

## Pembuatan Logo Sebagai *Corporate Identity* Menggunakan Canva Pro Di UMKM Dapur G6

**Mohamad Arganta Adi Wicaksono**  
Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang  
Email: [argaadi1912@gmail.com](mailto:argaadi1912@gmail.com)

**Heru utomo**  
Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang  
Email: [heru.utomo@polinema.ac.id](mailto:heru.utomo@polinema.ac.id)

Korespondensi penulis: [argaadi1912@gmail.com](mailto:argaadi1912@gmail.com)

**Abstract:** Dapur G6 promotes with word of mouth and through whatsapp. The purpose of this research is to create a logo as a corporate identity using Canva Pro at UMKM Dapur G6. This research uses the type of action research involving 15 respondents consisting of field supervisors, 2 computer experts, 2 marketing experts and 10 consumers. Based on logo measurements in accordance with good logo standards and from the results of distributing questionnaires, the average score is very effective. From the details of the average score, it can be concluded that making a logo as a corporate identity using Canva Pro can be declared very effective as a corporate identity.

**Keywords:** Corporate identity, Logo, Canva Pro

**Abstrak:** Dapur G6 melakukan promosi dengan *word of mouth* dan melalui *whatsapp*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat logo sebagai *corporate identity* menggunakan canva pro di UMKM Dapur G6. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian tindakan/*action research* dengan melibatkan 15 responden yang terdiri dari 1 Pembina lapangan, 2 ahli komputer, 2 ahli pemasaran dan 10 konsumen. Berdasarkan pengukuran logo sesuai dengan standart logo yang baik dan dari hasil penyebaran kuesioner, didapatkan hasil skor rata-rata sangat efektif. Dari rincian skor rata-rata dapat disimpulkan bahwa pembuatan logo sebagai *corporate identity* menggunakan canva pro, dapat dinyatakan sangat efektif sebagai identitas perusahaan.

**Kata Kunci:** Corporate identity, Logo, Canva Pro

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Identitas Perusahaan dalam Bahasa Inggris (*Corporate Identity*), identitas perusahaan adalah identitas yang membedakan sebuah perusahaan dengan perusahaan lainnya. Sebuah perusahaan harus memiliki merek, atau citra, yang membuat produknya menarik dan mudah diingat oleh konsumen.

Oleh karena itu, logo adalah identitas visual, biasanya dalam bentuk gambar atau teks.. Dengan bantuan logo, publik dan konsumen dapat mengidentifikasi produk atau perusahaan. Ada banyak aplikasi untuk membuat logo. Ada banyak aplikasi dalam membuat logo contoh nya canva pro, canva sendiri telah digunakan oleh designer profesional maupun non profesional. Canva pro juga mempunyai kelebihan dan kekurangan kelebihan dari canva pro adalah cepat dan efisien dalam design kemudian untuk kekurangan canva pro harus mempunyai signal yang kuat untuk mengakses aplikasi tersebut.

UMKM DAPUR G6 adalah perusahaan pengolahan makanan yang beralamat di JL Titan Asri X Nomor G6, Sulfat, Malang. Usaha ini didirikan pada tahun 2019, yang menjual aneka masakan rumahan seperti tahu telur, pecel dan lauk pauk. Pada saat ini, DAPUR G6 belum banyak dikenal oleh warga Malang karena belum memiliki logo perusahaan. DAPUR G6 memang belum memiliki logo resmi, sehingga pemilik ingin memiliki logo yang unik dan berbeda agar lebih dikenal oleh masyarakat. Untuk memiliki logo yang unik dan berbeda sehingga dapat lebih mudah dikenali.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka skripsi ini mengambil judul yaitu “Pembuatan Logo Sebagai *Corporate Identity* Menggunakan Canva Pro di UMKM Dapur G6”.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pembuatan logo sebagai Corporate identity di UMKM Dapur G6
2. Bagaimana pengukuran efektifitas logo yang baik

### **Tujuan Penelitian**

1. Pembuatan logo sebagai Corporate Identity menggunakan Canva Pro di
2. UMKM DAPUR G6 Pembuatan efektivitas pengukuran logo sesuai dengan standart logo yang baik

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kajian Empiris**

Logo merupakan elemen grafis yang berbentuk simbol, emblem, ikon, dan tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah brand. Logo adalah atribut utama *brand* yang terlihat secara visual. Oleh karena itu penting untuk merencanakan logo yang dapat mencerminkan kepribadian dan jiwa sebuah *brand* (Widiastuti, et al, 2022:152). ”*Corporate Identity* adalah suatu bentuk komunikasi visual, yang sejarahnya tidak dapat dipisahkan dari desain komunikasi visual. Bentuk identitas perusahaan yang paling sederhana adalah simbol.” (Luzar dan Monica, 2013:529). “Canva adalah aplikasi pembuatan grafis dan konten publikasi yang sederhana dan cepat dibandingkan dengan perangkat lunak grafis lainnya” (Putri dan utomo, 104:2022).

