

PERANCANGAN LOGO UMKM ARIESNA WK

Silvia Nur Rohmi¹, Asidigisianti Surya Patria²

¹Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
email: silvia.19006@mhs.unesa.ac.id.

²Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
email: asidigisianti@unesa.ac.id

Abstrak

AriesNa WK merupakan UMKM yang berada di kelurahan Mangundikaran, kabupaten Nganjuk. Nama UMKM ini sendiri diambil dari nama pemilik UMKM yaitu Ariesna Krisdiana yang didirikan pada tahun 2007. Usaha ini ialah usaha yang bergerak pada bidang makanan. AriesNa WK sebagai usaha makanan memiliki produk yang unggul yaitu wajik kletik, usaha ini merupakan usaha yang turun temurun dari keluarga pemilik UMKM. Pada awalnya pemilik UMKM hanya menggunakan nama saja sebagai identitas produk dan label yang dibuat menggunakan gambar yang ada di internet, hingga saat ini AriesNa WK belum memiliki logo. Hal ini disebabkan karna pemilik belum begitu paham tentang desain dan pentingnya sebuah logo. Terkait hal ini penulis melakukan observasi produk kemudian berdiskusi dengan pemilik dan hasil yang didapat adalah diperlukan penguatan identitas pada AriesNa WK karena produk AriesNa WK akan dipasarkan secara online, sehingga dibutuhkan desain logo yang sesuai dengan produk supaya lebih dikenal masyarakat luas, tidak hanya konsumen lama saja tapi konsumen baru yang akan beli *online*, pemilihan metode perancangan yaitu menggunakan metode 5W+1H. melalui metode ini dapat disimpulkan bahwa AriesNa WK membutuhkan logo sebagai penguat identitas,. Perancangan logo AriesNa WK menggunakan jenis logogram yang terdiri dari gambar ilustrasi wajik kletik dan juga logotype bertuliskan AriesNa WK bewarna hijau seperti warna produknya.

Keywords: UMKM; Desain Logo; Nganjuk; Makanan Tradisional

Abstract

AriesNa WK is an UMKM located in the Mangundikaran sub-district, Nganjuk district. The name of this UMKM itself is taken from the name of the owner of UMKM, namely Ariesna Krisdiana which was founded in 2007. This business is a business engaged in the food sector. AriesNa WK as a food business has a superior product, namely diamond diamonds, this business is a business that has been passed down from generation to generation by the UMKM owner's family. Initially, UMKM owners only used names as product identities and labels made using images on the internet, until now AriesNa WK does not have a logo. This is because the owner does not really understand the design and importance of a logo. Related to this, the author made observations of the product and then discussed with the owner and the results obtained were that it needed to strengthen identity for AriesNa WK because AriesNa WK products will be marketed online, so a logo design is needed that matches the product so that it is better known to the wider community, not just old consumers. but new consumers who will buy online, choose a design method that is using the 5W + 1H method. through this method it can be concluded that AriesNa WK needs a logo as an identity booster. The design of the AriesNa WK logo uses a logogram type

consisting of an illustration of a click diamond and also a logotype that reads AriesNa WK in green like the color of the product.

Keywords: UMKM; Logo Design; sleepy; Traditional food

PENDAHULUAN

Pertumbuhan usaha mikro kecil menengah di Indonesia akhir-akhir ini mengalami peningkatannya yang cukup signifikan, artinya semakin banyak wirausaha muda yang terjun pada sektor ini, baik secara *offline* maupun *online*. Dinas kerja koperasi dan Usaha Mikro Kecil Kabupaten Nganjuk, mencatat ada sekitar 9.158 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang terdaftar dan memiliki legalitas. Seiring dengan hal tersebut, sering muncul berbagai permasalahan yang dihadapi oleh beberapa UMKM yang tersebar diberbagai wilayah khususnya di Kabupaten Nganjuk. Secara umum permasalahan yang sering muncul adalah pada pengelolaan usaha, sumber daya manusia, permodalan, teknologi informasi, dukungan pemerintah dan kurangnya kemampuan dari UMKM untuk bersaing secara global.

