

DESAIN LOGO INGE BUNGA AULIA MOSLEM FASHION SUKABUMI

Nurul Aeni*
Universitas Nusa Putra
nurul.aeni@nusaputra.ac.id

Elida Christine Sari
Universitas Nusa Putra
elida@nusaputra.ac.id

Tulus Rega Wahyuni E
Universitas Nusa Putra
tulus@nusaputra.ac.id

ABSTRAK

Inge Bunga Aulia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang perancangan busana muslim, yang dirintis sejak tahun 2019 dan telah berkembang sampai sekarang perusahaan ini mengoleksi bahan-bahan atau kainnya yang dirancang menjadi sebuah busana muslim berdasarkan pesanan dan kebutuhan masyarakat yang tinggi terhadap salah satu busana muslim. Namun perusahaan ini belum memiliki identity yang tepat sebagai citra identitas dan menjadi hal yang sangat penting untuk dikenal oleh perusahaan lainnya. Tujuan perancangan Inge Bunga Aulia ini untuk membentuk simbol dan keunggulan yang dimiliki melalui proses visual identity. Metode analisis yang digunakan dalam perancangan visual identity Inge Bunga Aulia menggunakan metode perancangan logo ingin menggambarkan atau melukiskan sebagai busana muslim yang paling menonjol perpaduan dari gambar kerudung, kelopak bunga menjual busana muslim. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkapkan fakta, keadaan, fenomena perusahaan yang belum memiliki identity dan menyuguhkan apa adanya. Orientasi pengembangan ide perancangan ini meliputi media utama berupa logo dan media pendukung berupa stiker dll. Diharapkan dengan adanya perancangan visual ini dapat memberi identitas, disamping memperkuat daya saing bagi berkembang pesaing pada saat ini.

Katakunci: Desain; logo; Inge bunga Aulia; Sukabumi

ABSTRACT

Inge Bunga Aulia is one of the companies engaged in the design of muslim clothing, which was initiated in 2019 and has grown until now this company collects materials or fabrics that are designed to become Muslim clothing based on orders and the high community needs for one of the Muslim clothing. However, this company does not yet have the right identity as an identity image and it is very important to be recognized by other companies. The purpose of designing Inge Bunga Aulia is to form the symbols and advantages they have through the visual identity process. The analytical method used in designing the visual identity of Inge Bunga Aulia uses the logo design method to describe or describe as the most prominent Muslim clothing, a combination of the image of the veil, flower petals selling Muslim clothing. The purpose of this research is to reveal facts, circumstances and phenomena of companies that do not have an identity yet and present them as they are. The orientation for the development of this design idea includes the main media in the form of logos and supporting media in the form of stickers etc. It is hoped that this visual design can provide identity, in addition to strengthening competitiveness for developing competitors at this time.

Keywords: Design; logos; Inge flower Aulia; Sukabumi

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya dunia fashion, khususnya di Indonesia yang menjadi dunia bisnis, dimana perkembangan ini telah menjadi suatu jenis usaha yang bergerak di bidang busana dan mengikuti lajunya perkembangan dunia fashion. Bahkan, di dunia Islam, telah mengikuti lajunya dunia fashion dengan mengikuti pesatnya dunia busana yang tak

lepas dari moralitas agama Islam sendiri. Terjadinya perkembangan dunia fashion di dunia Islam sangat membantu bagi kaum-kaum muslimin dan muslimah yang ingin menampilkan modern tetapi tak lepas dari tatanan syariat Islam itu sendiri.

Di samping melakukan peningkatan pembangunan perekonomian serta mengembangkan

kegiatan yang mengarah kepada seni dan budaya sekaligus mencerminkan dunia fashion yang ada di Indonesia, khususnya dunia fashion Islam. Di Indonesia, telah banyak usaha-usaha atau butik-butik yang menghasilkan busana-busana, salah satunya Inge Bunga Aulia yang merupakan salah satu usaha di bidang perancangan busana-busana muslim. Inge Bunga Aulia yang bertepatan di subang jaya cialul yang telah dirintis sejak tahun 2019 dan menjadi suatu badan usaha Inge Bunga Aulia. dalam perkembangan nya tersebut hingga sekarang ini belum memiliki identitas yang didesain sedemikian rupa yang dapat mengangkat citra dan karakter serta ciri khas perusahaan tersebut. Dari hal tersebut, diperlukan suatu pemecahan masalah yang benar-bener dapat membantu dalam menampilkan identitas perusahaannya. Perancang logo Inge Bunga Aulia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perancangan busana muslim, yang dirintis sejak tahun 2019.

