptakan logo ini, klien mengungkapkan keinginan untuk memiliki identitas visual yang mencerminkan kemewahan dan kesederhanaan. Proses perancangan melibatkan serangkaian *brainstorming*, yang menghasilkan beberapa alternatif desain yang memenuhi kriteria tersebut. *Logogram*-nya dirancang dengan elemen-elemen seperti roti, awan, mahkota, dan cahaya, menciptakan kesan yang harmonis dan relevan dengan industri yang diwakilinya. Sementara pada *logotype*, peneliti memilih font serif (Edensor) untuk memberikan sentuhan elegan dan mewah. Penggunaan warna emas pada logo dipilih dengan sengaja untuk menambahkan nuansa kemewahan, dan peneliti juga menyajikan beberapa alternatif logo dengan variasi warna dasar untuk memberikan opsi yang lebih luas sesuai dengan preferensi klien. Dengan perpaduan elemen desain yang cermat dan pilihan warna yang bijak, logo ini diharapkan dapat memberikan identitas yang kuat dan mengesankan bagi NJP Bakery dalam pasar yang kompetitif.



(Sumber: Dokumen Pribadi 2023)

Gambar 4. Hasil final logo NJP Bakery



(Sumber: Dokumen Pribadi 2023)

Gambar 5. Warna dasar logo NJP bakery pada background putih



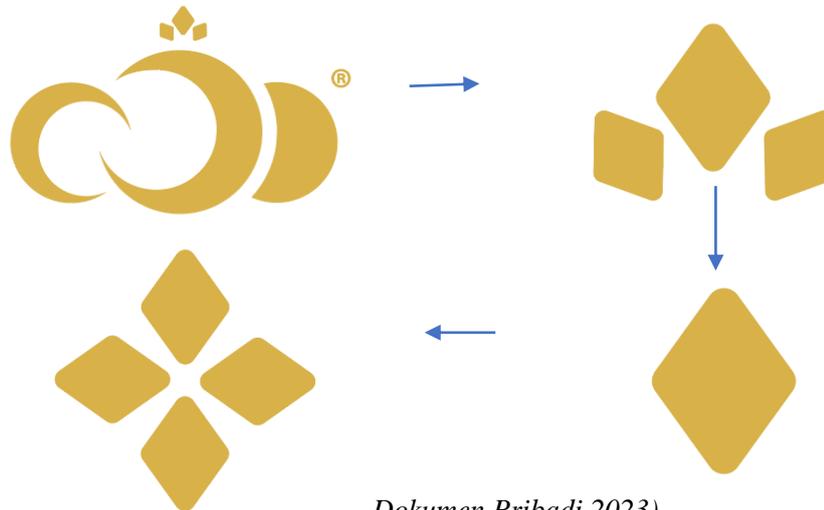
(Sumber: Dokumen Pribadi 2023)

Gambar 6. Warna dasar logo NJP bakery pada background hitam

3. Desain Supergrafis

Supergrafis, sebagai elemen kunci dalam identitas visual, membentuk ciri khas suatu merek tanpa mengandalkan logo selain itu supergrafis merupakan pendukung dalam identitas visual dan biasanya memiliki elemen berupa bentuk, warna ataupun kombinasi dari keduanya (Sayatman, Bambang Mardiono, dan Naufan Noordyanto, 2021). Dalam konteks ini, NJP Bakery menonjolkan penggunaan supergrafis sebagai bagian integral dari *brand* mereka. Mengambil inspirasi dari elemen mahkota dalam logo, NJP Bakery mengembangkan supergrafis yang mencerminkan keunikan dan keindahan. Dalam proses kreatif, satu dari tiga elemen mahkota dipilih dengan cermat, kemudian disatukan dengan penuh keahlian sehingga membentuk motif yang menggambarkan semanggi berdaun empat. Pendekatan ini tidak hanya memberikan kesan visual yang kuat, tetapi juga memberikan daya tarik yang mendalam kepada audiens, memperkuat identitas visual NJP Bakery dalam pasar yang kompetitif.

Proses Perancangan supergrafis dilakukan dengan mengambil unsur mahkota dari logo yang kemudian diambil salah satu bagian mahkota yaitu bentuk belah ketupat terbesar, bentuk belah ketupat di eksplorasi ulang dengan menggabungkan bentuknya menjadi sebuah bunga bertangkai empat yang dapat diaplikasikan secara repetitif.



(Dokumen Pribadi 2023)

Gambar 7. Rancangan pembuatan desain supergrafis

Pengaplikasian supergrafis dilakukan untuk mendukung identitas *brand* pada pengaplikasiannya supergrafis bisa diaplikasikan di media manapun dengan atau tidak mewakili logo sebagai sebuah identitas visual, logo yang baik adalah logo yang dapat diwakilkan dengan *brand identity* lainnya dan mampu menjelaskan bahwa logo ataupun elemen grafis lainnya adalah wajah dari brand yang ditampilkan.



