

Strategi Pengembangan Logo Untuk *Packaging* Oleh-Oleh Makanan Khas Labuan Bajo

Alfonsius Nove Edmind¹, Reynaldo Angga Siagian^{2*}

¹Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik eLBajo Commodus, Labuan Bajo, Indonesia

^{2*}Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik eLBajo Commodus, Labuan Bajo, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis : Reynaldo Angga Siagian
E-mail : reynaldo25angga@gmail.com

Diterima : 28 Maret 2025
Direvisi : 19 April 2025
Diterbitkan : 30 April 2025

Abstract

This study aims to understand the importance of logo design in souvenir food products, focusing on aspects such as color, type, and logo placement. The research was conducted in souvenir shops in Labuan Bajo using a qualitative approach through observations, in-depth interviews, and literature studies. The findings indicate that appropriate color selection can create a strong visual connection and convey a professional impression. Current trends show that font-based logos are popular; however, a balanced combination of fonts, images, and symbols is essential for clear and effective messaging. Logo placement is also crucial in enhancing product visibility and appeal. Logos should be easily noticeable and appropriately positioned based on the media used. Data validation was carried out through source triangulation, and analysis followed data reduction, presentation, and conclusion stages. This study concludes that effective logo design through appropriate color, type, and placement can significantly increase product attractiveness and strengthen brand identity, particularly for MSMEs in Labuan Bajo.

Keywords: logo design, logo color, logo type, logo placement

Abstrak

Penelitian ini bertujuan memahami pentingnya desain logo pada produk souvenir oleh-oleh makanan khas, dengan fokus pada aspek warna, jenis, dan penempatan logo. Studi dilakukan di toko souvenir di Labuan Bajo dengan pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan warna yang sesuai dapat menciptakan hubungan visual yang kuat serta memberikan kesan profesional. Tren terkini juga memperlihatkan popularitas logo berbasis font, namun keseimbangan antara font, gambar, dan simbol tetap penting agar pesan tersampaikan secara efektif. Penempatan logo berperan penting dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk. Logo harus mudah dilihat dan disesuaikan dengan media penggunaannya. Validasi data dilakukan melalui triangulasi sumber, dan analisis mengikuti tahapan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa desain logo yang tepat secara signifikan dapat meningkatkan daya tarik produk dan membangun identitas merek, khususnya bagi UMKM di Labuan Bajo.

Kata kunci: desain logo, warna logo, jenis logo, penempatan logo

PENDAHULUAN

Labuan Bajo merupakan salah satu tujuan wisata yang sedang berkembang, dimana saat ini Labuan Bajo sebagai salah satu destinasi wisata mulai ramai dikunjungi wisatawan setelah pulau komodo masuk dalam daftar tujuh keajaiban dunia baru (Arif & Kiwang,

2020). Keindahan alamnya yang menakjubkan dan keunikan budayanya membuat Labuan Bajo menjadi tempat yang ideal untuk memproduksi dan memasarkan produk souvenir. Belum lagi mayoritas UMKM bergerak dalam sektor retail, mencerminkan permintaan dan penawaran yang kuat dalam barang sehari-hari terutama makanan (Siagian & Safitri, 2024). Hal ini membuat agar menjadi kompetitif di pasar souvenir yang semakin sibuk, diperlukan inovasi dalam desain kemasan terutama pada identitas merek seperti logo.

Strategi pengembangan logo pada kemasan oleh-oleh makanan khas Labuan Bajo merupakan aspek penting dalam membangun identitas merek dan meningkatkan daya tarik produk. Logo berperan sebagai identitas visual yang membedakan produk serta memperkuat citra profesional dan berkualitas (Intan & Hanindharputri, 2018). Selain itu juga usahawan harus dapat membangun citra positif di sekitar produknya agar dapat diketahui dan dinilai baik oleh calon konsumen (Wadhi et al., 2023). Masih banyak produk souvenir di Labuan Bajo yang belum memiliki identitas logo yang jelas, sehingga menyulitkan konsumen dalam mengenali dan membedakan produk yang satu dengan yang lain.

Logo yang dirancang secara tepat tidak hanya meningkatkan estetika kemasan, tetapi juga mampu menarik perhatian konsumen, membangun loyalitas merek, serta mendorong keputusan pembelian (Wijayanti et al., 2015). Contohnya dapat dilihat pada brand lokal seperti *Sambal Capten*, yang telah berhasil menggunakan logo untuk mencerminkan identitas produknya.