Pada awalnya perusahaan ini mengoleksi bahan-bahan atau kainnya untuk dirancang menjadi sebuah busana muslim berdasarkan pesanan-pesanan. Dengan memperkerjakan dua orang pekerja, dengan sistem pemasaran mulai dari teman ke teman, maksud dari teman ke teman disini adalah pesanan melalui teman. Kemudian perusahaan ini mulai berkembang dan tidak mengoleksi kain yang sudah jadi melainkan mengolah sendiri kain yang sudah jadi tadi, untuk dibuat motif-motif yang condong ke seni kubisme yang diambil dari unsur corak etnis aborigin yang sekaligus menjadi Unique Selling Proposition (ciri khas) yang dapat membedakan dengan perusahaan-perusahaan butik muslim, terutama yang ada di Sukabumi. Dengan sistem pesanan yang dapat didesain sesuai dengan keinginan konsumen dan dibantu dengan desain yang ditawarkan.

Kemudian, mulai mengikuti event yang bertujuan untuk membantu usaha dalam memasarkan produknya. Produk yang ditawarkan berupa desain-desain baru yang terus dibuat secara terbatas, dan penawaran kepada konsumen untuk membuat desain sendiri berdasarkan keinginan konsumen.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Desain merupakan sebuah kata dengan banyak makna. Dalam konteks komunikasi visual, sudah menjadi bagian dari tim dalam industri komunikasi, design juga sudah menjadi salah satu aspek yang

berpengaruhi dalam membentuk perilaku suatu masyarakat dan perkembangan ekonominya.

Desain grafis menggunakan kata (huruf), gambar serta elemen-elemen grafis lain untuk berkomunikasi. Seni merupakan ekspresi verbal-visual. desainer grafis menjembatani antara klien desainer memberikan informasi, membujuk, mengingatkan atau menjual dalam bentuk iklan informatif, iklan persuasif, dan iklan pengingat.

Tanpa memerhatikan tugas yang spesifik, desainer grafis mempunyai dua tujuan yang saling berhubungan . Pertama, menyampaikan sebuah pesan ke khalayak. Kedua, menciptakan desain yang menarik dan menyenangkan yang akan menyempurnakan pesan.

Seperti komunikator yang lain , desainer grafis bekerja membuat pesan yang jelas. Seperti seniman yang lain, desainer grafis berkonsentrasi mengerti media desain dan masalah desain telah dibuat

Desain grafis mengambil bagian gambar, dan elemen-elemen grafis lain dan mengaturnya ke dalam komunikasi yang menyatu dalam format .(M.Suryanto, 2004:27).

3. METODE PENELITIAN

Langkah pertama dalam konsep ialah menentukan pendekatan desain, yaitu membuat desain yang simple/ sederhana dengan mengolah unsur garis dan bidang, menggunakan warna CMYK sebagai pendukung dari logo Inge Bunga Aulia, serta menampilkan produk cetak dan tempat yang ada dalam bentuk gambar/foto. Media promosi menggunakan bahasa yang formal sehingga mudah dipahami semua kalangan. Target Audience berdasarkan maksud dan tujuan pembuatan rancangan logo Inge Bunga Aulia ini, perlu menjelaskan juga mengenai target audience (khalayak sasaran) yang diutamakan dari perancangan logo tersebut, melalui penerapan pada berbagai media yang digunakan. Pada pengaplikasiannya yang dibuat dan diperlihatkan untuk lebih memperkenalkan Inge Bunga Aulia kepada konsumen dan sekaligus sebagai target pemasaran. yang digunakan yaitu :Logo, Pembuatan stationery set, yang terdiri dari kop surat, amplop, kartu nama, map, buku nota, stempel dan kuintasi. Pengaplikasian logo pada media-media, diantaranya papan nama perusahaan, papan nama/plank, kemasan kotak, shopping bag, merek, label, kendaraan operasional dan cidra mata, seperti setiker dan gantungan kunci.