AriesNa WK merupakan UMKM yang berada di kelurahan Mangundikaran, kecamatan Nganjuk, kabupaten Nganjuk. Nama UMKM ini sendiri diambil dari nama pemilik UMKM yaitu Ariesna Krisdiana yang didirikan pada tahun 2007, singkatan dari WK sendiri yaitu wajik kletik. Usaha ini ialah usaha yang bergerak pada bidang makanan. AriesNa WK sebagai usaha makanan memiliki produk yang unggul yaitu wajik kletik, usaha ini merupakan usaha yang turun temurun dari keluarga pemilik UMKM sehingga rasa dan kualitas wajik kletik ini lebih lumer dan menggunakan pewarna dan bahan-bahan alami. Pada awalnya pemilik UMKM hanya menggunakan nama saja sebagai identitas produk dan label yang dibuat menggunakan gambar yang ada di internet, hingga saat ini AriesNa WK belum memiliki logo. Hal ini disebabkan karena pemilik belum begitu paham tentang desain dan pentingnya sebuah logo. Terkait hal ini penulis melakukan observasi produk kemudian berdiskusi dengan pemilik dan hasil yang didapat adalah diperlukan penguatan identitas pada AriesNa WK karena produk AriesNa WK akan dipasarkan secara *online*, sehingga dibutuhkan desain logo yang sesuai dengan produk supaya lebih dikenal masyarakat luas, tidak hanya konsumen lama saja tapi konsumen baru yang akan beli *online*.

Dalam permasalahan diatas maka AriesNa WK membutuhkan logo sebagai penguat identitas, dikarenakan produk AriesNa WK akan dipasarkan secara *online* agar lebih dikenal masyarakat luas dan sebagai pembeda dari kompetitor makanan sejenis. Berdasarkan latar belakang masalah, maka tujuan perancangan yaitu; (1) Merancang logo sebagai identitas visual UMKM AriesNa WK (2) Menerapkan logo UMKM AriesNa WK dalam *Graphic Standard Manual* (GSM)

KERANGKA TEORETIS

a. Perancangan Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan dalam pembuatan karya perancangan logo UMKM yaitu perancangan logo laporan kerja praktik yang dilakukan oleh Miharja (2020) berjudul “Perancangan Logo UMKM Mr. Puter Surabaya”, logo ini digunakan untuk membangun perhatian kepada *customer* atau calon konsumen melalui *Rebranding*. Hasil dari perancangan ini yaitu sebagai salah satu cara untuk mengenalkan masyarakat yang lebih luas terhadap produk. Selain itu membentuk

produk agar lebih melekat dibenak konsumen tentang keunggulan yang dimiliki perusahaan melalui *Rebranding*. Penelitian ini menerapkan metode analisis data 5W + 1H

Selain itu tugas akhir Fauzan (2022) berjudul “Perancangan Logo dan Identitas Visual Nasimura”, logo ini dibuat karena sebelumnya Nasimura belum memiliki identitas visual ataupun logo. Oleh karena itu penulis merancang logo dan identitas visual Nasimura yang komunikatif dan menampilkan kesan dan pesan yang konsisten. Penulis juga membuat media turunan seperti, *Graphic Standard Manual* (GSM), *x-banner*, menu, flyer dan feed Instagram. Penelitian ini menerapkan metode analisis data SWOT.

Perbedaan perancangan logo oleh Helmi Saca Miharja (2020) adalah metode analisis data menggunakan 5W+1H, metode ini sering digunakan untuk mengetahui lebih dalam permasalahan agar dapat membantu pemecahan masalah. Sedangkan Muhammad Rafli Fauzan (2022) menggunakan metode analisis data SWOT, metode ini merupakan teknik perencanaan yang bertujuan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek. Dari kedua perancangan yang dilakukan Helmi Saca Miharja (2020) dan Muhammad Rafli Fauzan (2022) kesamaannya pada perancangan logo yang digunakan.

b. Logo

Logo berasal dari kata Yunani "logos", yang berarti "kata, pikiran, percakapan, atau akal budi." Bukan logo yang paling populer, tetapi logotype. Istilah "logotype" pertama kali digunakan antara tahun 1810 dan 1840 dan didefinisikan sebagai: tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan teknik lettering atau menggunakan jenis huruf tertentu. Oleh karena itu, logotype pada awalnya terdiri dari elemen tulisan saja (Rustan, 2009, p. 12). Logo kemudian berkembang dari logotype. Pada tahun 1937, istilah "logo" menjadi lebih umum daripada "logotype". Logo dapat terdiri dari elemen apa pun, seperti tulisan, logogram, ilustrasi, gambar, dan sebagainya. Selain itu, ada banyak orang yang berpendapat bahwa logo merupakan komponen atau simbol identitas visual (Rustan, 2009, p. 13).

