

LAPORAN AKHIR PENGABDIAN MONODISIPLIN

**MENGEMBANGKAN LOGO (MODUL PENCIPTAAN) PRODUK UMKM
NON MAKANAN DENGAN ELEMEN TYPOGRAFI PADA UMKM DI
SEMARANG**



Oleh :

Peter Ardhianto, S.Sn, M.Sn 058.1.2015.295

Ag. Dicky Prastomo, S.IP, MA 058.1.2013.283

Prodi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Arsitektur dan Desain
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
2016/2017



PEMERINTAH KOTA SEMARANG
DINAS KOPERASI DAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH

Jl. Pemuda No. 175 Telp. Dan Fax (024) 3584086, Hunting 3584077 (Paw 2701-2712)

Website : <http://www.diskop-ukm-kotasemarang.org>

Blog : <http://www.konumksma.blogspot.com>

SEMARANG

No. : 424/1495

Lamp. :

Perihal : Permohonan Pendampingan

Semarang, 12 Desember 2016

Kepada

Yth. Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual
Unika Soegiyopranoto
Semarang
di-

SEMARANG

1. Dasar : a. Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 11 Tahun 2014 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kota Semarang Tahun Anggaran 2015;
b. Peraturan Walikota Semarang Nomor 40 Tahun 2014 tentang penjabaran Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kota Semarang Tahun Anggaran 2015.
2. Sehubungan dengan hal diatas, disampaikan hal-hal sebagai berikut :
 - a. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang akan menyelenggarakan Kegiatan Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Sumber Daya Lokal (Pembuatan logo UMKM non makanan) pada
Hari :
Tanggal : (Menyesuaikan Jadwal)
Waktu :
Tempat : Aula Kecamatan Semarang Barat
Jl. Ronggolawe No. 2 Semarang
 - b. Terkait hal tersebut, guna kelancaran pelaksanaan kegiatan kami mohon perkenan Bapak/Ibu untuk membantu beberapa UMKM tersebut, mendampingi untuk dapat memiliki identitas logo yang yang diperlukan.
3. Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih

KEPALA DINAS KOPERASI DAN UMKM
KOTA SEMARANG



Pony
Dra. LITANI SATYAWATI

Pembina Tk. I

NIP. 19610831 198303 2 008

TEMBUSAN disampaikan kepada Yth.:

1. Walikota Semarang (Sebagai Laporan)
2. Pertinggal

SURAT TUGAS

No. : 0200/B.8/FAD-DKV/VII/2017

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Katolik Soegijapranata Semarang memberikan tugas kepada:

Nama : Peter Ardhiyanto, S.Sn.,M.Sn | NPP : 058.1.2015.295
Ag. Dicky Prastomo, SIP.,MA | NPP: 0581.2013.283
Tugas : Melakukan pegabdian pada masyarakat
Judul : Mengembangkan Logo (Modul Penciptaan) Produk UMKM Non
Makanan dengan Elemen Tipografi pada UMKM di Semarang
Waktu : Januari 2017 – Juli 2017

Demikian Surat Tugas ini untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan setelah selesai melaksanakan tugas tersebut, mohon memberikan laporan

Semarang, Januari 2017
Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain
Unika Soegijapranata Semarang

Dra. B. Tyas Susanti, MA., P.h.D
NPP: 058.1.1989.083

Telah melaksanakan Tugas dengan baik



Lembar Pengesahan

Penelitian dan Pengabdian
Lembaga Penelitian dan Pengabdian
Unika Soegijapranata Semarang
2016-2017

1. Pengabdian
 - a. Judul Pengabdian : MENGEMBANGKAN LOGO (MODUL PENCIPTAAN) PRODUK UMKM NON MAKANAN DENGAN ELEMEN TIPOGRAFI PADA UMKM SEMARANG
 - b. Bidang Ilmu : Desain Komunikasi Visual
2. Ketua Pengabdian
 - a. Nama lengkap dan gelar : Agustinus Dicky Prastomo, SIP., MA
 - b. Jenis kelamin : Laki-laki
 - c. NPP/Golongan/Pangkat : 058.1.2015. 295 /III.A/Penata Muda
 - d. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli (dalam proses)
 - e. Fakultas/Jurusan : Arsitektur dan Desain/DKV
 - f. Bidang Keahlian : Branding
3. Anggota penelitian dosen : Peter Ardhianto, S.Sn.,M.Sn
4. Anggota Penelitian Mahasiswa : Tim DKV 2
4. Lokasi Pengabdian : Kota Semarang dan sekitarnya
5. Lama Pengabdian : 6 bulan (Desember 2016 - Mei 2017)
6. Biaya yang diajukan : Rp 3.650.000,- (tiga juta enam ratus lima puluh ribu rupiah)

Semarang, Juli 2017
Ketua Pengabdian



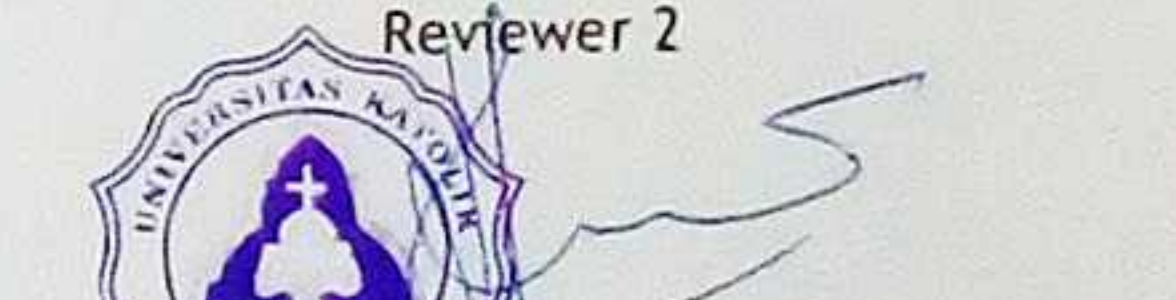
Agustinus Dicky Prastomo, SIP., MA
NPP: 058.1.2013.283

