

## REDESAIN LOGO SEBAGAI CORPORATE IDENTITY YEYE CRAFT DI NGANJUK JAWA TIMUR

Muhammad Faizal Hadi Prasetyo<sup>1</sup>, Nova Kristiana<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya  
email: muhammadfaizal.19031@mhs.unesa.ac.id.

<sup>2</sup>Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya  
email: novakristiana@unesa.ac.id

### *Abstrak*

Perkembangan pada bidang industri mengakibatkan persaingan dagang makin ketat. UMKM berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dimana UMKM berkontribusi menyumbang PDB Indonesia hingga 68%. Hasil tersebut dapat diperoleh dikarenakan pertumbuhan UMKM yang semakin cepat. Namun sayangnya banyak dari UMKM tersebut tidak dikenal oleh masyarakat secara luas. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pengusaha maupun pemilik UMKM yang peduli terhadap *brand* yang mereka bangun. Branding adalah kegiatan mengenalkan dan menetapkan brand kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui dan ingin membeli produk yang brand tersebut rancang. Yeye Craft adalah usaha yang berfokus pada kerajinan rajut. Yeye Craft didirikan sejak tahun 2020 akan tetapi *Corporate Identity* dari Yeye Craft masih belum konsisten. Ketidak konsistenan terhadap identitas sebuah *brand* dapat membingungkan audiens untuk mengenali sebuah brand tersebut. Metode perancangan untuk redesain logo sebagai *Corporate Identity* Yeye Craft ini menggunakan metode pengumpulan data kualitatif, metode analisis *Existing* dimana metode ini mengkaji ulang objek identitas visual yang sebelumnya sudah ada, dan menyusun kembali teori-teori yang sesuai dengan identitas UMKM yang akan digunakan. Setelah melalui tahap analisis data kemudian menentukan konsep. Konsep dari perancangan ini menggunakan identitas nama dari UMKM Yeye Craft sebagai identitas utama dengan konsep dekoratif, untuk visual desain yang ditampilkan berupa *vector* dari huruf “y” yang berasal dari nama Yeye Craft itu sendiri. Bentuk akhir dari perancangan *Corporate Identity* ini yakni logo yang sudah disesuaikan dengan konsep kreatif dan identitas dari Yeye Craft. Dengan penerapannya yakni pada beberapa media seperti Box Kemasan, Paperbag, Kartu Nama, X banner, Label Tag

**Kata Kunci:** UMKM, Identitas Visual, Brand

### *Abstract*

*Developments in the industrial sector resulted in increasingly fierce trade competition. MSMEs play an important role in economic growth in Indonesia, where MSMEs contribute up to 68% of Indonesia's GDP. These results can be obtained due to the increasingly rapid growth of MSMEs. But unfortunately, many of these MSMEs are not known by the public at large. This is due to the lack of entrepreneurs and MSME owners who care about the brands they build. Branding is the activity of introducing and setting a brand to the public so that people know and want to buy the products that the brand designs. Yeye Craft is a venture that focuses on knitting crafts. Yeye Craft was founded in 2020,*

*but Yeye Craft's Corporate Identity is still inconsistent. Inconsistencies in the identity of a brand can confuse the audience to recognize a brand. The design method for logo redesign as Yeye Craft's Corporate Identity uses qualitative data collection methods. Existing analysis method where this method reviews the objects of visual identity that previously existed, and reassembles theories that are in accordance with the identity of MSMEs to be used. After going through the data analysis stage then determine the concept. The concept of this design uses the identity of the name of the Yeye Craft MSME as the main identity with a decorative concept, for the visual design displayed in the form of a vector of the letter "y" derived from the name Yeye Craft itself. The final form of Corporate Identity design is a logo that has been adapted to the creative concept and identity of Yeye Craft. With its application, namely in several media such as Packaging Box, Paperbag, Business Card, X banner, Tag Label*

**Keywords:** *UMKM, Visual Identity, Brand*

## **PENDAHULUAN**

UMKM secara umum adalah bisnis produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh individu, kelompok, atau badan perorangan yang memenuhi syarat sebagai usaha mikro sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Di Indonesia, UMKM memiliki berbagai subsektor, salah satunya adalah UMKM bidang kerajinan. Data menunjukkan bahwa terdapat sekitar 8,2 juta usaha kreatif di Indonesia, di mana usaha kerajinan atau kriya menjadi salah satu yang dominan.

