

REDESAIN LOGO ARTSKIN STUDIO SEBAGAI IDENTITAS VISUAL PERUSAHAAN DI KAYANA CREATIVE

Ni Made Ayu Cantika Mutiara Anjani¹, I Gede Agus Indram Bayu Artha², Eldiana Tri Narulita S.Sn.,
M.Sn³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain,
Institut Seni Indonesia Denpasar (ISI DPS) Jl.Nusa Indah,Sumerta, Kota Denpasar, 80235, Indonesia

mdayucantikaam@gmail.com

Abstrak

Suatu perusahaan wajib memiliki logo sebagai identitas visual agar dapat dikenal oleh masyarakat. Logo yang tepat sangat dibutuhkan untuk menunjang terciptanya citra yang ingin ditampilkan. Dilihat dari logo yang digunakan Artskin Studio Indonesia saat ini tidak sesuai dengan visi misi brand, terlihat kaku dan kuno jika dibandingkan dengan desain pada zaman sekarang yang sudah modern ini. Berdasarkan uraian tersebut perlu dilakukan proses kreatif yang merujuk pada permasalahan dan keinginan dari Artskin Studio Indonesia sendiri. Proses kreatif yang akan dilakukan adalah merancang kembali (redesain) logo perusahaan Artskin Studio Indonesia. Metode yang digunakan penulis untuk menyelesaikan permasalahan ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Tahap awal perancangan ini yaitu melakukan observasi dan wawancara kepada klien terlebih dahulu. Kemudian penulis diberikan *creative brief* yang berisi konsep logo. Setelah itu, penulis merancang *moodboard* terlebih dahulu. Lalu penulis mulai mengeksekusi ide dan konsep tersebut untuk membuat beberapa alternatif desain logo. Setelah terpilih salah satu alternatif desain logo, lalu lanjut ke tahap visualisasi logo secara digital dengan aplikasi Adobe Illustrator. Perancangan ulang (redesain) logo Artskin Studio menghasilkan sebuah *Graphic Standards Manual (GSM)*. Hasil akhir dari redesain logo kemudian diaplikasikan pada beberapa media cetak seperti, *signage, stationery, amplop, id card, dan merchandise*.

Kata Kunci: Redesain, Logo, *Graphic Standards Manual, Brand Identity*

Abstract

A company is required to have a logo as its visual identity so that it can be recognized by the public. The right logo is very necessary to support the creation of the image you want to display. Judging from the logo currently used by Artskin Studio Indonesia, it does not match the brand's vision and mission, it seems stiff and outdated when compared to today's modern designs. Based on this description, it is necessary to carry out a creative process that refers to the problems and desires of Artskin Studio Indonesia itself. The creative process that will be carried out is to redesign the Artskin Studio Indonesia company logo. The method the author uses to solve this problem is to use a qualitative descriptive method. The initial stage of this design is to conduct observations and interviews with clients first. Then the writer is given a creative brief containing the logo concept. After that, the author designs the moodboard first. Then the author began to translate these ideas and concepts to create several alternative logo designs. After choosing an alternative logo design, then proceed to the stage of digitally visualizing the logo using the Adobe Illustrator application. Artskin Studio's logo redesign resulted in the Graphic Standards Manual (GSM). The final result of the logo redesign was then applied to several print media such as signage, stationery, envelopes, ID cards and merchandise.

Keywords: Redesign, Logo, *Graphic Standards Manual, Brand Identity*

PENDAHULUAN

Suatu perusahaan wajib memiliki logo sebagai identitas visual agar dapat dikenal oleh masyarakat. Logo saat ini telah menjadi elemen yang penting dimiliki oleh setiap perusahaan. Logo yang tepat sangat dibutuhkan untuk menunjang terciptanya citra yang ingin ditampilkan. Dengan desain yang menarik dan sesuai, logo mampu menciptakan kesan yang kuat dan berbeda dari yang lain, sehingga dapat membangun suatu identitas visual.

Dilihat dari logo yang digunakan Artskin Studio Indonesia saat ini tidak sesuai dengan visi misi brand, terlihat kaku dan kuno jika dibandingkan dengan desain pada zaman sekarang yang sudah modern ini. Suatu perusahaan harus memperhatikan kualitas logo dalam jangka waktu yang panjang sesuai dengan prinsip logo yaitu *timelessness* yang berarti logo akan selalu diingat dan tidak lekang oleh waktu. Desain yang memiliki tampilan baru dan fresh dapat memberikan kesan yang profesional. Hal ini juga dapat membantu meningkatkan daya tarik visual dan brand akan terlihat lebih menarik dimata para audiens.

