

Perancangan Logo Produk Minuman Jamu Cair Herbal Merek Alenk Jaya

Pongky Lubas Wahyudi¹, Yusuf Eko Nurcahyo²

¹⁾²⁾Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

e-mail: ¹⁾pongkywahyudi@untag-sby.ac.id ²⁾yusufekonurcahyo@untag-sby.ac.id

Diterima: Januari 2023; Dipublikasikan: Februari 2023

Abstrak

Produk minuman herbal merupakan produk minuman jamu cair yang berkembang dalam skala usaha kecil menengah. Usaha kecil ini terbentuk karena keinginan ibu-ibu di wilayah Desa Galengdowo yang ingin membantu ekonomi para suaminya dengan kegiatan yang menghasilkan dari pada setiap hari berkumpul dengan melakukan kegiatan yang kurang bermanfaat. Usaha minuman jamu herbal ini memiliki peluang untuk terus berkembang apalagi pada saat periode pandemi covid 19 permintaan akan jamu herbal terus meningkat dimana produk herbal jamu cair ini diyakini dapat mengurangi potensi tertular bagi yang meminumnya dikarenakan dapat meningkatkan imun tubuh. Di kabupaten Jombang sendiri terdapat banyak produk sejenis yang diproduksi dengan kualitas yang berbeda-beda, termasuk produk minuman jamu cair herbal dengan merek dagang produk yang dikenal dengan nama "Alenk Jaya". Perancangan logo produk ini bertujuan untuk membuat visual branding Alenk Jaya dengan tampilan yang lebih menarik, lebih kreatif dan informatif dengan ciri khasnya yang unik sehingga membedakan dengan produk sejenis lainnya. Keunikan logo sebagai penanda keberadaan produk sehingga mudah dikenal oleh masyarakat. Logo produk jamu yang dibuat memiliki arti filosofi tersendiri terkait sejarah pendirian usaha itu sendiri, sehingga diharapkan produk herbal jamu cair "Alenk Jaya" ini lebih dikenal oleh konsumen.

Kata Kunci: Logo produk, minuman jamu herbal, visual branding

Abstract

Herbal beverages products that are developing on a small and medium scale business. This small business was formed because of the wishes of women in the Galengdowo Village area who wanted to help their husbands' economy with activities that resulted in daily gathering by doing less useful activities. This herbal beverages business has the opportunity to continue to grow, especially during the COVID-19 pandemic period, the demand for beverages products continues to increase where this product is believed to be able to reduce the potential infected by virus those who drink it due to can increase the body's immunity. In Jombang district itself, there are many similar products that are produced with different qualities, including herbal beverages products with the product trademark known as "Alenk Jaya". The design of this product logo aims to create a visual branding of Alenk Jaya with a more attractive, more creative and informative appearance with its unique characteristics that distinguish it from other similar products. The uniqueness of the logo as a marker of the existence of the product so that it is easily recognized by the public. The logo of the herbal beverages product has its own philosophical meaning related to the history of the establishment itself, so it is hoped that the "Alenk Jaya" herbal beverages product is better known by consumers.

Keywords: logo product, herbal beverage, visual branding

Pendahuluan

Salah satu industri rumah tangga yang paling dikenal di desa Galengdowo Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang adalah industri rumah tangga minuman herbal "Alenk Jaya". Kehadiran usaha ini dirasakan sangat penting oleh masyarakat sekitarnya karena mengembangkan potensi sumberdaya alam di sekitar Wonosalam yaitu empon-empon sebagai bahan dasar minuman herbal tersebut yang sangat melimpah tersedia dengan harga yang relatif masih murah. Dengan adanya usaha tersebut kehidupan petani empon-empon dan pengusaha industri rumah tangga bisa bekerjasama untuk meningkatkan sektor ekonomi masyarakat setempat sehingga dapat memberikan dampak yang sangat luas dalam penanggulangan pengangguran dan kemiskinan serta memperbaiki taraf hidup masyarakat.

Minuman herbal produksi dari UMKM Alenk Jaya ini merupakan minuman jamu karena berbahan dasar empon-empon. Beras kencur, kunir asem, kunci suruh merupakan 3 produk yang paling laris dipasarkan walaupun sebenarnya memiliki jenis produk lainnya, sehingga karena ketiga produk tersebut yang paling banyak terjual maka industri ini berkonsetrasi untuk memasarkan ketiga jenis produk tersebut secara lebih luas. Berbeda dengan jenis produk sejenis lainnya, produk yang dihasilkan memiliki rasa dan kekentalan yang pekat dengan resep rahasianya tersendiri dalam pengolahan dan pembuatan dengan tanpa menggunakan bahan pengawet saat memproduksinya.

