



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 13656-13668

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Logo SkyDkitai Sebagai *Branding* Umkm Budidaya Kaktus dan Sekulen di Sumatera Utara

Desipriani^{1✉}, Joko Bintarto², Suprianingsih³

Universitas Potensi Utama

Email: Chi.priani1512@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Tanaman merupakan sebuah makhluk hidup yang menghasilkan oksigen dari penyerapan karbondioksida dan tanaman memiliki manfaat yang baik untuk kesehatan mental ditambah dengan bentuk yang berbagai ragam membuat tanaman memiliki daya tarik yang kuat sebagai hiasan. Kaktus dan Sekulen adalah tanaman yang mudah dirawat, ukurannya yang tergolong kecil sehingga sangat cocok dijadikan sebagai tanaman hias. SkyDkitai adalah salah satu tempat budidaya dan penjualan berbagai jenis Kaktus dan Sekulen di Kota Medan, Sumatera Utara yang sudah berdiri sejak tahun 2019 namun keberadaan mereka sebagai tempat Budidaya Kaktus dan Sekulen belum banyak disadari oleh penikmat Kaktus dan Sekulen di Sumatera Utara sehingga mempengaruhi angka penjualan mereka. Untuk meningkatkan penjualan maka dirancang logo sebagai brand identity agar SkyDkitai dapat memiliki perwajahan yang mudah diingat dan dikenali oleh masyarakat khususnya di kota Medan.

Kata Kunci: *SkyDkitai, Kaktus, Logo*

Abstract

Plants are living creatures that produce oxygen from absorbing carbon dioxide and plants have good benefits for mental health, plus their various shapes make plants have a strong appeal as decoration. Cacti and succulents are plants that are easy to care for, their size is relatively small so they are very suitable as ornamental plants. SkyDkitai is a place for cultivating and selling various types of cacti and succulents in the city of Medan, North Sumatra which has been established since 2019, but their existence as a place for cultivating cacti and succulents is not widely recognized by Cactus and succulent lovers in North Sumatra, thus affecting their sales figures. . To increase sales, a logo was designed as a brand identity so that SkyDkitai could have a face that was easy to remember and recognized by the public, especially in the city of Medan.

Keywords: *SkyDkitai, Cactus, Logo*

PENDAHULUAN

Masyarakat Sumatera Utara memiliki minat yang tinggi dalam bidang Industri Seni Dekorasi, baik dekorasi dalam rumah maupun luar rumah sehingga membuat masyarakat Sumatera Utara menggemari tanaman hias yang membuat terbentuknya pasar tanaman hias. Namun masyarakat Sumatera Utara adalah masyarakat dengan aktifitas tinggi sehingga lebih memilih tanaman artificial (*plastick*) sebagai tanaman dekorasi dikarenakan tanaman asli dianggap "merepotkan" dan memakan, memakan banyak waktu untuk perawatan. Hal ini cukup disayangkan karena kenyataannya membuat munculnya item baru dengan minat tinggi yang terbuat dari plastik. Bunga plastik memang alternatif bagi dekorasi ruangan namun baik dari segi material, pembuatan hingga ke dalam penguraian nanti.

Tanaman merupakan sebuah makhluk hidup yang menghasilkan oksigen dari penyerapan karbondioksida dan tanaman memiliki manfaat yang baik untuk kesehatan mental ditambah dengan bentuk yang berbagai ragam membuat tanaman memiliki daya tarik yang kuat sebagai hiasan. Namun disayangkan beberapa masyarakat tidak menyadari ada tanaman yang membutuhkan perawatan yang minimalis. Tanaman hias juga dapat memberikan manfaat kepada lingkungan seperti mengurangi pencemaran udara dan polutan lainnya (Sulistyorini, 2009).

