

IMPLEMENTASI DESAIN GRAFIS DALAM IDENTITAS VISUAL USAHA RUMAH UNIANG GROUP

Maharian Agung

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Corresponding Author: maharianagung27@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Mei 14, 2025

Revised: Juni 10, 2025

Accepted: Juni, 25 2025

Published: Juni 30, 2025

Keywords:

Redesain logo

Visual identity

Usaha Rumah Uniang

ABSTRACT

Usaha Rumah Uniang merupakan usaha yang bergerak dibidang makanan, seperti aneka kue dan catering. Usaha Rumah Uniang didirikan oleh ibuk Susma Amalda, A.Md.Keb yang merupakan seorang bidang kesehatan dan tertarik ingin membangun usaha jajanan sehat dan makanan dengan kualitas baik yang diolah dengan bahan-bahan premium, aman, sehat dan bergizi, namun dengan harga yang terjangkau di kalangan masyarakat menengah kota Padang. Permasalahan yang mendasari perancangan ini adalah usaha Rumah Uniang sudah memiliki logo namun tidak memiliki identitas visual yang kuat, serta belum adanya media promosi baru, hal ini dikarenakan logo belum menerapkan prinsip dan elemen desain dengan baik. Seperti prinsip simplicity yang dapat menyederhanakan logo agar mudah di ingat, prinsip unity agar mendapat kesan harmonis dan kesatuan dalam logo serta adanya elemen bentuk yang tidak ada kaitannya dengan usaha ini. Untuk mengatasi masalah tersebut maka dirancang kembalilah logo dari usaha Rumah Uniang yang berupaya memberi citra baru pada perusahaan, serta melakukan promosi menggunakan wajah baru ataupun identitas baru, agar bisa memberikan citra baru tetapi masih dengan menggunakan nama usaha yang lama atau nama perusahaan yang sudah ada. Redesain logo meliputi proses pengumpulan data, analisis data dan perancangan logo yang baru. Metode yang dipakai pada perancangan Usaha Rumah Uniang ini memakai metode SWOT. Hasil yang diperoleh pada perancangan ini ialah sebuah logo, guidelinebook, dan beberapa media pendukung lainnya yang diciptakan dari perancangan visual identity ini. Oleh karena itu, Perancang menciptakan sebuah perancangan visual identity Usaha Rumah Uniang dengan menciptakan sebuah logo sebagai media utama. Logo yang dirancang akan diaplikasikan ke beberapa media pendukung sesuai kebutuhan dari usaha tersebut.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY SA 4.0)

1. PENDAHULUAN

The Secara umum, usaha adalah upaya atau aktivitas yang dilakukan dengan tujuan untuk mencapai hasil tertentu, baik itu dalam konteks bisnis atau dalam kehidupan secara keseluruhan. Usaha di Indonesia sangat beragam dan dinamis, mencakup berbagai sektor ekonomi dan ukuran bisnis, mulai dari usaha mikro skala kecil hingga perusahaan besar.

Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit ekonomi penggerak utama perekonomian. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia mencapai 64 juta dari keseluruhan usaha yang beroperasi (Santia, 2020). Melihat data tersebut membuktikan pertumbuhan dalam bidang usaha yang menghadirkan sebuah peluang dan tantangan bagi pelaku usaha dalam menghadapi persaingan bisnis.

Dalam menghadapi tantangan persaingan bisnis tersebut, pelaku usaha perlu memiliki identitas untuk membedakan produk yang dijual dengan produk sejenis. Hal ini sangatlah penting dan harus dikomunikasikan secara visual yang berfokus pada redesign logo. Redesain logo tersebut dibangun dengan proses untuk memperbarui, atau mengubah desain suatu logo yang sudah ada, dengan tujuan untuk meningkatkan daya tarik visual, relevansi, atau efektivitasnya dalam merepresentasikan identitas merek. Ini bisa melibatkan berbagai perubahan mulai dari perubahan kecil dalam elemen desain hingga perubahan total dalam konsep atau gaya logo. Redesain logo berupaya memperkuat identitas merek Usaha Rumah Uniang dengan fungsi dasar sebagai pembeda antara brand satu dengan lainnya. Terdapat unsur-unsur yang mempengaruhi kekuatan brand salah satunya yaitu dari apa yang dilihat (tangible) seperti

produk, packaging atau kemasan dan identitas visual (Arianto, 2019).