Reviewer 1



Ir. Supriyono, MT
NPP: 058.1.1987.021

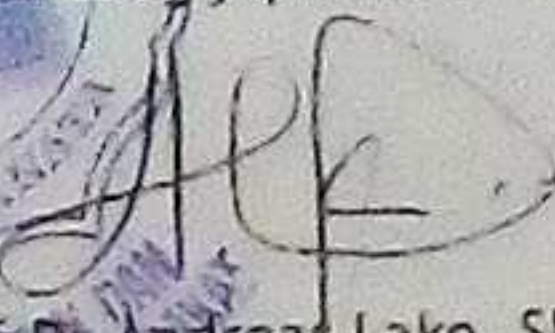
Reviewer 2



Dra. B. Tas Susanti, MA., Ph.D
NPP: 058.1.1989.083

Menyetujui

Kepala LPPM
Unika Soegijapranata



Prof. Dr. Andreas Lako, SE., M.Si
NPP: 058.1.1994.155

KATA PENGANTAR

Ucapan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas perkenan-Nya laporan akhir pengabdian internal dengan judul :

“MENGEMBANGKAN LOGO (MODUL PENCIPTAAN) PRODUK UMKM NON MAKANAN DENGAN ELEMEN TYPOGRAFI PADA UMKM DI SEMARANG”

Dapat selesai pada waktunya. Ucapan terima kasih kami haturkan terutama kepada civitas akademika:

1. Rektor Universitas Katolik Soegijapranata Prof.Dr.Ir.Y.Budi Widianarko, MSc.
2. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Katolik Soegijapranata, Prof.Dr. Andreas Lako, SE.,M.Si
3. Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Katolik Soegijapranata, Dra.B.Tyas Susanti, MA.,Ph.D.
4. Rekan-rekan Dosen Program Desain Komunikasi Visual, Universitas Katolik Soegijapranata.
5. Tim Pengembangan

Semoga pengabdian ini dapat membawa manfaat bagi mahasiswa studio atau pun anggota umkm yang mengaksesnya.

Terima kasih

Ag.Dicky Prastomo, SIP.,MA

DAFTAR ISI

Judul

Lembar Pengesahan

BAB I

MENGEMBANGKAN LOGO (MODUL PENCIPTAAN) PRODUK UMKM NON MAKANAN DENGAN ELEMEN TIPOGRAFI PADA UMKM DI SEMARANG

1.1.Nama Kegiatan	1
1.2.Latar Belakang	1
1.3.Perumusan Masalah	2
1.4.Lingkup Pengabdian	2
1.5.Manfaat dan Tujuan Pengabdian	2
1.6.Kontribusi Pengabdian	3

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1.Teori Branding	4
2.2.Teori tentang Tipografi	5

BAB III

SASARAN DAN RAGAM KEGIATAN

3.1.Sasaran Kegiatan	6
3.2.Aktivitas Pengabdian	6
3.3.Dokumentasi observasi	7

BAB IV

HASIL HASIL PENGABDIAN

4.1.Mandiri Art	9
4.2.Tirana Batik	11
4.3.Sendang Mulyo	14
4.4.Sinta Craft	16

PENUTUP

Penutup dan Saran	20
-------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka	26
----------------------	----

LAMPIRAN

Sampel Modul Sederhana

LEMBAR CATATAN REVIEW HASIL PENELITIAN

JUDUL

Mengembangkan Logo (Modul Penerimaan) produk UMKM

Non makanan dg Elemen Typografi pada UMKM

& Semarang

BAGIAN	CATATAN DARI REVIEWER
<u>LATAR BELAKANG</u> - Kejelasan indikasi masalah yang ada pada <u>obyek pengabdian</u> - Kelayakan pemilihan topik penelitian dengan masalah yang terjadi pada <u>obyek pengabdian</u> - Formulasi tujuan penelitian yang mampu memberikan rekomendasi solusi terhadap masalah penelitian yang terjadi pada <u>obyek pengabdian</u>	✓ bagus layak
<u>TINJAUAN TEORI</u> - Relevansi teori dengan masalah penelitian - Kesesuaian variable / indicator penelitian dengan teknik analisis data yang ditetapkan	sdh relevan.

METODE PENELITIAN

- Kejelasan desain penelitian / kerangka pikir penelitian
- Kejelasan output dalam desain penelitian / kerangka pikir penelitian serta kesesuaiannya dengan tujuan penelitian
- Kesesuaian teknik analisis data dengan topic / masalah penelitian

Artinya keratan mudas jelas. d. paparkan, dg dokumentasi yang mendukung.

Metode tentang proses penggambaran / desain logo.

MANFAAT PENELITIAN

- Potensi hasil penelitian untuk diabdikan kepada masyarakat (dalam arti luas)
- Potensi hasil penelitian untuk pemberdayaan dan / atau peningkatan kinerja obyek pengabdian

Manfaat keratan pengabdian bisa langsung digunakan oleh pihak UMICH.

