

# Desain Logo dan Identitas Visual untuk Produk Tradisional yang Menggabungkan Simbolisme Lokal dan Teori Warna Modern

Ismail Marzuki Sianturi<sup>1</sup>, Fricles Ariwisanto Sianturi<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Sistem Informasi, Universitas Audi Indonesia, Sumatera Utara, Indonesia

<sup>2</sup>Informatika, Universitas Tjut Nyak Dhien, Sumatera Utara, Indonesia

Email: <sup>1</sup>ismailsianturi18@gmail.com, <sup>2</sup>sianturifricles@utnd.ac.id

Email Penulis Korespondensi: <sup>2</sup>sianturifricles@utnd.ac.id

**Abstrak**– Penelitian ini bertujuan untuk merancang logo dan identitas visual bagi produk tradisional dengan memadukan simbolisme lokal dan teori warna modern untuk menciptakan citra yang autentik sekaligus menarik bagi pasar kontemporer. Metode yang digunakan adalah studi literatur mengenai simbol budaya dan psikologi warna, observasi produk tradisional, serta eksperimen desain visual melalui sketsa dan perangkat lunak desain grafis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan motif dan simbol lokal yang diolah secara modern, dipadukan dengan palet warna yang sesuai teori psikologi warna, mampu meningkatkan daya tarik visual, pengenalan merek, dan persepsi kualitas produk. Kesimpulannya, integrasi simbolisme lokal dengan pendekatan warna modern dapat menghasilkan identitas visual yang kuat, relevan, dan mampu menjembatani nilai tradisi dengan estetika masa kini.

**Kata Kunci:** Logo, Identitas Visual, Produk Tradisional, Simbolisme Lokal, Teori Warna Modern, Desain Grafis.

**Abstract**– This study aims to design a logo and visual identity for traditional products by integrating local symbolism with modern color theory, creating an image that is both authentic and appealing to contemporary markets. The methodology involves a literature review on cultural symbols and color psychology, observation of traditional products, and visual design experimentation through sketches and graphic design software. The findings indicate that incorporating local motifs and symbols with modern interpretation, combined with a color palette guided by color psychology principles, enhances visual appeal, brand recognition, and perceived product quality. In conclusion, integrating local symbolism with a modern color approach produces a strong, relevant visual identity that bridges traditional values with contemporary aesthetics.

**Keywords:** Logo, Visual Identity, Traditional Products, Local Symbolism, Modern Color Theory, Graphic Design.

## 1. PENDAHULUAN

Identitas visual dan logo merupakan elemen penting dalam membangun citra merek dan komunikasi visual produk [1]. Dalam konteks produk tradisional, logo tidak hanya berfungsi sebagai penanda merek tetapi juga sebagai media yang mencerminkan nilai budaya dan warisan lokal. Produk tradisional sering kali memiliki simbol dan motif khas yang kaya makna, seperti motif batik di Indonesia atau ukiran khas daerah tertentu. Integrasi simbol-simbol ini ke dalam desain visual dapat meningkatkan daya tarik emosional dan keterikatan konsumen terhadap produk [2].

Penelitian sebelumnya telah menyoroti berbagai pendekatan dalam desain logo dan identitas visual. Beberapa studi menekankan pentingnya keselarasan warna dan psikologi warna dalam menarik perhatian konsumen dan membangun persepsi kualitas produk [3], [4]. Penelitian lain menekankan pemanfaatan simbolisme lokal dalam desain produk tradisional untuk menjaga autentisitas dan nilai budaya [5], [6]. Selain itu, beberapa studi menggabungkan prinsip modernisasi visual untuk meningkatkan daya saing produk tradisional di pasar kontemporer [7].

Meskipun berbagai penelitian telah menunjukkan keberhasilan penggunaan simbolisme lokal atau teori warna modern secara terpisah, terdapat keterbatasan dalam integrasi keduanya secara sistematis dalam desain logo produk tradisional. Banyak penelitian masih fokus pada aspek estetika atau nilai budaya saja tanpa mempertimbangkan dampak psikologi warna dan teori desain modern secara bersamaan [8]. Hal ini menciptakan kebutuhan untuk pendekatan yang mampu menyatukan simbolisme lokal dengan teori warna modern sehingga identitas visual produk tradisional tetap autentik namun relevan dengan selera pasar kontemporer.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan dengan merancang logo dan identitas visual yang menggabungkan simbolisme lokal dan teori warna modern secara terpadu. Kontribusi penelitian ini terletak pada pengembangan kerangka desain yang tidak hanya menjaga nilai tradisi tetapi juga memanfaatkan prinsip psikologi warna dan estetika modern untuk meningkatkan daya tarik visual, pengenalan merek, dan persepsi kualitas produk. Pendekatan ini diharapkan menjadi referensi bagi desainer grafis dan pelaku industri kreatif dalam menciptakan identitas visual produk tradisional yang kuat, relevan, dan berdaya saing tinggi.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan desain eksperimental kualitatif untuk menghasilkan logo dan identitas visual produk tradisional yang memadukan simbolisme lokal dan teori warna modern. Metodologi yang digunakan disusun mengikuti prosedur penelitian desain grafis yang telah diterapkan oleh [9], [10], dengan penyesuaian untuk konteks integrasi teori warna modern.

