

Re-design Corporate Identity Wanda Electronic

**Laporan
KARYA AKHIR**

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



Oleh:

**Juwita Wirta Sri Depi
04799/ 2008**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2012**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

laporan
Karya Akhir

" Re-design Corporate Identity Wanda Electronic "

Nama : Juwita Wirta Sri Depi
Nim : 04799/ 2008
Program studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 14 Juli 2012

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I



Drs. Jamilus, M. Pd
NIP 19511114.197903.1.001

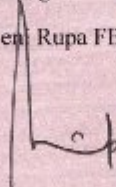
Dosen Pembimbing II



Drs. Syafwandi, M. Sn
NIP 19600624.198602.1.003

Mengetahui:

Ketua Jurusan Seni Rupa FBS UNP Padang



Dr. Yahya, M. Pd

NIP. 19640107.199001.1.001

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Karya Akhir
Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa Dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : *Re-design Corporate Identity Wanda Electronic*
Nama : Juwita Wirta Sri Depi
NIM/ BP : 04799/ 2008
Program studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 14 Juli 2012

Tim Penguji:

Nama/NIP

Tanda Tangan

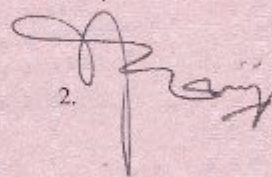
1. Ketua Dra. Lisa Widiarti, M. Sn
19640912.199702.2.001

1.



2. Anggota Drs. Yusron Wikarya, M. Pd
19640103.199103.1.001

2.



ABSTRAK

Juwita Wirta Sri Depi: *Re-design Corporate Identity Wanda Electronic*

Wanda *Electronic* adalah salah satu toko *electronic* di Dharmasraya, berada di Pasar Koto Baru dan Sungai Rumbai, berdiri sejak tahun 1999 sampai saat ini. Wanda *Electronic* mempunyai logo yang berupa tulisan saja dan tidak mempunyai makna khusus serta ketentuan logo yang benar sehingga tidak ada yang membedakan Wanda *Electronic* dengan toko *electronic* lainnya yang ada disana. Hal ini menjadi masalah baru sehingga mengambil langkah untuk membedakan Wanda *Electronic* dengan cara *Re-design Corporate Identity Wanda Electronic*.

Tujuan dan manfaat dari *Re-design* ini adalah untuk membedakan Wanda *Electronic* dengan toko *electronic* lainnya supaya bisa dikenal secara lebih luas oleh konsumen serta menjadi tempat belanja *electronic* yang dicari masyarakat.

Perancangan ini menggunakan model prosedural yang bersifat deskriptif, proses perancangan yang prosedural tersebut berorientasi untuk meningkatkan usaha Bapak Marwan. Perumusan masalah dan identifikasi serta tujuan, pengambilan data melalui cara observasi, dokumentasi dan wawancara kemudian di analisis dan akhirnya menjadi konsep dari perancangan. Perancangan menghasilkan media utama berupa logo karena logo merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. Selain media utama juga dilengkapi dengan media pendukung *Neon box*, Tas belanjaan, Seragam Karyawan, Bon, Topi, Kartu nama, Stiker, Gelas, Jam dinding, Pena dan gantungan kunci.

Hasil rancangan ini nantinya akan dipakai untuk mempromosikan Wanda *Electronic* supaya lebih baik lagi dimata konsumen dan membuat usahanya jauh lebih maju dari pada sekarang.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya kepada kita, dan tidak lupa pula kepada nabi besar kita yaitu Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kebodohan sampai zaman berpengetahuan dan canggih seperti saat ini. Sehingga saya dapat menyelesaikan proposal ini, berkat dorongan keluarga dan teman-teman dekat akhirnya proposal ini dapat diselesaikan dengan judul “***Re-design Corporate Identity Wanda Electronic***”.

Laporan karya akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Kependidikan Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang. Dalam pembuatan karya akhir ini tidak selalu berjalan mulus karena ada halangan dan rintangan yang penulis temui, namun berkat bantuan dan *support* dari pembimbing I yaitu Drs. Jamilus, M. Pd dan pembimbing II Drs. Syafwandi, M. Sn, alhamdulillah tugas ini dapat penulis selesaikan. Selanjutnya penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Zaim, M.Hum Dekan Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang beserta staf dan karyawan/ti yang telah memberikan kemudahan dalam administrasinya.
2. Dr. Yahya, M.Pd Ketua dan Drs. Ariusmedi, M.Sn Sekretaris Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini.
3. Bapak/Ibu penguji skripsi (1) Dra. Lisa Widiarti, M.Sn (2) Drs. Yusron Wikarya, M.Pd yang telah menguji dan memberikan saran terhadap perbaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen staf Pengajar Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama penulis kuliah.
5. Kepada Papa dan Mama beserta kakak tercinta yaitu Dodi Asrianto, Rafifah Ayudia dan Elya Arahman yang selalu memberikan doa dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan karya akhir ini.
6. Teman-teman DKV yang senasib dan seperjuangan yaitu Yasfa Ilhami, Shinta Kartika Dewi, Yeyen oviona, Eko Purnomo, Rezky Ikhwan, Fahrozi dan Trisno Susanto yang telah membantu, memberikan semangat dan dorongan.
7. Teman-teman UKFF yang membantu ketika menuju pelaksanaan ujian dan selalu ada baik susah maupun senang sehingga penulis bisa melaksanakan ujian dengan baik.