Media dalam mendesain merupakan sarana untuk dapat menunjukkan apa yang sudah menjadi ide atau gagasan sebagai cara untuk mengungkapkan pengalaman

estetis penciptanya. Dalam menciptakan karya Tugas Akhir ini.

4. DATA, DISKUSI & HASIL TEMUAN



C30, M73, Y86, K0

C0, M76, Y56, K56

Gambar 1. Logo Bunga Aulia
Sumber: Dokumentasi Penulis

Logo "Inge Bunga Aulia" merancang desain logo yang signifikan untuk mendapatkan sebuah logo yang sesuai dengan perusahaan. Logo tetap mengambil inisial nama perusahaan. Warna yang digunakan yaitu warna Coklat muda dan coklat tua. Jenis huruf yang digunakan untuk nama perusahaan "Inge Bunga Aulia" menggunakan font ffx marquee sedangkan tagline "your bussines solution" menggunakan font Bauhaus MD BT. Huruf Inge Bunga Aulia pada di modifikasi biar lebih elegan dan modern pada logo.

Analisis Logo

Dasar pemikiran dari image yang ingin dibangun adalah corporate identity dan produk dan jasa dari "Inge Bunga Aulia" yaitu perusahaan yang bergerak di bidang busana. Kemudian image yang ingin ditampilkan yaitu dengan adanya kesesuaian antara corporate identity dan produknya. Logo harus memenuhi beberapa kriteria, mencerminkan dan mengangkat citra perusahaan sekaligus membedakan dengan yang lain. Sempel, sederhana, mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat. Fleksibel, mudah diaplikasikan ke berbagai media dan sekaligus tahan lama. Mudah dihubungkan dengan jenis usaha dan citra perusahaan sehingga bisa bersaing dengan perusahaan kompetitor. Pemilihan jenis huruf dimaksudkan agar logo memiliki kesan khusus yang sesuai dengan karakter perusahaan. Karakter huruf yang dipilih adalah memiliki kesan tegas, kuat, modern, efisien, dan dinamis. Pilihan huruf untuk nama perusahaan menggunakan ffx marquee. Jenis huruf ini termasuk Huruf modern,

kontemporer, dan efisien. Warna merupakan faktor yang sangat penting dalam sebuah logo, setiap warna memiliki karakter dengan sifat yang berbeda pula. Warna yang digunakan pada logo "Inge Bunga Aulia" mengacu pada konsep visual yaitu warna coklat muda dan coklat tua warna tanah bahwa aborigin adalah suatu suku pedalaman untuk melambangkan yang diterapkan pada busana muslim Inge Bunga Aulia.



Gambar 2. Bussines Card Bunga Aulia

Sumber: Dokumentasi Penulis

Pembuatan business card ini menggunakan software CorelDraw X7. Penempatan elemen-elemen desain seperti gambar dan teks menggunakan teknik powerclip dimana elemen-elemen tersebut ditata sedemikian rupa dengan warna coklat muda dan coklat tua (C:30 M:73 Y:86 K:0). Tipografi pada business card menggunakan font Bauhaus mt bt. Sebagian peletakan elemen menggunakan teknik powerclip. Keseluruhan unsur digabungkan dengan peletakan posisi yang pas untuk penampilan yang bagus bagi business card. Business card ini berukuran 9 x 5.5 cm yang menyesuaikan dengan ukuran normal sebuah business card dengan mempertimbangkan unsur kepraktisan. Business card menggunakan kertas AP260gr warna putih berukuran A3+ dengan laminasi glossy. Pemilihan kertas Ap260gr dikarenakan jenis kertas ini tebal dan mempunyai daya serap warna tinta yang bagus sehingga kontras tinta yang bagus sehingga kontras tinta cetak terlihat lebih tajam. Kemudian laminasi glossy dipilih agar business card awet, tidak cepat rusak, terlihat lebih mengkilap dan tidak luntur jika terkena air. Business card ini menggunakan konsep sederhana sebagai pilihannya. Konsep ini ditampilkan untuk memunculkan kesan tidak muluk-muluk untuk menarik dan mendapatkan kepercayaan konsumen. Bussines card ini sebagai media informasi dan sekaligus promosi perusahaan, agar

orang-orang dapat mengetahui bagaimana berhubungan dengan perusahaan untuk melakukan transaksi jual beli. Tampilan business card ini berukuran 9 cm x 5.5 cm dengan bentuk persegi panjang dan mudah dimasukkan ke dompet.

