BAB II. REDESAIN LOGO SEBAGAI IDENTITAS VISUAL PRODUK KOPI RAJA LUWAK

II.1 Pengertian Redesain

Redesain diadopsi dari bahasa inggris redesain, yaitu re- dan *design*. Dalam Bahasa Inggris, penggunaan kata re- mengacu pada pengulangan atau melakukan kembali, sehinggga *redesign* dapat diartikan sebagai desain ulang. Redesain mengacu pada sebuah proses perencanaan dan perancangan untuk melakukan suatu perubahan pada struktur dan fungsi suatu benda, bangunan, maupun sistem untuk manfaat yang lebih baik dari desain sebelumnya. Adapun definisi menurut beberapa sumber, yaitu:

1. Menurut *American Heritage Dictionary* (2006) *"redesign means to make a revision in the appearance of"*, yang dapat diartikan membuat revisi dalam penampilan atau fungsi.
2. Menurut Collins *English Dictionary* (2009) *"redesign is to the design of (something)"*, yang dapat diartikan mengubah desain dari (sesuatu).
3. Menurut *Salim's Ninth Collegiate* English-Indonesia *Dictionary* (2000), redesign berarti merancang kembali.

Dari definisi yang dipaparkan di atas dapat disimpulkan secara garis besar bahwa redesain mengandung pengertian merancang ulang sesuatu, sehingga sebuah perubahan baik dalam penampilan ataupun perubahan fisik.

II.2 Logo

Logo adalah salah satu bentuk iklan yang singkat. Disamping menjadi tanda pengenal yang segera membawa imajinasi seseorang kepada pemilik logo tersebut. Logo haruslah membawa pesan yang besar dalam ruangan yang sempit.

Menurut Kusrianto (hal:232) menjelaskan bahwa logo merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. *Logotype* atau tanda kata merupakan nama lembaga, perusahaan, atau produk yang tampil dalam bentuk tulisan yang khusus untuk menggambarkan ciri khas secara komersial.

Secara visualisasi logo adalah suatu gambar. Gambar itu bisa berupa berbagai unsur bentuk dan warna. Oleh karena itu sifat dari apa yang diwakili oleh logo berbeda satu sama lain, maka logo itu memiliki bentuk yang berbeda pula.

Menurut Carter (1985), pakar *coporate identity*, pertimbangan-pertimbangan dalam logo yang baik mencangkup beberapa hal, sebagai berikut:

- *Original* dan *destinctive*, atau memiliki nilai kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang jelas.
- *Legible*, atau memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai bentuk, ukuran, media yang berbeda-beda.
- *Simple* atau sederhana, dengan pengertian mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat.
- *Memorable* atau cukup mudah untuk diingat, karena keunikannya bahkan dalam waktu yang relatif lama.
- *Easily assosiated with the company*, dimana logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.
- *Easily adabtable for all graphic media*. Faktor kemudahan mengaplikasikan logo baik yang menyangkut bentuk fisik, warna maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada proses perancangan.

II.3 Pertimbangan Redesain Logo

Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan untuk melakukan desain ulang pada pada sebuah logo, khususnya logo sebuah perusahaan yang diaplikasikan pada sebuah produk serta berdampak untuk jangka yang panjang bagi sebuah perusahaan, yang akan selalu dikenakan disetiap media yang akan digunakan oleh perusahaan tersebut khususnya untuk Raja Luwak. Redesain logo bukan serta merta hanya sebatas rangkaian visual tidak sesuai dengan pengaplikasiannya pada produk namun banyak hal yang menjadi landasan meredesain logo seperti yang dipaparkan menurut para ahli sebagai berikut :

Menurut Wijanarko (2016), redesain logo dipengaruhi beberapa faktor :

a. Logo tidak sesuai dengan perkembangan zaman

   Sebagai sebuah perusahaan yang berkembang, pada umumnya kita menemukan bahwa logo yang awalnya diciptakan untuk mencerminkan layanan dan nilai-nilai dari sebuah *brand* menjadi usang. Di saat seperti inilah, keputusan untuk melakukan redesain logo perusahaan menjadi sebuah langkah bijak untuk menyegarkan identitas perusahaan agar secara akurat dapat "berkomunikasi" dengan siapa dan apa yang mereka wakili sekarang, daripada siapa dan apa yang mereka wakili sepuluh tahun yang lalu.

