

# PERANCANGAN ULANG LOGO ION HOTEL PADANG

**KARYA AKHIR**

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



Oleh:

Risza Maulia Harsha Putra  
03692/08

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2013**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING  
TUGAS AKHIR**

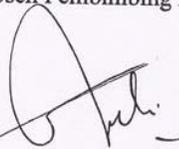
**PERANCANGAN ULANG LOGO HOTEL ION PADANG**

Nama : Risza Maulia  
NIM : 03692  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jurusan : Seni Rupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang,

Disetujui untuk Ujian:

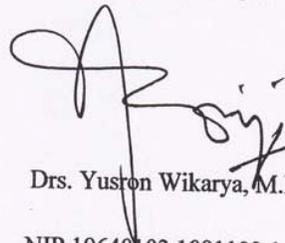
Dosen Pembimbing I,



Drs. Erfahmi, M. Sn.

NIP 19551011.198303.1.002

Dosen Pembimbing II,



Drs. Yuston Wikarya, M.Pd.

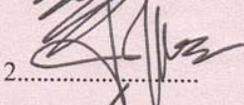
NIP 19640103.1991103.1.005

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Karya Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Padang**

**Judul : Perancangan Ulang Logo ION Hotel  
Padang  
Nama : Risza Maulia Harsha Putra  
NIM : 03692  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jurusan : Seni Rupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni**

**Padang, .....**

		<b>Tim Penguji:</b>	<b>Tanda Tangan</b>
		<b>Nama/NIP</b>	
<b>1.</b>	<b>Ketua</b>	<b>Drs. M. Nasrul Kamal, M.Sn.</b> 19630202.199303.1.002	1. 
<b>2.</b>	<b>Sekretaris</b>	<b>Dra. Jupriani, M. Sn.</b> 19631008.1999003.2.003	2. 
<b>3.</b>	<b>Anggota</b>	<b>Yofita Sandra, S Pd. M.Pd.</b> 19790712.200501.2.004	3. 

**Mengetahui  
Ketua Jurusan Seni Rupa FBS Universitas Negeri Padang**

  
**Dr. Yahya, M. Pd**  
**NIP. 19640107. 199001. 1.001**

## ABSTRAK

Risza Maulia Harsha Putra : Perancangan Ulang Logo ION Hotel di Kota Padang

ION Hotel berdiri tahun 2009, Manager dan pemiliknya adalah Bapak Johan Wijaya. Hotel ini memiliki 41 Kamar. Dengan memiliki dua *type* kamar yakni *Suite Room* dan *Lux Room*. Hotel ini memiliki estetika yang sesuai dengan karakter hotel. Dimana hotel ini memiliki perabot atau perlengkapan yang sama seperti di rumah, sehingga pelanggan merasa seperti di rumah sendiri.

Masalah yang terdapat pada ION Hotel ini adalah kurang tepatnya rancangan logo yang lama yang dapat mewakili makna dari perusahaan ION Hotel. Ini terlihat pada desain logo ION yang dinilai dengan ilmu desain Komunikasi Visual tidak sesuai dengan perusahaan.

Tujuan perancangan logo ION secara umum adalah merancang logo yang komunikatif agar maksud dan tujuan logo ini tercapai serta terciptanya logo yang sesuai dengan metode swot.

Karena masalah tersebut maka dilakukan perancangan ulang logo untuk ION Hotel. Logo yang telah dibuat kemudian akan di aplikasikan ke dalam berbagai media pendukung yang dapat mendukung keberadaan dari Hotel tersebut.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat ALLAH SWT, atas kehendak-Nya Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Logo ION Hotel Padang” telah dapat penulis selesaikan dengan tepat waktu sebagai persyaratan akhir untuk menyelesaikan perkuliahan di Universitas Negeri Padang.

Penyusunan Karya Akhir ini, memberikan pengalaman yang sangat berharga kepada penulis baik suka maupun duka. Pengalaman suka yang berkesan bagi penulis merupakan dorongan dan bantuan dari berbagai pihak dengan tulus dan ikhlas yang menjadi tenaga tambahan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan Karya Akhir ini sesuai waktu yang penulis targetkan. Pertolongan dan bantuan secara ikhlas yang diberikan, maka sudah semestinya penulis pada kesempatan ini mengucapkan kepada semua pihak yang telah bersedia menyumbangkan tenaga, pikiran, bantuan moral, serta motivasi kepada penulis.

Pertama sekali rasa hormat dan penghargaan dengan ucapan terimakasih yang begitu besar dan tulus dari hati yang paling dalam kepada orangtua tercinta, yaitu Ayahanda Harry Syafrudin dan Ibunda Animar Rafni yang selalu senantiasa mendo'akan dan memberikan dorongan dengan penuh semangat dari penulis menjalani pendidikan dari kecil hingga dewasa saat sekarang ini. Dan tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada kakanda Budhi Mahasvara yang selalu memberi dukungan untuk penulis menyelesaikan kuliah ini dan kepada adinda tercinta Reszita Lara, moga cepat wisuda dan jangan malas kuliahnya.

