

## Re- Desain Logo Dalam Meningkatkan Identitas Merek UMKM Ikan Naki

Winda<sup>1</sup>, Gultom Yossi Putri<sup>2</sup>, Ravega Akmal Permana Putra<sup>3</sup>, Leni Sugiyanti<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Desain Media, <sup>2</sup>Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina Madani

Diterima : 14/09/2023

Revisi : 28/09/2023

Diterbitkan : 03/10/2023

**Abstrak.** Dalam era bisnis yang kompetitif, identitas merek yang kuat menjadi kunci utama untuk membedakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak re-desain logo terhadap identitas merek UMKM Ikan Naki. Metode penelitian kualitatif digunakan, melibatkan wawancara dengan pemilik usaha, analisis desain grafis, dan survei konsumen. Re-desain logo telah membuktikan menjadi langkah yang efektif dalam meningkatkan identitas merek UMKM Ikan Naki. Proses ini bukan hanya memberikan tampilan yang segar, tetapi juga memberikan kesan yang lebih kuat dan kohesif kepada pelanggan dan pemangku kepentingan. Hasil temuan ini dapat memberikan panduan bagi UMKM sejenis yang mempertimbangkan perubahan identitas merek melalui re-desain logo. Re-desain logo berhasil meningkatkan identitas merek dengan memberikan kesan yang lebih modern dan konsisten. Penguatan persepsi positif terhadap kualitas produk dan profesionalisme UMKM Ikan Naki.

**Kata kunci:** Identitas Merek, Media Sosial, dan Desain Logo

**Abstract.** In a competitive business era, a strong brand identity is the main key to distinguishing Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the market. This research aims to explore the impact of logo re-design on the brand identity of Ikan Naki MSMEs. Qualitative research methods were used, involving interviews with business owners, graphic design analysis, and consumer surveys. The re-design of the logo has proven to be an effective step in improving the brand identity of Ikan Naki MSMEs. This process not only provides a fresh look, but also provides a stronger and more cohesive impression to customers and stakeholders. These findings can provide guidance for similar MSMEs that are considering changing their brand identity through logo re-design. The logo re-design succeeded in improving the brand identity by giving a more modern and consistent impression. Strengthening positive perceptions of product quality and professionalism of Naki Fish MSMEs.

**Keywords:** Brand Identity, Social Media and Logo Design

**Correspondence author:** Winda, [winda@gmail.com](mailto:winda@gmail.com), Bekasi, and Indonesia



This work is licensed under a CC-BY-NC

## Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Di Indonesia, sektor UMKM telah lama menjadi tulang punggung perekonomian dengan kontribusi yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi.

Salah satu sektor UMKM yang menonjol adalah industri ikan asin, dimana produknya memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan bahan pangan yang bergizi dan berkualitas. UMKM Ikan Naki, yang bergerak dalam industri perikanan, telah tumbuh menjadi pemain signifikan dalam penyediaan produk ikan berkualitas.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UMKM ini menyadari pentingnya memperbarui citra dan mempertahankan daya tariknya di mata konsumen. Ikan asin menjadi salah satu komoditas unggulan dalam industri perikanan di Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan akan ikan asin baik di pasar domestik maupun internasional terus meningkat.

Keanekaragaman jenis ikan yang ada di perairan Indonesia, bersama dengan tradisi kuliner yang kuat dalam menggunakan ikan asin sebagai bahan utama, menjadikan sektor UMKM ikan asin memiliki prospek yang cerah. Dalam menghadapi persaingan di pasar yang semakin ketat, beberapa pelaku UMKM ikan asin berusaha untuk menciptakan identitas unik dan daya tarik produk melalui pendekatan *branding*.

Salah satunya adalah *brand* "Ikanaki". Meskipun masih berproses dalam pengembangan identitas dan strategi *branding*, "Ikanaki" menunjukkan potensi untuk menjadi salah satu *brand* terkemuka di sektor UMKM ikan asin. Menurut Topan re-desain logo bukan sekadar perubahan visual, tetapi juga pernyataan tentang evolusi merek. Logo yang baru diharapkan dapat memberikan kesan yang lebih relevan.