### **Kajian Teori**

#### **Logo**

Logo berasal dari bahasa Yunani yaitu Logos, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi, istilah logo pertama kali yaitu *logotype* kemudian disingkat menjadi logo yang mempunyai arti sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik *lettering* atau memakai jenis huruf tertentu (Fatmala dan Happy, 2020:48).

## **Corporate Identity**

Corporate Identity harus mudah diingat oleh konsumen. Suatu *Corporate Identity* yang baik yaitu mempunyai mempunyai karakter *suggestiveness* dan *recall*. Apabila konsumen ingin membeli suatu produk, maka akan teringat nama suatu perusahaan, ini disebut mengusulkan (*suggestion*). Sedangkan bila konsumen ini kemudian datang lagi dan membeli produk yang sama dan terhubung kembali dengan produsennya, maka hal ini disebut mengingatkan (*recall*). (Luzar dan Monica, 2013:533)

## **Canva pro**

Andini (2022) “Canva merupakan aplikasi online memuat desain grafis yang dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran dan memuat template untuk membuat desain dan juga sebuah fitur aplikasi desain grafis yang dirancang untuk membantu para pengguna membuat berbagai desain yang bagus dan kreatif.”

Kelebihan dan Kekurangan Canva Pro yaitu :

- 1) Pengguna aplikasi Canva Pro bisa menggunakan berbagai macam template yang diinginkan dengan berbagai pilihan yang disediakan.
- 2) Untuk kemudahan akses dari aplikasi Canva Pro bisa melalui web IOS dan juga android
- 3) Banyak sekali fitur yang tersedia seperti font, template, background dan lain sebagainya
- 4) Bisa dikerjakan dengan 2 orang atau lebih dengan waktu yang bersamaan

Sedangkan untuk kekurangan Canva Pro ini hanya memiliki sedikit kekurangan yang dimiliki, yaitu :

- 1) Aplikasi Canva Pro hanya bisa diakses secara online, sehingga pengguna harus memiliki kuota untuk bisa mengakses secara online
- 2) Aplikasi Canva Pro hanya menyediakan beberapa template yang gratis selebihnya pengguna perlu berlangganan untuk bisa mengakses template yang menarik
- 3) Perlu adanya koneksi internet yang cukup bagus dan stabil, jadi untuk bisa mengakses aplikasi Canva Pro perlu mencari tempat yang memiliki koneksi yang bagus.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Ruang lingkup penelian ini adalah pembuatan logo sebagai Corporate identity pada UMKM Dapur G6. Pembuatan logo ini menggunakan Canva Pro. Pembuatan logo ini sebagai identitas yang dimiliki Dapur G6. Jenis penelitian yang digunakan menggunakan metode *Action Research* atau penelitian tindakan. Menurut penelitian Arikunto (2013:129) Menyatakan bahwa penelitian tindakan atau *Action Research* merupakan penelitian tentang hal – hal yang terjadi di masyarakat atau kelompok sasaran, dan hasilnya langsung dapat dikenakan pada masyarakat yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini terhadapat beberapa tahap yaitu perencanaan (*planning*), pelaksanaan tindakan (*acting*), observasi (*observation*), dan refleksi (*reflektion*). Responden pada penelitian ini berjumlah 15 orang diantaranya adalah 1 *owner*, 2 ahli komputer, 2 ahli pemasaran dan 10 konsumen.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah pengambilan data yang diambil dari *interview* dan dokumentasi, sedangkan data sekunder diambil dari pengumpulan data – data dan informasi yang diperlukan dengan cara membaca buku, jurnal, artikel.

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan wawancara, dokumentasi, *kuisoner*, dan observasi. Dengan pengembangan *kuisoner* menggunakan dasar dari logo yang baik. Metode analisis data yang digunakan adalah skala likert dan skor ratan dengan menggunakan dua metode

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Perusahaan**

Dapur G6 adalah UMKM yang bergerak dibidang makanan yang didirikan oleh Joko pada 10 maret 2019 dan beralamat di Jl. Titan Asri X Nomer G6 kota Malang. Sebelumnya dapur G6 ini berjualan di pinggir jalan raya dekat dengan taman balai RW tetapi karena masa kontraknya habis pemilik membuka di rumah sendiri dimana sebelumnya di pinggir jalan. Dapur G6 tidak menjual aneka masakan rumahan melainkan juga menjual nasi tumpeng kemudian mi pangsit. Dapur G6 dikelola oleh 1 owner yang memiliki 2 pegawai yang bertugas di bidang keuangan dan karyawan yang membantu kemudian pemasaran yang dilakukan Dapur G6 menggunakan *word of mouth*, dan melakukan promo di *shopeefood*.

### **Pelaksanaan Action Research**

Pada tahap observasi awal ini, dilakukan pengumpulan data yang berhubungan dengan profil perusahaan seperti sejarah singkat perusahaan, gambaran umum perusahaan, harga, produk, hingga media promosi yang dilakukan saat ini.