8. Sahabat BBB yaitu Ririn Emilia, Rita Anggreini dan Sheany Ocmi Sakti yang selalu ada menemani, memberikan keceriaan dan semangat ketika penulis merasa tidak mampu menyelesaikan laporan akhir ini, tapi berkat mereka penulis bisa sampai pada saat ini.
9. Karyawan Haluan yang telah membantu mencari alamat dosen sehingga penulis bisa bimbingan dan membuat laporan karya akhir ini dengan lancar, terutama kepada Andika Destika Khagen, S. S, Aci Indrawadi, SE dan Nasrul Azwar.

Penulis menyadari bahwa Laporan Karya Akhir ini masih terdapat kekurangan-kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini mempunyai arti dan dapat memberikan manfaat bagi pembaca umumnya dan penulis khususnya. Amin....

Padang, 5 Juli 2012

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	3
E. Orisinalitas	3
F. Tujuan Berkarya.....	4

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Praksis.....	5
1. Wanda <i>Electronic</i>	5
a) Visi dan Misi Wanda <i>Electronic</i>	6
b) Motto Wanda <i>Electronic</i>	7
c) Prinsip Dasar Wanda <i>Electronic</i>	7
d) Personalia Wanda <i>Electronic</i>	8
e) Target Wanda <i>Electronic</i>	8

2. <i>Corporate Logo Wanda Electronic</i>	8
3. Data Visual.....	9
4. kesimpulan.....	10
B. Kajian Teoritis	10
1. Tinjauan Desain Komunikasi Visual	10
2. Ruang Lingkup Desain Komunikasi Visual.....	11
3. Tinjauan <i>Corporate identity</i>	13
a) Pengertian <i>Corporate Identity</i>	13
b) Warna	18
c) tipografi	20
d) Cara membuat logo	22
C. Karya yang Relevan	23
D. Kerangka Konseptual	24

BAB III METODE PERANCANGAN

A. Metode Pengumpulan Data	25
1. Data yang diperlukan	25
2. Pengumpulan Data.....	26
B. Metode Analisa Data	27
C. Pendekatan Kreatif	29
1. Pesan Verbal	29
2. Pesan Visual	29
D. Media Utama dan Media Pendukung	32
1. Media Utama	32

2. Media Pendukung.....	32
E. Jadwal Kerja	35

BAB IV PERANCANGAN VISUAL

A. Teori Media.....	36
1. Media Utama	36
2. Media Pendukung.....	36
B. Program Kreatif.....	41
1. Pemilihan Bentuk.....	41
2. Pemilihan Warna.....	42
3. Pemilihan Tipe Huruf	44
C. Layout	44
1. Layout Kasar.....	44
2. Media Utama dan Media Pendukung.....	51
3. Layout Komprehensif	61
D. Final Desain.....	68
1. Media Utama	68
2. Media Pendukung	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	74

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. <i>Corporate Logo</i>	8
2. Peta Wanda <i>Electronic</i>	9
3. Isi Toko Wanda <i>Electronic</i>	9
4. Logo <i>WordMark</i>	14
5. Logo Latter Mark	14
6. Logo <i>Web</i>	15
7. Logo <i>Pictoral Mark</i>	15
8. Abstrak <i>Mark</i>	15
9. Logo Emblem	16
10. Logogram	17
11. <i>Logotype</i>	17

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Warna	18
Tabel 2 Jadwal Kerja.....	35
Tabel 3 Teknik Warna CMYK pada Re-design Logo Wanda Electronic.....	43
Tabel 4 Teknik Warna RGB pada Re-design Logo Wanda Electronic	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Wanda *Electronic* adalah salah satu toko *electronic* yang berada di Kabupaten Dharmasraya, lebih tepatnya berada di Pasar Koto Baru. Wanda *Electronic* telah memiliki cabang di Sungai Rumbai, berdiri sejak tahun 1999 oleh Bapak Marwan. Menurut Bapak Marwan (tanggal 14 April 2011) alasan memilih membuka Wanda *Electronic* adalah karena mengikuti kakaknya “Nurman” yang terlebih dahulu membuka *electronic* dengan nama Manda *Electronic*, berdiri sejak tahun 1994 yang berkembang dengan baik, disamping itu Bapak Marwan melihat perkembangan perekonomian di Kabupaten Dharmasraya yang sangat bagus.

Pada saat ini Wanda *Electronic* adalah salah satu toko *electronic* terlengkap di Dharmasraya, memiliki empat orang pegawai, setiap harinya Wanda *Electronic* bisa menjual 5-8 *electronic*, kesuksesan tersebut dicapai dalam jangka waktu dua belas tahun.