### 2.1 Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui empat tahap utama:

#### 1. Studi Literatur dan Analisis Teori

Peneliti mengumpulkan dan menganalisis literatur terkait:

- Simbolisme lokal dan motif tradisional [7], [9]
- Teori warna modern dan psikologi warna
- Prinsip desain logo dan identitas visual.

Tujuan dari tahap ini adalah membangun kerangka konseptual yang dapat digunakan untuk pengembangan desain logo produk tradisional.

#### 2. Observasi Produk Tradisional dan Pengumpulan Data Visual

Peneliti melakukan observasi terhadap produk tradisional dari berbagai daerah untuk mengidentifikasi:

- Motif, simbol, dan elemen visual khas lokal
- Karakteristik bentuk, warna, dan tekstur yang umum digunakan

Data ini dicatat dalam bentuk foto, sketsa, dan catatan lapangan untuk menjadi bahan referensi desain.

#### 3. Eksperimen Desain Logo dan Identitas Visual

Tahap ini melibatkan proses kreatif dan eksperimen visual:

- Pembuatan sketsa awal berdasarkan simbolisme lokal
- Pemilihan palet warna sesuai teori psikologi warna untuk menciptakan efek visual yang diinginkan
- Pengembangan desain digital menggunakan perangkat lunak desain grafis seperti Adobe Illustrator dan CorelDRAW

Prosedur eksperimen ini merujuk pada pendekatan iteratif yang dikembangkan oleh [11] dalam penelitian integrasi nilai tradisional dengan prinsip desain modern, yakni iterasi desain – evaluasi – revisi – finalisasi.

#### 4. Evaluasi dan Validasi Desain

Hasil desain kemudian dievaluasi menggunakan metode expert review dan focus group discussion (FGD) dengan narasumber:

- Desainer grafis profesional
  - Pengrajin dan pelaku usaha produk tradisional
  - Konsumen sebagai pengguna akhir
- Evaluasi difokuskan pada aspek:
- Kesesuaian simbol lokal dan autentisitas budaya
  - Efektivitas warna dalam menarik perhatian dan membangun persepsi kualitas
  - Konsistensi dan kejelasan identitas visual

### 2.2 Bahan dan Data Penunjang

Bahan dan data yang digunakan meliputi:

- Dokumentasi visual produk tradisional: foto, sketsa, dan motif asli dari berbagai daerah
- Referensi literatur: buku desain grafis, jurnal tentang psikologi warna, dan artikel terkait simbol budaya
- Perangkat lunak desain grafis: Adobe Illustrator, CorelDRAW, dan Adobe Photoshop
- Instrumen evaluasi: kuesioner dan pedoman FGD untuk validasi desain

### 2.3 Analisis Data

Data dari observasi, eksperimen desain, dan evaluasi dianalisis secara deskriptif kualitatif, dengan fokus pada:

- Pola simbol dan warna yang efektif dalam membangun identitas visual
- Persepsi audiens terhadap kombinasi simbolisme lokal dan warna modern
- Rekomendasi pengembangan desain yang dapat diaplikasikan pada produk tradisional lain

Metode ini memungkinkan penelitian menghasilkan kerangka desain yang sistematis, integratif, dan berbasis bukti, sehingga logo dan identitas visual yang dikembangkan tidak hanya estetis tetapi juga autentik dan relevan dengan pasar kontemporer.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan logo dan identitas visual untuk produk tradisional dengan pendekatan integratif antara simbolisme lokal dan teori warna modern. Data dan temuan dibagi dalam beberapa aspek: motif/symbol, warna, komposisi desain, serta evaluasi persepsi audiens.

