



Redesign of the Arcana Studio Makassar Logo

Alifia Zaskia Anwar, M. Muhlis Lugis, Irfan Kadir

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar

faalifia0808@gmail.com

muhlislugis@unm.ac.id

irfanridh@unm.ac.id

ABSTRAK

Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung :Alfabeta Perancangan ini bertujuan untuk merancang logo baru. Arcana Studio, yang dapat mencerminkan visi, misi, agar Arcana studio lebih dikenal. Perancangan ini menggunakan visualisasi yang menarik dan sesuai dengan target audiens yang merupakan masyarakat yang berlangganan diarcana studio usia 15- 30 tahun. Metode yang digunakan dalam perencanaan ini adalah metode penelitian *Research and Development* atau penelitian dan pengembangan. Penelitian diawali dengan kegiatan observasi langsung ke arcana studio kemudian dilanjutkan dengan sesi wawancara dengan owner mengenai asal usul sampai dengan visi misi arcana studio kemudian melakukan pendokumentasian model perancangan yang digunakan adalah 4D. Beberapa analisis juga dilakukan penulis selama proses perancangan berlangsung untuk menghadirkan *positioning* dan *differensiasi* dalam proses pengenalan identitas.

Kata kunci : *Redesign, Logo, Arcana Studio*

ABSTRACT

This design aims to design a new logo. Arcana Studio, which can reflect the vision, mission, so that Arcana Studio is better known. This design uses an interesting visualization and in accordance with the target audience which is a community that subscribed to Diarcana Studio aged 15-30 years. The method used in this plan is a research and development and development research method. The study began with an observation activity directly to Arcana Studio and then continued with an interview session with the owner about the origin of the Arcana Studio mission and then documenting the design model used was 4D. Some analyzes were also carried out by the author during the design process to present positioning and differentiation in the process of recognizing identity.

Keywords: *Redesign, Logo, Arcana Studio.*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, industri fotografi telah mengalami pertumbuhan pesat. Cara studio fotografi bekerja dan berinteraksi dengan klien telah berubah karena kemajuan teknologi fotografi, perubahan tren visual, dan penetrasi media sosial. Studio fotografi kontemporer tidak hanya menawarkan layanan pemotretan; mereka juga mengembangkan keterampilan dalam fotografi potret keluarga, fotografi pernikahan, fotografi produk, fotografi makanan, dan banyak lagi. Fotografi adalah sebuah seni yang memberi kita cara yang unik untuk melihat seluruh dunia. Melihat dan memahami karya fotografi adalah hal yang sama. Mengingat peristiwa penting dalam kehidupan sehari-hari dan menghasilkan kenangan yang berharga. Seiring perkembangan teknologi yang berkembang pesat,

sekarang bukan hanya orang kaya yang dapat menikmati seni fotografi, tetapi juga orang awam dapat menikmatinya. Keajaiban seni ini adalah kemampuan untuk menghasilkan kenangan dan detik-detik yang sangat berharga untuk. Untuk membuat sebuah foto lebih menarik, pemilik studio foto biasanya menggunakan fasilitas tertentu untuk membuat foto lebih menarik. Studio Foto adalah tempat di mana fotografer mengambil gambar. Di Makassar, ada banyak studio foto yang menawarkan berbagai fitur, mulai dari background hingga hasil make-up. Beberapa studio juga menyediakan foto pra-nikah dan foto pernikahan, seperti arcana studio. Photographer menggunakan studio foto untuk mengambil gambar. Ada beberapa studio foto di Makassar yang menawarkan berbagai fitur, mulai dari background hingga hasil make-up, dan beberapa juga menawarkan foto pra-nikah dan foto pernikahan seperti arcana studio. Arcana Studio adalah bisnis yang menawarkan jasa fotografi. Itu berdiri sejak tahun 2020 dan berlokasi di Jalan Yusuf Daeng

Ngawing No. 16, Tidung, Kec. Rappocini, Kota Makassar. Pelayanan yang ditawarkan oleh studio foto ini berbeda dari yang ditawarkan oleh studio foto lainnya, Arcana Studio dapat menyediakan berbagai jenis pemotretan, termasuk foto fashion, pra-wedding, pernikahan, dan bahkan produk, dengan hasil visual yang luar biasa. Arcana Studio memiliki sistem kerja dan manajemen yang profesional; setiap proyek pemotretan memiliki tim kerja yang berbeda dengan bidangnya masing-masing. Arcana diambil dari bahasa Sanskerta yang berarti kehormatan, strategi visual yang ingin disampaikan pada perancangan redesain logo arcana studio yaitu kehormatan itulah yang disimbolkan oleh mahkota dilogonya. Mahkota terbentuk dari huruf Abstrak A + S yang merupakan nama insial dari "Arcana Studio "



Gambar 1. Logo lama Arcana.

