

# Perancangan Logo Sebagai *Brand Identity* pada UMKM Bakso Goreng Taksihmurah dengan Konsep Desain Dua Dimensi (2D)

<sup>1</sup>\*Rudy Wira Andika, <sup>2</sup>Diana Suksesiwaty Lubis

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan  
Kota Medan, Indonesia

<sup>1</sup>[wiraandikar@gmail.com](mailto:wiraandikar@gmail.com), <sup>2</sup>[ladydiana.loebs@gmail.com](mailto:ladydiana.loebs@gmail.com)

\*Penulis Korespondensi

Diajukan : 04/04/2023

Diterima : 09/04/2023

Dipublikasi : 12/04/2023

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Perancangan Logo Sebagai *Brand Identity* Pada UMKM Bakso Goreng Taksihmurah Dengan Konsep Desain Dua Dimensi (2D)”. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah logo sebagai *brand identity* untuk UMKM Bakso Goreng Taksihmurah dengan konsep desain dua dimensi (2D). Dalam era globalisasi saat ini, persaingan bisnis semakin ketat, oleh karena itu *brand identity* menjadi hal penting dalam membedakan produk dari pesaing. Namun, masih banyak UMKM yang belum menyadari pentingnya *brand identity* dalam meningkatkan citra produknya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk membantu UMKM dalam meningkatkan citra produknya melalui perancangan logo sebagai *brand identity*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Proses perancangan logo dilakukan dari tahap awal hingga tahap akhir dan dijelaskan secara detail dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini adalah tercipta sebuah logo berupa *hard copy* dan *soft copy* yang dapat digunakan sebagai *brand identity* untuk UMKM Bakso Goreng Taksihmurah. Logo ini didesain dengan konsep dua dimensi (2D) yang simpel namun elegan, dan dapat merepresentasikan karakteristik produk serta citra yang ingin ditampilkan. Selain itu, logo tersebut juga dapat menarik perhatian dan mudah diingat oleh konsumen yang diujikan. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa *Brand Identity* ini dapat membantu UMKM Bakso Goreng Takasihmurah dalam memperkenalkan diri UMKM dan berbagai produk yang dihasilkan oleh UMKM Bakso Goreng Takasihmurah dapat dipasarkan secara lebih luas melalui upaya promosi yang tepat.

**Kata Kunci:** Logo, Brand Identity, UMKM, Desain Dua Dimensi, Citra Produk

## I. PENDAHULUAN

Perancangan adalah suatu proses untuk menentukan bagaimana sesuatu yang belum ada bisa dibuat. Perancangan melibatkan penciptaan ide-ide baru, pengujian dan validasi ide-ide tersebut, dan pembuatan rencana dan spesifikasi untuk mengimplementasikan ide-ide tersebut (Martin & Martin, 2009). Perancangan produk

harus memperhatikan pengalaman pengguna dan berfokus pada solusi masalah (Norman, 2013). Logo adalah representasi visual dari merek, yang mengandung elemen-elemen seperti bentuk, warna, tipografi, dan simbol yang dimaksudkan untuk menggambarkan kesan yang tepat pada target audiens (Airey, 2014). *brand identity* adalah Elemen yang mengirim pesan antara berbagai produk/layanan, iklan, dan komunikasi (Dloma, 2020), *Brand identity* merupakan keseluruhan citra yang dimiliki oleh sebuah merek, terdiri dari elemen-elemen visual, verbal, dan non-visual yang membentuk persepsi konsumen tentang merek tersebut. Dalam membangun brand identity, logo merupakan elemen penting yang harus diperhatikan dengan seksama. Logo harus mampu meningkatkan potensi kesan pertama bagi konsumen atau kelompok sasaran secara signifikan (Said, 2019). Dengan logo yang baik dan konsisten, konsumen dapat dengan mudah mengenali merek dan membedakannya dari merek lain. Identitas merek yang konsisten dan kuat dapat membantu menciptakan pengalaman merek yang menyatu dengan konsumen dan membantu merek menjadi lebih mudah diingat dan dikenali.