c. Unsur Logo

1.)Warna

Warna adalah penanda emosional yang sangat kuat bagi semua orang dan dapat dimanfaatkan seoptimal mungkin oleh perusahaan dalam mengembangkan identitas. Perusahaan dapat sepenuhnya memanfaatkan potensi warna yang mempresentasikan nilai – nilai dari perspektif berbeda. Warna merupakan cara untuk menjelaskan variasi visual atau membuat produk menjadi berbeda dari yang lain. Warna juga dapat membantu untuk memastikan merek mudah dikenali. (Wijaya, 2016)

2.)Tipografi

Tipografi adalah "bidang ilmu yang mempelajari seluk-beluk huruf, yang mempunyai dua fungsi, yaitu sebagai fungsi estetis dan fungsi komunikasi; tipografi digunakan untuk menunjang penampilan sebuah pesan agar terlihat menarik, sedangkan sebagai fungsi komunikasi, tipografi digunakan untuk menyampaikan pesan (informasi) berupa teks dengan jelas dan tepat."(Sihombing, 2015)

3.)Garis

Garis adalah sekumpulan titik yang jika dideretkan akan menonjolkan dimensi panjangnya.(Lilian, 2017) Garis dapat menggambarkan suasana. Proses stimulasi dari bentuk-bentuk sederhana yang sering kita lihat di sekitar kita, yang terwakili oleh bentuk garis, menyebabkan suasana yang dihasilkan oleh

garis.

4.)Bentuk

Pada proses perancangan logo, bentuk menempati posisi yang tidak kalah penting dibanding elemen-elemen lainnya, mengingat bentuk-bentuk geometris biasa merupakan simbol yang membawa nilai emosional tertentu. Karena bentuk atau rupa memiliki kesan yang jelas, itu biasa dipahami.

d. Prinsip Logo

Menurut David E. Carter (Calter, 1987) logo yang baik harus mencakup hal-hal sebagai berikut:

- 1.) Original & Desctinctive, atau memiliki nilai kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang jelas
- 2.) Legible, atau dapat dibaca dengan baik dalam berbagai ukuran dan media.
- 3.) Simple atau sederhana, mudah dipahami dan dimengerti dalam waktu yang singkat.
- 4.) Memorable, mudah untuk diingat, karena keunikannya, bahkan dalam waktu yang sangat lama.
- 5.) Easily associated with the company, logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan.
- 6.) Easily adaptable for all graphic media. faktor kemudahan mengaplikasikan logo baik yang menyangkut bentuk fisik, warna maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis sangat penting. Hal itu untuk menghindari kesulitan-kesulitan dalam penerapannya.

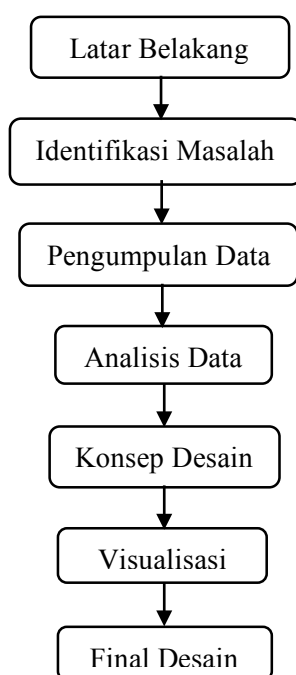
e. GSM (Graphic Standard Manual)

GSM (*Graphic Standard Manual*) atau sering disebut standar manual grafis adalah system yang terdiri atas seperangkat instruksi yang dirancang khusus bagi perusahaan untuk memudahkan penggunaan aplikasi logo pada berbagai media, diperlukan sistem graphic standard manual (GSM) (Wijaya dan Kartika, 2015:33)

METODE PERANCANGAN

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi. Dalam metode wawancara peneliti dan responden berhadapan langsung (*face to face*) untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan tujuan mendapatkan data yang dapat menjelaskan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan komunikasi langsung dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, sehingga informasi yang diperoleh semakin lengkap serta berkaitan dengan masalah yang diteliti. Wawancara dilakukan kepada pemilik UMKM yaitu Ariesna Krisdiana sebagai narasumber. Beberapa pertanyaan yang akan ditanyakan seperti sejarah berdirinya AriesNa WK, pendirinya, cara produksinya dan juga proses penjualan. Dalam metode observasi ini penulis melakukan pengamatan pada penjualan AriesNa WK, produksinya, pengemasan produk dan mengamati suasana kerja yang berada di AriesNa WK.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian 5W+1H, metode analisis ini banyak digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data.



