

**CORPORATE IDENTITY BOUGENVILLEEE PROJECT**

**KARYA AKHIR**

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh :

**PUTRIANANDA**

**NIM. 19027022**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**DEPARTEMEN SENI RUPA**

**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2023**

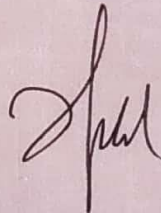
**PERSETUJUAN KARYA AKHIR**

***CORPORATE IDENTITY BOUGENVILLEEE PROJECT***

Nama : Putri Ananda  
NIM : 19027022  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Departemen : Seni Rupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni

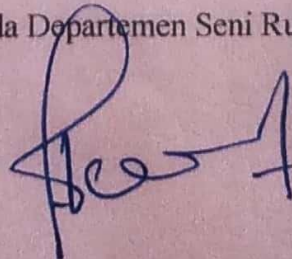
Padang, 18 September 2023

Disetujui dan disahkan oleh,  
Dosen Pembimbing



**Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn.**  
**NIP. 19770401.200812.1.002**

Mengetahui  
Kepada Departemen Seni Rupa



**Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn.**  
**NIP. 19830201.200912.2.001**

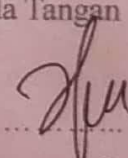
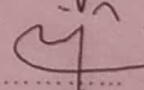
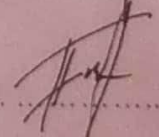
## HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di depan Tim Penguji  
Karya Akhir  
Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Padang

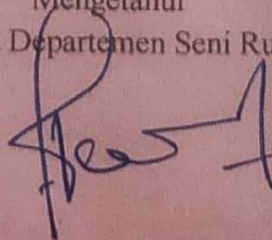
Judul : Corporate Identity Bougenville Project  
Nama : Putri Ananda  
NIM/BP : 19027022/2019  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Departemen : Seni Rupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 18 Oktober 2023

### Tim Penguji:

	Nama/NIP	Tanda Tangan
1. Pembimbing	<b><u>Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn.</u></b> <b><u>NIP. 19770401.200812.1.002</u></b>	1. 
2. Penguji Satu	<b><u>Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds.</u></b> <b><u>NIP. 19861023.201903.2.006</u></b>	2. 
3. Penguji Dua	<b><u>Fauzan Aulia, S.Ds., M.Sn.</u></b> <b><u>NIP. 19891111.202012.1.017</u></b>	3. 

Mengetahui  
Kepala Departemen Seni Rupa



**Eliva Pebriyeni, S.Pd., M.Sn.**  
**NIP. 19830201.200912.2.001**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, \*Skripsi/Karya Akhir dengan judul

Corporate Identity Bougenvillae Project

adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 20 September 2023

Saya yang menyatakan,



Putri Ananda

NIM. 19021022

## CORPORATE IDENTITY BOUGENVILLEEE PROJECT

**Putri Ananda <sup>1</sup>, Hendra Afriwan <sup>2</sup>**

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang  
Jalan Prof. Dr Hamka, Air Tawar Padang, Sumatera Barat, Indonesia

Email: [Putriananda21maret@gmail.com](mailto:Putriananda21maret@gmail.com)

### ABSTRAK

*Bougenvilleee Project* adalah perusahaan yang menawarkan jasa percetakan, konveksi dan sablon seperti cetak undangan, *flyer*, mug, *t-shirt* dan *merchandise* lainnya untuk suatu organisasi/komunitas/perusahaan dalam jumlah yang besar. Perusahaan ini didirikan oleh M. Arif Budiman dan Marhayati sejak tahun 2019 yang berlokasi di jalan Kuini, Pekanbaru. Tujuan perancangan ini adalah untuk membuat perusahaan menjadi lebih profesional, dipercaya dan mempunyai identitas perusahaan yang konsisten karena target pasar perusahaan lebih kepada perusahaan berjenis bisnis B2B dengan menawarkan proposal kerjasama secara langsung. Identitas mempengaruhi keputusan belanja konsumen, sehingga identitas mampu menjadi pembeda tentang persepsi konsumen terhadap jasa *Bougenvilleee Project* ini dengan kompetitor lainnya. Metode perancangan yang digunakan yaitu metode 4D, terdiri dari 4 tahap yaitu *Define* (Pendefinisian), *Design* (Perancangan), *Develop* (Pengembangan), dan *Disseminate* (Penyebaran). Analisis perancangan yang digunakan yaitu melalui analisis SWOT. Hasil desain identitas perusahaan *Bougenvilleee Project* berupa yang logo, kemudian diaplikasikan ke dalam *stationary office* (*invoice*, *letterhead*, *stamp*, *id card*, *business card*, *t-shirt*), media utama berupa *Brand Guideline* dan berbagai media pendukung identitas perusahaan seperti, mug, payung, *flag chain*, poster, *roll up banner*.

**Kata kunci:** *Identity*, *Brand Guideline*, *Bougenvilleee Project*, *Corporate Identity*, logo.

## **CORPORATE IDENTITY BOUGENVILLEEE PROJECT**

**Putri Ananda <sup>1</sup>, Hendra Afriwan <sup>2</sup>**

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang  
Jalan Prof. Dr Hamka, Air Tawar Padang, Sumatera Barat, Indonesia

Email: [Putriananda21maret@gmail.com](mailto:Putriananda21maret@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*Bougenvilleee Project* is a company that offers printing, convection and screen printing services such as printing invitations, flyers, mugs, t-shirts and other merchandise for organizations/communities/companies in large quantities. This company was founded by M. Arif Budiman and Marhayati in 2019, located on Jalan Kuini, Pekanbaru. The aim of this design is to make the company more professional, trustworthy and have a consistent corporate identity because the company's target market is more towards B2B business type companies by offering cooperation proposals directly. Identity influences consumer shopping decisions, so identity can be a differentiator regarding consumer perceptions of the Bougenvilleee project's services from other competitors. The design method used is the 4D method, consisting of 4 stages, namely Define, Design, Develop and Disseminate. The design analysis used is through SWOT analysis. The results of the Bougenvilleee Project corporate identity design are in the form of a logo, then applied to stationary offices (invoices, letterheads, stamps, ID cards, business cards, t-shirts), the main media in the form of the Brand Guideline and various supporting media for corporate identity such as mugs, umbrellas , flag chain, poster, roll up banner.

**Keywords: Identity, Brand Guideline, Bougenvilleee Project, Corporate Identity, logo.**

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan karya akhir yang berjudul “*Corporate Identity Bougenvilleee Project*”.

Tujuan dan maksud penyusunan Karya Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa Universitas Negeri Padang. Penulis menyadari selama proses penyusunan karya ini telah banyak mendapatkan bimbingan, dorongan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn, selaku ketua jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn, selaku ketua prodi Desain Komunikasi Visual.
3. Bapak Dr. Budiwirman, M.Pd, selaku dosen Penasehat Akademis yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam membimbing karya akhir penulis.
4. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn, selaku dosen pembimbing karya akhir yang telah bersedia meluangkan waktunya, memberikan motivasi, pengarahan dan saran untuk melengkapi segala kekurangan penulisan karya akhir ini.
5. Ibu Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds, selaku dosen kontributor I yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.

6. Bapak Fauzan Aulia, S.Ds., M.Sn, selaku dosen kontributor II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.
7. Mama, papa, abang ichsan, abang wahyu, kak intan, mami dan papi yang telah memberikan doa, selalu memberikan dukungan, tempat tinggal dan juga terima kasih untuk papa dengan jerih payah telah membiayai kuliah penulis sehingga dapat menyelesaikan karya akhir ini.
8. Putri Ramadhani, Nanda Aladyra, Shalsadila R.P, Putri Noviani, Nadira Ramadhani yang telah menyemangati, menemani dan mendukung penulis dalam setiap langkah proses penyelesaian karya akhir ini. Terima kasih atas penyiksaan, canda dan tawa yang membahagiakan bagi penulis. Terima kasih juga atas pengalaman berharga dan tak terlupakan yang dilewati bersama selama Pendidikan ini.
9. Abang M. Arif Budiman dan kakak Marhayati, selaku owner perusahaan Bougenville Project yang telah membantu dan memberikan informasi terkait karya akhir ini.
10. Diri saya sendiri, yang telah mampu menyelesaikan karya akhir ini dengan setiap usaha dan doa yang selalu berulang dipanjatkan. Terima kasih atas setiap langkah kaki, semangatnya, lelahnya, tetesan air mata suka maupun duka yang mengisi selama Pendidikan ini. Terima kasih juga sudah membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri.

Penulis menyadari mungkin masih banyak kekurangan dalam penulisan Karya Akhir ini baik berasal dari isi, material dan hasil karya akhir ini. Maka dari itu penulis berharap adanya kritikan dan saran untuk menyempurnakan segala



kekurangan. Akhir kata semoga penulis memberikan manfaat kepada pembaca pada umumnya dan penulis khususnya. Amin.

Padang, 13 September 2023

Putri Ananda

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah.....</b>	<b>4</b>
<b>C. Batasan Masalah.....</b>	<b>5</b>
<b>D. Rumusan Masalah.....</b>	<b>5</b>
<b>E. Tujuan Perancangan.....</b>	<b>5</b>
<b>F. Orisinalitas.....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
<b>A. Kajian Praksis.....</b>	<b>7</b>
1. Data Verbal.....	7
2. Data Visual.....	9
<b>B. Kajian Teoritis.....</b>	<b>11</b>
1. Desain Grafis (Desain Komunikasi Visual).....	11
2. Teori <i>Visual Identity</i> .....	15
3. Teori <i>Corporate Identity</i> .....	17
4. Teori Logo.....	24
5. Teori <i>Gestalt</i> .....	27
6. Teori <i>Semiotika</i> .....	31
7. <i>Brand Guidelines</i> .....	32
<b>C. Karya Relevan.....</b>	<b>36</b>
1. Logo Vgrow.....	36
2. Logo GYMFIT.....	37
<b>D. Kerangka Konseptual.....</b>	<b>38</b>
<b>BAB III METODE PERANCANGAN.....</b>	<b>39</b>
<b>A. Metode Perancangan.....</b>	<b>39</b>
1. Tahap <i>Define</i> .....	39

2.	Tahap <i>Design</i> .....	41
3.	Tahap <i>Develop</i> .....	42
4.	Tahap <i>Disseminate</i> .....	42
B.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
1.	Data Primer.....	43
2.	Data Sekunder.....	44
C.	Metode Analisis Data.....	44
1.	<i>Strength</i> (Kekuatan).....	45
2.	<i>Weakness</i> (Kelemahan).....	45
3.	<i>Opportunity</i> (Peluang).....	46
4.	<i>Threat</i> (Ancaman).....	46
D.	Hasil Analisis SWOT.....	46
<b>BAB IV PERANCANGAN</b> .....		47
A.	<b>KONSEP DESAIN</b> .....	47
1.	Segmentasi.....	47
2.	Pendekatan Kreatif.....	48
3.	Strategi Media.....	65
4.	Rencana Anggaran Biaya.....	72
B.	<b>DESAIN FINAL</b> .....	73
1.	Sketsa Kasar.....	73
2.	Komprehensif.....	83
3.	Final.....	93
C.	<b>UJI KELAYAKAN</b> .....	102
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		105
A.	<b>Kesimpulan</b> .....	105
B.	<b>Saran</b> .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		107

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Identitas Visual <i>Bougenvilleee Project</i> Saat ini.....	3
Gambar 2. Identitas Visual <i>Bougenvilleee Project</i> Saat Ini .....	8
Gambar 3. Suasana Depan Kantor <i>Bougenvilleee Project</i> .....	9
Gambar 4. Display Produk dalam kantor <i>Bougenvilleee Project</i> .....	10
Gambar 5. Foto penulis bersama owner <i>Bougenvilleee Project</i> .....	10
Gambar 6. Logo Pepsi.....	25
Gambar 7. Logo SHARP .....	26
Gambar 8. Logo McDonalds.....	26
Gambar 9. Logo VAIO.....	27
Gambar 10. Logo MOCA ( <i>Museum Of Contemporary</i> ).....	28
Gambar 11. Logo Muzeum Palacu Herbsta .....	29
Gambar 12. Logo Grab .....	29
Gambar 13. Logo WWF.....	30
Gambar 14. Logo <i>Hope For African Children Initiative</i> .....	30
Gambar 15. Logo Vgrow .....	36
Gambar 16. Logo GYMFIT.....	37
Gambar 17. <i>Mind Mapping</i> .....	50
Gambar 18. Tipografi.....	51
Gambar 19. Tagline.....	52
Gambar 20. Warna .....	52
Gambar 21. <i>Pattern</i> .....	53
Gambar 22. Eksekusi alternatif logo.....	54
Gambar 23. Alternatif logo terpilih.....	54
Gambar 24. Digital alternatif logo 1 .....	54
Gambar 25. Digital alternatif logo 2 .....	54
Gambar 26. Perancangan Logo menggunakan software Adobe Illustrator.....	55
Gambar 27. Shape dan Grid Logo .....	55
Gambar 28. Studi layout logogram dan tipografi .....	56
Gambar 29. Final logo vertikal .....	56
Gambar 30. Final logo horizontal .....	56
Gambar 31. Konstruksi Logo.....	57
Gambar 32. Pengaplikasian logo dalam beberapa warna yang benar .....	58
Gambar 33. Logo size Vertikal .....	59
Gambar 34. Logo size Horizontal.....	59
Gambar 35. Design <i>Invoice</i> .....	60
Gambar 36. Desain <i>Latterhead</i> .....	61
Gambar 37. Desain depan <i>Business Card</i> .....	62
Gambar 38. Desain belakang <i>Business Card</i> .....	62
Gambar 39. Desain <i>Id Card</i> .....	63
Gambar 40. Desain <i>Stamp</i> .....	63
Gambar 41. Desain belakang <i>Envelope</i> .....	64
Gambar 42. Desain depan <i>Envelope</i> .....	64

Gambar 43. Sketsa Kasar <i>Cover Brand Guideline</i> .....	73
Gambar 44. Sketsa kasar <i>invoice</i> .....	74
Gambar 45. Sketsa kasar <i>Business Card</i> .....	75
Gambar 46. Sketsa kasar <i>Letterhead/kop surat</i> .....	76
Gambar 47. Sketsa kasar <i>stamp/stempel</i> .....	77
Gambar 48. Sketsa kasar <i>ID Card</i> .....	77
Gambar 49. Sketsa kasar <i>Envelope/amplop</i> .....	78
Gambar 50. Sketsa kasar <i>T-shirt</i> .....	79
Gambar 51. Sketsa kasar <i>flag chain</i> .....	79
Gambar 52. Sketsa kasar tote bag .....	80
Gambar 53. Sketsa kasar <i>mug</i> .....	80
Gambar 54. Sketsa kasar <i>Poster</i> .....	81
Gambar 55. Sketsa kasar <i>roll up banner</i> .....	82
Gambar 56. Sketsa kasar payung .....	82
Gambar 57. Komprehensif <i>cover brand guideline</i> .....	83
Gambar 58. Komprehensif <i>invoice/faktur</i> .....	84
Gambar 59. Komprehensif <i>business card</i> .....	85
Gambar 60. Komprehensif <i>letterhead/kop surat</i> .....	86
Gambar 61. Komprehensif <i>stamp/stempel</i> .....	87
Gambar 62. Komprehensif <i>ID Card</i> .....	87
Gambar 63. Komprehensif <i>envelope/amplop</i> .....	88
Gambar 64. Komprehensif <i>T-shirt</i> .....	89
Gambar 65. Komprehensif <i>flag chain</i> .....	89
Gambar 66. Komprehensif tote bag .....	90
Gambar 67. Komprehensif <i>mug</i> .....	90
Gambar 68. Komprehensif poster .....	91
Gambar 69. Komprehensif <i>roll up banner</i> .....	92
Gambar 70. Komprehensif payung .....	92
Gambar 71. Final <i>Design Cover Brand Guideline</i> .....	93
Gambar 72. Final <i>Design Invoice</i> .....	94
Gambar 73. Final <i>Design business card</i> .....	95
Gambar 74. Final <i>Design letterhead</i> .....	96
Gambar 75. Final <i>Design stamp</i> .....	96
Gambar 76. Final <i>Design ID Card</i> .....	97
Gambar 77. Final <i>Design envelope</i> .....	97
Gambar 78. Final <i>Design t-shirt</i> .....	98
Gambar 79. Final <i>Design flag chain</i> .....	99
Gambar 80. Final <i>Design tote bag</i> .....	99
Gambar 81. Final <i>Design mug</i> .....	100
Gambar 82. Final <i>Design poster</i> .....	100
Gambar 83. Final <i>Design roll up banner</i> .....	101
Gambar 84. Final <i>Design Umbrella</i> .....	101
Gambar 85. Uji kelayakan logo mark di website <i>Brandmark.io</i> .....	103

## **DAFTAR TABEL**

Table 1. Hasil uji kelayakan karya Corporate Identity Bougenvilleee Project .....	104
---	-----

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Konseptual.....	38
-----------------------------------	----

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Percetakan menjadi bisnis yang bagus untuk dikembangkan karena beriringan dengan perkembangan teknologi dan bisnis yang kebutuhannya semakin meningkat dikalangan masyarakat baik, untuk kebutuhan personal, bisnis, organisasi, komunitas, perusahaan besar dsb. Contoh percetakan yang dibutuhkan masyarakat seperti, undangan pernikahan, formulir untuk kantor, flyer untuk promosi perusahaan, buku untuk ujian masuk perguruan tinggi dan lain-lain.

Bisnis percetakan berhubungan dengan bisnis konveksi, karena perusahaan konveksi membutuhkan percetakan untuk kaos, jaket yang diproduksi. Jadi konveksi adalah perusahaan yang memproduksi pakaian atau kebutuhan sandang, juga untuk memenuhi kebutuhan pakaian komunitas, pakaian politik dan pakaian perusahaan dalam jumlah yang banyak. Salah satu bisnis Percetakan dan Konveksi ini Bernama “Bougenvilleee Project” yang berlokasi di jalan Kuini, Pekanbaru, berdiri pada tahun 2019 dan didirikan oleh M. Arif Budiman (28 th) dan Marhayati (28 th). [1]

*Bougenvilleee Project* adalah perusahaan yang menawarkan jasa percetakan konveksi seperti cetak undangan, flyer, mug, t-shirt dan *merchandise* lainnya untuk suatu organisasi/komunitas/perusahaan dalam jumlah yang besar. Perusahaan percetakan dan konveksi *Bougenvilleee Project* ini belum memiliki identitas perusahaan atau alat perusahaan yang lengkap



dan konsisten. Identitas berguna sebagai alat promosi dan pemasaran perusahaan. Saat ini perusahaan masih menggunakan kwitansi/faktur yang dijual dipasaran, desain blanko yang tidak menarik dan konsisten, belum adanya cap stemple *Bougenvilleee Project* juga desain kop surat sebagai penunjang surat Kerjasama, serta adanya kepercayaan klien yang rendah terhadap jasa yang ditawarkan.

Identitas perusahaan diperlukan untuk memenuhi kerjasama dengan konsumen atau perusahaan klien sehingga akan mempengaruhi kualitas perusahaan, keprofesionalan, loyalitas dan kepercayaan konsumen kedepannya. Juga memenuhi kelengkapan properti brand *Bougenvilleee Project* seperti : list daftar harga/blanko, kaos owner/karyawan *Bougenvilleee Project* dan mug kantor. Target utama pasar dari *Bougenvilleee Project* ini adalah perusahaan-perusahaan besar, yang mana owner secara personal mengajukan penawaran kepada perusahaan-perusahaan. Jadi dapat disimpulkan permasalahannya, bagaimana membentuk *corporate identity* yang profesional.

Untuk mencapai tujuan *corporate identity* ada 3 menurut Darmawanto yaitu, membentuk personal perusahaan, loyalitas dan peningkatan bisnis, diperlukan merancang image perusahaan melalui identitas berupa logo, kemudian konsistensi penggunaan logo dalam perangkat perusahaan (*corporate stationary*).



Gambar 1. Identitas Visual *Bougenvillee Project* Saat ini

Sumber : Dokumen Bougenvillee Project, 5 Februari 2023

Identitas atau logo perusahaan *Bougenvillee Project* saat ini yang dipahami dalam prinsip-prinsip desain ditemukan permasalahan kurangnya keseimbangan (*balance*) pada logo yang berat sebelah. Kemudian proporsi (*proportion*), perbandingan ukuran logotype dalam elektabilitas keharmonisan desain di berbagai media cetak yang digunakan. Logo type yang digunakan saat ini adalah jenis font Script, memiliki jarak font yang sangat dekat sehingga kurangnya *legibility* dan *readability* saat diaplikasikan dengan ukuran yang lebih kecil dalam penggunaan media cetak seperti kartu nama, surat-menyerurat dan sebagainya.

Oleh karena itu diperlukannya modifikasi logo perusahaan *bougenvillee project*, agar tercapainya tujuan dari pembentukan *corporate identity Bougenvillee Project* ini. Identitas mencerminkan kepribadian perusahaan dan disinilah branding sebuah perusahaan tercipta. Identitas mempengaruhi keputusan belanja konsumen, sehingga identitas mampu

menjadi pembeda tentang persepsi konsumen terhadap jasa *Bougenvilleee Project* ini dengan kompetitor lainnya. Suatu perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mampu menyampaikan image dan membangun kepercayaan konsumen. *Bougenvilleee Project* memiliki kompetitor yang lokasinya cukup dekat, yaitu “Nadia Percetakan”. Perusahaan Nadia Percetakan tidak memberikan layanan free desain untuk konsumennya, kemudian perusahaan nadia percetakan sudah memiliki alat cetak yang cukup lengkap.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa diperlukannya sebuah *Corporate Identity* untuk membentuk perusahaan yang professional dan meningkatkan kepercayaan klien, karena target pasar perusahaan yang besar. Untuk meningkatkan citra perusahaan percetakan, koveksi dan sablon ini, maka dari itu penulis ingin mengambil sebuah tema tugas akhir “**Corporate Identity Bougenvilleee Project**”. Sebagai pendukung perancangan promosi tersebut penulis membutuhkan identitas perusahaan atau media yang digunakan yaitu berupa *business card*, *invoice/faktur*, stempel, amplop, kop surat, *id card* dan *t-shirt*. Adanya penambahan media promosi diharapkan dapat mendukung kesuksesan dalam perancangan tersebut.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, didapat identifikasi masalah yaitu,

1. Belum adanya *Corporate Identity* yang lengkap dalam perusahaan (*corporate stationary*) untuk mencapai tujuan *corporate identity*. Memerlukan logo dan *Brand Guidelines* perusahaan sebagai panduan

untuk meningkatkan *personality*, kualitas, serta media promosi perusahaan *Bougenville Project*.

2. Banyaknya kompetitor berlokasi disekitar pekanbaru yang terkesan lebih professional.

### **C. Batasan Masalah**

Permasalahan yang dirumuskan maka batasan masalah yang digunakan dalam perancangan ini adalah: Merancang *Corporate Identity Bougenville Project* berupa modifikasi Logo untuk melengkapi perangkat perusahaan, *Corporate Stationary* dan *Brand Guidelines*.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka perumusan masalah ini adalah bagaimana merancang *Corporate Identity Bougenville Project* pekanbaru yang diaplikasikan pada *Brand Guidelines* sebagai panduan dalam membuat alat perusahaan/*corporate stationary Bougenville Project* sebagai upaya mevisualisasikan citra perusahaan, profesionalitas, juga untuk meningkatkan kepercayaan perusahaan kepada konsumen. *Corporate* yang akan dirancang adalah jenis *Corporate Communication (Stationary Office)*.

### **E. Tujuan Perancangan**

Tujuan perancangan ini adalah merancang *Corporate Identity Bougenville Project* untuk upaya mengaplikasikan identitas perusahaan agar terbentuk personal perusahaan, meningkatkan kualitas dan promosi perusahaan, memiliki konsistensi brand, terlihat lebih professional, kepercayaan clien dan target pasar tercapai. Perancangan *Corporate*

*Communication (Stationary Office)* dan modifikasi logo *Bougenvilleee Project* kemudian dibukukan dalam *Brand Guidelines*. *Brand Guideline* ini menjadi panduan perusahaan dalam penggunaan perangkat perusahaan dan mengaplikasikan brand *Bougenvilleee Project* pada media pendukung promosi perusahaan. *Brand Guidelines* adalah buku yang berisi konsep identitas suatu perusahaan/brand sebagai acuan yang akan diterapkan pada seluruh media yang digunakan. Sehingga diharapkan dengan adanya *Brand Guideline* ini menjadi panduan perusahaan *Bougenvilleee Project* dalam menggunakan desain *Corporate Communication (business card, invoice, envelope, letterhead, stamp, id card dan t-shirt)* yang telah dirancang untuk memenuhi kebutuhan identitas perusahaan kedepannya.

#### **F. Orisinalitas**

Percetakan dan konveksi *Bougenvilleee Project* sebelumnya belum ada yang mengangkat masalah ini. Oleh karena itu penulis akan merancang *Corporate Identity* dari perusahaan *Bougenvilleee Project* ini. Permasalahan yang diangkat adalah membangun kualitas dan kepercayaan konsumen pada perusahaan percetakan ini, dikarenakan fokus bisnis B2B. Perancangan yang dibuat penulis berdasarkan hasil wawancara, observasi dan sumber lainnya yang telah dilakukan.