Perancangan Dan Implementasi Desain Logo Di Teknokasi Menggunakan MDLC

Tony Wibowo[1], **Julia Veronica**[2]
Universitas Internasional Batam
Email: tony.wibowo@uib.ac.id, 1931154.julia@uib.edu

Abstrak

Perkembangan bisnis yang sangat luas dan pesat di seluruh dunia sehingga membuat bisnis berahli melalui online. Namun, karena perkembangan teknologi yang pesat, munculnya startup dan usaha baru setiap harinya, sangat penting bagi setiap bisnis untuk memiliki identitas korporat dalam memudahkan merek dikenali oleh pelanggan potensial. Teknokasi adalah salah satu usaha baru di bidang pemrograman yang baru diluncurkan baru-baru ini serta perlu memiliki traksi dan kesadaran merek yang lebih baik. Oleh karena itu, proyek ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan logo untuk Teknokasi. Proyek ini dikembangkan menggunakan metodologi Multimedia Development Life Cycle (MDLC) dan software Adobe Photoshop CS6. Logo terakhir dirancang dan diimplementasikan pada alat branding Teknokasi, seperti sosial media, brosur, kartu nama, dokumen dan banner. Penulis juga memberikan rekomendasi berupa panduan untuk menjaga merek dan standar perusahaan.

Abstract

The vast and rapid development of business throughout the world make businesses need to take off to online. However, due to rise of disruptive technology, startup and new ventures that practically launches every day, it is imperative for every business to have a corporate identity to ease the brand to be recognized by potential customer. Teknokasi is one of new venture based on programming bootcamp that launched recently and need to have a better traction and brand awareness. This project aims to design and implement logo for Teknokasi. This project were developed using Multimedia Development Life Cycle (MDLC) methodology and Adobe Photoshop CS6. The final logo designed and implemented in Teknokasi's branding tools, such as social media, brochure, business card, documents, and banner. We also provide recommendation in forms of a guide for maintaining the brand and the company's standards.

Keywords: *design logo, startup, MDLC methods.*

Pendahuluan

Seiring berkembangnya teknologi menyebabkan hampir seluruh aktivitas di dunia melalui online. Teknologi membantu manusia relasi dengan pelanggan melalui merek. Sebagai kebutuhan promosi dan daya tarik, merek produk dikemas dengan baik untuk memberi gambaran atau citra positif kepada perusahaan. Salah satunya adalah bagaimana merek dapat diingat oleh konsumen (Wardah Tristyningsih &

Prabowo, 2021). Hal ini menyebabkan pesaingan antar pelaku usaha ketat dari segi aktivitas ekonomi dan memasarkan barang yang sama. Namun, dengan menerapkan merek para pengusaha dapat membedakan dan perkenalkan produknya ke calon konsumen

(Christianingrum et al., 2021). Oleh karena itu, dalam dunia bisnis merek menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan.

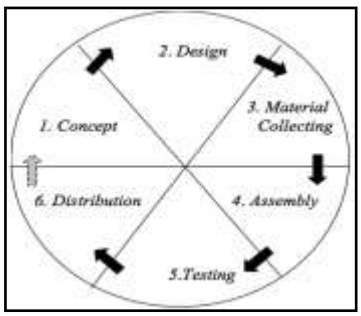
Suatu merek menggambarkan sikap pelanggan menaruh harapan terhadap produk yang ditawarkan. Produk yang ditawarkan mampu membedakan nilai dengan para pesaing dan dapat berupa barang maupun jasa. Sebelum merek dipublikasikan kepada masyarakat, perusahaan terlebih dahulu menyusun merek seperti logo, *tagline*, pesan dalam merek itu sendiri, dan lain-lain (Wardah Tristyningsih & Prabowo, 2021). Tujuan dari penelitian "Perancangan dan Implementasi Desain Logo di Teknokasi Menggunakan MDLC" adalah mempraktekkan ilmu yang diperoleh untuk membantu masyarakat, menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktek, dan untuk memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mendapatkan pengelaman kerja nyata.