Hal ini merupakan upaya proaktif untuk tetap berada di garis depan dalam benak pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mendokumentasikan dan menganalisis proses re-desain logo UMKM Ikan Naki, serta mengeksplorasi dampaknya terhadap identitas merek. Dengan memahami langkah-langkah yang diambil dan respon pelanggan,

Tujuan dari laporan ini adalah untuk menganalisis proses pengembangan *brand* "Ikanaki" dalam menciptakan identitas unik dan daya tarik produk. Selain itu, laporan ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh "Ikanaki" untuk memperkenalkan *brand* kepada pasar serta mengidentifikasi harapan dan tantangan yang dihadapi oleh "Ikanaki" dalam menghadapi tahap berproses ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam kepada pihak terkait, analisis desain grafis, dan studi literatur terkait re-desain logo dan *branding*. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan insight yang mendalam mengenai proses re-desain logo UMKM Ikan Naki dan bagaimana hal tersebut dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan identitas merek di pasar yang dinamis.

## Metode Pelaksanaan

### a) Wawancara dan Observasi

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai usaha yang Mitra kembangkan, metode ini dilakukan agar kami dapat memahami profil mitra. Sedangkan observasi dilakukan untuk pengamatan pengembangan usaha yang akan dilakukan mitra karena perlu banyak penelitian terhadap produk mitra agar mampu bertahan dan dikenal oleh masyarakat luas, selain itu juga dapat memperoleh informasi mengenai aktivitas penjualan mitra.

### b) Pengumpulan Data atau Pencatatan Data

Metode pengumpulan data sangat dibutuhkan untuk mencatat segala jenis aktifitas dan kendala-kendala apa saja yang dapat menghambat kelancaran usaha Ikan Naki. Setelah melakukan observasi perlu pencatatan hasil data karena setiap trend pasar akan terus berubah – ubah maka dari itu melakukan pencatatan data agar produk Ikan Naki sesuai dengan trend pasar.

### c) Dokumentasi

Melakukan dokumentasi berkaitan sangat erat untuk usaha Ikan Naki karena dengan proses berjalannya sebuah usaha, mulai dari observasi, pencatatan data sampai pada informasi mengenai usaha Ikan Naki, serta keinginan konsumen hingga konsumen dapat dengan mudah membeli produk Ikan Naki, karena adanya dokumentasi usaha. Menggunakan sosial media salah satu informasi untuk membangun *brand awareness* serta informasi lain mengenai usaha Ikan Naki.

## Hasil dan Pembahasan

Laporan ini menyajikan hasil perancangan produksi media untuk Ikanaki. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memastikan bahwa produksi media berjalan dengan efisien dan sesuai dengan rencana.

## Rancangan Konsep Produksi Media

### a. Konseptuali

Membuat nama dan logo yang memiliki daya tarik dan mudah diingat. Memastikan bahwa *brand* memiliki citra visual yang kuat dapat membantu dalam mengenali dan mengingat *brand*. Mengembangkan ide dan konsep untuk produk media, seperti foto, video atau iklan yang melibatkan pemikiran kreatif dan pemahaman target pasar.

### b. Perancangan *Packaging*

Membuat *packaging* baru untuk produk. *Packaging* akan diciptakan dengan plastik yang kedap udara dengan menggunakan Plastik Vacum Sielen dan Plastik Clip. *Packaging* akan disesuaikan dengan ukuran dan bentuk produk yang akan dilengkapi dengan informasi produk yang dibutuhkan konsumen.

c. Perencanaan Produksi

Membuat rencana produksi termasuk jadwal produksi dan pemilihan lokasi. Memastikan bahwa produksi berjalan dengan efisien. Foto dan video akan diproduksi dengan menggunakan produksi modern dan diterbitkan di platform media sosial.

*Proses Pelaksanaan Perancangan Produksi Media*

1. Konseptuali

a. Branding

Proses pembuatan identitas visual, verbal, dan emosional. Proses pembuatan nama, logo, *tagline*, *design*, dan warna.

1) Nama/merek

“Ikanaki”

Nama Ikanaki diambil dari kata Ikan yang dibalik menjadi Naki dan digabungkan menjadi Ikanaki, bila dibaca dari kiri ataupun kanan tetap Ikanaki. Memiliki makna dari melihat sudut pandang manapun tetap sama.