Ucapan terimakasih dan penghargaan sebesar-besarnya penulis tujukan kepada:

- Bapak Drs. Erfahmi, M.Sn selaku pembimbing I
- Bapak Drs. Yusron Wikarya, M.Pd selaku pembimbing II
- Bapak Drs. M Nasrul Kamal, M.Sn. selaku penguji I
- Ibu Dra. Jupriani, M.Sn. selaku penguji II
- Ibu Yofita Sandra, S Pd. M. Pd penguji III

Yang mana telah meluangkan dan tidak bosan-bosannya memberikan dan arahan bimbingan kepada penulis dalam proses pengerjaan laporan Karya Akhir dari awal sampai selesainya proses pengerjaan.

Ucapan terimakasih yang spesial kepada sahabat-sahabat yang selalu memberi motivasi dan semangat. Bg Arel, Bg Noki, Rekan-rekan kos parlin, Rekan F1zpac. Seluruh sahabat Desain Komunikasi Visual, spesial angkatan 2008. rekan-rekan Seni Rupa, dan semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu pada kesempatan ini.

Penulis menyadari bahwa karya akhir ini masih ada dan mungkin banyak kekurangan yang berada diluar jangkauan penulis. Untuk itu harapan penulisterhadap berbagai pihak memberikan masukan guna penyempurnaan karya akhir ini. Penulis menyerahkan segala kebaikan yang telah diberikan kepada

ALLAH SWT, semoga ALLAH SWT menerima dan selalu menunjukkan jalan  
untuk kita semua. Amin

Padang,31 Januari 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iError! Bookmark not d</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB IPENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Pembatasan Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Orisinalitas .....	8
F. Tujuan Berkarya.....	9
<b>BAB IIKAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Praksis Hotel ION.....	10
B. Kajian Teoritis.....	11
1. Desain Komunikasi Visual / DKV .....	11
2. Fungsi Desain Komunikasi Visual .....	23
3. Promosi.....	25
4. Teori Estetika.....	27
5. Teori Semiotika .....	28
6. Teori <i>Typografi</i> .....	28
7. Prinsip-prinsip pokok <i>typografi</i> .....	34
8. Teori <i>Lay Out</i> .....	35
9. Teori <i>Design</i> .....	37
10. Warna Pada Desain Grafis .....	39
C. Karya Yang Relevan .....	48
D. Kerangka Konseptual .....	50

<b>BAB III METODE PERANCANGAN.....</b>	<b>51</b>
A. Metode Pengumpulan Data .....	51
B. Metode Analisa Data .....	51
C. Pendekatan Kreatif .....	53
D. Media pendukung .....	54
1. Media Utama .....	54
2. Media Pendukung .....	55
<b>BAB IV PERANCANGAN VISUAL.....</b>	<b>57</b>
A. Teori Media .....	57
B. Program Kreatif.....	57
1. Pemilihan Bentuk .....	58
2. Pemilihan Warna .....	58
3. Pemilihan Tipografi.....	59
4. Pemilihan gaya Visualisasi.....	59
C. Layout.....	60
1. Layout Kasar Media Utama Logo .....	60
2. Layout Kasar Media Pendukung .....	62
D. Layout Eksekusi .....	75
1. Layout Eksekusi Media Utama Logo .....	75
2. Layout Eksekusi Media Pendukung .....	76
3. Layout Komprehensif .....	88
E. Final Desain.....	97
1. Final Desain Media Utama Logo.....	97
2. Final Desain Media Pendukung.....	102
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>111</b>
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran.....	112
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>113</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Hotel ION. Sumber : Hotel ION.....	2
Gambar 2. Logo CocaCola.....	16
Gambar 3. Logo Nike.....	17
Gambar 4. Logo Apple.....	17
Gambar 5. Logo Kontraktor.....	18
Gambar 6. Logo Kaos.....	18
Gambar 7. Logo Black & White.....	19
Gambar 8. Logo Dji Sam Soe.....	19
Gambar 9. Color Wheel.....	39
Gambar 10. Monochromatic Color.....	40
Gambar 11. Warna <i>Analog</i> .....	41
Gambar 12. Warna Pelengkap.....	41
Gambar 13. Warna Triad.....	42
Gambar 14. Psikologi Warna.....	43
Gambar 15. Bidang Warna.....	48
Gambar 16. Kerangka Konseptual.....	50
Gambar 17. Alternatif Layout Kasar Logo I.....	60
Gambar 18. Alternatif Layout Kasar Logo II.....	60
Gambar 19. Alternatif Layout Kasar Logo III.....	61
Gambar 20. Alternatif Layout Kasar Logo IV.....	61
Gambar 21. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung ID Card I.....	62
Gambar 22. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung ID Card II.....	62