Kata atau kalimat sebagai papan nama untuk toko tersebut adalah WANDA *ELECTRONIC* dengan membuat tulisan “WANDA”, memakai ukuran *font* yang besar dengan maksud sebagai penanda tokonya. Hal ini membuat toko Wanda *Electronic* tidak berbeda dengan toko *electronic* lainnya, sehingga tidak ada kemajuan dalam menarik pelanggan maka

sebab itu dibuatlah *re-design* logo Wanda *Electronic* dengan tujuan untuk menarik pelanggan lebih banyak lagi, dengan cara membuat logogram yang mewakili identitas Wanda *Electronic*.

Dari perkembangannya logo mengalami reformasi bentuk mulai dari bentuk- bentuk logo yang rumit hingga menjadi sebuah bentuk yang sederhana dan mudah diingat. Berbagai pilihan elemen pun ikut bertambah, mulai dari penggunaan inisial, nama perusahaan, monogram maupun pictogram. Seiring dengan perkembangan dunia periklanan, peran logo menjadi amat penting terutama dalam pembuatan strategi branding sebuah produk, dan fungsi sebagai identitas, dengan hanya melihat logo seseorang akan ingat, tertarik, lalu membeli. Dari fungsi ini, logo kemudian menjadi ukuran sebuah citra, baik citra sebuah produk, perusahaan maupun organisasi.

Dalam kriteria logo, Wanda *Electronic* jauh dari ketentuan untuk memenuhi kriteria sebagai logo. Oleh karena itu, logo yang dibuat haruslah unik, simpel, fleksibel yang dibuat dalam bentuk, warna dan ukuran yang sesuai untuk logo Wanda *Electronic*. Kenyataannya pemilik hanya menjadikan logo sebagai penanda tokonya saja, berdasarkan kenyataan tersebut sipemilik ingin memperbaiki logonya untuk lebih bagus lagi sehingga banyak pelanggan yang datang, maka dibuatlah logo baru untuk (*re-design*) Wanda *Electronic* agar memiliki makna dan arti yang lebih jelas bahkan visi dan misi yang dituju oleh Wanda *Electronic*.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang terdapat beberapa masalah dalam pembentukan *corporate identity* Wanda *Electronic* adalah

1. Membuat *re-design* logo Wanda *Electronic* untuk menarik pelanggan lebih banyak lagi.
2. *Definisi* logo yang tidak jelas dan logo tidak mempunyai ciri khas dan jati diri toko *electronic* tersebut.
3. Wanda *Elektronik* belum mempunyai *corporate identity* sebagai media promo.
4. Dibutuhkan *re-design* untuk logo Wanda *Electronic* agar dapat mewakili identitas dari Wanda *Electronic*.

C. Batasan Masalah

Sesuai dari identifikasi masalah di atas, maka batasan masalah yang diambil adalah *re-design* logo Wanda *Electronic*.

D. Rumusan Masalah

Diperlukan *re-design* logo Wanda *Electronic* yang telah dijabarkan di dalam batasan masalah yaitu bagaimana rancangan logo Wanda *Electronic* sebagai *corporate identity* dari Wanda *Electronic*?

E. Orisinalitas

Masalah pada laporan Karya Akhir adalah tidak adanya keseimbangan logo, tidak mengikuti standar logo dan *corporate identity* yang dapat menggambarkan ciri khas/ identitas dari Wanda *Electronic*. Oleh sebab itu dibuatlah *re-design* Wanda *Electronic* sebagai sarana

promosi melalui *corporate identity*. Logo Wanda *Electronic* ini belum pernah *dire-design* sebelumnya, maka logo yang telah dirancang tidak pernah meniru logo mana pun.

F. Tujuan Berkarya

Tujuan dari perancangan logo Wanda *Electronic* ini memperkenalkan Wanda *Electronic* kepada konsumen untuk dapat membeli ataupun memilih barang-barang *electronic* yang tersedia di Wanda *Electronic* ini dengan nyaman. Selain itu juga salah satu cara membentuk citra/ jati diri kepada masyarakat terhadap keberadaan Wanda *Electronic* di Kabupaten Dharmasraya ditengah semakin banyaknya bisnis *electronic* di Kabupaten Dharmasraya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Praksis

1. Wanda *Electronic*

Kabupaten Dharmasraya dahulunya adalah sebuah Kerajaan Melayu dengan ibukota Dharmasraya, kerajaan ini muncul setelah jatuhnya kerajaan Sriwijaya dan pada akhirnya kerajaan ini menjadi bagian dari kerajaan, yang dapat dilihat dari pahatan prasasti Padang Roco. Kabupaten Dharmasraya ini merupakan salah satu dari 3 kabupaten baru hasil pemekaran Kabupaten Sawahlunto/ Sijunjung sebelumnya, tentang pembentukan Kabupaten Dharmasraya, Kabupaten Solok Selatan dan Kabupaten Pasaman Barat di Provinsi Sumatera Barat. (Diakses dari wikipedia Kabupaten Dharmasraya, ensiklopedia bebas. Diakses, 5 Juli 2012).

Dilihat darigeografis kabupaten Dharmasraya berada di ujung tenggara provinsi Sumatera Barat, dengan topografi daerah bervariasi antara berbukit, bergelombang dan datar dengan variasi ketinggian dari 100 m - 1.500 m diatas permukaan laut, kabupaten ini berada dijalur lintas Sumatera yang menghubungkan antara Padang, Pekanbaru sampai Jambi.