Gambar 1. Bagan Skematika Perancangan
(Sumber: Silvi, 2023)

Pertama melakukan identifikasi masalah, apa permasalahan AriesNa WK ini, permasalahan utama AriesNa WK adalah tidak memiliki logo. Lalu mengumpulkan data apa saja yang diperlukan untuk membuat sebuah logo. Kemudian melakukan analisis data dari data yang sudah dikumpulkan, pengumpulan data tersebut menggunakan metode 5W+1H untuk menjawab permasalahan yang dihadapi AriesNa WK. Kemudian menentukan konsep desain yang akan digunakan. Lalu visualisasi dengan merancang desain dimulai dari pembuatan thumbnail yang dilanjutkan dengan tight tissue hingga final desain, final desain disini merupakan hasil akhir yang digunakan untuk menjawab permasalahan AriesNa WK yaitu berupa logo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Identifikasi Data

AriesNa WK merupakan UMKM yang berada di Kelurahan Mangundikaran, kecamatan Nganjuk, kabupaten Nganjuk. Dan terletak di Jl. R.A Kartini No. 47. Nama UMKM ini sendiri diambil dari nama pemilik UMKM yaitu Ariesna Krisdiana yang didirikan pada tahun 2017, singkatan dari WK sendiri yaitu wajik kletik. usaha ini merupakan usaha yang turun temurun dari keluarga pemilik UMKM sehingga rasa dan kualitas wajik kletik ini lebih lumer dan menggunakan pewarna dan bahan-bahan alami. Pada awalnya pemilik UMKM hanya menggunakan nama saja sebagai identitas produk dan label yang dibuat menggunakan gambar yang ada di internet, hingga saat ini AriesNa WK belum memiliki logo. Hal ini disebabkan karna pemilik belum begitu paham tentang desain dan pentingnya sebuah logo. Terkait hal ini penulis melakukan observasi produk kemudian berdiskusi dengan pemilik dan hasil yang didapat adalah diperlukan penguatan identitas pada AriesNa WK karena produk AriesNa WK akan dipasarkan secara online, sehingga dibutuhkan desain logo yang sesuai dengan produk supaya lebih

dikenal masyarakat luas, tidak hanya konsumen lama saja tapi konsumen baru yang akan beli online.

Usaha ini ialah usaha yang bergerak pada bidang makanan. AriesNa WK sebagai usaha makanan memiliki produk yang unggul yaitu wajik kletik. Setiap harinya AriesNa WK memproduksi sekitar 5 sampai 9 kilo wajik kletik bisa lebih sesuai pesanan di hari itu, harga wajik kletik perkilonya Rp. 90.000,00. Keunikan yang dimiliki AriesNa WK yaitu wajik kletik lebih lumer dan menggunakan bahan alami tanpa pemanis buatan. Untuk target konsumennya sendiri yaitu audiens pada rentan usia 20 – 50 tahun pria maupun wanita kalangan menengah kebawah merupakan orang-orang yang masih produktif, menyukai inovasi ataupun hal-hal yang unik dan menyukai makanan tradisional, berpekerjaan wirausaha, pelajar atau mahasiswa desain.

Strategi pemasaran yang sudah dilakukan sampai saat ini adalah strategi pemasaran dari mulut ke mulut, UMKM AriesNa WK juga menggunakan media instagram dan whatsApp untuk melakukan pendekatan dengan konsumennya. Wilayah pemasaran di kelurahan Mangundikaran, Kabupaten Nganjuk

Pada saat ini sarana komunikasi visual eksternal AriesNa WK menggunakan media instagram dan whatsApp. Sedangkan sarana komunitas visual internal nya hanya menggunakan stiker label bertuliskan AriesNa WK.

b. Analisis Data

Analisis data menggunakan 5W 1H, metode analisis ini banyak digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data.