HASIL DAN PEMBAHASAN

- Pemaparan obyek penelitian
- Kesesuaian data yang diperoleh dengan alat analisis yang digunakan

Hasil dan pembahasan cukup.

• Proses analisis	kemampuan pengabdian yang sangat besar di pahami oleh target pengabdian.
• Kesesuaian dengan desain penelitian	
• Output penelitian	
KESIMPULAN DAN SARAN • Kesesuaian output penelitian dengan tujuan penelitian	proses di lengkapi dg modul, dan ini juga sdh di sadari oleh dm pengabdian.
• Rekomendasi penelitian	hasil
LAIN-LAIN	

Semarang

Reviewer I


(Supriyanto)

Reviewer II


(B. H. Sumantri)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.NAMA KEGIATAN PENGABDIAN

Mengembangkan Logo (Modul Penciptaan) Produk UMKM Non Makanan dengan Elemen Tipografi pada UMKM di Semarang

1.2.LATAR BELAKANG

Maraknya produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini merupakan imbas dari persaingan global yang semakin dekat, pelaku industri dan pemerintah bersinergi untuk membangun daya saing yang kuat untuk menghadapi persaingan global tersebut. Dengan berbagai upaya pelestarian, pelatihan dan pembentukan kewirausahaan baru berbasis sumber daya lokal makin digalakan.

Produk-produk UMKM bermunculan hari demi hari mengisi perputaran ekonomi kota, masing-masing pelaku UMKM bersaing secara ketat untuk mendapatkan porsi ditengah-tengah masyarakat. Kesamaan produk tentu sudah lazim terjadi dan banyak dijumpai terutama produk non makanan. Kurangnya inovasi produk membuat para pelaku usaha mencari-cari ide untuk memenangkan pasar. Ide yang paling dasar ialah melalui promosi dan penguatan merek.

Merek tentu dibutuhkan oleh semua pelaku usaha UMKM tersebut. Namun kurangnya pengetahuan dalam hal memilih nama merek, membuat logo, membuat desain kemasan membuat para pelaku usaha menempatkan elemen visual secara kurang tepat guna. Elemen visual yang marak digunakan ialah tipografi.

Tipografi saat ini dapat dengan mudah digunakan oleh para pelaku UMKM, hanya dengan memilih font (huruf elektrik) para pelaku usaha dapat dengan mudah mendapatkan logo. Logo merupakan perwajahan atau perwakilan perusahaan yang seharusnya dipikirkan secara matang karena akan digunakan dalam jangka waktu yang cukup lama dan diterapkan pada semua elemen visual.

Logo yang berkarakter huruf hampir digunakan disemua produk UMKM di kota Semarang, terutama produk non makanan. Tiap huruf atau Tipografi sendiri sejatinya memiliki karakteristik sediri-sendiri. Oleh karena penelitian ini akan membahas mengenai analisa penggunaan tipografi pada produk UMKM yang terdaftar pada DINKOP Semarang dengan studi kasus produk non makanan.

1.3. PERUMUSAN MASALAH

Bagaimana penggunaan elemen desain tipografi pada produk non makanan UMKM kota Semarang?

1.4. LINGKUP PENGABDIAN

Di dalam pengabdian ini hal yang akan dibahas akan lebih banyak pada logo produk yang ada di dalam UMKM terkait dengan bidang non makanan Spesifik akan dilihat lebih jauh adalah pada dasar dari tipografi yang digunakan untuk membentuk logo, terkait dengan branding dan nama mereknya.

1.5. MANFAAT DAN TUJUAN PENGABDIAN

Manfaat

- a. Penerapan studi Desain Komunikasi Visual dalam studi kasus Branding, logo, Perilaku Konsumen dan Elemen Visual.
- b. Desain Komunikasi Visual dapat menjadi solusi untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat, khususnya UMKM

Tujuan

- a. Dapat mengetahui elemen visual tipografi untuk logo produk UMKM
- b. Untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan desain pada logo produk UMKM
- c. Untuk mengetahui bagaimana proses pengenalan brand yang telah dilakukan pelaku UMKM selama ini
- d. Apabila berkesempatan dapat dibuat draft modul sederhana untuk pengenalan pembentukan logo.

1.6. KONTRIBUSI PENGABDIAN

Pengabdian ini diharapkan akan dapat memberikan kontribusi bagi beberapa pihak, yaitu

- a) **Pihak dinas Koperasi dan UMKM kota Semarang** (dan mungkin akan diperluas). Dapat memberikan masukan berupa pengetahuan tentang elemen visual terutama tipografi .
- b) **Pihak akademisi** baik dosen ataupun mahasiswa, dapat memberikan pengetahuan dalam menentukan desain yang sesuai antara teori dan praktek, mengingat masih ada akademisi yang pada saat membuat desain kurang memperhatikan pada kebutuhan dari orang yang akan memanfaatkan desain yang dibuat, sehingga seringkali desain yang baik menurut seorang desainer akhirnya tidak dapat digunakan oleh pelaku usaha karena untuk produkdinya membutuhkan biaya di atas kemampuan pelaku usaha.
- c) **Untuk masyarakat awam** diharapkan dapat memberikan masukan terkait dengan desain label pada kemasan ataupun produk yang baik dari sudut pandang desain, sehingga masyarakat tidak lagi mengatakan sesuatu itu bagus tetapi tidak mengerti apa yang menjadi parameter dari penilaian bagus nya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori tentang Branding

Brand merupakan nilai utama pemasaran. Jika situasi persaingan meningkat, peran pemasaran akan makin meningkat pula dan pada saat yang sama peran brand akan semakin penting (Hermawan, 2004: 144). Dengan demikian, *brand* saat ini bukan hanya sekedar identitas suatu produk ataupun hanya sebagai pembeda dari produk pesaing saja, melainkan lebih dari itu, brand memiliki ikatan emosional yang tercipta antara konsumen dengan produsen. Pesaing bisa saja menawarkan produk yang mirip, tapi mereka tidak mungkin menawarkan janji emosional yang sama.