Sepertiga dari penduduk kabupaten ini merupakan transmigrasi dari pulau Jawa untuk memanfaatkan lahan kosong dan membuka lapangan pekerjaan baru. Sehingga perekonomian di Dharmasraya

berkembang dengan baik karena daerah ini pada umumnya penghasil kelapa sawit dan karet, selain itu kabupaten ini juga menghasilkan gula manis, kelapa, gambir, kopi, coklat, cengkeh dan pinang.

Melihat perekonomian Dharmasraya yang berkembang dengan baik banyak orang membuka usaha di kabupaten ini, salah satunya adalah toko *electronic* sebagai bagian ukuran status sosial masyarakat di kabupaten tersebut. Perekonomian yang baik ini sudah dulu dirasakan oleh Bapak Nurman yang memiliki usaha *electronic* yang bernama Manda *Electronic*, melihat perkembangan usaha kakaknya yang baik dan cepat yaitu Bapak Nurman maka Bapak Marwan tertarik untuk membuka toko *electronic* yang berada di jalan Koto Baru dengan nama Wanda *Electronic*.

Wanda *Electronic* berdiri pada tahun 1999 dan berkat ketepatan analisa ekonominya, Bapak Marwan telah bisa membuka cabang baru di Sungai Rumbai (wawancara 14 April 2011), kenyataannya sampai saat ini (25 April 2012) toko Wanda *Electronic* menjadi toko *electronic* terlengkap di Dharmasraya.

a. Visi dan Misi Wanda *Electronic*

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan Bapak Marwan (14 April 2011), keberhasilan yang telah dicapai sehingga menjadi toko Wanda *Electronic* yang terlengkap di Kabupaten Dharmasraya didasari dari kerja keras dan keinginannya yang tinggi, agar tokonya menjadi tempat belanja *electronic* yang dicari masyarakat,

menurut Bapak Marwan visi Wanda *Electronic* adalah tempat *electronic* yang dicari di Dharmasraya.

Sedangkan jumlah pelanggan dijadikan sebagai misi toko Wanda *Electronic* yang berbunyi semakin banyak pelanggan terciptalah ciri khas.

b. Motto Wanda *Electronic*

Untuk meningkatkan citra Wanda *Electronic* di hati konsumen, maka disusunlah kata-kata dengan kata “anda” sebagai kata ganti dari konsumen, secara lengkap moto tersebut berbunyi “Kami Ada karena Anda.”

c. Prinsip dasar Wanda *Electronic*

Pada dasarnya prinsip Wanda *Electronic* adalah bagaimana caranya memuaskan dan mengutamakan pelanggannya untuk merasa nyaman dalam berbelanja di dalam toko Wanda *Electronic*, jadi prinsip dasar Wanda *Electronic* adalah:

- a) Pelanggan adalah yang utama
- b) Pelayanan yang nyaman dan ramah
- c) Kepuasan pelanggan adalah segalanya
- d) Selalu memberikan yang terbaik
- e) Harga bersahabat

d. **Personalia Wanda *Electronic***

Wanda *Electronic* didirikan oleh Bapak Marwan pada tahun 1999 di Dharmasraya lebih tepatnya lagi di jalan Koto Baru, memiliki empat orang karyawan dan mempunyai cabang di Sungai Rumbai (wawancara 14 April 2011).

e. **Target Wanda *Electronic***

Target Wanda *Electronic* adalah kesemua lapisan masyarakat baik muda atau tua, pria maupun wanita yang berada di Dharmasraya, untuk memuaskan semua pelanggannya selama berbelanja karena Wanda *Electronic* berbeda dengan toko *electronic* lainnya yang berada di sekitar Dharmasraya.

2. **Corporate Logo Wanda *Electronic***



Gambar 1
Corporate Logo
Wanda *Electronic*
Foto oleh Juwita Wirta Sri Depi

Sebagai lanjutan dari visi dan misi, moto dan prinsip dari Wanda *Electronic*, Bapak Marwan membuat papan namanya yang berbunyi “WANDA *ELECTRONIC*” yang dianggap sebagai *corporate* logo.

Tulisan WANDA dibuat menggunakan font berukuran besar dengan warna merah, sedangkan kata *ELCTRONIC* dibuat sebagai keterangan dan memakai ukuran lebih kecil yang diberi warna biru.

3. Data Visual



Gambar 2
Peta Wanda *Electronic*
Foto oleh Juwita Wirta Sri Depi



Gambar 3
Isi toko Wanda *Electronic*
Foto oleh Juwita Wirta Sri Depi

4. Kesimpulan

Dengan mengikuti, memperhatikan, membaca dan ditambah lagi konfirmasi dengan *corporate* logo yang terpasang tidak terlihat adanya hubungan yang jelas visi dan misi, moto dan prinsip dasar Wanda *Electronic*. Berdasarkan inilah keinginan penulis untuk melakukan *Redesign* logo Wanda *Electronic* sehingga logo tersebut mempunyai kajian ilmiah dan sesuai logika.

