

REDESAIN LOGO SANGGAR LUKIS PAKAPUR SURABAYA

Pebri Ardiansah¹, Imam Zaini²

¹Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
Email: pebriardiansah16020124065@mhs.unesa.ac.id

²Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
email: imamzaini@unesa.ac.id

Abstrak

Sanggar lukis Pakapur merupakan sebuah sanggar lukis yang berada di Surabaya beralamat jalan Kalijudan Asri Indah No.29, Kalijudan, kec Mulyorejo didirikan oleh Purnomo sejak tahun 1996 yang mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini selama sanggar Pakapur berdiri tidak sedikit para peserta didik sanggar lukis Pakapur yang mendapatkan juara dalam kompetisi dan Sanggar lukis Pakapur telah mendapat penghargaan dari ikatan guru Indonesia. Perancangan ini bertujuan untuk (1) menentukan konsep perancangan logo sanggar lukis Pakapur (2) Mendeskripsikan proses perancangan logo sanggar lukis Pakapur Surabaya. (3) Mengidentifikasi logo sanggar lukis Pakapur yang dibuat. (4) menerapkan logo pada media yang akan digunakan. Metode perancangan logo meliputi proses yaitu pengumpulan data, analisis data, perancangan logo yang baru dan penerapan logo pada media yang digunakan. Hasil perancangan ini adalah (1) logo disesuaikan dengan visi dan misi sanggar lukis Pakapur yang bisa dipahami oleh anak usia 6-13 tahun dan mampu diterapkan pada media yang digunakan. (2) Logo dibuat melalui 4 tahanan yaitu thumbnail, line art, penulisan typografi dan coloring. (3) Mendeskripsikan konstruksi logo dan warna yang digunakan yaitu symbol Pelangi pada logo yaitu menghasilkan karya yang indah dan pembelajaran yang menyenangkan. (4) Penerapan logo pada media yang digunakan yaitu poster, banner, kartu nama dan stempel.

Kata Kunci: Logo, Redesain, Sanggar.

Abstract

The Pakapur Painting Studio is a painting studio located in Surabaya with the address at Jalan Kalijudan Asri Indah No.29, Kalijudan, Mulyorejo Subdistrict, founded by Purnomo since 1996 which has been able to maintain its existence until now. Who won the competition and the Pakapur painting studio has received an award from the Indonesian teacher association. This design aims to (1) determine the concept of designing the logo of the Pakapur Painting Studio in Surabaya. (2) Describe the process of designing the logo of the Pakapur Painting Studio in Surabaya. (3) identify the logo of the Pakapur painting studio made. (4) Apply the logo to the media to be used. The logo design method includes the process of collecting data, analyzing data, designing a new logo and applying the logo to the media used. The results of this design are (1) the logo is adjusted to the vision and mission of the Pakapur painting studio that can be understood by children aged 6-13 years and can be applied to the media used. (2) The logo is made through 4 prisoners, namely thumbnails, line art, typography writing and coloring. (3) Describe the logo construction and the colors used, namely the Rainbow symbol on the logo, which produces beautiful works and fun learning. (4) Application of the logo on the media used, namely posters, banners, business cards and stamps.

Keywords: Logo, Redesign, Studio.

PENDAHULUAN

Di masa pandemi corona saat ini, kondisi perekonomian yang semakin turun menuntut masyarakat atau pemilik usaha untuk mampu bertahan dengan segala sumber daya yang dimiliki secara optimal. Suatu persaingan yang bertahan untuk tetap berdiri oleh karena itu perlunya sebuah identitas yang mampu mengangkat citra usahanya dengan menarik dan terpercaya agar menjadi pusat perhatian dilirik oleh konsumen.

Termasuk jasa dalam bidang pendidikan, dimana pemilik jasa harus mampu untuk tetap memiliki identitas yang kuat agar tidak hilang identitas mereka di masa pandemi sehingga memiliki peserta didik.

Untuk tetap mempertahankan identitas dalam jasa yaitu dengan memperhatikan betul logo dalam usahanya. Karena menurut Jefkins (1995:367), logo adalah presentasi, sosok atau penampilan visual yang senantiasa dikaitkan dengan organisasi tertentu sebagai bentuk identitas dan bagian identitas perusahaan. Karena logo sebagai bagian dari identitas perusahaan, logo yang ibarat bagian kepala yang dapat menyampaikan isi hati produk atau jasa pada perusahaan.

Salah satu tempat jasa dalam bidang pendidikan yang berada di Surabaya yang mampu bertahan sampai saat ini yaitu sanggar lukis Pakapur merupakan sebuah sanggar lukis yang berada di Surabaya beralamat jalan Kalijudan Asri Indah No.29, Kalijudan, kec Mulyorejo didirikan oleh Purwanto sejak tahun 1996 yang memulai usaha dulu sebagai seorang penguji coba alat mewarnai yaitu crayon dan pensil warna. Beberapa alasan mendasar pemilihan sanggar lukis Pakapur Surabaya adalah (1) sanggar lukis Pakapur merupakan salah satu sanggar yang telah lama berdiri sampai saat ini dan masih terus berjasa dalam dunia pendidikan. (2) Sanggar ini telah beroperasi selama 21 tahun lamanya. (3) Sanggar lukis Pakapur telah banyak memenangkan lomba pada kompetisi melukis di kota Surabaya. (4) Pendiri yang mengelola sanggar lukis Pakapur yaitu Purnomo telah mendapat penghargaan ikatan guru Indonesia yang terbukti memiliki pengalaman dan kualitas.