UMKM Bakso Goreng Takasihmurah merupakan salah satu UMKM yang mengalami kesulitan dalam membangun identitas merek. Usaha ini bergerak di bidang kuliner yang didirikan oleh Suparno pada tahun 2012 dan berlokasi di Jalan Sumber Utama, Medan Amplas. Meskipun telah memiliki produk yang lezat dan pelanggan tetap, usaha ini masih kesulitan dalam menarik perhatian calon pelanggan baru dan memperluas pangsa pasarnya. Penelitian ini bertujuan untuk membantu UMKM Bakso Goreng Takasihmurah mengembangkan logo yang dapat memperkuat brand identity Bakso Goreng Takasihmurah. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada perkembangan industri UMKM di Kota Medan, khususnya dalam hal perancangan logo sebagai bagian dari branding dan identitas merek.

Menurut (Airey, 2014) bahwa logo yang baik dapat membantu meningkatkan reputasi dan citra merek, serta meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan perancangan logo yang tepat, UMKM Bakso Goreng Takasihmurah dapat memperkuat brand identity mereka dan membangun citra merek yang lebih kuat di mata konsumen. Hal ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pangsa pasarnya. Menurut (Achrol & Kotler, 1999) konsumen dapat memberikan masukan yang berharga tentang preferensi mereka terhadap merek dan produk, sehingga dapat membantu dalam perancangan logo yang lebih sesuai dengan keinginan konsumen. Sedangkan partisipasi pemilik usaha dapat membantu dalam memberikan informasi tentang karakteristik merek, visi, dan misi yang ingin dicapai oleh UMKM Bakso Goreng Takasihmurah melalui logo yang dirancang. Dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Informasi dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik usaha dan konsumen Bakso Goreng Takasihmurah, serta analisis terhadap karakteristik merek, target pasar, dan pesaing. Data tersebut akan digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam perancangan logo yang tepat dan efektif.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi desain logo yang dapat memperkuat brand identity UMKM Bakso Goreng Takasihmurah, sehingga dapat membantu dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan reputasi merek. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada perkembangan industri UMKM di

Kota Medan, khususnya dalam hal perancangan logo sebagai bagian dari branding dan identitas merek. Penelitian ini penting dilakukan mengingat tingginya persaingan bisnis di Kota Medan dan kebutuhan UMKM untuk dapat bersaing dengan brand-brand besar di pasaran. Dengan perancangan logo yang tepat dan efektif, UMKM dapat memperkuat brand identity mereka dan membangun citra merek yang lebih kuat di mata konsumen

## II. STUDI LITERATUR

### Penelitian Terdahulu

Penelitian dengan judul Perancangan *Corporate Identity Velvet Restaurant* Gunawangsa Hotel MERR Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah desain *corporate identity* yang dapat digunakan untuk memberikan ciri khas dan nilai identitas yang dapat dikenal dan diterima oleh masyarakat luas. *Corporate identity* yang dirancang meliputi logo, supergrafis, dan *stationary set*. Dengan adanya *corporate identity* yang kuat, diharapkan dapat meningkatkan brand awareness dan memperkenalkan Velvet Restaurant Gunawangsa Hotel MERR pada masyarakat luas (Damara et al., 2018).

Penelitian dengan judul Perancangan *Brand Identity Band Cool And The Gang*. Dalam hasil penelitian ini perancangan *brand identity* adalah logo yang menjadi identitas visual *band* serta media pendukung seperti video profil, kaos, kartu nama, dan lain-lain yang bertujuan untuk memperkuat *brand identity*. Dengan demikian, penelitian ini memiliki manfaat dalam membangun citra dan identitas yang kuat untuk *Cool and The Gang*, sehingga dapat lebih dikenal dan diingat oleh konsumen. Selain itu, dengan memiliki *brand identity* yang kuat, *Cool and The Gang* dapat meningkatkan *brand awareness* dan mendapatkan keuntungan dalam hal pemasaran (Wirawan et al., 2019).

Penelitian dengan judul Perancangan Logo *Brand Identity Sandpiper* sebagai Upaya Peningkatan *Brand*. Dalam hasil penelitian ini Selain sebagai identitas perusahaan, logo juga dapat digunakan sebagai media pemasaran yang efektif. Melalui perancangan logo yang memiliki konsep dan makna yang tepat, perusahaan Sandpiper diharapkan dapat meningkatkan daya saing dengan kompetitor lainnya dan mendorong penjualan produknya. Sehingga, *brand* Sandpiper diharapkan lebih dikenal oleh pasar lokal, nasional, bahkan internasional (Eko Valentino, 2018).