Masalah

Multimedia adalah kombinasi beberapa media seperti teks, grafik, animasi, gambar, video, dan suara untuk menyajikan informasi (Ariani & Festiyed, 2019). Salah satu bagian dari multimedia adalah desain. Desain menjadi pendukung untuk menarik perhatian target market dalam dunia penasaran. Hal ini mempengaruhi keputusan customer dalam membeli produk. Dengan kemajuan teknologi dan sangat berpengaruh dalam industri 4.0, desain produk juga meningkat, yaitu logo. Logo memiliki peran penting karena customer dapat mengenali suatu produk dan mengkaitkannya dengan kondisi tertentu (Agustina et al., 2021). Oleh karena itu, penulis mengambil studi kasus startup Teknokasi. Penelitian (Foroudi, 2019), membahas pentingnya merek dalam sebuah perusahaan. Penyebaran nama dan logo (huruf, desain, dan warna) merek mempengaruhi sikap konsumen. Merek berperan penting bagi perusahaan untuk membedakan diri dari pesaing. Reputasi perusahaan seperti logo, merek dan sikap konsumen berpengaruh pada perusahaan. Maka dari itu, penulis memilih desain logo yang akan disesuaikan dengan visi misi perusahaan. Penelitian (Kim & Lim, 2019), membahas visual logo dapat membantu perusahaan dalam mengkomunikasikan merek mereka dan menarik perhatian konsumen. Metode yang digunakan adalah studi literatur. Sebelum membuat logo, diperlukan studi literatur seperti fondasi dasar dalam mendesain sebuah logo, elements, outcomes kegunaan logo, dan software yang akan digunakan ketika desain. Setelah logo selesai, dibuatkan panduan mengelola logo untuk bisnis. Dari penelitian ini penulis menggunakan metode studi literatur dan membuat panduan kepada mitra. Penelitian (Marques da Rosa et al., 2019), membahas bentuk dan warna secara bersama-sama berdampak pada kemasan produk dan harapan konsumen. Warna mempengaruhi asosiasi rasa, sedangkan bentuk hanya memengaruhi penilaian rasa manis yang diharapkan. Dari warna dapat membuat konsumen kesedian untuk membeli atau kesediaan untuk membayar. Berdasarkan penelitian ini penulis mempelajari bentuk yang akan digunakan sebagai element logo dan warna yang sesuai dengan visi misi perusahaan. Pembuatan logo dilakukan agar produk dapat tersampaikan kepada masyarakat. Tujuannya untuk memberikan sebuah merek baru terhadap perusahaan, memberikan value lebih terhadap suatu merek dengan konsep baru agar merek yang diciptakan mempunyai pembeda dengan yang lain demi terciptanya hubungan emosional dengan calon konsumen. Konsep desain yang digunakan adalah desain simple dan modern agar tercipta suasana baru di startup Teknokasi. Kedepannya dengan adanya pembaharuan dari konsep desain ini diharapkan mampu merubah mindset market tentang startup Teknokasi.

Metode

Metodologi yang digunakan dalam mendesain logo adalah MDLC. MDLC (Multimedia Development Life Cycle) merupakan model pengembangan multimedia. Ketika eksekusi, keenam tahap tersebut tidak harus berurutan. Namun, tahap konsep tetap paling pertama kali dieksekusi (Setiawan et al., 2021). Berikut penjelasan tahapan MDLC yang diterapkan penulis dalam mendesain logo.



Gambar 1 Model MDLC LifeCycle
Sumber (Afriansyah, 2018)

A. Concept

Tahap ini menentukan tujuan dari rancangan dan menetukan target yang dituju (Harun & Fitria, 2020). Dalam mendesain logo untuk Startup Teknokasi, beberapa konsep yang dilakukan dengan menentukan permasalahan, tujuan dan manfaat. Penulis melakukan studi literatur berupa pengumpulan dokumen-dokumen.