Perancangan ini berfokus pada: (1) Logo disesuaikan dengan visi dan misi sanggar lukis

Pakapur yang bisa dipahami oleh anak usia 6-13 tahun dan mampu diterapkan pada media yang digunakan. (2) Mendeskripsikan proses perancangan logo sanggar lukis Pakapur Surabaya. (3) Mengidentifikasi logo sanggar lukis Pakapur yang dibuat. (4) Menerapkan logo pada media yang akan digunakan. Tujuan untuk meredesain ulang logo sanggar lukis Pakapur saat ini adalah (1) logo masih banyak memiliki kekurangan dari segi penerapan prinsip dan unsur desain. Prinsip keseimbangan pada logo belum tepat karena layout logo masih belum tersusun dengan baik yang membuat logo terkesan tidak rapi dan belum memenuhi prinsip *unity* atau kesatuan. (2) Logo susah untuk diterapkan pada media cetak karena logo prinsip *simplicity* yang mengakibatkan logo terlihat sulit untuk diterapkan pada media karena logo memiliki *background* warna *gradasi* dan terlalu banyak *white space* sehingga logo tampak lebar dan kurang nyaman untuk dilihat.

Terdapat empat perancangan terdahulu yang relevan dengan perancangan ini yaitu Perancangan pertama berjudul “Redesain Logo Usaha Roti dan Kue Anita Payakumbuh”. Penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2018 Fauzan Agung, Mahasiswa Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang. Dari penelitian tersebut diketahui Usaha Roti dan Kue Anita Payakumbuh telah berdiri sejak tahun 2007, namun logo belum memiliki identitas visual yang kuat, hal ini karena logo belum menerapkan prinsip dan elemen desain dengan baik dan benar. Seperti prinsip *simplicity* yang dapat menyederhanakan logo agar mudah diingat, prinsip *unity* agar mendapat bentuk harmonis dan kesatuan dalam logo serta terdapat elemen bentuk yang tidak berkaitan dengan usaha yang dapat melemahkan identitas Usaha Roti dan Kue Anita.

Penelitian kedua berjudul “Redesain Logo Dan Aplikasinya Dalam Corporate Identity Mebel “Ud Gangsar Jati” Tegal”. Penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2013 oleh Lulu Ui Jannah, Mahasiswa Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang. Dari perancangan banyak kendala yang dihadapi “UD Gangsar Jati”. Yang belum bisa mendapatkan citra yang menarik bagi konsumen serta kurangnya kegiatan promosi untuk memperkuat citra jasa mebel. Usaha mebel ini

sudah memiliki logo, namun logo tersebut kurang berfungsi dengan baik dalam proses komunikasi pada kegiatan promosi terhadap produk yang mereka kelola sampai saat ini

Hal ini dikarenakan minimnya perhatian pemilik “UD Gangsar Jati” terhadap pentingnya sebuah logo sebagai bagian dari corporate identity dalam suatu perusahaan. Untuk itu diperlukan perancangan logo yang baru, corporate identity, serta media promosi yang menarik.

Yang berhubungan dengan corporate “UD Gangsar Jati” sangatlah penting sebagai identifikasi dan untuk menampilkan citra yang baik sesuai dengan harapan pemilik perusahaan. Penelitian ketiga berjudul “Redesign Logo Cafe D’araz di Sumedang” Penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2019 oleh Lendi Rohim At, Mahasiswa Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Pendidikan Indonesia. Redesign logo diterapkan pada cafe D’Araz yang berada di Sumedang, berdiri sejak tahun 2015 hingga sekarang. Cafe D’Araz merupakan bidang usaha kuliner yang berkembang namun belum didukung oleh desain logo yang baik. Oleh karena itu, difokuskan untuk merancang ulang logo tersebut. Metode dalam perancangan melalui beberapa proses yaitu ide berkarya, *kontemplasi*, dan pengolahan ide. Kelemahan pada desain sebelumnya yaitu masih kurang identitas logo yang baik. Pada akhirnya suatu logo atau identitas visual akan mengalami suatu perubahan. Hal ini terjadi dengan perubahan pada nilai-nilai pelanggan dan kebutuhannya untuk tetap eksis.

Penelitian keempat berjudul “Redesain Logo dan Corporate Identity System C.V Himawan Jaya” penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2012 oleh Martarin Hapsari Djadja mahasiswi jurusan desain komunikasi visual Universitas Sebelas Maret Surakarta. Redesain logo diterapkan pada C.V Himawan Jaya yang merupakan perusahaan dibidang kontruksi interior desain dan properti. Selama ini C.V Himawan Jaya cukup di kenal oleh masyarakat, namun tidak memiliki logo yang *eyecatching* dan corporate identity system. Hal ini disebabkan karena lemahnya visual branding C.V Himawan Jaya di benak masyarakat terkesan sebagai perusahaan yang biasa saja, namun dilihat dari segi karya C.V Himawan Jaya layak

diperhitungkan untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan desain interior dan properti lainnya.

