

REDESAIN LOGO UMKM A4 PHOTOGRAPHY

Ismail Bambang Subianto¹, Dhika Quarta Rosita*²

Universitas Indraprasta PGRI¹, Universitas Indraprasta PGRI²

*Correspondence author: Dhika Quarta Rosita, Dhikaqr@gmail.com, Jakarta, Indonesia

Abstrak. UMKM A4 Photography perlu melakukan redesain pada logonya agar usahanya mudah diingat, dapat dikenali dan memiliki daya saing. Tujuan penelitian ini untuk meredesain logo yang tepat bagi UMKM tersebut. Produk jasa tersebut adalah A4 Photography dimana bergerak dibidang jasa fotografi. Perancangan ini menggunakan metode tahap persiapan (meliputi pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara) dan tahap penciptaan meliputi pra produksi (konsep visual dan konsep media), produksi (alternatif desain dan final desain). Teknik pengumpulan data yakni studi pustaka, observasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain logo yang paling sesuai merepresentasikan A4 Photography adalah logo kombinasi sederhana dimana menggabungkan huruf a dan 4, dengan *closed counter* di huruf a yang menyerupai lensa kamera. Tahapan penciptaannya adalah mengevaluasi desain yang ada sebelumnya, menggali informasi dengan observasi dan wawancara, merumuskan *creative brief*, riset, eksplorasi ide dan merancang konsep, memvisualisasikan kata kunci, membuat alternatif desain, serta menyempurnakan desain akhir. Diharapkan melalui logo baru ini, brand UMKM A4 Photography dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang.

Kata kunci: redesain, logo, UMKM, fotografi

Abstract. SMEs A4 Photography needs to redesign its logo so that its business is easy to remember, easy to recognize, and has competitiveness. The purpose of this research is to redesign the right logo for these SMEs. The service product is A4 Photography which is engaged in photography services. This design uses the preparatory stage method (including data collection, namely observation and interviews) and the creation stage includes pre-production (visual concept and media concept), production (alternative design and final design). Data collection techniques are literature study, observation, and interviews. The results of the study show that the logo design that best represents A4 Photography is a simple logo that combines the letters a and 4, with a closed counter on the letter a that resembles a camera lens. The stages of making are evaluating existing designs, gathering information through observation and interviews, formulating creative briefs, research, exploring design ideas and concepts, visualizing keywords, making design alternatives, and perfecting the final design. It is hoped that through this new logo, the SMEs A4 Photography brand can last a long time.

Keywords: redesign, logo, SMEs, photography

Pendahuluan

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Sedangkan pengertian UMKM sendiri merupakan implikasi dari pembagian/kriteria usaha dalam konteks di Indonesia. Hal ini akan memberikan dampak pada penentuan kebijakan usaha yang terkait sehingga sangat penting untuk mengingat dan menentukan kriteria tersebut (Sofyan, 2017).

Usaha kecil ini didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang tegak berdiri sendiri. Usaha ini dilakukan perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai oleh usaha menengah atau usaha besar (Firmansyah 2021). Kelebihan UMKM sendiri banyak inovasi kreatif, fokus hanya pada satu bidang, dan mudah untuk dimulai karena tidak memerlukan modal besar. Sementara kekurangan UMKM adalah anggaran operasional terbatas karena modal kecil, tenaga ahli yang minim, dan kapasitas produksinya masih dalam skala kecil.

Dalam Keppres RI No. 19 Tahun 1998, UMKM yang dimaksud yaitu sebagai kegiatan ekonomi rakyat pada skala kecil yang perlu dilindungi dan dicegah dari persaingan yang tidak sehat. Pada dekade terakhir ini mulai marak bermunculan bisnis UMKM mulai dari skala rumahan hingga skala yang lebih besar. Berikut adalah jenis usaha yang termasuk UMKM, yaitu usaha kuliner, usaha fashion, usaha pertanian, usaha elektronik, usaha furniture dan usaha bidang jasa. Contoh jenis usaha dibidang jasa adalah servis AC, salon kecantikan, pijat refleksi, maupun fotografer.