Pada era modern ini, citra merek dan identitas visual suatu organisasi memiliki peran yang sangat signifikan dalam menentukan kesuksesan dan daya saing di pasar. Logo adalah komponen penting dari identitas visual sebuah perusahaan. Logo bukan hanya sekadar simbol grafis, melainkan juga representasi dari nilai-nilai, visi, dan kepribadian sebuah organisasi. Menurut Rustan (2013:13) Logo adalah penyingkatan dari *logotype*. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer dari pada *logotype*. Logo bisa menggunakan elemen apa saja, berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar atau simbol pada identitas visual. Secara sederhana

logo dapat diartikan sebagai gambar atau huruf yang mempunyai makna tertentu. Logo merupakan unsur grafis yang meliputi huruf bergambar, simbol, dan tanda yang memiliki arti tertentu dan mewakili arti dari suatu perusahaan, daerah, perkumpulan, produk, Negara dan hal-hal lainnya yang membutuhkan sesuatu yang mudah diingat untuk mewakili nama sebenarnya. Brand atau merek tidak dapat dipisahkan dari logo, karena logo merupakan elemen utama dalam membentuk identitas sebuah perusahaan. Logo bukanlah hanya sekedar pelengkap atau formalitas dari sebuah perusahaan, karena sebuah logo merepresentasikan kepribadian perusahaan

Arcana Studio sudah memiliki logo dan identitas perusahaan, Dari sisi visual logo Arcana Studio yang belum mudah diingat oleh masyarakat sebab logo tersebut tidak mencitrakan perusahaan yang

bergerak dibidang fotografi Dalam menghadapi perkembangan bisnis, tantangan lingkungan bisnis yang dinamis, dan persaingan yang ketat, organisasi seringkali merasa perlu untuk melakukan restrukturisasi atau penyesuaian strategis. Redesign logo dapat menjadi strategi yang relevan dalam menanggapi perubahan ini, membantu organisasi untuk memperbarui citra mereka agar tetap sejalan dengan nilai-nilai dan visi yang baru.

METODE PENELITIAN

Pada perancangan ini, metode penelitian Research & Development (R & D), juga dikenal sebagai "penelitian pengembangan", digunakan. R & D adalah jenis penelitian yang digunakan untuk membuat produk baru atau memperbaiki produk yang sudah ada (Sukmadinata, 2006). Penelitian dan pengembangan adalah jenis penelitian yang dimulai dengan penelitian dan berakhir dengan pengembangan. Tujuan penelitian adalah untuk mengumpulkan informasi tentang kebutuhan pengguna (evaluasi kebutuhan), sedangkan pengembangan adalah untuk membuat produk tertentu yang memenuhi kebutuhan. Proses penelitian tidak hanya dilakukan pada tahap evaluasi kebutuhan, tetapi juga selama proses pengembangan produk, yang memerlukan pengumpulan dan analisis data. Ini terlihat pada tahap validasi pakar dan validasi empiris atau uji-coba. Nama pembangunan juga mengacu pada produk yang dibuat dalam proyek penelitian.

Dalam proses perancangan R & D, model pengembangan 4-D (Four D) digunakan. Model ini terdiri dari empat tahap utama: *Define*, *Design*, *Develop*, dan *Disseminate*. Pendefinisian (*Define*) pada tahap ini dapat menentukan masalah melalui proses pengumpulan data. Perancangan (*Design*) pada tahap ini proses perancangan dimulai dengan sketsa. Pengembangan (*Develop*) pada tahap ini dapat mengembangkan hasil perancangan ke dalam bentuk buku (GSM). Diseminasi/penyebaran (*Disseminate*) tahap penyebarluasan hasil logo baik melalui media promosi *merchandise* (S. Thiagarajan, 1974).

