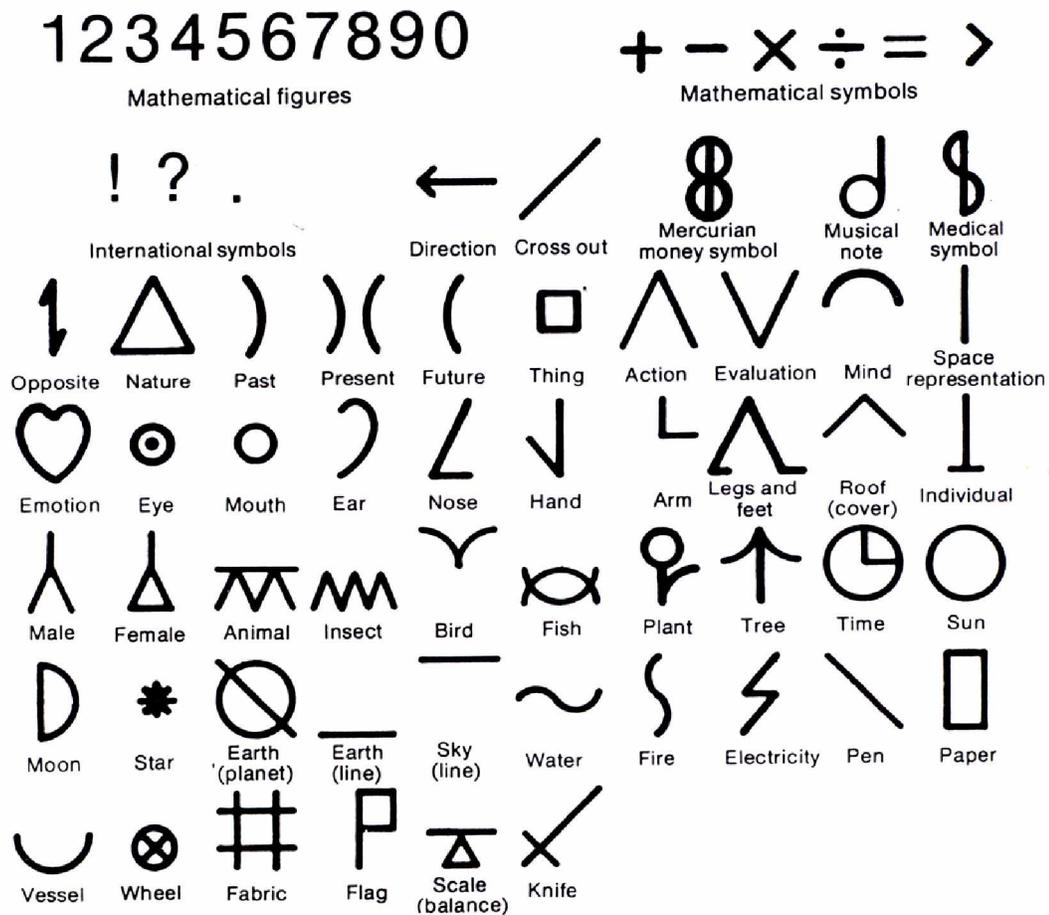


5. PROGRAM DESAIN

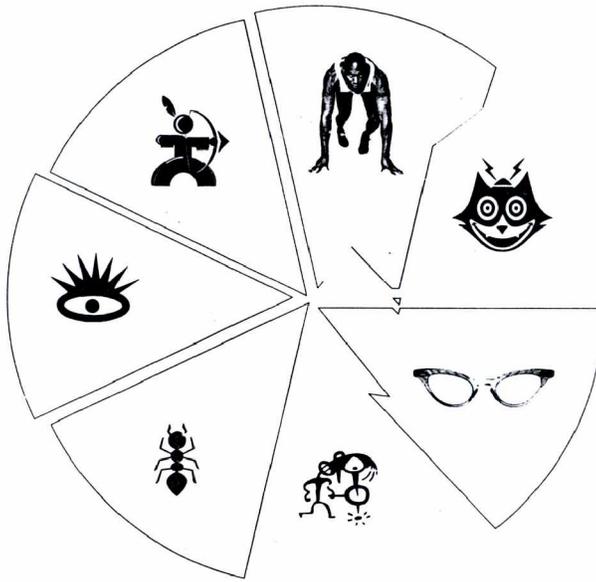
5.1. Penyajian Data Visual

5.1.1. Data Visual: Bentuk Ikonik, Bentuk Simbolik



Gambar 5.1. Blissymbol dasar, suatu jumlah yang umum digunakan di seluruh dunia

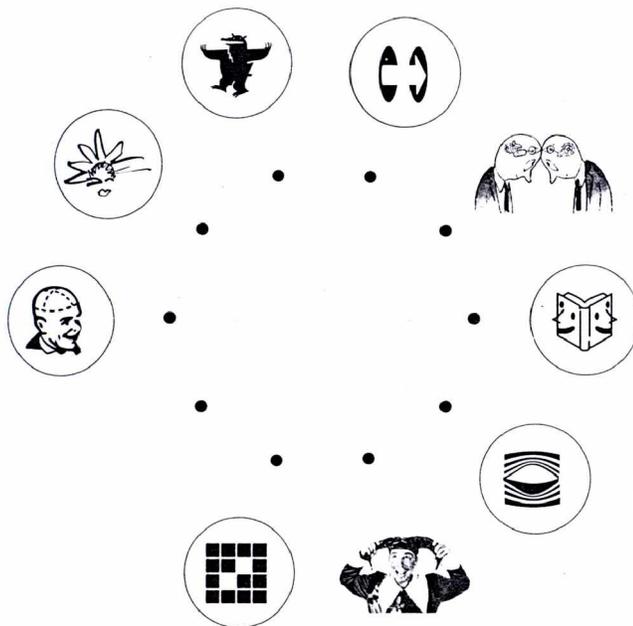
Sumber: Breckon, C.J. & dkk. (1979). *Visual Massage: Graphic Communication For Senior Students*. Hong Kong: Leefung-Asco Printers Ltd. hal.78.



Gambar 5.2. Focused

Sumber: Rockport. (2003). *Visual Thesaurus*. China: Rockport Publishers. hal 95.

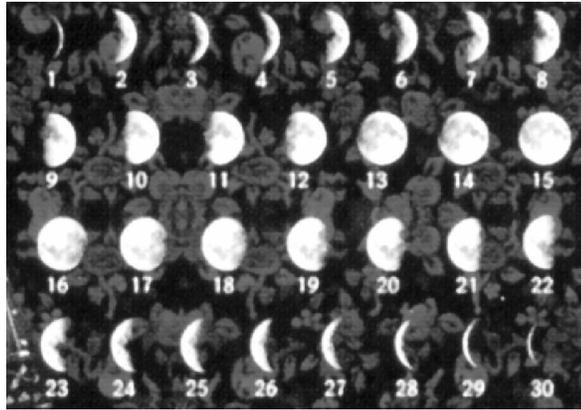
Data visual berupa bentuk simbolik yang mewakili dasar bentuk pada perancangan logo TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* adalah mata. Mata adalah indera penglihatan yang melihat berbagai bentuk visual. Mata yang memiliki fokus pada satu titik akan memiliki daya penglihatan yang baik. Hal ini sesuai dengan visi perusahaan untuk *central player* sebagai jembatan untuk industri yang ahli di bidang lainnya. Kelebihan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* yang tetap konsisten pada bidang grafis dan fotografi yang dijalankannya, membawa perusahaan tersebut menjadi salah satu perusahaan grafis yang diperhitungkan di Bali.



Gambar 5.3. Open-Minded

Sumber: Rockport. *Op.cit.* hal. 193.

Data visual berupa bentuk ikon yang mewakili dasar bentuk pada perancangan logo TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* adalah *open minded*. Sebagai perusahaan yang memasuki usia dewasa, TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* tidak menutup diri atau tidak statis terhadap keberadaan yang sudah ada dan tetap terbuka terhadap segala sesuatu yang terjadi di lingkungan dan pekerjaannya. Perusahaan juga harus mengikuti perkembangan keadaan dunia luar dan harus pandai menilai situasi dan kondisi yang terjadi. Dalam hal ini, TIGA GRAFIS sangat terbuka terhadap siapa saja untuk datang berbagi pengalaman, perkembangan dunia grafis, *trend*, ataupun memberikan peluang-peluang dan cara untuk memulai suatu bisnis.



Gambar 5.4. Bulan Sabit - Bulan Purnama

Post visual . (5 April 2005). The Scandal.

<<http://www.postvisual.com/thescandal>>

Data visual berupa bentuk ikon yang mewakili dasar bentuk pada perancangan logo TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* adalah bulan. Bulan merupakan simbolisasi terhadap nilai yang utuh dan sempurna, dimana bentuk bulan yang selalu dimulai dari bulan sabit sampai bulan purnama yang bulat penuh dan utuh. TIGA GRAFIS selalu mengutamakan keutuhan perusahaan, baik dari segi finansial, kreatifitas, desain dan hasil yang terbaik dan dapat memuaskan kliennya.

5.1.2. Data Visual: Bentuk atau Tipe atau Jenis Huruf

1. Bentuk Elegan

Bentuk huruf yang elegan mewakili image perusahaan yang telah memasuki usia yang dewasa. Selain itu, bentuk tersebut mewakili karakter *target audience* perusahaan yang merupakan kalangan menengah atas.

TIGA GRAFIS **tiga grafis**

TIGA GRAFIS tiga grafis

TIGA GRAFIS tiga grafis

TIGA GRAFIS

TIGA GRAFIS tiga grafis

TIGA GRAFIS tiga grafis

TIGA GRAFIS tiga grafis

TIGA GRAFIS tiga grafis

TIGA GRAFIS tiga grafis

TIGA GRAFIS **TIGA GRAFIS**

TIGA GRAFIS tiga grafis

2. Bentuk Modern

Bentuk *modern* memberikan kesan yang ringan dan *simple*, serta dapat menetralkan kesan yang terlalu kuat dalam elemen logo.

TIGA GRAFIS tiga grafis

TIGA GRAFIS tiga grafis

TIGA GRAFIS tiga grafis

TIGA GRAFIS tiga grafis

TIGA GRAFIS

tiga grafis

5.2. Pengembangan Bentuk Ide Logo

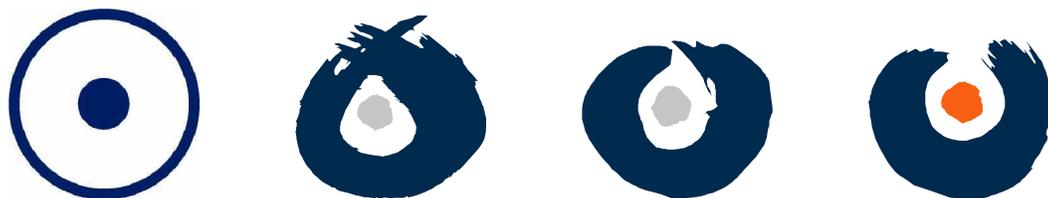
5.2.1. Bentuk Ikonik menjadi Bentuk Simbolik



Gambar 5.5. Ekspresif, goresan kuas yang spontan



Gambar 5.6. Fleksibel, lentur, tidak kaku



Gambar 5.7. Fokus



Gambar 5.8. Bulat, penuh, sempurna

Gambar 5.9. *Open-minded*

5.2.2. Bentuk Simbolik

Perancangan logo TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* berawal dari gabungan unsur titik dan garis yang merupakan singkatan nama perusahaan, yaitu TIGA. Bentuk goresan kuas pada garis lengkung yang ekspresif dan spontan mewakili karakter dan ide dalam desain yang harus selalu tampil baru.

Bentuk garis yang mewakili bentuk bulat tersebut merupakan simbolisasi bentuk bulan purnama yang memiliki kesan yang penuh dan utuh. Bentuk bulat juga memberikan kesan keleluasaan dan kebebasan dalam berkarya, sehingga tidak dibatasi oleh suatu bentuk yang bersudut kaku.

Bentuk bulat pada logo tersebut tidak tertutup rapat, dalam arti, perusahaan telah dewasa tersebut tidak statis terhadap keberadaan yang sudah ada dan tetap *open minded* terhadap segala sesuatu yang terjadi di lingkungan dan pekerjaannya.