Logo adalah peningkatan dari logotype dimana pengertian logotype adalah dari bahasa Yunani logos yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pertama kali istilah logotype muncul pada tahun 1810 – 1840 diartikan sebagai tulisan nama entitas (objek sebenarnya yang dimaksudkan) yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu. Pada perkembangannya orang membuatnya makin unik atau berbeda satu sama lain yang kemudian mereka mengolah huruf itu, menambahkan elemen gambar, bahkan tulisan dan gambar berbaur menjadi satu (Rustan, 2009). Oleh karena itulah logo sangat penting karena dapat membangun sebuah brand, melalui logo suatu usaha dapat dikenali dengan mudah (Muntazori, 2019).

Logo sebagai bagian dari identitas visual memiliki pesan melalui elemen visual berupa garis, bidang, warna, huruf, gambar ilustrasi yang membentuk logo tersebut memiliki makna untuk merepresentasikan sebuah brand menurut Listya dan Rukiah (2018). Selain logo terdapat elemen-elemen visual pendukung seperti warna, tipografi, gambar atau ilustrasi dan pengaplikasiannya pada media (Rustan, 2009). Dengan adanya logo dan konsistensi dalam menggunakan elemen visual membuat posisi brand dapat diingat di mata khalayak. Namun dalam usaha kecil seperti UMKM masih banyak pelaku usaha yang belum memiliki logo sebagai identitas brand.

Usaha Rumah Uniang sudah berdiri sejak tahun 2017 oleh Ibu Susma Amalda dan sudah memiliki surat izin UMKM pada tahun 2022. Usaha Rumah Uniang ini beralamatkan di Palapa Garden Block D4 No.1, Kasang, Kec. Batang Anai, Kab. Padang Pariaman, Sumatra Barat 25586. Usaha Rumah Uniang ini melayani jasa catering, wedding organizer dan menyediakan aneka kue, seperti kue basah, kue kering, aneka snacks, bolu panggang, bolu kukus dan cookies.

Ibu Susma Amalda sebagai owner merupakan ibu rumah tangga sekaligus berprofesi sebagai bidan kesehatan yang memiliki keterampilan khusus memasak dan selalu aware akan sajian kadar gizi yang baik dalam penyajian makanan. Hal itulah yang membuat beliau ingin membangun Usaha Rumah Uniang dengan bertujuan menjual produk jajanan kue sehat kepada konsumen. Tentu saja kualitas dan kenikmatannya terjaga. Kegemarannya dalam membuat makanan tak lepas dari ketekunannya mengikuti pelatihan memasak. Hasil dari pelatihan memasak yang dijalani membuat Ibu Susma Amalda bisa lebih mendalami berbagai resep makanan dan mampu membuka usaha makanannya sendiri.

Menurut survey yang telah dilakukan perancang, Usaha Rumah Uniang ini telah memiliki banyak orderan dari berbagai pelanggan. Tetapi belum mempunyai brand image dari toko mereka sendiri.

Terutama pada penggunaan logo yang digunakan saat ini tidak konsisten. Untuk itu, usaha rumah uniang memerlukan redesain logo sebagai identitas usaha mereka.

Berdasarkan keterangan pemilik, pada proses pemesanan dilakukan dengan cara menghubungi langsung melalui whatsapp dan nomor telepon. Dan peminat layanan catering akhir-akhir ini mengalami peningkatan dari pada layanan bakery yang dimiliki oleh Usaha Rumah Uniang tersebut. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya pemesanan catering oleh konsumen kepada Usaha Rumah Uniang. Peningkatan permintaan catering ini dikarenakan layanan catering Usaha Rumah Uniang sudah dikenal baik oleh Masyarakat sekitar.

Pemasaran layanan produk dari Usaha Rumah Uniang ini sudah menjangkau hingga luar kota. Namun, belum semua kawasan Sumatra Barat mengenal layanan produk dari Usaha Rumah Uniang, karena kurangnya identitas yang jelas dari usaha tersebut. Untuk meningkatkan citra dari sebuah usaha agar lebih dikenal oleh masyarakat luas, dibutuhkan sebuah logo.

Redesain logo merupakan Solusi utama bagi Usaha Rumah Uniang. Karena logo merupakan identitas yang sangat penting bagi suatu produk. Jika ia memiliki identitas yang kuat maka akan menjadi sebuah media promosi yang baik bagi produk tersebut.

Dalam hal ini penulis menemukan kendala dalam Usaha Rumah Uniang ini, yaitu penerapan dan penggunaan logo yang tidak konsisten, yang membuat citra dari usaha tersebut belum terlalu dikenal oleh orang lain dan identitas logo yang dipakai perusahaan saat sekarang ini belum menampilkan citra perusahaan dan tidak memiliki makna yang jelas, sehingga menyebabkan kebingungan mengenai identitas dari sebuah usaha tersebut.

Untuk mengembangkan Usaha Rumah Uniang, maka dibutuhkan sebuah Redesain Logo dari segi Identitas Visual untuk meningkatkan citra perusahaan dan pembeda dengan usaha makanan lainnya, serta dibutuhkan promosi dalam media cetak. Karena media cetak dapat memberikan informasi yang lebih rinci. Dengan demikian promosi tersebut akan diterima dengan baik oleh masyarakat. Maka dari itu penulis akan membuat sebuah karya akhir yang berjudul "Perancangan Redesain Logo Usaha Rumah Uniang Group".

2. METODE

Setelah melakukan observasi dan wawancara kemudian melakukan analisis data berdasarkan data yang telah ditemukan pada Usaha Rumah Uniang. Pada Perancangan Redesain Logo Rumah Uniang ini, metode analisis data yang digunakan adalah SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).

a. Kekuatan (Strength)

Ada beberapa kekuatan yang ditemukan pada analisis data dari Rumah Uniang ini, antara lain:

- 1). Rumah Uniang sudah dikenal di Padang Pariaman, khususnya Palapa dan Kec. Batang anai.
- 2). Rumah Uniang sudah memiliki banyak pelanggan sejak dulunya.
- 3). Cita rasa makanan yang lezat membuat pelanggan selalu setia pada usaha ini serta mereka memiliki rasa yang konsisten sejak awal berdirinya hingga saat ini.

b. Kelemahan (Weakness)

Belum adanya Branding yang mumpuni membuat perusahaan Rumah Uniang dapat dikenali secara meluas oleh orang lain, akibatnya orang lain tidak mengetahui identitas atau keberadaan dari perusahaan tersebut.

c. Peluang (Opportunity)

Ada beberapa peluang yang ditemukan dalam visual identity Rumah Uniang ini, antara lain :

- 1). Dalam menambah minat masyarakat/konsumen terhadap Rumah Uniang.
- 2). Dengan adanya logo yang baru ini bisa membuat Rumah Uniang ini lebih unggul dari produk Kue yang ada di sekitarnya.
- 3). Sudah memiliki konsumen tetap dan terus memperbarui manajemen bisnisnya.

d. Ancaman (Threatment)

Kurangnya Branding Dari Perusahaan Rumah Uniang akan membuat perusahaan tersebut tidak diketahui oleh orang lain. Dan membuat profit perusahaan tersebut tidak akan naik karena tidak adanya branding dari segi identitas visual dari Rumah Uniang.

3. PERANCANGAN DAN DESAIN

A. Konsep perancangan

Perancangan usaha Rumah Uniang ini dirancang agar menimbulkan citra bahwa usaha Rumah Uniang sebagai salah satu usaha yang menyajikan layanan makanan yang berkualitas baik yang berada di Kota Padang pariaman.

Perancang akan menyusun sebuah konsep dengan menjabarkan semua bentuk penyajian yang akan diaplikasikan terhadap Redesain Logo yang akan dirancang. Pada setiap komponen maupun elemen yang akan diaplikasikan tersebut, dapat membantu perancang dalam menyusun konsep rancangan. Pada perancangan Redesain Logo usaha Rumah Uniang ini, perancang akan menyajikan elemen-elemen maupun komponen yang dapat menggambarkan karakter dari usaha Rumah Uniang. Tujuan utamanya agar usaha Rumah Uniang ini dapat memiliki image yang kuat di masyarakat. Dalam perancangan Redesain usaha Rumah Uniang, tentunya logo dapat mewakili sebuah identitas, serta dapat memberikan pesan ataupun nilai-nilai yang dimiliki usaha Rumah Uniang hingga dapat tersampaikan melalui logo.

B. Proses Produksi

Dalam membuat logo perlu diperhatikan jenis logo yang akan dibuat, dan tentunya memperhatikan dari segi keunikan, mudah diingat dan mampu mencerminkan brand dari perusahaan tersebut. Setelah melalui beberapa riset untuk perancangan redesain logo usaha Rumah uniang maka, logo yang dipilih adalah logo dengan jenis mascot logo. Sesuai dengan sebutannya logo jenis ini menggunakan mascot atau karakter sebagai elemen utamanya.

Mascot logo memiliki keunikan tersendiri dan mampu untuk menyita perhatian yang lebih baik daripada jenis logo lainnya sehingga, brand akan lebih mudah dikenali dan diingat. Maka, karakter yang dipilih sebagai mascot logo adalah karakter Wanita (mewakili Ibuk Susma amelda). Penciptaan Karakter Wanita dibuat berdasarkan stilasi objek dari objek aslinya yaitu Ibuk Susma amelda yang merupakan pendiri serta owner dari brand Rumah Uniang itu sendiri. Untuk objek pendukung lainnya didapatkan dari bentuk rupa motif minangkabau yang merupakan kearifan lokal brand tersebut.

