

# PERANCANGAN LOGO PERUSAHAAN FURNITURE “EBU” PADA QITA STUDIO DI SINGARAJA BALI

Putu Wahyu Diatmika<sup>1</sup>, Drs. I Nengah Sudika Negara, M.Erg<sup>2</sup>,  
Ni Ketut Pande Sarjani, S.Sn., M.Sn<sup>3</sup>

Desain Komukasi Visual, Fakultas Seni rupa dan Desain, Institut  
Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa Indah, Sumerta, Kec. Denpasar  
Timur., Kota Denpasar, Bali 80235, Indonesia

E-mail: [wahyudiatmika@gmail.com](mailto:wahyudiatmika@gmail.com)

## Abstrak

Logo berasal dari bahasa Yunani kuno logos (kata) dan tupos (jejak) yang merupakan elemen visual penting yang mencerminkan identitas perusahaan. Logo yang sederhana, unik, dan mudah diingat mampu merepresentasikan karakteristik perusahaan secara efektif. Ebu merupakan perusahaan furnitur di Singaraja, Bali memerlukan logo berkonsep minimalis dan elegan untuk memperkuat citra profesionalnya. Dalam pelaksanaannya, Ebu bekerja sama dengan Qita Studio yaitu sebuah studio kreatif yang memberikan arahan desain untuk memastikan hasil sesuai dengan visi perusahaan. Proyek ini bertujuan memahami proses manajemen proyek dan langkah-langkah kreatif dalam pembuatan logo yang komunikatif dan sesuai karakteristik Ebu.

Metode pengerjaan terdiri dari tiga tahap discovery, development, dan delivery. Pada tahap discovery, dilakukan wawancara dan analisis untuk memahami kebutuhan Ebu. Tahap development meliputi pembuatan sketsa, digitalisasi, dan finalisasi elemen visual seperti logogram, logotype, serta pemilihan palet warna copper gold, putih, dan charcoal black. Tahap delivery berfokus pada penerapan logo di berbagai media. Hasil akhirnya adalah logo yang memadukan elemen lingkaran, garis geometris, dan tipografi serif untuk menciptakan harmoni antara estetika dan fungsi. Logo ini mencerminkan nilai-nilai kualitas dan profesionalisme Ebu. Proyek ini tidak hanya menghasilkan desain logo yang efektif, tetapi juga memberikan pengalaman praktis kepada penulis dalam menerapkan teori desain dalam konteks profesional melalui program MBKM Studi/Proyek Independen.

Kata Kunci: Logo, Ebu, Qita Studio.

## Abstract

*Logo comes from the ancient Greek words logos (word) and tupos (imprint) which is an important visual element that reflects a company's identity. A logo that is simple, unique and easy to remember can represent the company's characteristics effectively. Ebu is a furniture company in Singaraja, Bali that needs a logo with a minimalist and elegant concept to strengthen its professional image. In its implementation, Ebu collaborated with Qita Studio, a creative studio that provides design direction to ensure the results are in accordance with the company's vision. This project aims to understand the project management process and creative steps in creating a communicative logo that fits Ebu's characteristics.*

*The work method consists of three stages of discovery, development and delivery. At the discovery stage, interviews and analysis were conducted to understand Ebu's needs. The development stage includes sketching, digitizing and finalizing visual elements such as logograms, logotypes, as well as choosing a color palette of copper gold, white and charcoal black. The delivery stage focuses on applying the logo in various media. The end result is a logo that combines elements of circles, geometric lines and serif typography to create harmony between aesthetics and function. This logo reflects Ebu's values of quality and professionalism. This project not only produces an effective logo design, but also provides the author with practical experience in applying design theory in a professional context through the MBKM Independent Study/Project program.*

*Keywords: Logo, Ebu, Qita Studio.*

## PENDAHULUAN

Logo berasal dari dua kata bahasa Yunani kuno, yaitu "logos" yang berarti kata atau ucapan, dan "tupeos" yang bermakna merek atau jejak. Dikutip dari jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain, Volume 7, Nomor 2, Oktober 2022, logo adalah bentuk identitas suatu entitas kepada masyarakat umum. Untuk itu, suatu logo harus mampu menggambarkan karakteristik suatu organisasi atau produk yang diwakilinya. Hal ini bertujuan agar masyarakat mengingat dan mengenal suatu logo yang mempunyai bentuk sederhana, unik, dan mudah diingat.