Bisnis jasa fotografi belakangan ini telah berkembang sangat pesat dengan semakin banyaknya penyedia jasa fotografi di berbagai bidang seperti foto produk, foto makanan, foto modeling dan foto pernikahan. Salah satu media online pernah menyatakan bahwa “Bisnis fotografi mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring perkembangan dunia digital atau industri 4.0 ini. Tingginya permintaan penggunaan jasa fotografi dapat membuka peluang untuk lahan bisnis. Sehingga saat ini sangat mudah dijumpai penyedia jasa fotografi, baik di kota besar maupun di pelosok desa sekalipun. Saat tingkat persaingan bisnis semakin tinggi, maka para penyedia jasa dipaksa keadaan untuk lebih kreatif dalam menawarkan jasanya agar memiliki ciri khas yang tidak dimiliki oleh jasa fotografi lainnya. Dalam meningkatkan penjualan pasti ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk seperti promosi, harga dan citra merek (Illah, M. Mastotok; Nugraha 2020).

A4 Photography merupakan UMKM dengan jenis usaha pada bidang jasa yaitu fotografi. Dalam dunia fotografi, kreativitas tidak memiliki batas tertentu. Beragam karya foto dapat dihasilkan dengan teknik tertentu tergantung dari kecakapan fotografer dan juga permintaan atau *request* dari klien. Kreativitas disini menyangkut segala aspek dan proses pembuatan foto, mulai dari pemilihan peralatan yang dipakai, kejelian menentukan objek pemotretan dan juga menangkap momen tertentu sampai proses pencetakan foto (Herlina 2003).

Nastain dalam Arifudin (Arifudin et al 2021) mengatakan secara garis besar, *branding* produk untuk UMKM meliputi nama merek dagang, logo, slogan atau tagline, dan juga desain kemasan. Bentuk visual yang paling penting ditampilkan adalah logo. Said dalam Rosita (Rosita 2022) menyebutkan dalam membuat sebuah desain logo suatu produk haruslah memperhatikan elemen-elemen desain, salah satunya tipografi. Huruf yang digunakan harus sesuai dengan konsep dan karakteristik dari produk jasa yang akan dipromosikan, terlebih apabila logo yang akan diperbaharui berbentuk logo kombinasi. Berikut merupakan jenis logo menurut Januariansyah (2017) adalah logo monogram, wordmark, logo abstrak, logo maskot, logo lambang dan logo kombinasi. *Word marks* atau *brand name* yang sering juga disebut dengan istilah *logotype*, merupakan logo tanpa simbol yang hanya tersusun dari bentuk huruf atau kata terucapkan. *Logotype* dikenal pula dengan istilah *name-only logo*, biasa pula disebut sebagai ‘logo yang hanya terdiri dari huruf’. Penciptaan *logotype* berdasarkan rangkaian atau gabungan bentuk visual dari beberapa huruf, tidak ada tambahan bentuk lain, entah itu geometri maupun abstrak. Pengertian logo abstrak adalah logo yang terbentuk dari *pictorial mark* atau logo simbol (berbasis gambar). Umumnya logo maskot menggunakan warna-warna yang ceria untuk menarik perhatian. Sedangkan logo lambang terdiri dari huruf yang berada di dalam simbol atau ikon, lencana, atau inti dari lambang tersebut, sehingga lebih sering digunakan untuk sekolah, organisasi atau lembaga pemerintah. Sementara itu, logo kombinasi merupakan gabungan dari *wordmark* atau *lettermark* dengan logo simbol, abstrak atau juga maskot. Gambar dan teks bisa

disatukan, ditumpuk, atau terintegrasi satu sama lain untuk menciptakan sebuah logo. Beberapa logo kombinasi yang terkenal adalah Doritos, Burger King dan Lacoste. Dengan menggunakan jenis logo ini, maka pelanggan akan mudah mengenali nama merek usaha karena perpaduan yang sangat menarik (Sukma 2013).

Berdasarkan analisa peneliti desain logo A4 Photography yang lama, masih banyak memiliki kekurangan dari segi representasi fotografi itu sendiri. Penerapan prinsip tipografi *legibility* dan *clarity* belum diterapkan dengan baik, seperti tingkat kemudahan mengenali bentuk huruf serta kualitas pada huruf dan teks untuk dapat dimengerti dengan jelas dari produk yang ditawarkan bermasalah jika logo berukuran kecil. Analisis ini dilakukan untuk menentukan apakah logo lama masih dapat dipertahankan, cukup dimodifikasi, atau bahkan harus diganti secara keseluruhan dengan logo yang baru.

