

PERANCANGAN LOGO BERAS HITAM ORGANIK “BERKAH TANI” SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK

**Okto Abednego¹,
R. Hadapiningrani Kusumohendrarto²**

¹Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

²Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

Email : abednegoblik93@gmail.com¹

Alamat email²

Abstrack

Berkah Tani UMKM is one of the UMKM's located in Wonogiri Regency, Wuryantoro District to be precise. The product produced is natural black rice without chemicals which has many benefits. However, this product is not yet fully known to the public, because it does not have a visual identity logo and is unable to compete with other products. So it is necessary to design a logo with the aim of providing product identity and increasing product competitiveness for UMKM's in Wonogiri Regency. Apart from that, the design of this logo aims to introduce and inform black rice products to foreign and local communities. Data will be obtained from interviews with black rice product owners. Apart from that, SWOT analysis will also be used to analyze data to obtain information regarding the strengths, weaknesses, opportunities, threats and uniqueness of black rice products. The hope is that in this design, Berkah Tani UMKM's will become UMKM's that have a personal visual identity and make Berkah Tani UMKM's more advanced and widely known by people outside the region and within the region. Because basically the faster the times, a company must have a visual identity in order to become the spearhead or weapon in market competition and one way to increase the competitiveness of a product.

Keywords: Logo, UMKM Berkah Tani, Pertanian, Beras Hitam

I. PENDAHULUAN

Logo adalah bentuk representasi visual dan ekspresi grafis dari identitas dan gambar perusahaan. Logo menampilkan simbol dalam bentuk visual, menggambarkan citra yang ingin disampaikan oleh sebuah perusahaan dan dibuat berdampak pada nasib perusahaan itu sendiri (Rozak, 2019).

Brand Identity menggabungkan berbagai komponen unik, proses pembentukan dan pengembangan sebuah merek yang sangat bergantung pada desain. Desain adalah hal yang paling penting bagi *customer* atau target audiens karena itu membedakan dan menunjukkan sesuatu yang dapat dirasakan oleh indera kita, emosi, keadaan, dan inti. Konvensi dasar desain, seperti bidang, warna, bentuk, konsistensi, dan kejelasan, mengatur bentuk logo (Rizka Arika, 2014).

Berdasarkan jumlah dan analisis pasar yang berkembang, banyak perusahaan bersaing untuk menarik konsumen untuk membeli barang atau produk mereka. Menciptakan citra dan identitas visual adalah salah satu cara untuk bertahan dan bersaing di pasar yang terus berkembang ini. Banyak perusahaan besar dan kecil bersaing untuk menarik pelanggan, dan citra suatu perusahaan sangat penting untuk keberhasilan mereka. Banyak bisnis menyadari betapa pentingnya membangun dan mempertahankan identitas perusahaan yang kuat. Ini terjadi karena jumlah perusahaan yang memproduksi barang yang sama dan bersaing dalam pasar yang semakin luas.

Beras merupakan salah satu produk makanan pokok paling penting di dunia. Pernyataan tersebut berlaku di Benua Asia, tempat beras menjadi makanan pokok untuk mayoritas penduduk (terutama di kalangan menengah ke bawah masyarakat). Benua Asia juga merupakan tempat tinggal dari para petani yang memproduksi sekitar 90% dari total produksi beras dunia. Beras yang memiliki nama lain (*Oryza sativa*) adalah makanan pokok bagi mayoritas rakyat Indonesia. Masyarakat Indonesia sering mengonsumsi beras putih sebagai makanan pokok. Selain beras putih, terdapat varian beras berpigmen lainnya yaitu beras merah, beras cokelat, dan beras hitam. Beras hitam memiliki warna hitam pekat dan biasanya berubah menjadi ungu pekat saat dimasak. Beras hitam sendiri memiliki khasiat yang lebih baik dibanding beras merah dan beras putih. Pangan yang belum sepopuler beras putih ini berkhasiat meningkatkan daya tahan tubuh terhadap suatu penyakit, memperbaiki kerusakan sel hati, mencegah gangguan fungsi ginjal, mencegah kanker/tumor, memperlambat penuaan, sebagai antioksidan, membersihkan kolesterol dalam darah, dan mencegah diabetes mellitus.