b. Perubahan visi dan misi perusahaan

   Pergantian kepemimpinan atau kepemilikan suatu perusahaan seringkali berimbas pada perubahan visi dan misi dari perusahaan itu sendiri. Dan perubahan visi serta misi tersebut hampir selalu ditindaklanjuti dengan penyesuaian desain logo perusahaan. Logo merupakan bentuk representasi dari sebuah bisnis, dan perubahan visi serta misi mau tidak mau juga mempengaruhi *branding*, cara komunikasi serta citra perusahaan. Terkadang, desain terbaru juga turut mempengaruhi proses redesain logo sebuah perusahaan.

c. Masalah teknis pada penggunaan logo

   Pada saat pertama kali membangun bisnis dan membuat desain logo, seringkali yang terlintas di pikiran yaitu bentuk logo yang kesan mewah. Tanpa disadari, logo perusahaan tersebut ternyata terkendala masalah teknis pada saat akan diimplementasikan pada media cetak.

d. Kemiripan logo perusahaan anda denan perusahaan lain

   Kemiripan sebuah logo mungkin saja terjadi, baik dari warna, bentuk, letak, susunan, teknis pembuatan maupun proporsi. Kemiripan logo ini dapat menghilangkan keunikan logo perusahaan yang menjadi kebanggaan.

II.4 Spesifikasi Redesain Logo

Dalam kehidupan sehari-hari sebuah logo bukan hal asing yang sering dijumpai bahkan disekitar lingkungan tempat tinggal pun sebuah logo sering terlihat keberadaannya. Namun apakah setiap logo yang sering dijumpai pada umumnya mudah untuk di ingat hanya dengan satu kali melihatnya, logo yang baik adalah logo yang mudah untuk di ingatan. Maka dibutuhkanlah elemen-elemen dalam membangun sebuah logo yang baik seperti apa yang dipaparkan para ahli sebagai berikut :

Menurut Wijanarko (2016), Redesain logo harus memenuhi beberapa spesifikasi logo yaitu:

a. Kesederhanaan

   Kesederhanaan sagatlah penting dengan mendesain logo secara sederhana, maka logo akan lebih mudah untuk dikenali, lebih mudah diaplikasikan dalam berbagai medium, dan tak mudah dilupakan.

b. Kesan yang mendalam

   Desain logo yang efektif haruslah mudah diingat, dan hal ini dapat dicapai dengan memiliki logo yang mengandung pesan yang sesuai.

c. Keabadian

   Desain logo yang baik haruslah abadi dan tidak dimakan usia. Jadi, sebelum Sribuddies memutuskan sebuah desain logo, coba tanyakan dulu, apakah desain logo tersebut masih efektif pada 10, 20, bahkan 50 tahun mendatang. Ingatlah bahwa desain logo tidak sama dengan industri fashion, di mana tren terus datang dan pergi. Identitas merek haruslah berumur panjang, dan tetap menonjolkan ciri khas yang sama hingga beberapa dekade mendatang.

d. Kemudahan aplikasi

   Logo yang efektif harus mampu menonjol di berbagai media dan aplikasi. Logo harus fungsional. Untuk alasan ini, logo harus dirancang dalam format vektor, untuk memastikan bahwa logo dapat diubah ukurannya dengan skala berapa pun. Logo pun sebaiknya harus dapat bekerja dalam format horizontal maupun vertikal.

II.5 Profil Raja Luwak

Raja Luwak adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penghasil Kopi Luwak yang beralamatkan di Jalan Raden Intan II Gg. Pekonan, Kel, Way Mengaku-Liwa Kabupaten Lampung Barat sudah berdiri sekitar Sembilan tahun yang lalu tepatnya pada tahun 2007. Perusahaan kopi luwak yang ditekuni saat ini berawal dari ketidak sengajaan Gunawan Supriadi yang gemar memelihara binatang luwak atau disebut juga *(Paradoxurus Hermaphroditus)*, pada saat itu Gunawan Supriadi hanya memiliki dua ekor binatang luwak saja.