Yeye Craft merupakan UMKM yang bergerak bidang kerajinan rajut yang dikelola oleh satu orang yakni Ibu. Mulyani Dwi Rahayu. UMKM ini berkedudukan di Kelurahan Mangundikaran, Nganjuk Jawa Timur, dibentuk pertama kali pada tahun 2020. Ibu. Mulyani berkeinginan produk kerajinan rajutnya menjadi salah satu produk yang dikenal luas oleh masyarakat dengan kualitas yang bagus. Sebagai UMKM yang bergerak dibidang kerajinan rajut pastinya perlu memiliki *Brand Identity* atau *Corporate Identity* yang baik. Yeye Craft belum mempunyai *Corporate Identity* yang baik dan efisien untuk perusahaan. Corporate identity merujuk pada identitas atau karakter unik suatu perusahaan yang membedakannya dari perusahaan lainnya, baik melalui aspek internal (seperti budaya perusahaan) maupun eksternal (seperti citra perusahaan). Hal ini menjadi suatu sumber daya strategis yang penting dalam membangun keunggulan kompetitif dan mencapai tujuan secara obyektif. (Kartika, Diana:2015). *Corporate Identity* ini membantu mengenalkan identitas perusahaan dalam hal visual, menjadi pembeda dengan perusahaan lain, sehingga diperlukan perancangan *Corporate Identity* untuk Yeye Craft yang divisualkan berupa logo dan kemasan guna membantu mengenalkan identitas perusahaan, serta lebih mudah menyampaikan visi dan misi perusahaan kepada konsumen.

Logo sebagai simbol identitas suatu perusahaan selalu terkenang oleh masyarakat karena manusia memiliki kemampuan yang cepat dalam memahami sesuatu melalui komunikasi visual, seperti gambar atau simbol. Logo merupakan cara yang singkat bagi perusahaan untuk menunjukkan visi, misi, dan citra positif melalui elemen simbolik. (Rustan:2013). Logo adalah sebuah simbol atau identitas. Secara keseluruhan logo merupakan suatu instrumen yang menghasilkan citra atau refleksi. Pada akhirnya, refleksi ini bertransformasi menjadi identitas yang membedakan satu bisnis, perusahaan, institusi,

instansi, dan sejenisnya dari yang lainnya. Identitas ini melambangkan dan mencerminkan secara keseluruhan dan menyeluruh.

Berdasarkan informasi yang telah disebutkan sebelumnya, pertanyaan utama yang perlu dijawab adalah bagaimana cara merancang ulang logo untuk menjadi identitas perusahaan Yeye Craft di Nganjuk, Jawa Timur. Setelah itu, langkah selanjutnya adalah menjelaskan proses perancangan logo tersebut. Setelah logo diredesain, bagaimana logo tersebut diterapkan sebagai identitas perusahaan Yeye Craft di Nganjuk, Jawa Timur pada berbagai media juga perlu dijelaskan.

## **KERANGKA TEORETIS**

### **Logo Pada *Corporate Identity* UMKM**

*Corporate Identity* untuk UMKM merupakan representasi visual dan grafis dari citra dan identitas UMKM tersebut, sebagaimana diungkapkan oleh Luzar & Monica (2013). *Corporate identity* pada UMKM terwujud dalam bentuk simbol atau logo yang mewakili citra yang ingin disampaikan. Melalui ekspresi grafis ini, penciptaan identitas UMKM dapat berpengaruh terhadap perkembangannya.

Logo adalah elemen penting yang harus diperhatikan bagi UMKM. Secara bahasa, logo dapat diartikan sebagai simbol atau lambang yang memiliki makna tertentu. Dalam artikel yang ditulis oleh Aldo, Natadjadja, dan Febriani (2018), logo bisa berupa tulisan, sketsa, atau gambar yang memiliki makna atau arti khusus untuk suatu merek.

Rustan (2013:47) menjelaskan bahwa logo harus sesuai dengan konsep dan karakteristik UMKM. Sebuah logo yang baik harus memenuhi kriteria-kriteria berikut:

1. Unik, artinya berbeda atau tidak ada yang serupa.
2. Sederhana, artinya mudah dipahami atau dilakukan, tidak rumit.
3. Fleksibel, artinya mudah diadaptasi atau dimodifikasi.

### **Tipografi Pada *Corporate Identity* UMKM**

Penggunaan Tipografi dalam *Corporate Identity* UMKM melibatkan penyesuaian huruf atau kalimat guna menciptakan makna atau kesan yang diinginkan pada target audiens. Dalam bidang desain, tipografi dapat dijelaskan sebagai seni menyusun materi publikasi dengan menggunakan huruf cetak. Susunan huruf dalam sebuah kata atau kalimat tidak hanya memiliki makna yang terkait dengan objek atau gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyampaikan citra atau kesan secara visual. Pemilihan jenis huruf disesuaikan dengan citra yang ingin disampaikan (Rustan: 2013).

### **Ilustrasi Pada *Corporate Identity* UMKM**

Ilustrasi merupakan sebuah gambar yang dibuat untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu informasi dengan menggunakan elemen visual. Tujuan dari ilustrasi adalah untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan melalui gambar yang dirancang oleh seorang *illustrator*. Proses ini melibatkan kombinasi antara pemikiran analitik, keterampilan, dan kemampuan praktis untuk menciptakan bentuk visual yang memiliki pesan yang ingin disampaikan (Witabora : 2012). Dalam konteks *Corporate Identity* UMKM, ilustrasi berperan dalam menarik perhatian dan mempromosikan merek atau produk yang dimiliki.

### **Warna Pada *Corporate Identity* UMKM**

Salah satu cara efektif untuk menyampaikan pesan adalah melalui penggunaan warna. Setiap warna memiliki arti dan makna yang khas, dan persepsi audiens terhadap warna lebih kuat daripada tulisan. Dalam konteks UMKM, pemilihan warna juga merupakan faktor penting dalam menciptakan citra yang

unik di mata audiens. Pada *Corporate Identity* Yeye Craft, warna yang dipilih meliputi putih cream, oranye, biru muda, dan biru tua. Menurut Rustan (2021:87), penggunaan warna dapat meningkatkan pengenalan merek sebanyak 80%. Oleh karena itu, memilih warna yang tepat adalah proses yang sangat penting dalam merancang *Corporate Identity*. Secara umum, terdapat dua jenis warna dalam desain *Corporate Identity*, yaitu warna dalam logo dan warna yang digunakan untuk perusahaan.

### **Konsep Media**

Konsep media dalam penerapan logo pada *Corporate Identity* Yeye Craft adalah untuk melengkapi *Corporate Identity* dari UMKM Yeye Craft yang dapat digunakan untuk menarik perhatian calon konsumen, serta mengenalkan suatu informasi yang berkaitan dengan Yeye Craft. Untuk strategi yang dirancangan adalah dengan pemilihan media yang tepat, berupa kelebihan dari media yakni mudah dijangkau, ramah lingkungan serta menarik dari segi visual, sedangkan untuk kekurangannya adalah sedikit mahal. Dengan adanya penerapan logo pada perancangan *Corporate Identity* ini diharapkan dapat menjadi suatu identitas atau suatu langkah awal untuk menjalin keterikatan antara konsumen dan UMKM Yeye Craft. Media penerapannya berupa *box* kemasan, *paperbag*, kartu nama, *label tag*, serta *x banner*

### ***Corporate Identity* pada UMKM**

*Corporate Identity* dalam konteks UMKM mengacu pada pembentukan bentuk visual dan representasi grafis dari citra dan identitas UMKM. Sebagai aspek visual, *Corporate Identity* menunjukkan simbol yang mencerminkan citra yang ingin disampaikan. Secara grafis, ini berfungsi sebagai upaya membangun citra atau identitas UMKM, serta sebagai sarana untuk menyatukan strategi dan mempromosikan UMKM. Bagi UMKM di bidang kerajinan, *Corporate Identity* menjadi penting karena melibatkan pembangunan *Visual Brand* yang bertujuan untuk membangun kepercayaan dari audiens terhadap produk yang ditawarkan.

### **METODE PERANCANGAN**

Dalam perancangan *Corporate Identity* UMKM Yeye Craft, dilakukan pengumpulan data yang diperlukan melalui penelitian menggunakan pendekatan kualitatif sebagai acuan atau prosedur. Untuk mengumpulkan data dengan akurat, penulis menggunakan teknik wawancara dengan pihak terkait dan observasi lapangan. Pengumpulan data dalam perancangan ini menggunakan dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dan observasi lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh melalui media internet dan dokumentasi.

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode *existing*, di mana logo lama yang dimiliki oleh Yeye Craft diperbarui. Metode ini dipilih untuk memperbarui dan menyempurnakan desain *Corporate Identity* Yeye Craft agar lebih konsisten dan sesuai dengan prinsip yang dimiliki UMKM Yeye Craft.

Proses redesign ini melalui beberapa tahapan, dimulai dengan pencarian referensi visual, pembuatan *thumbnail* dengan sketsa, dilanjutkan dengan *tight tissue* dan pembuatan desain final menggunakan software grafis. Selanjutnya, logo tersebut diuji dan diterapkan pada media seperti label tag, kemasan, kartu nama, dan lain-lain.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **a. Identifikasi Data**

UMKM Yeye Craft beralamat di Jln. Mastrip 1 blok no.15 Rt.04/Rw.02 Kelurahan Mangundikaran, Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk. UMKM ini bergerak dibidang kerajinan rajut. UMKM Yeye Craft berdiri sejak tahun 2020 yang didirikan oleh Ibu Mulyani. awalnya berasal

dari hobi kegemaran Ibu Mulyani yakni seni merajut dan sebelumnya hanya menerima pesanan dengan permintaan terbatas dari orang-orang terdekat beliau. Akhirnya beliau memutuskan untuk menjadikan keahlian dibidang kerajinan rajut ini menjadi sebuah bisnis yang lumayan menjanjikan, untuk menambah pemasukan beliau dan se-keluarga.

Yeye Craft menghasilkan beberapa produk rajut berupa tas selempang, tas jinjing, tas ransel, sweater, sandal, dompet, gantungan kunci dan masih banyak lagi. Karena *system* pembelian untuk produk UMKM Yeye Craft rata-rata adalah *by order* atau pesanan custom maka untuk harga yang dipatok UMKM Yeye Craft yakni beragam bergantung tingkat kesulitan dan permintaan dari calon pembeli. Untuk harga termurah biasanya dimulai dari harga Rp. 60.000 hingga yang termahal bisa mencapai Rp. 500.000. Dari harga yang dipatok tersebut sebenarnya cukup *affordable* atau cukup terjangkau jika melihat produk yang dihasilkan oleh UMKM Yeye Craft dibuat dengan bahan-bahan yang premium serta dikerjakan dengan manual dan dengan jangka waktu bisa sampai berminggu-minggu. Dilihat dari produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM Yeye Craft target audiens adalah dari kalangan wanita rentang usia antara 25-50 tahun.

Strategi pemasaran yang diterapkan UMKM Yeye Craft untuk mendapatkan pelanggan adalah dengan cara *Public Relation* yang dimana pemasaran serta pengenalan produknya dengan cara mulut ke mulut. Strategi ini sudah diterapkan Ibu Mulyani sejak UMKM Yeye Craft didirikan hingga sekarang. Dimana hal tersebut diterapkan karena banyaknya relasi serta kepercayaan pelanggan atas produk yang dihasilkan UMKM Yeye Craft. Untuk wilayah pemasaran produk dari yeye craft yakni berada di wilayah Jawa Timur dan sekitarnya.

Dengan banyaknya peminat kerajinan rajut membuat UMKM Yeye craft tidak perlu kesulitan untuk mencari calon pembeli, akan tetapi karena minimnya media promosi yang dilakukan oleh UMKM ini yang akhirnya dalam pemasarannya tidak bisa dijangkau secara luas dan cepat sesuai kebutuhan pasar. Yang mengakibatkan potensi pasar yang dimiliki UMKM Yeye Craft kurang dapat berkembang di luar kota Nganjuk. Untuk audiens yang dapat dijangkau oleh Yeye Craft untuk saat ini antara lain berasal dari Nganjuk, Jakarta, Kalimantan, Surabaya, Kalimantan. Dari data tersebut bisa disimpulkan bahwa UMKM Yeye Craft dalam pemasarannya sebenarnya cukup jauh.

Untuk *Corporate Identity* yang sudah ada pada UMKM Yeye Craft sebelumnya adalah berupa logo dan *label tag* saja tanpa ada identitas visual lain.

#### **b. Analisis Data**

*Corporate Identity* yang digunakan UMKM Yeye Craft hanya berupa label. Didalamnya terdapat unsur visual berupa logo Yeye Craft dengan ilustrasi bola benang rajut dan jarum serta menggunakan font sans-serif. Untuk penerapannya pada media *hang tag* yang berbahan kertas berwarna putih. Identitas warna yang digunakan adalah coklat. Untuk kemasannya UMKM Yeye Craft hanya menggunakan plastik bening tanpa ada label yang tertera. Atas data yang didapat terdapat beberapa hal yang harus diperbaiki terkait *Corporate Identity* yang dimiliki Yeye Craft yakni logo yang digunakan yang sebelumnya menggunakan asset dari internet, packaging yang sebelumnya hanya menggunakan plastik bening tanpa ada identitas visual yang tertera. Serta media lain untuk memvisualkan Yeye Craft kepada audiens.



Gambar 1.1 Identitas Visual lama Yeye Craft

Sumber : Prasetyo :2023

Berdasarkan analisis data existing yang sudah dikumpulkan menghasilkan kesimpulan yakni UMKM Yeye Craft merupakan UMKM yang berdiri sejak tahun 2020 yang bergerak dibidang kerajinan rajut yang menghasilkan produk berkualitas dengan harga yang terjangkau namun masih menggunakan *Corporate Identity* yang sederhana dan memiliki kekurangan berupa logo tersebut adalah elemen grafis hasil dari internet serta dalam visualnya tidak efektif. Maka dari itu perlu perancangan identitas visual UMKM Yeye Craft yang baik agar dapat bersaing dipasaran yakni dengan menggunakan elemen grafis yang dibuat sendiri serta bentuk visual yang dibuat berdasarkan konsep yang sudah ditentukan. Dengan menggunakan konsep perancangan identitas visual yaitu dekoratif yang sesuai dan selaras dengan prinsip dan tujuan UMKM Yeye Craft serta tetap memakai identitas Yeye Craft yang sudah dikenal oleh para pelanggan.

#### c. Konsep Kreatif

Perancangan *Corporate Identity* ini bertujuan untuk mengatasi masalah yang dihadapi UMKM Yeye Craft, dimana belum ada *Corporate Identity* yang baik dan konsisten. Dengan adanya perancangan *Corporate Identity* ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas dari segi penjualan, produk serta memperluas dari segi pemasaran. Sehingga dapat meningkatkan *omset* penjualan produk rajut Yeye Craft. Konsep desain yang terdapat pada perancangan ini menggunakan identitas nama dari UMKM Yeye craft sebagai identitas utama dengan konsep fleksibel serta inovatif. Dimana dapat menjangkau dan menyesuaikan di segala kondisi serta dapat berkesan diberbagai kalangan. Untuk visual desain yang ingin ditampilkan yakni berupa vector dari huruf “y” yang berasal dari nama UMKM Yeye Craft itu sendiri. Dan dengan aksen warna yang fleksibel serta berkesan inovatif. Dan tambahan ilustrasi dari bola benang rajut yang menandakan bahwa visual yang ditampilkan berasal dari UMKM Yeye Craft yang bergerak dibidang kerajinan rajut.

#### d. Warna Dasar

Warna dasar dari identitas visual Yeye Craft terdiri dari empat warna pembentuk identitas dari UMKM Yeye Craft. Yaitu warna putih cream, oranye, biru muda dan biru tua. Warna cream memiliki sifat dan karakter yang hangat, menyenangkan, ramah serta elegan (Qothrunnada : 2023). Warna oranye memiliki sifat dan karakter yang hangat, bersemangat, serta percaya diri (Irwan : 2020). Untuk warna biru memiliki sifat dan karakter yang menenangkan, kepercayaan dan tanggung jawab (Yustika : 2023) Warna-warna tersebut adalah warna yang sering digunakan oleh Ibu Mulyani dalam merancang dan membuat kerajinan rajutnya. Warna yang terkesan kalem dan tidak terlalu mencolok di mata membuat produknya punya kesan tersendiri.