Kaktus dan Sekulen adalah tanaman yang mudah perawatannya, ditambah keberadaan penyuka kaktus dan sekulen yang ada di Sumatera Utara banyak, namun informasi mengenai tempat penjualan yang menyediakan kaktus sekulen beserta mediana cukup sulit ditemukan. Kaktus dan Sekulen memiliki banyak jenis hingga keunikan warna dimulai dari jenis *Grafting* (menggabungkan dahan pohon buah naga dengan kaktus), *Ownroot* (kaktus memiliki akar sendiri), hingga *cluster* (Memiliki banyak cabang) yang menarik bagi Industri Dekorasi itu sendiri ditambah kaktus memiliki banyak kelebihan seperti hidup lama bertahun – tahun hingga dapat tinggal di banyak jenis habitat yang berbeda beda (Edward F. Anderson , 2001 : 19)

SkyDkitai adalah salah satu tempat budidaya dan menjual berbagai jenis Kaktus dan Sekulen di Kota Medan, Sumatera Utara yang sudah berdiri sejak tahun 2019 namun keberadaan mereka sebagai tempat Budidaya Kaktus dan Sekulen belum banyak disadari oleh penikmat Kaktus dan Sekulen di Sumatera Utara sehingga mempengaruhi angka penjualan mereka. Untuk itulah kami memutuskan untuk melakukan branding kepada usaha SkyDkitai. SkyDkitai memiliki sistem pemasaran *on-site* (toko) yang berada di Jalan Jamin Ginting, maupun secara *Online* menggunakan aplikasi Jual Beli *Online(Marketplace)* seperti Shopee, Facebook.

Untuk memperkenalkan SkyDkitai kepada masyarakat Sumatera Utara sebagai tempat budidaya kaktus dan Sekulen di perlukan adanya sebuah Branding. Branding adalah istilah untuk simbol, tanda hingga racangan maupun kombinasi untuk bisa mengidentifikasi barang atau jasa milik perorangan maupun kelompok dari pesaing (Kotler, 2009). Dalam hal ini penulis membuat Branding SkyDkitai dalam bentuk Logo sebagai identitas visual sehingga nantinya dapat diterapkan dalam media utama hingga media pendukung sehingga logo tersebut mempresentasikan visi dan misi sebagai tujuan perusahaan atau perorangan dan segmentasi yang dituj (Katz : 2009)

METODE PENELITIAN

Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan melalui study literatur dengan membaca beberapa sumber informasi seperti buku, jurnal, karya terdahulu dan sebagainya.

1) The Elements Of Graphic Design



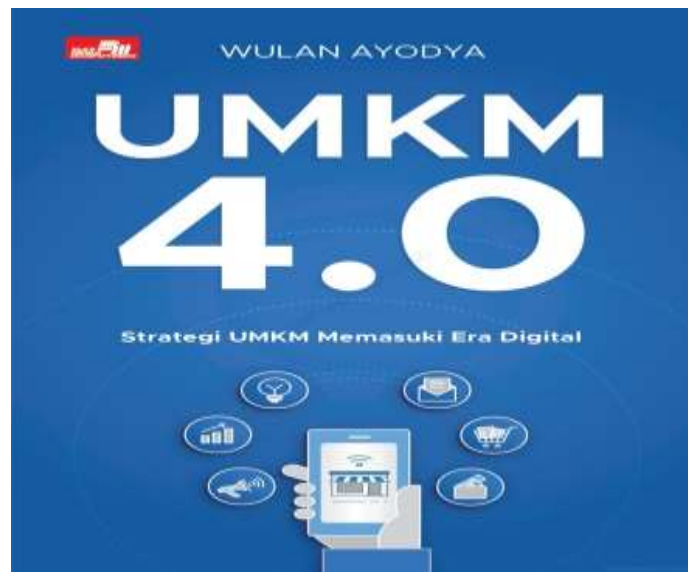
Gambar I. Buku The Elements Of Graphic Design (Alex W. White : 2011)

Buku The Elements Of Graphic Design ditulis oleh Alex W.White yang merupakan seorang desainer dan menyukai ruang putih kosong. Tidak seperti Matematika yang hanya memiliki "satu" jawaban yang benar, didalam buku ini memuat bagaimana desain dapat menjadi banyak jawaban alternatif, dan itu tergantung oleh desainer untuk menentukan desain mana paling baik untuk digunakan menurut waktu dan tempatnya. Buku ini juga berisi mengenai Fleksibilitas sebuah desain itu sendiri, seperti element apa yang akan digunakan, bagaimana cara menggunakannya, hingga element apa yang dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan tersebut paling baik dan harus dipadukan dengan element seperti apa agar desain yang dihasilkan dapat menonjol.