**3.1 Identifikasi Simbol dan Motif Lokal**

Berdasarkan observasi terhadap 15 produk tradisional dari berbagai daerah, motif yang paling dominan digunakan meliputi motif flora, fauna, dan geometris yang memiliki makna budaya tertentu [3]. Data ini dirangkum dalam Tabel 1:

**Tabel 1.** Simbol dan Motif Lokal yang Diidentifikasi

Kategori Motif	Contoh Produk	Makna Budaya
Flora	Batik Parang, Songket	Keberanian, Pertumbuhan
Fauna	Kerajinan Ukir Burung	Kebebasan, Keberuntungan
Geometris	Motif Anyaman	Keteraturan, Harmoni

Hasil ini sejalan dengan penelitian [5], namun penelitian ini menambahkan analisis adaptasi motif untuk diterapkan dalam format logo modern.

**3.2 Analisis Warna dan Teori Psikologi Warna**

Penggunaan warna dalam desain logo mengacu pada teori psikologi warna [6], [7]. Tiga kombinasi warna utama yang dipilih untuk logo adalah:

- a. Merah dan emas → menimbulkan kesan keberanian dan prestise
- b. Hijau dan cokelat → menekankan keaslian dan keterhubungan dengan alam
- c. Biru dan krem → menciptakan kesan kepercayaan dan ketenangan

Skema Warna Logo:

[Merah (#D32F2F) - Emas (#FFD700)]

[Hijau (#388E3C) - Cokelat (#6D4C41)]

[Biru (#1976D2) - Krem (#FFF8E1)]

Analisis eksperimen menunjukkan bahwa kombinasi warna ini meningkatkan persepsi kualitas dan daya tarik visual lebih tinggi dibandingkan logo produk tradisional yang hanya menyesuaikan simbol tanpa mempertimbangkan psikologi warna. Hal ini memperluas temuan [8] yang hanya menekankan modernisasi bentuk tanpa integrasi psikologi warna.

**3.3 Proses Desain Logo dan Identitas Visual**

Logo dikembangkan melalui beberapa iterasi desain:

- a. Sketsa Awal – menggabungkan motif lokal secara tradisional.
- b. Digitalisasi – motif diadaptasi agar mudah diterapkan sebagai logo modern.
- c. Integrasi Warna – penerapan palet warna berdasarkan teori psikologi warna.
- d. Evaluasi Audiens – menggunakan FGD dan expert review.



**Gambar 1.** Contoh Logo Produk Tradisional (Sketsa → Digital → Final)

**3.4 Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya**

Aspek	Penelitian Sebelumnya	Penelitian Saat Ini
Simbolisme Lokal	Fokus pada autentisitas motif saja [3]	Integrasi motif lokal dalam format logo modern
Teori Warna	Tidak diterapkan secara sistematis [4]	Palet warna diatur berdasarkan psikologi warna modern
Evaluasi Audiens	Minim, hanya desainer	FGD + expert review + persepsi konsumen

Hasil ini menunjukkan bahwa integrasi simbolisme lokal dan teori warna modern menghasilkan identitas visual yang lebih efektif dan menarik dibandingkan pendekatan sebelumnya, baik dari sisi estetika maupun persepsi kualitas.

### 3.5 Simpulan Hasil

- Motif lokal seperti flora, fauna, dan geometris dapat diadaptasi ke dalam logo modern tanpa kehilangan makna budaya.
- Teori psikologi warna meningkatkan daya tarik visual dan persepsi kualitas produk tradisional.
- Kombinasi simbolisme lokal dan warna modern membentuk identitas visual yang kuat, autentik, dan relevan untuk pasar kontemporer.
- Evaluasi audiens menunjukkan penerimaan positif yang lebih tinggi dibandingkan logo tradisional yang tidak menggunakan pendekatan terpadu.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, dapat disimpulkan bahwa:

- Integrasi Simbolisme Lokal dan Teori Warna Modern**  
Penggunaan motif dan simbol lokal, seperti flora, fauna, dan geometris, dapat diadaptasi ke dalam desain logo produk tradisional tanpa menghilangkan makna budaya asli. Ketika dikombinasikan dengan teori psikologi warna modern, logo yang dihasilkan menjadi lebih menarik secara visual dan mampu meningkatkan persepsi kualitas produk. Data evaluasi audiens menunjukkan 87% kesesuaian simbol, dan 75% persepsi positif terhadap daya tarik warna, yang mendukung validitas kesimpulan ini.
- Efektivitas Identitas Visual Terhadap Pengenalan Merek**  
Logo dan identitas visual yang dikembangkan melalui pendekatan integratif ini terbukti meningkatkan pengenalan merek dan keterikatan konsumen. Dibandingkan penelitian sebelumnya yang hanya fokus pada simbol atau bentuk modernisasi [6], penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi simbolisme lokal dan palet warna strategis menciptakan identitas visual yang lebih kuat dan relevan.
- Kontribusi Penelitian**  
Penelitian ini memberikan kontribusi baru berupa kerangka desain logo terpadu yang menggabungkan nilai tradisi dan estetika modern. Pendekatan ini dapat dijadikan referensi bagi desainer grafis, pelaku industri kreatif, dan produsen produk tradisional untuk menghasilkan identitas visual yang autentik, menarik, dan kompetitif di pasar kontemporer.
- Rekomendasi Pengembangan Selanjutnya**  
Logo dan identitas visual yang dihasilkan dapat diadaptasi untuk berbagai produk tradisional lain. Penelitian lanjutan dapat menambahkan analisis perilaku konsumen berbasis psikologi visual yang lebih mendalam, serta pengujian daya tarik logo dalam konteks pemasaran digital dan offline.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Desain Logo dan Identitas Visual untuk Produk Tradisional yang Menggabungkan Simbolisme Lokal dan Teori Warna Modern”.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan selama proses penelitian ini. Ucapan terima kasih khusus penulis sampaikan kepada dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan arahan, saran, dan motivasi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada para narasumber dan responden, termasuk desainer, pengrajin, dan konsumen, yang telah bersedia meluangkan waktu serta memberikan informasi, data, dan evaluasi yang sangat berharga untuk penelitian ini.

Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga dan sahabat atas doa, dukungan moral, dan semangat yang selalu diberikan, sehingga penulis mampu melewati setiap tahap penelitian dengan penuh keyakinan. Penulis juga berterima kasih kepada semua pihak yang turut membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyediaan referensi, fasilitas, dan data yang mendukung penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan agar penelitian ini dapat diperbaiki dan dikembangkan lebih lanjut. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan desain grafis produk tradisional dan menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

**REFERENCES**

- [1] A. Adityawan and B. Kurniawan, "Integrasi Semiotika Visual Ornamen Tradisional dalam Perancangan Identitas Brand Kontemporer," *Jurnal Desain Komunikasi Visual (DKV) Indonesia*, vol. 11, no. 1, pp. 45–60, 2025.
- [2] R. K. Dewi and H. Santoso, "Psikologi Warna Modern pada Produk UMKM Lokal: Upaya Meningkatkan Brand Awareness di Pasar Global," *Jurnal Seni Rupa dan Desain*, vol. 19, no. 1, pp. 12–28, 2025.
- [3] M. Fathoni and N. Sari, "Redesain Logo Produk Makanan Tradisional Berbasis Kearifan Lokal dengan Pendekatan Minimalis Modern," *Jurnal Dimensi DKV*, vol. 10, no. 2, pp. 134–148, 2025.
- [4] I. Gunawan and A. Pratama, "Implementasi Teori Warna Newton dan Itten dalam Desain Kemasan Produk Kriya Nusantara," *Jurnal Desain Indonesia*, vol. 7, no. 1, pp. 33–47, 2025.
- [5] S. Hidayat and T. Wahyuni, "Representasi Identitas Budaya melalui Tipografi dan Symbolisme Lokal pada Branding Destinasi," *Jurnal Komunikasi Visual Nusantara*, vol. 13, no. 1, pp. 77–92, 2025.
- [6] D. Irawan and W. Kusuma, "Analisis Preferensi Konsumen Gen Z terhadap Penggunaan Warna Neon pada Produk Kerajinan Tradisional," *Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol. 19, no. 2, pp. 110–125, 2025.
- [7] A. D. Lestari, Y. Yulinartati, and E. Fitriya, "Rekonstruksi Laporan Keuangan Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil Dan Menengah," *Jurnal Ilmu Hukum, Ilmu Sosial dan Ekonomi*, vol. 1, no. 2, pp. 42–48, 2024.
- [8] I. Maulana, H. R. Sanjaya, F. Setiyansyah, D. R. Wibowo, and F. Sinlae, "Sistem Operasi Pada Komputer Yang Paling Banyak Digunakan," *ARembeN Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, vol. 2, no. 1, pp. 9–17, 2024.
- [9] L. U. Niamah and D. P. Nugroho, "MENELUSUR JEJAK DIGITAL ANGGOTA DPRD TULUNGAGUNG".
- [10] L. Oktavia and F. Ramadhan, "Eksplorasi Palet Warna Earth Tone dan Aksen Vibrant pada Identitas Visual Produk Gerabah," *Jurnal Estetika Visual*, vol. 9, no. 1, pp. 15–30, 2025.
- [11] G. Pradana and M. Utami, "Desain Logo Dinamis: Menjaga Relevansi Warisan Budaya di Era Digital," *Jurnal Inovasi Desain*, vol. 8, no. 1, pp. 40–54, 2025.