Persamaan keempat perancangan tersebut dengan perancangan ini adalah sama-sama tentang merancang ulang logo desain pada perusahaan dan jasa yang dikelola karena belum memiliki identitas yang kuat pada logonya. Sedangkan perbedaan keempat penelitian tersebut dengan perancangan ini adalah terletak pada subjek yang diteliti. Pada Fauzan Agung, subjek yang diteliti adalah Usaha Roti dan Kue Anita Payakumbuh. Pada penelitian lulu ui jannah, subjeknya adalah UD Gangsar Jati. Pada Lendi Rohim At, subjek yang diteliti adalah café D’Araz di Sumedang dan Martarin Hapsari Djadja, subjeknya adalah C.V Himawan Jaya. Sedangkan pada perancangan ini, yang menjadi subjek penelitiannya adalah sanggar lukis Pakapur Surabaya.

METODE PERANCANGAN

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif, khususnya yang lebih mengarah kepada penggalian data dan informasi yang bersifat pribadi. Dalam hubungan ini digunakan 3 teknik pengumpulan data, yaitu teknik observasi, teknik wawancara, dan teknik dokumentasi. Teknik perekaman dan simak catat dilakukan oleh peneliti pada saat narasumber memberikan informasi sesuai jawaban pertanyaan.

Menurut Patton (2011:103), bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Dalam kegiatan analisis data yaitu lebih memfokuskan, pemilahan, penggolongan data secara sistematis dan rasional. Teknik analisis data dilakukan dengan cara analisis SWOT dan analisis USP

Proses penyusunan konsep redesign logo sanggar lukis Pakapur ini diperoleh melalui hasil dari analisis data yaitu analisis SWOT dan analisis USP yaitu meliputi media utama, pendekatan verbal, dan pendekatan visual. Setelah menentukan konsep selanjutnya adalah memulai membuat logo yang pertama yaitu membuat rancangan sketsa kasar yaitu *thumbnail*, menentukan software yang digunakan, pembuatan desain logo dan yang terakhir

menempatkan desain logo pada media cetak yang akan digunakan.

KERANGKA TEORITIK

Sanggar menurut Rusliana (1990), Sanggar dapat didefinisikan sebagai wadah kegiatan dalam membantu, menunjang keberhasilan dan penguasaan dalam bidang pengetahuan dan keterampilan. Sanggar seni termasuk ke dalam jenis pendidikan nonformal yang artinya tergantung kondisi masing-masing sebuah sanggar mengenai tempat dan fasilitas belajarnya. Salah satunya yaitu sanggar yang berada di Surabaya yaitu sanggar lukis Pakapur yang cukup lama berdiri sekitar 21 tahun. Yang saat ini perlunya identitas yang mampu memberikan kesan yang kuat pada usahanya pada masa kritis pandemi saat ini yaitu dengan memperhatikan sebuah logo.

Asal kata logo sendiri berasal dari bahasa Yunani yaitu logos, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya logo dikenal dengan lebih populer dengan istilah logotype, bukan logo. Pertama kali istilah logotype muncul tahun 1810-1840, yang diartikan sebagai tulisan nama entitas (objek fisik yang dimaksud, perusahaan, negara, barang atau jasa) yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu. Kemudian pada tahun 1937 logotype disingkat menjadi logo dan menjadi lebih populer (Rustan, 2009:13).

Logo merupakan sebuah simbol yang dirancang untuk mewakili karakter dan menjadi identitas dari sebuah perusahaan. Logo merupakan bentuk visual dan bentuk ekspresi dari perusahaan, produk, organisasi, maupun institusi yang berasal dari nilai strategis dari perusahaan yang bersangkutan.

Agar desain dapat dilihat bagus dan menarik berdasarkan maksud dan tujuan pembuatan, maka unsur dan prinsip pembuatan desain perlu diperhatikan antara lain yaitu:

Logo sebagai identitas produk atau jasa perusahaan. Pesan dari produk atau jasa perusahaan dapat tersampaikan secara efektif. Pesan tersebut bisa berupa kata-kata, gambar, tulisan, maupun mencakup ketiganya. Salah satu bentuk pesan tersebut adalah logo, yang merupakan penggabungan dari realitas sebuah produk atau perusahaan menjadi bentuk pesan

yang sederhana, sehingga lebih mudah untuk dilihat dan diingat oleh konsumennya. Sebagai identitas, sebuah logo menanggung beban yang besar bagi citra sebuah perusahaan. Oleh sebab itu, hendaklah ditampilkan secara baik dan benar karena logo merupakan elemen penting dalam memperkuat identitas.

Logo berfungsi membedakan produk dengan produk yang lain dengan tampilan yang unik, khas dan eksklusif, agar sebuah produk tidak rancu dengan produk yang lain.

Logo sebagai ukuran keaslian dan kualitas produk. Sebuah logo memberikan ukuran kualitas serta keaslian produk dan jasa perusahaan, John Murphy dan Michael Rowe (2007), mengatakan bahwa logo mempunyai arti yang lebih dari sekedar cap dagang yang membedakan sebuah produk dengan produk lain. Logo juga menjadi indikasi, kualitas, posisi produk dipasar, keaslian produk serta kepercayaan konsumen terhadap produk dan jasa perusahaan tersebut.