2.2. Teori tentang Packaging dan Labelling

Kemasan berlaku sebagai pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik. Terkadang sebuah kemasan mencerminkan nilai-nilai tertentu yang melekat pada populasi konsumen tertentu (Roosner, Klimchuk 2001).

2.3. Teori tentang Layout

Layout menurut Suriyanto Rustan adalah tata letak elemen – elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep / pesan yang dibawahnya. Definisi layout dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatakan me-layout itu sama dengan mendesain (Rustan, 2008:2).

Menurut Tom Lincy, prinsip layout yang baik diperlukan adanya: Kesatuan, komposisi yang baik dan enak untuk dilihat, Variasi, agar tidak monoton / membosankan, Keseimbangan dalam layout sehingga terlihat sepadan, serasi, dan selaras, Irama, yang berupa pengulangan bentuk atau unsur-unsur layout dan warna, Harmoni adalah keselarasan atau keserasian hubungan antara unsur-unsur yang memberikan kesan nyaman dan keindahan, Proporsi merupakan suatu perbandingan, Kontras merupakan perpaduan antara warna gelap dan terang (Kusriyanto, 2007:277).

2.4. Teori tentang Typografi

Frank Jafkins dalam bukunya berjudul "*Periklanan*" berpendapat bahwa tipografi adalah seni memilih huruf, menggabungkan huruf, serta mempertimbangkan kata yang digunakan untuk mewakili suatu pesan dari kata tersebut.

Tipografi juga diartikan sebagai representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif (Sihombing 2003: 58). Tipografi senantiasa tidak bisa dipisahkan dari kata yang digunakannya dan media dimana tipografi tersebut diletakan.

Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat tidak hanya mengacu pada suatu gagasan, tetapi tipografi juga memiliki kemampuan untuk mengusung suatu citra dan kesan secara visual. Hal itu dikarenakan terdapatnya nilai fungsional dan nilai estetika dalam suatu huruf. Pemilihan jenis huruf disesuaikan dengan citra yang ingin diungkapkan. (Kusrianto 2007: 191)

Menurut Sumbo, huruf dan tipografi merupakan saudara kembar yang tidak bisa dipisahkan secara genetikal. Dalam hubungannya dengan desain komunikasi visual, huruf dan tipografi adalah elemen penting yang sangat diperlukan guna mendukung proses penyampaian pesan verbal maupun visual (Tinarbuko, 2009: 25)

Dapat dikatakan bahwa tipografi merupakan elemen penting dalam seni desain komunikasi visual yang mempunyai tugas untuk menyampaikan pesan beserta citra dan kesan dalam suatu kata atau rangkaian kalimat yang dalam prosesnya membutuhkan pertimbangan dalam hal memilih, mendesain, menggabungkan, dan menyajikannya dalam suatu tampilan visual (Ardhianto, 2014)

2.5. Teori tentang Logo

Menurut Rustan, logo adalah sebuah istilah yang berasal dari bahasa Yunani logos yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi sampai berarti yang dikaitkan dengan simbol, citra dan semiotik. Pembagian logo secara sederhana dibagi menjadi dua bagian, yaitu nama brand (logotype) dan lambang (logogram). Pada logotype, nama perusahaan digunakan sebagai logo utama dimana logo tersebut dibuat dari huruf khususnya bergaya tipografi yang digunakan secara konsisten. Sedangkan logogram adalah sebagai simbol visual yang mempresentasikan suatu perusahaan secara konsisten (Rustan, 2009 :4).

BAB III

SASARAN DAN AKTIVITAS KEGIATAN

3.1 SASARAN KEGIATAN PENGABDIAN

Berkerjasama dengan DINKOP Semarang (Dinas Koperasi dan UMKM) yang akan diupayakan pengembangan elemen tipografi untuk umkm bidang non makanan yang sudah terdaftar dan akan dipilih sesuai dengan manfaat dan tujuannya. Beberapa UMKM Non makanan yang terdaftar dan terpilih adalah sebagai berikut:

No	Nama UMKM	Kegiatan
1	Mandiri Art	Plakat dan Merchandise
2	Tirana Batik	Kios Batik Semarangan
3	Sendang Mulyo	Batik Handmade Semarang
4	Sinta Craft	Kerajinan Pita

3.2 AKTIVITAS KEGIATAN PENGABDIAN

Nama-nama UMKM non makanan tersebut merupakan arahan dari Dinas Koperasi Kota Semarang, beberapa yang sudah terdaftar dan berpotensi dapat dikembangkan lebih jauh. Tim pengabdian berupaya memasukkan keterlibatan mahasiswa melalui studio Desain Komunikasi Visual level 2 untuk mengembangkan pada tahap awal sebuah panduan.

