

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Logo merupakan simbol yang mewakili sosok, wajah, dan eksistensi suatu perusahaan atau produk perusahaan (Kusrianto, 2006, hal 46). Selain membangun citra perusahaan, logo juga seringkali dipergunakan untuk membangun spirit secara internal di antara komponen yang ada dalam perusahaan tersebut. Sebuah logo yang baik dan berhasil akan dapat menimbulkan sugesti yang kuat, membangun kepercayaan, rasa memiliki, dan menjaga *image* perusahaan pemilik logo itu.

Berdasarkan observasi tentang pentingnya sebuah logo dalam perusahaan di kota Semarang dan Cafe Wedangan Anglo Semarang 10 Mei 2021, menyimpulkan bahwa Cafe Wedangan Anglo Semarang belum memiliki logo perusahaan. Perusahaan ini bergerak dalam bidang jasa makanan siap saji: makanan lokal, interlokal, minuman, dan lain-lain. Sejak berdirinya Cafe ini tahun 2021 sampai sekarang, hanya menampilkan tulisan nama perusahaan pada semua *corporate identity*, produk dan hasil karyanya yang belum dianggap sebagai logo, karena dari bentuk huruf, posisi, warna tulisan yang selalu berbeda. Dilihat dari perekonomian dan kemajuan Cafe Wedangan Anglo Semarang adalah sebuah cafe kelas menengah yang ingin maju ke cafe kelas atas. Alasan Cafe Wedangan Anglo Semarang belum memiliki logo adalah karena pembuatan konsep logo dan desain logo saat ini yang relatif mahal.

Adapun beberapa masalah-masalah yang terjadi pada Cafe Wedangan Anglo Semarang karena belum memiliki logo, seperti target marketing sebuah perusahaan yang sedang bergerak dalam bidang tertentu, persaingan antar usaha dengan cafe lainnya yang sudah menggunakan logo sebagai identity dan untuk menunjukkan adanya bahwa Cafe Wedangan Anglo Semarang hanya ada satu di Semarang

## 1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ingin dicapai, maka batasan masalah yang akan di bahas meliputi : perancangan cooperative identity Café Wedangan Anglo.

## 1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penerapan konsep logo Wedangan Anglo Semarang?
2. Bagaimana mengaplikasikan hasil perancangan logo Cafe Wedangan Anglo Semarang ?



## 1.4 Tujuan dan Manfaat

Beberapa tujuan perancangan ini dilakukan adalah:

1. Menerapkan teknik perancangan logo dengan menggabungkan metode *logotype* dan *logogram*
2. Mengaplikasikan hasil pembuatan logo ke dalam *corporate identity* sehingga Cafe Wedangan Anglo Semarang memiliki logo tetap.

Manfaat yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui masalah dan kendala serta solusi yang tepat untuk merancang logo
2. Mengetahui kelebihan dari konsep dan metode *logotype* dan *logogram* dibandingkan dengan konsep dan metode lainnya

## 1.5 Telaah Pustaka

Salah satu cara penyusunan proposal skripsi ini, berusaha melakukan penelitian lebih awal terhadap pustaka yang ada berupa karya-karya skripsi maupun jurnal terdahulu yang memiliki relevansi terhadap topik yang diteliti oleh penulis. Tujuan dari telaah pustaka ini adalah untuk memaparkan perbedaan antara penelitian satu dengan penelitian lainnya, agar kebenaran penelitian dapat dipertanggung jawabkan serta terhindar dari unsur *plagiasi*. Hasil penelusuran penyusun selama ini, ditemukan beberapa karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi maupun jurnal yang berkaitan dengan topik yang dibahas oleh penyusun. Berikut adalah karya ilmiah terdahulu yang terkait dengan penelitian penyusun :

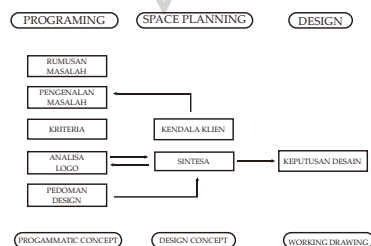
Jurnal Taufik Raharja 2017, *Perancangan Corporate Identity Arstudio Di Bandung*. Buku jurnal ini berisi tentang salah satu perancangan logo suatu brand yang. Perancangan meliputi logo dan pengaplikasian pada berbagai media seperti media promosi, stationery, merchandise, dan sebagainya. Perancangan corporate identity ini akan berupa logo dan graphic standard manual, yang kemudian diaplikasikan pada beberapa media, seperti media promosi, merchandise, dan portofolio karya Arstudio.