Berdasarkan uraian tersebut perlu dilakukan proses kreatif yang merujuk pada permasalahan dan keinginan dari Artskin Studio Indonesia sendiri. Proses kreatif yang akan dilakukan adalah merancang kembali (redesain) logo perusahaan Artskin Studio Indonesia. Menurut Marta, 2019 : 32, Redesain adalah sebuah kegiatan melakukan perubahan pembaharuan dengan berpatokan berdasarkan dari wujud design yang lama diubah menjadi baru, sehingga dapat memenuhi tujuan - tujuan yang diinginkan. Redesain juga diciptakan agar masyarakat dapat membedakan Artskin Studio Indonesia dengan kompetitornya.

Dalam perancangan ulang logo Artskin Studio, adapun tujuan yang dicapai pada perusahaan ini yaitu menciptakan identitas visual dan *brand identity* yang konsisten. Logo yang baru diharapkan dapat merepresentasikan karakteristik utama brand yang mencerminkan nilai - nilai inti perusahaan seperti kreativitas, inovasi, elegan dan profesionalisme. Selain itu, perancangan ulang ini juga bertujuan untuk menghasilkan sebuah logo yang tidak hanya modern dan relevan, tetapi juga fungsional di berbagai platform dan media. Menghasilkan logo yang mempresentasikan karakteristik utama brand serta

menyediakan panduan branding (GSM) yang komprehensif

Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk menghasilkan logo yang mempresentasikan karakteristik utama brand serta menyediakan panduan branding (GSM). Panduan ini akan memberikan instruksi yang jelas mengenai penggunaan logo, color palette, tipografi, dan elemen desain lainnya. Dengan adanya panduan yang terperinci, Artskin Studio dapat memastikan bahwa identitas visual brand tetap konsisten dan kuat dalam jangka panjang, baik di platform digital maupun media cetak.

METODE PENELITIAN

Dalam proses Redesain Logo Artskin Indonesia Sebagai Identitas Visual Perusahaan, penulis mencari informasi untuk permasalahan yang ada dengan menggunakan beberapa pendekatan seperti observasi, wawancara, dokumentasi serta studi pustaka. Metode yang digunakan penulis untuk menyelesaikan permasalahan dan menjadi sumber dalam penyusunan laporan ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Menurut Denzin & Lincoln dalam Anggito & Setiawan (2018:7) memberikan pemahaman bahwa metode kualitatif menafsirkan fenomena menggunakan latar belakang yang alamiah, dengan metode kualitatif hasil wawancara dan data lainnya diharapkan dapat menghasilkan data yang deskriptif.

1. Metode Observasi

Menurut Abdussamad (2021:147), observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat, serta dilakukan secara sengaja. Observasi dapat dibedakan menjadi 2 jenis yaitu observasi partisipan dan observasi non partisipan. Observasi non partisipan adalah peneliti mengamati partisipan tanpa berinteraksi langsung. Sedangkan observasi partisipan adalah peneliti ikut berpartisipasi menjadi bagian dari kelompok yang diteliti.

Berdasarkan pengertian di atas dalam observasi ini penulis menggunakan teknik observasi partisipan, yang dimana penulis

terlibat langsung dalam pengerjaan proyek. Hasil observasi menyatakan bahwa klien yang terlibat merupakan sebuah Production House yang menyediakan layanan fotografi dan videografi untuk kebutuhan media sosial. Perusahaan ini berlokasi di Denpasar, Bali.

2. Metode Wawancara

Wawancara Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2020:114), wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Sebelum merancang ulang Logo Artskin Studio, penulis melakukan wawancara secara daring melalui Owner Kayana Creative ke pemilik dari perusahaan Artskin Studio. Melalui tahap wawancara ini penulis dapat bertanya dan mengetahui apa latar belakang dan tujuan dari proyek ini. Dari hasil wawancara dapat diketahui permasalahan dan informasi yang mendukung proyek Redesain Logo Artskin Studio. Permasalahan tersebut adalah pemilik dari Artskin Studio ingin menciptakan brand identity yang kuat dan konsisten, yang bertahan sepanjang waktu dan tidak terpengaruh oleh tren maupun perkembangan zaman.