Permasalahan tersebut membuat Syarifah Zurrahmah sebagai owner A4 Photography menginginkan peneliti untuk merubah desain logo yang telah ada sebelumnya, agar menjadi lebih komunikatif, memiliki identitas bergerak dibidang jasa fotografi yang kuat serta memiliki bentuk yang menarik. Diharapkan redesain logo dapat meningkatkan kekuatan identitas visual dari A4 Photography. Tujuan dari redesain logo ini adalah untuk menguatkan identitas visual guna mengangkat citra A4 Photography. Berdasarkan penjelasan diatas maka perlunya perancangan kembali (redesain) logo A4 Photography yang baru untuk memperkuat identitas UMKM tersebut.

Metode

Penelitian ini dilakukan di Jakarta menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang kemudian diaplikasikan dalam penelitian ini, bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai tahapan-tahapan proses perancangan dan hasil redesain logo yang dilakukan berdasarkan hasil penelitian. Teknik pengumpulan data yaitu berdasarkan studi pustaka, observasi, dan wawancara secara mendalam. Melalui studi pustaka, diperoleh teori-teori terkait tentang logo dan lainnya dalam hasil penelitian sebelumnya. Kemudian dengan cara observasi dimana dilakukannya pengamatan pada produk dan target pasar jasa fotografi, pengamatan pada desain logo sebelumnya yang dimaksudkan untuk memperoleh data terkait dengan pemenuhan kriteria logo yang baik dan perancangannya sehingga dapat memahami kelemahan logo lama sebelum melakukan proses redesain. Desain sebagai bidang ilmu yang beririsan dengan ilmu lain dapat ditinjau dari berbagai macam perspektif. Khususnya dalam perancangan sebuah desain logo hendaknya memiliki nilai estetik yang merepresentasikan ataupun mengkomunikasikan produknya guna bertahan dalam jangka waktu yang panjang atau seumur hidup. Oleh sebab itu pendekatan estetika dan pendekatan ilmu komunikasi dilibatkan dalam penelitian ini. Pendekatan estetika dilakukan guna menghasilkan desain yang estetik, pendekatan ilmu komunikasi dengan semiotika Pierce ikon – simbol – indeks membantu perancangan dalam membuat alternatif kemungkinan bentuk-bentuk yang berbeda dari keyword serta visualisasinya (Muntazori et al 2019).

Penelitian kualitatif sendiri memiliki ‘gaya’ tersendiri, dimana gaya tersebut berusaha mengkonstruksi realitas dan memahami maknanya. Sehingga, penelitian kualitatif biasanya sangat memperhatikan proses, peristiwa dan otentisitas. Dalam penelitian kualitatif kehadiran nilai peneliti bersifat eksplisit dalam situasi yang terbatas, melibatkan subjek dengan jumlah relatif sedikit. Dengan demikian, peneliti berkutat dengan analisis tematik merupakan hal umum yang biasa dilakukan. Peneliti kualitatif biasanya terlibat dalam interaksi dengan realitas yang ditelitinya (Somantri 2005). Metode kualitatif menurut Royce dalam Dhika (Rosita 2022) adalah bagian dari sebuah proses pengetahuan yang dianggap sebagai produk juga proses sosial yang

berkembang sebagai proses yang tidak akan pernah dapat berhenti (*unfinished process*), berkembang dari awal proses pencarian hingga penangkapan makna yang diberikan oleh suatu realitas dan fenomena sosial.