Berkah Tani merupakan UMKM yang memiliki atau menjual produk yang berupa beras hitam. UMKM Berkah Tani memiliki potensi yang tinggi untuk dikenal masyarakat khususnya di sekitar

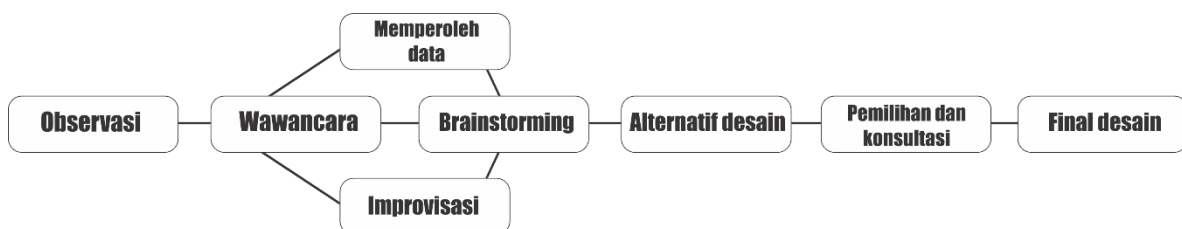
Wonogiri sebagai produk beras hitam natural tanpa pupuk kimia dengan banyak manfaat. Namun, UMKM Berkah Tani sendiri masih sedikit diketahui masyarakat untuk saat ini, karena pada produk tersebut masih kalah saing dengan produk beras lain sehingga produk dari Berkah Tani menjadi produk yang kurang diminati masyarakat, selain itu produk beras hitam tersebut masih menggunakan kemasan yang polos dan belum memiliki identitas brand yaitu logo. Maka dari itu penulis ingin membuat suatu perancangan logo dan kemasan guna mendorong dan mendukung UMKM Berkah Tani agar dikenal masyarakat luar maupun lokal serta meningkatkan daya saing produk.

II. METODE PENELITIAN

2.1 METODE DESKRIPTIF KUALITATIF

Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu jenis penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif untuk menyelidiki peristiwa dan fenomena dalam kehidupan orang dengan meminta mereka atau sekelompok orang untuk menceritakan kisah mereka. Peneliti kemudian menceritakan kembali informasi ini dalam kronologi deskriptif. (Rusandi, Muhammad Rusli, 2021).

Pada metode Deskriptif Kualitatif penulis akan turun langsung ke lapangan guna mencari dan menggali data yang ada, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya penulis akan melakukan improvisasi untuk menciptakan ide atau inovasi yang dimana nantinya ide dan inovasi tersebut akan dituangkan pada tahap brainstorming dan setelah itu penulis akan masuk pada proses konsultasi untuk menyaring ide yang nantinya akan diolah dalam bentuk desain. Dalam konteks ini, penelitian deskriptif kualitatif dapat membantu dalam mengidentifikasi preferensi warna, bentuk, dan tipografi yang sesuai dengan karakteristik produk sehingga dapat menciptakan ide dan hasil yang sesuai.



Gambar 1. Skema Perancangan Logo Berkah Tani
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

III. PEMBAHASAN.

3.1 Logo

Logo adalah bagian dari identitas visual atau bentuk visual yang dapat membuat penggunaanya memiliki identitas. Logo tidak hanya harus menjadi simbol, penghias, atau pembeda perusahaan, tetapi juga harus mudah diingat dan memberikan pesan yang kuat (Kusumohendrarto, 2021).

Definisi logo adalah sebuah tulisan, sketsa, atau gambar yang memiliki makna tertentu dan dapat mewakili suatu entitas, seperti lembaga, organisasi, perusahaan, daerah, negara, atau produk. Logo biasanya terdiri dari filosofi dan kerangka dasar konsep yang bertujuan untuk membuatnya unik. Selain itu, setiap bentuk logo harus memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari yang lain, baik dari segi bentuk maupun warna. Logo juga memiliki peranan yang sangat penting dalam hal kegiatan pemasaran atau promosi, terlebih lagi jika logo tersebut mempunyai desain yang unik dan menarik.

