

ABSTRAK

Maria Kusuma Dewi:

Rancangan Desain Komunikasi Visual

Perancangan Corporate Identity Perusahaan Desain Grafis PT Artindo
Surabaya

PT Artindo merupakan salah satu perusahaan desain grafis di Surabaya yang mempunyai visi dan misi baru yaitu menjadi *trendsetter* di Surabaya dengan ilustrasi sebagai ciri khasnya. Namun perusahaan belum memiliki identitas baru yang dapat membangun *image* yang menjadi kepribadian dan kultur perusahaan. Oleh karena itu dalam perancangan *corporate identity* yang baru ini akan dapat merepresentasikan kepribadian dan strategi bisnis **PT Artindo** sebagai perusahaan kreatif dengan sentuhan ilustrasinya yang orisinil. Tidak hanya itu, perancangan *corporate identity* ini dapat membangun identitas dan mengkomunikasikan filosofi dari perusahaan kepada masyarakat.

Kata kunci:

Corporate Identity Perusahaan Grafis PT Artindo, Membangun *image* perusahaan, Konsep perancangan kreatif.

ABSTRACT

Maria Kusuma Dewi:

Visual Communication Design Plan

Act of Planning for Corporate Identity of Artindo Inc., Ltd. Graphic Design Company Surabaya

Artindo Inc., Ltd. Is one graphic design company in Surabaya which has new vision and mission, that is being a trendsetter in Surabaya by illustration as its distinctive feature. Nevertheless, the company has not yet owned a new identity which can create an image that becomes the company's personality and culture. Therefore, this new corporate identity design will be able to represent the identity and bussiness strategy of **Artindo Inc., Ltd.** as a creative company with its original touch of illustration. Furthermore, this corporate identity program can build the company's identity and communicate its philosophy to public.

Keywords:

Corporate Identity of Artindo Inc., Ltd. Graphic Design Company, Creating Company's image, Creative Design Concept.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR LAMPIRAN	ix
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Batasan Masalah	2
1.3. Rumusan Masalah	2
1.4. Tujuan dan Manfaat Perancangan	2
1.4.1. Bagi Perusahaan	2
1.4.2. Bagi Masyarakat	3
1.5. Metode Perancangan	3
1.5.1. Metode Pengumpulan Data	3
1.5.2. Metode Analisis	4
1.5.3. Metode Konsep Desain	4
1.6. Sistematika Penulisan	5
1.7. Skema Perancangan	6
2. ANALISIS SITUASI	7
2.1. Gambaran Mengenai Keberadaan Perusahaan	7
2.2. Informasi Tentang Produk	7
2.3. Informasi Tentang Wilayah Pemasaran	8
2.4. Gambaran Mengenai Karakter Konsumen	8
2.5. Informasi Mengenai Pesaing	9
2.5.1. Gambaran Mengenai Keberadaan Perusahaan	9
2.5.2. Informasi Mengenai Produk	10
2.5.3. Informasi Tentang Wilayah Pemasaran	11
2.5.4. Gambaran Mengenai Karakteristik Konsumen	11
2.6. Gambaran Mengenai <i>Corporate Image</i> dan <i>Corporate Identity</i> yang Telah Ada	11
3. ANALISIS DAN PEMECAHAN MASALAH	14
3.1. Masalah Umum	14
3.2. Masalah Khusus	15