Buku ini berfungsi untuk menambah wawasan desainer dalam membuat Logo untuk Branding UMKM SkyDkitai, sehingga desainer dapat menggunakan unsur element yang paling tepat dalam menggambarkan identitas UMKM SkyDkitai itu sendiri. Ditambah didalam buku ini akan mengajarkan bagaimana unsur unsur element desain dapat

dipadukan secara harmoni untuk membuat sebuah desain Logo UMKM SkyDkitai yang dinamis, menonjol dan mudah dikenali masyarakat sebagai Audience.

2) UMKM 4.0

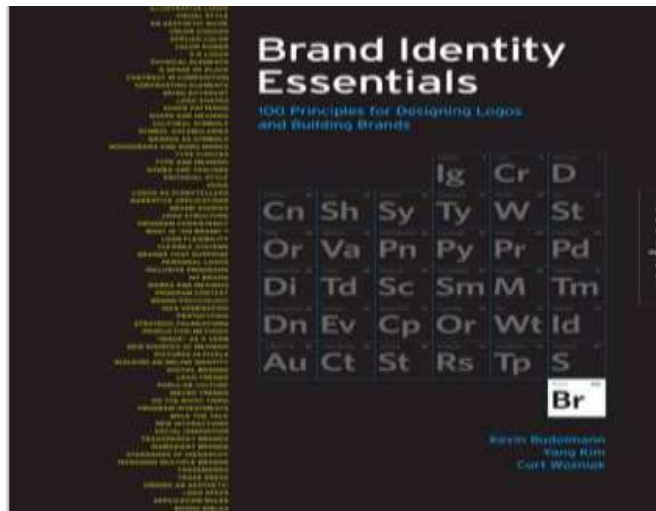


Gambar 2. UMKM 4.0 (Wulan Ayodya : 2020)

Era digital 4.0 adalah era dimana yang akan dimasuki oleh seluruh bangsa terlepas mau atau tidak maunya dikarenakan tuntutan oleh zaman yang sudah menggunakan keseluruhan hal hingga hal terkecil sehari haripun sekalipun secara digital. Untuk itu di masa sekarang dan untuk persiapan masa yang akan datang UMKM yang ada harus sudah terjun dan ikut menggunakan sistem digitalisasi yang ada. Hal ini berarti mengharuskan para peserta UMKM harus mulai terjun ke era digital seperti memasarkan Produk mereka secara online atau melakukan promosi melalui social media yang ada hingga mulai menjual produk yang mereka sediakan melalui platform online. Hal ini di dukung oleh situasi kebanyakan masyarakat lebih memilih untuk melakukan pembelian melalui Platform *Online* daripada datang langsung ke toko secara *Offline*. Buku ini juga memberikan pemahaman bagaimana UMKM di era 4.0 sehingga dapat bertahan.

Manfaat buku ini dapat memberikan pengetahuan kepada SkyDkitai dan desainer bagaimana gambarkan Usaha Budidaya Kaktus dan Sekulen dalam era digitalisasi 4.0 sehingga dapat memahami pula bagaimana pola piker konsumen potensial yang ada dan memiliki dampak memberikan ide dan gambaran bagaimana desain promosi video atau poster yang seharusnya di buat hingga bagaimana cara membuat postingan yang menarik bagi konsumen.

3) 100 *Brand Identity Essentials*



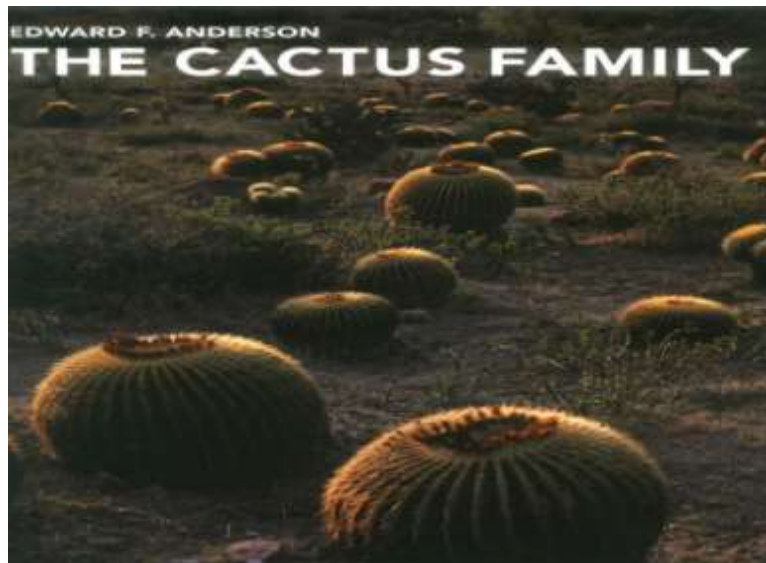
Gambar 3. Brand Identity Essentials (Kevin Budelmann, Yang Kim, Curt Wozniak : 2010)