Pada umumnya logo memiliki banyak jenisnya, tetapi pada dasarnya logo memiliki dua jenis yaitu logogram dan logotype. Logogram merupakan sebuah logo yang divisualisasikan berupa bentuk visual yang mencirikan dari entitas tersebut. Sedangkan logotype merupakan logo yang tersusun dari beberapa tipografi yang pada umumnya bertuliskan nama suatu entitas dari logo tersebut. Pada kesempatan tertentu juga, menggunakan dan menggabungkan kedua jenis logo tersebut sebagai logo gabungan antara logotype dan logogram.

Logo memiliki peran yang sangat penting dalam membangun citra sebuah perusahaan atau entitas tertentu. Di era informasi yang serba cepat ini, logo berfungsi sebagai media penting untuk membedakan identitas satu perusahaan dengan yang lain. Logo juga menjadi alat komunikasi yang mampu menyampaikan nilai, visi, dan karakter perusahaan kepada publik. Sebagai sarana promosi, logo juga mampu menjadi pengingat kepada masyarakat akan eksistensi dan identitas perusahaan di benak konsumen.

Dikutip dari [jobstreet.com](http://jobstreet.com), selain menjadi identitas visual yang mudah diingat logo memiliki fungsi strategis dalam pemasaran. Logo dapat diterapkan dalam berbagai materi promosi, seperti iklan, situs web, dan media sosial. Hal ini bertujuan untuk membantu menyebarkan pesan perusahaan ke audiens yang lebih luas. Logo juga berkontribusi dalam membangun citra positif dalam memperkuat citra perusahaan. Oleh karena itu, perancangan logo harus dilakukan dengan serius, sederhana, mudah diingat, dan fleksibel agar bisa diaplikasikan di berbagai media secara optimal.

Perusahaan furniture merupakan salah

satu perusahaan yang sangat bergantung pada identitas visual yang kuat agar mudah dikenal dan diingat oleh konsumen. Salah satu perusahaan yang tengah merancang logo baru adalah Ebu, perusahaan furniture yang terletak di Singaraja, Bali. Nama "Ebu" diambil dari panggilan seorang anak kepada ibunya, yang juga merupakan pemilik perusahaan tersebut. Nama ini dipilih untuk menjadi identitas perusahaan, mengingatkan pada hubungan keluarga yang menjadi dasar dari perusahaan ini. Ebu menawarkan berbagai macam produk furniture, baik berbahan kayu maupun logam, dan memiliki keunggulan dalam menyediakan produk yang bisa disesuaikan dengan permintaan konsumen.

Dalam upaya menciptakan logo yang mampu merepresentasikan karakter perusahaan, Ebu bekerja sama dengan Qita Studio, sebuah studio kreatif yang juga berbasis di Singaraja, Bali. Qita Studio memiliki spesialisasi dalam bidang desain grafis, fotografi, dan videografi. Hal ini menjadikan Qita Studio berkompeten dalam membantu merancang identitas visual yang kuat dan berkelanjutan. Selain itu, Qita Studio menyediakan fasilitas studio foto yang lengkap dengan berbagai macam aksesoris, sehingga dapat digunakan seperti studio foto pribadi. Fasilitas dan kemampuan ini memungkinkan Qita Studio dalam menghasilkan foto produk yang profesional dengan peralatan yang memadai.