B. Design

Tahap ini merupakan kegiatan untuk merencanakan dan merancang kreatifitas yang dapat menyelesaikan suatu masalah dan berguna bagi pengguna (Harun & Fitria, 2020). Dari informasi yang didapatkan, penulis akan membahas desain logo yang sesuai untuk permasalahan yang sedang dihadapi oleh mitra. Penulis akan melakukan sketsa desain logo menggunakan alat dan bahan seperti kertas HVS dan pensil 2B. Perancangan desain yang akan diimplementasi adalah template postingan sosial media, banner, brosur, documen, dan kartu nama.

C. Material Collecting

Tahap dimana penulis akan melakukan pengumpulan data ataupun bahan berdasarkan kebutuhan dalam perancangan (Harun & Fitria, 2020). Penulis mencari referensi logo yang berkaitan dengan visi misi perusahaan dan filosofi seperti warna, bangun datar, gaya tulisan yang akan digunakan dalam mendesain logo. Dalam material collecting, penulis melakukan secara berbarengan dengan tahap desain.

D. Assembly

Tahap dimana bahan multimedia dibuat sesuai tahap desain (Harun & Fitria, 2020). Pembuatan logo berdasarkan hasil desain. Rancangan yang sudah dibuat akan diimplementasikan menjadi desain yang secara keseluruhan. Penulis akan membuat outline dengan melakukan tracing mengikuti sketsa dari hasil scan. Kemudian melakukan fill color berdasarkan material collecting. Setelah itu, logo akan diexport dengan format .png dapat dilihat pada gambar 2 dan gambar 3.

E. Testing

Tahap ini akan dilakukan apabila tahap assembly telah selesai (Harun & Fitria, 2020). Logo yang telah diexport menjadi .png akan dicobakan ke template yang sudah ada. Contohnya adalah postingan sosial media, banner, brosur, documen, dan kartu nama. Tujuannya untuk memastikan contras warna logo tidak bentrok dengan background template.

F. Distribution

Tahap dimana media yang sudah dirancang akan dipublikasikan (Harun & Fitria, 2020). File logo akan disimpan dalam google drive. Tujuannya apabila sewaktu-waktu client ingin menggunakannya tinggal akses dan dipakai. Selain itu, pada tahap ini client akan menggunakan logo yang sudah diuji coba ke dalam template secara legal. Pelaksanaan pembuatan desain logo dilakukan dari tanggal 28 Februari sampai 15 April 2022. Setelah selesai, penulis membuat laporan sebagai bukti pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa salah satu syarat kelulusan mata kuliah kerja praktik.

Berikut terlampir jadwal pelaksanaan penulis.

Tahapan.	**Jadwal**	**Aktivitas / Kegiatan**
Persiapan.	Februari	Mengumpulkan informasi seperti data dan bahan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra.
Pelaksanaan.	Maret	Memberi solusi kepada mitra berupa sketsa. Setelah itu, Merencanakan dan merancang desain logo. Penulis juga melakukan konsultasi kepada dosen pembimbing dan mitra apakah logo perlu revisi logo atau tidak. Selain itu, juga melakukan follow up agar tidak miss communication.
Implementasi.	April	Sebelum logo digunakan secara legal, penulis menerapkan ke beberapa template yang sudah disediakan mitra. Setelah sesuai, maka logo tersebut sudah dapat digunakan secara legal oleh mitra.
Laporan dan Penilaian	April – Juni	Membuat laporan dan melaporkan hasil kegiatan kepada dosen pembimbing.

Tabel 1 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisa anggota Teknokasi, logo yang sebelumnya kelihatan kaku dan belum memiliki filosofi yang terkait visi dan misi startup. Oleh karena itu, penulis mengambil desain logo. Dalam proses desain logo, penulis melakukan research dan sketsa beberapa logo. Hasil dari logo yang di sketsa penulis meminta masukan dan voting dikarenakan logo tersebut akan dipakai dalam waktu jangka panjang. Berikut terlampir hasil sketsa penulis.