Banyaknya produk atau jasa yang ada memiliki beranekaragam jenis logo dan tidak hanya dirancang dengan cara amatiran sebab logo adalah unsur visual sebuah perusahaan agar dikenali dan dapat menjadikan identitas yang membedakan dengan perusahaan lain. Dalam buku *How to Improve Your Corporate Identity*, David E. Carter mengungkap pembagian logo menurut karakternya, yang antara lain sebagai berikut:

Product Oriented Mark Logo yang berorientasi pada produk apa yang disajikan tertuang pada bentuk logo tersebut.

The Abstract Jenis logo yang tidak menempatkan nama perusahaan atau produk sebagai bagian dari logo yaitu penulisan gaya tipografi tertentu sebagai bagian dari logo.

The Name at Desain Together Logo jenis dengan menggunakan nama perusahaan atau produk menjadi bagian dari rancangan.

The Name Alone Penggunaan logo ini menampilkan bentuk huruf khusus, tulisan tangan atau bentuk untuk memberikan kesan rumit.

Initial Logo yang menggunakan huruf awal atau inisial dari nama perusahaan sebagai bagian dari rancangan sebuah logo.

Karena logo yang digunakan sanggar Lukis Pakapur ini masih belum memenuhi standar oleh karena itu perlunya sebuah pembuatan logo ulang yang artinya perlu redesain.

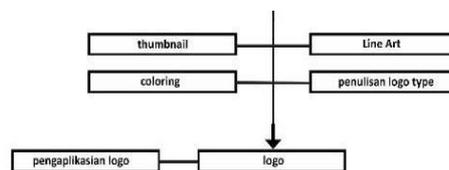
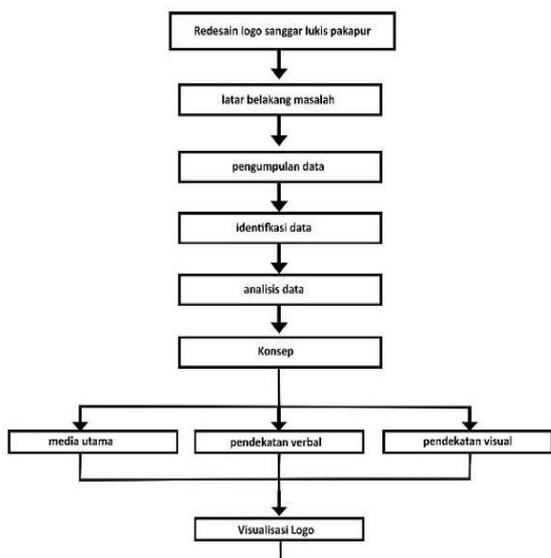
Kata redesain diadopsi dari bahasa Inggris redesign yang terdiri dari dua unsur, yaitu re yang berarti mengulang atau kembali dan design yang berarti merencanakan atau membentuk. Beberapa definisi redesain dari beberapa sumber:

Menurut American Heritage Dictionary (2006), redesign means to make a revision in the appearance or function of, yang dapat diartikan membuat revisi dalam penampilan atau fungsi.

Sedangkan Menurut Collins English Dictionary (2009), redesign is to change the design of (something), yang dapat diartikan mengubah desain dari (sesuatu). Menurut Salim's Ninth Collegiate English-Indonesian Dictionary (2000), redesign berarti merancang kembali.

Menurut Helmi (2008), Redesain merupakan perencanaan dan perancangan kembali suatu karya agar tercapai tujuan tertentu. Jadi redesain adalah suatu perencanaan yang tujuannya untuk melakukan perubahan pada struktur dan fungsi pada sebuah system atau benda yang tujuan untuk mendapatkan manfaat yang lebih baik dari desain sebelumnya.

Dan untuk memudahkan meredesain sebuah logo yang memiliki kualitas bagus dan menarik diperlukannya sebuah kerangka berfikir penelitian agar sebagai perancang bisa melakukan perancangan dengan fokus dan runtut yang dihasilkan sesuai ekspektasi kepada perancang.



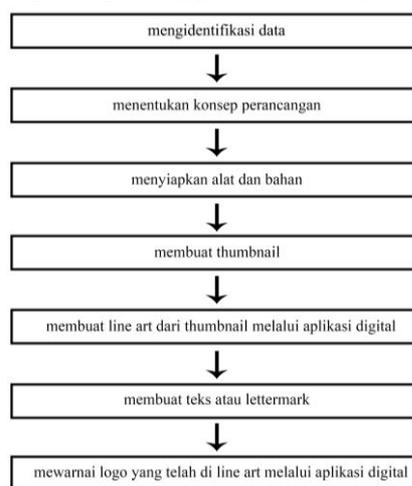
Gambar 1. Kerangka Berfikir Penelitian (Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Keterangan:

1. perancangan ini berfokus visualisasi logo untuk diaplikasikan ke media cetak.
2. Untuk memvisualisasikan logo membutuhkan media utama, pendekatan verbal dan pendekatan visual.
3. Untuk menyimpulkan sebuah konsep membutuhkan analisis data yang didapat dari pengumpulan data.
4. Visualisasi logo dapat diwujudkan melalui beberapa tahan yaitu Thumbnail, Line Art, penulisan logo type dan coloring.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah skema tahapan dalam perancangan logo sanggar lukis Pakapur :



Gambar 2. Skema Tahapan Perancangan (Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

a. Identifikasi Data

Sumber data diperoleh melalui Penelitian yang dilakukan secara langsung di sanggar lukis Pakapur yang beralamat jalan Kalijudan Asri Indah No.29, Kalijudan, kec Mulyorejo, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60115. Penelitian dilakukan untuk mendapatkan informasi

mengenai lokasi yang terkait dengan sanggar lukis Pakapur dan metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Dengan melakukan cara tanya jawab bertatap muka langsung antara pewawancara Pebri Ardiansah dengan responden Siti Julaiyah istri owner sanggar lukis Pakapur.