2) Logo



Gambar 1. Logo

Gambar 2. Logo

Gambar 3. Logo

Instrumen logo Ikanaki yaitu Ikan. Dibuat secara seimbang yang diinterpretasikan makna harmoni, stabilitas, dan integrasi.

- ✚ Harmoni: Logo yang dirancang dengan keseimbangan visual yang baik dapat memberikan kesan estetik yang menyenangkan dan terorganisir.
- ✚ Stabilitas: Logo yang memiliki keseimbangan yang kuat dapat menyampaikan pesan bahwa perusahaan atau merek tersebut kokoh, dapat diandalkan, dan memiliki landasan yang stabil.
- ✚ Integrasi: Keseimbangan dalam logo dapat mewakili integrasi yang seimbang antara berbagai elemen, seperti unsur-unsur visual, warna, atau konsep yang digunakan dalam desain. Hal ini dapat menunjukkan bahwa perusahaan atau merek tersebut berhasil menggabungkan berbagai aspek dengan baik.

1) *Tagline*

“Ikanaki Kelezatan yang Hakiki”

Tujuannya, ingin memberikan kesan yang nikmat dan kepuasan yang mendalam saat konsumen menyantap produk Ikanaki.

## 2) Warna



#0b6179

C: 91% M: 53% Y: 38% K: 15%

R: 11 G: 97 B: 121

Biru tua melambangkan sesuatu yang dapat dipercaya, dapat diandalkan dan tanggung jawab.



#94e0f5

C: 37% M: 0% Y: 4% K : 0%

R: 11 G: 97 B: 121

Biru muda melambangkan kejujuran dan kepercayaan. Memberi kesan kuat yang menunjukkan bahwa usaha kami dapat diandalkan.

## 3) Perancangan *Packaging*



Gambar 4. *Packaging*

*Packaging* diciptakan dengan tampilan yang menarik, *simple* dan informatif. *Packaging* disesuaikan dengan ukuran produk yang dilengkapi dengan informasi produk yang dibutuhkan, seperti nomor telepon, dan jenis ikan asin yang terdapat pada kemasan. Desain *packaging* dibuat dengan tampilan menarik, *simple*, dan informatif.

### a. Pendukung *Packaging*



Gambar 5. *Sticker*

*Sticker* dibuat bertujuan untuk *branding* dan identitas merek. Digunakan untuk memberikan informasi penting tentang produk berupa informasi aneka macam rasa ikan yang dijual oleh Ikanaki serta nomor telepon yang dapat dihubungi.

b. Perencanaan Produksi

Desain *Feeds* dan Video untuk Instagram

Pada desain *feeds* dan video menunjukkan gaya ilustrasi, konsep warna menggunakan warna-warna yang diambil dari warna laut.



Gambar 6. Desain *Feeds*

c. *Timeline*

Produksi foto dan video dilakukan dalam waktu 2 minggu dan diterapkan di *platform* media sosial dalam waktu 1 minggu setelah produksi selesai. *Timeline* postingan Instagram dibuat perbulan.

d. *Editing* dan *Post-Produksi*

Melakukan *editing* dan *post-produksi*. Memastikan bahwa produk memiliki tampilan yang indah.

e. Tema Konten Ikanaki

1) Konten produk

Ditujukan untuk mempromosikan dan memperkenalkan produk atau layanan kepada *audiens*, serta memperkuat kesadaran merek dan meningkatkan penjualan.

2) Konten keunggulan produk

Ditujukan untuk memperkuat posisi produk sebagai pilihan terbaik bagi *audiens*, membantu menonjolkan manfaat unik yang membedakan produk dari pesaing.

3) Konten promo

Ditujukan untuk menawarkan *discounts* atau penawaran khusus untuk *audiens* dan memotivasi mereka untuk membeli produk.

4) Konten interaktif

Ditujukan untuk meningkatkan *brand awarness*; membantu memperkenalkan *brand* dan produk kepada *audiens*, membantu memperkuat perhatian pemirsa terhadap akun dan membuat tertarik untuk terus mengikuti akun.