Peluang usaha industri minuman jamu ini sangat menjanjikan sejak periode pandemi berlangsung (2) dua tahun lalu sehingga trend permintaan akan produk minuman kesehatan semakin hari semakin meningkat. Selain mudah dalam mendapatkan bahan bakunya tentunya proses pembuatannya juga sangat mudah untuk dipelajari. Adapun keunggulan yang dapat di banggakan dari produk minuman kesehatan/jamu herbal ini diproduksi dengan bahan yang segar dan berkualitas dan peralatan produksi yang digunakan juga terjamin kebersihannya, tanpa menggunakan pewarna industri, tanpa pemanis buatan, dan semua bahan tambahan yang digunakan merupakan bahan pilihan dan sudah memiliki ijin usaha.

Hasil koordinasi awal dengan pemilik usaha Alenk Jaya ini yang dilakukan pada tanggal 04 Agustus 2022 di Galengdowo, Wonosalam, produk minuman herbal yang dijual saat ini belum memiliki logo dan hanya memiliki label kemasan, serta produknya telah dipasarkan di sekitar Kabupaten Jombang dan Kabupaten Kediri Jawa Timur. Pemasaran yang lebih luas diharapkan dapat dikenali oleh masyarakat banyak di wilayah Jawa Timur lainnya, tetapi faktanya masih banyak masyarakat di daerah sekitarnya tidak mengetahui produk minuman Jamu Alenk Jaya yang diproduksi dan dipasarkan saat ini. Dari label kemasan yang digunakan saat ini juga menurut pemilik usaha kurang eye catching, produk minuman herbal ini juga hanya dipromosikan secara offline dari mulut ke mulut dan belum dipromosikan melalui media sosial sehingga kurang dikenal oleh masyarakat luar maupun masyarakat sekitar.

Alenk Jaya sebagai nama/merek dagang produk minuman jamu herbal ini meskipun sudah menggunakan label kemasan namun produk ini belum memiliki logo yang menghadirkan ciri khas produk yang dominan diproduksi menggunakan bahan dasar empon-empon. Sehingga pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan melakukan kegiatan branding, dengan membangun brand yang meliputi pembuatan/desain identitas visual/logo produk. Desain logo ini merupakan salah satu cara yang sangat penting untuk membangun brand produk untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas. Menurut Milton Glaser, logo merupakan pintu masuk yang mencerminkan sebuah brand. Logo dapat mencerminkan wajah, dan kepribadian sebuah entitas (Angela Oscario, 2013:192)

Metode Pelaksanaan

Mitra sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah kelompok UMKM pengrajin jamu dan minuman herbal “Alenk Jaya” Desa Galeng Dowo Kec. Wonosalam Kab. Jombang. Kegiatan pembuatan desain logo ini akan dilakukan secara offline di Kampus Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan hasilnya akan dikomunikasikan kembali dengan pemilik usaha. Kegiatan ini melibatkan juga dosen dan mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (Untag Surabaya).

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi:

1. Koordinasi pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan mitra yaitu kelompok UMKM pengrajin jamu dan minuman herbal “Alenk Jaya” Desa Galeng Dowo Kec. Wonosalam Kab. Jombang.
2. Wawancara langsung dengan pemilik usaha untuk mengetahui dengan jelas produk yang diproduksi dan dipasarkan mulai dari permasalahan produk, peralatan dan mesin produksi, bahan yang digunakan, proses produksi, proses pengolahan, jenis dan rasa produk serta media pemasaran yang digunakan sebagai data awal pembuatan desain logo produk.
3. Membuat draft desain logo produk.
4. Diskusi hasil desain logo dengan Mitra usaha
5. Evaluasi dan seleksi
6. Hasil desain akhir logo

Hasil Pelaksanaan

Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan pembukaan dan koordinasi tingkat fakultas dan koordinasi dengan ketua UMKM minuman herbal “Alenk Jaya”, (gambar 1 dan 2).



Gambar 1. Koordinasi kegiatan PkM



Gambar 2. Koordinasi kegiatan dengan ketua UMKM

Kegiatan 1 ini dilakukan untuk menyamakan visi dan misi dari kegiatan yang akan dilaksanakan, pembagian tugas dan jadwal pelaksanaan serta teknis kunjungan ke lapangan.