Hasil dan Pembahasan

Logo merupakan perwakilan citra dari sebuah UMKM, sesuatu yang menunjukkan eksistensi usaha tersebut. Logo diibaratkan sebagai wajah dari sebuah UMKM, melalui logo akan muncul kepercayaan terhadap usaha dan produk yang dihasilkan. Fungsi dari logo A4 Photography digunakan secara jelas untuk memperkuat mengidentifikasi produk usaha, tipografi, warna, lambang dan konfigurasi unik yang digunakan dengan konsisten dari waktu ke waktu yang dapat membangun citra yang positif kepada UMKM (Agung 2018). Redesain logo adalah istilah yang umum dan biasa digunakan di dalam dunia desain. Sesuai dengan katanya *re* yaitu ulang, redesain logo berarti mendesain ulang atau kata lainnya adalah mendesain logo baru, yang sebelumnya sudah ada logo lamanya. Redesain logo ini berdasarkan observasi peneliti yang dilandasi oleh beberapa alasan seperti perbaikan citra, lebih menggambarkan jenis usaha, permintaan pemilik usaha, dan lain sebagainya. Perubahan tampilan pada logo baru dibanding logo lama juga cukup berubah, dari sebelumnya logo kombinasi menjadi logotype. Proses merancang logo maupun redesain logo pada umumnya sama dengan logo lainnya. Oleh sebab itu, dalam tulisan ini peneliti akan lebih sering menggunakan istilah merancang atau mendesain logo.

Kriteria perancangan logo

Menurut Hardy dalam Angga (Dawami 2017): Pengenal grafis yang biasa digunakan untuk mengkomunikasikan secara visual segala sesuatu yang perlu diidentifikasi disebut juga dengan logo. Visual dari sebuah logo inilah yang membantu sebuah merek atau brand membedakan diri dari entitas yang lain. Logo tidak hanya terbatas pada usaha komersial saja, tetapi termasuk juga dengan organisasi sosial seperti organisasi badan amal, sekolah gratis, kampanye, bahkan individu pun dapat menggunakan logo untuk mengidentifikasi dirinya sendiri.

Brand berupa rangkuman pengalaman terhadap sebuah entitas atau juga bisa dikatakan sebagai aset tidak berwujud. Dalam membangun sebuah *brand*, banyak hal yang harus direncanakan seperti pertama mendesain identitas visual (yang meliputi logo, kemasan, signage, eksterior dan interior gedung, seragam, *company profile*, *graphic standard manual*, dan masih banyak lagi), kedua merancang komunikasi (seperti iklan, laporan tahunan, *public relation*, dan sebagainya), dan ketiga menetapkan perilaku (yang meliputi: nilai perusahaan, etos kerja, budaya perusahaan, dan lain-lain) (Oscario 2013). Desain pada sebuah logo berkaitan dengan ilmu pemasaran dan estetika. *Brand* dimana didalamnya terdapat logo harus memiliki identitas kuat yang berbeda dari yang lainnya atau unik sehingga mudah diingat oleh orang awam sekalipun. Pembeda dari sebuah *brand* bisa dari identitas visual seperti logo atau ciri khas dari teknik *editing* jasa fotografi. Logo yang baik adalah sebuah logo yang mampu mencerminkan jenis usaha yang dikelola *owner* berdasarkan grafis atau identitas visual yang dikenal oleh publik. Pada prinsipnya, singkatnya logo merupakan simbol yang mewakili sosok, wajah, dan eksistensi suatu atau produk usaha.

Suatu kondisi yang berkaitan dengan keindahan yang dapat dirasakan oleh seseorang, tetapi rasa keindahan itu juga akan dirasakan apabila adanya perpaduan dari elemen-elemen yang terkandung pada suatu objek ini sering disebut dengan estetika (Creativany et al 2020). Estetika merupakan salah satu cabang filsafat yang mempelajari atau membahas mengenai keindahan. Sementara itu, keindahan merupakan kesenangan rasa ketika indra menyerap sebuah objek seni. Nilai estetika dapat diterapkan dengan prinsip juga elemen desain.



Adapun prinsip desain yaitu keselarasan, kesatuan, kesederhanaan, proporsi, dan keseimbangan. Elemen desain terdiri dari titik, garis, bangun, ruang, tipografi, tekstur, dan warna (Dharsono 2004, 12).

Tipografi dan Warna

Dalam ilmu bahasa, sintaksis berarti penyusunan kata-kata dalam bentuk dan urutan yang tepat. Aturan dalam tata bahasa yang sudah dibakukan, seperti huruf membentuk kata dan kata membentuk sebuah kalimat. Sedangkan sintaksis dalam ilmu tipografi lebih sering disebut dengan closure dimana adalah proses penataan elemen-elemen visual dalam kesatuan bentuk yang kohesif. Teknik closure dalam perancangan redesain logo A4 Photography ini merupakan penggabungan antara huruf dengan huruf maupun objek lainnya yang saling menutup tetapi masih dapat terbaca dengan baik (Zainudin n.d.).