1. *What* (Apa)

AriesNa WK merupakan UMKM wajik kletik yang berada di kelurahan Mangundikaran, kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk. AriesNa WK memproduksi makanan tradisional yaitu Wajik kletik.

2. *Who* (Siapa)

Target konsumen pada rentan usia 20 – 50 tahun pria maupun wanita kalangan menengah kebawah merupakan orang-orang yang masih produktif, menyukai inovasi ataupun hal-hal yang unik dan menyukai makanan tradisional, berpekerjaan wirausaha, pelajar atau mahasiswa desain. Nama UMKM AriesNa WK diambil dari nama pemiliknya yaitu Ariesna Krisdiana.

3. *Where* (Dimana)

Produk AriesNa WK bisa didapatkan di kelurahan Mangundikaran, kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk. Dan terletak di Jl. R.A Kartini No. 47. Produknya juga dapat dipesan online lewat WhatsApp maupun instagram.

4. *When* (Kapan)

UMKM AriesNa WK didirikan turun temurun sejak tahun 2017. Dengan kemasan plastik mika dan hanya menggunakan label stiker bertuliskan AriesNa WK.

5. *Why* (Kenapa)

AriesNa WK membutuhkan logo sebagai penguat identitas, dikarenakan produk AriesNa WK akan dipasarkan secara *online* agar lebih dikenal masyarakat luas dan sebagai pembeda dari kompetitor makanan sejenis.

6. *How* (Bagaimana)

AriesNa WK memproduksi secara online melalui media instagram dan whatsApp, sehingga konsumen dapat memesan produk dengan mudah.

c. Strategi Kreatif

Tujuan kreatif dari perancangan logo UMKM AriesNa WK ini adalah untuk menciptakan identitas visual UMKM yang lebih jelas dan memiliki ciri khas sehingga dapat mencerminkan bidang usahanya, memperkenalkan identitas wajik kletik AriesNa WK agar mudah diingat dan dikenal oleh konsumennya dan juga memberi informasi mengenai wajik kletik khas Nganjuk kepada masyarakat khususnya Nganjuk agar lebih tertarik dan dapat melestarikan makanan tradisional Indonesia sebagai sebuah warisan kebudayaan turun temurun yang bersifat tradisional.

1. Target Audience

Secara demografis target audiens pada rentan usia 20 – 50 tahun pria maupun wanita kalangan menengah kebawah merupakan orang-orang yang masih produktif, menyukai inovasi ataupun hal-hal yang unik dan menyukai makanan tradisional, berpekerjaan wirausaha, pelajar atau mahasiswa desain. Secara geografis berada di wilayah Jawa Timur khususnya Nganjuk dan sekitarnya. Secara psikografis orang yang menyukai dan peduli untuk melestarikan warisan kebudayaan seperti makanan tradisional Indonesia. Tertarik untuk mencoba cita rasa makanan tradisional yang ada di Indonesia. Secara behavior orang yang suka mencicipi kuliner tradisional dan gemar mencari wawasan tentang kebudayaan disuatu tempat.

2. Isi Pesan (What to say)

Pesan yang ingin disampaikan pada publik mengenai logo AriesNa WK adalah bahwa AriesNa WK ini merupakan sebuah UMKM makanan yang menawarkan produk wajik kletik dengan harga yang sesuai dengan rasa dan kualitas wajik kletik itu sendiri. Selain itu juga logo ini dibuat agar akrab atau mudah diingat oleh konsumen yang melihatnya.

3. Bentuk Pesan (How to say)

Bentuk Verbal

Merupakan unsur desain yang terdiri dari kata-kata, dalam hal ini akan digunakan kata “AriesNa WK” yang merupakan nama UMKM itu sendiri.