## III. METODE

### Jenis dan Sumber Data

#### 1. Jenis Data

dalam penelitian ini, digunakan data yang terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer merupakan jenis data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama atau sumber langsung yang berkaitan dengan masalah yang diteliti (Arikunto, 2002). Data sekunder merupakan jenis data yang berasal dari sumber yang sudah ada, yaitu buku, jurnal, dan situs web. Data sekunder diperoleh dari sumber lainnya, bukan langsung dari objek yang diteliti (Sugiyono, 2016).

#### 2. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data berasal dari data internal dan data eksternal yang

dikumpulkan dari berbagai sumber . Data internal merupakan jenis data yang diperoleh dari dalam tempat penelitian seperti catatan pengamatan dan dokumen yang berasal dari organisasi atau perusahaan yang diteliti. Data eksternal merujuk pada data yang diperoleh dari sumber luar tempat penelitian seperti buku referensi sebagai bahan bacaan dan referensi teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, serta dapat dicari melalui berbagai sumber seperti internet dan perpustakaan.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 1.Observasi

Dilakukan untuk mengamati langsung UMKM Bakso Goreng Takasihmurah sebagai objek penelitian. Observasi dapat memberikan informasi yang detail dan akurat tentang situasi yang diteliti (Miles et al., 2013)

#### 2.Studi Dokumentasi

Dokumentasi adalah pencarian dan pengumpulan informasi faktual dalam bentuk catatan, laporan, buku, surat kabar, majalah, protokol, sertifikat, agenda, dll(Arikunto, 2006).

### Metode Analisis Data

Metode analisi data yang penulis gunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui keadaan, keadaan atau keadaan tertentu yang lain, yang hasilnya disajikan dalam bentuk laporan penelitian (Arikunto, 2013).

### Perangkat Keras

Perangkat keras yang digunakan sebagai pendukung dalam kajian sistem informasi ini adalah sebagai berikut:

- Laptop : *Asus VivoBook A416JAO*
- Memori : *RAM 4 GB DDR 4*
- Storage : *SSD 256 GB*
- Procesor: *Intel® Core™ i3-1005G1 Processor 1.2 GHz (4M Cache, up to 3.4 GHz)*

### Perangkat Lunak

Penelitian ini menggunakan perangkat lunak berupa aplikasi *CorelDRAW X7* yang berjalan pada sistem operasi *Microsoft Windows 11* untuk menghasilkan data yang diperlukan.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis telah selesai membuat hasil berdasarkan penelitian dan perancangan *brand identity* penulis. Mengerjakan hasil penelitian ini, penulis menggunakan *software CorelDraw X7* untuk membuat desain UMKM Bakso Goreng Takasihmurah agar memiliki *brand identity* yang dapat dikenali di mata masyarakat dan menjadi sarana promosi yang dapat dilihat. Bisa dimanapun dan kapanpun.

## Pembahasan

Pada bagian ini membahas mengenai perancangan logo sebagai *brand identity* yang telah dibuat. Sesuai dengan rumusan masalah bagaimana merancang logo sebagai brand identity UMKM Bakso Goreng Takasihmurah menggunakan konsep desain grafis 2D?. Menjelaskan alur logika pada suatu soal dengan menggunakan simbol khusus dengan gambar, pseudocode dengan kata-kata, namun keduanya memiliki tujuan yang sama yaitu menjelaskan alur logika atau soal untuk memudahkan pemrograman (Khesya, 2021). Penulis akan menampilkan hasil bagan alur (*Flowchart*) logo yang sudah jadi dan penulis menampilkan diagram logo sebagai berikut :

### Pembuatan Flowchart Desain logo

Dalam penelitian ini, pembuatan logo dirancang sebagai sebuah sistem yang digunakan untuk memberikan informasi dan mempromosikan penjualan, sistem tersebut dapat digambarkan dengan menggunakan *Flowchart* dalam bentuk diagram sebagai berikut:



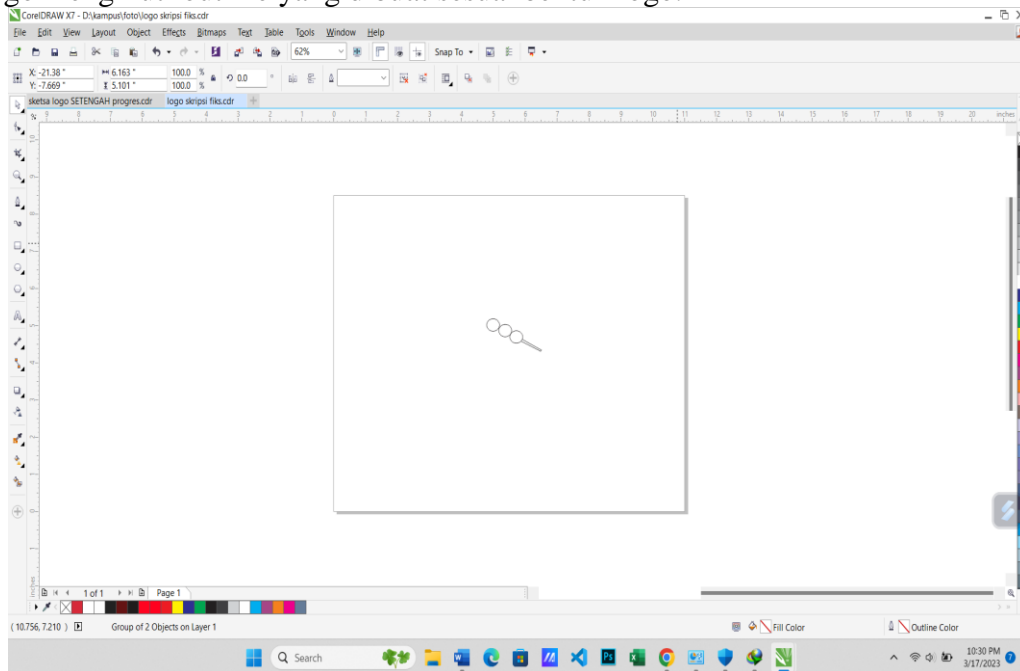
## Tutorial

Tutorial merupakan salah satu metode yang digunakan untuk memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat dalam menyelesaikan tugas tertentu, serta dapat dijadikan sebagai bagian dari proses pembelajaran. Tutorial dapat berbentuk tulisan, video, atau bentuk lainnya yang memandu dan menjelaskan langkah-langkah atau prosedur untuk mencapai suatu tujuan atau hasil yang diinginkan.