Perkenalan dengan bisnis Kopi Luwak pun berawal dari perkenalan dengan seorang warga asal Medan yang meminta untuk bekerja sama, tanpa merincikan keseluruhan kerjasama yang ditawarkan.Pada saat itu Gunawan hanya ditugaskan memberi makan biji kopi matang untuk kedua ekor binatang luwaknya. Dalam periode tertentu rekan yang menawarkan kerjasamanya itu mengambil dan membeli hasil kotoran luwak tersebut, tak lama berselang dua ekor binatang luwak tersebut justru ditawar seharga Rp. 1.000.000,00 per ekornya.



Gambar II.1 Foto pemberian makan binatang luwak
Sumber: Pribadi (2016)

Setelah tiga bulan berlalu Gunawan Supriadi mulai menaruh kecurigaan terhadap gerak-gerik yang dilakukan rekannya tersebut yang tidak terbuka. Sebelumnya Gunawa Supriadi hanya mengetahui alasan rekannya tersebut membeli kotoran Kopi Luwak untuk dipergunakan sebagai keperluat obat, dan disisi lain melihat kondisi kedua binatang luwak sangat memprihatinkan dikarenakan terlalu sering diberi makan biji kopi saja.

Rasa penasaran semakin menjadi-jadi, sehubungan tidak mengertinya internet Gunawan Supriadi memita tolong kepada seorang teman untuk dicarikannya informasi mengenai kotoran luwak di internet. Alhasil ternyata terdapat informasi di China kopi yang berasal dari kotoran luwak dihargai Rp. 2.500.000,00 persetengah kilonya, semenjak saat itulah Gunawan Supriadi berfikiran untuk mengembangkan kopi luwak.



Gambar II.2 Foto Gunawan Supriadi Produsen Raja Luwak
Sumber: Pribadi (2016)

II.6 Profil Produk

Raja Luwak saat ini memproduksi dua varian produk kopi, yaitu kopi luwak asli dan produk kopi organik robusta.

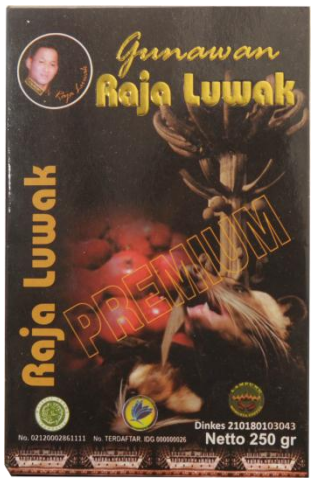
Tabel II.1 Tabel varian dan harga produk
Sumber: Data Pribadi (2016)

Produk	Kemasan	Harga
Kopi Luwak	250 gram	Rp. 125.000,00
	100 gram	Rp. 60.000,00
Kopi Robusta	1 kilogram	100.000,00

Kopi Luwak

Kopi Robusta

Berdasarkan tabel II.1 produk kopi yang yang di produksi Raja Luwak Liwa Lampung Barat bahwa harga untuk produk kopi luwak sendiri sangat mencitrakan kopi yang ekslusif, untuk produk kopi luwak dengan kemasan 100gr di bandrol seharga Rp.60.000, harga yang fantastis untuk sebuah produk kopi. Berbeda dengan produk kopi robusta yang cukup relatif terjangkau untuk 1kg produk kopi robusta yaitu Rp.100.000.



Gambar II.3 Kemasan 250gr Produk Kopi Luwak
Sumber: Pribadi (2016)

II.7 Resume yang Mengarah Pada Solusi Perancangan

Berdasarkan penelitian dan analisa yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa kopi luwak diperuntuhkan untuk kalangan tertentu saja, karena kopi luwak memang produk yang eksklusif, namun logo pada produk Raja Luwak belum dapat menonjolkan citra produk Kopi Luwak yg berkelas. Solusi yang tepat adalah dengan dilakukannya redesain pada logo produk untuk dapat menunjang citra Produk kopi Raja Luwak di Liwa Lampung Barat.