Buku ini merupakan buku yang mengandung esensi Branding sebagai Identitas namun dengan porsi yang baik buku ini didedikasikan pula terhadap Logo. Branding dan Logo adalah sebuah hal yang berkesinambungan dan diharapkan Logo dapat menggambarkan beban berat Branding Identitas sebuah usaha ataupun merek. Logo merupakan sebuah gambar, element yang menggambarkan sebuah merek sehingga *audience* yang melihat dapat merasakan bagaimana gambaran kasar sebuah organisasi maupun usaha melalui logo yang disajikan, namun seringkali logo disalah artikan menjadi segalanya tentang identitas perusahaan tersebut, padahal nama, warna, hingga jingle musik dapat menjadi identitas perusahaan sehingga hal ini berujung kepada beban sebuah logo yang menjadi berat karena harus bisa menjadi perwakilan sebuah perusahaan itu sendiri.

Diharapkan dari buku ini dapat menjadi wawasan bagi desainer untuk membuat sebuah logo yang dapat mewakili keseluruhan Usaha Budidaya Kaktus dan Sekulen SkyDkitai sehingga gambaran kasar Usaha SkyDkitai dapat tersampaikan kepada Masyarakat .

4) *The Cactus Family*

Buku ini merupakan buku yang mengandung pengetahuan mengenai kaktus dan sedikit menyinggung tentang Sekulen, perbedaan kaktus dan Sekulen, jenis jenis kaktus hingga hal hal mendetail tentang bagaimana habitat kaktus, kebutuhan kaktus dan hal hal rinci seperti jenis jenis kaktus. Di dalam buu ini dijelaskan pula bagaimana car acara yang dimiliki oleh kaktus dapat berkembang biak hingga bertahan hidup dalam habitat alamnya sendiri. Dari buku ini diharapkan SkyDkitai dapat menambah referensi untuk dapat membuat Logo atau Branding dari sifat hingga ciri kaktus kedalam unsur Branding identitasnya sebagai tempat Budidaya Kaktus dan Sekulen.



Gambar 4. The Cactus Family) (Sumber: Edward F. Anderson, 2001)

Analisis Data

Penulis melakukan metode wawancara dengan narasumber untuk mencari SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities and Threats*) dalam melakukan proses analisis data. Dan dari hasil wawancara terhadap Narasumber yaitu Owner SkyDkitai penulis mendapatkan data sebagai berikut:

1. *Strength* (kekuatan), Usaha Budidaya SkyDkitai sebagai petani Sekulen dan Kaktus memiliki kelebihan mempunyai banyak stok kaktus dan sekulen dengan bentuk dan warna yang variatif ditambah dengan keberadaannya yang hamper tidak memiliki *rival* karena sulitnya ditemukan Usaha Budidaya Kaktus dan Sekulen di Sumatera Utara. SkyDKitai juga memiliki media premium sebagai bahan tanamnya, ditambah menyediakan pot terakota yang membuat tanaman menjadi premium.
2. *Weakness* (kelemahan) walaupun banyak peminat Kaktus dan Sekulen di Sumatera utara namun keberadaan SkyDkitai masih samar didalam masyarakat belum lagi karena tanaman hidup, walaupun minim perawatan, namun secara tidak langsung harus dirawat juga agar tidak mati
3. *Opportunities* (Peluang) Tanaman kaktus dan Sekulen sedang digemari oleh masyarakat, ditambah dengan tanggapan positif dari masyarakat dan masih sulitnya menemukan Usaha Budidaya Kaktus dan Sekulen di Sumatera Utara membuat peluang SkyDkitai sangat besar untuk sukses dalam bidang ini
4. *Threats* (ancaman) Bagaimana cara agar SkyDkitai dapat mempertahankan kualitas hingga kepuasan *costumer* hingga bagaimana keberlangsungan Usaha SkyDkitai agar tetap sama untuk waktu yang akan datang.