3. Metode Dokumentasi

Menurut Suharsini Arikunto (2010:275), metode dokumentasi ialah metode mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku, transkrip, surat kabar, prasasti, majalah, notulen rapat, agenda serta foto - foto kegiatan. Dokumen dalam bentuk tulisan maupun gambar dapat digunakan sebagai data penunjang dalam Redesain Logo Artskin Studio. Melalui metode ini penulis mendapat dokumentasi berupa foto logo lama dari Artskin Studio. Foto logo lama ini bisa memberikan gambaran tentang identitas visual perusahaan sebelumnya, yang kemudian bisa dianalisis untuk dipertimbangkan dalam proses perancangan ulang logo yang lebih relevan dan sesuai dengan perkembangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Creative Brief*

Hal pertama yang perlu dilakukan sebelum memulai perancangan ulang logo Artskin Studio adalah penulis diberikan *creative brief* dari klien yang berisikan hal - hal yang perlu diperlukan untuk merancang ulang suatu logo. *Creative brief* berfungsi sebagai panduan yang jelas dalam proses desain dan memastikan bahwa hasil akhir logo sesuai dengan ekspektasi klien. Berikut adalah poin - poin penting yang ada di dalam *creative brief* untuk Artskin Studio :

a) *Project Goals (Tujuan)*

Dalam perancangan ulang logo Artskin Studio, adapun tujuan yang dicapai pada perusahaan ini yaitu menciptakan brand identity yang kuat dan konsisten. Logo yang baru diharapkan dapat merepresentasikan karakteristik utama brand yang mencerminkan nilai - nilai inti perusahaan seperti kreativitas, inovasi, elegan dan profesionalisme.

Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk menghasilkan logo yang mempresentasikan karakteristik utama brand serta menyediakan panduan branding (GSM). Panduan ini akan memberikan instruksi yang jelas mengenai penggunaan logo, *color palette*, tipografi, dan elemen desain lainnya.

b) *Visi dan Misi Artskin Studio*

Artskin Studio memiliki visi dan misi perusahaan sendiri. Visi perusahaan ini yaitu menjadi studio terkemuka di Indonesia yang menggabungkan seni dan keindahan. Visi ini menunjukkan bahwa Artskin Studio ingin menjadi studio yang terdepan atau terbaik di Indonesia. Hal ini juga mengindikasikan bahwa Artskin Studio tidak hanya ingin menyediakan layanan fotografi biasa, tetapi juga memberikan pengalaman

yang lebih kreatif dan inovatif.

Serta Misi perusahaan ini yaitu memberikan layanan dengan sentuhan seni yang personal dan berkualitas tinggi. Misi ini mengungkapkan pendekatan yang lebih praktis untuk mencapai visi mereka. Mereka berkomitmen untuk memberikan layanan yang tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga memiliki sentuhan seni yang personal. Ini berarti bahwa setiap layanan yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi setiap individu, menjadikan pengalaman di Artskin Studio lebih unik dan eksklusif.

c) **Brand Value (Nilai Perusahaan)**

Artskin Studio memiliki *brand value* yang mencakup 4 nilai utama yaitu : Elegan, Inovatif, Artistik dan Profesional. Perusahaan ini berkomitmen untuk membangun citra yang elegan dan inovatif, serta menyediakan layanan yang artistik dan profesional. Dengan adanya *brand value* ini, Artskin Studio bertujuan menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi setiap pelanggan.

d) **Target Audiens**

- a. Usia : 20-45 tahun
- b. Jenis Kelamin : Perempuan dan Laki - Laki
- c. Wilayah : Bali, Indonesia
- d. Ekonomi : Kelas Menengah
- e. Kepribadian : loyal dan aktif di media sosial
- f. Perilaku : Pemilik bisnis atau tim pemasaran yang membutuhkan foto produk, foto interior, atau foto komersial untuk website, media sosial, atau materi promosi mereka.

2. Riset

Dalam perancangan ulang (redesain) logo Artskin Studio, riset dasar sangat penting untuk memastikan bahwa hasil akhir

akan lebih menggambarkan nilai dan visi perusahaan yang lebih modern dan relevan dengan audiens target. Berdasarkan analisis terhadap desain logo lama Artskin Studio ada beberapa elemen yang perlu diubah yaitu dari segi ikon, dan tipografi.