3.2 DATA OBJEK

Beras adalah salah satu bahan makanan pokok di Indonesia, bahkan hampir seluruh Warga Negara Republik Indonesia mengkonsumsi beras sebagai makanan utama. Beras sendiri memiliki varian beras lainnya yaitu beras merah, beras cokelat, dan beras hitam. Beras hitam memiliki warna hitam pekat dan biasanya berubah menjadi ungu pekat saat dimasak. Beras hitam sendiri memiliki khasiat yang lebih baik dibanding beras merah dan beras putih. Pangan yang belum sepopuler beras putih ini berkhasiat meningkatkan daya tahan tubuh terhadap suatu penyakit, memperbaiki kerusakan sel hati, mencegah gangguan fungsi ginjal, mencegah kanker/tumor, memperlambat penuaan, sebagai antioksidan, membersihkan kolesterol dalam darah, dan mencegah diabetes mellitus. Pemilik UMKM Berkah Tani berfikir untuk memproduksi beras hitam karena memiliki banyak manfaat untuk Kesehatan tubuh, apalagi pada proses tanam (tandur) sampai panen tidak menggunakan atau menerapkan yang namanya bahan kimia.

Berkah Tani sendiri memiliki arti “Berkah” adalah karunia dari Tuhan dan “Tani” adalah petani, jika digabungkan akan diartikan menjadi “Karunia dari Tuhan untuk petani”, dan sang pemilik UMKM tersebut adalah seorang petani.



Gambar 2. Produk beras hitam Berkah Tani
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Proses produksi beras hitam sendiri masih sama dengan memproduksi beras putih pada umumnya yaitu setelah panen akan digiling pada mesin penggilingan seperti layaknya beras putih atau beras biasa. Yang unik pada beras hitam UMKM Berkah Tani adalah pada masa tanam si pemilik tidak menggunakan bahan kimia untuk membesarkan padi tersebut tetapi menggunakan bahan organik seperti pupuk kandang dan lainnya.

A. Profil usaha

Nama Usaha : Berkah Tani

Jenis Usaha : Manufaktur

Bidang Usaha : Bahan Pangan

Pendiri : Bp. Purwoko

Tgl Berdiri : 20 Juni 2021

Harga Produk : 30rb (isi 1 kg)

Alamat Usaha : Salak, Genukharjo, Wuryantoro, Wonogiri, Jawa Tengah

B. Brand UMKM Berkah Tani

UMKM Berkah Tani belum memiliki identitas brand berupa logo dan pada kemasan produknya hanya memakai kemasan plastik biasa maka jarang Masyarakat luar mengenali brand atau produk Berkah Tani tersebut.

C. Produk Berkah Tani

Untuk produk Berkah Tani sendiri masih menggunakan plastik polos dan terdapat kertas yang bertuliskan Berkah Tani didalam kemasan tersebut. Pemilik menggunakan plastik polos tersebut karena salah satunya adalah murah, selain murah pemilik menggunakan plastik polos tersebut karena praktis dan mudah untuk dibuka. Tetapi di sisi lain pada target pasar atau target marketing akan kurang tertarik dan tentunya konsumen yang belum mengenali juga akan kurang tertarik. Maka disini penulis akan merancang suatu logo sebagai identitas dan desain kemasan sebagai pendorong UMKM Berkah Tani agar memiliki daya saing yang tinggi.

D. Targer Pasar

Target pasar atau pasar sasaran adalah sekelompok orang yang akan dilayani sebagai pembeli atau konsumen, Biasanya target pasar ini memiliki rentang usia, kepribadian, dan karakteristik yang hampir sama.

Beberapa faktor mempengaruhi target pasar Anda. Faktor-faktor ini meliputi:

- a. Lokasi bagi penjualan UMKM Berkah Tani

Target konsumen UMKM Berkah Tani berada di wilayah Wabupaten Wonogiri tepatnya di kecamatan Wuryantoro, selain itu produk UMKM Berkah Tani dijual pada media sosial, grup kelompok tani dan koperasi yang diikuti UMKM Berkah Tani

- b. Demografi dari Calon Pembeli UMKM Berkah Tani

Produk UMKM Berkah Tani rata-rata diminati oleh usia dewasa hingga lanjut usia biasanya dari umur 30 keatas. Selain itu produk UMKM Berkah Tani ditargetkan pada seseorang yang memiliki penyakit gula, diabetes, kolesterol, dan penyakit lainnya, karena pada kandaungan beras hitam tersebut memiliki kandungan rendah gula. Tapi banyak juga

diluar target yang memesan beras hitam tersebut untuk campuran beras putih agar seimbang.