Aktivitas di sekitar kota Semarang dimulai dengan survei singkat dan pendataan permasalahan yang ada khususnya mengenai identitas logo yang digunakan oleh para pelaku UMKM non makanan. Beberapa contoh produk seperti plakat batik atau pun kerajinan diupayakan pengembangan GSM atau Graphic Standar Manual / Pedoman Grafis agar memudahkan pelaku usaha atau pun konsumen mengenali identitas produk yang lebih menarik, berdaya guna bagi pemasaran dan selalu ada di benak konsumen.

3.3.DOKUMENTASI OBSERVASI

Berikut beberapa dokumentasi pada saat awal survei, briefing dan ragam kegiatan di seputar UMKM kerajinan di Semarang.

- Aktivitas internal UMKM



- Aktivitas internal pameran pembentukan logo dan aplikasinya di dalam kelas Desain Komunikasi Visual 2



BAB IV

HASIL-HASIL PENGEMBANGAN LOGO UMKM NON MAKANAN

4.1. Mandiri Art

UMKM Mandiri Art awalnya bernama Mandiri Jaya. Mandiri Art merupakan salah satu penghasil produk kreatif bergerak dibidang industri kecil menengah untuk plakat dan merchandise. Dari tahun ke tahun kuantitas dan kualitas makin membaik, mulai dari pemilihan alat dan bahan serta tenaga kerja yang memadai. Usulan mengenai identitas logo berbasis tipografi dimaksudkan untuk memudahkan konsumen semakin mengenali Mandiri Art dan produk-produknya.

UMKM Mandiri Art beralamat di jalan LPPU II no 12 F Temabalang Semarang dengan ragam produk yang ditawarkan meliputi plakat, piala, gantungan kunci, pin, jam, mug, stiker, gelas, kreasi akrilik, id card, medali dan pernik pernak pernik kebutuhan merchandise lainnya. Konsep logo yang diusulkan mencerminkan penggunaan huruf dengan tingkat keterbacaan yang tinggi karena digunakan pada aplikasi beragam bentuk merchandise.

Logogram dan logo type 	Visual logogram berbentuk plakat sebagai spesialisasi Mandiri Art, dengan bentuk lingkaran tangan berkarya, MA akronim secara modern dan unik. Gagasan logotype diambil dari font Trajan Pro yang sering digunakan pada komunikasi visual poster-poster film ternama, memudahkan pembacaan oleh konsumen.
Skema warna	Dominasi warna hijau rumpun pantone #7473C hingga #7739C dengan konfigurasi C 81 M 11 Y 58 dan K 2 didukung warna hitam sebagai shadow dan warna huruf pantone black 6C C 75 M 68 Y 67 K 90

Beberapa penerapan logo pada produk UMKM Mandiri Art

- Mug merchandise



- Kaos merchandise



4.2. Tirana Batik

Nama Tirana adalah salah satu UMKM Batik terdaftar pada Dinas Koperasi Kota Semarang. Merupakan produksi batik tulis dan cap bercirikan Kota Semarang. Namanya diambil dari pemiliknya langsung bernama Ibu Reni Tirana yang sering menjual dan memamerkan batiknya di Balai Kota sejak 2006. Untuk mendekatkan produk dengan konsumen diusulkan sebuah identitas baru bagi Tirana Batik.

Konsep standarnya adalah pemberian identitas visual yang konsisten dalam pemilihan bentuk dan warna, lay out logo yang proporsional dan memiliki pesan kuat untuk konsumen. Terdiri dari basis tipografi bersumber teks berkarakter terpilih dan bentuk yang mewakili Tirana Batik. Tujuannya tentu saja semakin mendekatkan produk dengan konsumen yang membutuhkan.

Logogram dan logotype 	Visualisasi logogram Tirana Batik berujud canthing yang diletakkan secara vertikal, dengan alas pondasi Tugu Muda Semarang yang bersifat asosiatif. Didukung dengan pilihan font bertipe Bodoni, font serif dengan karakter lengkung atau kait bersifat klasik pada produknya.
Sketsa lay out vertikal 	Konfigurasi horisontal vertikal 

Beberapa penggunaan atau aplikasi logo yang disarankan

- Peletakan pada background benar dan salah



- Banner Tirana Batik



- Kartu Identitas Tirana Batik



- Tirana Batik Stationary



Penggunaan logo yang tidak disarankan karena perubahan rasio, proporsi bentuk dan warna



4.3. Sendang Mulyo Batik

Batik Sendang Mulyo pada awalnya bernama Batik Seroja. Kali pertama didirikan pada tahun 2015 berlokasi etalase di Jalan Batan Miroto 38 B Thamrin Semarang, Dekrasnada Jalan Pahlawan no 4 Semarang dan Despra Jalan Pahlawan no 8 Semarang. Produksinya berada pada lokasi di Jalan Bukit Seroja II/E 177 Bukit Sendanng Mulyo. Secara manual, batik diproduksi dengan teknik menggunakan canting. Motif visual diambil dari lingkungan sekitar khususnya gaya Semarang.

Konsep logo, secara tipografi menggunakan huruf yang menyerupai aksara Jawa. Usulan ini diberikan karena Semarang masih merupakan pusat Jawa Tengah dan memegang nilai-nilai serta falsafah Jawa. Terdapat bentuk canting pada logo tipografi sehingga persepsi konsumen mudah mengerti bahwa identitas produk berkarakter tersebut merupakan produk batik.

Logo gram dan logo type



Digunakan kode pallete warna rumpun kecoklatan dan hitam #686160 dan #231F20 Dengan huruf bergaya karakter huruf aksra Jawa.

