

PERANCANGAN *VISUAL CORPORATE IDENTITY*
“PT SYDECO”



oleh :
Andri Gianapril William

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2015

PERANCANGAN *VISUAL CORPORATE IDENTITY*
“PT SYDECO”



oleh :
Andri Gianapril William
NIM 121 0003 224

Tugas akhir perancangan ini diajukan sebagai syarat untuk
menyelesaikan
Sarjana Strata-1 Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia
Yogyakarta

Tugas Akhir Perancangan Berjudul:

“PERANCANGAN *VISUAL CORPORATE IDENTITY* “PT SYDECO””

diajukan oleh Andri Gianapril William, NIM 1210005224, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Rupa Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Penguji pada tanggal 22 April 2015 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota

P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19700106 200801 1 017

Pembimbing II/Anggota

Endro Tri Susanto, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19640921 199403 1 001

Cognate/Anggota

Drs. M. Umar Hadi, M.S
NIP. 19580824 198503 1 001

Ketua Program Studi/Anggota

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn
NIP. 19650209 199512 1 001

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut seni Rupa Indonesia Yogyakarta

Ketua Jurusan Desain/Ketua

Dr. Suastiwi, M.Des
NIP. 19590802 198803 2 002

M. Sholahuddin, S.Sn, M.T.
NIP. 19701019 19903 1001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul “**PERANCANGAN VISUAL CORPORATE IDENTITY “PT SYDECO”**”. Telah dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S-1 dalam bidang Desain Komunikasi Visual di Institut Seni Indonesia Yogyakarta, bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari Tugas Akhir Pengkajian yang sudah dipublikasikan atau yang pernah digunakan untuk memperoleh gelar sarjana di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta, kecuali bagian yang dicantumkan sumber informasinya.



Andri Gianapril William

121 0005 224

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang selama ini telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perancangan Desain ini.

Tugas Akhir Perancangan ini dibuat sebagai syarat kelulusan dan untuk mendapat gelar Sarjana S-1 di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan sebagai hasil dari Tugas Akhir Perancangan yang telah saya laksanakan dalam wujud karya desain perancangan *visual corporate identity*.

Pada kesempatan ini pula saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan ridha-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perancangan ini.
2. Almamater saya Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta, tempat untuk memperoleh ilmu dan pengalaman.
3. Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak-bapak dan Ibu Dekan Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Bapak M. Sholahuddin, S.Sn, M.T. selaku Ketua Jurusan Desain
6. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
7. Bapak P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn. selaku pembimbing I dan bapak Endro Tri Susanto, S.Sn., M.Sn. selaku pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan masukan dalam penyusunan Tugas Akhir Perancangan ini.
8. Seluruh staf pengajar dan karyawan Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan pada setiap keputusan yang saya ambil selama masa pendidikan saya.
10. Mr. Patrick Houyoux selaku direktur utama PT Sydeco yang telah memberikan izin pada saya untuk menjadikan PT Sydeco sebagai objek Tugas Akhir Perancangan ini.
11. Seluruh staf karyawan PT Sydeco yang memberikan banyak informasi

mengenai perusahaan demi kelancaran perancangan.

12. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih Allah SWT pasti akan membalas kebaikan kalian.

Saya menyadari bahwa kesempurnaan hanya milik Allah SWT dan kekurangan adalah milik umatnya begitu juga dengan Tugas Akhir Perancangan ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan dari semua pihak.

Semoga penulisan Tugas Akhir Perancangan ini dapat memberikan banyak manfaat bagi semua pihak dan saya mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kekurangan maupun kesalahan dalam penulisan.



Yogyakarta, 20 April 2015
Perancang

Andri Gianapril William

PERANCANGAN *VISUAL CORPORATE IDENTITY* “PT SYDECO”

Oleh: **Andri Gianapril William**

ABSTRAK

Teknologi informasi (*Information Technology / IT*) dewasa ini telah menjadi kebutuhan yang cukup penting bagi perorangan, maupun kelompok seperti komunitas maupun perusahaan menengah dan menengah atas. Berkat adanya teknologi informasi setiap orang di belahan dunia dapat saling terhubung bagaikan tiada jarak pemisah. Selain itu keberadaan teknologi informasi juga mempermudah kegiatan manusia menyampaikan informasi secara luas dalam waktu yang singkat. Dewasa ini teknologi informasi banyak digunakan sebagai media promosi suatu usaha seperti toko online maupun website *company profile*. Berdasarkan banyaknya peminat dan permintaan tentang kebutuhan teknologi informasi seperti website dan *software-software* aplikasi lain, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang IT banyak bermunculan. Dari hal tersebut, persaingan antar perusahaan pun semakin ketat, setiap perusahaan bersaing untuk menarik perhatian dan mendapatkan pelanggan.

Salah satu cara yang efektif untuk menarik perhatian pelanggan yaitu dengan menciptakan suatu *brand* yang berbeda dengan perusahaan lain. Identitas visual merupakan strategi branding yang cukup ampuh untuk membuat suatu perusahaan maupun entitas lain menjadi berbeda dengan yang lainnya. Meskipun ada pepatah “*don’t judge the book by the cover,*” namun bagaimana pun *cover* lah yang pertama terlihat oleh mata. Identitas visual diibaratkan sebagai sampul dari perusahaan maupun suatu entitas, jika identitas visual suatu perusahaan tampak menarik, maka persepsi dari masyarakat yang melihat akan baik pula.

Kata Kunci: **Identitas Visual, Branding, Corporate Identity, Desain Komunikasi Visual, PT Sydeco**

VISUAL CORPORATE IDENTITY DESIGN OF “PT SYDECO”

By: Andri Gianapril William

ABSTRACT

Information technology (IT) becoming an important requirement for people, group, community, or a corporation. Because of information technology all the people around the world can be connected just like without any distance. Beside of that, information technology supporting the daily activities of everyone to broadcast the information to be more effective. Information technology is so useful to promote any business like online shop and company profile website. Because of so many enthusiasts about information technology requirement like website, and any supporting software, so many IT corporation are coming popping out, and they are trying to get attention for getting any customer.

The one of the effective way to get the attention is build an unique brand different from the others. Visual identity is an effective one of branding strategy, which can make an entity looks different from the others. Although there is an proverb “don’t judge the book by the cover,” but the first thing people can see is the cover. Visual identity is just like the cover of a corporation, if the visual identity is good it can make any good perception, and also the opposite side.

Keywords: Visual Identity, Branding, Corporate Identity, Visual Communication Design, PT Sydeco

Daftar Isi

BAB I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Perancangan	3
D. Batas Lingkup Perancangan	4
E. Manfaat Perancangan	4
1. Bagi Perusahaan	4
2. Bagi Mahasiswa	4
3. Bagi Institusi	4
F. Metode Perancangan	4
1. Metode Pengumpulan Data	4
a. Pengumpulan Data Primer	4
1) Metode observasi	4
2) Metode Wawancara	4
b. Pengumpulan Data Sekunder	5
1) Metode Kepustakaan	5
2) Metode Dokumentasi	5
2. Metode Analisis	5
G. Skema Perancangan	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Landasan Teori	7
1. Tinjauan Tentang <i>Corporate Identity</i>	7
2. Tinjauan Tentang Logo	8
a. Pengertian Logo	8
b. Tujuan dan Fungsi Logo	8
1) Tujuan Logo	8
2) Fungsi Logo	9
c. Jenis Logo	9

1) <i>Wordmark</i> Logo	9
2) <i>Pictoral</i> Logo	10
3) <i>Abstract</i> Logo	11
4) <i>Letter Form</i> Logo	11
5) <i>Emblem</i> Logo	12
6) <i>Character</i> Logo	13
d. Kriteria Logo	13
1) Unik	14
2) Simpel	14
3) Fleksibel	14
3. Tinjauan Tentang Garis	14
4. Tinjauan Tentang Bentuk	15
a. Lingkaran	16
b. Persegi	16
c. Segitiga	17
d. Cross	18
e. Bintang	18
f. Diamonds, Pentagons dan Hexagons	18
g. Spiral	19
h. Shield	19
5. Tinjauan Tentang Warna	20
a. Klasifikasi Warna	21
1) Warna Primer	21
2) Warna Sekunder	21
3) Warna Tersier	22
4) Warna Netral	22
b. Jenis-Jenis Warna	23
1) Warna Panas	23
2) Warna Dingin	23
c. Karakter Warna	24
1) Merah	24

2) Merah Muda	24
3) Jingga/Oranye	24
4) Kuning	24
5) Hijau	25
6) Biru	25
7) Ungu	25
8) Hitam	25
9) Putih	26
10) Abu-abu	26
11) Cokelat	26
6. Tinjauan Tentang Tipografi	27
a. Jenis-Jenis Huruf	27
1) <i>Black Letter/Old English/Fraktur</i>	27
2) <i>Humanist/Venetian</i>	27
3) <i>Old Style/Old Face/Garalde</i>	28
4) <i>Transitional/Reales</i>	28
5) <i>Modern/Didone</i>	28
6) <i>Slab Serif/Egyptian</i>	29
7) <i>Sans Serif</i>	29
8) <i>Script & Cursive</i>	29
9) <i>Display/Decorative</i>	30
b. Aspek Penting dalam Tipografi	30
1) <i>Legibility</i>	30
2) <i>Sintaktis</i> Tipografi	30
7. Teori Tentang <i>Layout</i> (Tata Letak)	30
a. <i>Sequence</i> /Urutan	30
b. <i>Emphasis</i> /Penekanan	31
c. <i>Balance</i> /Keseimbangan	31
d. <i>Unity</i> /Kesatuan	31
8. Teori Tentang Teknologi Informasi	31
a. Komputer	32

b. <i>Server</i>	32
c. <i>Database Management System (DBMS)</i>	32
d. Jaringan	33
e. Keamanan Jaringan Komputer	33
B. Tinjauan Tentang Perusahaan	34
1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	34
2. Profil Perusahaan	34
a. Nama Perusahaan	34
b. Bidang Usaha	34
c. Produk Perusahaan	35
1) Jasa disain dan <i>maintenance</i> website	35
2) Jasa disain grafis	35
3) Jasa pengembangan software	35
4) Hosting	35
d. Visi Perusahaan	35
e. Misi Perusahaan	35
f. <i>Tagline</i>	35
g. Alamat Perusahaan	35
h. Struktur Organisasi	35
i. Data Klien (Tahun 2014)	36
C. Analisis Masalah	36
1. PT Sydeco	37
2. Sejarah Brand PT Sydeco	37
3. Lokasi	37
4. Data Visual	38
5. USP (<i>Unique Selling Proposition</i>)	41
6. Analisis Pemasaran	42
a. <i>Market Positioning</i>	42
1) Target Pasar	42
2) <i>Market Segmentation</i>	42
a) Demografis	43

b) Geografis	43
c) Psikografis	43
3) Kondisi Pesaing	43
b. Analisis SWOT	43
1) <i>Strenght</i>	43
2) <i>Weakness</i>	44
3) <i>Opportunity</i>	44
4) <i>Treath</i>	44
7. Analisis Desain	45
8. Kesimpulan Analisis	47

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Tujuan Perancangan	49
B. Strategi Perancangan	49
1. Simbol	49
2. Tipografi	50
3. Warna	50
C. Kriteria Desain	51
1. Kriteria Umum	51
a. <i>Corporate Identity</i>	51
b. Garis	51
c. Bentuk	52
d. Simbol	53
e. Warna	54
f. Tipografi	55
2. Kriteria Khusus	55
D. Studi Visual	55
1. Garis	56
2. Bentuk (Shape)	56
3. <i>Picture Mark</i>	57
4. Tipografi	58

5. Warna	59
E. Rencana Aplikasi Logo dalam Corporate Identity	61
1. GSM (Graphic Standard Manual)	62
a. Pendahuluan	62
1) Kata Pengantar	62
2) Daftar Isi	62
b. Logo	62
1) Logo	62
2) Konsep logo	62
3) <i>Grid</i> logo	62
4) Konfigurasi	62
5) Warna	62
6) Versi Logo Satu Warna	62
7) Batas ruang kosong (<i>clear area</i>)	62
8) Ukuran logo terkecil	62
9) <i>Background control</i>	62
10) <i>Incorrect use</i>	62
c. Tipografi	62
1) <i>Typeface</i>	62
2) Tipografi Pendukung	62
d. Fasilitas Perusahaan	62
1) Kendaraan	62
2) Seragam Kantor	62
3) Seragam Kegiatan di Luar Kantor	62
e. <i>Stationery</i>	63
1) Kartu nama	63
2) Kop surat	63
3) Amplop	63
4) Map	63
5) Stempel	63
6) Nota pembayaran.....	63

f. Website	63
g. Media Promosi	63
1) Brosur	63
2) Poster.....	63
3) <i>Newsletter</i>	63
4) <i>Sticker</i>	63
5) Kalender meja	63
6) Gantungan kunci	63
h. <i>Signage</i>	63
1) Neon Box	63
2) Papan Petunjuk.....	63
3) Papan Toilet	63
4) Papan Peringatan	63
2. Desain Seragam (<i>Uniform</i>)	63
a. Seragam Kantor	64
b. Seragam Kegiatan di Luar Kantor	64
3. Stationery	64
a. Kartu nama	64
b. Kop surat, Amplop, Map	64
c. Stempel	65
d. Nota pembayaran.....	65
4. Website	65
5. Media Promosi	65
6. Kendaraan	65
F. Biaya Kreatif	66

BAB IV VISUALISASI

A. Logo	67
1. Pengembangan Ide Bentuk Logo	67
a. <i>Thumbnails</i>	67
b. Sketsa Terpilih	67

1) Alternatif 1	67
2) Alternatif	68
c. <i>Tightissue</i>	67
1) Alternatif 1	67
2) Alternatif 2	69
d. <i>Typeface</i>	69
e. Pengaplikasian Warna dan <i>Typeface</i>	70
1) Alternatif 1	70
2) Alternatif 2	70
2. Evaluasi Logo	71
a. Unik	76
b. Simple	77
c. Fleksibel	77
d. Mencerminkan Karakter Perusahaan	78
e. Unsur Budaya	79
f. Kesesuaian dengan Visi dan Misi Perusahaan	79
3. Penerapan Warna	81
a. Logo <i>Fullcolor</i>	81
b. Versi Logo Hitam-Putih	82
4. Grid Logo	82
5. Ukuran Logo Terkecil	83
B. Elemen Pendukung Logo	83
1. Elemen Pendukung Logo 1	83
2. Elemen Pendukung Logo 2	84
3. Elemen Pendukung Logo 3	86
4. Elemen Pendukung Logo 4	87
C. Visualisasi Penerapan Logo Pada <i>Corporate Identity</i>	88
1. <i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	88
2. Seragam	110
a. Seragam Kantor	110
b. Seragam Kegiatan di Luar Kantor	110

3. Stationery	111
a. Kartu nama	111
b. Kop surat	112
c. Amplop	113
d. Map	114
e. Stempel	114
f. Nota pembayaran.....	115
4. Website	116
5. Media Promosi	117
a. Brosur	117
b. Poster	118
c. Newsletter	119
d. Sticker	120
e. Kalender Meja	121
f. Gantungan Kunci	122
6. Kendaraan	123
BAB V PENUTUP	124
A. Kesimpulan	124
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	125
A. Buku	125
B. Laman	125

Daftar Gambar

Gambar 1. Logo PT Sydeco	3
Gambar 2. Logo Perusahaan Property	3
Gambar 3. Skema Perancangan	6
Gambar 4. <i>Wordmark</i> Logo	10
Gambar 5. <i>Pictorial</i> Logo	10
Gambar 6. <i>Abstract</i> Logo	11
Gambar 7. <i>Letter form</i> Logo	12
Gambar 8. <i>Emblem</i> Logo	13
Gambar 9. <i>Mascot</i> Logo	13
Gambar 10. Jenis-jenis Garis	15
Gambar 11. Bentuk Lingkara	16
Gambar 12. Bentuk Persegi dan Persegi Panjang	17
Gambar 13. <i>The Golden Ratio</i>	17
Gambar 14. Bentuk Segitiga	17
Gambar 15. Bentuk <i>Cross</i>	18
Gambar 16. Bentuk Bintang	18
Gambar 17. Bentuk <i>Diamond</i>	19
Gambar 18. <i>Pentagon</i>	19
Gambar 19. Bentuk Spiral	19
Gambar 20. Berbagai variasi bentuk Spiral	20
Gambar 21. Warna Primer	21
Gambar 22. Warna Sekunder	21
Gambar 23. Warna Tersier	22
Gambar 24. Warna Netral	22
Gambar 25. Warna Panas dan Warna Dingin	23
Gambar 26. Peta Lokasi PT Sydeco	38
Gambar 27. Kantor PT Sydeco	38
Gambar 28. Kantor PT Sydeco	39
Gambar 29. Ruang Tamu	39
Gambar 30. Banner Smart Desainer	40

Gambar 31. Ruang <i>Meeting</i>	40
Gambar 32. Ruang Kerja 1	41
Gambar 33. Ruang Kerja 2	41
Gambar 34. Logo awal PT Sydeco	45
Gambar 35. Logo Gamatechno	46
Gambar 36. Logo PT Farizy IT Solution	46
Gambar 37. Logo Maxindotech	46
Gambar 38. Huruf <i>San Serif Geometric</i>	50
Gambar 39. Garis Lengkung S	52
Gambar 40. Lingkaran	53
Gambar 41. Batik Parang Rusak Barong	54
Gambar 42. Variasi Garis Lengkung S	56
Gambar 43. Bentuk Lingkaran Sebagai Simbol yang Mewakili Dunia	57
Gambar 44. Sketsa Batik Parang Rusak Barong	58
Gambar 45. Garis Lengkung S dan Lingkaran Menyerupai Motif Batik Parang Rusak Barong	58
Gambar 46. <i>Font Quicksand</i>	59
Gambar 47. Teknologi Informasi Diasosiasikan dengan Warna	60
Gambar 48. Warna Biru	60
Gambar 49. Warna <i>Torquoise</i> Diasosiasikan dengan Elektronik, Dunia Komputer dan Komunikasi	60
Gambar 50. Warna <i>Torquoise</i>	61
Gambar 51. Warna Abu-abu Merepresentasikan Sifat Kecerdasan (intelektual) , Profesional dan Kedewasaan	61
Gambar 52 Warna Abu-abu	61
Gambar 53. Sketsa Kasar Calon Logo	67
Gambar 54. Sketsa Kasar Logo Alternatif 1	67
Gambar 55. Sketsa Kasar Logo Alternatif 2	68
Gambar 56. Pengolahan Digital Calon Logo Alternatif 1	68
Gambar 57. Pengolahan Digital Calon Logo Alternatif 2	69
Gambar 58. <i>Typeface</i> Logo	69

Gambar 59. Pengaplikasian Warna dan <i>Typeface</i> Alternatif 1	70
Gambar 60. Pengaplikasian Warna dan <i>Typeface</i> Alternatif 2	70
Gambar 61. Angket <i>Survey</i> Lembar 1	72
Gambar 62. Angket <i>Survey</i> Lembar 2	73
Gambar 63. Logo Terpilih	76
Gambar 64. Logo PT Sydeco Terlihat Eye Catching	76
Gambar 65. Bentuk dan Warna Logo Mudah Diingat	77
Gambar 66. Logo PT Sydeco Fleksibel	78
Gambar 67. Logo PT Sydeco menggambarkan konektivitas	79
Gambar 68 Logo PT Sydeco Diadaptasi dari Motif Batik Parang Rusak Barong	79
Gambar 69. Logo PT Sydeco Menggambarkan Pelayanan yang Ramah	80
Gambar 70. Logo PT Sydeco Versi <i>Fullcolor</i>	81
Gambar 71. Logo PT Sydeco Versi Hitam Putih	82
Gambar 72. Grid Logo	82
Gambar 73. Ukuran Minimum Logo	83
Gambar 74. Elemen Pendukung Logo 1	84
Gambar 75. Ilustrasi Monitor	84
Gambar 76. Ilustrasi Mouse	85
Gambar 77. Ilustrasi Laptop	85
Gambar 78. Elemen Pendukung Logo 2	86
Gambar 79. Elemen Pendukung Logo 3	86
Gambar 80. Elemen Pendukung Logo 4	87
Gambar 81. Sampul Depan <i>Graphic Standard Manual</i> (GSM)	88
Gambar 82. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman Awal	88
Gambar 83. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 2	89
Gambar 84. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 3	89
Gambar 85. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 4	90
Gambar 86. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 5	90
Gambar 87. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 6	91
Gambar 88. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 7	91

Gambar 89. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 8	92
Gambar 90. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 9	92
Gambar 91. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 10	93
Gambar 92. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 11	93
Gambar 93. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 12	94
Gambar 94. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 13	94
Gambar 95. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 14	95
Gambar 96. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 15	95
Gambar 97. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 16	96
Gambar 98. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 17	96
Gambar 99. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 18	97
Gambar 100. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 19	97
Gambar 101. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 20	98
Gambar 102. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 21	98
Gambar 103. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 22	99
Gambar 104. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 23	99
Gambar 105. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 24	100
Gambar 106. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 25	100
Gambar 107. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 26	101
Gambar 108. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 27	101
Gambar 109. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 28	102
Gambar 110. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 29	102
Gambar 111. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 30	103
Gambar 112. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 31	103
Gambar 113. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 32	104
Gambar 114. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 33	104
Gambar 115. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 34	105
Gambar 116. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 35	105
Gambar 117. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 36	106
Gambar 118. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 37	106
Gambar 119. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 38	107

Gambar 120. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 39	107
Gambar 121. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 40	108
Gambar 122. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 41	108
Gambar 123. <i>Graphic Standard Manual</i> Halaman 42	109
Gambar 124. Sampul Belakang <i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	109
Gambar 125. Seragam Kerja	110
Gambar 126. Seragam Kegiatan di Luar Kantor	110
Gambar 127. Kartu Nama	111
Gambar 128. Kop Surat	112
Gambar 129. Amplop	113
Gambar 130. Map	114
Gambar 131. Stempel	114
Gambar 132. Nota Pembayaran	115
Gambar 133. <i>Website</i> PT Sydeco	116
Gambar 134. Brosur	117
Gambar 135. Poster	118
Gambar 136. <i>Newsletter</i>	119
Gambar 137. <i>Sticker</i>	120
Gambar 138. Kalender Meja	121
Gambar 139. Gantungan Kunci	122
Gambar 140. Kendaraan	123

Daftar Tabel

Tabel 1. Data Klien PT Sydeco Tahun 2014	36
Tabel 2. Biaya Kreatif	66
Tabel 3. Hasil Survey Logo	75

Daftar Diagram

Diagram 1. Hasil Survey	74
-------------------------------	----



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebuah perusahaan layaknya seorang manusia yang membutuhkan suatu identitas untuk membedakannya dengan perusahaan-perusahaan lain. Bukan hanya sekedar identitas nama saja, namun juga membuat perusahaan tersebut memiliki karakter di mata masyarakat, seperti tampilan visual yang meliputi logo dan *corporate identity*. *Visual corporate identity* yang membentuk suatu image sangat diperlukan oleh perusahaan-perusahaan untuk tetap menarik perhatian pelanggan atau pembelinya dalam pasar yang sarat dengan persaingan-persaingan ini. Terlebih lagi di era globalisasi yang memungkinkan meluasnya penyampaian informasi diberbagai belahan dunia sehingga sangatlah diperlukan diciptakannya suatu image untuk melambangkan identitas perusahaan agar tetap bisa bertahan dalam persaingan yang semakin keras ini.

Melihat dari realita yang ada saat ini, dapat dikatakan tidak ada pemain tunggal dalam industri pasar yang sangat padat dengan persaingan. Perkembangan pasar yang sangat dinamis menarik banyak perusahaan besar berkecimpung di sebuah bidang usaha yang sama. Dengan demikian banyak perusahaan yang bersaing untuk memperebutkan perhatian dari pelanggan atau target market mereka. Image suatu perusahaan sangatlah penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan menarik perhatian konsumennya. Sebuah identitas grafik yang menonjol serta unik diperlukan sebagai pengenalan suatu produk atau perusahaan. Image grafis tersebut berguna sebagai sarana untuk melakukan promosi, menyampaikan visi dan misi, menggambarkan filosofi dari organisasi atau perusahaan, agar mudah diingat oleh masyarakat dan memberikan citra positif kepada masyarakat.

Identitas visual dari suatu perusahaan seharusnya dapat menyampaikan pesan dari visi dan misi perusahaan tersebut. Dengan demikian karakter dari perusahaan tersebut akan terlihat oleh masyarakat. Identitas korporat (*corporate identity*) menurut M. Linggar Anggoro (2000:280) adalah suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya. Ia juga menyebutkan bahwa identitas perusahaan harus diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang meliputi hal-hal unik atau khas tentang perusahaan yang bersangkutan secara fisik.

Meskipun ada istilah yang sangat populer seperti “*don’t judge the book by the cover*” tapi hal yang terlihat pertama kali adalah sampul, maka dengan sampul yang menarik masyarakat akan tertarik untuk membaca isinya. Begitu pula dengan suatu perusahaan, sebuah logo dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap perusahaan tersebut. Oleh karena itu sebuah logo dan identitas visual yang baik dapat membuat citra yang baik pula untuk sebuah perusahaan.

PT Sydeco merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi, didirikan oleh salah satu orang Belgia pada tahun 2008 dan berlokasi di Perum Jogja *Regency*. Perusahaan tersebut memiliki tiga divisi yaitu Smart Desainer yang menangani jasa pembuatan website dan desain grafis. Divisi kedua yaitu Smartlogic Pro yang bergerak di bidang *software programming*. Dan yang terakhir divisi Smartlogic Host yang menangani bidang *hosting* dan *domain*. Namun selama ini masyarakat lebih mengenal nama Smart Desainer atau Smartlogic Pro dari pada induk perusahaannya yaitu PT Sydeco.

Haag den Keen (1996) memiliki pengertian bahwa teknologi informasi adalah seperangkat alat yang membantu Anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. Pendapat lain dari Williams dan Swayer, teknologi informasi adalah teknologi yang menggabungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara, dan video

Mr. Patrick Houyoux selaku Direktur Utama dari PT Sydeco ingin membuat nama PT Sydeco ini menjadi lebih dikenal oleh masyarakat, karena selama ini masyarakat dan pelanggan lebih mengenal nama Smart Desainer dan Smartlogic Pro dari pada induk perusahaannya yaitu PT Sydeco, hal ini terbukti ketika karyawan bagian marketing menawarkan jasa kepada klien atas nama PT Sydeco, klien tersebut belum mengenal perusahaan tersebut, namun ketika menyebutkan nama Smart Desainer atau Smartlogic Pro barulah klien tersebut mengerti. Menurut Mr. Patrick, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi, logo dari PT Sydeco saat ini dirasa kurang mewakili bidang yang digelutinya. Selain itu Mr. Patrick juga mengatakan satu bulan yang lalu (Agustus 2014) salah satu karyawannya secara tidak sengaja menemukan logo suatu perusahaan *property* yang mirip dengan logo PT Sydeco. Setelah itu beliau memutuskan untuk mengganti logo perusahaannya dengan logo yang dapat

mewakili identitas perusahaan yang bergerak dalam bidang pengembangan website dan *software programming*.



Gambar 1 : Logo PT Sydeco
Sumber : PT Sydeco



Gambar 2 : Logo perusahaan Properti
Sumber: <http://graphicriver.net/item/property-logo/38137>

Sebagai perusahaan pengembangan website dan *software programming* yang telah didirikan di kota Yogyakarta, yang terkenal dengan karakter budaya Jawa kental dan jiwa seni tinggi dari masyarakatnya, dalam proses redesain logo PT Sydeco akan menggabungkan dua unsur yang berbeda. Pertama adalah unsur teknologi informasi yang mewakili bidang yang digeluti oleh perusahaan tersebut, kedua yaitu unsur seni budaya Yogyakarta sebagai lokasi berdirinya PT Sydeco. Kedua unsur tersebut juga akan digunakan dalam merancang maskot PT Sydeco.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas visual PT Sydeco yang berkarakter kuat dan memiliki daya *memorable* tinggi ?

C. Tujuan Perancangan

Merancang *visual corporate identity* yang dapat mencerminkan identitas PT Sydeco sebagai perusahaan pengembangan website dan *software programming*, dan memiliki ciri khas tersendiri yang berbeda dengan perusahaan lain yang sejenis.

D. Batas Lingkup Perancangan

1. Merancang *visual corporate identity* meliputi logo perusahaan PT Sydeco
2. Merancang *Graphic Standard Manual* (GSM)
3. Merancang media pendukung yang meliputi website, brosur, *newsletter*, kartu nama, kop surat, amplop, seragam, *merchandise*.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Perusahaan

Mendapat *corporate identity* yang berkarakter, berkesan dan dapat mencerminkan identitas perusahaan.

2. Bagi Mahasiswa

Menambah pengetahuan tentang efektifitas strategi komunikasi visual dalam membangun citra suatu perusahaan.

3. Bagi Institusi

Menambah koleksi pustaka dengan materi membangun citra perusahaan dengan strategi komunikasi visual.

F. Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

- a. Pengumpulan Data Primer

Pengumpulan data primer yaitu salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dari obyek yang diamati untuk kepentingan perancangan. Metode pengumpulan data primer akan dilakukan dengan dua tahap yaitu:

- 1) Metode Observasi

Metode observasi yaitu suatu metode peninjauan dan pengamatan terhadap objek penelitian secara langsung di lapangan secara sistematis, untuk memperoleh data yang diperlukan untuk kepentingan perancangan. Observasi ini akan dilakukan secara langsung di perusahaan PT Sydeco dengan mengamati situasi dan kondisi perusahaan.

- 2) Metode Wawancara

Metode wawancara yaitu suatu metode pengumpulan data dengan melakukan proses tanya jawab mengenai perusahaan secara

sistematis yang berlandaskan pada tujuan penelitian dan mengacu pada kepentingan perancangan. Sesi wawancara akan dilaksanakan bersama *General Manager* dari PT Sydeco sebagai nara sumber.

b. Pengumpulan Data Sekunder

1) Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan adalah metode pengumpulan data yang menggunakan literatur dari berbagai sumber kepustakaan, untuk memperoleh teori-teori yang berhubungan dengan proses penelitian dapat menunjang proses perancangan *visual corporate identity* untuk PT Sydeco.

Selain itu juga mencari beberapa logo perusahaan sejenis di daerah Yogyakarta sebagai referensi dan mencari beberapa kelemahan yang ada dalam logo-logo tersebut, sehingga dalam merancang ulang logo dari PT Sydeco kelemahan-kelemahan tersebut dapat dihindari, dan merancang logo yang berbeda dengan logo-logo yang sudah ada.

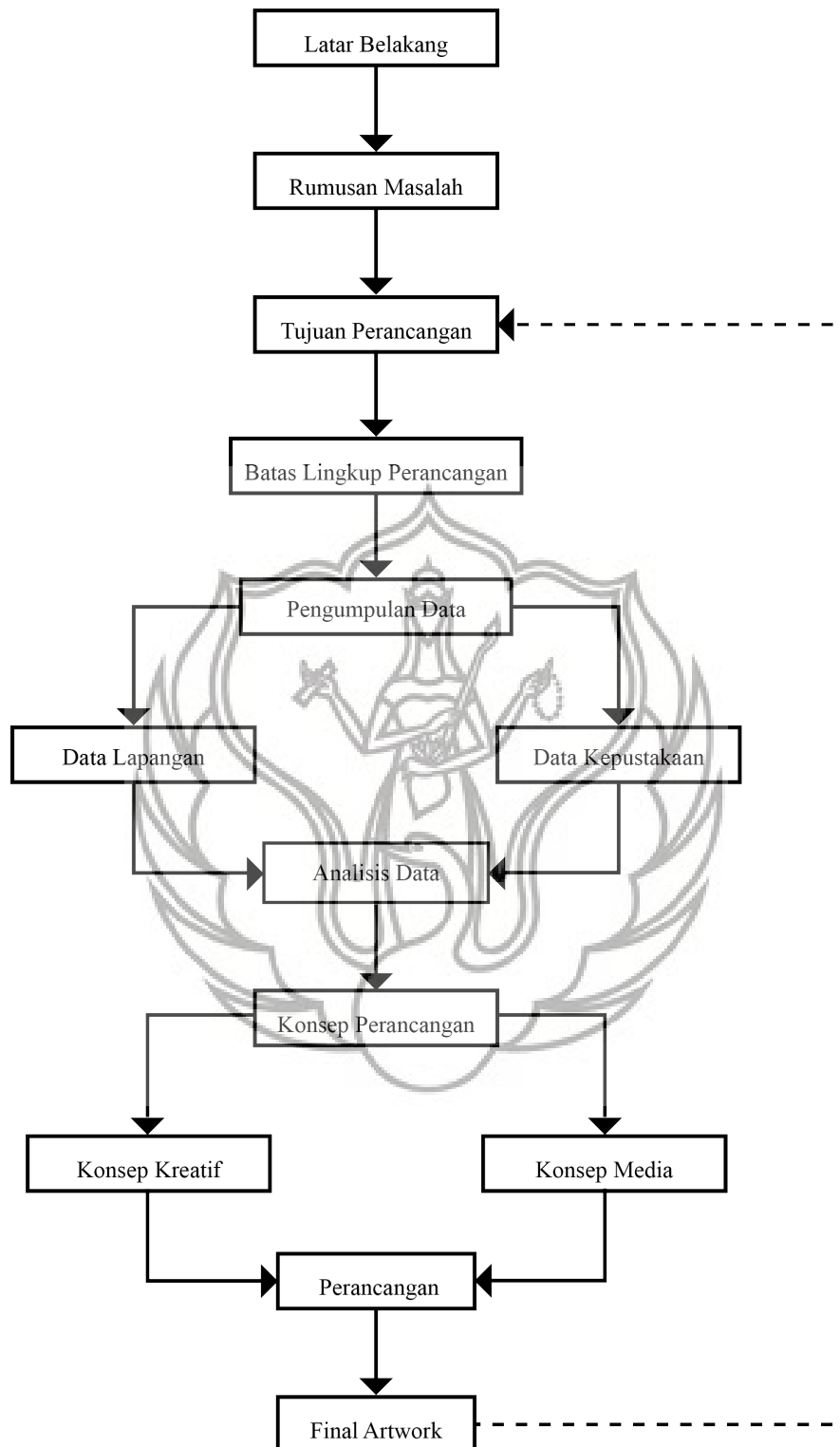
2) Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan mencatat data-data hasil *survey*, baik berupa artikel maupun foto dokumentasi sebagai bukti yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam metode dokumentasi ini akan menggunakan instrument kamera digital sebagai media pendukung.

2. Metode Analisis

Metode selanjutnya setelah semua data yang diperlukan terkumpul yaitu metode analisis. Dalam proses perancangan ulang *visual corporate identity* dari PT Sydeco, yang perlu dianalisis adalah kekuatan dan kelemahan dari perusahaan, peluang dan ancaman bagi perusahaan. Dengan begitu metode analisis yang cocok untuk diterapkan yaitu metode analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities and threats*).

G. Skema Perancangan



Gambar 3 : Skema Perancangan.
(Gambar : Andri G.W., 2014)