Sebagai salah satu destinasi wisata unggulan Indonesia, Labuan Bajo memiliki potensi besar dalam pengembangan produk oleh-oleh. Dengan meningkatnya arus wisatawan, kebutuhan akan kemasan produk yang menarik dan berkarakter semakin penting (Arif & Kiwang, 2020). Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan logo untuk kemasan makanan khas Labuan Bajo guna memperkuat daya saing produk lokal di pasar oleh-oleh yang kompetitif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara desain logo dengan keputusan pembelian konsumen, mengidentifikasi elemen visual yang relevan untuk pengembangan logo, serta memberikan rekomendasi desain logo yang efektif berdasarkan preferensi pelaku UMKM, toko souvenir, dan ahli desain. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu desain serta manfaat praktis bagi industri oleh-oleh lokal dan konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Produk Souvenir

Produk *souvenir* adalah barang-barang yang digunakan sebagai hadiah atau kenang-kenangan dari suatu acara atau perjalanan, yang sering kali terkait dengan lokasi atau peristiwa tertentu. *Souvenir* juga berfungsi untuk mempromosikan tempat wisata, perusahaan, atau acara. *Souvenir* dapat berupa berbagai barang, seperti pernak-pernik, pakaian, makanan, atau produk unik yang dilengkapi dengan desain atau logo khusus (Putra, 2021). Dalam pengembangan pariwisata suatu daerah, kualitas dan keanekaragaman produk souvenir sangat penting, yang mana pengrajin diharapkan memiliki kreativitas dan keterampilan untuk menghasilkan produk yang inovatif dan menarik (Walansendow, 2016).

Pengembangan Logo

Logo merupakan elemen visual utama dalam identitas merek yang memiliki peran krusial sebagai alat komunikasi merek kepada konsumen. Logo bukan hanya alat untuk membedakan produk atau jasa dari pesaing, tetapi juga berfungsi untuk menciptakan hubungan emosional dengan konsumen dan memperkenalkan merek (Ar-Rafi & Aji, 2023). Logo dapat mencerminkan kualitas dan aspirasi perusahaan, serta memberikan citra positif yang dapat dipercaya oleh konsumen (Mutiarani et al., 2020). Oleh karena itu, pengembangan logo yang efektif memerlukan perencanaan yang hati-hati dan melibatkan beberapa elemen penting, di antaranya adalah:

Warna Logo: Warna memainkan peran penting dalam desain logo. Pilihan warna harus mempertimbangkan aplikasinya di berbagai media, seperti signage, alat tulis, kendaraan, dan kemasan (Said, 2019).

Jenis Logo: Terdapat tiga jenis logo, yaitu logo ikonik atau simbolis yang menggunakan simbol atau objek untuk mewakili merek, *logotype* yang menggunakan huruf atau kata untuk identitas merek, serta logo kompleks yang menggabungkan simbol dan teks dalam satu konsep (Dobrescu et al., 2021).

Penempatan Logo: Penempatan logo pada kemasan produk sangat penting untuk meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian konsumen. Penempatan yang tepat dapat memperkuat citra merek, meningkatkan kesadaran merek, serta membedakan produk dari pesaing (Ali et al., 2023).

Kemasan

Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang penting. Desain kemasan yang menarik dapat menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian (Primandari, 2021). Kemasan yang baik tidak hanya melindungi produk, tetapi juga mencerminkan kualitasnya dan memberikan informasi yang berguna bagi konsumen (Astuti et al., 2021). Desain kemasan yang unik dan inovatif dapat meningkatkan nilai jual produk, sehingga kemasan menjadi elemen strategis dalam pemasaran.

HASIL DAN DISKUSI

Penelitian ini mengungkapkan bahwa desain logo yang efektif memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk souvenir, khususnya produk oleh-oleh makanan khas Labuan Bajo. Berdasarkan hasil observasi langsung di toko-toko souvenir seperti Kado Bajo dan La Moringa, serta wawancara dengan berbagai pelaku industri, ditemukan bahwa produk dengan logo yang jelas, menarik, dan mudah dikenali lebih mampu menarik perhatian konsumen dibandingkan dengan produk yang hanya menggunakan penanda sederhana. Hal ini menunjukkan bahwa logo yang efektif tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual, tetapi juga sebagai alat untuk membedakan merek dari pesaing.

