

## **Pembuatan Bio-Pestisida Dari Kulit Bawang Sebagai Produk Unggulan Kelurahan Urangagung**

*Making Bio-Pesticide from Onion Skin as a Product of Excellence of Urangagung Village*

**Dian Rizka Salfana<sup>1\*</sup>, Sani<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

**Abstract**–KKN is one of the programs carried out to the community as a form of service to learn with the community, identify potential, and handle a problem in the social environment. Urangagung Village, Sidoarjo District, Sidoarjo Regency, East Java Province as a location for KKN implementation with the potential that can be developed into an innovation such as bio-pesticides from a mixture of onion skin waste. This bio-pesticide helps Urangagung Village farmers to overcome pest problems. In the products of KKN, a logo design is carried out as a form of empowerment of KKN products. The use of a logo is a means of communication in conveying product identity, which can later provide public perception of bio-pesticide products. The overall elements of the product logo represent the entire product from the ingredients to how it is used. Logo design can be a persuasive thing so that it can convince and influence. Logos in bio-pesticide products are able to attract people to find out more about the product.

**Keywords:** KKN; logo; design

**Abstrak**–KKN sebagai salah satu program yang dilakukan kepada masyarakat sebagai bentuk pengabdian untuk belajar bersama masyarakat, mengidentifikasi potensi, dan menangani suatu masalah di lingkungan sosial. Kelurahan Urangagung, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur sebagai lokasi pelaksanaan KKN dengan adanya potensi yang dapat dikembangkan menjadi sebuah inovasi seperti bio-pestisida dari campuran limbah kulit bawang. Bio-pestisida ini membantu para petani Kelurahan Urangagung untuk mengatasi permasalahan hama. Dalam produk hasil KKN dilakukan perancangan logo sebagai bentuk pemberdayaan produk KKN. Penggunaan logo sebagai salah satu sarana komunikasi dalam menyampaikan identitas produk, yang nantinya dapat memberikan persepsi masyarakat terhadap produk bio-pestisida. Pada keseluruhan elemen logo produk merepresentasikan keseluruhan produk mulai dari bahan hingga cara penggunaannya. Desain logo dapat menjadi suatu hal yang bersifat persuasif sehingga dapat meyakinkan dan mempengaruhi. Logo dalam produk bio-pestisida mampu menarik masyarakat untuk mengetahui produk lebih lanjut

---

\*Correspondence:

**Dian Rizka Salfana**

E-mail: [teknik.mesin@upnjatim.ac.id](mailto:teknik.mesin@upnjatim.ac.id)

**Keywords:** KKN; logo; desain

## 1. PENDAHULUAN

Kelurahan Urangagung terletak di wilayah Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur. Kelurahan Urangagung ini memiliki beberapa komoditas pertanian yang dimanfaatkan sehingga memiliki harga yang lebih tinggi, salah satunya adalah padi dan kacang hijau. Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan, masalah yang dihadapi petani di Kelurahan Urangagung ini salah satunya adalah adanya serangan hama pengganggu tanaman. Dalam program KKN ini kami selaku mahasiswa mencoba mengatasi permasalahan tersebut dengan adanya produk bio-pestisida. Bio-pestisida sebagai salah satu alternative untuk mengurangi dan mengusir hama yang ada pada tanaman pertanian. Bio-pestisida yang dihasilkan harus memiliki logo yang didesain sedemikian rupa untuk dapat mempengaruhi dan meyakinkan masyarakat akan produk bio-pestisida. Dalam perancangan logo bio-pestisida terdapat beberapa hal yang diperhatikan seperti penggunaan warna dan simbol.

Logo adalah elemen grafis yang berbentuk ideogram, simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah brand. Logo adalah atribut utama brand yang terlihat secara fisik. Namun logo yang baik juga harus dapat menampilkan semua atribut nonfisik yang merupakan jiwa dari brand (visi misi, nilai, budaya). Logo selalu diterapkan dalam aplikasi identitas visual lainnya. Oleh karena itu penting untuk merencanakan logo yang dapat mencerminkan kepribadian dan jiwa sebuah brand [1].

Kriteria terpenting dalam tampilan logo adalah harus mampu menyampaikan pesan/informasi target audiens. Penggunaan tanda, ikon, atau simbol-simbol yang telah akrab dikenal oleh masyarakat sasaran, seperti umpamanya tanda panah yang menunjukkan arah, jempol ke atas bermakna bagus, tapak kaki berderet yang dapat diartikan sedang berjalan, dan sebagainya. Dalam logo, faktor penting yang perlu dipertimbangkan adalah pilihan warna pada sebuah logo. Logo yang menerapkan lima macam warna memang mungkin terlihat cantik dan menarik, namun umumnya dalam pencetakan hanya memungkinkan satu atau dua warna, sehingga akan menjadi kesulitan/kendala untuk menerapkannya. Oleh karena itu dalam penciptaan sebuah logo sebaiknya hanya memanfaatkan tidak melebihi tiga warna saja, bahkan untuk lebih sederhana lagi sebaiknya hanya menggunakan satu atau dua macam warna saja, kecuali jika klien yang menginginkan dan memutuskan bahwa hal itu memang mutlak diperlukan [2].