Bentuk Visual

a) Penggambaran image yang di inginkan

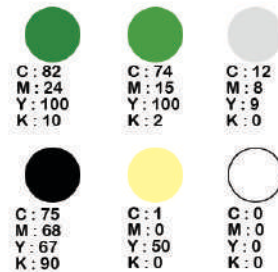
Kesan atau image yang ingin ditampilkan AriesNa WK adalah bahwa AriesNa WK merupakan sebuah UMKM makanan tradisional yang menawarkan produk wajik kletik yang berkualitas dan lebih lumer dengan harga yang sedikit lebih murah daripada wajik kletik lain yang sekelasnya. Image inilah yang akan dimuat dalam logo yang akan ditransformasikan melalui unsur-unsur visual logo seperti bentuk huruf, bentuk ikon dan juga pewarnaannya. Selain itu kesan simple dan elegan juga akan ditampilkan dalam desain logo AriesNa WK ini sehingga menambah daya tarik yang ada dalam tampilan visual logo, serta memberikan image yang bagus di benak konsumen mengenai AriesNa WK, yaitu bahwa UMKM ini adalah UMKM yang kualitas produknya terjamin.

b) Penggambaran identitas

Merupakan unsur desain yang terdiri dari bentukan yang menganut sebuah pesan atau arti tertentu. Untuk logo AriesNa WK ini akan memakai ikon bergambar wajik kletik dikarenakan UMKM AriesNa ini adalah UMKM yang memiliki produk unggul yaitu wajik kletik, sehingga identitas yang akan dipaparkan menjadi jelas.

d. GSM (Graphic Standard Manual)

Warna yang digunakan adalah warna hijau, abu-abu muda dan krem yang mana dalam psikologi warna hijau diartikan sebagai harapan dan pertumbuhan, sedangkan warna abu-abu muda dan krem memiliki makna modern dan nyaman. Disisi lain pemilihan warna hijau disini adalah warna dari produk wajik kletik lalu untuk warna abu-abu muda adalah warna dari bungkus produk wajik kletik yang dibuat berbentuk persegi.



Gambar 2. Warna logo
(Sumber: Silvi, 2023)

Untuk tipografi, menggunakan jenis font jenis serif dengan stroke tebal, font yang digunakan adalah Bookman Old Style dan font jenis sans serif yaitu Kristen ITC. Kedua jenis font ini dipilih karena font ini menggambarkan kesederhanaan dan juga modern.



Gambar 3. Font logo
(Sumber: Silvi, 2023)

e. Visualisasi Karya

Referensi visual, dalam proses perancangan desain logo ini tentunya perlu mengumpulkan referensi visual dari beberapa sumber pencarian online maupun offline. Referensi pertama dilakukan dengan menentukan bentuk, warna dan tipografi yang akan dibuat logo. Terakhir mencari referensi visual dari bentuk wajik kletik di internet.

- Thumbnail



Gambar 4. Thumbnail logo
(Sumber: Silvi, 2023)

Pada gambar 2 terdapat beberapa alternatif sketsa desain logo. Alternatif yang ditampilkan berupa logogram yang terdiri dari gambar ilustrasi wajik kletik dan juga tipografi bertuliskan AriesNa WK. Dalam visualisasi wajik kletik digambarkan berwarna hijau seperti warna produknya. Pada tahap ini penulis membuat beberapa sketsa logo yang berbeda– beda menggunakan pensil pada kertas.

- Tight Tissue



Gambar 5. Tight tissue logo
(Sumber: Silvi, 2023)

Pada tahap ini terpilihnya satu desain logo dari beberapa alternatif kemudian divisualisasikan dalam bentuk digital. Sketsa terpilih dari alternatif desain logo adalah nomer tiga yang telah melalui proses konsultasi dengan penempatan gambar ilustrasi wajik kletik diatas tulisan AriesNa WK.

- Final



Gambar 6. Final desain logo
(Sumber: Silvi, 2023)

Final logo UMKM AriesNa WK ukuran 4 x 4 cm, logo yang digunakan menggunakan logogram dengan gambar wajik kletik di atas tipografi AriesNa WK, font yang digunakan adalah font Bookman Old Style. logo ini didominasi warna hijau seperti warna produknya dan krem pada sisi luar logo yang berbentuk lingkaran.

- a) Penanda neon box bulat LED



Gambar 7. Penanda neon box bulat
(Sumber: Silvi, 2023)

Penanda neon box bulat dengan ukuran 40 x 40 cm, terdapat gambar logo AriesNa WK di sisi depan dan belakang neon box. Bagian dalamnya terdapat lampu LED berwarna putih. Penanda neon box ini terbuat dari bahan akrilik berbentuk bulat. Penanda ini digunakan untuk menarik perhatian konsumen yang sedang lewat di depan toko.