Namun pada *redesign* logo Arcana Studio yang akan dilalui hanyalah ada tiga tahap saja. Yaitu *define* (pendefinisian) dan tahap *design* (perancangan) Tahap pertama adalah *Empathize*. Ini bertujuan untuk mengidentifikasi kesulitan dan kebutuhan untuk mengumpulkan data atau informasi. Ada empat tahap empati: terlibat, melihat, dan mendengarkan. Tahap kedua, *Define*, pada tahap ini data dan informasi yang dikumpulkan

digunakan untuk mempelajari dan memahami masalah yang ada. Setelah itu, masalah yang paling penting akan ditemukan. Tahap ketiga, *Ideate*, adalah proses desain fokus utamanya, yang berfokus pada pembuatan dan pengumpulan berbagai ide. Pada tahap ini, pola diberikan untuk membuat prototipe dan menemukan solusi inovatif. Tahap terakhir, *Prototype*, melibatkan pembuatan model atau prototipe sederhana untuk menyampaikan inti dari ide atau solusi yang telah disetujui pada tahap *Ideate*. Tahap ini berfokus pada konsep dan solusi yang akan diterapkan pada produk aplikasi atau uji coba

HASIL PEMBAHASAN

A. *Empathize*

Pada tahap empati atau *Empathize*, berbagai data dikumpulkan mulai dari observasi langsung ketempat usaha, observasi lapangan dilakukan pada saat setelah penemuan masalah didapatkan,

sebelumnya dilakukan perizinan kepada pihak studio foto untuk melihat situasi, keadaan, dan realita yang ada dilokasi. Berdasarkan observasi, permasalahan yang di dapatkan belum adanya

identitas visual sendiri yang melekat seperti logo, *merchandise* dan sebagainya.



Gambar 2.Observasi Lapangan.

Setelah observasi lapangan dilakukan. Peneliti melanjutkannya dengan wawancara dengan pemilik untuk mendapatkan *insight* terkait usahanya.



Gambar 3.Wawancara dengan pemilik Arcana

Selanjutnya penelusuran atau penelitian pustaka dalam pembuatan perancangan ini diambil dari beberapa jenis buku, jurnal-jurnal, internet dan dari sumber penunjang lainnya yang sesuai dengan topik dari penelitian. Tujuannya adalah untuk memperkuat permasalahan serta sebagai dasar teori dalam melakukan studidan juga menjadi dasar untuk melakukan *Redesign* Logo Arcana Studio. dan mempelajari berbagai artikel jurnal perncangan identitas visual sebagai referensi desain yang relevan dalam perancangan ini.

Beberapa judul yang digunakan meliputi:

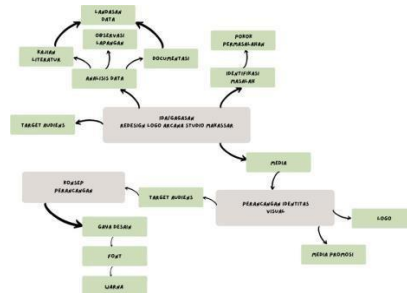
- a. Perancangan *Corporate Identity* Arstudio Di Bandung, Taufik Raharjo, 2017
- b. Perancangan Visual Branding Basic Photography, Abi Senoprabowo, 2020
- c. Logo D'papo Surabaya, Yosua Tri Aldi Laksono, 2020

B. Define

Pada langkah berikutnya, perhatikan masalah utama. Untuk membuat logo Arcana Studio lebih menarik, logo harus diubah. Arcana Studio juga tidak memiliki identitas perusahaan. Pemilik juga ingin logonya didesain ulang. Arcana studio sebagai sebuah Perusahaan jasa yang kuat percaya bahwa perusahaan harus memiliki identitas perusahaan yang jelas yang menggambarkan tujuan perusahaan dan membantu meningkatkan penjualan. Identitas perusahaan harus dapat

bersinergi dan menyatu dengan pelanggannya, membedakan merek atau jasa yang ditawarkannya dari pesaing, dan menunjukkan apa yang dapat dilakukan perusahaan. Mengubah logo yang sudah ada menjadi logo baru memungkinkan desain perancangan arcana studio berikutnya.