Gambar 2 Sketsa logo

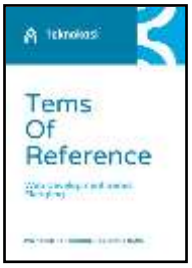
Logo tersebut menggunakan ikon abstrak yang berupa kubik dibagian atas dan dua trapesium sebagai penopangnya. Kubik memiliki arti yang dianggap sebagai pikiran rasional manusia sebagai simbol kelengkapan, solidaritas, dan daya tahan. Dapat diartikan juga sebagai stabilitas dan keseimbangan dalam pikiran manusia. Demi terwujudnya, Teknokasi membentuk komunitas antara alumni dan mentor untuk membangun solidaritas. Kelengkapan mewakili metode belajar seperti MOOC, pembelajaran hybrid, dan sharing session berupa webinar, podcast maupun mini class. Daya tahan untuk menunjukkan keahlian siswa dalam memecahkan masalah dunia nyata baik secara individu maupun kelompok. Trapesium melambangkan fondasi yang memperkuat kubik, yaitu pikiran rasional. Warna yang digunakan adalah eggshell blue (bayangan dari warna cyan) melambangkan rasa damai dan pengertian dan midnight express meningkatkan kekuatan,

keandalan, keberanian, dan stabilitas. Jenis typography yang digunakan adalah sans-serif. Nama font yang digunakan rajdhani yang melambangkan playful. Seluruh logo ini menjadi satu kesatuan yang pada akhirnya mencerminkan pikiran rasional, keuletan, kedisiplinan, dan keberanian. Sehingga menjadi nilai dari Teknokasi. Implementasi logo dirancang sesuai berdasarkan studi literatur yang telah dikumpulkan dan sketsa. Logo yang didesain berupa responsive terdiri dari kombinasi (horizontal primary logo), single color (putih) dan logo gambar (brandmark open). Logo kombinasi merupakan logo utama Teknokasi dan dapat dilampirkan pada halaman belakang kartu nama, postingan feed sosial media dan dokumen. Logo kombinasi memiliki dua elemen yang terdiri dari simbol dan logotype. Sedangkan logo brandmark open adalah logo yang didesain hanya menggunakan simbol atau gambar sebagai perwakilan merek atau perusahaan. Dapat digunakan pada favicon website, brosur, banner, postingan feed sosial media dan halaman depan kartu nama. Oleh karena itu, setelah pembuatan logo selesai penulis mengexport dalam bentuk .png dapat dilihat pada gambar 3 dan gambar 4.

Gambar 3 Horizontal Logo

Gambar 4 Brandmark Logo

Setelah logo selesai, penulis melakukan percobaan di template yang sudah ada. Template tersebut adalah postingan sosial media, banner, brosur, dokumen, dan kartu nama. Berikut terlampir hasil implementasi logo.



Gambar 5 Dokumen

Gambar 6 Kartu Nama Bagian Depan

Gambar 7 Kartu Nama Bagian Belakang

Gambar 8 Brosur

Gambar 9 Postingan Sosial Media

Untuk menciptakan warna yang menarik, maka perlu membuat color palette. Warna tersebut akan digunakan dalam pembuatan konten dan grid instagram. Pilihan color palette adalah seperti berikut.

Nama	Kode Hexadesimal
Rich black fogra 29	#00171F
Prussian blue	#003459
Celadon blue	#007EA7
Cerulean Crayola	#00A7E1
White	#FFFFFF

Tabel 2 Color Palette

Panduan diatas menjelaskan bagaimana perusahaan maupun merek mencitrakan diri melalui logo, pemilihan font, warna dan typography. Panduan merek dapat sebagai pedoman atau referensi untuk menjaga konsistensi brand maupun perusahaan. Logo yang telah dibuat penulis telah upload di google drive mitra. Tujuannya sewaktu-waktu mitra ingin menggunakan bisa akses file .png maupun mentahan adobe photoshop cs6. Berikut terlampir foto implementasi bersama mitra melalui google meet.