### Proses Tutorial Perancangan Logo

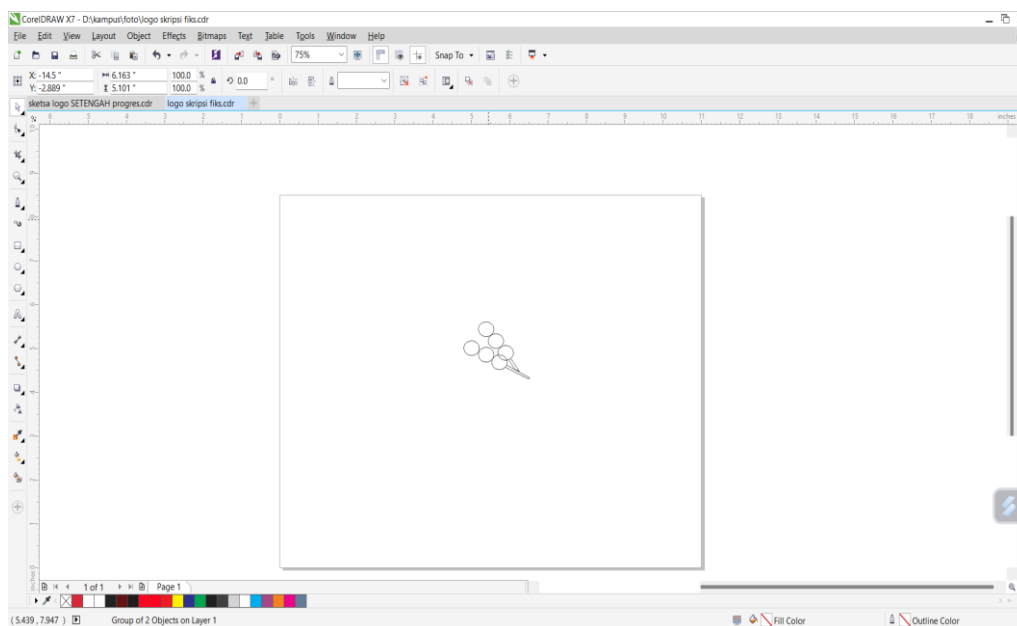
#### Tutorial Membuat Logo

1. Langkah pertama kita buka Coreldraw lalu atur ukuran gambar untuk membuat preset menjadi internasional paper, ukuran: Klik A4, Mode Warna: Klik Warna RGB saat semuanya sudah diatur, lalu klik OK. Lalu kita gunakan pen tool untuk menggambar logo mengikuti outline yang dibuat sesuai bentuk logo.



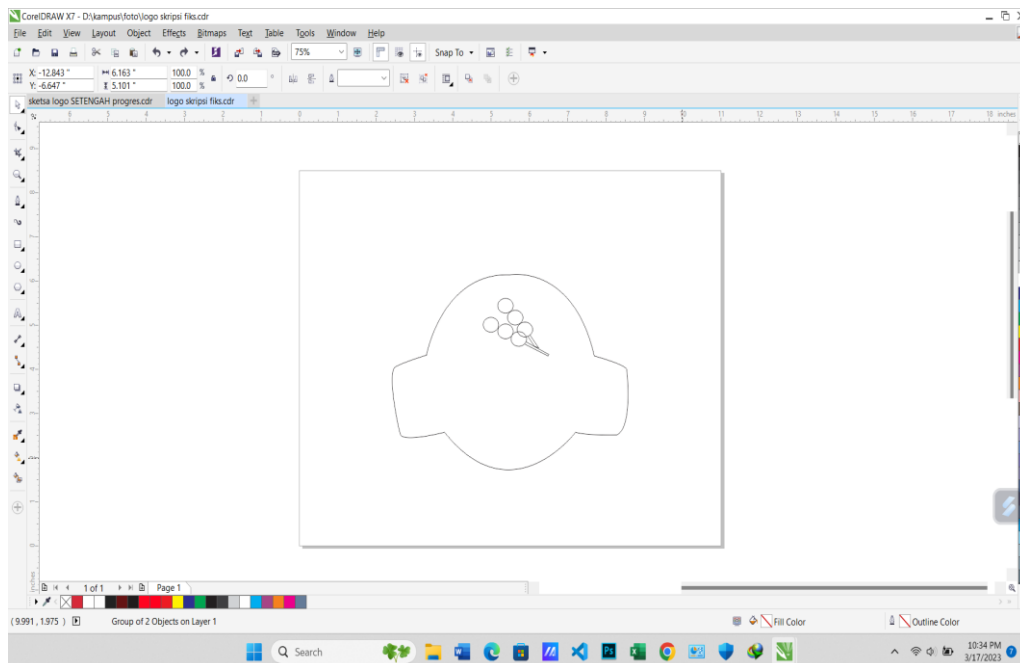
Gambar 4.1 Proses perancangan logo step 1