Jurnal media pembelajaran yang ditulis Okky Putri, Petrus Gogor Bangsa, Martien 2019. *PERANCANGAN LOGO BAKSO PERDANA DAN MEDIA PENDUKUNG*. Jurnal ini menjelaskan tentang pembuatan logo kreatif sebagai salah satu media untuk membuat target audience semakin naik. Perancangan logo Bakso Perdana yang dibuat menjadi solusi dari permasalahan yang ada. Memperkenalkan logo yang dibuat dengan mengemas secara menarik menggunakan gabungan dari logogram yang di perkuat dengan logotype

Berdasarkan telaah pustaka yang diperoleh, penulis mendapatkan penguatan informasi dan landasan teori yang digunakan didalam perancangan sebuah Logo brand. Dari telaah pustaka ini penulis mulai terbuka wawasannya berkaitan dengan tema yang diusung oleh penulis seperti pentingnya suatu logo dalam perusahaan menengah ke atas. Sehingga berdasarkan telaah pustaka ini dapat dijadikan pedoman bagi penulis untuk proses selanjutnya didalam perancangan logo untuk cooperative Café Wedangan Anglo Semarang.

### 1.6 Kerangka Pikir

Perancangan yang akan dilakukan oleh penulis adalah sebuah perancangan Logo Cooperative Identity café Wedangan Anglo Semarang, dengan maksud untuk menunjang keberhasilan pemasaran café Wedangan Anglo menarik pelanggan sebanyak-banyaknya. Perancangan Logo tertuju pada café Wedangan Anglo Semarang yang beralamat di JL.Sendangmulyo No. 19 Semarang yang dilakukan penulis juga memiliki alasan, yaitu untuk meningkatkan omset penjualan, menaikkan citra *brand image* café Wedangan Anglo , serta memberikan informasi kepada masyarakat tentang keberadaan salah satu café modern yang ada di Kawasan Semarang.



(Sumber : Wibowo, 2021)

Penulis akan membahas desain sebuah logo cooperative, inovatif, dan efektif sebagai sarana mempromosikan jasa atau produk yang sekaligus menambah citra *brand image* Wedangan Anglo, langkah selanjutnya mengambil pemikiran yang efektif sebagai penunjang kegiatan berpromosi. Adapun pola pikir perancangan sebagai berikut.

Berdasarkan bagan model perancangan tersebut menjadikan dasar penulis untuk mengembangkan menjadi kerangka berfikir dengan memodifikasi model perancangan. Perancangan Logo ini dimulai dengan menguraikan latar belakang masalah yang dihadapi dalam hal ini memunculkan masalah yaitu tidak adanya Logo pada usaha menengah di bidang jasa makanan Café Wedangan Anglo.

Selanjutnya mulai diidentifikasi masalah yang sudah diuraikan didalam latar belakang untuk mencari solusinya dengan melakukan observasi dan wawancara. Observasi ini langsung mendatangi objek yang dituju yaitu Café Wedangan Anglo. Setelah analisa dapat terpecahkan proses selanjutnya yaitu melakukan konsep perancangan

Pada konsep perancangan ini mulai berfikir kreatif untuk menghasilkan sebuah karya yang diharapkan yaitu Logo Cooperative. Setelah itu analisi sebuah logo desain dengan menggabungkan ciri khas yang ada di Café Wedangan Anglo. Setelah penentuan perancangan didapatkan proses selanjutnya yaitu melakukan proses perancangan atau keputusan desain dengan pengaplikasian ke dalam Corel

## **1.7 Metodologi Perancangan**

Metodologi perancangan yaitu proses dalam sebuah rancangan baik itu desain maupun suatu pekerjaan, meliputi pengumpulan data, analisis, sintesis konsep, drawing. Dalam perancangan data dan fakta merupakan suatu hal yang menjadi dasar atau sumber ide dalam perancangan

### **1.7.1 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Sebelum melakukan penelitian, seorang

peneliti biasanya telah memiliki dugaan berdasarkan teori yang ia gunakan, dugaan tersebut disebut dengan hipotesis. Untuk membuktikan hipotesis secara empiris, seorang peneliti membutuhkan pengumpulan data untuk diteliti secara lebih mendalam.

Proses pengumpulan data ditentukan oleh variabel-variabel yang ada dalam hipotesis. Pengumpulan data dilakukan terhadap sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Data adalah sesuatu yang belum memiliki arti bagi penerimanya dan masih membutuhkan adanya suatu pengolahan. Data bisa memiliki berbagai wujud, mulai dari gambar, suara, huruf, angka, bahasa, simbol, bahkan keadaan. Semua hal tersebut dapat disebut sebagai data asalkan dapat kita gunakan sebagai bahan, obyek, maupun konsep.

