

## PERANCANGAN DESAIN LOGO PADA CAFE AGUNG

**Audriy Claudia<sup>1</sup>, Ika Ayu Lestari<sup>2</sup>, M. Yanuar Adzani Zuhry<sup>3</sup>**

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta  
Pos-el: audriyclaudia0@gmail.com<sup>1</sup>, ikaayu018@gmail.com<sup>2</sup>, yanuaradzani@gmail.com<sup>3</sup>

**Abstrak.** Menciptakan logo dengan ciri khasnya tersendiri yang membedakannya dari pesaing lainnya. direncanakan penciptaan desain logo yang sederhana namun unik. Dapat langsung teringat oleh customer mengenai logo tersebut, menerapkan logo dengan makna dan filosofi yang mencerminkan gambaran cafe Agung. Metode penelitian ini berdasarkan kualitatif, mendeskripsikan dan menganalisis efektivitas dari suatu logo, latar penelitian berdasarkan studi literatur dan studi lapangan. Penulis akan memperhatikan beberapa logo dari brand yang tersebar dan sudah melekat dalam benak masyarakat, penulis mengumpulkan studi literatur dengan menghimpun data-data terkait perancangan logo dari berbagai sumber menjadi referensi dari penelitian ini. Cafe Agung cafe yang segmentasinya ditujukan untuk berbagai kalangan. Perancangan logo untuk Cafe Agung ini untuk memperkenalkan dari identitas. Mulai dari tata letak, system grid, penggunaan warna, sampai skala, ukuran dalam perancangan ini akan menjadi pedoman demi menciptakan sistem yang baik dalam penerapan identitas Cafe Agung. perancangan desain logo cafe ini kreatif dan berkualitas tinggi, sehingga desain kami dapat menjadi pembeda dari desain logo pesaing. Konsep media, Perancangan Logo Cafe Agung diawali dengan penentuannya bentuk visual yang diambil dari Inisial Cafe Agung.

**Kata Kunci:** Logo; Merek; Identitas; Desain.

**Abstract.** *Creating a logo with its own characteristics that distinguish it from other competitors. planned the creation of a simple but unique logo design. Customers can immediately remember about the logo, apply a logo with meaning and philosophy that reflects the image of Agung cafe. This research method is based on qualitative, describes and analysis the effectiveness of a logo, the research background is based on literature studies and field studies. The author will pay attention to several logos from brands that are scattered and already embedded in people's minds, the author collects literature studies by collecting data related to logo design from various sources as a reference for this research. Cafe Agung is a cafe whose segmentation is intended for various groups. The logo design for Cafe Agung is to introduce from the identity. Starting from the layout, grid system, use of color, to scale, the size in this design will be a guideline for creating a good system in implementing the identity of Cafe Agung. The design of this cafe logo design is creative and of high quality, so that our design can be different from competitors' logo designs. The media concept, Logo Design of Cafe Agung begins with determining the visual form taken from the initials of Cafe Agung.*

**Keyword:** Logo; Brands; Identity; Design.



Creative Commons Attribution 4.0 International License

## **PENDAHULUAN**

Sebuah Brand atau merek itu lebih dari sekedar produk, karena tiap brand memiliki aspek khusus yang membedakannya dengan pesaing lainnya. Pembeda harus terlihat unik dan spesifik seperti pada desain logo yang digunakan perusahaan yang mencerminkan karakteristik pada sebuah perusahaan dengan membuatnya lebih unik, menarik, kreatif dan inovatif. Identitas merek merupakan asosiasi merek unik yang menunjukkan janji kepada konsumen (Halim dkk., 2014). Identitas mencerminkan visi dan misi perusahaan, yang ditampilkan dalam bentuk logo perusahaan. Logo adalah gambar atau sketsa yang dirancang untuk mewakili merek perusahaan atau organisasi Anda. Membuat konsep desain logo perusahaan itu sendiri tentunya akan meningkatkan daya tariknya bagi masyarakat umum. Dibutuhkan identitas yang kuat sebagai sarana untuk menciptakan citra atau kesan yang ingin disampaikan. Dalam menciptakan identitas perusahaan, seorang desainer komunikasi visual harus mengetahui kesan yang ingin disampaikan perusahaan dan mengimplementasikannya dalam identitas visual yang dibuat (Luzar & Monica, 2013: 529). Pada sebuah cafe, logo lebih dari sekedar pelengkap, karena logo sudah menjadi suatu identitas pada perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, untuk membuat logo pada cafe agung yang sesuai dengan tujuan logo untuk mewakili brand maka membutuhkan sebuah konsep yang jelas agar terarah. Tidak hanya memiliki makna tetapi juga logo dengan desain yang sederhana namun inovatif membuat para customer dengan mudah mengingat logo tersebut sehingga melekat dibenak pelanggan. Sebuah logo harus sesuai, estetik, menyenangkan dan mewakili cerminan perusahaan. sebuah logo harus mampu menembus benak masyarakat agar brand yang telah dibuat dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan dapat melekat di benak masyarakat (Haeril dkk., 2021: 32).

Konsep desain pada logo Cafe Agung yang akan dipadukan dengan komposisi dan filosofi dalam logogram Cafe Agung yang akan dirancang dengan mengikuti bentuk dari cangkir kopi, Menggabungkan inisial dari Cafe Agung. Kopi sendiri merupakan menu favorit yang ada di Cafe Agung. Menciptakan desain logo yang efektif untuk mempresentasikan perusahaan dengan baik adalah proses mensintesis berbagai elemen visual yang berinteraksi satu sama lain untuk menghasilkan komposisi visual yang selain estetik dan menarik, juga yang terpenting mampu menginformasikan kepada pengguna (Said, 2019: 1). Pada Logotype yang akan dirancang dengan pemilihan logotype untuk Cafe Agung yaitu font serif. Kata logotype yang berarti huruf atau sebuah plat yang dicetak dan memiliki arti (Said, 2019: 2). Lalu, penggunaan warna yang akan diterapkan yaitu warna coklat diambil dari warna biji kopi. Warna coklat juga bermakna kehangatan dan kenyamanan. Logo yang baik harus terukur, mudah direproduksi, mudah diingat dan khas atau unik (Said, 2019: 5).

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, kami dapat menjelaskan beberapa masalah yang tertera terkait prinsip desain komunikasi visual sebuah perancangan logo agar membangun identitas citra dari Cafe Agung yang bertujuan untuk menciptakan ciri khasnya tersendiri, dan menciptakan sebuah desain logo yang membedakannya dari

pesaing lainnya. Secara estetis, logo harus berbeda dan menjadi ciri khas dari suatu brand (Listya & Rukiah, 2018: 56).

Dari permasalahan itu kemudian direncanakan penciptaan desain logo yang sederhana namun unik bertujuan agar meninggalkan kesan untuk para customer. Kesederhanaan bentuk dicapai hanya dengan adanya tipografi sans serif yang sederhana dan mudah diingat (Yuliyanto dkk., 2017: 64). Dengan itu dapat langsung teringat oleh customer mengenai logo tersebut dan menerapkan logo dengan berbagai makna dan filosofi yang mencerminkan gambaran pada cafe Agung. Idealnya, sebuah logo harus dapat secara signifikan meningkatkan potensi kesan pertama konsumen dan/atau audiens yang ditargetkan (Said, 2019: 5).

Berbagai perancangan desain logo sudah pernah dilakukan. Beberapa penelitian tersebut pernah dilakukan oleh Monica; Laura Christina Luzar (2013), Brian Alvin Hananto (2019), Arfiansyah Adhy Laksono (2020). Beberapa penelitian yang telah dilakukan tersebut yang menjadikan topik perancangan logo sebagai identitas visual. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, topik perancangan logo sebagai identitas visual untuk brand pada Cafe Agung belum pernah dilakukan. Perancangan Logo sebagai identitas visual yang mempunyai kriteria atau ciri khas guna mewakili suatu brand agar identitas tersebut tersimpan dalam benak masyarakat. Dalam hal ini keunikan & kesederhanaan logo menjadi tujuan agar mudah di ingat, yang pada demikian itu akan diterapkan pada logo Cafe Agung. Logo menjadi pembeda dan mencerminkan identitas brand, urgensi perancangan desain logo Cafe Agung untuk memberikan citra positif, kepercayaan, serta mempromosikan brand kepada masyarakat. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang, menciptakan dan mengidentifikasi bentuk logo cafe agung yang berfokus pada keunikan dan kesederhanaan, sehingga nantinya menjadi tolak ukur untuk menguji efektivitas/pengaruh dari kesederhanaan elemen yang dipakai terhadap kesan dan sejauh mana kekhasan logo cafe agung dapat diingat oleh masyarakat.

## **METODE**

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian ini berdasarkan kualitatif, mendeskripsikan dan menganalisis efektivitas dari suatu logo dan latar penelitian berdasarkan studi literatur dan studi lapangan.

Pertama Penulis akan memperhatikan beberapa logo dari brand ternama yang tersebar dan sudah melekat dalam benak masyarakat, setelah itu penulis mengumpulkan studi literatur dengan menghimpun data-data terkait mengenai perancangan logo dari berbagai sumber yang telah diseleksi dan dievaluasi untuk menjadi referensi dari penelitian ini.

### Waktu dan Tempat

Penulisan laporan penelitian ini dilaksanakan yang dimulai pada hari Rabu, 18 Mei 2022 pengerjaan pada laporan ini dikerjakan dan dilakukan di salah satu rumah kediaman anggota kelompok yang bertempat di daerah kelapa dua Depok. Lalu untuk menyelesaikan laporan ini kami melanjutkannya kembali menggunakan virtual.

Dengan menerapkan pengambilan objek pada desain logo Cafe Agung pada awalnya kami mengamati beberapa cafe disekitar tentang bagaimana penerapan logo yang digunakan, kemudian kami mulai mencari beberapa informasi mengenai bagaimana penggunaan logo yang unik untuk cafe dan kami mulai mencoba membuat desain logo tersebut.

### Teknik Pengumpulan Data

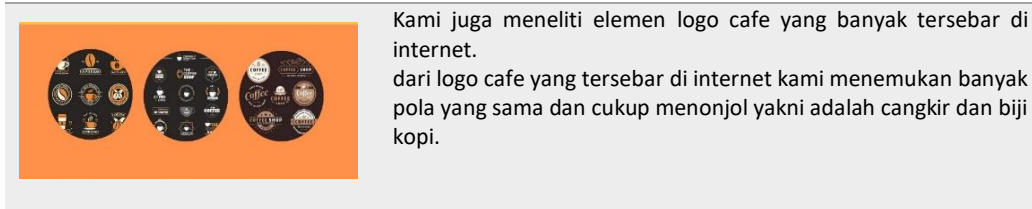
Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengobservasi beragam logo disekitar, pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek logo lainnya. Pengambilan data berdasarkan kualitatif mengenai desain logo cafe agung yang terdahulu dan membandingkan dengan desain lainnya pada objek logo brand terkenal. Dan menggunakan Teknik pengumpulan data melalui dokumen, penulis meneliti melalui internet dari sumber-sumber data dokumen yang terpercaya.

### Proses Pengumpulan Data

Kami melakukan observasi logo disekitar wilayah Jabodetabek area, sebagai berikut:

**Table 1** Proses Pengumpulan Data

Logo	Deskripsi
	Seperti Logo Olu Coffee & Kitchen, Semoet Coffee & Eatry Dan Tulodo Cafe & Resto. Dari ketiga logo disekitar Jabodetabek area, dominasi ketiga logo ini berlatar warna putih, masing-masing memiliki logogram dan kombinasi teks berupa penjelasan mengenai makanan yang dijual. konsep logo ini mengusung tema minimalis.
	Lalu kami juga melakukan observasi terhadap logo cafe yang cukup terkenal, yakni Starbucks coffee, JCO Donuts & Coffee, dan Hard Rock Cafe. Masing-masing dari logo menggunakan elemen lingkaran, didominasi dengan warna yang cerah dan solid. logo yang cukup populer ini memadukan komponen yang ikonik dalam logo gram mau logo type, sehingga menjadi suatu yang unik dan mudah diingat dalam benak masyarakat.



### **Teknik Analisis Data**

Analisis data ini bertujuan untuk menggambarkan suatu data agar memudahkan penulis dalam memulai suatu perancangan dalam mendesain logo agar terarah dan terkonsep sehingga dapat menyelesaikan data ini dengan baik. Selain tujuan tersebut penulisan ini dapat memberikan sebagai media informasi yang bermanfaat dari pengambilan sebuah data.

Data yang digunakan dalam penulisan dan perancangan ini adalah menggunakan data kualitatif, dengan menggunakan teknik analisis naratif yang bertujuan untuk menganalisis atau meneliti objek, pertama penulis memperoleh data dari jurnal-jurnal yang didapatkan dari beberapa sumber yang dipercaya, kemudian penulis melakukan observasi dengan meneliti beberapa desain logo cafe terdekat dengan melihat logo-logo cafe yang ada disekitar, lalu mengorganisir data-data yang dikumpulkan kemudian penulis mulai menjabarkan dan menyusun data-data dan memilih bagian yang penting atau bagian yang akan dikembangkan.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Deskripsi Objek**

Cafe Agung adalah cafe yang segmentasinya ditujukan untuk berbagai kalangan, cafe ini memiliki konsep cafe dan resto dengan menyediakan menu makanan dan minuman yang lengkap, mulai dari makanan tradisional ataupun lokal hingga makanan-makanan barat (western food). Menu minuman juga beraneka ragam mulai dari aneka jenis minuman kopi, teh dan jus buah.

Dalam perancangan logo untuk Cafe Agung ini untuk memperkenalkan beberapa elemen dari identitas baru Cafe Agung. Dengan adanya penerapan perancangan logo ini bertujuan membantu pengguna dalam mendesain identitas kami secara konsisten dan profesional agar nilai yang terdapat dalam Cafe Agung tersampaikan dengan baik. Mulai dari tata letak, system grid, penggunaan warna, sampai skala, ukuran dalam perancangan ini akan menjadi pedoman demi menciptakan sistem yang baik dalam penerapan identitas Cafe Agung.

## Hasil



**Gambar1** Moodboard

Konsep perancangan Logo Cafe Agung yang digunakan dapat dijelaskan sebagai berikut. dalam menentukan analisis khalayak atau penetapan kelompok masyarakat Segmentasi dari perancangan ini lebih ditujukan kepada anak-anak muda atau kaum milenial seperti pada pelajar ataupun para mahasiswa. Target perancangan yang difokuskan pada kaum remaja hingga dewasa dengan usia (17-28 tahun) terutama yang menyukai suasana Cafe untuk nongkrong. Positioning, perancangan desain logo cafe ini dengan desain-desain yang sangat bervariasi, kreatif dan berkualitas tinggi yang jarang ditemukan pada cafe lain sehingga desain kami dapat menjadi pembeda dari desain logo pesaing. Konsep media, Perancangan Logo Cafe Agung diawali dengan penentuannya bentuk visual yang diambil dari Inisial Cafe Agung itu sendiri.

Hasil perancangan logo Cafe Agung:



**Gambar 2** Sketsa Perancangan Logo Cafe Agung

Logo yang digunakan menggunakan logogram dan logotype. Ukuran dan bentuk Logo Cafe Agung yang digunakan adalah 17x21 dengan bentuk logogram yang menyerupai cangkir kopi. Konsep pada logo Cafe Agung terdapat huruf CA yang merupakan inisial Dari Cafe Agung. Huruf CA membentuk cangkir kopi agar memiliki makna kesatuan. Bentuk cangkir kopi mengesankan bahwa Cafe Agung merupakan tempat untuk

nongkrong, ngopi bersama teman maupun saudara. Pemilihan jenis font pada logo adalah serif yang memiliki makna klasik namun tetap terlihat elegan. Pemilihan warna coklat berasal dari warna kopi dan juga menambahkan kesan vintage. Perencanaan logo Cafe Agung yang bertujuan untuk menciptakan identitas suatu brand yang berbeda dari pesaing.

Konsep perancangan Logo Cafe Agung yang digunakan ada perbedaan dengan beberapa perancangan Logo terdahulu. logogram sangat efektif jika logo lebih ditujukan untuk menanamkan brand karena sifatnya yang memorable atau mudah diingat dan simple (Hadi Kurnia dkk., 2015). Warna kuning dinilai warna yang menarik memberikan efek terang bisa dipadukan dengan beberapa warna lain. (Saputra, 2018: 235)

Penggunaan desain logo yang tepat. Dengan Logogram dan Logotype. Logogram, Logogram ini dapat diartikan dengan logo berupa gambar yang digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa dari perusahaan. Sedangkan Logotype fungsinya sama dengan logo gram tetapi dalam hal ini logotype hanya tervisualisasikan berupa huruf atau tipografi saja (Januariyansah, 2018). Analisis desain, pemilihan warna yang tepat. Warna coklat adalah salah satu warna yang mengandung unsur bumi. Dominasi warna ini akan memberi kesan hangat, nyaman dan aman. Kelebihan lainnya adalah warna coklat dapat menimbulkan kesan modern (Zharandont, 2015).

Penggunaan perpaduan Logogram dan Logotype sangat efektif untuk Cafe Agung, sehingga perancangan selanjutnya harus tetap mempertahankan itu, karena dengan gabungan Logogram dan Logotype dapat menghasilkan sebuah logo yang membedakan dari para pesaing sehingga dapat menciptakan hasil logo yang ikonik, logotype dari satu jenis huruf yang salah satu hurufnya dikreasikan sehingga menjadi unik dan berciri khas (Listya & Rukiah, 2018: 59).

Keterbatasan dalam perancangan, tentunya perancangan ini tidak lepas dari keterbatasan. Pengambilan data dalam penelitian, seperti observasi dilakukan hanya sekedar melihat logo-logo disekitar dan dengan mengandalkan data internet. Sebaiknya observasi dilakukan secara detail di lapangan untuk mendapatkan keotentikan data. Tidak melakukan wawancara membuat penelitian kurang efektif. Sebaiknya data disandingkan antara data akademis dan nonakademis.

## Pembahasan

### a. Komposisi dan Filosofi Logo



Gambar 3 Komposisi Logo

#### a) Logogram

Logogram Cafe Agung berasal dari bentuk cangkir kopi. Menggabungkan inisial dari Cafe Agung yaitu CA, yang diubah kedalam bentuk cangkir kopi. Kopi sendiri merupakan menu favorit yang ada di Cafe Agung.

#### b) Logotype

Pemilihan logotype untuk Cafe Agung yaitu font serif. Huruf serif memberikan kesan klasik, namun tetap terlihat modern dan elegan.

#### c) Warna

Warna coklat diambil dari warna biji kopi atau coffee bean yang merupakan bahan utama dari minuman kopi. Warna coklat juga bermakna kehangatan dan kenyamanan.

### b. Grid System

#### a) Logo Primer

Grid System ini berfungsi untuk menentukan ukuran dan proporsi logo, demi menciptakan konsistensi dalam penerapan identitas Cafe Agung. Grid System bersifat mutlak dan sangat tidak diperbolehkan mengubah ukuran logo.

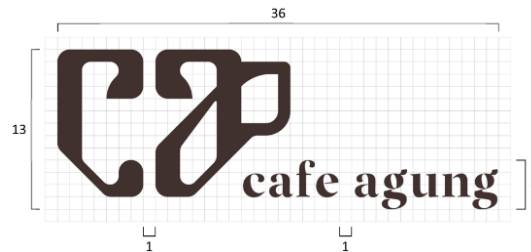


Gambar 4 Logo Primer



## b) Logo Sekunder

Grid System ini berfungsi untuk menentukan ukuran dan proporsi logo, demi menciptakan konsistensi dalam penerapan identitas Cafe Agung. Grid System bersifat mutlak dan sangat tidak diperbolehkan mengubah ukuran logo.



Gambar 5 Logo Sekunder

## c) Ukuran Minimum

Berikut adalah ketentuan ukuran minimal logo Cafe Agung untuk diterapkan di berbagai media. Ukuran logo tidak diperbolehkan untuk diperkecil lagi, karena akan mengurangi keterbacaan dan identitas visual logo.

Gambar 6 Ukuran Minimum Logo



## c. Konfigurasi Warna

Warna yang menjadi identitas perusahaan Cafe Agung adalah warna coklat biji kopi atau coffee bean. Warna coklat juga menunjukkan kopi yang identik dengan sebuah cafe. Berikut adalah ketentuan skala warna sebagai tampilan untuk layar monitor maupun untuk media cetak.



Gambar 7 Konfigurasi Warna

## SIMPULAN

Logo merupakan sebuah identitas berupa gambar atau sketsa secara singkat mewakili suatu brand. fungsi dari logo dapat menjadi sebuah pengenalan terhadap suatu brand, agar mudah diingat dalam benak masyarakat. kegunaan lain dari logo adalah membentuk ciri khas yang membedakan antara brand yang dimiliki dengan brand milik kompetitor. Dalam perancangan logo untuk Cafe Agung ini untuk memperkenalkan beberapa elemen dari identitas baru Cafe Agung. Berdasarkan pemaparan yang telah kami bahas, dalam pembentukan logo memerlukan analisis yang tepat dan observasi terhadap logo yang ada disekitar. Setelah menganalisis logo dan menyelaraskan desain logo dengan nilai filosofis yang sesuai berdasarkan karakter logo yang dibuat, kami dapat menyimpulkan logo Cafe Agung mengadaptasi kesan klasik, modern dan elegan. Sisipan huruf CA yang merupakan inisial dari cafe agung, dengan mengombinasikan huruf dengan font serif menjadi tatanan yang dapat membentuk sebuah cangkir, dimana hal itu adalah wujud sebuah representatif dari latar belakang cafe agung yang merupakan sebuah cafe dan identik dengan minum kopi. Pewarnaan untuk warna yang dipilih menyesuaikan dengan warna yang lekat dengan dunia kopi yakni adalah warna coklat. Penulis berharap penelitian ini dapat mengedukasi pembaca dalam memahami pembuatan logo beserta tahapannya, sehingga memudahkan pembaca dalam membuat logo yang sesuai dengan latar belakang dan karakteristik dari suatu brand.

## REFERENSI

- Kurnia, D. H., & Pebriyeni, E. (2015). *Perancangan logo dan media promosi filia busana kota Solok*.
- Haeril, F. K., Mercu, U., & Jakarta, B. (2021). *Analisis semiotika logo ortholinks ( pemenang kontes logo 99 desain )*. 2(1), 31–40.
- Halim, B. C., Dharmayanti, D., Si, M., Ritzky, D., & Brahmana, K. M. R. (2014). Pengaruh brand identity terhadap timbulnya brand preference dan repurchase intention pada merek toyota. *jurnal strategi pemasaran*, 2(1), 1–11.
- Januariyansah, S. (2018). *Analisis desain logo berdasarkan teori : efektif dan efisien*. 1(1), 13–14.
- Listya, A., & Rukiah, Y. (2018). Visual branding produk belimbing olahan umkm Depok melalui desain logo. *desain komunikasi visual, manajemen desain dan periklanan (demandia)*, 3(02), 199.
- Luzar, L. C., & Monica, M. (2013). Peranan komunikasi visual bagi identitas perusahaan. *humaniora*, 4(1), 528.
- Said, A. A. (2019). Mendesain logo. *tanra: jurnal desain komunikasi visual fakultas seni dan desain universitas negeri makassar*, 6(3), 1–10.
- Saputra, G. B. (2018). Perancangan desain kib (kartu identitas berobat) di upt puskesmas ngebel kabupaten Ponorogo. *global health science*, 3(4), 339–345.
- Yuliyanto, S., Toekio, S., & Khoirul, A. (2017). Analisis makna unsur rupa logo syarikat dagang kauman (sdk) Surakarta. *jurnal kemadha*.

Zharandont, P. (2015). Pengaruh warna bagi suatu produk dan psikologis manusia patrycia. *jurnal ergonomi Patrycia Z*, 0(1), 6.