Desain logo lama Artskin Studio menggunakan siluet Burung Kolibri sebagai ikon utama, namun desain tersebut terkesan kaku dan kurang mencerminkan keindahan serta profesionalisme yang ingin ditampilkan oleh perusahaan yang terkesan kaku dan tidak menonjolkan keindahan. Selain itu, tipografi yang digunakan terasa kurang modern. Oleh karena itu, perlu dilakukan pembaharuan agar tampilan logo baru Artskin Studio lebih elegan, modern, dan mencerminkan profesionalisme perusahaan.



Gambar 1 Logo Lama Artskin Studio
(sumber : media sosial Artskin Studio)

Perancangan ulang (redesain) logo Artskin Studio dilakukan dengan mengganti ikon utama logo yang awalnya menggunakan siluet Burung Kolibri menjadi bentuk Burung Elang. Hal ini dilakukan karena dari pemiliknya sendiri menginginkan adanya pembaharuan elemen agar relevan dengan konsep yang lebih modern. Pemilihan Burung Elang dilakukan untuk menyampaikan kesan yang lebih elegan, tegas, dan penuh kekuatan atau dinamika. Burung Elang juga melambangkan kebebasan dan pandangan yang jauh ke depan, yang menggambarkan aspirasi studio dalam menciptakan karya yang berkualitas. Bentuk visual Burung Elang dibuat dengan garis yang lebih unik dan fleksibel, memberikan kesan modern dan dinamis, serta memudahkan penerapan logo pada berbagai media.



Gambar 2 Perubahan Elemen Pada Logo Lama dengan Logo Baru (sumber : dokumen pribadi)

Typeface yang digunakan pada logo juga diubah dengan jenis font yang berbeda. Pada logo lama menggunakan font “AbeatbyKai” sebagai typeface, sementara pada logo baru menggunakan font “Figtree” dan “Dm Sans”. Adapun perbedaan antara ketiga typeface berikut.

- a) Font “**AbeatbyKai**” yang digunakan pada logo lama cenderung lebih condong ke gaya yang organik atau dekoratif, yang memberikan kesan yang lebih berani atau unik.



Gambar 3 Font “AbeatbyKai” (sumber : dokumen pribadi)

- b) Font “**Figtree**” dan “**Dm Sans**” yang dipilih untuk logo baru, terkesan lebih minimalis namun tetap memiliki karakter yang modern dan profesional. Penggunaan font ini juga dapat membuat tampilan logo menjadi lebih elegan dan mudah dikenal.



Gambar 4 Font “Figtree” dan “DM Sans” (sumber : dokumen pribadi)

Penggunaan font yang lebih simpel ini juga menunjukkan desain yang sederhana atau minimalis. Kesan modern dan elegan yang dihasilkan akan sangat mendukung

image perusahaan yang ingin tampil lebih fresh dan relevan dengan perkembangan zaman.

Perancangan ulang (redesain) ini menggambarkan perubahan pada desain logo yang awalnya terlihat ekspresif atau *playful* menjadi desain logo yang minimalis dan modern. Diharapkan dengan merancang ulang (redesain) logo Artskin Studio dapat menghasilkan *brand identity* yang kuat dan konsisten, serta dapat diterima dengan baik oleh audiens.

3. Konsep Perancangan

Konsep merupakan gambaran awal atau abstrak suatu objek yang digunakan untuk mempermudah manusia dalam berpikir atau menemukan sebuah gagasan. Konsep yang digunakan dalam merancang ulang (redesain) Logo Artskin Studio adalah modern minimalis. Secara visual dirancang dengan bentuk yang sederhana dan menampilkan kesan elegan, artistik, profesional dan inovatif.

Gaya desain modern adalah gaya desain yang simple, bersih, fungsional, stylish dan selalu mengikuti perkembangan zaman yang berkaitan dengan gaya hidup modern yang sedang berkembang pesat. Logo modern memiliki garis - garis yang bersih, desain yang minimalis, dan warna - warna yang sederhana namun dapat menarik perhatian bagi yang melihatnya. Dengan kata lain, desainnya sederhana namun atraktif. Gaya desain modern muncul pada awal abad ke-20, gaya desain modern berupaya melepaskan diri dari bentuk tradisional, menekankan fungsionalitas daripada dekorasi, kejelasan, dan kesederhanaan dalam desain. Desain gaya modern memiliki ciri - ciri yaitu menggunakan tipografi sans serif yang bersih dan mudah dibaca, memiliki bentuk desain minimalis, menggunakan sistem grid untuk struktur dan penyalarsan visual, menampilkan kombinasi warna yang sederhana untuk menarik perhatian dan menciptakan daya tarik visual.