#### **Siklus 1**

##### **Perencanaan**

Tahap perencanaan yang akan dilakukan pembuatan logo sebagai *corporate identity* di UMKM Dapur G6. Dengan menggunakan aplikasi editing yaitu Canva Pro yang bisa di akses menggunakan google. Dalam hal ini akan dibuat 2 – 4 jenis *design* yang akan dipilih berdasarkan ketentuan dari Owner

## Tindakan

Setelah melakukan rancangan, tahap selanjutnya adalah mengeksekusi rencana yang telah dibuat, yaitu melakukan pembuatan Logo sebagai *corporate identity* melalui aplikasi Canva Pro.

## Observasi

Tahap observasi dilakukan dengan cara menunjukkan hasil *design* logo yang telah dibuat melalui kuesioner yang dibagikan secara offline terhadap 1 pemilik 2 ahli komputer, 2 ahli pemasaran, 10 konsumen melalui penilaian tersebut dapat dinilai *design* yang telah dibuat berdasarkan kriteria Logo yang baik.

## Refleksi

Berdasarkan hasil kuesioner pada siklus I yang sudah disebar kepada ahli komputer, ahli pemasaran, Pemilik dan konsumen. Diketahui bahwa hasil yang dihitung telah memenuhi dari standart logo yang baik sehingga tidak diperlukan untuk melakukan siklus 2.

## Gambaran Umum Design

Desain logo Dapur G6 adalah logo baru yang dibuat secara asli menggunakan aplikasi Canva Pro, tidak seperti logo UMKM lainnya yang dibuat menggunakan template yang tersedia tetapi menggunakan . Desain, warna dan font yang dibuat sesuai dengan kriteria dan konsep yang telah diminta oleh Owner.

## PEMBAHASAN

Pada penelitian ini dilakukan penyebaran kuisoner kepada 15 responden yang disesuaikan dengan standart logo yang baik.

Pernyataan	Skor Per Indikator	EPIC Rate
<i>Original and Distinctive</i>	80%	$\frac{507,1}{6} \times 100\% = 84,5\%$
<i>Legible</i>	86%	
<i>Simple</i>	84,6%	
<i>Memorable</i>	87,3%	
<i>Easily associated with the company</i>	82,6%	
<i>Easily adabtable for all graphic media</i>	86,6%	

## Implikasi

- 1) Penelitian ini diketahui bahwa Canva Pro mendukung hasil penelitian dan dapat digunakan untuk pembuatan logo yang diukur keefektifannya menggunakan metode Analisa tabulasi sederhana dan bisa dipublikasikan di toko maupun didalam kemasan produk.
- 2) Logo yang telah dibuat dalam penelitian ini dapat digunakan Dapur G6 sebagai corporate identity yang sebelumnya tidak resmi menjadi identitas yang bisa digunakan agar bisa

dikenal oleh calon konsumen, dan Dapur G6 harus menyiapkan dana untuk menerapkan logo ini untuk promosi.

- 3) Bagi penelitian yang akan datang, dan akan melakukan penelitian yang sejenis untuk disarankan menggunakan data penelitian lebih lengkap dan detail dengan menampilkan data sebelum dan sesudah penelitian, serta dapat membuat corporate identity untuk perusahaan selain logo yang bisa berguna untuk perusahaan maupun UMKM lainnya.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

UMKM Dapur G6 adalah usaha yang bergerak di bidang makanan yang berlokasi di Jl. Titan Asri X No G6 yang berlokasi di Sulfat Kota Malang. Dapur G6 belum memiliki logo yang resmi dan juga masih belum juga dikenal masyarakat secara luas. Sebelum adanya penelitian ini Dapur G6 kurang dikenal oleh masyarakat karena belum adanya identitas dari Dapur G6. Karena pada hasil persentase di Analisa tabulasi sederhana dengan indikator logo yang baik menurut Abdhal (2015) yaitu Original and Destinctive, Legible, Simple, Memorable, Easily associated with the company, dan Easily adabtable for all graphic media didapat skor rata-rata keseluruhan menghasilkan persentase 84,5% yang menunjukkan bahwa logo tersebut termasuk kedalam kategori logo yang baik sebagai identitas perusahaan.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Fatmala, W. V., & Happy, H. R. D. (2020). Perancangan Visual Identity Bedak Beras Rahayu Sebagai Media Promosi Di Pasar Tradisional Kota Malang. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVSIA)*, 4(1).
- Luzar, L. C., & Monica, M. (2013). Peranan Komunikasi Visual bagi Identitas Perusahaan. *Humaniora*, 4(1), 528-538.
- Putri, S. L. F., & Utomo, H. (2022). Desain konten Instagram dengan aplikasi canva pro sebagai media promosi untuk menarik minat beli pada Toko Tsureyya Bakery Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 103-108.
- Widiastuti, S., & Kusumaningrum, J. (2022). Perancangan corporate identity untuk meningkatkan brand image perusahaan. *Manajemen*, 2(2), 150-159.