Penggunaan sudut melengkung agar lebih terlihat dinamis dan dibagian depan logo perusahaan dan keterangan lainnya menggunakan keseimbangan asimetris yang terlihat sisi kanan dan kiri lebih berat di sisi kanan. Kesatuan pada background coklat muda tulisan coklat tua sebagai pemersatu keseluruhan objek sehingga tercipta kesatuan dalam desain. Sedangkan di bagian belakang business card, background putih dengan logo berwarna coklat tua agar memudahkan dalam membaca. Logo perusahaan di bagian tengah sebagai point of interest dimana orang akan terfokus pada logo. Pada bagian depan background berwarna coklat yang memberikan kesan warna tanah suku aborigin, berwarna putih sebagai penyeimbang agar tidak terkesan timpang dengan objek yang lainnya dan sebagai unsur penyeimbang. Logo berada di bagian pojok kanan atas untuk menegaskan nama perusahaan. Kemudian nama pemilik perusahaan berada di bagian kiri, dikarenakan setelah melihat logo yang berada di kanan orang akan melihat ke arah kiri sebagai lanjutannya yang terdapat nama pemilik perusahaan. Garis berwarna putih yang berada di tengah memberikan visualisasi yang terlihat sederhana dan enak dilihat. Kemudian terdapat transparansi logo "Inge Aulia" untuk memudahkan konsumen dalam mengingat perusahaan.

5. KESIMPULAN

Perancangan visual identity logo Inge Bunga Aulia dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahapan pertama mengumpulkan data-data serta latar belakang berdirinya Inge Bunga Aulia, mencakup keunggulan, keunikan, kelemahan, target audience, dan segala hal berhubungan dengan Inge Bunga Aulia. Kemudian dilanjutkan dengan penjurangan ide visual yang dapat memprestasikan logo Inge Bunga Aulia tahapan konsultasi bersama dosen pembimbing maupun pemilik Inge Bunga Aulia. Tahapan selanjutnya merancang logo sebagai visual identity Inge Bunga Aulia melalui proses sketsa manual dan digitalisasi dengan computer. Proses perancangan logo menghasilkan beberapa alternatif kemudian dipilih satu desain dengan lebih kuat, dan dilanjutkan pengaplikasian logo pada produk Inge Bunga Aulia.

Diharapkan dengan adanya perancangan visual identity Inge Bunga Aulia ini dapat diciptakan positioning dan mendapatkan brand awareness agar hasil

perancangan tersebut secara tepat sasaran, efektif dan komunikatif sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Berryman, gregg. 1980. Note on Design and Visual Communication. write to William Kaufmann, Inc, 95 First Street, Los Altos.
- [2] Bob Cotton 1990. The New Guide to Design.
- [3] David Stoloff, Lucy Good, 2000. Aboriginal art of Australia Art.Htm.Internet.
- [4] Olins, Wally. 1999. Corporate Identity. Thames and Hodson.
- [5] Aboriginal Art Investments htm. Scene From Central Australia. Media Internet.
- [6] Unsur Warna Dalam Perancangan Desain.
- [7] Buku Judul Desain Komunikasi Visual
- [8] <https://jihanmillatina.wordpress.com/2019/03/25/desain-komunikasi-visual/>
- [9] <https://nadyove.wordpress.com/2015/01/24/sejarah-dan-pengertian-desainkomunikasi-visual/>
- [10] <https://designideasdkv1.wordpress.com/2013/01/07/unsur-dan-prinsip-desainkomunikasi-visual/>
- [11] <https://www.sangdes.com/2015/02/unsur-unsur-desain-komunikasi-visual.html>
- [12] <https://serupa.id/tipografi/>
- [13] <https://kelasdesain.com/teori-warna-dalam-desain-grafis/>
- [14] Cenadi, Christine Suharto. 1999. Corporate Identity, Sejarah Dan Aplikasinya.
- [15] FSRD UK PETRA. <http://puslit.petra.ac.id> yang diakses tanggal 19
- [16] Februari 2012
- [17] Fishel, Catharine. 2003. Logolounge: 2,000 international identities by leading designers. Massachusetts : RockportPublishers