Tujuan penggunaan gaya desain

modern pada desain logo adalah untuk menciptakan tampilan yang bersih dengan menghindari elemen - elemen berlebihan. Dengan mengutamakan kesederhanaan dan fungsionalitas, desain modern memastikan logo tetap relevan dan dapat beradaptasi di berbagai platform serta media. Gaya ini juga bertujuan untuk memperkuat kesan profesional, canggih, dan eksklusif, mencerminkan kualitas dan inovasi yang dimiliki oleh merek.

Gaya desain minimalis adalah pendekatan estetika yang menekankan kesederhanaan, keseimbangan, dan ruang putih yang cukup. Gaya desain minimalis menggunakan bentuk yang sederhana, warna yang terbatas, dan tipografi yang mudah dibaca. Tujuannya adalah menciptakan logo yang langsung dikenali, mudah diproduksi, dan berfungsi baik dalam berbagai ukuran dan aplikasi.

Menggunakan konsep minimalis dalam desain logo memiliki banyak manfaat. Pertama, logo minimalis cenderung lebih mudah diingat karena kesederhanaannya. Mereka juga lebih fleksibel, karena dapat dengan mudah disesuaikan untuk berbagai penggunaan tanpa kehilangan dampaknya. Selain itu, logo minimalis lebih cenderung bertahan dalam ujian waktu, karena gaya yang tidak lekang oleh waktu tidak akan ketinggalan zaman seiring berjalannya tren.

Konsep modern minimalis yang diterapkan pada logo baru Artskin Studio menjadi salah satu keunggulan utama. Desain yang sederhana namun elegan ini tidak hanya mudah diingat, tetapi juga akan bertahan dalam waktu yang lama. Konsep ini menjadi pilihan tepat untuk menciptakan identitas visual yang kuat bagi Artskin Studio. Selain itu, logo tersebut nantinya akan mengadopsi bentuk burung yang melambangkan kebebasan dan kreativitas. Color Palette yang akan digunakan pada logo ialah warna merah yang memiliki simbol energik dan penuh semangat. Gaya desain logo dibuat dalam bentuk yang modern, clean, dan high-end memperkuat kesan profesional dan eksklusif. Tone desain yang diusung juga mencerminkan karakter yang

profesional, ramah, artistik, dan inspiring, menggambarkan komitmen Artskin Studio untuk terus berinovasi dan memberikan inspirasi kepada audiens.

4. Moodboard

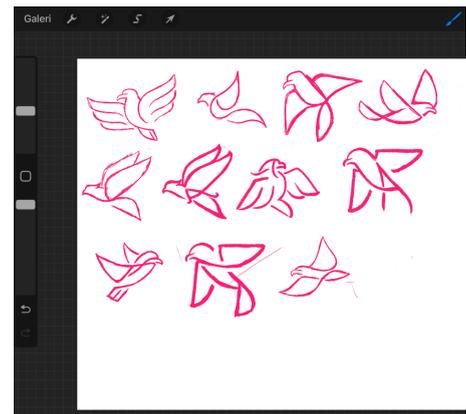
Berikut ini merupakan *moodboard* dari Logo Artskin Studio yang terbaru. Dalam *moodboard* ini berisikan referensi logo, tipografi, color palette, referensi desain untuk media sosial.



Gambar 5 Moodboard Logo Artskin Studio (sumber : dokumen pribadi)

5. Sketsa Logo

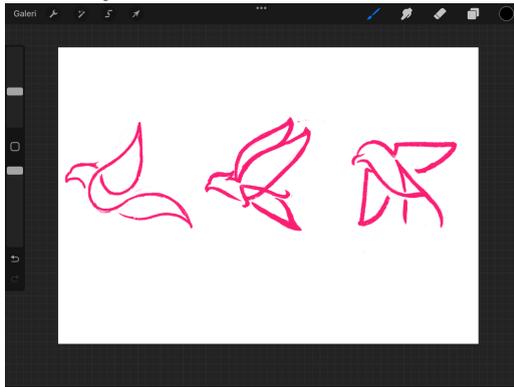
Tahap ini, penulis mulai mengembangkan ide - ide visual untuk membuat beberapa sketsa yang sesuai dengan *moodboard*. Sketsa tersebut menggunakan bentuk “Burung Elang” sebagai elemen utama.