c. Daya Beli Konsumen UMKM Berkah Tani

Sebagian besar konsumen beras hitam Berkah Tani adalah seseorang yang memiliki Tingkat ekonomi menengah keatas

E. Teknik Marketing

Teknik pemasaran yang digunakan UMKM Berkah Tani adalah hanya dengan menggunakan WA, memberikan status WA dan menitipkan produk pada koperasi yang ada di sekitar Kecamatan Wuryantoro. Tidak hanya itu, teman dekatnya dan keluarga juga turut membantu memajukan serta mendorong UMKM Berkah Tani agar semakin dikenal banyak orang.

3.3 Riset dan Analisis Data

Pada UMKM, pengembangan logo akan berdampak pada nilai jual produk. Komponen-komponen ini membantu pembeli melihat, menggambarkan, dan membedakan produk yang ditawarkan. Keunggulan logo adalah konsumen akan langsung terhubung dengan merek (Nurul Ainun, 2023).

Pertama, penulis harus mencari tahu tentang brand pesaingnya. Sebagai contoh, jika sebuah perusahaan ingin membuat logo baru, mereka harus melakukan penelitian tentang visi, misi, industri, target, keunggulan, dan kelemahan serta tujuan perusahaan untuk membuat atau merancang desain logo tersebut. *Keywords* atau kata-kata kunci akan dibuat setelah melakukan penelitian untuk mengidentifikasi karakteristik perusahaan. Setelah itu penulis dapat menggali informasi lewat wawancara dengan narasumber sehingga mampu mendapatkan informasi yang relevan dan akurat, selain itu penulis akan mudah mendapatkan ide jika memiliki data yang lengkap dari narasumber yaitu pemilik brand Berkah Tani sendiri.

Berdasarkan wawancara tersebut penulis mendapatkan data berupa keunikan, profil lengkap, dan informasi lainnya yang nantinya akan diolah untuk memunculkan ide-ide pada perancangan logo tersebut. Harapan dari pemilik brand atau perusahaan dari perancangan logo ini yaitu dapat memperkenalkan hasil produksi agar semakin dikenal luas masyarakat dan menjadi senjata dalam menghadapi daya saing pasar yang semakin moderen.

A. Analisis STP

1. Segmenting

Segmentasi pasar di ambil dari variabel geografis yaitu pada pembagian pasar berdasarkan tingkat kecamatan dimana ada beberapa kecamatan di Kabupaten Wonogiri dan sekitarnya. Secara demografi yaitu pembagian pasar berdasarkan faktor usia dari kalangan dewasa hingga kalangan lanjut usia (lansia).

2. Targeting

Bagian target pasar berdasarkan variabel geografis yaitu berada di kecamatan Wuryantoro, Kabupaten Wonogiri. Kemudian berdasarkan variabel demografis target pasarnya adalah konsumen berdasarkan usia dewasa hingga lanjut usia (lansia) dan mereka yang peduli terhadap kesehatannya.

3. Positioning

Positioning produk UMKM Berkah Tani adalah menempatkan dan menjadikan beras hitam agar dapat di konsumsi sebagai kebutuhan tambahan yang bisa membantu mengurangi kadar gula, diabetes, dan kolesterol tubuh bagi seseorang yang mengkonsumsi.

B. Analisis SWOT

1. Strength/Kekuatan

- Beras yang dipanen adalah beras yang ditanam dan dirawat tanpa bahan kimia, hanya menggunakan bahan organik yang berasal dari hasil ternak sendiri
- Memiliki khasiat yang baik bagi orang yang memiliki atau menderita tinggi gula dan kolesterol, selain itu cocok untuk seseorang yang peduli terhadap kesehatan mereka.
- Tekstur dari beras hitam sendiri lebih lembut dibanding beras biasa.

2. Weakness/Kelemahan

- Harga dari beras hitam sendiri relatif lebih mahal dari beras hitam.

- Belum memiliki identitas brand logo yang menarik.
- Kurangnya informasi dari UMKM Berkah Tani

3. *Opportunity* /Peluang

- Membuat identitas produk yaitu logo yang menarik guna menambah daya tarik konsumen atau target audiens.
- Dengan adanya perancangan ini produk berpeluang untuk dipromosikan lebih luas dan memiliki target pasar yang terjamin karena kelayakan produk itu sendiri.