Alternatif logo



Berbasis pada huruf sans serif Ailerons, simple dan kreatif didukung dengan kombinasi bentuk lingkaran dan digonal dengan canthing kecil didalamnya. Kode-kode pewarnaan kuning emas C 20 M 33 Y 91 K 0 serta hitam C 0 M 0 Y 0 K 0 cerminan kesederhanaan dasar dan kekuatan.

Beberapa contoh penerapan logo Sendang Mulyo

- Penerapan pada latar belakang berwarna



- Penggunaan labelling



- Kartu nama



4.4. Sinta Craft

Sinta Craft merupakan UMKM binaan Dinas Koperasi yang memproduksi pita rajut secara manual atau handmade beralamat di jalan Sinar Pelangi no. 482 Semarang. Sinta Craft juga merupakan salah satu UMKM potensial milik perorangan yang memenuhi kriteria usaha sebagaimana diatur dalam undang-undang. Secara visual produknya sudah didesain dengan baik, menggunakan ornamen bunga serta dirajut secara rapi. Namun demikian belum memiliki identitas logo. Di pengabdian ini, berbasis tipografi diusulkan sebuah logo dan alternatifnya agar Sinta Craft lebih dikenal dan mudah diingat oleh konsumen.

Pemiliknya bernama Ibu Sinta, yang memproduksi tas rajut pita dan kerajinan lainnya secara manual. Sebetulnya Sinta Craft sendiri memiliki keinginan untuk dapat di distribusikan seluruh ke Indonesia. Targetnya untuk kaum wanita, khususnya ibu-ibu atau gadis remaja.

Konsep logo berbasis tipografi dimunculkan karakter elegan dan mahal dengan bentuk huruf dan warna yang berkesan elegan, berkilau kuning dan keemasan. Secara dasar bentuk digunakan pita yang identik dengan produknya sendiri dengan kombinasi hitam background sebagai dasar penguat kesan.

Logo gram		Didasarkan pada bentuk pita, representasi dari kerajinan pita produk Sinta Craft
Logo type		Didasarkan pada bentuk tipografi yang menyerupai pita dan didapatkan pada karakter advanced Sans Serif 7 Bold

Pengembangan logo berbasis tipografi yang diusulkan dengan skema warna::

	C 007 M 029 Y 100 K 000 C 002 M 015 Y 098 K 000 C 075 M 068 Y 067 K 090
--	--

Beberapa contoh pengaplikasian logo berbasis tipografi pada produk Sinta Craft

- Kartu nama



- Kemasan goody bag



- Label harga



BAB V

PENUTUP

5.1. KESIMPULAN

Tipe-tipe pembelajaran langsung dengan model pengabdian kasus nyata seperti UMKM terpilih menjadikan wawasan, ketrampilan dan sikap-sikap untuk memajukan usaha menjadi lebih terarah. Selama proses pengabdian model penggunaan tipografi yang tadinya hanya asal-asalan menjadi lebih terukur dan bermakna. Tidak hanya huruf, pengenalan bentuk, warna serta karakter huruf dapat membantu pelaku UMKM menemukan dan memberi identitas baru pada produknya.

5.2. SARAN

Kelak perlu dibukukan atau dibuat modul yang lebih komprehensif namun mudah dibaca oleh para pelaku usaha UMKM di Kota Semarang.

LAMPIRAN

RANCANGAN EVALUASI

Evaluasi pengabdian diadakan tiga kali, yakni pada:

- a. Tahap awal (proposal awal)
- b. Tahap kedua (analisa dan interpretasi)
- c. Tahap akhir (hasil pengabdian)

RENCANA DAN JADWAL KERJA

No	Jenis Kegiatan	Sept 16	Nov 16	Des 16	Jan 17	Feb 17	Mar 17	Apr 17	Mei 17
1	Pengajuan Proposal	X							
2	Pertemuan dengan UMKM dan Review I		X	X					
3	Perencanaan desain dan eksekusi			X	X	X	X		
4	Review II							X	X
5	Penyusunan hasil akhir & Penyerahan laporan Akhir							X	X