Gambar 3. Wawancara bersama istri owner sanggar lukis Pakapur
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Sanggar lukis adalah suatu organisasi kesenian sebagai wadah atau tempat kegiatan latihan melukis bagi masyarakat (Soedarsono, 1999.hlm.20). Sanggar lukis Pakapur merupakan sanggar yang berdiri sejak tahun 1996 di Surabaya mempunyai visi menjadikan anak yang tidak bisa menjadi bisa dan yang bisa menjadi luar biasa sedangkan misi menerapkan pembelajaran yang menyenangkan dan nyaman. Pada awalnya sebelum membuka sanggar lukis Purnomo bekerja di sebuah perusahaan crayon dan pensil warna yaitu sebagai yang mempromosikan produk crayon dan pensil warna ketika ada produk baru. Purnomo sebagai penguji untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan pada produk. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan produk crayon dan pensil warna, maka memerlukan sebuah objek tester, yaitu anak-anak yang diundang pada acara pameran produk crayon dan pensil warna dan Purnomo sebagai seorang tutor mengajar mewarnai pada anak-anak peserta.

Karena hasilnya bagus dan memuaskan akhirnya para orang tua peserta dan pengunjung pameran antusias banyak yang meminta untuk membuka kursus les mewarnai, akhirnya Purnomo memanfaatkan kesempatan dan membuka sebuah sanggar lukis yaitu sanggar lukis Pakapur. Sanggar lukis Pakapur memiliki

ciri khas yang berbeda dari sanggar yang lain yaitu pewarnaan yang kontras dan goresan kuat.



Gambar 4. Karya peserta didik sanggar lukis Pakapur
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Sedangkan pada logo yang digunakan pada sanggar lukis Pakapur hanya berganti dua kali yaitu pada tahun 1996 sampai dengan 2002 belum memiliki logo karena sanggar lukis Pakapur Surabaya hanya menyediakan jasa bagi yang berminat saja. Di tahun 2002 sanggar lukis Pakapur membuat logo karena mulai melakukan pemasaran agar lebih dikenal masyarakat dan pada tahun 2010 logo diganti lagi karena logo sebelumnya kurang menarik dibuat hanya seadanya dan digunakan sampai sekarang. Permasalahan tersebut membuat saya sebagai peneliti harus melakukan redesain logo, agar menjadi lebih komunikatif, memiliki bentuk yang menarik dan memiliki identitas yang dapat diingat oleh konsumen. Diharapkan redesain logo dapat meningkatkan kekuatan identitas visual dari sanggar lukis Pakapur Surabaya pada masa pandemi corona agar menjadi sanggar yang dilirik sebagai pusat perhatian oleh anak-anak dan orang tua dari sanggar lukis yang lain.



Gambar 5. Logo sanggar Lukis Pakapur Sekarang
(Sumber: Instagram.com/sanggarlukispakapursurabaya, 2020)

Selama sanggar Pakapur berdiri tidak sedikit mendapatkan juara para peserta didik

sanggar Pakapur dan sanggar Pakapur mempunyai beberapa penghargaan yang didapat dari ikatan guru Indonesia sebagai tempat sanggar belajar seni lukis yang berkualitas dan professional.



Gambar 6. Penghargaan dari ikatan guru Indonesia (Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Target audien pada sanggar lukis Pakapur Surabaya adalah anak-anak usia remaja antara 6-13 tahun laki-laki dan perempuan yang memiliki minat untuk belajar melukis bertempat tinggal di dekat area Surabaya yaitu Sidoarjo, Gresik, dan Mojokerto orang tua yang memiliki penghasilan menengah karena biaya les melukis di sanggar lukis Pakapur Surabaya adalah lima puluh ribu rupiah per satu jamnya cukup murah.

b. Analisis SWOT

Ketika sudah mengidentifikasi data selanjutnya yaitu menganalisis data dengan analisis SWOT yaitu

	Strengths -S	Weakness -W
ANALISIS SWOT	sanggar lukis pakapur memiliki keunikan berbeda dengan sanggar lukis lainnya yaitu dari warna dan goresan pada karya peserta didik	logo usaha ini belum menerapkan prinsip desain dengan baik dan benar seperti prinsip unity dan simplicity
Opportunities -O	Strategi S-O	Strategi W-O
memiliki peluang pasar cukup terbuka karena masih sedikit sanggar Lukis di Surabaya yang berkompeten	membuat logo yang dapat menawarkan bahwa sanggar lukis pakapur adalah sanggar yang berkualitas	membuat logo yang memiliki nilai estetika dan komposisi yang aesthetik dari warna maupun bentuk.
Threats -T	Strategi S-T	Strategi W-T
promosi sanggar tidak tampak mencolok ketika disandingkan dengan sanggar lain	membuat logo yang sesuai dengan visi dan misi serta menonjolkan keunikan dari sanggar lukis pakapur agar dapat memiliki identitas sebagai sanggar dan menarik yang berbeda dari yang lain	membuat sebuah logo yang sesuai diterapkan pada berbagai media yang digunakan