Melalui kerja sama dengan Qita Studio, Ebu berharap dapat memiliki logo yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mampu mencerminkan nilai-nilai perusahaan secara tepat. Logo yang kuat akan menjadi elemen penting dalam pemasaran, membantu memperkuat kehadiran Ebu di pasar furniture. Logo yang berhasil merepresentasikan identitas dan karakter perusahaan diharapkan dapat membangun hubungan emosional dengan konsumen, sekaligus menjadi simbol dari komitmen Ebu dalam menyediakan produk berkualitas tinggi dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Dengan program MBKM Studi/Projek Independen ini penulis berkesempatan untuk terlibat dalam proses perancangan logo ini. Di bawah bimbingan senior di Qita Studio dengan proses pengerjaan secara online, pengalaman ini menjadikan momen berharga untuk belajar dan berkontribusi dalam merancang desain logo yang

komunikatif, bermakna, dan dapat digunakan dalam jangka panjang.

## METODE

### Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data merupakan tahap dasar yang harus dilakukan dalam menciptakan suatu karya. Dalam penciptaan logo Ebu, penulis diperbolehkan untuk melakukan tahap pengumpulan data melalui media daring. Tahap ini dibagi menjadi tiga kegiatan yaitu:

### Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Adapun beberapa metodenya, yaitu :

### Observasi

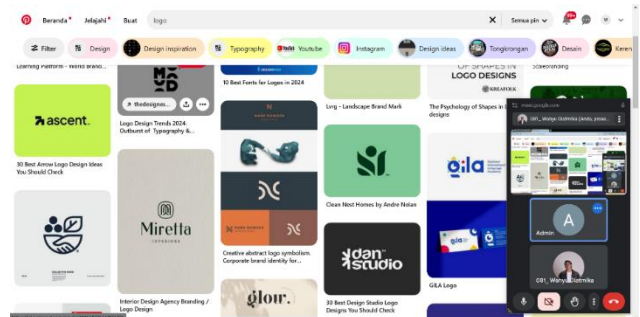
Menurut Yusuf (2013:384) kunci keberhasilan dari observasi sebagai metode dalam pengumpulan data ditentukan oleh penulis dari laporan ini, karena penulis langsung terjun pada objek penelitian dan kemudian penulis menyimpulkan dari apa yang diamati. Objek penelitian dapat berupa orang, keadaan, kondisi, kegiatan, proses, dan lain-lain. Dalam observasi, penulis diberikan gambaran umum dari mitra mengenai perusahaan Ebu. Gambaran umum ini bertujuan sebagai ide pokok dalam perancangan logo Ebu.



**Gambar 1.** Gambaran Umum Ebu  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

### Wawancara

Menurut Sugiyono (2018:137) wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam hal ini, penulis diberikan kesempatan untuk melakukan wawancara secara daring dikarenakan keterbatasan waktu dan lokasi. Wawancara ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan perancangan logo Ebu dari pemilik perusahaan Ebu. Hasil dari wawancara menyatakan bahwa klien menginginkan logo kombinasi antara logogram dan logotype. Selain hal itu, klien juga menginginkan logo dengan *image brand* yang elegan dengan logo yang minimalis.



**Gambar 2.** Wawancara Online  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

### Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Adapun beberapa metodenya, yaitu:

### Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan juga berarti teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Nazir, 2003). Dalam proses perancangan logo Ebu ini, teori – teori mengenai DKV dan logo akan sangat membantu menunjang proses ini.

### Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam

bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Metode ini digunakan untuk mencari beberapa ide dalam perancangan logo Ebu.



**Gambar 3.** Produk Ebu  
(Sumber : Qita Studio)

Perancangan sebuah logo memerlukan metode penciptaan yang sistematis agar hasilnya sesuai dengan ide yang telah ditetapkan. Dikutip dari jurnal mengenai teori perancangan logo oleh Ahmad Hidayat. Disebutkan dalam jurnal tersebut, Menurut Gardner (2013:8), proses perancangan logo terdiri dari tiga tahap utama: Discovery, Development, dan Delivery.