B. Kajian Teoritis

1. Tinjauan Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah penggambaran media dalam berkomunikasi atau sebuah informasi yang mudah dibaca dan terlihat oleh masyarakat. Mempelajari media adalah mempelajari makna dari mana asalnya, seberapa jauh tujuannya, bagaimana memasuki materi media, dan cara berkaitan dengan pemikiran kita sendiri.

Menurut Bruce L. Archer (1968) desain komunikasi visual adalah aktifitas atau upaya pemecahan suatu masalah yang dipandu oleh suatu sasaran yang telah tercipta, sedangkan menurut J. B. Reswick (1965) aktifitas kreatif yang di dalamnya terkandung penciptaan sesuatu yang baru dan bermanfaat yang sebelumnya tidak ada.

Secara visual di dalam iklan sekarang menunjukkan bahwa kreativitas mendayagunakan unsur visual sebagai lambang atau bahasa iklan menjadi salah satu kunci untuk menembus persaingan informasi

yang kian sengit saat ini. Secara konseptual, semua bentuk pemecahan komunikasi visual iklan tetap berangkat dari pemahaman yang mendalam tentang objek tersebut termasuk situasi khalayak sasaran dan bagaimana kompetisinya di pasar.

2. Ruang Lingkup Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual harus mudah dibaca, dapat dikenal dan dimengerti oleh masyarakat karena ketika kita berkomunikasi dengan orang lain setidaknya mereka memahami maksud pesan tersebut, kurang lebih secara tepat.

Ruang lingkup desain komunikasi visual terbagi atas sembilan bagian yaitu:

1. *Advertising* (Periklanan)
2. Animasi
3. Desain Identitas Usaha (*Corporate Identity*)
4. Desain Marka Lingkungan
5. Multimedia
6. Desain Grafis Media (buku, surat kabar, majalah, dll)
7. Desain Grafis Industri (promosi)
8. Cergam (Komik, Karikatur, Poster)
9. Fotografi, Tipografi, Ilustrasi

Dari Sembilan ruang lingkup desain komunikasi visual tersebut yang termasuk dalam kajian ini hanyalah empat yaitu:

1. *Advertising* (Periklanan)

Periklanan adalah suatu usaha untuk memperkenalkan suatu produk/ jasa untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat/ konsumen dengan tujuan memasarkan/ menjual. Dimana periklanan adalah salah satu strategi pemasaran yang sangat penting.

Advertising diawali dengan munculnya teknologi cetak pada tahun 1455, maka muncul media iklan baru saat itu, yaitu dengan menggunakan kertas, yang dapat diproduksi massal, misalnya dalam bentuk *handbill* (selebaran iklan).

2. Desain Identitas Usaha (*Corporate Identity*)

Desain Identitas Usaha atau lebih dikenal dengan *Corporate Identity* adalah suatu identitas perusahaan dalam bentuk visual sebagai identitas dan ciri khas perusahaan tersebut supaya lebih mudah dikenal oleh masyarakat.

3. Desain Grafis Industri (promosi)

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

4. Tipografi

Merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

Dikenal pula seni tipografi, yaitu karya atau desain yang menggunakan pengaturan huruf sebagai elemen utama. Dalam seni tipografi, pengertian huruf sebagai lambang bunyi bisa diabaikan.

3. Tinjauan *Corporate Identity*

a. Pengertian *Corporate Identity*

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.

Sedangkan logo adalah sebuah simbol yang tertuang dalam sebuah gambar sebagai identitas visual, logo juga mempunyai beberapa jenis yaitu:

1). *WordMark*

Terdiri dari tulisan saja, serupa dengan makna awal mula istilah *logotype*, seperti logo Canon, Mobil, Microsoft, Sonny, Coca-Cola, dst.



Gambar 4
Contoh logo *WordMark*
Gambar dari internet
www.WordMark.com

2). *LatterMark*

Logo ini terdiri dari huruf depan nama perusahaan dan tidak lebih dari tiga huruf tapi juga dapat mewakili organisasi tersebut.



Gambar 5
Contoh logo *Latter Mark*
Gambar dari internet
<http://www.desainku.com/info/jenis-logo-dan-sekilas-tentangny>

3). *Web*

Iklan web biasanya terdiri dari nama perusahaan, warna yang dasar *vibrant* seperti merah, kuning, biru dan hijau, huruf yang bold, pada umumnya memainkan warna-warna yang cerah dan ada juga yang memakai 3D.



Gambar 6

Contoh logo web

Gambar dari internet

[http://www.google.com/search?um=1&hl=id
&biw=1366&bih=673&q=logo%20web](http://www.google.com/search?um=1&hl=id&biw=1366&bih=673&q=logo%20web)

4). *PictorialMark*

Pada umumnya logo ini berbentuk nyata atau gambar ikonik seperti gambar binatang, pohon, buah, planet dsb.



Gambar 7

Contoh logo *Pictorial Mark*

Gambar dari internet

[http://www.google.com/search?um=1&hl=id&biw=1366&bih=673&q
=logo%20web](http://www.google.com/search?um=1&hl=id&biw=1366&bih=673&q=logo%20web)

5). *AbstrakMark*

Logo ini mempunyai bentuk atau simbol yang abstrak, mewakili identitas perusahaannya.



Gambar 8

Contoh logo *Abstrak Mark*

Gambar dari internet

[http://www.google.com/search?um=1&hl=id
&biw=1366&bih=673&q=logo%20web](http://www.google.com/search?um=1&hl=id&biw=1366&bih=673&q=logo%20web)

6). *Emblem*

Logo ini pada umumnya dibordir/ dijahit di baju atau kain-kain yang diperlukan atau ditempat yang diinginkan.



Gambar 9
Contoh Logo *Emblem*
Gambar dari internet

<http://www.desainku.com/info/jenis-logo-dan-sekilas-tentangny>

Dari enam jenis logo di atas, re-design logo yang dibuat untuk Wanda Electronic adalah termasuk *AbstrakMarkk* karena logo ini mempunyai bentuk atau simbol yang abstrak.

Penjelasan diatas dapat kita lihat jenis-jenis logo yang berbeda satu sama lain dan juga mempunyai arti masing-masing, dan disini juga dapat dilihat bentuk logo yaitu:

1). Logogram

Logogram adalah sebuah simbol tulisan yang mewakili sebuah kata/ makna. Contoh: angka-angka dan lambang-lambang matematika.



Gambar 10
Contoh logogram
Gambar dari internet
<http://www.google.com/search?hl=id&q=logogram>

2). *Logotype*

Asal kata logo dari bahasa Yunani logos, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pertama kali istilah logotype muncul tahun 1810-1840, diartikan sebagai: tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu. Jadi awalnya logotype adalah elemen tulisan saja.



Gambar 11
Contoh *Logotype*
Contoh dari internet
<http://www.cartype.com/pages/1160/dodge>

Dari dua bentuk logo tersebut *re-design* Wanda *Electronic* termasuk dalam logogram karena memakai sebuah simbol yang mewakili kata/ makna toko Wanda *Electronic*.

b. Warna

Warna merupakan salah satu hal yang penting dalam mendesain sebuah logo, karena warna merupakan pelengkap sebuah gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi.

Menurut Kusrianto (2007:47) secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Menurut pakar seorang warna yaitu Molly E. Holzschlag di dalam tulisannya "*Creating Color Scheme*" membuat daftar kemampuan warna ketika memberikan respons secara psikologi sebagai berikut:

Tabel 1. Warna

Warna	Respons Psikologi yang mampu ditimbulkan
Merah	Kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, bahaya.
Biru	Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.
Hijau	Alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaruan.
Kuning	Optimis, harapan, filosofi, ketidak jujur/ kecurangan, pengecut, pengkhianatan.
Ungu	Spiritual, misteri, keanggunan, perubahan bentuk, galak, arogan.
Orange	Energi, keseimbangan, kehangatan.

Coklat	Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
Abu-Abu	Intelek, futuristik, modis, kesenduan, merusak.
Putih	Kemurnian/ suci, bersih, kecermatan, innocent (tanpa dosa), steril, kematian.
Hitam	Kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, ketidakbahagiaan, keanggunan.

Pada tahun 1666 Sir Isaac Newton merupakan orang yang pertama kali mengembangkan diagram warna. Dari pencobaannya, Newton menyimpulkan bahwa apabila dilakukan pemecahan warna spektrum dari sinar matahari, akan ditemukan warna-warna yang beraneka ragam meliputi merah, jingga, kuning, hijau, biru, dan ungu warna-warna ini sering disebut dengan MEJIKUHIBINIU.

(<http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2009/11/arti-warna/>), Warna-warna primer pada teori warna tradisional terdapat 3 pigmen warna yang tidak dapat dicampur atau dibentuk dari kombinasi warna lain. Sedangkan warna lain dapat terbentuk dari 3 warna primer ini. Warna-warna sekunder adalah warna-warna yang didapat dari mencampur dua warna primer.

Kuning + merah = jingga

Kuning+biru = hijau

Biru+ merah = ungu

Warna-warna tersier adalah warna yang diperoleh dengan mencampur warna sekunder dan warna disebelahnya pada lingkaran warna.

Kuning + Orange = kuning orange (*golden yellow*)

Merah + Orange = merah orange (*burnt orange*)

Kuning + Hijau = kuning hijau (*lime green*)

Biru + Hijau = biru hijau (*turquoise*)

Biru + Ungu = biru ungu (*indigo*)

Merah + Ungu = merah ungu (*crimson*)

c. Tipografi

Merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

Dikenal pula seni tipografi, yaitu karya atau desain yang menggunakan pengaturan huruf sebagai elemen utama. Dalam seni tipografi, pengertian huruf sebagai lambang bunyi bisa diabaikan.

Kusrianto (2010: 48) mengelompokan aksara menurut kaitnya, pengelompokan ini memisahkan antara aksara *serif* (berkait) dan *sans serif* (tidak berkait) sebagai berikut:

1. Aksara *Serif*

Memiliki garis-garis kecil yang disebut *Counterstroke* pada ujung hampir semua *letter*. Garis-garis kecil itu posisinya berdiri horizontal terhadap badan aksara.

Jenis aksara serif yang sangat terkenal adalah *TIME ROMAN. Design* aksara pertama kali diciptakan untuk koran “*the times of London*”.

2. Aksara *Sans Serif*

Aksara *Sans Serif* adalah aksara yang tanpa *serif* (garis kait), dimana dalam bahasa Prancis, *sans* artinya tanpa. Jenis aksara ini muncul pada abad 19 dan termasuk di antara karya para seniman modernist.

Kusrianto (2010: 75) apabila ditinjau dari fungsinya, aksara dalam ilmu tipografi terbagi dua kelompok yaitu:

1. Aksara teks adalah aksara yang paling utama di dalam memproduksi publikasi cetak.
2. Aksara display adalah digunakan untuk menulis judul artikel, judul buku, poster, serta teks-teks yang perlu penonjolan atau yang memperoleh perhatian lebih dulu.

Aksara teks dituntut untuk memiliki *legibility* atau kejelasan dan sifat *readability* alias keterbacaan, di dalam tipografi faktor *legibility* merupakan bobot kualitas dari desain aksara tersebut.

Ternyata keterbacaan memiliki urutan ke dua, sebuah typeface yang memiliki keterbacaan yang baik, sebelumnya juga harus memiliki kejelasan yang baik dulu, typeface memiliki sebuah keterbacaan yang baik jika ditampilkan pada kondisi yang tertentu.

Pemilihan jenis huruf dalam pembuatan logo ini adalah *simplified arabic fixed regular* karena memiliki *legibility* (kejelasan) dan *readability* (keterbacaan), sehingga memiliki tingkat keterbacaan yang jelas dan bisa di aplikasikan dalam ukuran kecil.

d. Cara Membuat Logo

Menurut Rustan (2009, 36-41) dalam buku mendesain logo, cara membuat logo yaitu:

1). Riset dan Analisa

Yang pertama kita lakukan adalah mencari fakta-fakta tentang entitas termasuk pesaingnya. Kalau yang kita riset adalah perusahaan maka yang diriset adalah sektor industri, visi, misi, struktur perusahaan, analisa pasar, target *group*, SWOT, dst.

2). *Thumbnails*

Membuat *thumbnails* dengan cara mengembangkan ide lewat visual, berupa sketsa-sketsa kasar pensil atau bolpen yang dilakukan secara visual.

3). Komputer

Beberapa *thumbnails* yang berpotensi dipilih, lalu dipindahkan ke komputer, biasanya menggunakan *software* yang berbasis vector seperti Illustrator atau *CorelDraw*.

4). Review

Tahap selanjutnya adalah mengajukan ke klien untuk dipilih, bila beberapa logo sudah terpilih, maka akan disempitkan lagi hingga hanya tinggal satu logo andalan.

6). Sistem Identitas

Pada tahap ini perancang menentukan atribut lainnya seperti logo turunan, sistem warna, sistem tipografi, sistem penerapan logo pada berbagai media, dan lain-lain.

