

Perancangan Logo pada Produk UMKM serta Pengaplikasiannya dalam Pengembangan Branding di Industri Kreatif

Syuzha Sewagati Wagindra¹, Rangga Galura Gumelar²
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa^{1,2}

Abstract

In the digital era, strong branding has become a key element for the success of SMEs. Effective branding can enhance brand awareness, attract customers, and differentiate products from competitors. This study aims to describe the logo design process for the SME "CommUnity" and examine its impact on branding development in the creative industry. "CommUnity" is a student merchandise brand of Communication Studies, reflecting the spirit of unity and a strong communication network. The methodology used is qualitative analysis with data collected from various literature and case studies. The research results indicate that an effective logo and the right digital branding strategy can increase the visibility and appeal of SME products.

Keyword: digital branding, logo, SMEs, communication, creative industry

Artikel History

Dikirim: 15 Februari 2024

Revisi: 1 November 2024

Diterima: 29 November 2024



Abstrak

Di era digitalisasi, branding yang kuat menjadi elemen kunci bagi kesuksesan UMKM. Branding yang efektif dapat meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan, dan membedakan produk dari pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses perancangan logo untuk UMKM "CommUnity" dan mengkaji pengaruhnya terhadap pengembangan branding di industri kreatif. "CommUnity" merupakan merk merchandise mahasiswa Ilmu Komunikasi yang mencerminkan semangat persatuan dan jaringan komunikasi yang kuat. Metodologi yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan data yang dikumpulkan dari berbagai literatur dan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo yang efektif dan strategi branding digital yang tepat dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk UMKM.

Kata Kunci: digital branding, logo, UMKM, komunikasi, industri kreatif

Corresponding author.

Alamat E-mail: rangga.gumelar@untirta.ac.id

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



PENDAHULUAN

Branding yang efektif adalah elemen kunci dalam membangun dan mempertahankan kehadiran di pasar, terutama bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Branding yang kuat dapat meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan baru, dan membedakan produk dari pesaing. Salah satu aspek penting dari branding adalah desain logo yang berfungsi sebagai representasi visual dari identitas merek. Logo yang baik harus mampu mencerminkan nilai-nilai inti dari sebuah bisnis dan menarik perhatian audiens targetnya (Hatch & Schultz, 2008).

Dalam konteks UMKM, branding sering kali menjadi tantangan karena keterbatasan sumber daya dan akses ke pengetahuan desain yang mumpuni. Namun, dengan strategi yang tepat, UMKM dapat menciptakan identitas merek yang kuat dan berdaya saing. "CommUnity" sebagai merk merchandise mahasiswa Ilmu Komunikasi adalah contoh yang relevan dalam mengilustrasikan pentingnya perancangan logo dan branding dalam industri kreatif. "CommUnity" mencerminkan semangat persatuan dan jaringan komunikasi yang kuat, yang merupakan nilai inti dari komunitas tersebut (Lutfiyani et al., 2022)

Industri kreatif, yang mencakup berbagai sektor seperti seni, desain, media, dan periklanan, sangat mengandalkan visualisasi yang menarik dan pesan yang kuat untuk berkomunikasi dengan audiensnya (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Oleh karena itu, logo menjadi salah satu alat utama dalam menciptakan kesan pertama yang kuat dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi proses perancangan logo untuk UMKM "CommUnity" dan bagaimana logo tersebut dapat diintegrasikan dalam strategi branding yang lebih luas (Kurniawan et al., n.d.).

Dengan memanfaatkan prinsip-prinsip desain grafis yang efektif, "CommUnity" dapat mengembangkan logo yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga mencerminkan nilai-nilai dan misi bisnis. Penelitian ini akan membahas tahapan perancangan logo, mulai dari konsep awal hingga implementasi, serta mengevaluasi dampaknya terhadap branding dan pemasaran "CommUnity."