Faktor yang terpenting dalam komunikasi visual karena memberikan kesan secara psikologis, sugesti maupun suasana disebut dengan warna (Soewigno 2013, 2). Soewigno dalam Listya (2019) juga menyatakan bahwa efek yang juga baik pada sebuah perancangan desain juga tergantung pada pemilihan kombinasi warna yang baik dan sesuai.

Monica dan Luzar dalam jurnalnya yang berjudul “Efek warna dalam dunia desain dan periklanan” (Luzar n.d.) menjelaskan bahwa warna memiliki beberapa arti dan sifat serta pengaruhnya terhadap psikologis manusia, yaitu:

1. Merah yang diasosiasikan dengan api dan juga darah. Positifnya, warna merah memiliki sifat semangat, enerjik, antusiasme, panas, kekuatan, cinta, juga memberikan efek lapar. Sementara merah memiliki sifat negatifnya, yaitu agresif, kebencian, ancaman, peperangan, kemarahan, perang, revolusi, kekejaman, ketidaksopanan. Warna merah memiliki efek bila digunakan pada sebuah produk yaitu warna yang dominan, berkesan kecepatan dan aksi, menstimulasi detak jantung, nafas, dan nafsu makan, orang atau benda akan terlihat lebih besar jika menggunakan warna merah.
2. Hitam diasosiasikan dengan gelapnya malam dan kematian. Tetapi warna hitam juga memiliki sifat yang positif, yaitu kekuatan, kokoh, kekuasaan, berat, tegas, kemewahan, elegan, formal, dan juga serius. Sedangkan sifat negatif dari warna hitam adalah kesedihan, kejahatan, kesengsaraan, suram, dan menakutkan. Efek warna hitam bila digunakan pada sebuah produk adalah memberikan efek percaya diri, kurus (bila pada pakaian), dan memberi kesan mewah.
3. Putih yang diasosiasikan dengan sinar dan kemurnian. Memiliki sifat positif diantaranya bersih, suci, sempurna, pernikahan, kelembutan, dan juga sederhana. Tetapi juga memiliki sifat negatif yaitu rapuh dan kesepian. Bila diterapkan pada sebuah produk, warna putih akan memberikan efek keberuntungan dalam pernikahan, penyeimbang, dan terlihat higienis.

Ketiga warna inilah yang akhirnya dipilih sebagai warna pada desain logo baru A4 Photography karena dianggap mewakili visi misi yang diharapkan dapat menjadi ciri khas dan mudah dikenali juga diingat oleh target marketnya.

Jasa Fotografi

Fotografi atau *photography*, berasal dari kata photos (cahaya) dan graphos (melukis atau menulis). Istilah umumnya adalah metode atau cara untuk menghasilkan sebuah objek foto dari hasil pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut yang direkam oleh media peka cahaya yang disebut dengan kamera (Karyadi 2017, 6).

Kamera memiliki beberapa jenis, diantaranya kamera pocket, kamera prosumer, kamera SLR dan DSLR, Kamera Mirrorless, Kamera Lomo, kamera polaroid, dan kamera underwater. Kamera sendiri memiliki bagian yang penting dan menunjang dalam fotografi, yang paling utama

adalah lensa dan flashlight. Itulah sebabnya pada logo A4 Photography yang baru akan ditambahkan gambar atau ikon yang mewakili lensa pada kamera.

Jasa fotografi yang saat ini sedang tumbuh beriringan dengan perkembangan arus teknologi yang membuat sarana dan prasarana fotografi komersial menjadi lebih mudah terjangkau pasar sehingga makin maraknya jasa fotografi yang menawarkan jasa dengan harga yang bersaing (Rosyid 2012). A4 Photography hadir dengan semangat kewirausahaan. Dengan modal yang relatif kecil, owner A4 Photography yakin untuk memulai eksis dalam dunia maya sebagai langkah awal promosi juga dengan bantuan relasi lainnya secara *mouth to mouth*.

