

**PENERAPAN VISUAL IDENTITY
PADA PRODUK BANK SAMPAH UNIVERSITAS BUDI LUHUR**

Ricky Widyananda Putra¹, Rini Lestari², Taqwa Putra³

DKV Universitas Budi Luhur, Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur

Email:

rickywidyanandaputra@budiluhur.ac.id

rini.lestari@budiluhur.ac.id

taqwa.putra@budiluhur.ac.id

Submitted: 01 September 2021, Revised: 15 September 2021, Accepted : 25 September 2021

Abstrak

Bank Sampah Universitas Budi Luhur banyak menghasilkan produk-produk, salah satunya ialah produk yang terbuat dari Maggot. Untuk kelancaran sebuah unit usaha dibutuhkan banyak cara untuk memperkenalkan atau mengkomunikasikan produk atau jasanya kepada masyarakat agar konsumen dapat mengenali dan terpersuasi untuk dapat memilih atau menyukai produk barang atau jasa yang ditawarkan dari usaha usaha lain yang bergerak dibidang yang sama. Logo atau identitas merk adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya. Logo dapat diperoleh maknanya dari suatu kualitas yang disimbolkan, melalui pendekatan budaya perusahaan, penempatan posisi historis atau aspirasi perusahaan. Secara keseluruhan logo merupakan instrumen rasa harga diri dan nilai-nilainya yang dapat merepresentasikan perusahaan atau unit usaha secara keseluruhan. Adapun subjek pengabdian masyarakat ini adalah Bank Sampah Budi Luhur yaitu berupa produk maggot yang telah dihasilkan, dimana produk ini belum memiliki identifikasi visual identity untuk membedakan dengan kompetitor yang sudah ada dan hal ini menjadi landasan kami untuk melakukan kajian dan riset dalam pengembangan program pegabdian masyarakat yang kami lakukan.

Kata Kunci : Bank Sampah, Produk, Logo, identitas visual

Abstract

The Waste Bank managed by Budi Luhur University produces a lot of products, one of which is a product made from Maggot. For the smooth running of a business unit, it takes many ways to introduce or communicate its products or services to the public so that consumers can recognize and be persuaded to be able to choose or like the goods or services offered by other businesses engaged in the same field. A logo or brand identity is a sign that does not directly sell, but gives an identity which in the end as a significant marketing tool, a logo can help distinguish a product or service from its competitors. Logo can be obtained its meaning from a symbolized quality, through a corporate culture approach, historical positioning or company aspirations. Overall, the logo is an instrument of self-esteem and values that can represent the company or business unit as a whole. The subject of this community service is the Budi Luhur Waste Bank, which is a maggot product that has been produced, where this product does not yet have a visual identity identification to distinguish it from existing competitors and this is our basis for conducting studies and research in developing community service programs that we do.

Keywords: *The Waste Bank, Product, Logo, Visual Identity*

Pendahuluan

Bank Sampah merupakan konsep pengumpulan sampah kering dan dipilah serta memiliki manajemen layaknya perbankan tapi yang ditabung bukan uang melainkan sampah. Warga yang menabung yang juga disebut nasabah memiliki buku tabungan dan dapat meminjam uang yang nantinya dikembalikan dengan sampah seharga uang yang dipinjam. Sampah yang ditabung ditimbang dan dihargai dengan

sejumlah uang nantinya akan dijual di pabrik yang sudah bekerja sama. Sedangkan plastik kemasan dibeli ibu-ibu PKK setempat untuk didaur ulang menjadi barang-barang kerajinan. Tabungan ini tidak dapat di uangkan, tetapi nasabahnya akan di publish ke media sebagai perusahaan atau kalangan bisnis yang melestarikan lingkungan. Inilah salah satu alternatif untuk memecahkan masalah sampah dan ikut berpartisipasi melestarikan lingkungan. Yang pada akhirnya berdampak baik untuk bumi ini. Sekecil apa pun yang kita lakukan untuk bumi ini, pasti akan berdampak besar bagi kelangsungan bumi itu sendiri. (<https://dlh.luwuutarakab.go.id/berita/7/apa-itu-bank-sampah-dan-apa-manfaatnya.html> Pada 10 Juli 2021 pukul 19:23 WIB)

Salah satu Bank Sampah yang terdapat di wilayah Petukangan Utara, Kecamatan Pesanggrahan – Jakarta Selatan ialah Bank Sampah yang di support dan kelola oleh Universitas Budi Luhur ialah KSM Nyiur, dimana Bank Sampah ini di kordinatorkan oleh Umi Tutik Asmawi. Di Bank Sampah UBL ini banyak telah banyak menghasilkan produk-produk, salah satunya ialah produk yang terbuat dari Manggot. Untuk kelancaran sebuah unit usaha dibutuhkan banyak cara untuk memperkenalkan atau mengkomunikasikan produk atau jasanya kepada masyarakat agar konsumen dapat mengenali dan terpersuasi untuk dapat memilih atau menyukai produk barang atau jasa yang ditawarkan dari usaha usaha lain yang bergerak dibidang yang sama.