2. Kemudian *copy* objek yang telah dibuat sebelumnya.

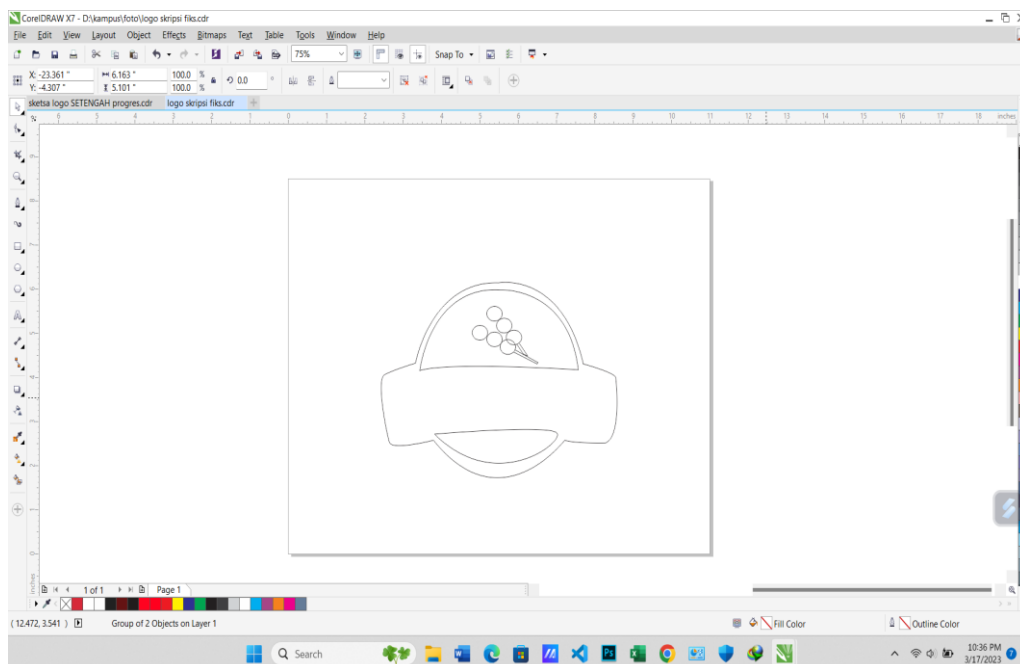


Gambar 4.2 Proses perancangan logo step 2

3. Lalu buat objek yang kedua dengan menggunakan *pen toll*



Gambar 4.3 Proses perancangan logo step 3



Gambar 4.4 Proses perancangan logo step 4

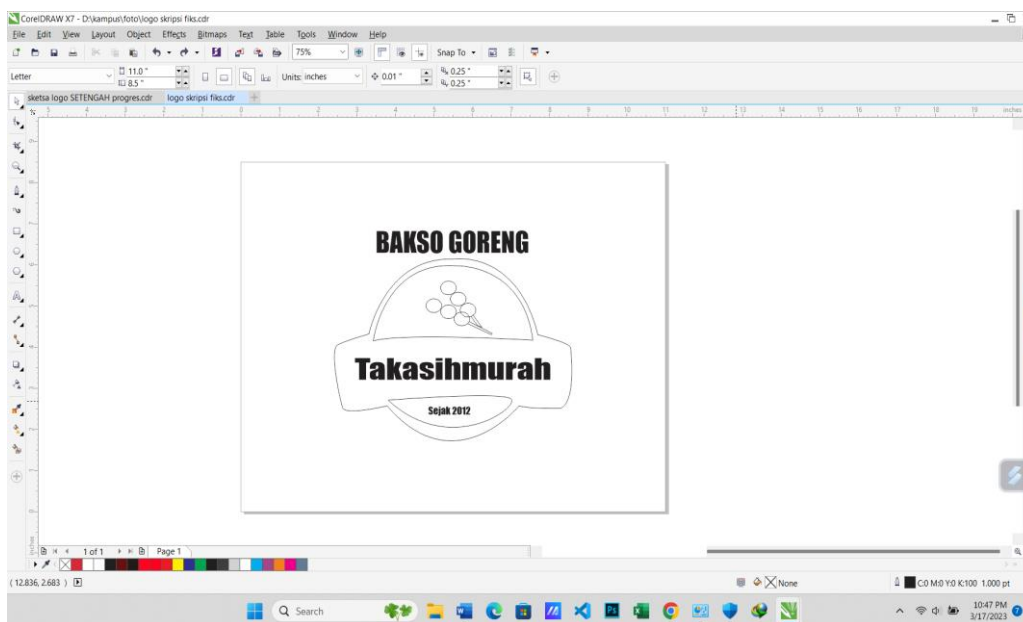


4. Selanjutnya membuat tulisan Bakso Goreng dengan menggunakan test tool, kemudian mengubah font *Impact*, letakkan di posisi atas lingkaran.



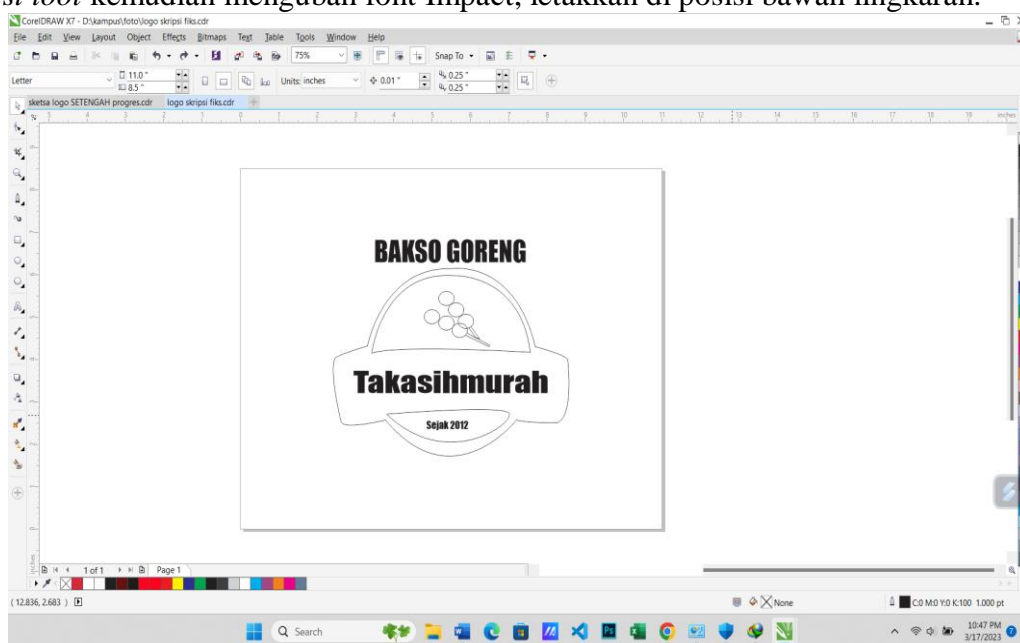
Gambar 4.5 Proses perancangan logo step 5

5. Membuat tulisan Takasihmurah dengan menggunakan test tool, kemudian mengubah font *Impact*, letakkan di posisi tengah lingkaran.



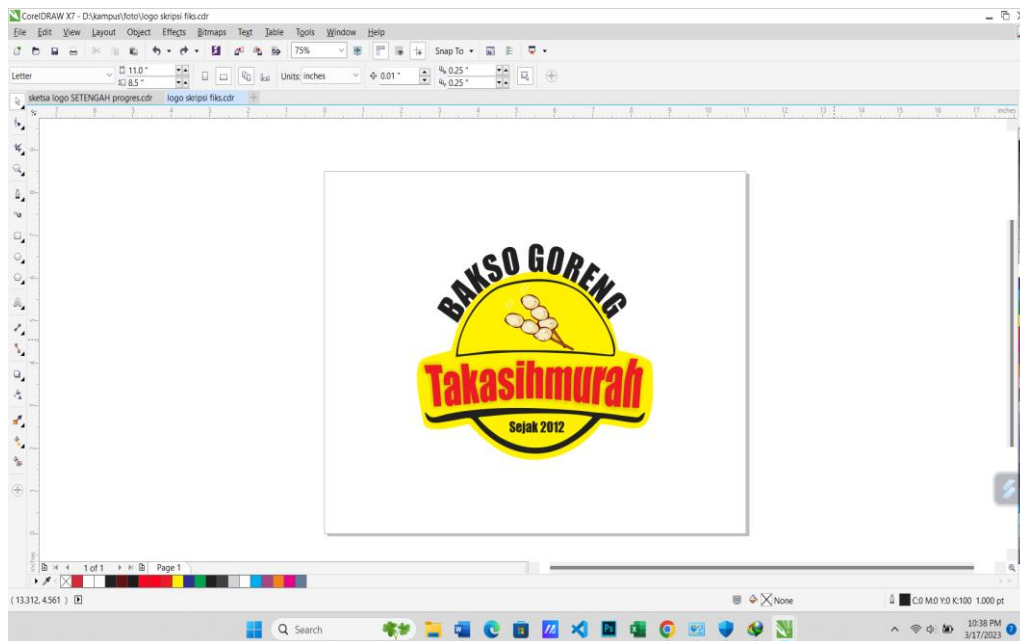
Gambar 4.6 Proses perancangan logo step 6

6. Kemudian tulis membuat tulisan Bakso Goreng Takasihmurah dengan menggunakan *test tool* kemudian mengubah font Impact, letakkan di posisi bawah lingkaran.