Kegiatan 2 ini dilaksanakan dengan tujuan untuk koordinasi awal dengan melakukan wawancara tentang alat dan bahan yang digunakan, proses produksi, proses pengolahan, jenis dan rasa produk serta media pemasaran yang digunakan sebagai data awal pembuatan desain logo produk.

Final Desain Logo Produk

Warna jenis produk (beras kencur, kunir asem, kunci suruh) dipilih warna orange untuk memberikan kesan kesehatan dan energi. Desain motif cangkir dan berbentuk daun dan motif segitiga mewakili abjad “A” dari sebagai simbolik produk Alenk Jaya dari Wonosalam Jombang. Sehingga desain secara keseluruhan berbentuk segiempat dengan 4 warna dasar, mudah diaplikasikan di berbagai bentuk kemasan produk, mudah diingat dan diterima oleh konsumen.



Gambar 3. Final desain logo

Media promosi dalam perancangan ini adalah label kemasan yang akan ditempelkan pada setiap kemasan produk berisikan informasi utama tentang nama produk, berat bersih produk, komposisi produk, masa kadaluarsa, produsen, dan alamat lengkap produsen.



Gambar 4. Final Label Kemasan Gelas 100 ml



Gambar 5. Final Label Kemasan Botol 600 ml

Kemasan utama yang digunakan adalah botol plastik dengan ukuran 600 ml dengan harga yang tidak terlalu mahal, mudah didapatkan di distributor daerah setempat dengan kualitas botol yang juga sangat bagus (tebal dan tidak mudah penyok). Fungsi utama/primer kemasan ini adalah untuk melindungi produk selain berfungsi sekunder yaitu bertujuan untuk menarik perhatian konsumen, sebagai informasi identitas produk, dan juga sebagai media promosi.



Gambar 6. Final Label Kemasan Botol 600 ml



Gambar 7. Final Label Kemasan jamu bubuk



Gambar 7. Final Label Kemasan jamu gelas 100 ml

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan proses dan hasil desain logo produk minuman jamu herbal yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Melalui visual branding dengan menggunakan label dan logo produk yang telah didesain tentunya akan mempermudah mitra dalam mengenalkan produk minuman jamu herbalnya kepada masyarakat selain di lingkungan sekitarnya juga dapat dipasarkan ke kecamatan kecamatan disekitarnya. Identitas visual produk jamu herbal ini lebih menonjolkan pada brand name produk yaitu “Alenk Jaya” sebagai sebuah merk/ identitas utama, nantinya akan di implementasikan pada beberapa media komunikasi yang lainnya.
2. Visual branding dengan desain label dan logo produk menjadi pembeda antara merek produk mitra dengan produk kompetitornya, sehingga produk dapat dengan mudah dikenal oleh konsumen dan tentunya diharapkan akan meningkatkan daya tarik pembeli secara lebih luas.
3. Media pendukung yang digunakan sebagai visual branding yaitu kemasan produk di semua tipe atau jenisnya. Tentunya ini akan menjadi media promosi untuk mempresentasikan kualitas produk jamu herbal tersebut.

Saran

Dengan telah dimilikinya logo produk diharapkan produk minuman jamu herbal ini lebih dikenal secara lebih luas oleh masyarakat dan tentunya masih banyak inovasi-inovasi yang diperlukan dalam hal promosi yang perlu ditingkatkan. Jenis kemasan botol yang lebih menarik dan kekinian juga perlu menjadi perhatian di kemudian hari nanti untuk menyasar pasar yang berbeda. Media promosi selain menggunakan kemasan yang menarik perlu diperhatikan juga menggunakan media media lainnya seperti menggunakan banner, kaos, stempel, tas karton pengganti plastik, dll.

Daftar Pustaka

- Rustan, S. (2009). *Mendesain logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Abdul Azis Said, (2016). *Desain Kemasan*. Makassar: Badan Penerbit UNM Makassar.
- Aaker, David. A., (2004). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Abdul Azis Said, (2006). *Dasar-Dasar Desain Dwimatra*. Makassar: Badan Penerbit UNM Makassar.
- Abdul Azis Said, (2015). *Mendesain Logo*. Makassar: Fakultas Seni dan Desain UNM Makassar.
- Anggraini, L. & Kirana, N., (2014). *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa
- Febriansyah, (2013). *Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Terhadap Citra Merek Pada PT. Telkom tbk di Bandar Lampung*, Jakarta: Institut Teknologi dan Bisnis Kalbe.
- Angela Oscario.(2013).*Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand*. *humaniora* Vol.4 No.1 April 2013: 191-202