Dalam perancangan Redesain logo usaha Rumah Uniang, perancang akan menggunakan beberapa karakter maupun objek yang menjadi inventaris data visual dari perancangan logo. Karena dengan adanya karakter dapat membantu memudahkan seseorang untuk memahami makna dari sebuah logo. Adapun beberapa objek tersebut diantaranya:

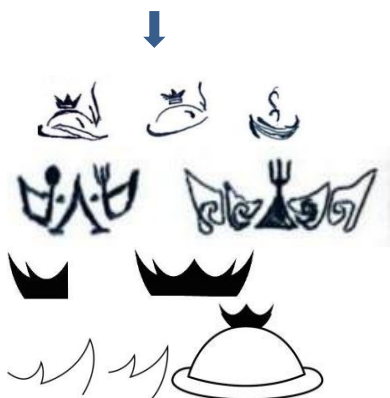
- 1) Ibuk Susma Amelda merupakan founder sekaligus owner dari usaha Rumah Uniang, oleh sebab itu karakter ini merupakan unsur pendukung utama logo usaha Rumah Uniang tersebut.



Gambar 2. Icon Ibuk Susma Amelda
Sumber : Maharian Agung,2024

2) Makanan Padang

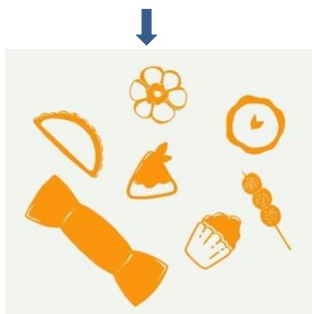
Makanan padang merupakan produksi yang paling laris dalam usaha Rumah Uniang, mengingat akan usahanya dalam catering dengan berbagai acara lainnya seperti acara pesta, ulang tahun, syukuran, acara meriah lainnya. Pada karakter ini perancang akan membuat bentuk font yang identik dengan minang, agar terkesan masuk disegala acara (versetile).



Gambar 3. Icon Makanan Padang
Sumber : Maharian Agung,2024

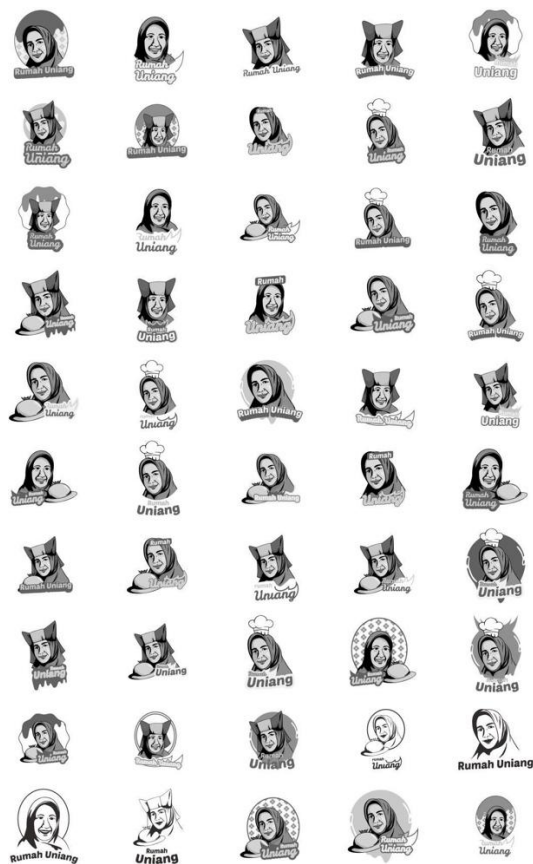
3) Pastry

Pastry merupakan salah satu makanan yang dijual ditoko kue Rumah Uniang. Dalam perancangan karya redesain logo Rumah Uniang, karakter pastry menjadi salah satu komponen yang akan divisualisasikan ke dalam paterndan supergrafik pada perancangan ini.