### **Discovery**

Tahap pertama, Discovery, diartikan sebagai "penemuan" karena pada tahap ini desainer berusaha menemukan sesuatu yang baru melalui pemahaman mendalam terhadap keinginan klien. Dalam tahap ini, penulis melakukan studi lapangan yang bertujuan untuk mengetahui mengenai harapan dan ekspektasi dari Ebu terkait hasil perancangan logonya. Beberapa hal seperti memahami dan memperjelas keinginan Ebu dalam merancang logonya, melakukan wawancara dengan Ebu, merancang alternatif desain logo, serta melakukan presentasi awal untuk mencapai kesepakatan bersama.

### **Development**

Tahap kedua, Development, adalah tahap di mana desainer bekerja secara intensif dalam mengembangkan konsep yang telah disepakati. Pada tahap ini, penulis akan menyamakan persepsi dengan Ebu mengenai desain dari logo yang akan dibuat. Setelah desain logo diselesaikan,

dilakukan tahap evaluasi untuk menilai apakah desain sudah sesuai atau masih memerlukan perbaikan. Proses evaluasi melibatkan penulis, Qita Studio, dan Ebu berupa presentasi yang bertujuan untuk mendapatkan umpan balik yang konstruktif.

### **Delivery**

Tahap terakhir adalah Delivery, yaitu tahap penyampaian hasil akhir pekerjaan kepada klien. Pada tahap ini, penulis melakukan presentasi akhir dari logo yang telah dirancang. Selain itu, penulis akan menunjukkan bagaimana logo tersebut akan diterapkan pada berbagai media untuk memastikan fleksibilitas dan keefektifan logo Ebu dalam berbagai situasi. Penulis bersama Qita Studio dan Ebu akan melakukan evaluasi untuk memastikan apakah logo yang telah dibuat benar-benar memenuhi tujuan dan keinginan Ebu.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perancangan logo Ebu dilakukan dengan manajemen kerja yang terdiri dari discovery, development, dan delivery.

### **Discovery**

Pada tahap discovery, dilakukannya pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Klien menginginkan logo yang menggabungkan logogram dan logotype dengan konsep elegan, minimalis, dan memiliki alur organik (organic flow). Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam terhadap identitas perusahaan serta nilai-nilai yang ingin disampaikan melalui logo.

### **Development**

Pada tahap Development, konsep desain diperdalam dengan menggunakan prinsip-prinsip desain yaitu golden ratio untuk mempermudah pengerjaan visual logo. Tipografi dipilih menggunakan font serif Rosemartin yang dimodifikasi untuk logotype dan font sans-serif Montserrat untuk slogannya. Warna utama copper gold (#b87333) dipilih karena mencerminkan kesan elegan dan alami, dengan warna pendukung putih dan charcoal black untuk melengkapi estetika logo.

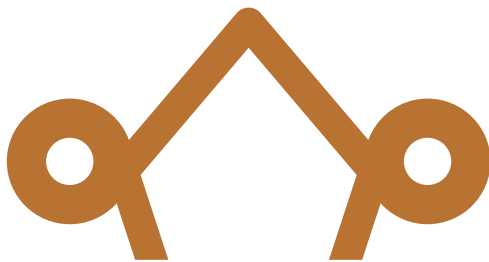
## Delivery

Tahap terakhir, Delivery, melibatkan implementasi logo pada berbagai media seperti baju, tote bag, papan nama toko

Setelah menyelesaikan beberapa tahapan tersebut, berikut merupakan logo dan beberapa media Ebu:

## Logogram

Logogram Ebu dirancang dengan elemen-elemen visual yang memiliki makna mendalam, meliputi dua lingkaran yang melambangkan keseimbangan estetika dan fungsi, lingkaran kecil sebagai simbol konektivitas dan harmoni desain, garis geometris yang merepresentasikan kehangatan dari pelukan seorang ibu, serta bentuk geometris yang terinspirasi dari ujung pensil sebagai simbol kreativitas dan inovasi tanpa batas. Elemen-elemen ini mencerminkan nilai inti Ebu dalam menciptakan furnitur berkualitas tinggi dengan perpaduan estetika dan fungsi yang sempurna.