Ide Kreatif

Metode berpikir

Pada tahap ini, penulis membuat data yang telah dianalisis dalam berbentuk *mindmapping (brainstorming)* dan *moodboard* sehingga dapat membuahkan gagasan-gagasan penting untuk mencari ide kreatif yang muncul untuk membuat suatu *visual branding* dari data data yang sudah dikumpul.

1. *Moodboard*

Moodboard disusun sebagai referensi untuk mendapatkan Batasan visual dari desain yang akan dihasilkan



Gambar 5. Moodboard (Sumber : Kongphop Petwichai, 2019)

Tema

Konsep yang di angkat oleh penulis lebih menonjolkan dapat diingat dan dapat di pahami namun terlihat sederhana. Desain yang akan dibuat mengikuti dari tema yang telah ditentukan oleh penulis.

Target pasar

Penulis lebih membuat target pasar untuk kalangan pekerja, orangtua dan anak muda, Penulis menjabarkan target pasar sebagai berikut.

a. Demografis

Dari sisi Demografis, Usaha Kaktus dan Sekulen SkyDkitai terdiri dari Pencinta atau penggemar Kaktus dan Sekulen, Ibu rumah tangga, Pekerja, hingga *caffé owner* hingga orang yang bekerja dalam bidang desain interior

b. Psikografis

Dari sisi Psikografis, Usaha kaktus dan Sekulen terdiri dari remaja, dewasa hingga orang tua, bahkan dari sisi gender Usaha Kaktus dan Sekulen dapat diterima oleh Perempuan ataupun laki laki.

c. Geografis

Dari segi geografis, SkyDkitai mencakup pasar yang ada di Sumatera Utara hingga jika memungkinkan menggapai pasar Indonesia secara nasional.

Konsep Media

Konsep utama Media SkyDkitai adalah intruksi penanaman beserta ucapan terimakasih dan bentuk logo yang akan menjadi identitas SkyDkitai itu sendiri dan akan diletakkan disetiap pot dan tanaman Kaktus dan Sekulen yang ada di SkyDkitai. Untuk dari segi kemasan SkyDkitai masih akan menggunakan metode paperbag dikarenakan masih sulitnya menemukan kemasan berbentuk *papercut dus* seperti referensi kemasan Swallen. Selain itu terdapat beberapa media pendukung seperti banner, stand jualan, hingga konten *social media*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Elemen visual

Ide dan gagasan perancangan logo skydkitai divisualisasikan lewat desain maual yang selanjutnya divisualisasikan menggunakan aplikasi desain, sebagai berikut:

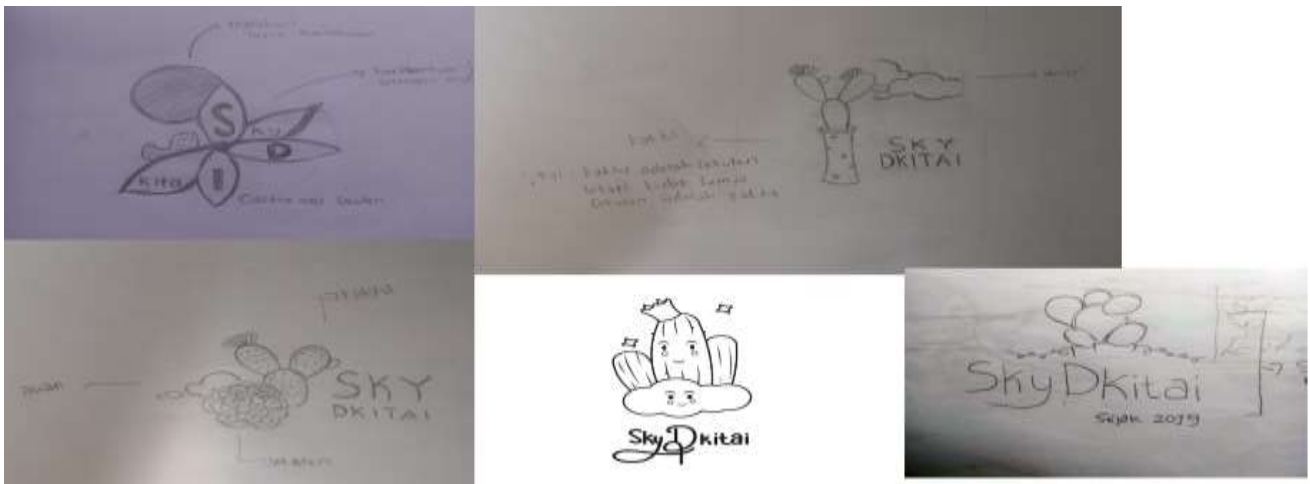
A. Sketsa Alternatif logo

Sketsa logo alternatif



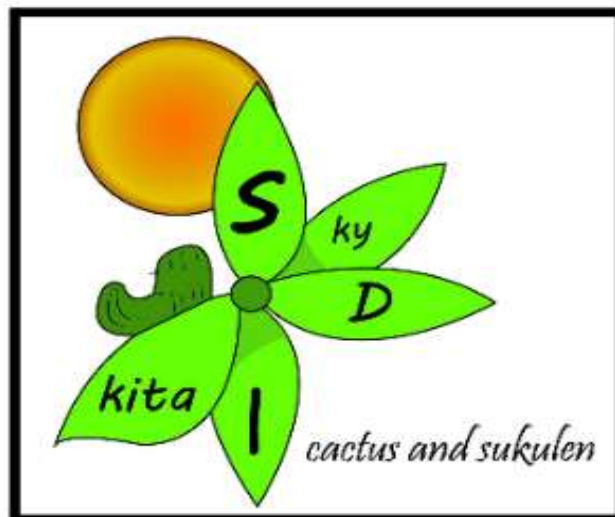
Gambar 6. Sketsa 25 logo

B. Sketsa 5 Alternatif logo terpilih



Gambar 7. Sketsa Logo alternatif yang terpilih

C. Digitalisasi 5 alternatif logo digitalisasi 5 logo terpilih



Gambar 8. Sketsa Logo alternatif yang terpilih 1

Menggambarkan bunga sekulen dan kaktus yang berkembang di atas matahari, warna di dalam logo ini sekulen berwarna hijau stabilo, kaktus hijau gelap dan matahari berwarna gradiasi kuning ke oranye.



Gambar 9. Sketsa Logo alternatif yang terpilih 2

Logo ini diambil dari bentuk ujung kaktus oganmaru grafting seperti bagian atas mahkota, dan diberikan sekulen menjalar disampingnya untuk membentuk gambaran mahkota pada bagian bawah dan



Gambar 10. Sketsa Logo alternatif yang terpilih 3

Logo ini diambil dari bentuk kaktus mickey atau yang biasa disebut dengan kaktus panda juga menggunakan pot terkota dengan menggunakan konsep awan didalam framing seperti Jendela dalam rumah yang ingin mengartikan bahwa tanaman Kaktus dan Sekulen dapat dirawat didalam ruangan.



Gambar 11. Sketsa Logo alternatif yang terpilih 4

Logo yang satu ini menggambarkan keberadaan Kaktus dan Sekulen yang dijual oleh SkyDkitai. Kaktus yang digambar adalah Kaktus Mickey yang berbunga dan tidak banyak Kaktus yang dapat berbunga, sehingga kaktus yang berbunga ingin digambarkan bahwa kaktus dan sekulen yang dibudidayakan oleh SkyDkitai menggunakan Media Premium dan kualitas premium. Selanjutnya dipilih jenis sekulen raindrop yang menjadi andalan dan sekulen terlaris terjual oleh SkyDkitai