Beberapa toko souvenir dan UMKM seperti Indolatifa dan Sambal Kapeten yang terlibat dalam penelitian ini, melaporkan peningkatan dalam pengenalan merek dan daya tarik produk mereka setelah memperbarui desain logo mereka. Oleh karena itu, desain logo memiliki dampak yang sangat besar dalam meningkatkan citra merek dan memperkuat hubungan emosional antara produk dengan konsumen.

Dari hasil penelitian ini terdapat beberapa elemen desain logo yang terbukti berpengaruh besar terhadap daya tarik konsumen terhadap produk makanan khas Labuan Bajo.

Warna Logo

Warna memiliki peranan penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap suatu merek atau produk. Hasil temuan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Labuan Bajo masih belum memanfaatkan makna psikologis warna secara optimal dalam strategi desain logo mereka. Warna cenderung dipilih berdasarkan selera pribadi atau kebiasaan umum, tanpa pertimbangan yang strategis terhadap dampaknya terhadap persepsi konsumen. Pemilihan warna yang tepat dapat memperkuat karakter produk dan meningkatkan daya tarik visual kemasan. Seperti warna hijau banyak digunakan untuk produk yang ingin menonjolkan unsur alami dan sehat, sedangkan warna merah dan oranye memberikan kesan kuat dan dinamis yang sesuai untuk produk makanan dengan cita rasa khas dan intens. Adapun warna biru dan emas digunakan untuk memperkuat kesan profesional dan premium pada produk, serta membangun citra kepercayaan dan kualitas.



Gambar 2. Logo dan produk La Moringa

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Jenis logo

Jenis logo yang digunakan oleh para pelaku usaha di Labuan Bajo umumnya terbagi menjadi tiga, yaitu logotype (berbasis teks), logomark (berbasis simbol), dan kombinasi keduanya. Logotype banyak digunakan karena memberikan kejelasan identitas dan mudah dikenali oleh konsumen.



Gambar 3. Produk Indolatifa

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Logo berbasis simbol mulai banyak diadopsi untuk menciptakan identitas visual yang lebih khas, terutama yang menggambarkan elemen lokal seperti fauna, budaya, atau ikon wisata Labuan Bajo. Logo jenis kombinasi dinilai paling efektif karena menggabungkan

kekuatan pengenalan teks dan daya tarik visual dari simbol. Selain itu efektivitas jenis logo sangat ditentukan oleh kesederhanaan, keterbacaan, serta relevansi bentuk dengan karakter produk. Logo yang terlalu kompleks cenderung sulit diingat dan kurang efisien dalam aplikasi pada berbagai media kemasan.

Penempatan Logo Pada Kemasan

Penempatan logo pada kemasan juga menjadi faktor penentu dalam keberhasilan strategi visual produk. Logo yang ditempatkan secara proporsional di area strategis seperti bagian tengah atau atas kemasan memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian konsumen.



Gambar 4. Produk Sambal Kapten

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Penempatan yang konsisten dan seimbang dengan elemen visual lainnya juga meningkatkan profesionalitas tampilan produk. Sebaliknya logo yang terlalu kecil, tidak proporsional, atau tersembunyi di area yang kurang terlihat akan mengurangi efektivitas pesan visual dan melemahkan identitas merek. Dalam pengamatan di lapangan beberapa pelaku UMKM masih menempatkan logo secara tidak terstruktur, sehingga tidak memaksimalkan potensi visual dari desain kemasan. Oleh karena itu, penempatan logo harus dirancang secara matang agar mendukung kekuatan merek serta memperkuat daya tarik produk di pasar.

Secara keseluruhan penelitian ini menunjukkan bahwa desain logo yang baik dan penempatan logo yang strategis berperan penting dalam memperkuat citra merek, meningkatkan daya tarik produk, serta menciptakan hubungan emosional antara produk dan konsumen. Hal ini sangat penting untuk keberhasilan produk oleh-oleh makanan khas Labuan Bajo, yang seringkali bersaing di pasar yang sangat padat dan kompetitif. Penting untuk dicatat bahwa desain logo tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk membedakan produk dari pesaing, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang efektif untuk membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, UMKM dan toko souvenir di Labuan Bajo perlu terus memperhatikan elemen-elemen desain seperti warna, jenis logo, dan penempatan logo dalam mengembangkan produk mereka. Dengan pengembangan logo yang tepat, mereka tidak hanya dapat memperkenalkan produk mereka dengan lebih baik, tetapi juga dapat memperkuat posisi merek mereka di pasar.