Tabel 1. Analisis SWOT (Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

c. Analisis USP

Sedangkan USP Dalam perancangan ini akan ditentukan keunikan dari sanggar lukis Pakapur adalah Melakukan promosi Langsung yang dilakukan di mall Surabaya dengan mengikuti event kolaborasi dan mengadakan lomba lukis yang membuat pelanggan langsung mengetahui kinerja dan kualitas sanggar lukis Pakapur Surabaya.

d. Menentukan Konsep Desain Logo

Merancang karya dibutuhkan sebuah suatu konsep yang menjadi dasar dari karya tersebut. Proses penyusunan konsep redesain logo sanggar lukis Pakapur ini meliputi yaitu:

1. Media Utama

Media utama merupakan sarana penyampaian pesan kepada target audience. Konsep pada redesain logo sanggar lukis Pakapur bersumber dari teori kontinuitas logo David E. Carter yang tidak merubah secara keseluruhan bentuk logo agar kontinuitas logo masih tetap terjaga. Redesain logo ini akan menerapkan prinsip simplicity agar logo dapat dipahami dengan cepat serta penerapan prinsip unity agar menjadi harmonisasi dari semua elemen yang saling berkaitan.

2. Pendekatan Verbal

Konsep verbal menggunakan teori kontinuitas logo yang terinspirasi dari David E. Carter (Wibowo, 2011:36). Penulis mengaplikasikan pada Redesain Logo sanggar lukis Pakapur surabaya dengan mempertahankan pesan verbal yaitu founder name “Pakapur” dan description name “sanggar lukis”. Pakapur merupakan pemilik dan pendiri usaha ini, serta deskripsi sanggar lukis sebagai penjelasan jasa dan bidang usaha. Serta menjunjung tinggi visi dan misi pada sanggar lukis Pakapur Surabaya.

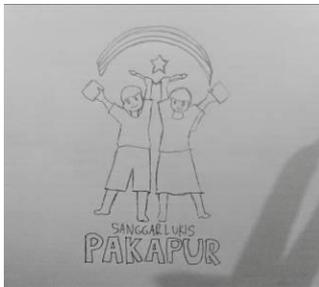
3. Pendekatan Visual

Bentuk visual logo yang penulis rancang adalah bentuk dari bidang usaha penulis peroleh dari mind mapping (Airey, 2009:103). Yang penulis lakukan yaitu dengan menyesuaikan visi dan misi sanggar lukis Pakapur, anak-anak umur 6-13 tahun, dan gaya lukis pada sanggar lukis Pakapur yang cocok diterapkan pada media yang digunakan yaitu banner, poster, kartu nama dan stempel Setelah ide tersebut penulis peroleh maka dirancang melalui aplikasi software pada

komputer dan melakukan pendekatan visual yang melalui proses penyederhanaan bentuk.

e. Proses Perancangan Logo Sanggar Lukis Pakapur Surabaya

Setelah menentukan konsep perancangan yang dilakukan adalah dengan menyiapkan alat dan bahan. Setelah menyiapkan alat dan bahan adalah membuat thumbnail sebagai sketsa kasar untuk menentukan rancangan logo yaitu *lettermark* dan *logotype*. Thumbnail dibuat dengan pensil di atas buku yang kemudian di scan dan digambar melalui digital pada computer menggunakan software adobe illustrator dengan bantuan alat mouse.



Gambar 7. Thumbnail logo sanggar lukis Pakapur
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Setelah thumbnail dibuat selanjutnya adalah membuat line art yaitu menggambar dengan Teknik digital menggunakan software adobe illustrator. Line art dibuat dengan garis hitam sesuai dengan pola pada thumbnail yang telah dibuat.



Gambar 8. Line art logo sanggar lukis Pakapur
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Setelah membuat line art selanjutnya adalah membuat teks yang dibuat dengan software adobe illustrator dengan menggunakan font *childhood*.



Gambar 9. Logotype sanggar lukis Pakapur
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Dan tahap terakhir yaitu coloring atau mewarnai gambar yang telah dibuat dengan teknik digital line art menggunakan software adobe illustrator.



Gambar 10. Coloring logo sanggar lukis Pakapur
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Redesain logo sanggar Pakapur merupakan gabungan antara *logogram* dan *logotype*. Karena adanya *logogram* dapat memperkuat pesan dan identitas yang dimiliki sanggar lukis Pakapur. *Logotype* yang terdiri dari *funder* dan *descriptive name* (Rustan, 2009:60). Kedua *logotype* ini menggunakan satu jenis *font*. *Font* sanggar lukis Pakapur menggunakan jenis huruf bersambung untuk mewakili karakter sanggar lukis Pakapur.

f. Deskripsi Karya

Karena sanggar lukis Pakapur berfokus pada anak usia dini, oleh karena itu perlunya *font* yang mudah dibaca dan lucu. Pemaparan sanggar lukis Pakapur merupakan deskripsi logo yang menjelaskan bidang jasa yang ditawarkan dengan menggunakan jenis huruf *san serif*. Jenis huruf ini memiliki tingkat keterbacaan yang baik serta

memiliki sifat yang erat kaitannya dengan sanggar ini yaitu lucu karena sanggar lukis Pakapur sangat mengedepankan kenyamanan belajar pada anak-anak.