Tahapan perancangan logo

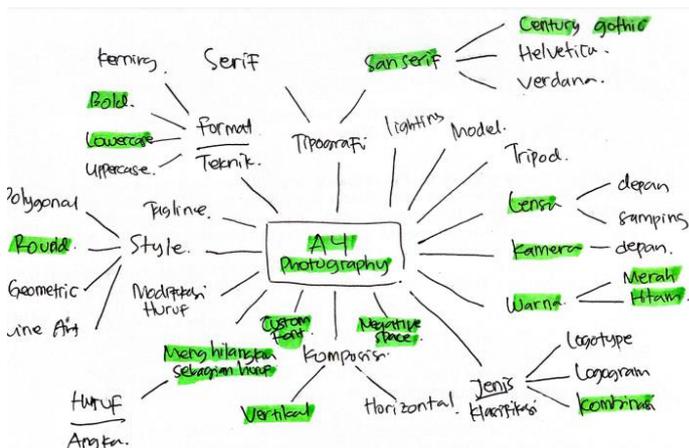
Dalam membuat sebuah desain logo, setiap desainer biasanya memiliki cara-cara tersendiri dalam proses kerjanya atau memiliki tahapannya tersendiri. Berikut ini adalah tahapan proses merancang logo yang peneliti lakukan saat redesain logo A4 Photography, adalah: Tahapan pertama yaitu riset dan analisis (mencari fakta mengenai entitas A4 Photography maupun pesaingnya seperti visi misi, keunggulan, kelemahannya target pasar, dan lainnya). Setelah melakukan riset untuk mendapatkan ciri khas dari UMKM tersebut, maka akan dibentuk mind mapping dengan keywords atau kata-kata kunci untuk memudahkan peneliti mendapatkan bentuk yang menjadi inspirasi pada logo yang baru.



Photography

Gambar. 1 Logo lama A4 Photography

Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022



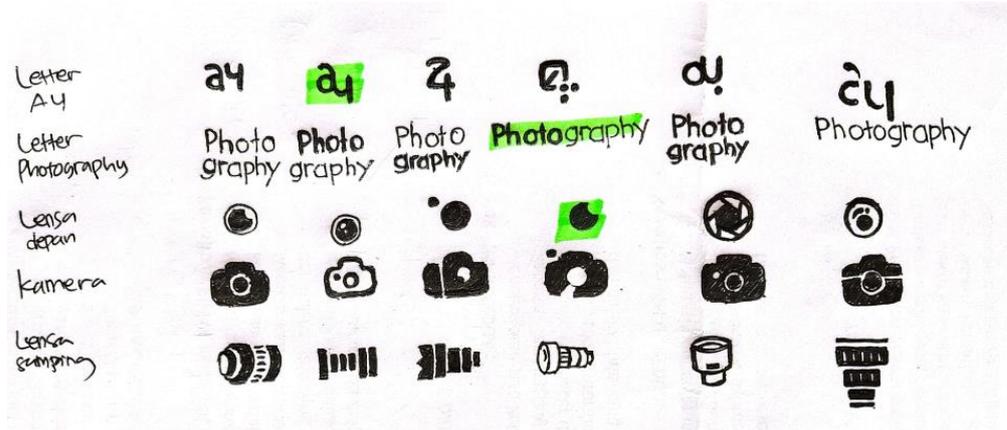
Gambar. 2 Mind Mapping A4 Photography

Sumber: Dokumentasi pribadi, 2023



Sehingga ditemukan kata kunci untuk A4 Photography adalah lensa, kamera, warna (merah-hitam), jenis logo kombinasi, negative space, tipografi (*custom font* dengan teknik *closure* yaitu menutup sebagian huruf), komposisi vertical, *style round*, dan *lowercase*.

Tahapan kedua adalah *thumbnails*, yaitu pembuatan beberapa sketsa dasar yang didapat dari mind mapping beberapa kata kunci yang didapat pada saat riset pada tahapan sebelumnya. Saat pembuatan thumbnail ini merupakan bagian yang terpenting karena dari akan didapatkan ide-ide dasar yang nantinya dapat dikembangkan lagi menjadi lebih tertuju pada hasil yang ingin dicapai. Semua hal yang terlintas di otak yang berhubungan dengan kata kunci yang ada dapat dipindahkan menjadi sketsa dasar atau kadang sering dianggap sebagai alternatif pilihan logo.