Titik di tengah merupakan titik fokus, prioritas perusahaan yang tetap konsisten pada bidang usaha yang dijalankannya dan misi perusahaan untuk menjadi *central player*, sebagai jembatan untuk industri yang ahli di bidang lainnya.



Gambar 5.10. Bentuk Simbolik

5.3. Sintesis atau Penggabungan Bentuk Simbolik dengan Bentuk *Logotype*





Gambar 5.11. Sintesis atau penggabungan bentuk simbolik dengan bentuk *logotype*

5.4. Evaluasi untuk Menentukan atau Memilih Alternatif yang Terbaik



Gambar 5.12. Logo terpilih

Gabungan *logogram* dan *logotype* tersebut memberikan suatu kolaborasi yang saling menyeimbangkan unsur didalamnya. Secara keseluruhan ada nilai serius dan formal yang ditampilkan namun dengan adanya *logogram* yang tampak ekspresif, spontan dan bebas tersebut, logo masih memiliki sisi yang fleksibel dan tidak kaku.

5.5. Penyajian dalam Bentuk *Artwork* dari Logo yang Terpilih

5.5.1. Master Hitam Putih



Gambar 5.13. Logo hitam putih

5.5.2. Variasi Ukuran



Gambar 5.14. Logo dengan ukuran 6 x 3.85 cm



Gambar 5.15. Logo dengan ukuran 4 x 2.57 cm



Gambar 5.16. Logo dengan ukuran 2 x 1.3cm



Gambar 5.17. Logo dengan ukuran 1.5 x 0.95 cm

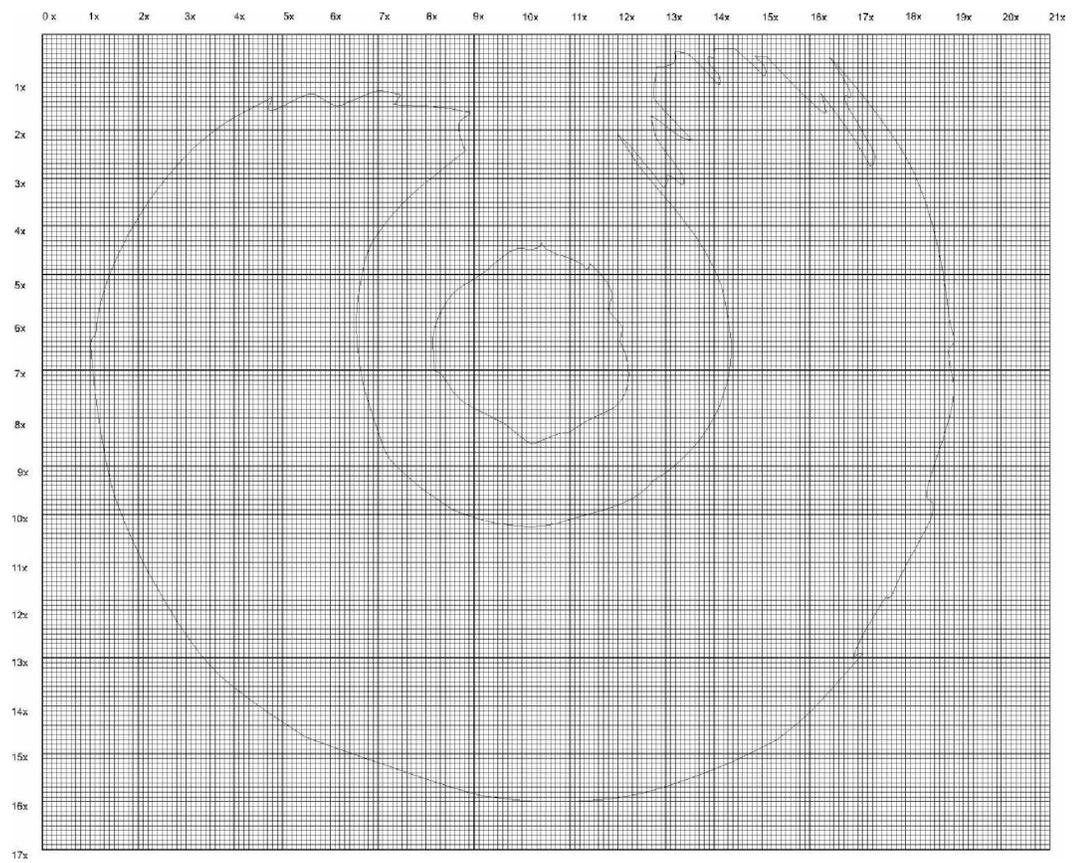


Gambar 5.18. Logo dengan ukuran 1 x 0.65cm

5.5.3. Mekanikal Desain (*Grid System*)

Grid logo adalah garis-garis Bantu dilengkapi notasi satuan ukuran yang disiapkan sebagai pedoman teknis untuk mereproduksi logo secara manual. Grid logo bertujuan untuk menjaga ketepatan bentuk dan proporsi logo apabila dilakukan penggambaran ulang dengan tetap berpegang pada pedoman yang telah ditetapkan.