Gambar 6 Alternatif Sketsa Logo (sumber : dokumen pribadi)

Penulis mengirimkan beberapa alternatif sketsa logo kepada mentor untuk mendapatkan masukan, dan akhirnya terpilih tiga alternatif logo yang paling mendekati konsep yang telah ditetapkan. Ketiga

alternatif ini selanjutnya akan dikembangkan lebih lanjut.



Gambar 7 Tiga Alternatif Logo yang Terpilih (sumber : dokumen pribadi)

Ketiga alternatif tersebut kemudian disarankan untuk dibuatkan draf yang berisi kombinasi antara logo dan *typeface*, agar lebih jelas terlihat gambaran hasil akhir logo. Setelah melalui beberapa pertimbangan dan diskusi, akhirnya opsi nomor 1 dipilih sebagai desain yang paling sesuai.

- Vertikal



- Horizontal



Gambar 8 Draft Logo yang Terpilih (sumber : dokumen pribadi)

6. Sketsa Logo Yang Terpilih

Dalam proses pemilihan alternatif sketsa dilakukan diskusi terlebih dahulu dengan mentor untuk memastikan bahwa

desain yang dipilih tetap sesuai dengan prinsip - prinsip dasar logo. Berdasarkan beberapa kriteria dari prinsip logo, dapat disimpulkan bahwa dari beberapa alternatif sketsa yang ada. Alternatif sketsa yang paling sesuai dengan prinsip logo adalah alternatif yang pertama. Desain ini memiliki komposisi desain yang elegan dan modern, sehingga lebih sesuai dengan konsep yang diinginkan oleh klien.



Gambar 9 Sketsa Logo Yang Terpilih (sumber : dokumen pribadi)

7. Visualisasi Desain

Proses perancangan ulang (redesain) Logo Artskin Studio diawali dengan pengumpulan informasi melalui *creative brief*. *Brief* ini berisikan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan, visi misi perusahaan, nilai perusahaan (*brand value*), target audiens, dan referensi desain yang diinginkan. Langkah pertama dalam proses desain adalah melakukan riset terhadap elemen - elemen yang ada dalam logo lama. Setelah memahami alasan dilakukan redesain, langkah selanjutnya yaitu membuat *moodboard*. Dari *moodboard* ini, penulis mulai merancang beberapa sketsa logo awal sebagai bentuk eksplorasi ide. Setelah membuat beberapa sketsa, penulis melakukan asistensi dengan mentor. Berdasarkan *feedback* dari mentor, sketsa yang dianggap paling sesuai dengan tujuan desain yaitu opsi logo ke 2. Tahap selanjutnya adalah visualisasi logo. Di sini, desain logo diolah menggunakan perangkat lunak desain grafis untuk menghasilkan bentuk yang lebih rinci dan profesional. Logo yang telah divisualisasikan kemudian dilengkapi dengan *Graphic Standards*

Manual (GSM), yang menjadi pedoman dalam penerapan desain logo pada berbagai media dan material. Logo yang telah selesai dibuat kemudian diaplikasikan pada berbagai media cetak dan platform digital.

a) Logo

Untuk mencerminkan citra dan kualitas dari Artskin studio, maka logo baru akan disesuaikan dengan nilai-nilai perusahaan. Jenis logo yang digunakan Artskin Studio merupakan perpaduan antara *Logogram* dengan *Logotype*. Logo harus bersifat minimalis, elegan, modern, mudah diingat serta dapat diaplikasikan ke berbagai media maupun platform digital. Logo baru ini juga harus bersifat fleksibel, sehingga dapat diaplikasikan ke berbagai media dan platform digital. Dengan desain yang tepat, logo ini diharapkan dapat mempresentasikan identitas perusahaan, memperkuat identitas visual dan menarik perhatian audiens.



Gambar 10 Logo Final
(sumber : dokumen pribadi)

b) Makna Logo

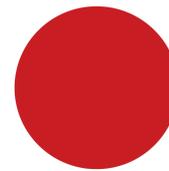
Logo Artskin Studio dirancang dengan elemen utama berupa Burung, yang memiliki makna tentang kebebasan, kreativitas, dan dinamika. Simbol burung ini memberikan kesan bahwa Artskin Studio merupakan perusahaan yang penuh semangat, terbuka terhadap peluang baru, dan siap menghadapi tantangan dengan kreativitas dan kebebasan.