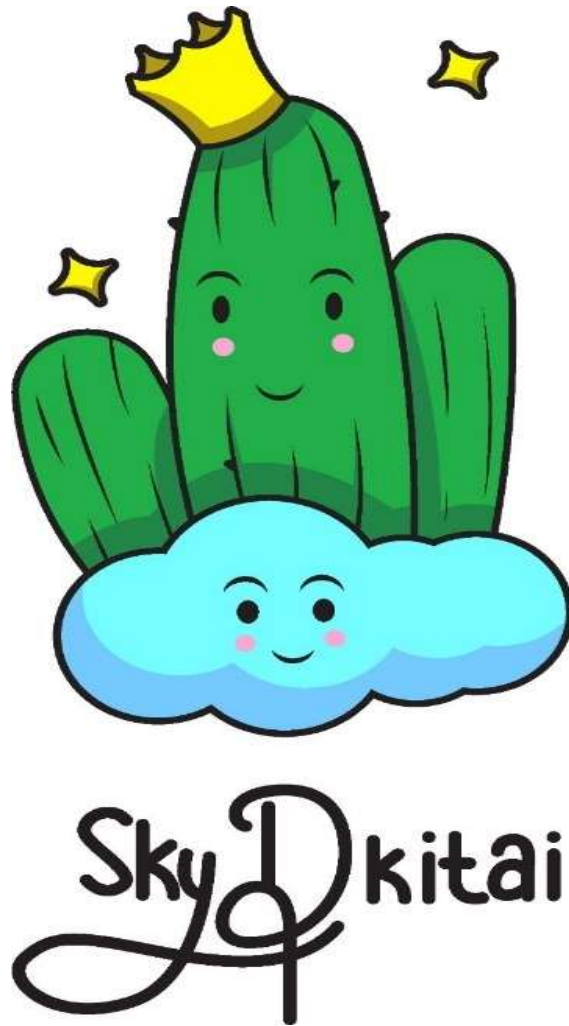


Gambar 12. Sketsa Logo alternatif yang terpilih 5

Arti Logo SkyDkitai yang dipilih Kaktus menggambarkan tanaman utama yang disediakan oleh SkyDkitai, lalu awan yang mewakili arti nama SkyDkitai itu sendiri "masih ada langit, masih ada harapan" langit ingin digambarkan sebagai awan, dikarenakan awan akan selalu ada di langit baik pagi, siang maupun malam tidak seperti benda langit lainnya. Lalu mahkota untuk menegaskan bahwa produk yang disediakan adalah produk dengan kualitas paling baik seperti penggambaran barang barang paling berkualitas dikelasnya saat digunakan oleh keluarga kerajaan, hingga blink blink yang membuatnya melambangkan bersinar. Sekulen untuk mewakili tanaman Sekulen yang dijual oleh SkyDkitai juga.

Logo yang terpilih

Berikut ini logo yang terpilih dan sudah di beri warna



Gambar 13 Desain Logo Terpilih

Jenis font yang digunakan adalah san serif dengan desain *lettering* terkhusus pada huruf y dan d yang saling berkail satu sama lain. Konsep bentuk logo ini di visualisasi berupa produk utama yang di sediakan oleh SkyDkitai sebagai tempat budidaya kaktus dan sekulen sehingga masyarakat ataupun pasar yang belum mengetahui SkyDkitai dapat mengenalnya. Dalam hal ini diambil bentuk umum yang mewakili kaktus, dan juga bentuk awan mewakili arti nama.

SIMPULAN

Usaha Kaktus dan Sekulen SkyDkitai memiliki peluang sangat besar di Sumatera Utara dikarenakan masih tingginya minat masyrakat Sumatera Utara terhadap tanaman hias, namun dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan membuat SkyDkitai masih tidak dikenal oleh masyarakat Sumatera Utara. Untuk ini diperlukan adanya sebuah *branding* yang memungkinkan untuk meracik identitas SkyDkitai sebagai temoat Budidaya Kaktus dan Sekulen yang ada di Sumatera Utara secara Visual dalam bentuk logo kepada masyarakat,

lebih lanjut dalam pengaplikasian logo yang telah dibuat kedalam media utama dan media pendukung.

DAFTARPUSTAKA

- Alex W. White (2009) *"The Elements Of Graphic Design"* New York
- Edward F. Anderson (2001) *"The Cactus Family"* Portland: Oregon
- Katz (2009) *"Wheeler"*
- Kevin, Yang (2010) *"Brand Identity Essential"* Wozniak
- Kotler, Philip. Gray Armstrong (2009) *"Prinsip-prinsip pemasaran"* Jakarta
- Ozge Mardi (2016) *"English Photoshop CC"*
- Sarwo Nugroho (2015) *"Management Warna dan Desain"*
- Sulistiyorini A. (2009) *"Biologi 1."* Jakarta: Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan Nasional.
- Wulan Ayodya (2020) *"UMKM 4.0"* Yogyakarta