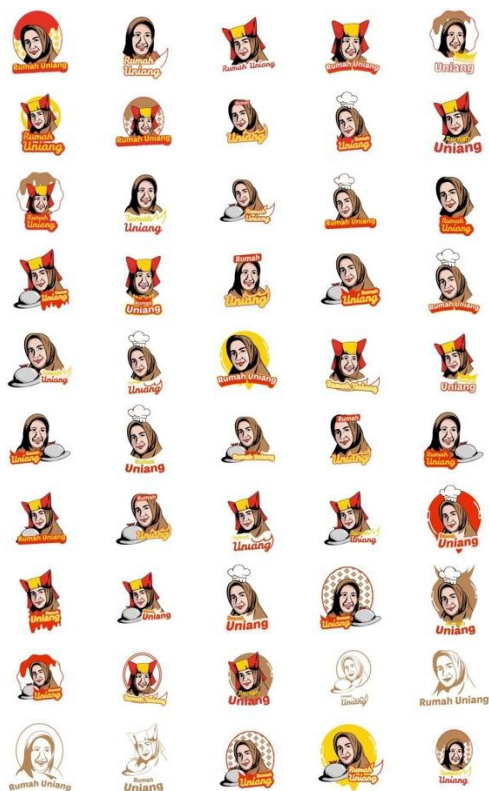


Gambar 4. Icon *Pastry*
Sumber : Maharian Agung,2024

C. Visualisasi



Gambar 5. 50 Alternatif Logo Digital BW
Sumber : Maharian Agung,2024



Gambar 6. 50 Alternatif Logo Digital Warna
Sumber : Maharian Agung, 2024

D. Logo Terpilih

1) Alternatif 1

Alternatif logo pertama memberikan kesan visualisasi yang simpel, tetapi tidak begitu menonjolkan minangnya. Pada alternatif pertama ini perancang mengkolaborasi



Gambar 7. Deskripsi Alternatif 1
Sumber : Maharian Agung, 2024

2) Alternatif 2

Alternatif logo kedua memberikan kesan visualisasi yang simpel dan lebih menonjolkan cirikhas Rumah Uniang dengan penggunaan font yang lebih sesuai dengan konsep.



Gambar 8. Deskripsi Alternatif 2
Sumber : Maharian Agung, 2024

3) Alternatif logo ketiga memberikan kesan visualisasi yang simpel tetapi tidak terkesan lebih focus.



Gambar 9. Deskripsi Alternatif 3
Sumber : Maharian Agung, 2024

E. Deskripsi Final Logo



Gambar 10. Deskripsi Final Logo
Sumber : Maharian Agung, 2024

4. KESIMPULAN

Melalui perancangan Redesign, telah didapat banyak pengalaman dan pengetahuan baru yang diperoleh oleh penulis. Penelitian yang dilakukan memiliki nilai dan perjuangan tersendiri, mulai dari observasi ke lapangan, perumusan konsep, hingga sampai ke final dari perancangan karya. Hal-hal yang diperhatikan dalam perancangan ini adalah bagaimana merancang bentuk logo yang efektif dan komunikatif serta dapat menarik perhatian target audience. Sehingga target audience yang di tuju mampu membedakan usaha Rumah Uniang dengan usaha kue lainnya. Media informasi yang dibuat dengan konsep alami dengan menggabungkan warna dan bentuk ilustrasi yang mendukung tampilan sehingga sesuai dengan konsep yang telah dirancang oleh perancang.

Perancangan Redesign logo, karena identitas yang sebelumnya dimiliki tidak efektif dan belum menggambarkan karakter dari perusahaan tersebut. Adapun media utama yang telah diciptakan adalah logo, logo menjadi media utama karena logo merupakan wajah dari suatu identitas. Selain dengan adanya media utama, penciptaan media pendukung juga sangat berperan penting dalam sebuah perancangan. Bentuk pengaplikasian dari media-media tersebut haruslah mengandung unsur unity (kesatuan), agar visualisasi dari media utama dan pendukung menjadi lebih seimbang dan konsisten.

REFERENCES [Times New Roman 10 bold]

- [1] Arianto, B. (2019). *Buzzer Media Sosial dan Branding Produk UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta*. 02, 27–45.
- [2] Anggraini, Lia dan Kirana Nathalia, 2014. *Desain Komunikasi Visual: Dasar- Dasar Panduan Untuk Pemula*, Bandung: Nuansa cendikia.
- [3] Cmcbinus. (2023, June 19). Pengertian Desain Komunikasi Visual, Unsur, Ruang Lingkup, dan Fungsinya. BINUS UNIVERSITY MALANG | Pilihan Universitas Terbaik Di Malang.
- [4] Diniyatil Khafifah. (2023). Perancangan *Visual Identity* Usaha Kue Dona. Karya akhir tidak diterbitkan. Padang: Fakultas UPI YPTK Padang.
- [5] Tasya. (2023). Redesain Logo sebagai Upaya Revitalisasi Averroes Coffee & Eatery. Karya akhir tidak diterbitkan. Padang: Fakultas UPI YPTK Padang.