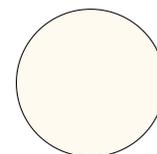
Gambar 11 Visual Logo Artskin Studio
(sumber : dokumen pribadi)

d) Warna Logo

Warna yang digunakan pada logo Artskin Studio adalah merah dan cream. Kombinasi merah dan cream memberikan kesan yang seimbang antara kekuatan dan keanggunan, serta menggambarkan kepercayaan diri yang berani namun tetap elegan dan ramah.



Warna merah (#CB2027) melambangkan energi, antusiasme, dan kegembiraan. Dalam logo, warna merah juga diasosiasikan dengan kekuatan, keberanian, dan ketegasan.



Warna cream (#FFFEF3) dikaitkan dengan keanggunan, dan kemewahan. Hal ini memberikan kesan bahwa merek tersebut memiliki kualitas yang tinggi. Cream juga memberi kesan natural dan bersih, sangat cocok untuk brand yang ingin tampil lebih ramah.

e) Tipografi

Dalam logo Artskin Studio menggunakan 2 jenis *logotype*, yaitu *Primary Logotype* dengan Font Figtree dan *Secondary Logotype* dengan Font Dm Sans. Font Figtree pada *Primary Logotype* memberikan kesan pertama yang kuat dan elegan, sementara Font DM Sans pada *Secondary Logotype* mendukung dengan memberikan penekanan tambahan yang lebih bersih

dan sederhana. Kombinasi ini juga menunjukkan bahwa Artskin Studio memiliki dua sisi yang harmonis yaitu sisi yang kuat dan percaya diri (Figtree) serta sisi yang ramah dan fungsional (DM Sans).

f) Variasi Logo

Desain logo dan *typeface* dirancang dengan menggunakan perpaduan antara warna merah dan cream



Gambar 12 Variasi Warna Logo dan Background (sumber : dokumen pribadi)

8. Pengaplikasian Logo Pada Media

Pengaplikasian logo yang tepat pada berbagai media bertujuan untuk membangun citra yang profesional, memperkuat identitas merek dan meningkatkan daya tarik konsumen.



Gambar 13 Signage (sumber : dokumen pribadi)



Gambar 14 Business Card (sumber : dokumen pribadi)



Gambar 15 Envelope (sumber : dokumen pribadi)



Gambar 16 ID Card (sumber : dokumen pribadi)



Gambar 17 Stationery (sumber : dokumen pribadi)



Gambar 18 *Totebag*
(sumber : dokumen pribadi)



Gambar 19 *T-Shirt*
(sumber : dokumen pribadi)



Gambar 20 *Pillow*
(sumber : dokumen pribadi)



Gambar 21 *Mug*
(sumber : dokumen pribadi)



Gambar 22 *Tumbler*
(sumber : dokumen pribadi)



Gambar 23 *Cap*
(sumber : dokumen pribadi)

KESIMPULAN

Artskin Studio adalah salah satu production house yang berlokasi di Bali. Studio ini menyediakan layanan fotografi dan videografi untuk konten media sosial. Saat ini, logo yang digunakan oleh Artskin Studio dirasa tidak sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Desain logo lama Artskin Studio cenderung terlihat kaku dan terkesan kuno jika dibandingkan dengan tren desain logo yang berkembang di era modern ini. Hal ini dapat mempengaruhi daya tarik visual dan relevansi brand di kalangan audiens atau berorientasi pada trend desain masa kini. Oleh karena itu, perlu dilakukan perancangan ulang (redesain) logo yang merujuk pada permasalahan dan keinginan dari Artskin Studio. Tujuan dari redesain logo ini adalah agar Artskin Studio memiliki logo yang lebih fresh, relevan, dan dapat mencerminkan visi serta misi perusahaan yang lebih modern.

Selama proses perancangan ulang (redesain) logo, penulis diberikan creative brief dari klien yang berisikan berisikan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan, visi misi perusahaan, nilai perusahaan (brand value), target audiens, dan referensi desain yang diinginkan. Kemudian penulis melakukan riset terhadap elemen - elemen yang ada dalam logo lama.

Setelah memahami alasan dilakukan redesain, langkah selanjutnya yaitu membuat moodboard. Dari moodboard ini, penulis mulai merancang beberapa sketsa logo awal sebagai bentuk eksplorasi ide. Setelah membuat beberapa sketsa, penulis melakukan asistensi dengan mentor. Berdasarkan feedback dari mentor, sketsa yang dianggap paling sesuai dengan tujuan desain yaitu opsi logo ke 2. Tahap selanjutnya adalah visualisasi logo. Di sini, desain logo diolah menggunakan aplikasi Adobe Illustrator untuk menghasilkan bentuk yang lebih rinci dan profesional. Logo yang telah divisualisasikan kemudian dilengkapi dengan Graphic Standards Manual (GSM), dan diaplikasikan pada berbagai media cetak dan platform digital.