Gambar 10 Foto Implementasi Desain Logo di Startup Teknokasi

Ucapan Terima Kasih

Berikut penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

1. Tuhan yang Maha Esa yaitu Yesus Kristus sebagai kepercayaan penulis, atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
2. Kedua orang tua, yang senantiasa memberi dukungan kepada penulis.
3. Bapak Dr. Iskandar Itan, S.E., MM., selaku Rektor, Universitas Internasional Batam.
4. Bapak Dr Hendi Sama selaku Dekan Falkultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam.
5. Bapak Tony Wibowo, S.Kom., MMSI, selaku ketua program studi sistem informasi, Universitas Internasional Batam dan juga berperan sebagai dosen pembimbing yang selalu membimbing dan meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dan pembuatan laporan.
6. Teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Simpulan

Penulis mengambil jalur MBKM Kewirausahaan dimana menjadikan startup Teknokasi sebagai pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Selain itu, sebagai salah satu kewajiban penulis untuk menyelesaikan mata kuliah kerja praktek, Universitas Internasional Batam. Startup Teknokasi sendiri berdiri pada 9 Mei 2021 yang bergerak di industri edukasi dan teknologi. Terbentuknya adalah untuk mengatasi permasalahan bagi yang bingung dan tidak tahu ingin memulai karir IT dan meningkatkan kemampuan IT.

Pembuatan desain logo terhadap mitra menggunakan metodologi MDLC. MDLC memiliki enam tahapan, yaitu concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution. Pembuatan desain sendiri dimulai menggunakan sketch dengan bantuan kertas HVS dan pensil 2B. Setelah itu, diimplementasi menggunakan software adobe photoshop cs6 dan meminta voting anggota Teknokasi. Melalui keenam tahapan ini terbentuklah desain logo yang resmi digunakan oleh mitra.

Daftar Pustaka

Afriansyah, A. (2018). Rancang Bangun Media Pembelajaran CorelDraw Berbasis Multimedia. *Jurnal TIPS : Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer Politeknik Sekayu*, *8*(1), 38–45.

Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDARITAS*, *4*(1), 69–76.

Ariani, R., & Festiyed, F. (2019). Analisis Landasan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Pendidikan dalam Pengembangan Multimedia Interaktif. *Jurnal Penelitian Pembelajaran Fisika*, *5*(2), 155–162.

Christianingrum, Saputra, D., Yusuf, & Ulyana, D. (2021). Pelatihan Pembuatan Design Logo Sebagai Upaya Menanamkan Kesadaran Merek Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Air Itam. *Ikraith - Abdimas*, *4*(1), 74–80.

Foroudi, P. (2019). Influence of brand signature, brand awareness, brand attitude, brand reputation on hotel industry's brand performance. In *International Journal of Hospitality Management* (Vol. 76). https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.05.016

Harun, G. J., & Fitria, Y. (2020). Desain Multimedia Interaktif Berbantuan Software Adobe Flash CS6 untuk Siswa Kelas V SD. *Inovasi Pembelajaran SD*, *8*(8), 236–247. http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pgsd/article/view/10440

Kim, M. J., & Lim, J. H. (2019). A comprehensive review on logo literature: research topics, findings, and future directions. *Journal of Marketing Management*, *35*(13–14), 1291–1365. https://doi.org/10.1080/0267257X.2019.1604563

Marques da Rosa, V., Spence, C., & Miletto Tonetto, L. (2019). Influences of visual attributes of food packaging on consumer preference and associations with taste and healthiness. *International Journal of Consumer Studies*, *43*(2), 210–217. https://doi.org/10.1111/ijcs.12500

Setiawan, M. Z., Utoro, R. K., & Prasetyanto, F. (2021). Pembuatan Game Doa 2D Untuk Siswa Sd Negeri Suradinaya (Modul Kuis). *E-Proceeding of Applied Science*, *7*(6), 3522–3532.

Wardah Tristyningsih, D., & Prabowo, B. (2021). Strategi Branding Produk Hijab Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Toko Hijab Right Miracle Surabaya). *JABEISTIK : Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial Dan Politik*, *1*(2), 118–130.