#### **1.7.1.1 Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh dan didapatkan secara langsung oleh penulis dan subjek, sumber dan objek penelitian. Metode pengumpulan data primer sebagai berikut ini :

##### **1) Observasi Terstruktur**

Observasi merupakan sebuah cara yang dilakukan seorang peneliti dalam melakukan pengumpulan data secara pribadi dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian secara langsung untuk mengetahui sebuah perilaku kejadian dan makna yang terdapat pada sebuah objek (Moleong, 2007:175)

Observasi yang dilakukan seorang peneliti dalam pengumpulan data dan informasi sebanyak mungkin dari sebuah objek yang sedang diteliti. Kegiatan observasi ini akan dilakukan dengan membuat daftar yang berisikan kategori dan faktor-faktor yang perlu untuk diperhatikan dalam perancangan logo Wedangan Anglo. Format pencatatan data dibuat secara terstruktur dan lebih spesifik.

##### **2) Wawancara**

Wawancara yaitu sebuah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab antara peneliti dengan seorang informan atau narasumber. Perkembangan teknologi kami manfaatkan untuk melakukan kegiatan wawancara

dilakukan dengan media tertentu seperti video call, email, telepon. Kegiatan wawancara peneliti menggunakan sebuah teknik wawancara yang terstruktur dengan menggunakan berbagai instrument. Peneliti dalam melakukan pengumpulan data melalui wawancara dilakukan dengan mewawancarai pemilik cafe tersebut yaitu Ridho Lugas Hakim. Hasil wawancara digunakan sebagai sumber data dalam perancangan Logo.

### **1.7.1.2 Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dan didapatkan secara tidak langsung oleh penulis yang diperoleh dalam bentuk data yang tersedia atau telah ada. Metode pengumpulan data sekunder sebagai berikut ini :

#### **1) Studi Dokumentasi**

Studi dokumentasi yaitu metode dalam mengumpulkan data dengan menggunakan berbagai macam dokumen yang ada untuk digunakan sebagai bahan analisis. Dokumen sebagai sumber data banyak dimanfaatkan oleh para peneliti, terutama untuk menguji, menafsirkan dan memprediksi. Menurut Moleong (2007;217) memberikan alasan-alasan kenapa studi dokumen berguna bagi penelitian kualitatif, berikut ini alasan-alasannya :

- a) Sebagai sumber yang stabil, kaya dan mendorong.
- b) Berguna sebagai bukti untuk suatu pengujian.
- c) Berguna dan sesuai karena sifatnya yang alamiah, sesuai dengan konteks, lahir dan berada dalam konteks.
- d) Relative murah dan tidak sukar ditemukan, hanya membutuhkan waktu.

Hasil pengkajian isi akan membuka kesempatan untuk lebih memperluas tubuh pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.

Studi dokumen yaitu pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Kredibilitas hasil penelitian kualitatif ini semakin tinggi jika melibatkan studi dokumen dalam metode penelitian kualitatifnya (Sugiyono, 2005; 83). Lanjutnya menurut Sugiyono (2005; 82) yaitu jenis-jenis dokumenter yang berbentuk tulisan, gambar, dan karya

- Bentuk tulisan contohnya catatan harian, life histories, cerita, biografi,

peraturan, kebijakan dll.

- Bentuk karya contohnya karya seni berupa patung, film, tari tarian, gambar foto grafi, music, dll.

### 1.7.2 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (1997:20), analisis *SWOT* adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.

Analisis *SWOT* yaitu membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunities*), ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strengths*), dan kelemahan (*Weaknesses*). Analisis ini dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (re- evaluasi) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan risiko yang mungkin timbul. Langkah awal dengan mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil.

Dalam analisis faktor internal dan eksternal terdapat aspek yang akan menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam sebuah perusahaan antara lain :

- 1) Kekuatan (*Strength*): merupakan faktor yang mendasar seperti kemampuan manufaktur, pemasaran, yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan dengan *competitor* lainnya.
- 2) Kelemahan (*Weakness*): merupakan kondisi perusahaan untuk menghadapi *competitor* mempunyai kekurangan dan kemampuan untuk menguasai pasar.
- 3) Peluang (*Opportunities*): merupakan keadaan yang menguntungkan bagi suatu perusahaan.
- 4) Ancaman (*Thearts*): merupakan tantangan yang dapat menyebabkan



turunnya kedudukan suatu perusahaan.