SUSUNAN TIM PENGABDIAN

Ketua : Peter Ardhiyanto, S.Sn., M.Sn. 058.1.2015.295

Email : peter.ardhiyanto@unika.ac.id

Anggota : Ag. Dicky Prastomo, S.IP, MA 058.1.2013.283

Email : dicky.prastomo@unika.ac.id

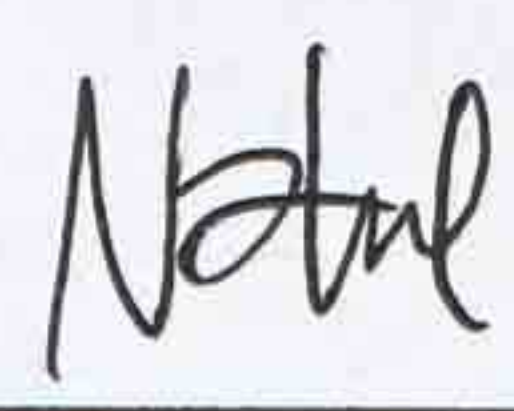
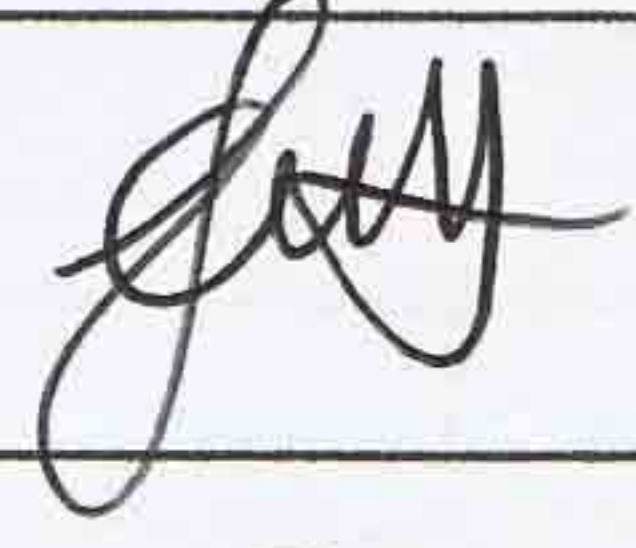
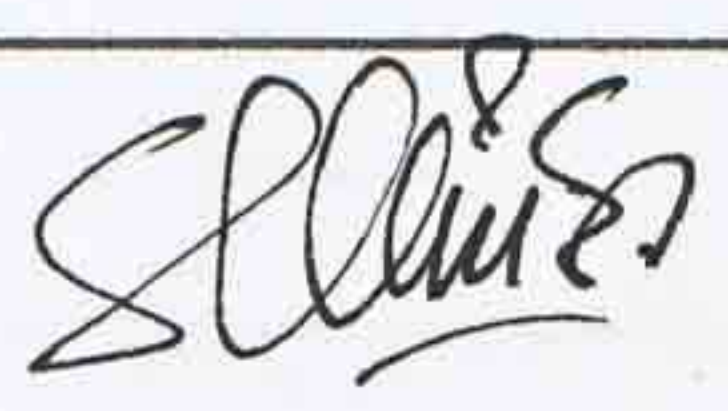
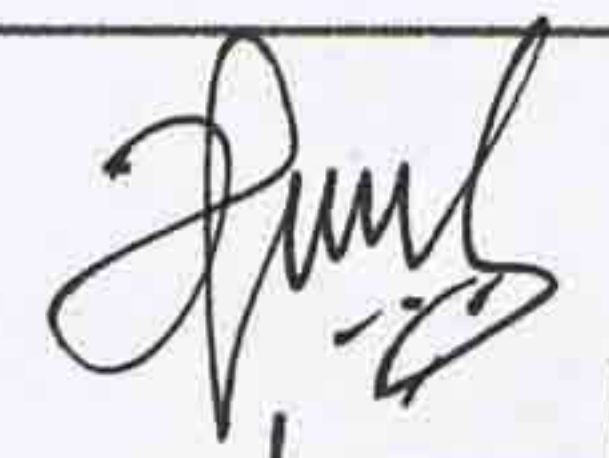
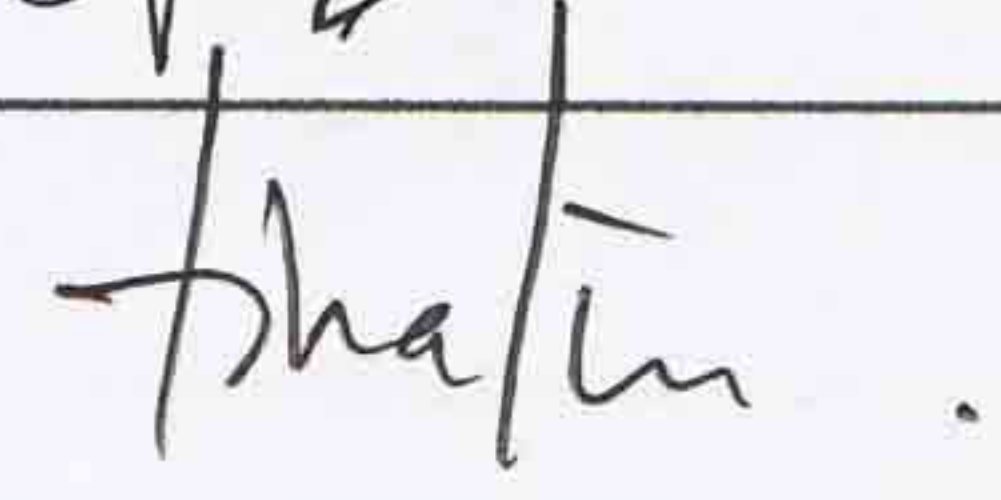
RENCANA ANGGARAN DAN BIAYA