Gambar 4.7 Proses perancangan logo step 7

7. Berikan warna pada objek, posisikan tulisan bakso goreng dengan cara melingkar dengan cara menggunakan *tool fit text to path*, dan gunakan *envelope tool* agar tulisan takasihmurah mengikuti bentuk kotak sedikit melengkung.



Gambar 4.8 Proses perancangan logo step 8

### Hasil Akhir dari Logo

Format logo yang ditentukan adalah sebagai berikut:



Gambar 4.9 Logo Bakso Goreng Takasihmurah

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat penulis ambil dari hasil penelitian Perancangan Logo Sebagai *Brand Identity* pada UMKM Bakso Goreng Takasihmurah dengan Konsep Desain Dua Dimensi (2), maka hasil penelitian dapat diuraikan dan disimpulkan sebagai

berikut: *Brand Identity* ini dapat membantu UMKM Bakso Goreng Takasihmurah dalam memperkenalkan diri UMKM dan berbagai produk yang dihasilkan oleh UMKM Bakso Goreng Takasihmurah dapat dipasarkan secara lebih luas melalui upaya promosi yang tepat.

#### Saran

Setelah melakukan Perancangan Logo Sebagai *Brand Identity* pada UMKM Bakso Goreng Takasihmurah dengan Konsep Desain Dua Dimensi (2), penulis memberikan saran untuk menyempurnakan dan mengembangkan lebih lanjut informasi ini. Saran yang diusulkan adalah sebagai berikut:

*Brand Identity* yang digunakan pada UMKM Bakso Goreng Takasihmurah sekarang berupa logo, logo yang dibuat dalam bentuk desain, dan dapat dicetak masih menggunakan hardcopy serta bisa diaplikasikan keberbagai media promosi seperti: Kartu Nama, dan Brosur, dan lainnya. Brand identity ini dapat dikembangkan secara dinamis agar informasi tentang perusahaan harus terupdate dan seiring perkembangan teknologi dari zaman ke zaman.

#### VI. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada institusi tempat kami mengabdikan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan atas motivasi dan dukungan yang diberikan dalam menyelesaikan karya ilmiah ini, serta terima kasih kepada keluarga yang selalu memberikan cinta dan dukungan tanpa henti.

#### VII. REFERENSI

- Achrol, R. S., & Kotler, P. (1999). *Marketing in the Network Economy*. 63, 146–163.
- Airey, D. (2014). *Logo Design Love: A guide to creating iconic brand identities*. Pearson Education. [https://books.google.co.id/books?id=%5C\\_atOBAAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=%5C_atOBAAAQBAJ)
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Arikunto, S. (2006). *Metodelogi penelitian*. Bina Aksara, Yogyakarta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Damara, S. L., Teknologi, F., & Informatika, D. (2018). *PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY VELVET RESTAURANT GUNAWANGSA HOTEL MERR SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS KERJA PRAKTIK Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Oleh*.
- Dlomah, M. (2020). *ANALISIS KONSEP BRAND IDENTITY BATIK PONORAGAN SEBAGAI SALAH SATU IDENTITAS KABUPATEN PONOROGO*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Eko Valentino, D. (2018). *PERANCANGAN LOGO BRAND IDENTITY SANDPIPER SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN BRAND. TEMATIK*, 5(2).

---

<https://doi.org/10.38204/tematik.v5i2.158>

- Khesya, N. (2021). Mengenal Flowchart dan Pseudocode Dalam Algoritma dan Pemrograman. *Preprints, 1*, 1–15. <https://osf.io/dq45ef>
- Martin, R., & Martin, R. L. (2009). *The Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage*. Harvard Business Press. <https://books.google.co.id/books?id=CvpAgm8dQQkC>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2013). *Qualitative Data Analysis*.
- Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things*. MIT Press. <https://books.google.co.id/books?id=heCtnQEACAAJ>
- Said, A. A. (2019). MENDESAIN LOGO. *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 6(3). <https://doi.org/10.26858/tanra.v6i3.13014>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Wirawan, D., Pratiwi, P., & Utami, B. S. (2019). Perancangan Brand Identity Band Cool And The Gang. *Jurnal Imajinasi*, 8(1), 57–68. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/download/21925/9738>