Langkah awal dalam membedakan sebuah unit usaha dengan unit usaha yang lainnya sebuah unit usaha perlu mengidentifikasi dirinya, sehingga dengan itu unit usaha bisa mengetahui perbedaannya dengan kompetitornya, dan kemudian perbedaan tersebut dapat dijadikan nilai lebih dari unit usaha tersebut, dan menjadi landasan untuk mengkomunikasikannya kepada segmentasi yang dituju. Bagi masyarakat umum cara termudah untuk membedakan sebuah brand adalah dengan melihat logonya. Logo dipercaya dapat mewakili sebuah brand sebagai representasi dari identitas dari suatu produk barang atau jasa. Sebuah logo biasanya berupa lambang atau simbol khusus yang mewakili suatu perusahaan atau organisasi tertentu secara singkat dapat mudah diingat oleh orang.

Istilah logo merupakan sebutan secara umum. Jika dilihat lebih spesifik, logo bisa berupa rangkaian huruf, berbentuk gambar, atau gabungan huruf dan gambar. Logo yang berupa olahan huruf disebut logotype dan logo yang berwujud gambar disebut logogram. Logo yang memuat rangkaian huruf dan gambar tidak memiliki sebutan khusus. Secara lazim, ketiga jenis simbol tersebut disebut logo. (Supriyono, 2010 : 101)

Secara keseluruhan logo merupakan instrumen rasa harga diri dan nilai-nilainya yang dapat merepresentasikan perusahaan atau unit usaha secara keseluruhan. Adapun subjek pengabdian masyarakat ini adalah Bank Sampah Budi Luhur yaitu berupa produk manggot yang telah dihasilkan, dimana produk ini belum memiliki identifikasi visual identity untuk membedakan dengan kompetitor yang sudah ada dan hal ini menjadi landasan kami untuk melakukan kajian dan riset dalam pengembangan program pegabdian masyarakat yang kami lakukan.

Metode Pengabdian

Metode yang digunakan untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Survey/wawancara dilakukan kepada kordinator Bank Sampah UBL yang akan menjadi target pelaksanaan program pengabdian masyarakat, guna mengetahui kebutuhan materi yang diperlukan. Perancangan *brand identity* (logo) untuk memberikan *value added* pada Bank Sampah UBL dibagi kedalam delapan tahapan yaitu :

1. Tahap wawancara dan melakukan penyuluhan mengenai pentingnya *brand identity* kepada pemilik Bank Sampah UBL,
2. Tahap riset dan analisa brand,
3. Tahap pengumpulan consumer insight,
4. Tahap penentuan *brand personality* dan *brand pesonification*,
5. Tahap observasi lapangan untuk mengumpulkan bentuk bentuk visual yang relevan dengan yang dituju,
6. Tahap pengolahan data yang didapat,

7. Tahap perancangan logo,
8. Tahap realisasi lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang selanjutnya disingkat PKM merupakan salah satu dari komponen bagian penyelenggaraan tridarma yang meliputi kegiatan keilmuan yang dimiliki oleh Perguruan tinggi. Salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan dapat disesuaikan dengan ranah keilmuan. Berdasarkan dari pemahaman tersebut maka, dilakukanlah kegiatan komunikasi yang disesuaikan kurikulum di lingkungan pendidikan. Institusi pendidikan bertujuan untuk meningkatkan pembangunan sumber daya manusia secara konstruktif dan komprehensif dan secara berkesinambungan dalam prosesnya. Bank Sampah dan Klinik Sampah Budi Luhur yang berlokasi di RT 10/ RW 02 Kelurahan Petukangan Utara, Kecamatan Pesanggrahan, Kota Administrasi Jakarta Selatan Bank Sampah yang di support dan dikelola oleh Universitas Budi Luhur ialah KSM Nyiur, dimana Bank Sampah ini di kordinatorkan oleh Umi Tutik Asmawi. Hasil dari kegiatan ini ialah identifikasi visual identity dari produk manggot yang dihasilkan oleh Bank Sampah UBL untuk membedakan dengan kompetitor yang sudah ada dan agar produk yang dihasilkan oleh Bank Sampah UBL, bisa diterima oleh masyarakat dan dikenal oleh masyarakat sekitar.