Selain itu, penelitian ini akan menyoroti bagaimana logo dapat digunakan dalam berbagai platform pemasaran, baik digital maupun cetak, untuk memperkuat citra merek dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Muslihah et al., n.d.). Melalui studi kasus "CommUnity," diharapkan dapat diperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang praktik terbaik dalam perancangan logo dan pengembangan branding bagi UMKM di industri kreatif.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis data sekunder dari literatur dan studi kasus. Data dikumpulkan dari jurnal, artikel, dan laporan terkait branding dan UMKM. Proses perancangan logo dianalisis menggunakan model desain iteratif, sementara efektivitas strategi branding digital dievaluasi melalui studi kasus dan literatur terkait

PEMBAHASAN

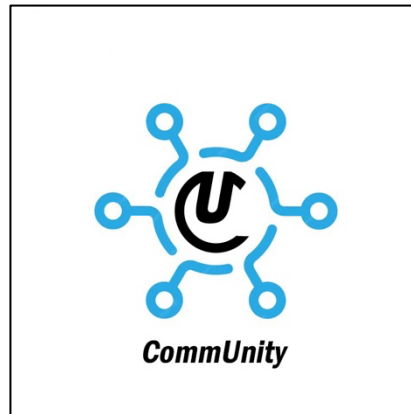
a. Peran Branding dalam Pengembangan UMKM

Branding memainkan peran krusial dalam pengembangan UMKM. Branding yang efektif mampu meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan baru, dan membedakan produk dari pesaing. Dalam konteks UMKM, branding sering kali menjadi tantangan karena keterbatasan sumber daya dan akses ke pengetahuan desain yang mumpuni. Namun, dengan strategi yang tepat, UMKM dapat menciptakan identitas merek yang kuat dan berdaya saing (Kotler et al., 2016).

b. Perancangan Logo untuk UMKM

Saat ini, banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) tidak memahami strategi pemasaran melalui merek atau branding. Branding adalah cara bisnis berkomunikasi dengan pelanggan melalui strategi yang dipikirkan untuk memperkenalkan. Dengan merek yang kuat, Anda akan mendapatkan banyak pelanggan dan memenangkan persaingan bisnis. Sebuah merek terdiri dari fitur yang dikomunikasikan melalui nama atau simbol, yang dapat memengaruhi cara pelanggan memilih produk.

Logo adalah elemen visual utama dalam branding. Logo yang efektif harus sederhana, unik, relevan, dan tahan lama. Kesederhanaan membantu logo mudah dikenali dan diingat, sementara keunikan memastikan bahwa logo tersebut berbeda dari kompetitor. Proses perancangan logo melibatkan beberapa tahapan, yaitu riset awal, konsep desain, pembuatan prototipe, pengujian, dan revisi. Setiap tahapan dievaluasi dan diulang jika diperlukan untuk mencapai desain logo yang optimal. Dalam kasus "CommUnity," logo dirancang melalui pengumpulan informasi tentang audiens target, nilai inti, dan visi merek. Konsep desain kemudian dikembangkan berdasarkan hasil riset, diikuti dengan pembuatan prototipe, pengujian, dan revisi.



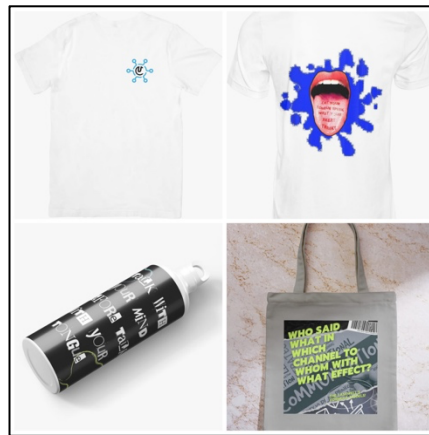
Gambar 1. Logo CommUnity

c. Implementasi Logo dan Design Produk untuk Penguatan Branding

Implementasi logo dalam strategi branding sangat penting. Logo digunakan secara konsisten di berbagai platform pemasaran, baik digital maupun cetak, untuk memperkuat identitas merek dan meningkatkan visibilitas. Konsistensi dalam penggunaan logo dan elemen visual lainnya penting untuk meningkatkan pengenalan merek dan membangun citra yang kuat. Logo "CommUnity" digunakan dalam kampanye pemasaran untuk menarik perhatian audiens dan memperkuat citra merek.

Pada UMKM sendiri, Logo harus dipadukan dengan desain kemasan produk sebagai tampilan atau preview produk, yang biasanya dibuat dalam bentuk desain mockup. Mockup adalah visualisasi sebuah konsep desain selama proses desain dan pengembangan produk. Sebagaimana dinyatakan oleh Keenethics, bentuk mockup adalah gambaran berkualitas setengah atau tinggi yang menggambarkan pilihan warna desain, layout, tipografi, iconography, visual navigasi, dan tampilan umum produk yang didesain. Dengan memberikan preview produk melalui desain mockup ini, tentu akan menjadi daya tarik tersendiri sebagai cara untuk mempromosikan produk dan memberi tahu calon pembeli tentang barang yang dijual. UMKM memiliki akses secara online untuk memperkenalkan produknya ke komunitas yang lebih luas dan mempromosikan produknya. Untuk menyelesaikan masalah ini, solusi yang ditawarkan adalah mengawali dengan pembuatan desain mockup dan logo, sehingga produk dapat dipasarkan secara online untuk bersaing dan meningkatkan nilai jual produk (Penulis & Iskandar, 2023).

Desain Mockup dari produk seperti T-shirt, Tumblr, dan Totebags untuk "CommUnity" mencerminkan identitas merek. Desain T-shirt mencakup elemen visual seperti logo, warna, dan tagline, serta bahan dan kualitas T-shirt. Desain Tumblr dan Totebags juga mencakup elemen desain yang mencerminkan nilai merek dan fungsionalitas produk. Produk-produk ini tidak hanya berfungsi sebagai merchandise tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif dalam memperkuat identitas merek.



Gambar 2. Produk CommUnity Merch

d. Implementasi Strategi Branding Digital

Saatnya memikirkan strategi branding sosial media saat membangun branding yang kuat. Hal ini disebabkan oleh tren yang meningkat dalam penggunaan media sosial baik di pasar domestik maupun internasional. Branding sosial media sangat penting karena pertumbuhan Indonesia yang cepat. Sekitar 70% orang Indonesia adalah pengguna aktif media sosial. Dalam penjualan barang, antara 8 dan 10 orang yang membeli produk biasanya terpengaruh oleh media sosial. Bisa berasal dari iklan, ulasan konsumen, atau testimoninya. Dengan fitur bisnis di media sosial besar seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, penjual dapat lebih mudah menjangkau audiensnya. Kondisi ini memberikan kesempatan yang sangat baik untuk memperkenalkan merek Perusahaan (Usman & Marta, n.d.).

Merupakan bagian dari bidang studi interaksi manusia komputer dan ilmu perencanaan dan desain, user interface mengkaji bagaimana orang-orang dan komputer bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan seseorang dengan cara paling efisien (Thornsby, 2016). User interface adalah cara Anda berinteraksi dengan komputer, smartphone, atau perangkat lunak lainnya. Saat komputer dibuat, para ahli membuat sistem untuk memungkinkan pengguna awam yang tidak terlalu akrab dengan

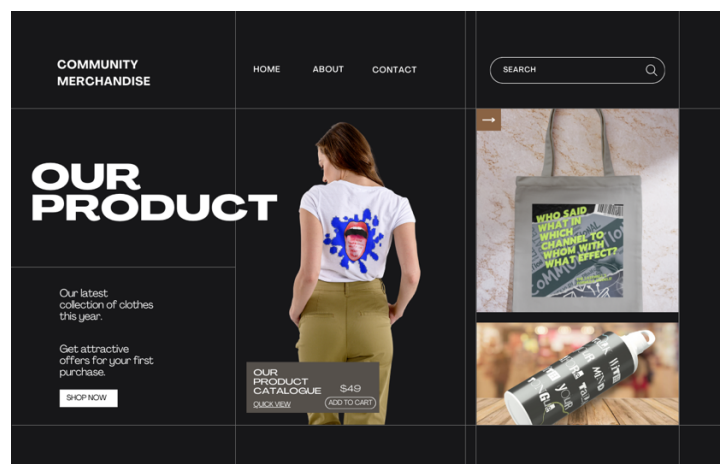
komputer untuk menggunakannya dengan benar. Ini dikenal sebagai desain antarmuka pengguna (UI). Semua komponen UI, termasuk teks, gambar, layout, transisi, dan interaksi kecil, dirancang oleh UI (Mcleod & Schell, 2008).

Desain UI untuk website penjualan dan feed Instagram memainkan peran penting dalam strategi branding digital "CommUnity." Desain ini dirancang untuk menciptakan pengalaman pengguna yang menarik dan konsisten dengan identitas merek (Fadilah & Sweetania, 2023).

Website penjualan "CommUnity" menampilkan elemen visual yang dirancang dengan hati-hati seperti logo, tata letak, warna, dan navigasi yang intuitif. Pada halaman utama, penempatan logo yang strategis dan menu navigasi yang jelas memudahkan pengguna untuk menjelajahi produk yang ditawarkan. Fitur utama mencakup tampilan produk unggulan, deskripsi produk, dan promosi khusus yang dirancang untuk menarik perhatian pengguna. Desain halaman produk menampilkan detail produk, gambar, harga, dan opsi pembelian dengan tata letak yang bersih dan modern, sementara proses checkout dirancang untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian dengan cepat dan efisien.

Selain website, akun Instagram "CommUnity" juga menjadi platform penting untuk meningkatkan brand awareness dan engagement. Desain feed Instagram "CommUnity" mengusung konsep visual yang konsisten, mencakup penggunaan logo, warna, dan gaya visual yang selaras dengan identitas merek. Setiap post dirancang untuk menarik perhatian audiens, dengan konten yang berfokus pada produk terbaru, promosi, dan nilai-nilai merek. Instagram Stories dan Highlights digunakan secara strategis untuk mempromosikan produk, memberikan informasi terbaru, dan berinteraksi langsung dengan audiens.

Berikut adalah visual dari desain UI website dan feed Instagram "CommUnity":



Gambar 3. User Interface Website dan Feeds Instagram

KESIMPULAN

Pengembangan branding UMKM di industri kreatif memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing dan keberhasilan bisnis. Identitas merek yang kuat dan konsisten adalah kunci untuk membedakan UMKM dari pesaing. Elemen-elemen seperti logo, warna, tipografi, dan slogan harus dirancang untuk mencerminkan nilai-nilai inti dan visi perusahaan. Logo merupakan elemen visual utama yang menjadi wajah dari merek. Logo yang efektif harus sederhana, mudah diingat, unik, dan relevan. Proses perancangan logo melibatkan riset, konsep desain, pembuatan prototipe, dan revisi, sangat penting untuk mencapai hasil yang optimal.

Pemanfaatan media digital seperti website, media sosial, dan platform e-commerce sangat penting dalam meningkatkan visibilitas merek. Desain UI/UX yang baik pada website dan konsistensi visual pada media sosial dapat meningkatkan engagement dan pelanggan. Konsistensi dalam penggunaan elemen branding di berbagai platform pemasaran, baik digital maupun cetak, membantu memperkuat identitas merek dan meningkatkan pengenalan merek di kalangan pelanggan. UMKM harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren terbaru dalam desain dan pemasaran digital. Hal ini termasuk memperbarui desain logo, mengembangkan konten kreatif, dan memanfaatkan teknologi baru untuk tetap relevan dan menarik bagi pelanggan.

Evaluasi rutin terhadap efektivitas strategi branding sangat penting. Penggunaan indikator seperti kesadaran merek, engagement audiens, dan feedback pelanggan dapat membantu UMKM menilai keberhasilan kampanye branding dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Pemberdayaan dan pelatihan bagi tim UMKM mengenai branding dan pemasaran digital sangat penting untuk menjaga kualitas dan konsistensi branding. Dengan pengetahuan yang tepat, UMKM dapat lebih efektif dalam mengelola dan mengembangkan strategi branding mereka.

Secara khusus, penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan logo yang efektif dan pengaplikasian branding digital yang tepat dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk UMKM "CommUnity" di industri kreatif. Logo "CommUnity" yang mencerminkan semangat persatuan dan jaringan komunikasi yang kuat mendukung pengembangan branding secara keseluruhan. Implementasi strategi branding digital yang konsisten, melalui website dan media sosial, berhasil meningkatkan kesadaran merek dan engagement dengan audiens. Untuk pengembangan lebih lanjut, disarankan melakukan evaluasi rutin terhadap efektivitas strategi pemasaran digital dan memperbarui desain logo sesuai dengan tren

terbaru. Selain itu, pelatihan tentang digital marketing dan branding bagi anggota tim juga perlu dilakukan untuk menjaga konsistensi dan kualitas branding.

Secara keseluruhan, pengembangan branding yang kuat dan efektif adalah investasi penting bagi UMKM di industri kreatif. Dengan strategi yang tepat, UMKM dapat meningkatkan visibilitas, menarik lebih banyak pelanggan, dan membangun hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: strategy. Implementation, and Practice*.
- Fadilah, R. N., & Sweetania, D. (2023). Perancangan Design Prototype Ui/Ux Aplikasi Reservasi Restoran Dengan Menggunakan Metode Design Thinking. *Jurnal Ilmiah Teknik*, 2(2), 132–146.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (2008). *Taking brand initiative: How companies can align strategy, culture, and identity through corporate branding*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.
- Kurniawan, I., Maulana, Y., Sulthony, M., Mubais, A., Hikmah, N., Putri, V. F., Kurniati, Z., Perangkat, R., Politeknik, L., Jepara, B., Bisnis, A., Politeknik, I., Keuangan, A., & Politeknik, P. (n.d.). *Journal of Information System and Computer ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM DIGITAL BRANDING UMKM BERBASIS WEB DALAM MEMBANTU PROMOSI DAN PEMASARAN PRODUK*. <https://journal.unisnu.ac.id/JISTER/>
- Lutfiyani, I. Q., Hastadi, A. Y., Wahyuningsih, F., Wahyuni, A. T., Fauzi, G. F., Nurfaizah, A., Mustofa, M., Rohimah, T., & Yanuar, R. (2022). Pengembangan umkm melalui optimalisasi branding dan penggunaan media digital di desa sindangbarang, kabupaten cilacap. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 4(1), 70–84.
- Muslihah, I., Rokhmah, S., & Agtrisa Ramadhani, R. (n.d.). *PELATIHAN PENGGUNAAN WEBSITE AL IHSAN STORE BAGI KARYAWAN*. www.alihsan-store.com
- Penulis, N., & Iskandar, J. (2023). *Pelatihan Desain Mockup dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM di Desa Rejotangan Kabupaten Tulungagung Corresponding Author*. 1(8). <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/index>
- Thornsby, J. (2016). *Android UI design: Plan, design, and build engaging user interfaces for your Android applications*. Packt.
- Usman, R., & Marta, W. (n.d.). *EFEKTIVITAS PERANCANGAN STRATEGI SOCIAL MEDIA BRANDING SEBAGAI PROMOSI DALAM PENINGKATAN PENJUALAN CAFÉ TIRTASARI, PAUH, KOTA PADANG* (Vol. 1, Issue 2). <https://rcf-indonesia.org/jurnal/index.php/bangsa>