

**COORPORATE IDENTITY USAHA DAGANG SUMBER LAUT
SEBAGAI KARYA TUGAS AKHIR**

KARYA AKHIR

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



Oleh :

**VENNY OSRIYANTI
49940/ 2004**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2011**

ABSTRAK

Venny Osriyanti : *Coorporate Identity* Usaha Dagang Sumber Laut
Sebagai Karya Tugas Akhir

Dalam era globalisasi dewasa ini, dan dengan berkembangnya pasar, banyak perusahaan bersaing untuk menarik perhatian konsumen agar membeli produknya. Salah satu cara untuk bersaing dan dapat bertahan di dalam pasar yang terus berkembang ini adalah dengan menciptakan suatu *image* dan identitas visual yang mencerminkan tentang keadaan perusahaan tersebut.

Usaha Dagang Sumber Laut adalah salah satu perusahaan yang belum memiliki atribut ataupun identitas lain yang mencerminkan keberadaan perusahaannya. Hal ini dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan meskipun perusahaan ini memiliki skala atau cakupan kerja hingga ke luar negeri. Maka dari itu Tugas Akhir ini akan membahas tentang *Coorporate Identity* pada perusahaan Usaha Dagang Sumber Laut di kota Padang.

Dilihat dari berbagai segi perusahaan Usaha Dagang Sumber Laut mempunyai potensi untuk menjadi perusahaan besar berskala internasional, yang tidak hanya berada di sekitar kota Padang tetapi sudah merambah ke kota-kota lainnya di Pulau Sumatera. Hal ini dikarenakan besarnya peluang yang dapat diraih perusahaan, terutama peluang untuk memasarkan produk dengan cepat. Dengan adanya Tugas Akhir perancangan *coorporate identity* ini diharapkan agar promosi yang dilakukan berjalan lancar dan perusahaan dapat berkembang dengan baik.

Adapun tujuan dari perancangan *Coorporate Identity* ini adalah ingin memperkenalkan kepada khalayak dan masyarakat luas bahwa dikota Padang ada perusahaan yang bergerak khusus sebagai penyedia hasil laut yang segar dan olahan, terjamin mutu dan kebersihannya. Perancangan *Corporate Identity* ini diaplikasikan kedalam bentuk berbagai media komunikasi visual, seperti *sign board* (plang merk) sebagai media utama dan media pendukung terdiri dari *stationary set* (amplop, kop surat, nota bon), kartu nama, baju seragam karyawan dan topi. Sedangkan sebagai media promosinya yaitu, pin, gantungan kunci, *x-banner*, dan poster.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan bimbingan yang telah diberikan-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik. Laporan Tugas Akhir ini merupakan persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana S1 pada program studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa.

Penulis menyadari bahwa banyak orang yang telah berperan penting dan membantu penulis dalam proses pengerjaan tugas akhir sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Untuk semuanya, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ramalis Hakim, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang
2. Bapak Drs. Syafril. R, M.Sn selaku Sekretaris Jurusan Seni Rupa.
3. Bapak Dr. Yahya, M.Pd, selaku Pembimbing Akademik Penulis.
4. Bapak Drs. M. Nasrul Kamal, M.Sn, selaku Pembimbing I Penulis yang telah memberikan pengarahan dan masukan yang mendukung dalam proses perancangan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Drs. Ariusmedi, M.Sn, selaku Pembimbing II Penulis yang telah memberikan bimbingan dan dukungan semangat dalam proses perancangan desain untuk Tugas Akhir ini.
6. Bapak-bapak penguji (Ezu oktavianus, S.Sn,M.SN, Drs. Irwan, M.Sn, Drs. Yusron Wikarya, M.Pd) yang telah memberikan arahan dan masukan yang mendukung sehingga laporan ini dapat selesai dengan sempurna