Daftar Rujukan

- Cintha. (2023, 30 November) Pengertian Logo: Jenis, Fungsi dan Kriteria Logo yang Efektif. Diakses pada 4 November 2024, dari <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-logo/>.
- Crawford, Stuart. (2024, 27 Desember) 10 Prinsip Desain Logo untuk Branding yang Efektif. Diakses pada 10 November 2024, dari https://inkbotdesign-com.translate.google.com/logo-design-principles/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc.
- Cristina Dewi, T. P., Sutanto, R. P., Bramantijo. (2013) Redesain Logo dan Perancangan Corporate Identity Roemah Wangi Salon dan Spa di Malang. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Seni dan Desain : Universitas Kristen Petra : Siwalankerto.
- Darmawanto, Eko (2019) *Desain Komunikasi Visual II Perancangan Identitas Visual*, UNISNU PRESS : Jawa Tengah.
- Didy, Irene. (2024, 25 April) Branding: Definisi, Elemen, Tujuan, dan Jenis-jenisnya. Diakses pada 10 November 2024, dari <https://glints.com/id/lowongan/branding-adalah/>.
- Dwi, Anugrah. (2023, 9 Mei) Unsur Manajemen Dalam Fungsi Manajemen – Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU. Diakses pada 17 November 2024, dari <https://feb.umsu.ac.id/unsur-manajemen-dalam-fungsi-manajemen/>.
- Hasbi. (2023, 2 Juli) Kayana Creative: Agensi Pemasaran Digital dan Kreatif yang Mengubah Bisnis. Diakses pada 8 November 2024, dari <https://jurnalpost.com/kayana-creative-agensi-pemasaran-digital-dan-kreatif-yang-mengubah-bisnis/55342/>.
- Jobstreet. (2024, 24 April) Apa itu Brand? Ini Pengertian, Komponen, dan Fungsinya untuk Bisnis. Diakses pada 5 November 2024, dari <https://id.jobstreet.com/id/career-advice/article/apa-itu-brand-pengertian-komponen-fungsi-untuk-bisnis>.
- Kampus Merdeka. (2024, 8 September) Apa itu Kampus Merdeka? – Kampus Merdeka. Diakses pada 5 November 2024, dari <https://pusatinformasi.kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/hc/id/articles/4417185050777-Apa-itu-Kampus-Merdeka>.
- Kayanacreative.com. (2024, 16 Juni) Kayana Creative Collaborates with J&T Connect-Preneur Tour: Empowering Bali's SMEs Through Business Education. Diakses pada 10 November 2024, dari <https://kayanacreative.com/kayana-creative-collaborates-with-jt-connect-preneur-tour-empowering-balis-smes-through-business-education/>.
- Livia Tjendratama, Airin. (2024, 19 Februari) Perancangan Media Promosi untuk Sensa Koffie di Kayana Creative. *Knowledge Center*, Universitas Multimedia Nusantara <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/28702/>.
- Mebiso. (2024, 1 Juli) Jenis Jenis Logo Berikut untuk Menunjang Bisnis dengan Aman. Diakses pada 8 November 2024, dari <https://mebiso.com/wiki/jenis-jenis-logo/>.
- P, I Made Indra & Cahyaningrum, Ika (2019) *Buku Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. vol. 1, Deepublish.
- PPM School of Management. (2022, 22 Agustus) Unsur Manajemen: Pengertian dan Contoh. Diakses pada 10 November 2024, dari <https://ppmschool.ac.id/unsur-manajemen/>.
- S, Arikunto. (2010) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta : Jakarta.
- Sabrina, Annisa Dzata (2022, 29 November) 5+ Elemen Utama Pembentuk Logo, Kamu Wajib Tahu!. Diakses pada 10 November 2024, dari <https://vocasia.id/blog/logo-elemen/>.
- Setiawan, Johan, Anggito, dan Albi (2018) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, CV Jejak : Sukabumi.
- Sugiyono. (2015) *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta : Bandung.
- Tinarbuko, Sumbo. (2015) *DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. CAPS : Yogyakarta.

Z, Abdussamad. (2021) *Metode Penelitian Kualitatif*.
Syakir Media Press : Makassar.