Berikut proses pengumpulan ide dalam perancangan identitas visual ini:



Gambar 4. Proses *Brainstorming*

C. Ideate

Pada tahap ini, dilakukan proses *brainstorming* berdasarkan hasil analisis data yang didapatkan di tahap- tahap sebelumnya. Tujuan *brainstorming* itu sendiri ialah untuk memetakan sekian banyak ide yang berguna dalam perancangan ini. Cara untuk menentukan posisi merek: Menemukan nilai unik merek, melihat pesaing dan pasar, menentukan target pasar, membuat tagline yang kuat, dan membuat identitas merek yang konsisten. yang menekankan kegunaan, dengan desain yang bersih tanpa bevel, bayangan, atau tekstur, dan berfokus pada jenis font sehingga mudah diingat. Oleh karena itu, jenis huruf yang akan digunakan nantinya harus memiliki makna yang kuat, tegas, stabil, nyaman, teguh, dan profesional, yang ingin diterapkan pada setiap proyek yang akan dikerjakan Arcana Studio.

Konsep desain logo berbentuk makhkota dan huruf diperoleh dari pemetaan ide di atas, dan komponen utamanya adalah:

1. Mahkota

Desain yang digunakan adalah seperti sebuah mahkota yang diambil dari arti kata arcana Nanti, desain identitas korporasi akan menggunakan gambar dari karya-karya yang telah dibuat oleh perusahaan dan ilustrasi dari arcana studio.

2. Inisial A + S

Mahkota terbentuk dari huruf Abstrak A + S yang merupakan nama insial dari “ Arcana Studio ”
Beberapa komponen utama tersebut akan menjadi pusat materi pesan yang akan

divisualisasikan menjadi logo dengan tujuan untuk memberikan kesan yang menarik dan mencolok. Terkait gaya visual dari logo, yang akan di implementasikan tentunya disesuaikan dengan usia target audiens yaitu konsep yang mencolok dan modern.



Gambar 5.Mahkota



Selanjutnya untuk tipografi, perancangan ini memilih jenis Just sans Reguler dan Just sans bold akan digunakan untuk memberikan kesan formal tetapi fleksibel sebagai representasi dari citra arcana studio. Sebagai font yang digunakan, Just sans Reguler menggunakan jenis huruf yang modern dan dinamis, yang sesuai dengan konsep logo yang akan dirancang dan digunakan sebagai tagname di logo.

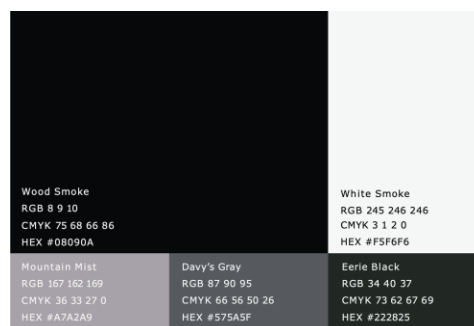
Selain penggunaan font *Philosopher*, *Reguler Bold* Untuk tujuan promosi dan penggunaan media pendukung, ada beberapa jenis font yang dapat digunakan pada nama merek atau logo, seperti Poppins, Reguler, Medium, semibold, bold, dan ekstrabold hitam. Ini akan membuatnya terlihat sederhana, dinamis, dan berkelas Selanjutnya untuk tipografi

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 6. Font *Philosopher*

Terakhir, pemilihan warna yang tepat untuk logo Arcana Studio, menggunakan tiga warna: hitam, coklat putih, dan abu-abu. Warna hitam memberikan kesan kokoh, kuat, modern,

kecanggihan, keseriusan, dan gaya. Abu-abu menggambarkan modernitas, kecerdasan, kekuatan, respek, kebijaksanaan, keseimbangan, dan formalitas. Warna coklat melambangkan kekuatan, kepercayaan, dan dasar kekuatan hidup. Sementara warna putih melambangkan kebebasan, keterbukaan, dan tidak terpengaruh oleh apa pun.