## 2. METODE

Dalam program KKN di Kelurahan Urangagung terdapat satu kegiatan yang berkaitan dengan branding produk yaitu pembuatan logo produk. Pada prosesnya pembuatan logo produk KKN terbagi atas beberapa tahap yaitu :

---

\*Correspondence:  
**Dian Rizka Salfana**  
E-mail: [teknik.mesin@upnjatim.ac.id](mailto:teknik.mesin@upnjatim.ac.id)

1. Tahap persiapan dan pelaksanaan meliputi diskusi dan observasi terkait penggunaan warna, symbol, dan jenis logo juga jenis kertas yang baik dengan mempertimbangkan antara literatur dan produk pasaran. Selanjutnya dilakukan pembuatan logo berdasarkan kesepakatan.
2. Tahap finalisasi yaitu pencetakan logo sesuai dengan kebutuhan penggunaan logo. Dalam program ini logo dicetak sebagai stiker.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk KKN yang dihasilkan di branding dengan nama BIPELIC yang merupakan singkatan dari Bio – Pestisida Garlic. Pembuatan logo produk bertujuan dalam memberikan branding pada produk KKN yaitu bio-pestisida dari kulit bawang agar mudah diingat dan dipahami. Pelaksanaan pembuatan logo terdiri dari beberapa tahap antar lain yaitu :

#### 3.1 Tahap Persiapan dan Pelaksanaan

Kegiatan persiapan dilakukan untuk menggali beberapa referensi desain baik dari segi warna hingga simbol. Pemilihan penggunaan antara lain :



Gambar 1. Logo BIPELIC

#### 1. Warna

Warna sebagai elemen visual terpenting untuk logo. Warna hijau dipilih sebagai warna dasar berdasarkan identitas lingkungan atau alam. Selain itu, warna hijau sebagai sumber kehidupan, kesegaran, dan rasa aman. Lebih khusus, hijau ini dipakai dalam produk pertanian karena memiliki arti kesuburan, warna hijau juga memberikan kesan ambisi, uang, dan kekayaan. Warna spray dibuat kuning untuk merepresentasikan warna cairan produk yang bening dan sedikit berwarna, selain itu warna kuning memberikan kesan yang dominan atau menonjol. Warna tulisan BIPELIC diberi warna hijau digunakan dengan tujuan keselarasan dengan warna dasar, namun diberikan perbedaan pada ketebalan agar tetap ter-highlight.

Dengan warna identitas produk dan kelompok digunakan warna kuning untuk memperjelas tulisan pada warna dasar hijau.

## 2. Simbol

Penggunaan simbol dalam logo menentukan kesan produk. Dalam logo produk BIPELIC digunakan dua simbol yaitu botol spray dan bawang putih. Spray menyatakan keidentikan pada biopestisida. Dimana biopestisida diaplikasikan pada tanaman menggunakan spray. Sedangkan simbol bawang putih menyatakan perwakilan bahan pembuatan biopestisida yaitu kulit bawang.

## 3. Bentuk atau Dimensi

Digunakan bentuk bulat karena akan diaplikasikan pada botol, sehingga logo akan dapat terbaca dan lebih terlihat tiga dimensi.

### 3.2 Tahap Pencetakan



Gambar 2. Logo pada kemasan

Dalam produk BIPELIC hasil program KKN di Kelurahan Urangagung, logo akan ditempelkan pada kemasan botol produk. Logo akan ditempelkan pada permukaan kemasan, oleh karena itu logo akan dicetak selayaknya stiker dengan kertas vinyl. Dimana kertas vinyl yang digunakan memiliki daya tahan pada air yang baik (anti air) dengan warna yang tajam sehingga hasil stiker logo memiliki warna yang mengkilau sehingga menarik masyarakat untuk membaca isi logo.

## 4. KESIMPULAN

Produk BIPELIC sebagai salah satu hasil inovasi Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Teknik Kimia Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur menggunakan logo yang tertera pada kemasan mampu meningkatkan ketertarikan masyarakat pada produk yang diberikan sehingga banyak menimbulkan pertanyaan terkait produk.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGMENT

---

\*Correspondence:

Dian Rizka Salfana

E-mail: [teknik.mesin@upnjatim.ac.id](mailto:teknik.mesin@upnjatim.ac.id)

Ucapan terima kasih kami haturkan kepada LPPM Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, seluruh perangkat kelurahan dan masyarakat Kelurahan Urangagung, dan Dosen Pembimbing Lapangan atas kerjasamanya dalam membantu menunjang keberhasilan pelaksanaan kegiatan mulai dari proses perizinan hingga kegiatan sosialisasi.

## **REFERENSI**

- [1] Oscario, A. (2013) 'Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand', HUMANIORA, 4(1), pp. 191-202.
- [2] Said, A. A. (2017) 'Mendesain Logo', Jurnal Desain Komunikasi Visual