3.2.1. Tampilan Visual	15
3.2.2. Aspek Komunikasi	15
3.2.3. Aspek Fungsional	16
3.3. Usulan Pemecahan Masalah	16
4. KONSEP DESAIN/PERANCANGAN	18
4.1. Tujuan Perancangan	18
4.2. Strategi Perancangan	18
4.2.1. Bentuk Simbolik dan Ikonik	18
4.2.2. Warna	18
4.2.3. Tipe Huruf	20
4.2.4. Gaya Visual	20
4.3. Kriteria Perancangan	20
4.3.1. Kriteria Umum	20
4.3.2. Kriteria Khusus	25
4.4. Rencana Aplikasi Logo dalam Sistem <i>Corporate Identity</i>	26
4.4.1. <i>Stationery</i>	27
4.4.2. Label	27
4.4.3. <i>Company Profile</i>	27
4.4.4. Map untuk Calon Klien	27
4.4.5. Brosur Perusahaan	28
4.4.6. Form Operasional dan Stempel Perusahaan	28
4.4.7. Seragam Jacket	28
4.4.8. Perlengkapan Kantor	28
4.4.9. Sarana Promosi	29
4.4.10. Patung Maskot	29
4.4.11. Souvenir/ <i>Leave Behind</i>	29
4.4.12. Buku Panduan Logo dan Aplikasinya	30
4.4.13. Poster Pameran	30
4.4.14. Katalog Pameran	30
5. PROGRAM PERANCANGAN	31
5.1. Data Visual	31
5.1.1. Data Visual Bentuk Simbolik dan Ikonik pada Logo	31
5.1.2. Data Visual Jenis Huruf pada Logo	31
5.1.3. Data Visual Warna pada Logo	31
5.2. Pengembangan Ide Bentuk Logo	33
5.2.1. Pengolahan Bentuk Ikonik Menjadi Bentuk Simbolik dengan Berbagai Alternatif	33
5.2.2. Pengolahan Bentuk Huruf Menjadi Bentuk <i>Logotype</i> dengan Berbagai Alternatif	34
5.3. Sintesis	35
5.4. Evaluasi	36
5.5. Pembuatan <i>Artwork</i> Logo Terpilih	36
5.5.1. Master Hitam Putih	36
5.5.2. Berbagai Variasi Ukuran	37
5.5.3. Mekanikal Desain	38
5.6. Alternatif Penerapan Warna pada Logo Yang Terpilih	39

5.7. Pembuatan <i>Master Desain (Final Design)</i>	40
5.8. Maskot Perusahaan	40
6. APLIKASI LOGO DALAM SISTEM CORPORATE IDENTITY	42
6.1. Untuk Produk/Jasa	42
6.1.1. Label <i>Compact Disc</i> dan Disket	42
6.1.2. Buku Panduan Logo dan Aplikasinya	43
6.2. Untuk Komunikasi dan Informasi	43
6.2.1. <i>Stationery Set</i>	43
6.2.2. <i>Company Profile</i>	44
6.2.3. Map untuk Calon Klien	44
6.2.4. Brosur Perusahaan	44
6.2.5. Form Operasional dan Stempel Perusahaan	45
6.2.6. Sarana Promosi Kalender dan <i>Mouse Pad</i>	45
6.2.7. Souvenir/ <i>Leave Behind</i> Kartu Pos dan Stiker	46
6.3. Untuk <i>Corporate Signature</i>	46
6.3.1. Seragam Jaket	46
6.3.2. Perlengkapan Kantor Mug dan <i>Memo Pad</i>	46
6.3.3. Patung Maskot Perusahaan	47
7. PENUTUP	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	51
MATERI PENYERTA	

DAFTAR LAMPIRAN

1. Aplikasi Desain Logo pada <i>Stationery</i> dan Label	51
2. Aplikasi Desain Logo pada <i>Company Profile</i> dan Map	52
3. Aplikasi Desain Logo pada Brosur Perusahaan, Form Operasional dan Stempel Perusahaan	53
4. Aplikasi Desain Logo pada Seragam Jaket dan Perlengkapan Kantor	54
5. Aplikasi Desain Logo pada Sarana Promosi dan Patung Maskot Perusahaan	55
6. Aplikasi Desain Logo pada Souvenir dan Buku Panduan Logo	56
7. Aplikasi Desain Logo pada Poster Pameran dan Katalog Pameran	57
8. Surat Pernyataan PT Artindo	58
9. Kuisioner I	59
10. Kuisioner II	63
11. Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir	64