

**PERANCANGAN
CORPORATE IDENTITY CV. MEKAR BARU
PADANG**

KARYA AKHIR

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



Oleh :

**ALVI KOSWARA
03700/2008**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2016**

PERSETUJUAN KARYA AKHIR

**PERANCANGAN
CORPORATE IDENTITY CV. MEKAR BARU PADANG**

Nama : Alvi koswara
Nim : 03700
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Fakultas Bahasa Dan Seni (FBS)

Padang, 11 februari 2016

Disetujui dan Disahkan oleh,

Dosen Pembimbing I




Dra. Zubajdah, M.Sn
NIP. 19570425.198602.2.001

Dosen Pembimbing II



Drs. M. Nasrul Kamal, M.Sn
NIP. 19630202.199303.1.002

**Mengetahui :
Ketua Jurusan Seni Rupa**



Drs. Syafwan, M.Si
NIP. 19570101.198103.1.010

HALAMAN PENGESAHAN

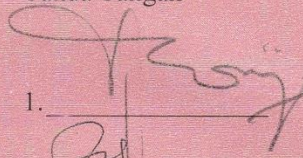
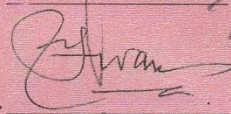

Dinyatakan lulus setelah berhasil dipertahankan didepan Tim Penguji Karya
Akhir/Skripsi Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : Perancangan *Corporate Identity* CV Mekar Baru Padang

Nama : Alvi koswara
NIM : 03700/2008
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 11 februari 2016

Tim Penguji,

	Nama/ NIP	Tanda Tangan
1. Ketua	: Drs. Yusron Wikarya, M.Pd NIP. 19640103.199103.1.005	1. 
2. Sekretaris	: Drs. Irwan, M.Sn NIP. 19620709.199103.1.003	2. 
3. Anggota	: Drs. Wisdiarman, M. Pd NIP. 19550531.197903.1.002	3. 

Mengetahui
Ketua Jurusan Seni Rupa



Drs. Svafwan, M.si
NIP. 19570101.198103.1.010

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya Tulis saya, ~~Skripsi~~/Karya Akhir *) dengan judul “**Perancangan corporate identity CV. Mekar Baru Padang**” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun 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. Didalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam 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 ketidak benaran, 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, 28 Januari 2016

yang menyatakan,



Alvi Koswara
NIM. 03700/2008

ABSTRAK

Alvi Koswara ; Perancangan *Corporate Identity* CV. Mekar Baru Padang.

CV.Mekar Baru Padang yang berdiri pada tahun 1985 adalah perusahaan yang bergerak dibidang mebel yang ada di daerah Sumatra Barat. CV. Mekar Baru Padang beralamatkan di jalan Pasir Jambak No.73 Padang,yang dipimpin oleh

H.Ali Jamal selaku pemilik perusahaan perusahaan.

Corporate identity merupakan salah satu media yang efektif, karna dalam penyampaian informasi melalui *corporate identity* lebih mudah menarik perhatian target *audience*. Tujuan dari perancangan *corporate identity* adalah merancang untuk mempromosikan suatu hasil produk, yang dibuat berupa *logo* yang dilengkapi dengan gambar dan *tipografi*,*corporate identity* dipilih sebagai media utama karna *corporate identity* seperti ini begitu mudah dicerna dan ditemukan oleh target *audience*.

Metode perancangan yang digunakan yaitu analisis SWOT, keunggulan dari CV. Mekar Baru Padang yaitu dimana perusahaan ini hanya memproduksi sesuai dengan pemesan saja, dan dengan konsep yang elegan, CV. Mekar Baru Padang menggunakan kaca sebagai tampilan depan, agar semua *furniture* yang terpajang dapat terlihat dari luar.

Di era teknologi dan informasi yang sudah maju saat ini dapat dimanfaatkan sebagai media promosi CV. Mekar Baru Padang dalam bentuk logo sebagai media utama promosi ini dilengkapi dengan media pendukung antara lain ; pin,kalender,kartu nama,*sticker*,*flayer*,*bener* dan *notebook*.

Keyword ; perancangan, logo, CV. Mekar Baru, *furniture*

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang membuat penulis dapat menyelesaikan Laporan Karya Akhir ini yang berjudul: **Perancangan Corporate Identity CV . Mekar Baru Padang**. Laporan karya akhir ini disajikan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Program Studi Desain Komunikasi Visual Strata Satu (S1) Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.

Banyak hambatan yang menimbulkan kendala dan kesulitan dalam penyelesaian tugas akhir ini, namun berkat bantuan dan dorongan serta petunjuk dari berbagai pihak yang membantu, akhirnya kegiatan pembuatan karya akhir penulis ini akhirnya dapat terwujud. Dengan demikian penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang Tuaku Tecinta. Terima kasih atas dukungan beliau baik moril maupun materil, engkaulah motivasi terhebatku sehingga dapat menyelesaikan pendidikan ini.
2. Kakak, Abang, serta teman-teman yang selalu memberikan semangat, *support* dan motivasi yang tak henti-hentinya kepada penulis.
3. Ibuk Dra. Zubaidah Agus, M.sn selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dengan maksimal, begitu banyak memberikan bantuan, dorongan dan motivasi sehingga terlaksananya penulisan Tugas Akhir ini.

