

Logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” dari Prespektif Estetika DeWitt Parker

Yayah Rukiah¹⁾,
ya2hrukiah@gmail.com,

Iis Purnengsih²⁾,
iispurningsih@gmail.com,

Dendi Pratama³⁾
dendipratama@yahoo.com

Angga Kusuma Dawami⁴⁾
akdawami@gmail.com

Program Studi Desain Komunikasi Visual ¹⁾²⁾³⁾⁴⁾
Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Indraprasta PGRI

ABSTRACT

Visual identity is the main thing that must be built by an entity to be known to the wider community through appropriate visual communication. The forms of visual communication carried out can take the form of anything, such as logos, corporate identities, to the visual formation of their branding. Visual communication that is constantly being built will make people more familiar with the products or services offered to the community. Mie Kupuk “Kembang Matahari” is trying to shape its visual identity, starting with the logo it made. The method used is descriptive qualitative method with visual analysis of identity. The approach to creativity and aesthetic theory is elaborated to find out more about how the Visual Identity will be built by Crackers Noodle “Kembang Matahari”. Through excavation of ideas, construction of corporate identity, overall design, the visual identity to be built by crackers noodle and the making of “Kembang Matahari” is a superior product of the city of Bogor. This paper discusses the visual of a new logo on Crackers Noodle “Kembang Matahari” and the visual identity that the company wants to build by using the aesthetic theory formulated by Parker. This paper concludes that the new logo form that will be used as the visual identity of Crackers Noodle “Kembang Matahari” has the power of ideas that are sufficient to be introduced to the wider community as seen from the principle of Unity, Principle of principle, Principle of variation, Principle of balance, Principle of Development, Principle of Layout seen from the logo of Mie Kupuk “Kembang Matahari”.

Keywords: Visual Identity, Kerupuk Mie, Visual Communication, Aesthetic.

ABSTRAK

Identitas visual merupakan hal utama yang harus dibangun oleh sebuah entitas agar dikenal pada masyarakat luas melalui komunikasi visual yang tepat. Bentuk komunikasi visual yang dilakukan bisa berbentuk apapun, seperti logo, identitas korporat, sampai pada pembentukan visual brandingnya. Komunikasi visual yang terus-menerus dibangun akan membuat orang semakin mengenal produk atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat. Kerupuk Mie “Kembang Matahari” sedang berusaha untuk membentuk identitas visualnya, dimulai dari logo yang dibuatnya. Metode yang digunakan adalah metode diskriptif kualitatif dengan analisis visual identitas. Pendekatan kreativitas serta teori estetika dijabarkan guna mengetahui lebih lanjut bagaimana Identitas Visual yang akan dibangun oleh Kerupuk Mie “Kembang Matahari”. Melalui penggalian ide, konstruksi identitas korporat, desain secara keseluruhan, identitas visual yang ingin dibangun oleh Kerupuk serta pembuatan Mie “Kembang Matahari” adalah menjadi produk unggulan kota Bogor. Tulisan ini membahas tentang visual logo baru yang ada pada Kerupuk Mie “Kembang Matahari” serta identitas visual yang ingin dibangun oleh perusahaannya dengan menggunakan teori estetika yang dirumuskan Parker. Tulisan ini menyimpulkan bahwa bentuk logo baru yang akan digunakan sebagai identitas visual dari Kerupuk Mie “Kembang Matahari” memiliki kekuatan ide yang cukup untuk dikenalkan kepada masyarakat luas terlihat dari Asas kesatuan, Asas tema, Asas variasi, Asas keseimbangan, Asas Perkembangan, Asas Tata Jenjang yang terlihat dari logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari”.

Kata Kunci: Identitas Visual, Kerupuk Mie, Komunikasi Visual, Estetika.

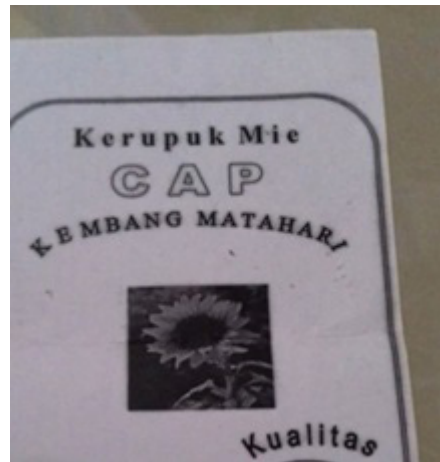
1. PENDAHULUAN

Kerupuk merupakan makanan khas di Indonesia yang banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia sebagai pendamping makanan utama di piring-piring makanan khas lain dari Indonesia. Misalkan asinan, gado-gado, yang setiap hari dapat dijumpai oleh masyarakat umum dalam kesehariannya. Salah satu kerupuk yang tersedia, dan banyak dijumpai di wilayah Jawa Barat adalah Kerupuk Mi, dimana kerupuk tersebut banyak diproduksi dan sekarang menjadi ciri khas dari Kabupaten Bogor. Kerupuk Mi banyak tersedia ketika bulan Puasa, terutama Kerupuk Mi Kuning. Sebagai kudapan atau teman untuk makan asinan maupun Kerupuk Mi hanya dengan sambal kacang.

Kerupuk Mie “Kembang Matahari” merupakan salah satu produk unggulan daerah yang hari ini mengalami banyak penurunan omset, dikarenakan produksi yang terus menerus turun dari tahun ke tahun. Tren Kerupuk Mie juga tidak terlalu bagus di masyarakat secara luas. Tahun 2018, penjualan kerupuk mereka menurun. Selain semakin jarang warung, juga ada produk-produk tiruan yang membuat produk yang sama. Namun kualitas yang diberikan tidak sama dengan produksi dari Pabrik Kerupuk Mi “Kembang Matahari”. Pemasaran yang kurang maksimal membuat Kerupuk Mi “Kembang Matahari” banyak ditiru, dan akhirnya menurunkan penjualannya. Dalam membangun merek Kerupuk Mi “Kembang Matahari”, pemilik usaha tidak memperhatikan secara seksama.

Sehingga kemasan yang begitu-begitu saja yang menjadi andalan. Belum adanya prospek Ekspor, menjadikan Kerupuk Mi hanya diproduksi sangat banyak di bulan Ramadhan saja.

Tim Abdimas Universitas Indraprasta mencoba untuk membentuk citra yang akan diaplikasikan pada Kerupuk Mie “Kembang Matahari” melalui pembangunan merek yang dimulai dari bentuk logo yang diperbaharui.



Gambar 1 : Logo Lama Kerupuk Mie “Kembang Matahari”
(Sumber: Dokumentasi Abdimas, 2018)

Melihat logo yang lama, tim abdimas Unindra mencoba untuk menawarkan logo baru, yang lebih representatif dengan identitas Kerupuk Mie “Kembang Matahari”.



Gambar 2.: Tawaran Logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” (Sumber: Peneliti, 2019)

Konsep yang dicoba dibangun adalah bentuk ke-aslian kerupuk mie yang direpresentasikan pada logo baru yang akan menjadi calon logo untuk Kerupuk Mie “Kembang Matahari”. Keindahan yang ada pada logo baru Kerupuk Mie “Kembang Matahari” memiliki ciri khas tersendiri yang dapat dilihat dari sudut pandang estetika. Rumusan masalah utama yang diselesaikan pada tulisan ini adalah bagaimana logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” dilihat dari sudut pandang estetika yang dicetuskan oleh DeWitt Parker?

2. TINJAUAN TEORITIS

Pidentitasvisual dapat melalui berbagai bentuk visual yang merepresentasikan sesuatu yang ada pada sebuah entitas. Logo sebagai salah satu elemen visual yang merepresentasikan dirinya agar dikenal kepada masyarakat secara umum (Dawami, 2017:136). Logo akan menggambarkan sebuah entitas secara parsial, atau sebagian, yang akan didukung tata letak elemen visual lain dalam sebuah desain. Konsep visual logo dan kemasan yang kuat akan memberikan dampak penjualan yang kuat pula (Dawami, 2019:388).

Logo akan langsung mengidentifikasi dirinya dengan merek (entitasnya), itulah kekuatan dari logo (Hardy, 2011:3). Penjualan yang kuat akan memberikan konstruksi ekonomi yang dapat menopang kehidupan perusahaan. Logo tidak sertamerta menjadi elemen visual belaka, bentuk visual yang diciptakan pada logo, memberikan gambaran tentang entitas yang

mewakilinya. Bentuk logo yang menarik juga dilihat bagaimana bentuk visual logo memiliki keindahan. Dalam menciptakan konsistensi visual diperlukan kesatuan antar elemen-elemen identitas visual, termasuk gaya grafis. Gaya grafis khas menurut Listya (2016: 116) merupakan bagian dari identitas visual korporat yang penting karena fungsi gaya grafis khas dalam media selain sebagai hiasan adalah sebagai penguat identitas.