Gambar. 3 Thumbnails A4 Photography

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Tahapan selanjutnya yaitu komputerisasi. Dari beberapa thumbnails yang telah dibuat berdasarkan jenis logo, maka dipilih sesuai dengan kata kunci yang sesuai, kemudian thumbnails atau sketsa di scan dan dipindahkan ke komputer. Lalu dilanjutkan dengan proses *tracing* menggunakan *software* desain, dalam hal ini *adobe illustrator* untuk membuat logo vektor beresolusi tinggi sehingga logo terlihat jelas (tidak pecah). Dalam tahap penyempurnaan dengan menggunakan komputerisasi ini, dapat juga ditambahkan efek tertentu yang sebelumnya belum nampak pada *thumbnails*. Kemudian review beberapa alternatif desain yang sudah diperbaiki dan dirapikan selanjutnya adalah mengajukan kepada owner A4 Photography untuk dipilih.

Makna Logo

A + 4 + ● (Lensa)



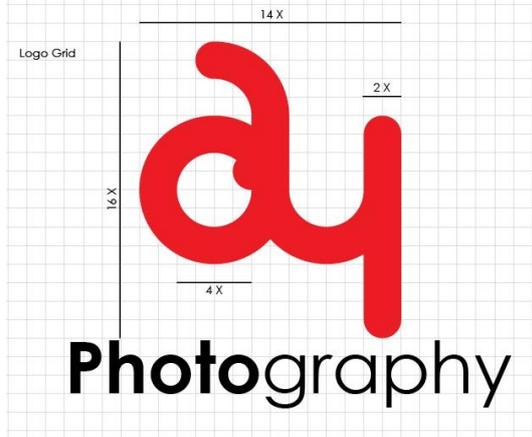
Photography

Gambar. 4 Logo baru A4 Photography

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Redesain logo yang dihasilkan berdasarkan elemen logo ialah logo kombinasi. Yaitu logo yang dibuat dari penggabungan huruf dengan gambar bagian depan lensa kamera. Teknik perancangan yang digunakan adalah *closure*, dimana sebagian huruf dihilangkan atau ditutupi dengan bentuk lain untuk mendapatkan komposisi visual yang unik. Karakter huruf pada logo memiliki banyak bagian melengkung atau *round* yang mengartikan sesuatu yang dinamis dan natural. Pertimbangannya ialah memberi kesesuaian dengan entitas yakni berkaitan dengan perkembangan usaha yang dinamis dan hasil foto yang natural. Huruf tersebut dibuat khusus (*customized typeface*) dengan memperhatikan prinsip-prinsip dalam tipografi yakni kejelasan

dan keterbacaan. Oleh sebab itu ditekankan kembali, kata “*Photo*” diberikan efek bold atau tebal. Pemilihan warna pun menyesuaikan dengan *corporate color* entitas yang mengadopsi dari warna logo sebelumnya yaitu merah yang memiliki sifat berani, tegas, dan menarik perhatian. Berikut adalah logo grid untuk logo A4 *Photography* yang baru:



Gambar. 4 Logo baru A4 Photography
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Simpulan

Bisnis jasa fotografi belakangan ini telah berkembang sangat pesat dengan semakin banyaknya penyedia jasa fotografi di berbagai bidang oleh sebab itu sebuah brand atau merek harus memiliki ciri khas agar mudah diingat dan dikenali pasar, salah satunya adalah dengan keunikan pada logonya. Berdasarkan analisa peneliti, desain pada logo A4 *Photography* yang lama, masih banyak memiliki kekurangan dari segi representasi fotografi itu sendiri sehingga diperlukannya redesain logo agar menjadi lebih komunikatif, memiliki identitas bergerak dibidang jasa fotografi yang kuat serta memiliki bentuk yang menarik. Diharapkan redesain logo ini dapat meningkatkan kekuatan identitas visual dari A4 *Photography* itu sendiri. Tujuan dari redesain logo ini adalah untuk menguatkan identitas visual guna mengangkat citra A4 *Photography*. Redesain logo yang dihasilkan berdasarkan elemen logo ialah logo kombinasi, yaitu logo yang dibuat dari penggabungan huruf dengan gambar bagian depan lensa kamera untuk lebih menonjolkan bahwa UMKM ini bergerak dibidang jasa fotografi.