Dengan hasil penelitian ini diharapkan pengusaha UMKM dan toko souvenir dapat lebih memahami pentingnya desain logo yang efektif dalam membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan daya saing produk mereka, baik di pasar lokal maupun internasional.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa desain logo memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik dan daya saing produk oleh-oleh makanan khas Labuan Bajo. Elemen-elemen seperti warna, jenis logo, dan penempatan logo pada kemasan terbukti memengaruhi keputusan pembelian dan membangun identitas merek yang kuat. Warna yang tepat dapat memperkuat karakter produk, sementara jenis logo kombinasi antara *logo type* dan *logo mark* memberikan identitas yang jelas dan daya tarik visual.

Penempatan logo yang strategis di area yang mudah terlihat dapat meningkatkan visibilitas dan kesan profesional produk. Secara keseluruhan pengembangan logo yang efektif sangat penting dalam memperkuat citra merek dan daya tarik produk, serta menciptakan hubungan emosional dengan konsumen. Oleh karena itu UMKM dan toko souvenir di Labuan Bajo disarankan untuk lebih memperhatikan elemen desain logo dalam strategi pemasaran mereka untuk bersaing lebih efektif di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, F., Dewanto, Y., & Suyanto, B. (2023). Pengembangan sentra penjualan dan desain kemasan untuk meningkatkan nilai tambah tanaman hias. *Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 83-90.
- Aplikasi Web Dan Android “Nulisbali”. *Jurnal Nawala Visual*.
- Ar-Rafi, R., & Aji, R. (2023). Efektivitas Strategi Branding Lewat Penempatan Logo Dan Super Grafis Pada Video Reels Instagram Ikoma Its. *Seniman: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*.
- Arif, F., & Kiwang, A. (2020). Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat Labuan Bajo Akibat Pembangunan Pariwisata. *Jurnal Studi Sosial*, 87-97.
- Astuti, A. T., Candra, A., Prastika, K. S., Al-Azhar, M. A., & Hardilawati, W. L. (2021). Peningkatan Omset Usaha Keripik Nanas Melalui Pembaharuan Desain Kemasan Dan Penjualan E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu Negeri*.
- Dobrescu, T., Adîr, G., & Adîr, V. (2021). Graphic And Meaning In Logo Design.
- Intan, A., & Hanindharputri, M. (2018). Elemen Visual Sebagai Pembentuk Kekuatan Logo.
- Mutiarani, R., Novitasari, D., & An, I. (2020). Perancangan Desain Logo Untuk
- Primandari, P. N. (2021). Pelatihan Desain Label Packaging Pada Produk Olahan Pisang Di Desa Kebondalem, Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian LPPM Untagsurabaya*, 1 –4.
- Putra, E. (2021). Potensi Pengembangan Souvenir Di Sulawesi Tengah. *L Pariwisata Parama*, 16 -23.
- Said, A. (2019). Mendesain Logo. *Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain*.

- Siagian, R.A., & Safitri, Ni Wayan. N. (2024). Sumber dan Batasan Pendanaan Keuangan Usaha Mikro (Studi Kasus: UMKM di Labuan Bajo). *Jurnal Penelitian Terapan Mahasiswa*, 88-96.
- Wadhi, P.H.W., Berto. Y., Safitri, N.W.N., Siagian, R.A. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restaurant senja Eatery. *Jurnal Akademisi Vokasi*, 135-141.
- Walansendow, A. (2016). Karakteristik Model Dan Disain Produk Souvenir Berbahan Dasar Kayu Dan Tempurung Kelapa Sebagai Produk Pariwisata. *Tourism Scientific*.
- Wijayanti, A., Adib, A., & Tandio, E. (2015). Perancangan Logo Dan Desain Kemasan Untuk Dhisti Cookies Sebagai Camilan Di Kota Solo. *Desain Komunikasi Visual*, 121-131.