4. *Threat* /Ancaman

- Banyaknya pesaing yang menjual produk beras dengan logo yang menarik sehingga UMKM Berkah Tani terancam tidak laku

C. Target Audiens

Target audiens adalah sekelompok orang dengan karakteristik tertentu yang berpotensi menjadi konsumen atau bisa juga disebut pelanggan. Biasanya, target audiens memiliki karakteristik demografis yang sama mulai dari: usia, jenis kelamin. Adapun target audiens pada UMKM Berkah Tani sebagai berikut :

1. Demografis

- a. Gender : Perempuan dan Laki-laki
- b. Usia : Rata-rata 30 Tahun – Lanjut usia
- c. Strata ekonomi social : Menengah keatas (Penghasilan : 3 juta keatas)
- d. Profesi : Umum

2. Geografis

Letal geografis UMKM Berkah Tani ini ditujukan untuk semua masyarakat Kabupaten Wonogiri khususnya Kecamatan Wuryantoro dan sekitarnya.

3. Psikografis

- a) Kepribadian

Seseorang yang menyukai hal-hal baru, Orang yang membutuhkan produk tersebut (seseorang yang sangat membutuhkan kandungan atau khasiat beras hitam demi kondisi kesehatan)

b) Gaya Hidup

Seseorang dengan kondisi ekonomi kelas menengah keatas yang peduli terhadap Kesehatan mereka

c) Ketertarikan

Seseorang yang tertarik produk tersebut, contoh : pada suatu produk mencantumkan visual karakter logo sehingga dapat menarik perhatian para konsumen

d) Opini, sikap , dan kepercayaan

Kebiasaan seseorang yang mempercayai bahwa beras hitam dari UMKM Berkah Tani memiliki khasiat yang bagus untuk kesehatan

Kesimpulan :

Secara Keseluruhan dari analisis dan target audiens diatas penulis menyimpulkan bahwa perancangan akan dilakukan sesuai menurut data tersebut sehingga hasil dari analisis akan mengarah pada target audiens yang tepat dan UMKM Berkah Tani memiliki konsumen dan pelanggan yang terjamin.

D. Referensi Perancangan

Logo adalah bentuk representasi atau wajah suatu perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan dan merancang logo. (Infra Wahdaniah, 2020). Dalam merancang logo suatu produk perlu melakukan suatu pengumpulan data yang cukup dalam baik dari produk yang akan dirancang maupun produk dari milik kompetitor dan produk untuk referensi. Maka dari itu sangat diperlukan objek dari berbagai sumber. Sebagai berikut.

3.5 Alternatif Logo

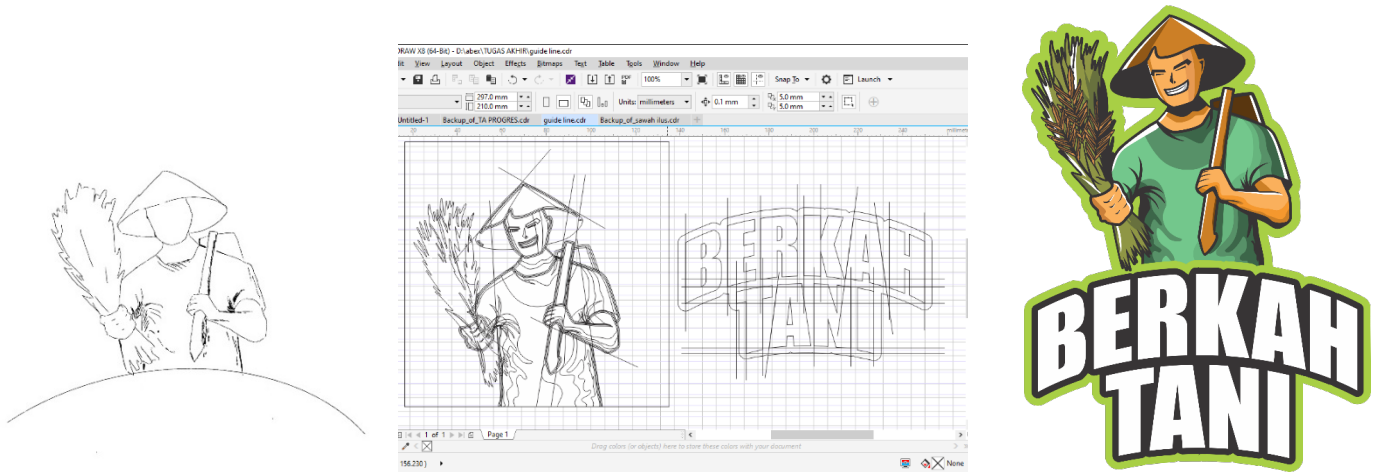
Alternatif Logo merupakan kumpulan hasil perancangan berdasarkan analisis dan riset data yang memiliki kemungkinan yang nantinya akan dipilih menjadi salah satu logo yang akan merepresentasikan produk berikut perusahaannya, elemen, warna dan komposisi menentukan bagaimana perusahaan dari produk akan menuju konsumen sesuai target