Daftar Pustaka

- Agung, Fauzan, Zubaidah, dan Riri Trinanda. 2018. "Redsain Logo Usaha Roti Dan Kue Anita Payakumbuh." *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual* 7 (2). <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/9125>
- Arifudin, Dani, Linda Heryanti, dan Dian Pramesti. 2021. "Pelatihan desain mockup dan logo sebagai branding produk untuk meningkatkan nilai jual bagi UMKM." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 5 (5): 2640-2651. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5304>
- Creativany, Made Artlissa, AA Gde Bagus Udayana, and Anak Agung Gede Rai Remawa. 2020. "Kajian Estetika, Fungsi Dan Makna Logo Sukla Satyagraha Di Denpasar." *Prabangkara: Jurnal Seni Rupa dan Desain* 24 (2): 64-72. <https://jurnal.isi-dps.ac.id/index.php/prabangkara/article/view/1216>



- Dawami, Angga Kusuma. 2017. Logo sebagai Komunikasi Visual dari Identitas Organisasi Difabel Tuli. *Jurnal Magenta*, 1 (02): 133–141. <http://jurnal.trisaktimultimedia.ac.id/index.php/magenta/article/view/14>
- Firmansyah, Mochammad Al Hadad dan Masnuna (2021) Desain Logo Umkm “Klu-Wen” Sebagai Solusi Penjualan Di Masa Pandemi Agar Dikenal Masyarakat. *Prosiding Seminar Nasional Desain (SNADES) 2021*: 359–365. <http://repository.upnjatim.ac.id/2933/>
- Grazer, Brian, dan Charles Fishman. 2015. *A Curious Mind: The Secret to a Bigger Life*. New York: Simon & Schuster.
- Illa, Mas Totok, and Septian Adi Nugraha. 2020. "Pengaruh Promosi, Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Pemakaian Jasa Fotografi." *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis* 3 (1): 120-133. <http://dx.doi.org/10.47201/jamin.v3i1.69>
- Januariyansah, Sapitri. 2017. "Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien." *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Kartika, Dharsono Sony. 2017. *Seni Rupa Modern (Edisi Revisi)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Karyadi, Bambang. 2017. *Belajar Fotografi*. Nahl Media.
- Listya, Ariefika. 2019. "Konsep dan penggunaan warna dalam infografis." *Jurnal Desain* 6 (01): 10-19. <http://dx.doi.org/10.30998/jurnal Desain.v6i01.2837>
- Luzar, L. C. 2011. *Hasil dan Pembahasan Terminologi Warna*. 2(9): 1084–1096.
- Muntazori, Ahmad Faiz, Ariefika Listya, and Muhammad Iqbal Qeis. 2019 "Branding Produk UMKM Pempek Gersang." *Jurnal Desain* 6 (3): 177-185. <https://doi.org/10.30998/jd.v6i3.4252>
- Oscario, Angela. 2013. Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1): 191-202: <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>
- Rosita, Dhika Quarta. 2022. *Analisis Tipografi Pada Logotype Dan Konten Instagram @Souri.Bkk Signature Box*. 9(3): 415–425. <https://doi.org/10.30998/jd.v9i3.11983>
- Rosyid, Saifur. 2015. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Fotografi Komersial Roshvisual.
- Soewignjo, Santosa. 2013. *Seni Mengatur Komposisi Warna Digital*. Yogyakarta: Taka Publisher
- Sofyan, Syaakir. 2017, "Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam Perekonomian Indonesia." *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum* 11(1): 33-64. <https://jurnal.iainpalu.ac.id/index.php/blc/article/view/298>
- Somantri, Gumilar Rusliwa. "Makara Human Behavior Studies in Asia Memahami Metode Kualitatif." *Scholarhub. Ui. Ac. Id* 9(2): 57-65.
- Sukma, N. A. 2013. Analisa Makna dan Visual Logo Pariwisata Jakarta. *Journal of the American Chemical Society*, 123(10), 2176–2181. <https://shodhganga.inflibnet.ac.in/jspui/handle/10603/7385>
- Yekti Herlina. 2003. Kreativitas Dalam Seni Fotografi. *Nirmana*, 5(2): 214–228. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16106>
- Zainudin, Ahmad. 2021. "TIPOGRAFI". *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik* 7 (1): 1-131. <http://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/312>.