Gambar 7. Palet warna

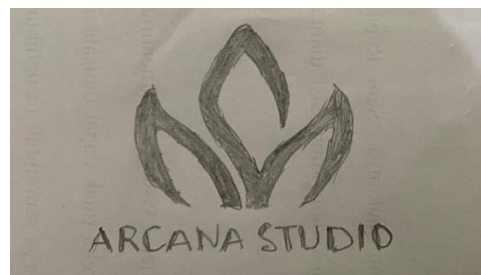


Beberapa ide sketsa untuk mengeksplorasi logo lebih dalam



Gambar 8. Eksplorasi Ide

Dari lima sketsa diatas, pemilik Arcana studio memilih logo kedua karena menonjolkan kesan mencolok sambil tetap modern.



Gambar 9. Sketsa terpilih

Sketsa terpilih akan dilanjutkan dalam tahap digitalisasi dan nantinya diimplementasikan pada berbagai media komunikasi.



Gambar 10. Digitalisasi Logo

1. Mahkota

Desain yang digunakan adalah seperti sebuah mahkota yang diambil dari arti kata arcana. Nanti, desain identitas korporasi akan menggunakan gambar dari karya-karya yang telah dibuat oleh perusahaan dan ilustrasi dari arcana studio.

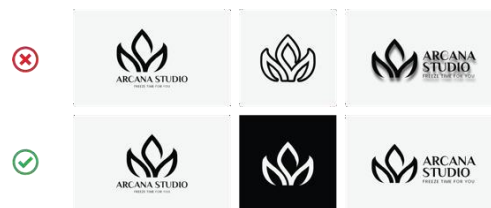
2. Inisial A + S

Mahkota terbentuk dari huruf Abstrak A + S yang merupakan nama inisial dari “ Arcana Studio ” Untuk konfigurasi warna logo ditetapkan beberapa opsi berikut:



Gambar 11. Konfigurasi warna.

Dalam penerapan logo D’Nan Chicken, ada beberapa cara yang tidak diperkenankan (cara yang salah) dalam mengaplikasikan logo seperti mengubah warna logo dengan warna yang tidak dianjurkan, menambahkan efek dalam bentuk apapun, menambahkan *stroke*, mendistorsi proporsi dan merotasi logo, menghapus atau menambahkan objek pada logo. Foto



Gambar 12. Pengaplikasian logo

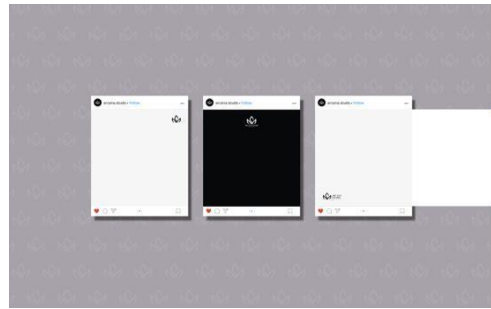
D. Develop

Logo dan Buku Standar Grafis (GSM) adalah media utama dalam perancangan ini. Buku Standar Grafis (GSM) membantu Anda menggunakan logo dan media pendukung lainnya dengan benar sehingga Anda tidak melakukan kesalahan saat menggunakannya di Studio

1. Graphic Standard Manual (GSM)



Gambar 13. Graphic Standard Manual (GSM)



Gambar 15. Profil Instagram

2. Facebook

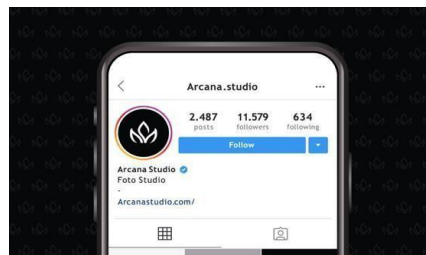
Facebook berfungsi sebagai latar belakang untuk media iklan, memungkinkan perusahaan untuk lebih dekat dengan pelanggan dan menarik pelanggan yang tertarik dengan foto. Selain itu, pengguna dapat mengakses informasi tentang layanan yang disediakan serta menulis rekomendasi secara online melalui Facebook. Berikut adalah contoh tampilan iklan Facebook.