Gambar 5. Alternatif Logo Berkah Tani
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

3.6 Konsep dan Logo Terpilih

Setelah melalui tahap konsultasi beberapa alternatif logo, maka sepakat logo pertama yang menjadi pilihan logo utama, karena pada logo pertama mampu menjelaskan dan merepresentasikan suatu produk pertanian dengan adanya ilustrasi petani dan tulisan BERKAH TANI. Selain itu dengan terpilihnya logo tersebut maka konsumen akan lebih mudah dalam memahami dan mengenal produk tersebut.



Gambar 6. Logo terpilih Berkah Tani
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Setiap logo memiliki konsep masing-masing yang menjadikan logo memiliki makna tersendiri. Pada pemilihan logo tersebut terdapat suatu konsep yang menjadi pondasi terbentuknya logo hingga menjadi logo terpilih. Berikut adalah konsep logo BERKAH TANI

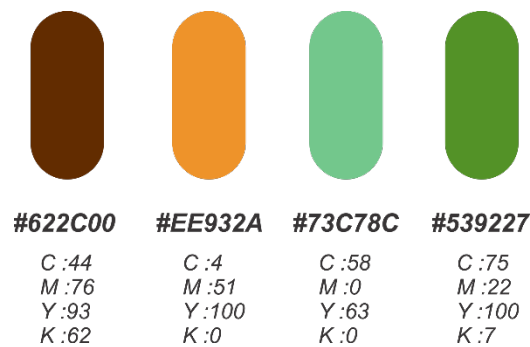


Gambar 7. Konsep perancangan Logo Berkah Tani
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Bentuk dari logo Berkah Tani pun menyesuaikan dengan produk apa yang akan dipasarkan, dengan adanya ilustrasi karakter pak tani pada logo yang membawa sejumlah panen padi dan membawa cangkul mengartikan bahwa produk tersebut adalah produk pertanian. Selain itu pada ilustrasi karakter logo tersebut terdapat raut wajah yang gembira atau senang mengartikan bahwa produk Berkah Tani adalah produk yang unggul dan layak untuk dijual atau dipasarkan pada dalam daerah maupun luar daerah. Pada perancangan ini penulis memiliki visi dan misi agar pada produk Berkah Tani nanti menjadi produk yang mempunyai identitas *brand* logo tersendiri sehingga produk Berkah Tani semakin dikenal luas oleh masyarakat lokal maupun non lokal.

A. Warna

Warna dapat menyampaikan informasi terkait perusahaan yang lebih mudah diingat dan disimpan dalam memori konsumen, termasuk dalam proses pemanggilan kembali informasi (retrieval). Oleh karena itu, warna menjadi salah satu elemen penting yang perlu diperhatikan pada logo. (Gracia Diva Chandra, 2019). Oleh sebab itu pemilihan warna harus sesuai dan mampu mewakili tema atau karakter pada suatu logo sehingga dapat menciptakan keserasian yang harmonis.



Gambar 8. Pemilihan Warna pada logo Berkah Tani
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

B. Tipografi

Tipografi berfungsi menerjemahkan kata-kata yang terucap ke bentuk visual yang dapat dibaca. Peran dari tipografi adalah untuk mengkomunikasikan ide atau informasi ke pengamat atau konsumen. (I Gusti Made Budiarta, 2023). Pada perancangan ini penulis menggunakan font *Impact* sebagai dasar font dalam perancangan logo, namun terdapat sedikit modifikasi font pada logo guna mendapatkan keseimbangan dan menciptakan nilai estetika. Penggunaan font tersebut dipilih oleh penulis karena pada font Impact memiliki karakter yang tegas dan berkarakter berani

Impact
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!/?/><.,|]=@#\$\$%^&*()+

Gambar 9. Jenis Font yang digunakan
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

C. Penerapan Logo

Logo yang sudah menjalani tahap akhir atau final akan diaplikasikan pada objek tertentu, karena pada dasarnya logo berfungsi untuk mengidentifikasi atau membedakan identitas pada publik dan menjadi bagian dari branding. Logo juga menjadi sarana untuk mengkomunikasikan atau merepresentasikan nilai-nilai atau visi misi pada publik. Maka dari itu logo logo harus dibuat dengan cermat dan harus dilakukan dengan beberapa riset guna dapat diterapkan pada objek dengan baik.



Gambar 10. Penerapan logo pada kemasan
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Prototype kemasan untuk membantu UMKM Berkah Tani supaya lebih menarik dalam proses pemasaran, kemasan juga membantu UMKM agar terlihat lebih matang dipasaran, selain lebih menarik kemasan juga dibuat berfungsi untuk menjaga kualitas suatu produk.



Gambar 11. Penerapan logo pada x banner
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Penggunaan x banner bertujuan untuk memberikan informasi produk pada saat memasuki pameran, toko, atau event supaya pengunjung mengetahui produk apa yang ditawarkan dan informasi-informasi yang tidak terkandung dalam kemasan. x banner juga merupakan salah satu strategi marketing atau pemasaran TTL (*through the line*).



Gambar 12. Penerapan logo pada nota
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

IV. KESIMPULAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa identitas visual logo sangatlah penting dalam suatu UMKM karena identitas visual logo menjadi salah satu kunci atau senjata supaya UMKM dapat dikenal luas oleh masyarakat luar maupun lokal. Maka dari itu perancangan identitas visual logo sangat wajib diciptakan guna mendorong daya saing pasar dan mendukung kemakmuran perekonomian suatu brand atau merek. Harapannya pada perancangan ini UMKM Berkah Tani menjadi UMKM yang memiliki identitas visual pribadi dan menjadikan UMKM Berkah Tani semakin maju dan dikenal luas oleh masyarakat luar daerah maupun dalam daerah. Karena pada dasarnya semakin cepat perkembangan zaman suatu perusahaan wajib memiliki identitas visual guna menjadi ujung tombak atau senjata dalam persaingan pasar dan salah satu cara meningkatkan daya saing suatu produk. Pembuatan suatu identitas visual pada perusahaan bukanlah hal yang mudah, membutuhkan waktu yang begitu lama, dan membutuhkan ide atau konsep yang matang. Inilah yang membedakan logo yang terkonsep dengan logo yang tidak terkonsep dengan matang (Vachry Rizky Wyoprasojo, 2021).

V. DAFTAR PUSTAKA

- Kusumohendrarto, R. H. (2021). Perancangan Ulang Logo Desa Wisata Purwosari Sebagai Kesiapan Wajah Baru Destinasi Brand Setelah Pandemi Covid-19. *AKSA JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 692.
- Rozak, M. (2019). PERANCANGAN LOGO LAWANG RIZQI DESIGN . *PROGRAM STUDI DIII TEKNIK ELEKTRONIKA KONSENTRASI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA*, 29/65.
- Rusandi, Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Journal of Educaton and Islamic Studies*.
- Gracia Diva Chandra. (2019). Pengaruh Warna Logo Brand terhadap Brand Personality. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.7 No.2 (2019)*, 1805-1806.
- I Gusti Made Budiarta. (2023). Penerapan Elemen Tipografi Pada Desain Logo Karya Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Rupa dalam Kuliah Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 60-69.
- Rizka Arika. (2014). BRAND IDENTITY DESIGN OF THE BAY BALI . *Wimba, Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia. Vol. 6 No. 2*, 85-99.
- Infra Wahdaniah. (2020). Makna Logo Dinas Penerangan . *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 67-74.