7. Bapak Wira Hendrik, selaku pemimpin perusahaan UD Sumber Laut, yang telah memberikan kesempatan, nasihat, bimbingan, dan informasi yang diberikan sehingga Penulis dapat mengerjakan Tugas Akhir ini.
8. Keluarga Penulis, terutama ibu (Reda Muslina) yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materil.
9. Daddy Minnie yang selalu support. Terimakasih atas pengertiannya.
10. Myhan Nie, terima kasih buat support dan pengertiannya.
11. Sahabatku Anie Emzjet, terimakasih buat dukungannya.
12. Terima kasih buat Nanda.
13. Teman-teman DKV 04 yang senasib seperjuangan.
14. dan kepada semua pihak terkait yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan yang telah diberikan, dan semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Pembatasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Orisinalitas.....	5
F. Tujuan Berkarya.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
A. Kajian Praksis.....	7
1. Data Perusahaan UD. Sumber Laut.....	7
2. Data Produk dan Pemasaran.....	13
B. KAJIAN TEORITIS.....	18
1. Desain Komunikasi Visual.....	18
2. Coorporate Identity.....	21
3. Logo Sebagai Identitas.....	26
4. Tinjauan Warna.....	27
5. Tinjauan Tipografi.....	30
C. KARYA YANG RELEVAN.....	32
D. KERANGKA KONSEPTUAL.....	33

BAB III	METODE PERANCANGAN.....	34
	A. Metode Pengumpulan Data.....	34
	B. Metode Analisis Data.....	38
	C. Pendekatan Kreatif.....	40
	1. Pesan Verbal.....	40
	2. Pesan Visual.....	40
	3. Strategi Kreatif.....	42
	4. Media Utama dan Media Pendukung.....	43
	D. Jadwal Kerja.....	45
BAB IV	PERANCANGAN VISUAL.....	46
	A. Teori Media.....	46
	B. Program Kreatif.....	50
	C. Lay Out.....	53
	1. Perancangan Logo UD. Sumber Laut Padang.....	53
	2. Media Utama.....	58
	3. Media Pendukung.....	60
	D. Final Desain.....	79
BAB V	PENUTUP.....	91
	A. Kesimpulan.....	91
	B. Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Gurita..... 13
Gambar 2	Kerangka Konseptual..... 33
Gambar 3	Proses Loin Tuna..... 36
Gambar 4	Proses Penyortiran Gurita..... 36
Gambar 5	Proses Penyortiran Ikan..... 37
Gambar 6	Proses Penyortiran Udang..... 37
Gambar 7	Udang Siap Dibekukan..... 37
Gambar 8	Udang Siap Dipasarkan..... 38

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1	Pemanfaatan Lahan UD Sumber Laut.....	11
Tabel 2	Fasilitas Pendukung UD Sumber Laut.....	12
Tabel 3	Jadwal Kerja.....	45
Tabel 4	Teknik warna CMYK pada perancangan corporate identity UD. Sumber Laut Padang.....	52
Tabel 5	Teknik warna RGB pada perancangan corporate identity UD. Sumber Laut Padang.....	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Kota Padang merupakan salah satu wilayah pesisir pantai yang ada di provinsi Sumatera Barat. Potensi yang besar menjadikan kota Padang sebagai tujuan investasi para pemilik modal dan teknologi untuk turut serta dalam memanfaatkan potensi sumber daya yang ada. Tersedianya potensi sumber daya kelautan yang sangat besar, terlihat dengan panjangnya garis pantai yang memungkinkan kota Padang mengembangkan usaha penangkapan berbagai macam hasil laut. Dapat dikatakan banyak hal yang bisa didapat dari laut kota Padang ini. Sebagai contoh, penangkapan berbagai macam ikan, seperti cakalang, tuna, sare, dan jumbo. Selain itu juga ada gurita dan udang. Hasil - hasil laut ini kemudian ditampung oleh sebuah perusahaan yang bergerak dibidangnya untuk diolah, dikemas, dan di ekspor, sesuai dengan permintaan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang perikanan atau hasil-hasil laut ini adalah usaha dagang Sumber Laut, yang biasa disingkat dengan UD. Sumber Laut. Usaha Dagang Sumber Laut berdiri sejak tahun 2000 yang diawali dengan usaha pembelian ikan dan melakukan *packing* untuk dikirim ke luar kota. Segala macam bentuk hasil laut, ditampung di usaha dagang ini. Usaha Dagang Sumber Laut ini terletak dikawasan permukiman penduduk, namun masih banyak masyarakat umum yang tidak mengetahui tentang keberadaan perusahaan ini, yang selalu menyediakan hasil-hasil laut baik segar maupun olahan.

Dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya, perusahaan UD Sumber Laut tidak menggunakan atribut apapun, seperti tidak menggunakan cap/ stempel resmi dari perusahaan ketika akan melakukan surat menyurat dengan perusahaan lain, dan media pendukung lainnya seperti stationary set (amplop, kop surat dan nota bon), poster, dan x-banner sebagai media promosinya.

Penggunaan media yang menggambarkan tentang *image* perusahaan UD Sumber Laut ini tidak pernah ada sebelumnya. Hal ini dikarenakan kurangnya perhatian pemimpin terhadap pentingnya logo bagi perusahaan, yang kemudian dapat diaplikasikan kedalam berbagai bentuk media yang dapat mendukung perkembangan perusahaan sebagai *image* baru yang menggambarkan perusahaan ini. Selain itu juga diperlukan untuk menarik minat nelayan dan konsumen agar mau menjual atau membeli hasil- hasil laut di perusahaan dengan melakukan berbagai macam promosi, yang menampilkan citra perusahaan lewat logo.

Selama ini Usaha Dagang Sumber Laut sudah mulai dikenal oleh masyarakat sekitar, hanya saja promosi yang dilakukan hanya berdasarkan dari mulut ke mulut. Padahal perusahaan ini sudah mulai berkembang meskipun belum memiliki atribut atau logo apapun yang mencerminkan *image* perusahaannya. Untuk itu pemimpin perusahaan ingin menampilkan citra perusahaannya lewat logo sebagai sebuah identitas resmi bagi perusahaan Usaha Dagang Sumber Laut ini. Diharapkan dengan adanya logo atau *coorporate identity* bagi perusahaan UD. Sumber laut ini agar berkembang lagi dan lebih mudah dikenal masyarakat umum, baik di dalam kota maupun di luar kota hingga ke mancanegara.

Logo merupakan bagian dari *corporate identity* yang menjadi hal terpenting bagi sebuah perusahaan, karena merupakan citra bagi perusahaan agar dapat dengan mudah dikenal oleh masyarakat luas. Dalam pengertiannya, logo atau *corporate identity* merupakan hal yang krusial yang merupakan citra atau *image* yang dapat mempengaruhi letak sebuah produk dihati masyarakat umum dan sesuatu hal yang juga ikut menentukan kesuksesan sebuah perusahaan.

Logo merupakan suatu bentuk gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu , dan mewakili suatu arti dari sebuah perusahaan yang dianggap membutuhkan hal yang singkat dan mudah diingat sebagai ganti dari nama sebenarnya, terdapat dalam Wikipedia (<http://id.wikipedia.org/wiki/Logo>, diakses 3 Oktober 2010).

Rustam dalam (<http://www.universitaskristenpetra.com>, diakses 3 Oktober 2010), menyebutkan bahwa:

“Logo adalah penyingkatan dari *logotype*. Logo adalah bagian identitas yang bersifat fisik sehingga sering disebut dengan *visual identity*. *Visual identity* ini diharapkan dapat memberikan makna yang universal, melintas batas geografis dan budaya. Logo diharapkan menjadi jendela untuk masuk kedalam persepsi masyarakat. sehingga dapat disimpulkan bahwa mendesain logo tidak dapat lagi hanya sekedar imajinasi”.

Sebuah logo haruslah mencerminkan keadaan perusahaan yang sebenarnya, sehingga dengan mudah dapat dikenali dan menjadikan perusahaan memiliki *image* yang positif dimata masyarakat. Selain itu logo juga digunakan sebagai identitas resmi perusahaan sehingga memudahkan perusahaan dalam melakukan kegiatan operasional apapun kepada perusahaan lain. Dari hal itulah penulis mencoba untuk mengembangkan identitas perusahaan Usaha Dagang Sumber Laut lewat logo.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

1. Perusahaan UD. Sumber Laut merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang hasil pengolahan ikan di Sumatera Barat namun belum memiliki *Coorporate Identity* yang mencerminkan tentang perusahaan tersebut.
2. Perusahaan UD. Sumber Laut merupakan perusahaan legal yang sudah memiliki izin pendirian perusahaan dari pemerintah namun belum begitu dikenal oleh masyarakat luas dan belum meyakinkan masyarakat akan produk yang diolah.
3. Masyarakat kurang mengetahui tentang keberadaan perusahaan ini sehingga perusahaan ini kurang berkembang di kota Padang.

C. PEMBATAAN MASALAH

Adapun pembatasan masalah yang ingin penulis kemukakan adalah merancang logo sebagai bagian dari *coorporate identity* perusahaan yang menarik secara visual dan dapat mencerminkan *image* positif dari perusahaan serta menjadi pembeda dari perusahaan sejenis yang sudah ada. Untuk itulah penulis membatasinya dalam perancangan logo sebagai bagian dari *Coorporate Identity* Usaha Dagang Sumber Laut, yang akan diaplikasikan kedalam berbagai bentuk media yang dapat mendukung perkembangan perusahaan ini, seperti *stationary set*, seragam dan topi karyawan, poster, kartu nama, dan *x-banner*. Diharapkan dengan adanya perancangan yang dilakukan dapat menarik minat masyarakat umum dan nelayan yang butuh akan perusahaan ini.

D. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana cara membangun citra perusahaan Usaha Dagang Sumber Laut dimata masyarakat lewat logo.
2. Bagaimana cara menarik perhatian nelayan dan konsumen agar menjadikan perusahaan ini sebagai tempat pendistribusian dan distributor untuk hasil- hasil laut baik segar maupun olahan, dengan perancangan logo yang kemudian diaplikasikan kedalam bentuk berbagai media pendukung.

E. ORISINALITAS

Perancangan *coorporate identity* dalam bentuk logo dan media lainnya merupakan sesuatu yang baru bagi perusahaan UD Sumber Laut, karena sebelumnya perusahaan ini tidak memiliki logo apapun yang dapat mencerminkan tentang perusahaan ini. Hal yang dianggap baru ini kemudian akan penulis coba untuk merancang sebuah logo yang mencerminkan keberadaan dan keadaan yang sesungguhnya agar lebih menarik perhatian konsumen, yang biasanya pengenalan/ promosinya hanya dilakukan dari mulut ke mulut. Bentuk perancangan yang akan penulis lakukan adalah, sebuah perancangan konseptual yang mencerminkan *image* positif, dengan mengacu kepada dasar-dasar bentuk pendirian dan karakter perusahaan serta produk, sehingga akan tercipta kesan yang lebih menonjol, sehingga pada akhirnya perusahaan dapat dengan mudah dikenal masyarakat luas.

Perancangan ini murni dan tidak ada desain lain yang dicontoh, kecuali adanya karya yang relevan atau desain lain yang menjadi bahan acuan bagi penulis dalam pembuatan perancangan ini.

F. TUJUAN PERANCANGAN

Tujuan perancangan *coorporate identity* UD. Sumber laut adalah memberitahu atau memperkenalkan kepada masyarakat tentang keberadaan perusahaan ini meskipun terletak dikawasan pemukiman penduduk. Selain itu juga ingin memberitahukan kepada masyarakat umum tentang berbagai macam hasil laut yang bisa diperoleh dari hasil penangkapan dan penampungan di perusahaan ini.

Tujuan perancangan yang akan dilakukan untuk UD. Sumber Laut berbentuk, antara lain :

1. Pembuatan *coorporate identity* dengan media utama berupa plang merek (*sign board*), berkaitan erat dengan logo, dan mencerminkan keadaan yang sesungguhnya dari perusahaan UD. Sumber Laut yang selalu ramah dalam melayani konsumennya, menjaga kebersihan perusahaan, produk yang dihasilkan dan dampak lingkungan serta berani menghadapi tantangan berupa pesaing dalam menjalankan perusahaannya.
2. Media cetak, seperti amplop, kop surat, kartu nama, kalender, buku bon/ bukti pembelian/ penjualan.
3. Media promosi, seperti poster, x-banner, pin, gantungan kunci, baju kaos dan topi pegawai