Makna lambang bintang pada logo adalah cahaya yang bersinar yaitu memiliki sebuah karya yang berbeda dari yang lain membuat ciri khas tersendiri dalam berkarya dan sukses dalam belajar guna meraih cita – cita yang diinginkan oleh anak sanggar lukis Pakapur.



Gambar 11. Simbol logo sanggar lukis Pakapur
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Makna Pelangi pada logo adalah indah dan menyenangkan yang artinya sanggar lukis Pakapur memberikan pembelajaran yang menyenangkan dan menghasilkan karya yang indah bagi peserta didik sanggar lukis Pakapur.



Gambar 12. Simbol pelangi pada logo sanggar lukis Pakapur
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Makna dua anak laki dan perempuan memegang kuas diangkat keatas dan membawa kertas adalah mengartikan bahwa sanggar Pakapur adalah sanggar seni lukis dan peserta didik laki dan perempuan berdampingan mengakat kuas keatas mempunyai tujuan untuk sukses dalam berkesenian seni lukis Bersama saling mendukung antar sama lain.



Gambar 13. Dua anak laki-laki dan perempuan
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Kesimpulan Penjelasan mengenai logo diatas adalah dua anak kecil laki-laki dan perempuan yang berdampingan membawa sebuah kertas serta mengangkat kuas mereka ke atas dan keluarlah sebuah bintang yang menyilaukan Pelangi yang artinya seperti visi pada sanggar lukis Pakapur yaitu visi menjadikan anak yang tidak bisa menjadi bisa dan yang bisa menjadi luar biasa dengan mereka saling mengangkat kuas mereka keatas harapannya mereka mampu menjadi bintang yang artinya mampu menjadi pelukis yang ceria dan bersinar seperti pelangi yang menghiasi dunia seni lukis dengan indahnya karya mereka.



Gambar 14. Redesain logo sanggar lukis Pakapur
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Setiap warna memiliki karakter dengan sifat yang berbeda (Anggraini dan Nathalia, 2013:38). Warna yang digunakan untuk logo sanggar lukis Pakapur adalah warna yang kontras karena peminat dari sanggar lukis Pakapur adalah anak-anak usia 6-13 tahun yang secara psikologis warna merah, kuning dan hijau adalah warna kesukaan anak-anak yang mencerminkan sifat dari anak – anak.

Merah memberikan kesan positif semangat pada dalam berkarya maupun kemauan dalam menggapai cita-cita.



Gambar 15. Baju anak laki-laki
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Memberikan kesan ketenangan dan kesuburan yaitu artinya memberikan ketenangan dalam belajar agar peserta didik mampu menguasai teknik dan materi dalam berkarya seni lukis dengan cepat dan hasil yang terbaik.



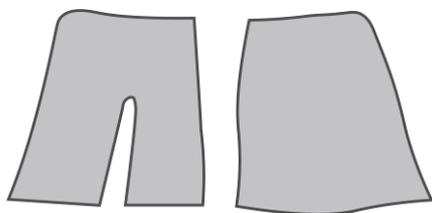
Gambar 16. Baju anak perempuan
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Memberikan kesan ceria artinya harapannya peserta didik sanggar Pakapur bisa nyaman dan senang dalam belajar tanpa tekanan di sanggar lukis Pakapur.



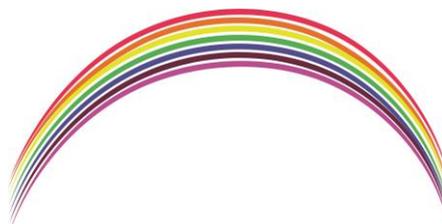
Gambar 17. Bintang pada logo sanggar lukis Pakapur
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Warna abu-abu warna netral sebagai penyelemas artinya mampu saling support antar peserta didik tanpa adanya batasan gender, ras dan ekonomi keluarga .



Gambar 18. Celana anak laki-laki dan perempuan
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Karakteristik dalam sanggar lukis Pakapur karena sanggar ini memiliki ciri khas yang tidak pada umumnya sanggar lukis lain yaitu pewarnaan yang kontras pada setiap karya peserta didik.



Gambar 19. Pelangi pada logo sanggar lukis Pakapur
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Dan yang terakhir panduan warna palet yang digunakan dalam redesain logo sanggar lukis Pakapur Surabaya.



Gambar 20. Warna palet logo sanggar lukis Pakapur Surabaya
(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Font adalah kombinasi dari jenis-jenis huruf dan seperti ukuran, jarak dan ketebalan. Font yang digunakan pada logo sanggar lukis Pakapur ini adalah childhood dengan bold karena font ini memiliki karakteristik yang sesuai dengan sanggar lukis Pakapur memiliki bentuk yang lucu dan tekstur seperti goresan pensil sedangkan berwarna hitam agar terlihat kontras dengan gambar logo.

CHILDHOOD

Gambar 21. Font logo sanggar lukis Pakapur Surabaya Redesain.

(Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

g. Penerapan Logo pada Media

Setelah logo sudah dibuat selanjutnya adalah menerapkan logo yang akan digunakan pada media utama yang diperlukan untuk membantu melakukan promosi sanggar lukis Pakapur pada publik yaitu :

Menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (2010:51), pengertian poster adalah kombinasi visual dari rancangan yang kuat, dengan warna, dan pesan, dimana tujuannya untuk menangkap perhatian orang yang melihatnya dan cukup lama

menanamkan gagasan yang berarti di dalam ingatannya.



Gambar 22. Poster sanggar lukis Pakapur (Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Kartu nama adalah kartu untuk menyampaikan informasi perusahaan atau seseorang. Kartu nama digunakan sebagai saran untuk perkenalan secara formal. Dalam kartu nama selalu berisi informasi mengenai nama, alamat, nomer telepon, email, alamat website dan logo perusahaan.



Gambar 23. Kartu nama depan dan belakang sanggar lukis Pakapur (Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Menurut Alwi, dkk. (2001: 1086), banner mempunyai pengertian kain rentang yang berisi slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui umum.



Gambar 24. Banner sanggar lukis Pakapur (Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

Stempel berasal dari bahasa Belanda, stempel, adalah benda atau alat yang permukaannya berukir gambar, tulisan atau keduanya yang dapat menghasilkan cap. Cap, dari bahasa Hindi, capa (A. Hassan, 1949:54).



Gambar 25. Desain stempel (Sumber: Pebri Ardiansah, 2020)

SIMPULAN DAN SARAN

Sanggar lukis Pakapur merupakan sebuah sanggar lukis yang berada di Surabaya beralamat jalan Kalijudan Asri Indah No.29, Kalijudan, kec Mulyorejo didirikan oleh Purnomo sejak tahun 1996. Penyusunan konsep pada redesain logo sanggar lukis Pakapur ada tiga yaitu media utama. Pendekatan verbal dan Pendekatan visual. Tahap visualisasi pada logo, terdapat empat tahap yaitu thumbnail, line art, penulisan teks dan coloring. Thumbnail dibuat dengan menggambar dikertas dengan sketsa menggunakan pensil. Line art untuk memberikan ketebalan pada garis luar dengan teknik digital menggunakan software adobe illustrator. Coloring mewarnai hasil dari line art menggunakan teknik digital memakai software adobe illustrator dan yang terakhir penulisan teks menggunakan software adobe illustrator dengan nama font childhood.

Pada logo sanggar lukis Pakapur dibuat sesuai dengan visi dan misi pada sanggar yaitu visi menjadikan anak yang tidak bisa menjadi bisa dan yang bisa menjadi luar biasa sedangkan misi menerapkan pembelajaran yang menyenangkan dan nyaman. Pada kontruksi logo, warna logo dan font agar mampu memberikan kesan karakteristik yang sesuai untuk memberikan identitas yang kuat pada sanggar lukis Pakapur Surabaya. Logo sanggar lukis Pakapur diterapkan di media banner, kartu nama, poster dan stempel. Saran redesign logo sanggar lukis Pakapur untuk penulis ada beberapa saran yaitu: (1) Redesain dapat berpeluang menjadikan usaha dan jasa pada perusahaan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat. (2) Penerapan logo untuk berbagai perangkat atau kebutuhan operasional perusahaan dibutuhkan konsistensi untuk terciptanya identitas visual yang mudah diingat oleh konsumen. Saran pada konsumen. (3) Pilih lah sebuah usaha dan jasa yang memiliki identitas yang jelas dan terpercaya saran kepada peneliti. (4) Topik yang serupa berikutnya, bisa membuat sebuah logo unik dan menarik sesuai dengan jasa dan perusahaan yang anda teliti pengaplikasian logo pada berbagai media.

REFERENSI

- Anggraini S, Lia & Nathalia, Kirana. 2013. *Desain Komunikasi Visual: Dasardasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Airey, David. 2009. *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. United States: New Riders.
- Carter, David E. 1990. *How to Improve Your Corporate Identity*. New York: Art Direction Book Co.
- De Porter, Bobbi dan Hernacki, Mike. 1992. *Dasar-dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- De Porter, Bobbi dan Hernacki, Mike. 1992. *Quantum Learning*. Membiasakan Belajar Nyaman dan Menyenangkan. Terjemahan oleh Alwiyah Abdurrahman. Bandung: Penerbit Kaifa.
- Rustan, Surianto. 2009. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. 2013. *Mendesain Logo edisi 2013*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suparno. 2000. *Langkah-langkah Penulisan Artikel Ilmiah*. Malang: UM Press.
- Tim UNESA. 2000. *Pedoman Penulisan Artikel Jurnal*, Surabaya: Lembaga Penelitian Universitas Negeri Surabaya.
- Wahab, Abdul dan Lestari, Lies Amin. 1999. *Menulis Karya Ilmiah*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Wibowo. (2011). “*Mengapa Harus Ganti Logo?*” “ diunduh pada Tanggal 25 Maret 2021, dari <https://docplayer.info/46165965-Mengapa-harus-ganti-logo-kasus-pergantian-logo-pt-pertamina-dan-bank-bni-ditinjau-dari-aspek-filosofi-estetika-dan-fungsional.html>