Bentuk visual yang memiliki rasa indah akan memberikan konstruksi estetis untuk membangun pengalaman estetisnya. Pengalaman estetis akan melibatkan tiga unsur menurut Djelantik (1999:42); (1) *Unity* atau keutuhan; (2) *Dominance* atau penekanan; (3) *Balance* atau keseimbangan. Pengalaman estetis terhadap objek, melalui rasa kesatuan elemen visual, elemen visual yang mendominasi, serta keseimbangan yang muncul akan membentuk konstruksi pemikiran tentang pengalaman estetis terhadap ide pada sebuah objek.

Intepretasi ide terhadap objek dapat dimunculkan oleh manusia untuk menjadi salah satu referensi keindahan yang mengada terhadap kehidupan manusia itu sendiri. Relasi dari ide ke media ekspresi (Parker 1946:36), dimana ide seperti perasaan dan menjadi objek dalam sebuah sensasi. Hanya sensasi yang diberikan; yang keluar dalam bentuk ide dimana seniman mengintepretasi dan mengaplikasikannya kedalam sebuah benda. Bentuk estetis dapat dilihat dengan menggunakan DeWitt H. Parker menyatakan bahwa setidaknya sebuah benda seni memuat enam asas untuk dapat dikatakan indah: (1) *The principle*

of Organic Unity (Asas kesatuan); (2) *The principle of Theme* (Asas tema); (3) *The principle of Thematic Variation* (Asas variasi menurut tema); (4) *The principle of Balance* (Asas keseimbangan); (5) *The principle of Evolution* (Asas Perkembangan); (6) *The principle of Hierarchy* (Asas Tata Jenjang).

4. PEMBAHASAN



Estetita DeWitt H. Parker dapat digunakan dengan melihat keindahan bentuk pada sebuah karya seni (Irawan, 2012: 1). Keindahan bentuk dari Logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” yang telah terpapar diatas dapat dibagi sesuai dengan teori Estetika yang dicetuskan oleh Parker sebagai berikut:

1) Asas Kesatuan

Keseluruhan unsur dalam logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” yang telah disampaikan diatas tidak ada elemen yang tidak digunakan. Semua menyatu menjadi sebuah bentuk logo Kerupuk Mie “Kembang

Matahari” yang merepresentasikan identitas dari Kerupuk Mie, mulai dari bentuk mie yang ada pada tengah logo, bentuk bunga matahari dan berbagai elemen visual pada logo. Logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” tersusun dengan baik, dan dapat menetapkan intepretasi bahwa ciri-ciri logo tersebut merupakan logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari”, serta tidak melenceng dari konsep kesatuan antara nama, bentuk, serta warna pada logo baru Kerupuk Mie “Kembang Matahari”.

2) Asas Tema

Ide utama dari logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” dapat terlihat dari bentuk bunga matahari yang dominan serta berwarna sesuai dengan asli bunga matahari. Variasi bentuk logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” juga dapat menjadikan logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” memiliki tema sebagai logo yang dapat digunakan dalam berbagai aplikasi visual yang akan diterapkan pada promosi yang akan dilakukan. Warna yang dimunculkan juga merepresentasi warna bunga matahari yang dominan bercorak kuning, dengan kesan menyenangkan. Selain itu tema keaslian yang diaplikasikan dengan menggunakan tema visual vernakular, dapat terlihat secara konstruktif pada bentuk visual logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari”.

3) Asas Variasi Menurut Tema

Variasi tema yang muncul dari logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” dapat dilihat dari kemungkinan-kemungkinan bentuk komunikasi visual yang akan

dimunculkan pada media promosi yang lain. Tema-tema yang mungkin muncul adalah bentuk bunga matahari sebagai identitas utama, selain itu warna yang ditawarkan tidak akan jauh dari warna logo yang telah diciptakan, untuk terus menerus memproduksi identitas visual yang sama.

4) Asas Keseimbangan

Keseimbangan yang muncul dari logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” dapat terlihat secara utuh dan penuh, ketika mengamati seluruh bentuk konstruksi visual pada logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari”. Keseimbangan yang dimunculkan adalah keseimbangan asimetris yang dibentuk dan ditimbang dari batang serta daun pada logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari”.

5) Asas Perkembangan

Logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” memiliki perkembangan yang memungkinkan untuk dimunculkan pada konstruksi visual yang lebih kompleks pada identitas visual yang akan dibangun untuk membangun citra. Variasi yang dibuat dengan dalam logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari”, merupakan gubahan dari bentuk asli bunga matahari. Perkembangan yang terjadi pada logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” membuktikan bahwa logo memiliki kemungkinan dalam perkembangannya, secara bentuk visual untuk disesuaikan dengan kebutuhan pasar.