Dalam hal ini proses perancangan media promosi perlu adanya analisis obyek yaitu Wedagan Anglo, agar dapat mengetahui dan membandingkan apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari Café Wedangan Anglo sehingga nantinya dapat dijadikan sebagai acuan untuk konsep perancangan Logo Cafe Wedangan Anglo yang akan dibuat dengan menggunakan analisis SWOT

### **1.7.3 Metode Explosing**

Metode explosing yaitu mencari inspirasi dengan berpikir secara kritis untuk menghasilkan suatu desain yang belum pernah diciptakan. Tujuannya yaitu hasil akhir desain ilustrasi yang akan dibuat bersifat original dan beda dengan yang lainnya. Ketika mencari inspirasi atau ide untuk membuat konsep kreatif, kegiatan ini bisa dilakukan dengan cara mencari referensi dari beberapa sumber platform media.

Penentuan komposisi secara visual, ukuran elemen, dan pemeliharaan unsur- unsur visual untuk membuat konsep kreatif akan berpengaruh dengan kegiatan perncangan yang dilakukan. Kegiatan brainstorming dalam kegiatan explosing dibutuhkan untuk memecahkan suatu masalah perancangan. Kabut pikiran atau ketidak beraturan pikiran didalam penentuan ide atau konsep terkadang menghasilkan pengetahuan konsep ide kreatif, pengembangan ide yang didapat dari kabut pikirann atau ketidak beraturan pikiran bisa dilakukan melalui proses brainstorming. Sehingga terbentuk konsep ide kreatif yang belum pernah diciptakan.

Penggabungan dari beberapa unsur visual yang berbeda, pengembangan hasil perancangan yang sudah ada, peka dan objektif terhadap kondisi menjadi salah satu dari langkah langkah dalam mencari sebuah ide agar terbentuk konsep kreatif yang dapat menghasilkan sebuah desain perancangan yang belum pernah dibuat.

### **1.7.4 Metode Trendspotting**

Metode trendspotting diri merupakan desain dengan cara membuat suatu desain berdasarkan tren yang sedang berkembang saat itu. Memilah-milah permasalahan menjadi komponen atau bagian-bagian yang dapat ditelaah secara logis dan analitis dengan menggabungkan trend yang berada saat ini. Berdasarkan komponen-komponen yang dihasilkan oleh telaah tersebut maka keputusan akhir diambil secara intuitif.

Pendekatan Trandpotting yang dinilai sangat signifikan dalam memecahkan masalah komunikasi visual. Konsep ini senantiasa mengedepankan keterampilan sebagai dengan mengikuti zaman. Cara ini tidak terlaui mempermasalahkan factor eksternal selain yang dikuasai. Trandspotting tujuannya hanya satu yaitu mencari keunikan dan keindahan dengan model atau trend terupdate. TrandsPotting merupakan gabungan proses berfikir kreatif yang mengawinkan pendekatan tradisional dengan mengedepankan keterampilan sebagai panglimanya yang dibuat pendekatan modern dengan acuan analisis, sintesis an evaluasi sebagai hasil akhirnya.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan laporan penelitian ini dibagi dalam beberapa bab, sebagaiberikut:

### **Bab 1 Pendahuluan**

Bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, batasan masalah atau ruang lingkup, dan sistematika penulisan.

### **Bab 2 Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi tentang penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan pada perusahaan lain yang mengalami kendala dan masalah yang sama dengan Cafe Wedangan Anglo Semarang, dan teori yang terkait penelitian yang dilakukan meliputi teori desain grafis, logo, tipografi serta *corporate identity*

### **Bab 3 Konsep dan Perancangan**

Bab ini menjelaskan metode *logotype*, *logogram*, gabungan metode *logotype*

dan *logogram* dan perancangan gabungan *logotype* dan *logogram* yang meliputi : konsep, sketsa, perancangan, bentuk, gambar, tulisan, warna dan menampilkan *corporate identity* yang ada di Cafe Wedangan Anglo Semarang, yaitu: spanduk, *neon box*, kartu nama, kaos, buku nota, stiker.

#### **Bab 4 Implementasi dan Kajian**

Bab ini memuat hasil perancangan logo, analisa desain logo: bentuk, huruf, tulisan, warna, ukuran, dan hasil pengaplikasian logo dalam *corporate identity* serta pembahasannya masing-masing.

#### **Bab 5 Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi kesimpulan berdasarkan hasil perancangan logo Cafe Wedangan Anglo Semarang dan pembahasan. Sedangkan saran merupakan saran pengembangan yang berisi pertimbangan untuk kelanjutan atau pengembangan selanjutnya