6

POKOK BAHASAN VISUAL IDENTITY

VISUAL IDENTITY DALAM PENERAPAN

Identitas suatu perusahaan merupakan cerminan dari visi, misi suatu perusahaan yang divisualisasikan dalam logo perusahaan. Logo merupakan suatu hal yang nyata sebagai pencerminan hal-hal yang bersifat non visual dari suatu perusahaan, misalnya budaya perilaku, sikap, kepribadian, yang dituangkan dalam bentuk visual. Berdasarkan hal tersebut pengertian logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. Logo dapat juga disebut dengan simbol, tanda gambar, merek dagang (trademark) yang berfungsi sebagai lambang identitas diri dari suatu badan usaha dan tanda pengenal yang merupakan ciri khas perusahaan. Desain logo atau merek dagang harus memenuhi kondisi-kondisi di bawah ini:

- a. Harus sesuai dengan kebudayaan.
- b. Logo harus menyandang citra yang diinginkan dan menunjukkan keadaan sebenarnya atau kegiatan dari perusahaan serta menggambarkan sasaran komersial organisasinya yang diwakilinya, sedangkan merek dagang harus didesain untuk mewakili produk suatu perusahaan.
- c. Harus merupakan alat komunikasi visual.
- d. Harus seimbang, karena itu, bisa dengan hitam putih atau seimbang dalam warna.
- e. Logo harus mengembarkan suatu irama dan proporsi.
- f. Harus artistik, elegan, sederhana namun memiliki penekanan atau titik fokus.
- g. Desainnya harus harmonis.
- h. Harus menggabungkan tulisan/huruf yang tepat sehingga dapat menyampaikannya.

Company Profile Introduction

KSM NYIUR merupakan kelompok swadaya masyarakat nyiur dibawah naungan Bank Sampah Universitas Budi Luhur yang telah banyak menghasilkan berbagai macam produk kreatif dari hasil pengolahan limbah sampah yang ada disekitar kita.

Previous Logo



Logogram berupa ilustrasi lingkaran yang dimodifikasi dengan beberapa elemen sehingga menjadi kesatuan modern, sedangkan Logotype merupakan penjelasan dari KSM NYIUR itu sendiri yang bergerak pada PETANI SAMPAH.

Gambar 1 : Contoh Materi Visual Identity dan Implemetasi Visual Identity

Color Usage

Warna yang hendak diaplikasikan pada logo, harus mengikuti kode warna yang sudah di tentukan.



#468B2D	#237026	#7A8F1E	#B1791A
#03822F	#73282D	#124910	
#996715			

Color Usage BW/Grayscale

Pengaplikasian warna hitam putih, reverse dan grayscale pada logo.



#000000	#333333
#FFFFFF	#E5E5E5
#CBCABD	#565659

Gambar 2 : Hasil Implemetasi Visual Identity Color Usage



Gambar 3 : Hasil Implemetasi Visual Identity Pada Kartu Nama/ID Card



Gambar 7 : Hasil Implemetasi Visual Identity Pada Seragam

Simpulan

Identitas visual (Logo) merupakan elemen penting yang perlu dimiliki oleh unit usaha, logo biasanya berupa lambang atau simbol khusus yang dapat mewakili suatu perusahaan atau organisasi tertentu secara visual. Sebuah unit usaha perlu mengidentifikasi dirinya, sehingga dengan itu unit usaha bisa mengetahui perbedaannya dengan kompetitornya, dan kemudian perbedaan tersebut dapat dijadikan nilai lebih dari unit usaha tersebut, dan menjadi landasan untuk mengkomunikasikannya kepada segmentasi yang dituju.

Bagi masyarakat umum cara termudah untuk membedakan sebuah brand adalah dengan melihat logonya. Logo dipercaya dapat mewakili sebuah brand sebagai representasi dari identitas dari suatu produk barang atau jasa. Sebuah logo biasanya berupa lambang atau simbol

khusus yang mewakili suatu perusahaan atau organisasi tertentu secara singkat dapat mudah diingat oleh orang. Untuk itu perlu kepedulian akademisi dan praktisi dibidang komunikasi, desain komunikasi visual dan manajemen dalam membangun kesadaran akan pentingnya sebuah logo dalam membangun sebuah brand.

Daftar Pustaka

Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual teori dan Aplikasi*, Yogyakarta : ANDI.

<https://dlh.luwuutarakab.go.id/berita/7/apa-itu-bank-sampah-dan-apa-manfaatnya.html>, Pada 10 Juli 2021 pukul 19:23 WIB