**Gambar 4.** Logogram Ebu  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

## Logotype

Logotype EBU dirancang menggunakan font serif bernama Rosemartin, yang diciptakan oleh Ekobimantara. Font ini dipilih karena karakteristiknya yang elegan yang cocok dengan Ebu. Selain menggunakan font tersebut, dilakukan proses pengeditan dengan persetujuan pemilik dari EBU.



**Gambar 5.** Logotype Ebu  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

## Slogan

Selain logotype, pemilik Ebu menginginkan tagline Ebu menjadi bagian dari logo. Font sans serif bernama Montserrat disetujui untuk digunakan. Font ini memiliki desain yang modern dan bersih sehingga memberikan kontras yang harmonis dengan logotype Ebu. Penggunaan font ini juga mendukung keterbacaan slogan, memastikan pesan Ebu dapat tersampaikan dengan jelas kepada konsumen.

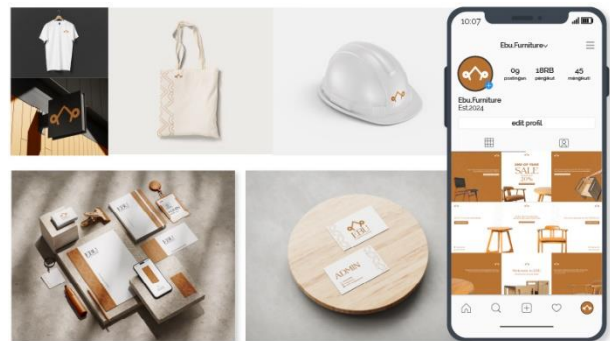
## Providing Your Furniture Needs

### Gambar 6. Slogan Ebu

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

## Media

Media komunikasi Ebu dirancang untuk mencerminkan identitas merek yang elegan, minimalis, dan organik, sejalan dengan karakteristik logonya.



**Gambar 7.** Media Logo Ebu  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

## SIMPULAN

Proses perancangan logo Ebu di Qita Studio, Singaraja, Bali, dilakukan dengan manajemen yang teratur. Dimulai dari tahap observasi melalui analisis gambaran umum Ebu, wawancara dengan pihak perusahaan, hingga pengembangan konsep desain, setiap tahap dirancang dengan cermat untuk memastikan hasil akhir yang sesuai dengan keinginan dari perusahaan Ebu. Bimbingan dengan Qita Studio, diskusi terbuka, serta pemanfaatan aset studio secara maksimal menghasilkan logo yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif sebagai identitas perusahaan furniture. Dengan manajemen yang baik dan didukung kerja sama yang baik dapat menghasilkan logo yang berkualitas dan bermakna.