5) Konten *fun fact*

Ditujukan untuk menghibur dan menarik perhatian konsumen, serta memperkenalkan *brand* atau produk dengan cara yang lebih informal dan menyenangkan.

6) Konten hari besar nasional

Ditujukan untuk memperingati dan memperkenalkan hari besar nasional kepada *audiens*, serta memperkuat kesadaran dan loyalitas merek.

7) Konten *tips*

Ditujukan untuk memberikan informasi berguna dan membantu *audiens* dalam hal yang berhubungan dengan produk atau layanan yang ditawarkan.

### Konsep

Kami telah menetapkan konsep untuk produksi media kami, memastikan bahwa produksi media sesuai dengan rencana dan memenuhi tujuan kami.

1) Nama/merek

“Ikanaki”

Nama Ikanaki diambil dari kata Ikan yang dibalik menjadi Naki dan digabungkan menjadi Ikanaki, bila dibaca dari kiri ataupun kanan tetap Ikanaki. Memiliki makna dari melihat sudut pandang manapun tetap sama.

2) Logo



Gambar 12. Logo

Instrumen logo Ikanaki yaitu Ikan. Dibuat secara seimbang yang diinterpretasikan makna harmoni, stabilitas, dan integrasi.

- ❖ Harmoni: Logo yang dirancang dengan keseimbangan visual yang baik dapat memberikan kesan estetik yang menyenangkan dan terorganisir.
- ❖ Stabilitas: Logo yang memiliki keseimbangan yang kuat dapat menyampaikan pesan bahwa perusahaan atau merek tersebut kokoh, dapat diandalkan, dan memiliki landasan yang stabil.
- ❖ Integrasi: Keseimbangan dalam logo dapat mewakili integrasi yang seimbang antara berbagai elemen, seperti unsur-unsur visual, warna, atau konsep yang digunakan dalam desain. Hal ini dapat menunjukkan bahwa perusahaan atau merek tersebut berhasil menggabungkan berbagai aspek dengan baik.

3) *Tagline*

“Ikanaki Kelezatan yang Hakiki”

Tujuannya, ingin memberikan kesan yang nikmat dan kepuasan yang mendalam saat konsumen menyantap produk Ikanaki.

4) Warna



#0b6179

C: 91% M: 53% Y: 38% K: 15%

R: 11 G: 97 B: 121

Biru tua melambangkan sesuatu yang dapat dipercaya, dapat, diandalkan dan tanggung jawab.



#94e0f5

C: 37% M: 0% Y: 4% K : 0%

R: 11 G: 97 B: 121

Biru muda melambangkan kejujuran dan kepercayaan. Memberi kesan kuat yang menunjukkan bahwa usaha kami dapat diandalkan.

### 5) Perancangan *Packaging*



Gambar 13. *Mockup Packaging*

*Packaging* diciptakan dengan tampilan yang menarik, *simple* dan informatif. *Packaging* disesuaikan dengan ukuran produk yang dilengkapi dengan informasi produk yang dibutuhkan, seperti nomor telepon, dan jenis ikan asin yang terdapat pada kemasan. Desain *packaging* dibuat dengan tampilan menarik, *simple*, dan informatif.

### 6) Pendukung *Packaging*



Gambar 14. *Sticker*

*Sticker* dibuat bertujuan untuk *branding* dan identitas merek. Digunakan untuk memberikan informasi penting tentang produk berupa informasi aneka macam rasa dan jenis yang dijual oleh Ikanaki serta kontak yang dapat dihubungi.

### 7) Desain dan Teknis

Desain Feeds dan Video untuk Instagram

Pada desain *feeds* dan video mengusung gaya ilustrasi, konsep warna menggunakan warna-warna yang diambil dari warna laut.

## 1. Perancangan Logo



## 2. Perancangan *Packaging* & Kartu Nama



### 3. Rancangan Desain Feeds & Reels

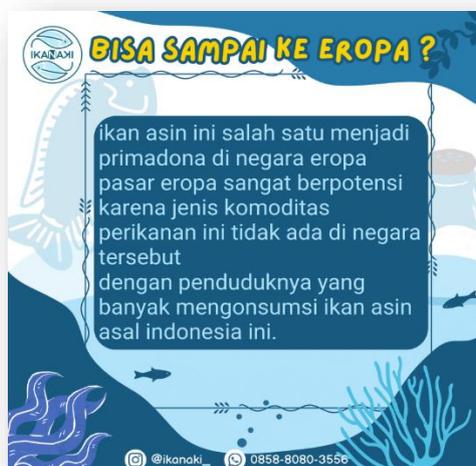
#### a) Konten Produk



#### b) Konten Promo



#### c) Konten Fun Fact



d) Konten *Tips*



e) Konten Interaktif



f) Konten Ucapan Hari Besar



g) Konten Testimoni



4. Rancangan Mockup







## SIMPULAN

Setelah melakukan analisis dan perancangan, kami menyimpulkan bahwa usaha Ikanaki memiliki potensi untuk berkembang dan mencapai tujuan bisnis yang diinginkan. Kami membangun merek dan strategi pemasaran melalui kanal digital yang didukung oleh kelompok yang kompeten dan terampil. Membantu mitra mempromosikan merek dan produk ke target pasar.

Demikian, dengan membangun dan memiliki brand yang kuat serta strategi pemasaran yang efektif, kami yakin bahwa usaha Ikanaki akan memperoleh hasil yang positif dan memperluas pasar yang ada. Kelompok kami selalu bersinergi untuk memastikan bahwa usaha ini berjalan sesuai dengan rencana dan memperoleh hasil yang optimal.

### A. SARAN

Berdasarkan hasil perancangan kami, kami memberikan beberapa saran untuk memastikan bahwa usaha Ikanaki berkembang dan memperoleh hasil yang optimal:

1. Fokus pada pembangunan merek dan identitas usaha, untuk memastikan bahwa target pasar dapat dengan mudah mengenali dan membedakan usaha Ikanaki dari pesaing.
2. Melakukan reorganisasi dan perbaikan pada pembukuan keuangan, untuk memastikan bahwa data keuangan dapat diandalkan dan mudah dipahami. Pemilik dapat melanjutkan rancangan keuangan sederhana yang telah dibuat oleh kelompok.
3. Terus melakukan evaluasi dan perbaikan pada strategi pemasaran, untuk memastikan bahwa usaha Ikanaki dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan memperoleh hasil yang optimal.

Kami yakin dengan menerapkan saran ini, usaha Ikan Naki akan memperoleh hasil yang positif dan memperluas pasar yang ada.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang telah memberikan kesempatan serta bersedia usahanya untuk dikelola, dan kepada Politeknik Bina Madani terimakasih karena telah memberikan kesempatan kepada mahasiswanya untuk melakukan kegiatan ini, Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada tim peneliti dan pihak lain yang terlibat dalam penulisan jurnal ini. Kerja sama dan kontribusi mereka telah memperkaya isi jurnal dan memberikan informasi yang lebih lengkap kepada pembaca. Setiap langkah dan kesimpulan yang dibuat sangat terbukti dan didukung dengan bukti yang kuat, yang menjadikan jurnal ini sebagai sumber referensi yang sangat berharga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kapferer, J. N. (2012).  
The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking. Kogan Page.
- De Chernatony, L., & McDonald, M. (2003).  
Creating Powerful Brands in Consumer, Service and Industrial Markets. Butterworth-Heinemann.
- Davis, D. (2002).  
Branding: New Directions in Theory and Practice. Routledge.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (2010).  
Toward a theory of brand co-creation with implications for brand governance. *Journal of Brand Management*, 17(8), 590-604.
- Kim, W. G., & Kim, H. B. (2005).  
Measuring customer-based restaurant brand equity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(3), 379-387.
- Muniz Jr, A. M., & O'Guinn, T. C. (2001).  
Brand community. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 412-432.
- Aitken, R., & Campelo, A. (2011).  
Emotion in the framing of brands: Adapting affective practice. *Journal of Brand Management*, 18(8), 569-586.
- Gugat, T. D., & Munir, A. (2023).  
Re-Desain Branding UMKM Gomu-Gomu Drink. *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi*, 3(3), 77-84.