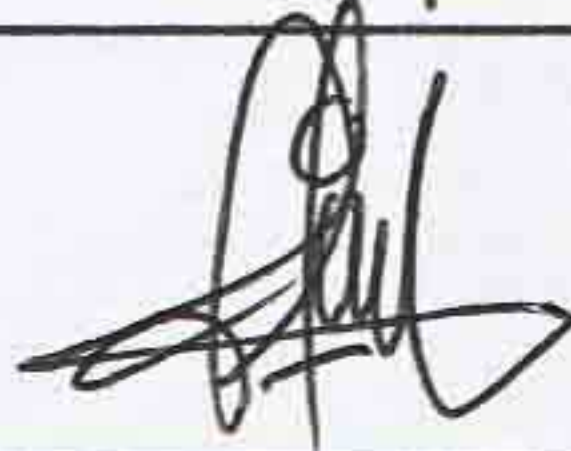
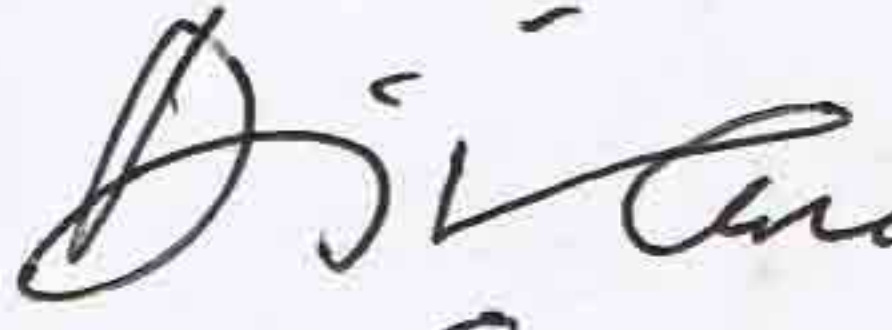
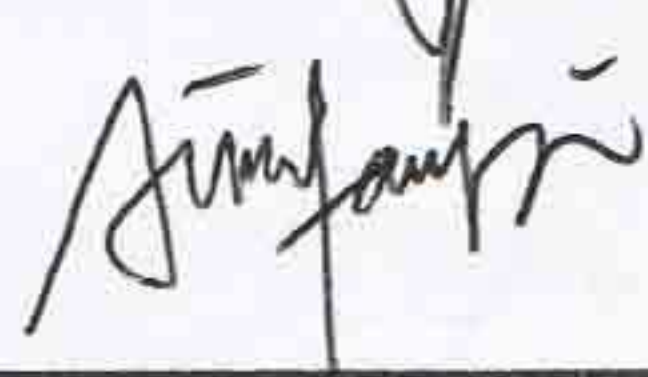
No	Item	Jml	Sat	harga		total
A. ALAT HABIS PAKAI						
01	kertas HVS A4	2	rim	Rp	40.000,00	Rp 80.000,00
02	Kertas buram A4	2	rim	Rp	30.000,00	Rp 60.000,00
03	Tinta printer hitam	2	buah	Rp	175.000,00	Rp 350.000,00
04	Tinta Printer warna	2	buah	Rp	175.000,00	Rp 350.000,00
05	Alat tulis	1	LS	Rp	100.000,00	Rp 100.000,00
06	Foto copy data dan pengerjaan	1	LS	Rp	150.000,00	Rp 150.000,00
SUBTOTAL A						Rp 1.090.000,00
B. HONOR						
01	Ketua	6	bulan	Rp	75.000,00	Rp 450.000,00
02	Anggota	6	bulan	Rp	50.000,00	Rp 300.000,00
SUBTOTAL B						Rp 750.000,00
C. PENUNJANG						
01	Transportasi	1	LS	Rp	500.000,00	Rp 500.000,00
02	Pameran	8	kali	Rp	50.000,00	Rp 400.000,00
03	souvenir untuk narasumber	5	LS	Rp	75.000,00	Rp 375.000,00
SUBTOTAL C						Rp 1.275.000,00
D. PENYELESAIAN LAPORAN						
01	Pengolahan Data	1	LS	Rp	300.000,00	Rp 300.000,00
02	Foto Copy Laporan	4	eksp	Rp	50.000,00	Rp 200.000,00
03	Jilid	4	buah	Rp	7.500,00	Rp 30.000,00
SUBTOTAL D						Rp 530.000,00
	total				Rp	3.645.000,00

DAFTAR PUSTAKA

- Rustan, Surianto, 2009, Layout, dasar dan penerapannya, Gramedia Pustaka Utama,
Jakarta
2011, Huruf Font, Tipografi, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sihombing, Danton, 2011, Tipografi dalam desain grafis, Gramedia Pustaka Utama,
Jakarta

**DAFTAR HADIR TIM DKV 2 PADA AUDIENSI UMKM TERPILIH
MANDIRI ART, TIRANA BATIK, SENDANG MULYO DAN SINTA CRAFT
31 JANUARI 2017**

NO	NIM	NAMA	TANDA TANGAN
1	1313.0070	Benny Kristian	
2	13.3.0052	MEIRCEL DSAJAPUTRA	
3	13.13.0003	Siek, Yoshe Faustin .W	
4	13.13.0007	Jack Ryan H	
5	13.13.0049	Yesica Joewono	
6	1313.0091	Yudi Martino Susanto	
7	13.13.0019	Natalia Hartono	
8	13-13-0012	Alexander Tyas Y	
9	13.13.0040	Alfred Wongan	
10	13.13.0025	Jodiawan C	
11	13.13.0070	Timothy Evan	
12	13.13.0064	Andy Darna Saputra	
13	1313.0063	Angelina Octaviani N.	
14	13.13.0033	Sheila Santoso	
15	13.06.0004	Maygisella Kurniawan	
16	13.13.0056	Martina	

17	13.13.0053	Tjoa, Nita-D	<u>Nita</u>
18	13.13.0026	cornella Octaviani A	
19	13.13.0010	Amelia D.S.	
20	13.13.0020	Yunike Amelia	
21	13.13.0047	Wijayanti-Purnamasari	
22	13.13.0035	Swing, Agnes F.	
23	13.13.0017	Fabiana Alam	
24	13.13.0086	Friska Andriani P	
25	13.13.0081	Queen Aryani	
26	13.13.0082	Dian A Rulungan	
27	13.13.0073	Iqbal Gelar P	
28	13.13.00	Husein AL Hafidz	
29	13.13.0001	Aimee Natalia	
30	13.13.0002	Tri Rahyuni	
31	13.13.0018	Sanjaya Iwan	
32	13.13.0011	Tjong, Alva Romero	
33	13.13.0044	Adeline Babnella	
34	13.13.0051	T-x. Agung T.i?	