6) Asas Tata Jenjang

Unsur yang bisa menandakan bahwa yang dilihat dari logo Kerupuk Mie

“Kembang Matahari” adalah warna yang berwarna dominan hijau dan kuning, selain itu logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” dapat dilihat dari bentuk visual kembang matahari yang tepat ditengah logo. Sehingga dominan logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” merupakan bunga matahari itu sendiri sebagai identitas utama. Pelbagai unsur lain yang muncul dalam konstruksi logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” juga dapat menandakan bahwa logo tersebut merupakan logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari”.

5. SIMPULAN

Keindahan tidak hanya sekedar ada pada sebuah karya seni murni belaka. Bentuk visual pada desain logo juga menjadi salah satu referensi keindahan yang dapat dikaji secara lebih detail lagi. Logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” merupakan salah satu bentuk desain yang dapat dilihat dari filsafat seni, estetika yang dicetuskan oleh DeWitt Parker.

Secara asas, logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari” terdapat enam asas yang telah disebutkan pada pembahasan di atas. bentuk logo baru yang akan digunakan sebagai identitas visual dari Kerupuk Mie “Kembang Matahari” memiliki kekuatan ide yang cukup untuk dikenalkan kepada masyarakat luas terlihat dari Asas kesatuan, Asas tema, Asas variasi, Asas keseimbangan, Asas Perkembangan, Asas Tata Jenjang yang terlihat dari logo Kerupuk Mie “Kembang Matahari”.[]

DAFTAR PUSTAKA

- Dawami, A. K. (2019). Perancangan Promosi Wisata Pendakian Gunung Merbabu melalui Desa Cuntel. *Jurnal Magenta*, 3(1), 387-396, Januari 2019.
- Dawami, A. K. & Rukiah, Y. & Andrijanto, M.S. . (2018). Analisis Kampanye Hari Disabilitas Internasional (HDI) Tahun 2017 Kabupaten Klaten. *Jurnal Desain* 6 (01), 1-9, September-Desember 2018
- Dawami, A. K. (2017). Logo sebagai Komunikasi Visual dari Identitas Organisasi Difabel Tuli. *Jurnal Magenta*, 1(02), 133-141, Juli 2017.
- Djelantik, A.A.M. (1999). *Estetika: Sebuah Pengantar*. Bandung: MSPI.
- Hardy, Gareth. (2011). *Smashing Logo Design: The Art of Creating Visual Identities*. Chichester, John Willey and Sons Ltd.
- Irawan, D. (2012). Kajian Bentuk Estetis Kain Tenun Kapal dalam Masyarakat Saibatin Lampung Timur menurut DeWitt H. Parker. *Journal UNJ:Yogyakarta*.
- Listya, A. (2016). Bukan sekedar hiasan: gaya grafis khas sebagai identitas visual korporat. *Jurnal Desain*, 3(02), 107-117.
- Parker, DeWitt H. (1946). *The Principles of Aesthetics*. New York: Appleton Century Crofts Inc.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Apresiasi dan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Dirjen Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi dan yang telah membiayai kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) Tahun 2019 dengan judul: "*Branding* Kerupuk Mie "Kembang Matahari" Menuju Pasar Ekspor". Terima kasih juga kepada LLDIKTI Wilayah III Jakarta dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Indraprasta PGRI yang telah membantu kegiatan penelitian ini melalui Kontrak Penelitian: Nomor: 16/AKM/PNT/2019, Tanggal 27 Maret 2019. Dan Surat Perjanjian/Kontrak Penelitian UNINDRA Nomor: 0409/SKPLT/LPPM/UNINDRA/III/2018, Tanggal 12 Maret 2018. Tulisan ini merupakan publikasi dari program Hibah Pengabdian Terhadap Masyarakat tahun 2019. Dengan demikian, kami berterima kasih untuk pendanaan pada program pengabdian ini yang sepenuhnya didanai oleh DRPM Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Indonesia. Peneliti juga mengucapkan banyak terima kasih kepada LPPM Universitas Indraprasta PGRI atas semua bantuan dan pendampingan yang diberikan selama pengabdian terhadap masyarakat ini berlangsung. Kepada setiap pihak yang membantu dalam keberjalanan pengabdian ini sampai menyelesaikan program ini. Terima kasih.