#### e. Tipe atau Jenis Huruf

Font yang dipilih dan digunakan dalam perancangan *Corporate Identity* UMKM Yeye Craft terdiri dari 2 jenis, yaitu *typeface* Dopestyle dan Baristo. Jenis *typeface* Dopestyle ini termasuk dalam jenis

*script serif* yang merepresentasikan dari kata Yeye. *Typeface Dopestyle* ini memiliki sifat yang kreatif. Sedangkan *typeface* Baristo merepresentasikan dari kata *Craft*. Dimana sifat dari *typeface* Myriad Pro adalah kokoh, modern, dan stabil (Zainudin : 2022).

#### f. Gaya Penampilan Grafis

Gaya penampilan grafis pada identitas visual Yeye Craft menekankan pada gabungan warna sebagai pembentuk keseluruhan sebuah logo. Tidak terlalu banyak memakai elemen-elemen yang dimasukkan. Di dalam *Corporate Identity* Yeye Craft juga terdapat tulisan atau Tipografi nama dari *brand* yang di rancang. Gaya desain yang diambil untuk perancangan identitas visual Yeye Craft adalah gaya urban modern. Gaya tersebut dipilih sebagai gaya visual dari identitas *brand* dikarenakan karakteristik *brand* yang fleksibel dalam mengapai pasar yang lebih luas, memiliki sifat inovatif, serta lugas.

#### g. Visualisasi Karya

##### 1. Logo



Gambar 1: final Logo Yeye Craft

Sumber : Prasetyo:2023

Pada logo ini menggunakan konsep dekoratif. Menggunakan tipografi *font Dopestyle* untuk tulisan Yeye dan *font Myriad Pro* untuk tulisan Craft. dan penggunaan warna yang cenderung tidak terlalu banyak variasi yakni hanya warna oranye dan biru. Serta penambahan elemen bintang yang mengartikan bahwa Yeye Craft akan selalu dikenal dan bersinar. Dalam proses perancangan logo ini dimulai dari pembuatan *thumbnail* sketsa langsung dari *software* grafis yakni *adobe illustrator* lalu dilanjutkan dengan pewarnaan dan pembentukan elemen grafis di tahap *tight tissue*. Yang terakhir final dan penetapan pada visual akhirnya.

##### 2. Kemasan Box



Gambar 2: Box Kemasan

Sumber : Prasetyo:2023

Penerapan identitas visual pada media box kemasan ini menggunakan bahan kardus *Erugated E Flute* dengan ukuran bervariasi dari yang berwarna putih berukuran 15x20x10 cm, yang berwarna oranye berukuran 20x30x10 cm dan yang berwarna hitam berukuran 30x40x10 cm. Menggunakan elemen supergrafis berupa bahan-bahan dan alat rajut yang mengartikan bahwa Yeye Craft adalah UMKM yang bergerak dibidang kerajinan rajut dan sebagai pendukung visual yang ada pada box. Serta penempatan logo pada bagian atas dan depan box.

### 3. Paperbag



Gambar 3: Paperbag

Sumber : Prasetyo:2023

Penerapan media berikutnya adalah paperbag. Yang berfungsi untuk menunjang konsep kemasan yang elegan dan berkelas. Dengan menggunakan konsep desain minimalis dengan hanya menggunakan logo Letter Mark dari Yeye Craft serta elemen bola rajut sebagai backgroundnya. Paperbag ini berbahan kertas art paper dengan finishing laminasi glossy. Ukuran dari paperbag ini bervariasi dari yang kecil 18x23x12 cm, sedang 23x33x12 cm dan yang besar 33x43x12 cm.