Melalui program MBKM studi independen ini, penulis mendapatkan wawasan berharga tentang kerja sama tim, manajemen proyek, serta pengalaman langsung di dunia profesional. Pengetahuan baru ini dikombinasikan dengan teori dan keterampilan yang telah dipelajari di institusi pendidikan, yang menjadi dasar dalam menjalankan proses perancangan logo Ebu. Perancangan logo dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu tahap discovery yang melibatkan analisis gambaran umum untuk menentukan desain logo Ebu, tahap development yang mencakup proses perancangan visual logo, dan tahap delivery yang berfokus pada implementasi logo di berbagai media. Dengan struktur pengerjaan yang jelas dan pengawasan langsung dari senior di Qita Studio, pekerjaan dapat diselesaikan dengan baik dalam suasana kerja yang nyaman dan penuh rasa kekeluargaan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Baskara, I. K. & PS. Desain Komunikasi Visual ISI Denpasar. (n.d.). *Prinsip desain komunikasi visual*.
- Hidayat, A., Anggoro, Hardy, & Hestanto. (n.d.). *TEORI DESAIN DAN PERANCANGAN LOGO*.
- Kadir, K., 2002, Susanto, S., 2004, Kontjaraningrat, K., 2015, Zoetmulder, Z., 1951, Widodo, Anshori, A., 2011, Kusrianto, K., 2011, Tim Abdi Guru, T. A. G., 2007, Tim Abdi Guru, T. A. G., 2007, Tim Abdi Guru, T. A. G., 2007, Dokumen Peneliti, Dokumen Peneliti, & Dokumen Peneliti. (n.d.). *TINJAUAN PUSTAKA*.
- Landa, Zeegen, Arnold, & Maharsi. (2011). *Desain Grafis: Elemen Dasar dan Prinsip Desain*.
- Rustan, S., Harimulya, H., Santosa, S., Murphy, J., Rowe, M., Williams, J., Cass, J., Supriyono, S., Yunani, & Sihombing. (n.d.). *LOGO PARAHYANGAN FUTSAL HALL*.
- Safanayong, Rustan, Airey, University of Loyola, & Wheller. (2006). *LANDASAN TEORI*. In *LANDASAN TEORI* (pp. 8–16).
- Sihombing, Wheeler, Ambrose, Harris, Tschichold, & Lupton. (2003). *Tipografi: sebuah tinjauan pustaka*.
- Suwardikun, W. (2000). *TINJAUAN TEORITIS*. In *ITB Library*.
- Utami, A. D. W., Hakim, L., & Program Desain Komunikasi Visual, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Sidoarjo. (2016). *PERANCANGAN DESAIN LOGO “LBH SANDHI WAFA & PARTNERS COUNSELOR & ATTORNEYS AT LAW.”* In *Jurnal Ilmu Komputer Dan DKV* (Vol. 1, Issue 1, p. 51) [Journal-article].
- WAHYUNINGSIH, S. (2015). *DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.
- Yoselinus, R. F., Harnoko, I., & Utomo, N. W. P. (2022). *PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI GRIYA SARANA LABEL*. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 7(2), 235–246.
- Gischa, S. (2021, November 25). Fungsi Logo, Jenis, dan Aspeknya. *KOMPAS.com*. [https://www.kompas.com/skola/read/2021/11/25/170000869/fungsi-logo-jenis-dan-aspeknya#google\\_vignette](https://www.kompas.com/skola/read/2021/11/25/170000869/fungsi-logo-jenis-dan-aspeknya#google_vignette)
- Limited, S. (2024a, February 22). Apa Itu Branding? 6 Alasan Kenapa Penting dalam Marketing. *Jobstreet*. <https://id.jobstreet.com/id/career-advice/article/apa-itu-branding>
- Limited, S. (2024b, May 16). Apa itu Logo? Ini Fungsi, Jenis, dan Kriterianya. *Jobstreet*. <https://id.jobstreet.com/id/career-advice/article/logo-adalah>
- Metamorphosys. (2022, August 3). *5 Alasan Pentingnya Logo - Metamorphosys*. Metamorphosys. <https://metamorphosys.co.id/5-alasan-pentingnya->

[logo/#:~:text=Karena%20menarik%20perhatian%2C%20membuat%20kesan,fundamental%20untuk%20keberhasilan%20bisnis%20Anda.](#)

Team, K. B. (2025, January 7). *Pentingnya Logo: Alasan, Tujuan, & Manfaat untuk Bisnis - KirimAja*.

<https://kirimaja.com/blog/ukm-perlu-logo-profesional-berikut-manfaat-dan-alasannya#:~:text=Logo%20Harus%20Dirancang%20Sederhana,bisa%20digunakan%20di%20media%20lainnya>.