- Nurul Ainun. (2023). PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRANDING PADA UMKM. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 6No 1*, 674-681.
- Riza Wulandari. (2024). Rebranding Logo dan Citra: Upaya Pengembangan Usaha Kain Pantai Aussenchia. *JILPI:JURNAL ILMIAH PENGABDIAN DAN INOVASI*, 821-828.
- Vachry Rizky Wyoprasojo. (2021). PERANCANGAN ULANG VISUAL IDENTITY PADA RUMAH MAKAN DAPOER SHELGA. *PANTAREI*, Vol 05 No 02.

Referensi dari website:

<https://kiriminja.com/blog/ukm-perlu-logo-profesional-berikut-manfaat-dan-alasannya#:~:text=Biasanya%2C%20tujuan%20pembuatan%20logo%20adalah,branding%2C%20pemasaran%2C%20dan%20komunikasi.> (diakses pada 1 april 2024 pukul 20:30)

VI. Lampiran



F. STSRD VISI/B.5

SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

LEMBAR KONSULTASI
BIMBINGAN SKRIPSI S1
PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : OKTO ABEDNGGO NIM 11191103
SEMESTER : 10 TAHUN AKADEMIK : 2023 / 2024
JUDUL SKRIPSI : Perancangan Logo Beral Hrtan Organik
"BERIKAH TANI" Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Produk
PEMBIMBING : R. Hadapiningrani K., M.Ds

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
24-04-2024	Bagian Pendahuluan	memperbaiki format dan tetapan Pendahuluan	<i>[Signature]</i>
27-04-2024	Bagian Pembahasan	Terdapat kekurangan pada point tertentu	<i>[Signature]</i>
17-05-2024	Bagian Metode	Menambahkan metode Descriptif Kualitatif	<i>[Signature]</i>
21-05-2024	Konsultasi Brainstorming dan Thumbnail	ACC Sket	<i>[Signature]</i>
31-05-2024	Konsultasi logo yang telah dipilih	Rensi logo terpilih	<i>[Signature]</i>
10-06-2024	Konsultasi logo terpilih	Rensi pengurangan outline.	<i>[Signature]</i>
20-06-2024	Rensi Data objek	menambahkan pada Pembahasan	<i>[Signature]</i>
24-06-2024	Koreksi bagian kutipan	Menambahkan kutipan	<i>[Signature]</i>
26-06-2024	Koreksi bagian nama pengutip	Hanya nama pertama pengutip	<i>[Signature]</i>
1-07-2024	Koreksi pada Brand Guideline dan Penambahan penjelasan	Perbaikan Guideline dan kesimpulan	<i>[Signature]</i>

Ketua Jurusan :

Pembimbing,

(Dwisanto Sayogo, M.Ds)

[Signature]
(R. Hadapiningrani K., M.Ds.



SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

LEMBAR KONSULTASI
BIMBINGAN SKRIPSI 51
PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : NIM
SEMESTER : TAHUN AKADEMIK :
JUDUL SKRIPSI:
PEMBIMBING :

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
3-07-2021	Brand guideline	Kurany lengkap Harus lengkap	<i>[Signature]</i>
4-07-2021	ACC Maju si dong, Semangat & t.....		<i>[Signature]</i>

Ketua Jurusan :

(Dwisanto Sayogo, M.Ds)

Pembimbing,

[Signature]
I. B. Huda purnama: M. M. Ds

**Perancangan Logo Beras Hitam Organik “Berkah Tani” Sebagai Strategi
Meningkatkan Daya Saing Produk**



Tugas Akhir/Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan
tim penguji Program Studi Desain Komunikasi Visual
Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

Pada tanggal 17 Juli 2024 di STSRD VISI Yogyakarta

Dewan Penguji

Pembimbing



R. Hadapiningrani K, M.Ds.
NIP/NIK : 16083120

Ketua Penguji



Budi Yuwono, M.Sn.
NIP/NIK : 02093075

Mengetahui,

Ketua STSRD VISI

Ketua Jurusan

Wahju Tri Widadijo, M.Sn
NIDN. 0526047001

Dwisanto Savogo, M. Ds
NIK. 09123113

**Perancangan Logo Beras Hitam Organik
"Berkah Tani" Sebagai Strategi Meningkatkan
Daya Saing Produk**



Disusun Oleh

Okto Abednego

11191103

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
DIPLOMA III/STRATA 1
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA**

Menyetujui
Dosen Pembimbing
Tanggal:



R. Hadapiningrani K., M.Ds
NIK. 16083120