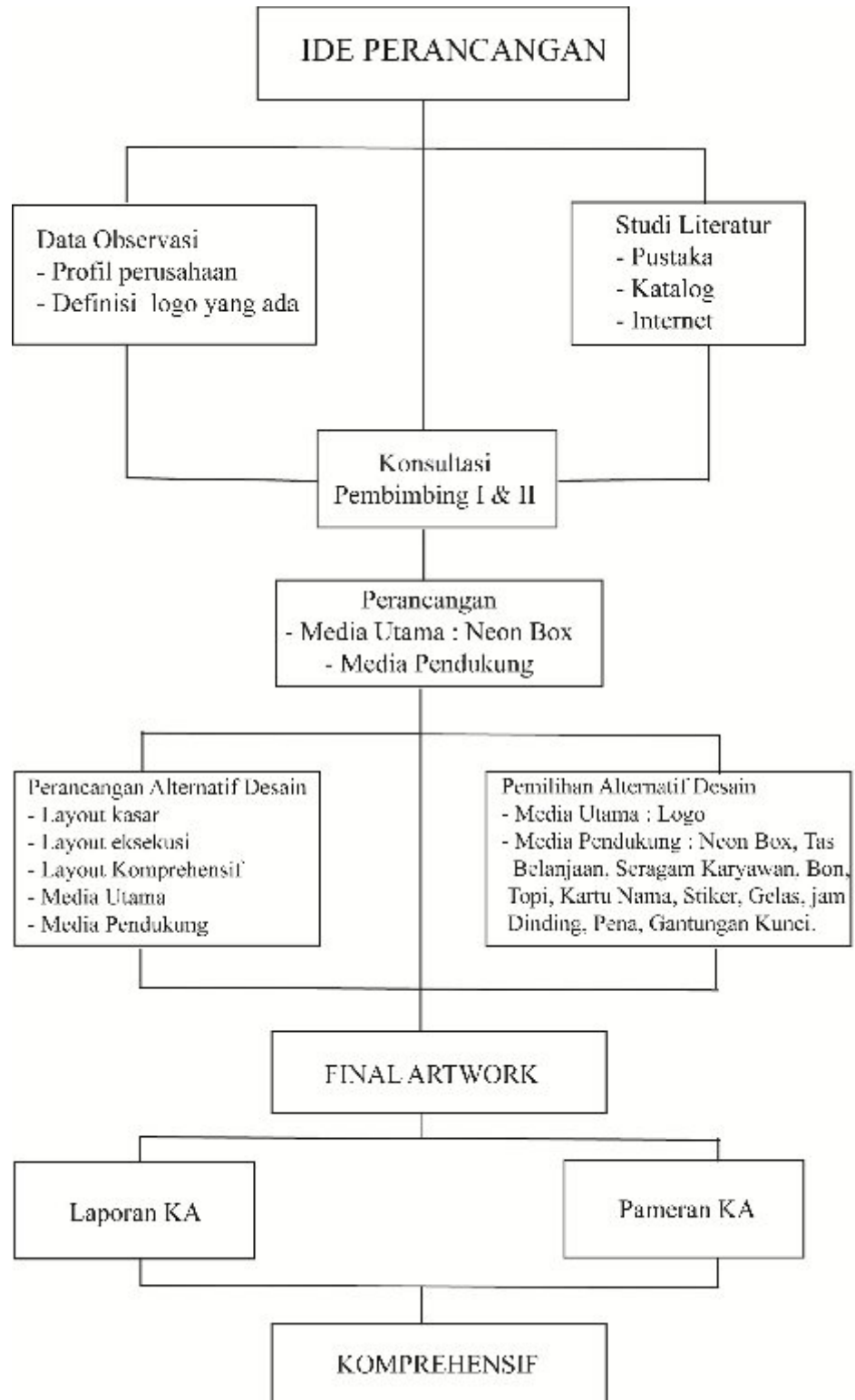
7). Produksi

Berdasarkan pedoman sistem identitas, berbagai media diproduksi dengan menggunakan identitas yang telah didaftarkan/ dipatenkan.

C. Karya yang Relevan

Pada *re-design* logo Wanda *Electronic* ini terdapat beberapa referensi dari berbagai pedoman. Pedoman yang di ambil adalah langkah-langkah dari pembuatan proposal, bagaimana cara penyusunan yang baik dan benar oleh Dwi Mutia Sari Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.

D. Kerangka Konseptual



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Wanda Electronic adalah salah satu toko electronic yang berada di Kabupaten Dharmasraya yaitu di Pasar Koto Baru yang telah berdiri sejak beberapa tahun yang lalu, yakni pada tahun 1999 oleh Bapak Marwan dan juga telah membuka cabang di Sungai Rumbai.

Hasil wawancara yang di dapat dari Bapak Marwan, Wanda Electronic sudah memiliki logo selama tiga belas tahun sampai saat ini. Namun Bapak Marwan tidak mengerti makna yang ada dalam logo tersebut, dari penjelasannya pembuatan logo tersebut diciptakan tidak menggunakan metode, hanya untuk bisa dibaca oleh masyarakat saja.

Dilihat dari desain logo Wanda Electronic yang ada sekarang mempunyai kelemahan yaitu logo kurang menarik, hal tersebut membuat Wanda Electronic tidak berbeda dengan toko electronic lainnya yang ada di Dharmasraya dan semua itu menutup peluang untuk berkembang lebih besar. Oleh sebab itu dilakukan re-design kembali logo baru dengan tidak menghilangkan visi dan misi, motto dan prinsip dasar Wanda Electronic.

Re-design logo Wanda Electronic akan dibuat semenarik mungkin namun mudah dicerna dan dibaca oleh pelanggan dan masyarakat disana, mudah diingat dan mewakili identitas Wanda Electronic, dapat diaplikasikan dalam berbagai media pendukung untuk memperkenalkan

keberadaan Wanda Electronic tersebut, maka diharapkan keberadaan corporate identity yang baru dapat meningkatkan citra usaha Wanda Electronic.

Logo adalah panduan dari grafik, tipografi dan warna yang menjadi satu kesatuan untuk memperkenalkan corporate identity suatu usaha toko WandaElectronic. Logo yang sukses tidak dapat berdiri sendiri karena butuh citra sebuah perusahaan, secara alamiah seseorang mengenal ciri logo terlebih dahulu karena adanya kesan unik dan baik, maka timbullah image yang baik (menarik, simpatik) sehingga dalam gambaran masyarakat, produk yang diwakili oleh logo tersebut sebaik yang dibayangkan.

Tujuan pada redesign logo Wanda Electronic bagi masyarakat adalah untuk menarik pelanggan lebih banyak dengan cara membangun image yang baik (menarik, simpatik) tanpa mengabaikan kualitas barang electronic, dengan demikian diperlukan re-design kembali logo Wanda Electronic yang di aplikasikan ke dalam media untuk mendukung Wanda Electronic supaya lebih maju.

B. Saran

Disarankan agar pemilik Wanda Electronic dapat menarik pelanggan lebih banyak dengan adanya corporate identity dari Wanda Electronic supaya pemilik Wanda Electronic yaitu Bapak Marwan lebih paham dengan corporate identity dan media untuk mendukung mempromosikan tokonya lebih baik lagi.