(Sumber: Dokumen Pribadi 2023)

Gambar 8. Pengaplikasian desain supergrafis

4. *Mockup Logo*

Proses perancangan logo dan supergrafis NJP Bakery melibatkan pembuatan *mockup* sebagai langkah awal sebelum desain diimplementasikan dalam media cetak. *Mockup* ini merupakan suatu rancangan atau desain visual yang berfungsi sebagai acuan bagi klien untuk memvisualisasikan penggunaan logo yang telah dibuat. Pembuatan *mockup* menjadi langkah krusial dalam menunjang kualitas desain, karena melalui *mockup*, desainer dapat mengukur sejauh mana keterpaduan dan keseimbangan elemen desain dalam konteks penggunaan yang sebenarnya. Lebih dari sekadar gambaran visual, *mockup* logo dan supergrafis NJP Bakery juga memainkan peran penting dalam proses presentasi desain, memberikan dimensi lebih kepada desainer untuk menjelaskan konsep desain secara lebih menarik dan persuasif kepada klien.



(Sumber: Dokumen Pribadi 2023)

Gambar 9. Mockup logo NJP Bakery

KESIMPULAN DAN SARAN

Desain logo memiliki peran krusial dalam mendukung perkembangan produk UMKM, terutama di tengah persaingan produk asing yang semakin merajalela di pasar lokal. Proses pembuatan sebuah logo melibatkan berbagai tahap, mulai dari pengumpulan data mengenai entitas *brand*, pencarian data pendukung untuk *brainstorming* sesuai dengan *brief* dari klien, eksplorasi sketsa desain, vektorisasi logo, hingga pembuatan grafis standar manual. Dalam konteks ini, pembuatan logo untuk NJP Bakery bukan hanya sekadar aspek visual semata, melainkan juga memiliki peran strategis dalam pertumbuhan usaha yang baru dimulai. Identitas visual yang kuat tidak hanya mendukung brand NJP Bakery agar terus berkembang, tetapi juga menarik minat konsumen dan memungkinkan persaingan yang sehat dengan kompetitor sekelasnya. Untuk memastikan kemudahan penggunaan dan pemahaman yang baik terkait desain logo, NJP Bakery telah dibuatkan Standar Manual Grafis, sehingga klien dapat dengan mudah mengimplementasikan dan memahami cara logo tersebut akan diaplikasikan secara efektif.

DAFTAR REFERENSI

- Angelo Oscario (2013). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun *Brand*. *HUMANIORA* Vol. 4 No. 1: 191-202
- Yuli Rahmani Suci (2008). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol. 6 No. 1 Hal 676
- Suryanto Rustan (2021). *Mendesain Logo : Buku 1*
- Aldo Natadajaja & Febriani, (2018). Perancangan Identitas Visual dan Penerapannya Dalam Media Promosi Museum Anjuk Ladang. *Jurnal Barik*, Vol. 3 No. 1.
- Sayatman, Bambang Mardiono, dan Naufan Noordyanto (2021). Pengembangan Konsep *Brand Identity* dan *Visual System* ITS yang Lebih Terintegrasi. *IDEA Jurnal Desain*, Vol. 20 No. 1
- Listya & Rukiah, (2018). Pelatihan Desain *Mockup* dan Logo Sebagai *Branding* Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM. *JMM. (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, Vol. 5 No. 5
- Diana Laksmi et al., (2020). Pembuatan *Design* Logo Dalam Penunjangan UMKM “ENTIL” Makanan Khas Desa Penatahan. *Abdimas Galuh*, Vol.5 No. 1
- Faradiah Khasny, Arief Bachtiar, Kiki Asmara, (2023). Pendampingan UMKM Melalui Branding Logo Sebagai Identitas Produk Limunite di Kelurahan Sukorejo Kota Blitar. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara*, Vol 2 No 3
- Rindy Nur Fadilah, Ailena Solicitor Costa Rica El Chidtian, Aditya Rahman Yani, (2023). Perancangan Identitas Visual Rumah Batik Sekar Arum di Mojokerto. *Jurnal Imajinasi*, Vol. 1 No. 1

Fazlurrahman Adenan Ramdhani Saleh, Ailena Solicitor Costa Rica El Chidtian, Aphief Tri Artanto, (2022). Branding : Meningkatkan Brand Awareness Wisata Pantai Lon Malang Sokobanah Kabupaten Sampang. Jurnal Imajinasi, Vol. 6 No. 2

Mohammad Hafil Pratama, Ailena Solicitor Costa Rica El Chidtian, Mahimma Romadhona. Perancangan *Re-Branding* OIKIO Surabaya. Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain, Vol. 7 No. 2