4. Bapak Drs M. Nasrul Kamal M.Sn. selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dengan maksimal dan memberikan pengarahan sehingga terlaksananya penulisan Tugas Akhir ini.
5. Bapak penguji 1. Drs. Yusron Wikarya, M.Pd 2 Drs. Irwan, M.Sn 3. Drs. Wisdiarman, M. Pd
6. Dan tidak lupa pula ucapan terima kasih kepada senior DKV UNP, teman-teman angkatan 2008 DKV UNP dan junior DKV UNP.
7. Semua teman-teman yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini mungkin masih ada kelemahan dan kekurangannya. Oleh karena itu, segala kritik dan saran untuk kesempurnaan tugas akhir ini sangat penulis harapkan, semoga penulisan tugas akhir ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan dunia pendidikan khususnya.

Atas segala bantuan dan dorongan dari berbagai pihak dengan hati tulus penulis ucapkan terima kasih atas segala dorongan, motivasi dan bantuannya semoga menjadi amal kebajikan di sisi Allah SWT. Amin...

Padang, Agustus 2016

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Pembatasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah.....	3
E. Tujuan Perancangan.....	3
F. Kegunaan Perancangan.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
A. KAJIAN PRAKSIS.....	5
1. CV Mekar Baru	5
2. Karya Relevan.....	8
B. KAJIAN TEORITIS	10
1. Desain Komunikasi Visual.....	10
2. Unsur-unsur Desain.....	15
3. Tipografi.....	16
4. Psikologi Warna	17
5. Logo Sebagai <i>Identity</i>	18
6. Corporate Identity	20
7. Media-media Promosi	21
C. Struktur Perancangan.....	22
BAB III METODE PERANCANGAN.....	26
A. Metode Pengumpulan Data.....	26
1. Wawancara.....	26
2. Observasi.....	26
3. Dokumentasi	26
B. Metode Analisis Data.....	27
1. <i>Strength</i> (Kekuatan/Keunggulan).....	27
2. <i>Weakness</i> (Kelemahan)	27
3. <i>Opportunity</i> (Peluang).....	28
4. <i>Threat</i> (Ancaman)	28
C. Pendekatan Kreatif.....	28
1. Geografis	28
2. Demografis	29

3. Psikografis.....	29
4. Behavioral	29
5. Tujuan Kreatif	29
6. Strategi Kreatif	30
D. Media Utama dan Pendukung.....	31
1. Media Utama.....	31
2. Media Pendukung	32
3. Jadwal Kerja.....	34
BAB IV PERANCANGAN VISUAL.....	35
A. Teori Media.....	35
B. Konsep Verbal dan Visual	36
1. Data Visual.....	36
2. Data Visual Bentuk-bentuk Ikonik dan Simbolik yang Ditetapkan	36
36	
3. Data Visual Tentang Tipe dan Jenis Huruf Terpilih	37
4. Data Visual Tentang Warna	38
5. Pengembangan Ide Bentuk Logo	39
C. Lay Out	39
1. Logo	40
2. <i>Final Art Work</i>	46
BAB V PENUTUP.....	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
1. Tampilan Luar Mekar Baru.....	6
2. Plang Merk Mekar Baru.....	7
3. Produk Mekar Baru.....	7
4. Display Produk Mekar Baru.....	7
5. Workshop Mekar Baru.....	8
6. Logo Toko Biabi Furniture.....	9
7. Logo Toko Jepara Store Furniture.....	9
8. Logo Toko Town Furniture.....	9
9. Bunga Teratai Sumber Ide.....	37
10. Alternatif Objek.....	40
11. Alternatif Tipografi.....	41
12. Eksekusi Logo.....	42
13. Logo.....	42
14. Final Logo.....	43
15. Logo Dinding Tampak Depan.....	43
16. Logo Dinding Perspektif.....	44
17. <i>Grid System</i>	44
18. Positif Negatif.....	44
19. Skalastis.....	45
20. Layout Kasar dan Eksekusi.....	46
21. Pin.....	46
22. Layout Kasar dan Eksekusi.....	47
23. Kalender.....	48
24. Layout Kasar dan Eksekusi.....	49
25. Sticker.....	49
26. Layout Kasar dan Eksekusi.....	50
27. Kartu Nama.....	50
28. Layout Kasar dan Eksekusi.....	51
29. Flayer.....	52
30. Layout Kasar dan Eksekusi.....	53
31. Banner.....	53
32. Layout Kasar dan Eksekusi.....	54
33. Book.....	54

DAFTAR TABEL

Daftar	Tabel
1. Media Utama.....	34
2. Media Pendukung	34
3. Huruf yang Digunakan pada Perancangan Logo	38
4. Warna yang Digunakan Pada Logo	38

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri mebel dewasa ini semakin pesat, dilakoni oleh pelaku usaha kecil hingga pelaku usaha besar, desain produk begitu beragam dan menarik. Pasar mebel seakan tidak ada habisnya, setiap rumah, kantor, dan instansi membutuhkannya. Peminat mebel pun beragam, mulai dari ibu-ibu rumah tangga sampai kepada pengusaha yang menginginkan interior kantornya menjadi terasa nyaman. Perkembangan mebel dari masa ke masa pun terus berkembang sehingga menuntut konsumen untuk menukar mebel lama dengan mebel baru hal demikian menjadi nilai tambah untuk produsen mebel untuk terus berinovasi. Bersaing mendapatkan pasar tentunya adalah hal yang lumrah di karenakan banyak produsen mebel, khususnya di kota Padang. Bagi produsen mebel mendapat pasar bukan perkara mudah, banyak pesaing bermunculan menawarkan harga bersaing dengan produk yang berkualitas.

Walaupun demikian Mekar baru sudah berpengalaman dalam industri mebel, hal ini terlihat dari sejak tahun berdiri (1985) sampai sekarang masih bertahan dan berkembang. Teknik pemasaran produk pun berbeda dengan perusahaan pesaingnya, selain produsen Mekar Baru juga menjadi retail mebel, bahkan menerima pemesanan sesuai selera konsumen.

Cv. Mekar Baru Beralamatkan di Jalan Pasir Jambak No 73 Muaro Panjalinan Lubuk Buaya Padang. pada mulanya Mekar Baru yang didirikan

oleh H. Ali Jamal pada maret 1985, Cv. Mekar Baru mempunyai 16 karyawan, dan memiliki luas lahan 100 x 30 m. jadwal kerja yang ada di Cv. Mekar Baru buka dari jam 09.00-15.00. CV Mekar Baru menjual beraneka ragam mebel, seperti lemari, tempat tidur, meja makan, kursi tamu dan lain-lainnya. Cv. Mekar Baru hanya memproduksi sesuai dengan pesanan konsumen saja, dan memperbolehkan konsumen memesan dengan desain yang disukainya sendiri. Perusahaan ini memiliki konsep minimalis yang menggunakan kaca sebagai tampilan depan CV, agar semua furnitur yang terpajang dapat terlihat dari luar oleh konsumen. Usaha Mekar Baru menyadari untuk mendapatkan pasar haruslah memiliki trik untuk menarik perhatian konsumen, strategi tersebut salah satunya memiliki branding perusahaan ini, branding yaitu membuat identitas, dimana identitas yang menjadi ciri khas dan akan menggiring perhatian konsumen kepada produk-produk produksi Mekar Baru.

Sebelumnya Mekar Baru sudah memiliki logo atau *corporate identity* namun logo tersebut masih belum mewakili semua visi, misi dan kekhasan, karena logo tersebut muncul secara mendadak tanpa ada pertimbangan yang matang (hasil wawancara dengan Aciak anak dari pendiri Cv. Mekar Baru) untuk itu diperlukan *redesain* membangun kembali citra dan mendekatkan produsen dengan konsumen. Selanjutnya *logo* ini akan di aplikasikan pada inventaris perusahaan melalui beberapa media pendukung, sebagai penguat brand image untuk itu penulis membuat karya Akhir ini dengan judul **“PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY CV MEKAR BARUPADANG”**

B. Identifikasi Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan terdapat masalah-masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Logo atau identitas perusahaan Mekar Baru belum mewakili visi misi dan kekhasan perusahaan.
2. Logo perusahaan sepertinya muncul tanpa ada pertimbangan yang matang mewakili akan kekhasan perusahaan.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas, maka perancangan ini dibatasi kepada: Perancangan *Corporate Identity* Cv. Mekar Baru Padang dan mengaplikasikannya kedalam inventaris perusahaan serta promosi logo yang baru.

D. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang dan mengaplikasikan *Corporate Identity* Cv. Mekar Baru Padang pada media inventaris dan media promosi.

E. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan *corporate identity* adalah :

1. Merancang dan mengaplikasikan *Corporate Identity* CV Mekar Baru berdasarkan Visi, Misi yang menonjolkan ke khasan

F. Kegunaan Perancangan

Kegunaan dari perancangan *Corporate Identity* ini :

1. Dengan adanya *Corporate Identity* maka identitas dari Cv. Mekar Baru akan menjadi semakin kuat dan akan menjadi sebuah *brand awareness* atau tertanam di dalam benak konsumen pada umumnya.
2. Bagi masyarakat, agar mereka lebih bisa memahami betapa pentingnya *Corporate Identity* dalam suatu perusahaan.