Logogram



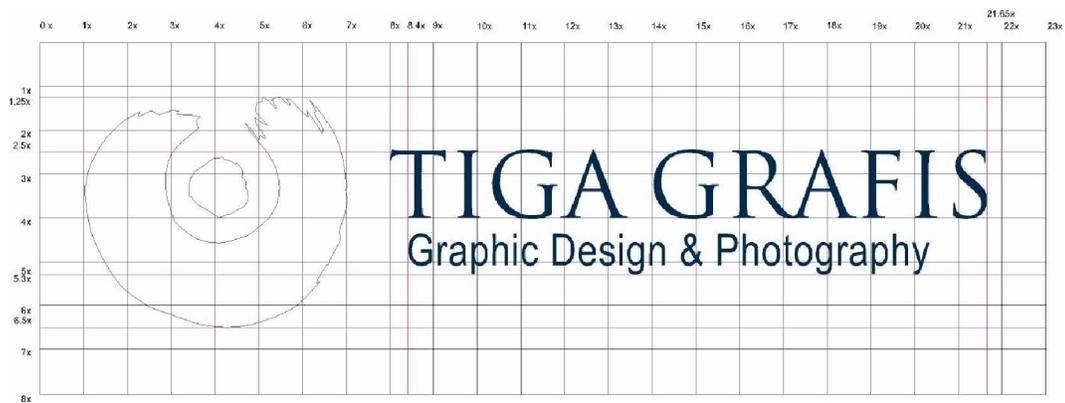
Gambar 5.19. *Grid system* logogram, satuan ukuran cm ($x=1\text{cm}$)

Gabungan Logogram dan *logotype* (posisi di bawah logo)



Gambar 5.20. *Grid system* gabungan logogram dan *logotype* (posisi di bawah logo), satuan ukuran cm ($x=1\text{cm}$).

Gabungan Logogram dan *logotype* (posisi di samping logo)



Gambar 5.21. *Grid system* gabungan logogram dan *logotype* (posisi di samping logo), satuan ukuran cm ($x=1\text{cm}$).

5.6. Studi Penerapan Warna



Gambar 5.22. Logo warna di atas *background* putih dan hitam



Gambar 5.23. Logo hitam-putih di atas *background* putih dan hitam



Gambar 5.24. Logo warna di atas *background* warna logo



Gambar 5.25. Logo warna di atas bidang foto hitam putih dan warna

5.7. Penyajian *Final Artwork*

1. *Stationary* (kartu nama, kop surat, amplop, *fax sheet*, *invoice*, *quotation*, memo, map, pembatas agenda, amplopA4 sebagai media promosi, *folder CD*, *sticker CD*, pena)
2. *Merchandise* (jam, asbak, *calender*)
3. Seragam (jaket, topi)
4. Peralatan Kantor (asbak, tempat brosur, gelas, mug, tempat sampah, *display*)
5. Papan Nama
6. Media Kreatif (kartu ucapan, plakat)
7. Kendaraan Kantor (*pick-up* mobil kantor, mobil *box*)

8. Media Iklan Majalah (versi gelas ber-*lipstick* dan versi kuncup bunga, media sponsor pada *leaflet*)
9. Media Interaktif (*web design*)
10. *Company Profile*