Gambar 14. Iklan facebook

3. Instagram

Instagram adalah salah satu media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan video. Banyak perusahaan di seluruh dunia menggunakan Instagram untuk mempromosikan bisnis mereka. Instagram memiliki banyak keunggulan dibandingkan media sosial lainnya, seperti jangkauannya yang luas sehingga cepat untuk menarik para konsumen. Berikut tampilan Instagram arcana studio



Gambar 16. Iklan instagram

4. Media Pendukung

- a. Id card Selain menjadi tanda pengenalan, ID card juga digunakan untuk personal branding dan fungsi- fungsi lainnya. ID card sudah ada sejak abad-15 dan masih tetap populer hingga saat ini



Gambar 17. Id card

- b. Pin merupakan salah satu benda cendera mata yang sederhana dengan harga relatif murah yang dapat kamu jadikan hadiah untuk suatu acara. Benda tersebut juga bisa dijadikan sebagai simbol komunitas dan untuk memberikan kenang-kenangan kepada pelanggan dan klien bisnis



Gambar 18. pin

- c. kartu nama adalah sebagai personal branding yang eksklusif. Dengan kata lain, diri Anda dan nilai profesionalitas menjadi yang utama. Ketika sudah memiliki kartu ini, maka calon konsumen dapat kepercayaan lebih terhadap diri Anda



Gambar 17. Kartu nama

- d. X-Banner dapat dianggap sebagai papan reklame portabel yang menyampaikan pesan promosi atau informasi dengan visual yang menarik. Biasanya, banner memiliki dimensi yang bervariasi tergantung pada kebutuhan dan ruang yang tersedia, mulai dari yang kecil dan mudah dipindahkan hingga yang besar dan menonjolkan pesan dengan jelas. Dengan beragam bahan yang dapat digunakan, seperti vinyl, kain, atau plastik, banner dapat disesuaikan dengan kebutuhan penggunaannya, baik itu untuk promosi indoor maupun outdoor



Gambar 19. X-banner

KESIMPULAN

Dalam proses redesain logo Arcana Studio, langkah-langkah yang diambil mencerminkan komitmen untuk menyegarkan identitas merek sambil mempertahankan elemen-elemen yang penting dari warisan perusahaan. Logo baru menampilkan pendekatan yang lebih modern dan bersih, dengan menggunakan elemen-elemen desain yang lebih sederhana dan kontemporer. Pilihan warna yang cerah dan kontras memberikan kesan yang menarik dan mudah dikenali, sementara komposisi dan tipografi yang baru memberikan kesan profesional dan mudah diingat. Keseluruhan, redesain logo Arcana Studio memperkuat citra merek perusahaan dalam industri kreatif dan memberikan pondasi yang solid untuk memasuki fase baru dalam perkembangan perusahaan.

Perusahaan berharap dapat menggunakan logo baru ini sebagai identitas perusahaan dan strategi untuk menarik pelanggan ke Arcana Studio. Logo yang diubah digunakan dalam berbagai jenis, ukuran, dan

media. Logo telah diubah untuk digunakan pada berbagai media dengan berbagai ukuran, sesuai dengan fungsinya. Ini termasuk kartu identitas, kartu nama, amplop, kop surat, brosur, poster, dan buku album. Secara umum, redesain logo dilakukan sebagai identitas untuk mendapatkan citra yang lebih baik agar konsumen lebih tertarik pada jasa perusahaan.



REFERENSI

- Cenadi, C. S. (1999). *Desain Komunikasi Visual*. Makalah Jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra, Jakarta.
- Kadir, I., & Nurabdiansyah. (2015). Karakteristik tipografi pada desain iklan.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar desain komunikasi visual*. Yogyakarta: Andi.
- Laksono, Y. T. A., & Islam, M. A. (2020). Penerapan design thinking dengan menggunakan metode gaya desain monoline pada perancangan logo D'Papo Surabaya. *Jurnal Barik*, 1(2), 261–274.
- Nababan, J. A. P., & Senoprabowo, A. (2020). Perancangan visual branding basic photography di Kota Semarang. *Jurnal Citrakara*, 2(1), 39–48.
- Raharjo, T. (2017). Perancangan visual identity Arstudio di Bandung. *Jurnal Sketsa*, 4, 42–43.
- Sachari, A., & Sunarya, Y. Y. (2001). *Wacana transformasi budaya*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Said, A. A. (2015). *Desain logo*. Makassar: Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar.