

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK PERTANIAN MODERN "GUMINEPONIK" DAN IMPLEMENTASINYA

I Wayan Adi Putra Yasa¹

¹STMIK STIKOM INDONESIA, Denpasar, Bali-Indonesia

e-mail: adipyasa@stiki-indonesia.ac.id¹

INFORMASI ARTIKEL

Received : September, 2021

Accepted : Oktober, 2021

Publish online : Oktober, 2021

ABSTRACT

Gumineponik is one of the UMKM engaged in the hydroponic business. Besides offering hydroponic installations, hydroponic equipment, and plant nutrition, it also offers innovative processed products such as vegetable fruit juices and fruit and vegetable spring rolls. In introducing its business and products, gumineponik requires a visual identity in the form of a logo that will be implemented in promotional media. Data were collected naturally and presented in a qualitative descriptive form. Data collection was carried out using interviews and direct observation. In addition, it is supported by theoretical studies and documentation. Logo design starts from brief design, research and brainstorming, alternative designs, presentations and revisions in the process of getting the selected logo for gumineponik. The chosen logo is a combination of the letter G and leaves as a symbol of agriculture. The selected logo is then implemented on the packaging of juice and spring roll products. In addition, it is also implemented on business cards, pricelist and x-banner media as supporting media.

Key words : design, visual identity, hydroponics, gmineponik

ABSTRAK

Gumineponik merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam usaha hidroponik. Disamping menawarkan instalasi hidroponik, peralatan hidroponik, dan nutrisi tanaman juga menawarkan produk olahan inovatif seperti jus buah sayur dan lumpia buah dan sayur. Dalam memperkenalkan usaha dan produknya gumineponik memerlukan suatu identitas visual berupa logo yang akan diimplementasikan pada media promosi. Data dikumpulkan secara alamiah dan disajikan dalam bentuk deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode wawancara dan observasi langsung. Selain itu didukung kajian secara teoritis dan dokumentasi. Perancangan logo dimulai dari desain brief, riset dan brainstorming, alternatif desain, presentasi dan revisi dalam proses mendapatkan logo terpilih untuk gumineponik. Logo terpilih berupa gabungan dari letter G dan daun sebagai simbol pertanian. Logo terpilih kemudian diimplementasikan pada kemasan produk jus serta spring roll. Selain itu diimplementasikan juga pada media kartunama, pricelist dan x-banner sebagai media pendukung.

Kata Kunci: perancangan, identitas visual, hidroponik, gumineponik

PENDAHULUAN

Hidroponik merupakan salah satu teknik menanam yang tidak menggunakan media tanah melainkan memanfaatkan media air serta nutrisi agar tanaman tumbuh dengan sehat. Menanam dengan hidroponik juga tidak memerlukan lahan yang luas karena dapat dilakukan pada lahan yang terbatas maupun menempatkannya pada dinding bangunan. Bertanam sayuran dalam sistem hidroponik memiliki beberapa keuntungan yaitu dapat dikerjakan di tempat yang sempit, sebagai alternatif untuk tanah pekarangan/halaman yang tidak subur, mudah untuk dipindah, dapat sekaligus berfungsi sebagai tanaman hias [3]. Oleh karena itu, menanam secara hidroponik dapat dilakukan dengan mudah dan diterapkan di kota-kota besar yang sebagian besar memiliki lahan terbatas. Sayur yang dihasilkan juga lebih sehat karena bebas dari pestisida dan memiliki potensi bisnis yang menjanjikan. Hal tersebut disebabkan karena tanaman yang dihasilkan cukup baik dan dari segi pendapatan lebih menguntungkan ketimbang sistem pertanian konvensional [2].

Gumineponik merupakan salah satu bentuk UMKM yang mencoba menjalankan usaha hidroponik. Mulai dari menawarkan instalasi hidroponik, kebutuhan dan perlengkapan seputar hidroponik seperti media tanam, bibit dan nutrisi. Gumineponik juga menawarkan hasil panen dari kebunnya kepada masyarakat sekitar lingkungan tempat usaha serta kepada partner yang akan dipasarkan kembali nantinya. Selain itu, gumineponik juga memasarkan hasil panennya dengan mengolah menjadi produk olahan baru dengan mengombinasikannya dengan buah-buahan segar. Jus sayur dan buah menjadi salah satu produk olahan yang ditawarkan oleh gumineponik. Kombinasi antara sayur dan buah juga dapat juga menghasilkan produk baru yang sehat yaitu *spring roll* dengan beberapa pilihan varian yang ditawarkan. Pemasaran produk baik kebutuhan hidroponik maupun hasil olahan dilakukan secara konvensional dan modern melalui media sosial Instagram. Hal tersebut dilakukan untuk memperkenalkan gumineponik kepada masyarakat. Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan sebuah identitas visual berupa logo untuk membangun *brand* produk yang baik.

Logo merupakan elemen penting dalam memperkenalkan suatu entitas. Logo atau tanda gambar yang terdiri dari unsur bentuk dan warna, merupakan sebuah identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra atau karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi [1]. Berperan sebagai suatu identitas visual yang

merefleksikan diri seorang individu, kelompok maupun suatu usaha. Identitas visual merupakan pula pondasi yang sangat penting dalam membangun branding pada khalayak [3]. Logo juga berperan sebagai *marketing tools* yang sangat menguntungkan karena menjadi yang pertama dilihat konsumen. Hal tersebut memudahkan konsumen untuk mengenali suatu produk [5]. Mengingat peran penting sebuah logo maka perlu suatu pertimbangan yang kompleks dalam penciptaannya. Berdasarkan hal tersebut perancangan logo untuk membantu mengenalkan usaha ini diperlukan dalam membangun identitas visual berupa logo yang memiliki karakteristik yang khas dalam menggambarkan usaha dan produk dari gumineponik

METODE PENELITIAN

Perancangan ini merujuk pada perancangan Identitas visual berupa logo untuk usaha gumineponik. Penelitian dilakukan berdasarkan masukan dan gagasan yang dikumpulkan menjadi data. Data yang dikumpulkan didapat dari pengumpulan data kepustakaan serta data yang dianggap relevan. Pengumpulan data dilakukan dengan alamiah dan dideskripsikan secara naratif dalam bentuk deskriptif kualitatif.

Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder. Data primer merupakan sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli [6]. Dalam penelitian ini data didapat melalui wawancara dengan menggali informasi terkait kebutuhan logo dengan pemilik usaha, serta ditunjang dengan metode observasi melalui pencatatan sistematis terhadap fenomena terkait. Data sekunder diperoleh dari kajian teoritis dan dokumentasi berupa foto. Dalam hal ini dilakukan pengambilan foto di kebun gumineponik dan sketsa objek sebagai tambahan data penelitian.

Data yang terkumpul dijadikan referensi kemudian diproses berdasarkan tahapan perancangan logo yang menghasilkan luaran berupa identitas visual yaitu alternatif logo. Logo terpilih kemudian diimplementasikan ke media produk dan media informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan logo corporate menurut [5] secara umum melalui 5 tahapan, yaitu (1) mempelajari desain brief, yaitu deskripsi singkat tentang klient, perusahaan, produk atau jasa, dateline, ketentuan-ketentuan, kemauan klient dan

sebagainya. (2) Mengadakan riset dan brainstorming yang didapat dari melakukan wawancara untuk menentukan ciri dan karakteristik yang akan ditampilkan dengan membuat sketsa-sketsa desain. (3) Membuat alternatif desain yaitu mempersiapkan beberapa pilihan logo yang dapat dipilih oleh klient. (4) Presentasi yaitu dengan memperlihatkan desain yang sudah dikerjakan, konsep, filosofi yang terdapat dalam logo, (5) revisi dan penyempurnaan desain merupakan tahap penyempurnaan logo berdasarkan saran-saran yang didapat sehingga mendapatkan logo yang sesuai.

Perancangan desain logo gumineponik diawali dengan mempelajari desain brief mengenai usaha, produk, visi & misi serta harapan dari usaha yang dijalankan. Menurut I Nyoman Tantra Pradnyana selaku pemilik gumineponik merupakan suatu usaha yang bergerak dalam usaha hydroponic yang menghasilkan tanaman yang sehat dan berkualitas. Nama Gumineponik berasal dari gabungan kata gumine dalam Bahasa bali yang berarti bumi atau alam dan ponik yang diambil dari kata hidroponik. Selain menawarkan hasil panen yang sehat, gumineponik juga menjual instalasi hidroponik serta kebutuhan terkait seperti nutrisi, media tanam serta bibit. Hasil produk olahan yang sehat dan menyegarkan seperti jus sayur buah dan lumpia sehat kombinasi dari sayur dan buah. Proses pemasaran dilakukan dengan 2 cara yaitu melalui menawarkan langsung ke pelanggan dan melalui media sosial. Untuk segmentasi pasar, produk yang ditawarkan gumineponik ialah anak muda dan orang-orang yang suka dengan minum sehat dan alami.

Tahapan riset dan brainstorming ini, desainer menganalisa desain brief yang diberikan oleh klient untuk memunculkan ciri-ciri atau karakteristik dari usaha. Jika dilihat dari desain brief yang diberikan maka perancangan identitas visual gumineponik akan menitik beratkan pada sebuah brand yang bergerak dalam pertanian modern serta menghasilkan produk sehat dan alami. Sehingga dapat dianalisa bahwa gumineponik memiliki ciri-ciri; pertanian modern, menyehatkan, dan inovatif. Maka berdasarkan hal tersebut dapat dipilih idiom-idiom grafis yang sesuai dengan karakter usaha gumineponik.

Idiom-idiom grafis yang dimaksud berupa gambar, warna dan tipografi yang dapat mewakili karakter gumineponik. Pemilihan idiom-idiom grafis dilakukan dengan riset berdasarkan teori-teori desain komunikasi visual mengenai karakteristik

warna, garis, bidang dan jenis huruf. Riset juga didukung dengan mengamati logo sejenis yang sudah ada dan memiliki kedekatan jenis usaha dalam menentukan ide, karakteristik logo dan menghindari plagiatisme seperti terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Contoh logo sejenis
Sumber: dokumentasi penulis

Jika dilihat dari ciri-ciri usaha yang sudah disimpulkan maka perlu memilih idiom grafis yang mencerminkan ciri pertanian modern, sehat dan alami. Berkaitan dengan desain modern, biasanya desain yang dihasilkan lebih menonjolkan kesederhanaan bentuk dan fungsi. Kesederhanaan bentuk dapat diterapkan dengan penggunaan warna yang tidak banyak, tidak menggunakan garis dan bidang yang berlebihan, dan jenis huruf yang sederhana. Berdasarkan hal tersebut bentuk seperti tunas, daun, air ataupun kombinasinya akan dipilih. Selain itu logo juga akan membentuk huruf G sesuai dengan desain brief yang didapat. Pemilihan bentuk tersebut dirumuskan dengan beberapa pertimbangan yaitu, 1) mewakili suatu usaha yang bergerak dalam pertanian modern, 2) suatu usaha yang sedang tumbuh kembang yang menawarkan kebaruan dan 3) merupakan produk alami serta menyehatkan.

Elemen warna yang digunakan tidak banyak dengan memilih warna hijau, untuk mencerminkan usaha yang menghasilkan produk yang sehat dan alami. Warna hijau juga dianggap mewakili suatu usaha pertanian modern. Jenis huruf yang dipilih ialah huruf *sans serif* yang lebih sesuai untuk mencerminkan kesan modern dan sederhana. Setelah idiom grafis terpilih dilakukan proses pengolahan yang menghasilkan sketsa kasar (gambar 2) yang nantinya diolah di komputer menjadi alternatif desain.



Gambar 2. Sketsa kasar logo
Sumber: dokumentasi penulis

Beberapa sketsa kasar dihasilkan dari pengolahan, kemudian dipilih beberapa yang sesuai dengan desain brief yang telah disimpulkan. Sketsa terpilih selanjutnya dibuatkan 3 alternatif desain untuk menghasilkan desain terpilih yang sebelumnya

sudah diolah di komputer untuk menghasilkan visualisasi logo yang lebih baik.



Gambar 3. alternatif desain logo
Sumber: dokumentasi penulis

Ketiga alternatif desain logo selanjutnya di perlihatkan kepada klient untuk dipilih dan mendapatkan masukan-masukan untuk menyempurnakan desain logo. Berdasarkan ke-3 desain yang ditawarkan makan logo pertama pada gambar 3. menjadi logo terpilih tanpa perlu dilakukan perbaikan. Namun, klient meminta untuk disediakan alternatif untuk *negative color* sebagai alternatif untuk penempatan pada beberapa media.



Gambar 4. Desain terpilih logo gumineponik
Sumber: dokumentasi penulis



Gambar 5. Alternatif tampilan logo terpilih
Sumber: dokumentasi penulis

Setelah dibuatkan negatif logo, logo terpilih kemudian diimplementasikan pada produk gumineponik dan media pendukung yang digunakan untuk membangun dan memperkenalkan *brand* kepada masyarakat. Berikut merupakan implementasi logo pada produk dan media yang digunakan.



Gambar 6. Desain kemasan jus
Sumber: dokumentasi penulis



Gambar 7. Desain kemasan spring roll
Sumber: dokumentasi penulis



Gambar 8. Desain kartu nama
Sumber: dokumentasi penulis



Gambar 9. Desain price list
Sumber: dokumentasi penulis



Gambar 10. Desain X-Banner
Sumber: dokumentasi penulis

Pada gambar 6 dan gambar 7 merupakan implementasi logo terpilih pada produk jus dan spring roll. Sedangkan pada gambar 8 – gambar 10 merupakan implementasi logo pada media yang digunakan untuk kegiatan pameran seperti kartu nama, pricelist dan X- Banner.

KESIMPULAN

Perancangan desain logo gumineponik melalui proses riset yang mendalam yang terbagi atas 5 tahapan yaitu: (1) mempelajari desain brief untuk mengetahui desain yang sesuai dengan kebutuhan. (2) Melakukan riset dan brainstorming untuk menentukan ciri-ciri dan karakter khusus dari produk yang dituangkan dalam sketsa-sketsa. (3) Membuat alternatif desain berdasarkan sketsa-sketsa yang dibuat sebagai pilihan bagi klient untuk mendapatkan logo yang dibutuhkan. (4) Memperentasikan logo kepada klient untuk mendapatkan logo terpilih. (5) Melakukan revisi dan penyempurnaan untuk mendapatkan logo yang sesuai dengan kebutuhan. Logo terpilih kemudian diimplementasikan pada produk jus serta spring roll dan media pendukung seperti kartu nama, pricelist dan x-banner yang digunakan untuk memperkenalkan brand gumineponik pada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Kusrianto, Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi, 2007.
- [2] Antara. Peluang Bisnis Baru, Permintaan Sayuran Hidroponik Semakin Tinggi. Internet: <https://koran-jakarta.com/peluang-bisnis-baru-permintaan-sayuran-hidroponik-semakin-tinggi>. 27 September 2021 [27 September 2021].
- [3] I. N. Jayanegara and I. N. A. Fajaraditya Setiawan, "Analisis Bentuk Pada Identitas Visual Stmik Stikom Indonesia", Jurnal Bahasa Rupa, vol.3, no.2, pp. 76-82,2020.
- [4] M. Pharmawati, N. N. Wirasiti, I.G.A.S. Wahyuni, R. Kawuri, "Pelatihan Hidroponik Di Sman 1 Denpasar, Bali", Buletin Udayana Mengabdi, vol. 16 ,no. 2, 2017.
- [5] Rahmat Supriyono, Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi. Andi, Yogyakarta. 2010.
- [6] Sugiyono. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta. 2014