### 4. Label Tag



Gambar 4: Hang Tag

Sumber : Prasetyo:2023

Label tag ini berfungsi sebagai penanda pada hasil produk dari Yeye Craft dan juga sebagai label harga Ketika produk tersebut dijual. Mengusung konsep tiga label tag yang berbeda dari segi desain, bentuk serta ukurannya untuk menambah variasi, tapi tetap berpedoman pada konsep desain visual identity dari Yeye Craft. Berbahan dasar art paper jenis ketebalan 310gsm. Dan berukuran antara 5x10 cm.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Penerapan logo sebagai identitas dari UMKM harus disesuaikan dengan berbagai media yang digunakan oleh UMKM tersebut. Dengan menciptakan keselarasan antara media-media tersebut, kualitas dan kepercayaan audiens terhadap produk rajutan dari Yeye Craft dapat ditingkatkan. Dalam meningkatkan kualitas dan kepercayaan konsumen, penggunaan logo baru sebagai *Corporate Identity* dapat menjadi sesuatu yang baru dan menarik bagi para konsumen. Saya menyadari pentingnya menerima saran dan kritik serta memperhatikan target pasar agar dapat menciptakan ciri khas yang membedakan produk dengan yang lainnya.

Tidak perlu ragu atau takut untuk terus belajar dan meningkatkan keterampilan dan kualitas diri dalam bidang desain. Masih banyak ilmu pengetahuan yang bisa dipelajari di bangku perkuliahan. Penting untuk mencari pengalaman dan memperluas jaringan hubungan untuk meningkatkan keterampilan sosial dan menjadi pribadi yang lebih baik dan profesional dalam menghadapi tantangan.

Untuk Yeye Craft, semoga terus mengembangkan produknya dan memperhatikan pentingnya memiliki desain identitas perusahaan yang baik, konsisten, dan inovatif. Karena tidak hanya menjual produk, tetapi juga menjual visual yang berkualitas kepada konsumen.

## **REFERENSI**

- Creswell, W. J. (2014) *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset Memilih antara Lima Pendekatan*. Terjemahan. Ahmad Lintang Lazuardi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmanto, S. M. (2013). *Perancangan Corporate Identity dan Kemasan Kopi Surya Kintamani Bali*. Surabaya: Program Studi DKV, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra
- Rustan, S. (2013). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *Vol. 3 No. 2 (2012): Humaniora*, 659-666.
- Luzar & Monica, (2013). *Peranan Komunikasi Visual Bagi Identitas Perusahaan*. Jakarta: Jurusan Desain Komunikasi Visual, School of Design, BINUS University
- Aldo, Natadjadja, Febriani (2018). *Perancangan Visual Branding dan Promosi Che's Bakery di Samarinda*. Surabaya: Program Studi Desain Komunikasi Visual. Fakultas Seni dan Desain. Universitas Kristen Petra.
- Kartika, Diana (2015). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Goreng Yogyakarta Dieng Malang*. Malang: Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Qothrunnada (2023). *Mengetahui Karakteristik Warna Cream dan Kombinasi Warnanya*. Detik Bali. Diakses pada 12 Juli 2023 <https://www.detik.com/bali/berita/d-6598926/mengetahui-karakteristik-warna-cream-dan-kombinasi-warnanya>

Yustika (2023). *Filosofi Warna Biru Makna Serta Efek Psikologisnya*. Orami. Diakses pada 12 Juli 2023. <https://www.orami.co.id/magazine/filosofi-warna-biru>

Irwan (2020). *Filosofi Pemilihan Warna Warna Logo Brand Ternama*. Glngirwn. Diakses pada 12 Juli 2023. <https://www.glngirwn.com/blog/filosofi-warna-logo-brand/>

Zainnudin (2022). *Makna Psikologis yang Tandung Tipe Font*. Universitas Stekom. Diakses pada 12 Juli 2023. [https://desain-komunikasi-visual-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Makna-Psikologis-yang-Tandung-Tipe-Font/3819e56d93e6493bcb51dabe95e3a1e44d95275c#:~:text=Slab%20Serif%20\(Rockwell%2C%20Courier%2C,Brush%20Script\)%20itu%20font%20elegant.](https://desain-komunikasi-visual-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Makna-Psikologis-yang-Tandung-Tipe-Font/3819e56d93e6493bcb51dabe95e3a1e44d95275c#:~:text=Slab%20Serif%20(Rockwell%2C%20Courier%2C,Brush%20Script)%20itu%20font%20elegant.)