- b) Gantungan kunci



Gambar 8. Gantungan kunci
(Sumber: Silvi, 2023)

Gantungan kunci digunakan sebagai merchandise yang dapat dijual sebagai koleksi. Gantungan kunci memiliki ukuran 5 x 5 cm dan berbahan akrilik, terdapat gambar logo dibagian depannya. Teknik yang digunakan yaitu cetak akrilik.

c) Totebag



Gambar 9. Totebag
(Sumber: Silvi, 2023)

Totebag berfungsi sebagai merchandise dan dapat digunakan untuk berbelanja. Totebag ini memiliki ukuran 40 x 30 cm dengan bahan kain drill amerika, terdapat gambar logo AriesNa WK didepannya. Teknik yang digunakan yaitu teknik sablon.

d) Mug



Gambar 10. Mug
(Sumber: Silvi, 2023)

Mug digunakan sebagai souvenir. Mug memiliki ukuran 10 x 12 cm dengan bahan keramik berwarna hijau, didepannya terdapat gambar logo AriesNa WK.

e) Label Kemasan



Gambar 11. Label kemasan
(Sumber: Silvi, 2023)

Label kemasan berfungsi sebagai tempat wajik kletik. Label kemasan memiliki ukuran 13 x 8 cm dengan bahan plastik, terdapat gambar logo di tengah dan disampingnya melingkar patern wajik kletik

f) Poster



Gambar 12. Poster
(Sumber: Silvi, 2023)

Dalam perancangan desain pada poster akan menggunakan dominasi foto produk, dimaksudkan agar masyarakat yang melihat tahu bahan utama yang digunakan dalam membuat makanan tradisional wajik kletik. Poster memiliki ukuran kertas A4 dan didominasi warna hijau.

SIMPULAN DAN SARAN

Pertumbuhan usaha mikro kecil menengah di Indonesia akhir-akhir ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan, artinya semakin banyak wirausaha muda yang terjun pada sektor ini, baik secara *offline* maupun *online*. AriesNa WK merupakan UMKM yang berada di kelurahan Mangundikaran, kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk. Nama UMKM ini sendiri diambil dari nama pemilik UMKM yaitu Ariesna Krisdiana yang didirikan pada tahun 2007, singkatan dari WK sendiri yaitu wajik kletik. Usaha ini ialah usaha yang bergerak pada bidang makanan. AriesNa WK sebagai usaha makanan memiliki produk yang unggul yaitu wajik kletik, usaha ini merupakan usaha yang turun temurun dari keluarga pemilik UMKM sehingga rasa dan kualitas wajik kletik ini lebih lumer dan menggunakan pewarna dan bahan-bahan alami.

AriesNa WK membutuhkan logo sebagai penguat identitas, dikarenakan produk AriesNa WK akan dipasarkan secara online agar lebih dikenal masyarakat luas dan sebagai pembeda dari kompetitor makanan sejenis. Perancangan logo AriesNa WK menggunakan jenis logogram yang terdiri dari gambar ilustrasi wajik kletik dan juga tipografi bertuliskan AriesNa WK berwarna hijau seperti warna produknya.

Berdasarkan hasil perancangan ini, ada beberapa hal yang penulis sarankan: Untuk para desainer yang akan merebranding logo pahami identitas dan tujuan UMKM sebelum memulai proses merebranding, Pelajari visi, misi, nilai-nilai, dan kepribadian merek yang ingin diwakili. Kemudian lakukan riset pasar dan analisis persaingan lalu pahami tren desain terkini dan perhatikan logo-logo pesaing untuk memastikan logo yang Anda buat berbeda dan menonjol. Selama proses merebranding, penting untuk berkomunikasi secara teratur dengan klien.

REFERENSI

- Calter, D. E. (1987). *LOGO internasional 2* (D. E. CARTER (ed.)).
- Lutfi, M. A. (2022). Implementasi Informasi Akuntansi pada UMKM ditinjau dari Lama Usaha, Ukuran Usaha, dan Pengelolaan Usaha di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 4711–4722.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Rustan, S. (2009). *mendesain logo*. penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sihombing, D. (2015). *tipografi dalam desain grafis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, jessica diana kartika dan rudyant siswanto. (2016). *logo visual aset transition*. PT Elex Media Komputindo.
- Achmadi, A., dan Narbuko. (2015). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.