Gambar 23. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung ID Card III .....	63
Gambar 24. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Note Book I.....	63
Gambar 25. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Note Book II .....	63
Gambar 26. Alternatif Layout KasarMedia Pendukung Note Book III.....	64
Gambar 27. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Baju I .....	64
Gambar 28. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Baju II .....	64
Gambar29. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Baju III.....	65
Gambar 30. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Sandal I .....	65
Gambar 31. Alternatif Layout Kasar Media pendukung Sandal II.....	66
Gambar 32. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Sandal III.....	66
Gambar 33. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung pena I .....	66
Gambar 34. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Pena II.....	67
Gambar 35. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Pena III.....	67
Gambar 36. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Kartu Nama I .....	67
Gambar 37. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung kartu nama II.....	67
Gambar 38. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Kartu Nama III.....	68
Gambar 39. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Gantungan Kunci I..	68
Gambar 40. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Gantungan Kunci II	69
Gambar 41. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Gantungan Kunci III	69
Gambar 42. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Jam Dinding I.....	70
Gambar 43. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Jam Dinding II .....	70
Gambar 44. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Jam Dinding III.....	70
Gambar 45. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Amplop I.....	71
Gambar 46. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Amplop II.....	71
Gambar 47. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Amplop III .....	71

Gambar 48. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Map I.....	72
Gambar 49. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Map II .....	72
Gambar 50. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Map III.....	72
Gambar 51. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Gelas I.....	73
Gambar 52. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Gelas II.....	73
Gambar 53. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Gelas III .....	73
Gambar 54. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Neon Box I.....	74
Gambar 55. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Neon Box II .....	74
Gambar 56. Alternatif Layout Kasar Media Pendukung Neon Box III.....	74
Gambar 57. Layout Eksekusi Media Utama Logo I .....	75
Gambar 58. Layout Eksekusi Media Utama Logo II .....	75
Gambar 59. Layout Eksekusi Media Utama Logo III.....	76
Gambar 60. Layout Eksekusi Media Pendukung Id Card I .....	76
Gambar 61. Layout Eksekusi Media Pendukung Id Card II .....	76
Gambar 62. Layout Eksekusi Media Pendukung Id Card III.....	77
Gambar 63. Layout Eksekusi Media Pendukung Note Book I .....	77
Gambar 64. Layout Eksekusi Media Pendukung Note Book II.....	77
Gambar 65. Layout Eksekusi Media Pendukung Note Book III .....	77
Gambar 66. Layout Eksekusi Media Pendukung Baju I.....	78
Gambar 67. Layout Eksekusi Media Pendukung Baju II.....	78
Gambar 68. Layout Eksekusi Media Pendukung Baju III .....	78
Gambar 69. Layout Eksekusi Media Pendukung Sandal I.....	79
Gambar 70. Layout Eksekusi Media Pendukung Sandal II .....	79
Gambar 71. Layout Eksekusi Media Pendukung Sandal III.....	80
Gambar 72. Layout Eksekusi Media Pendukung Pena I.....	80

Gambar 73. Layout Eksekusi Media Pendukung Pena II .....	80
Gambar 74. Layout Eksekusi Media Pendukung Pena III .....	80
Gambar 75. Layout Eksekusi Media Pendukung Kartu Nama I.....	81
Gambar 76. Layout Eksekusi Media Pendukung Kartu Nama II.....	81
Gambar 77. Layout Eksekusi Media Pendukung Kartu Nama III .....	81
Gambar 78. Layout Eksekusi Media Pendukung Gantungan Kunci I .....	82
Gambar 79. Layout Eksekusi Media Pendukung Gantungan Kunci II.....	82
Gambar 80. Layout Eksekusi Media Pendukung Gantungan Kunci III.....	83
Gambar 81. Layout Eksekusi Media Pendukung Jam I.....	83
Gambar 82. Layout Eksekusi Media Pendukung Jam II.....	83
Gambar 83. Layout Eksekusi Media Pendukung Jam III .....	84
Gambar 84. Layout Eksekusi Media Pendukung Amplop I .....	84
Gambar 85. Layout Eksekusi Media Pendukung Amplop II .....	84
Gambar 86. Layout Eksekusi Media Pendukung Amplop III.....	84
Gambar 87. Layout Eksekusi Media Pendukung Map I .....	85
Gambar 88. Layout Eksekusi Media Pendukung Map II.....	85
Gambar 89. Layout Eksekusi Media Pendukung Map III.....	85
Gambar 90. Layout Eksekusi Media Pendukung Gelas I .....	86
Gambar 91. Layout Eksekusi Media Pendukung Gelas II .....	86
Gambar 92. Layout Eksekusi Media Pendukung Gelas III.....	86
Gambar 93. Layout Eksekusi Media Pendukung Neon Box I .....	87
Gambar 94. Layout Eksekusi Media Pendukung Neon Box II.....	87
Gambar 95. Layout Eksekusi Media Pendukung Neon Box III.....	87
Gambar 96. Layout Komprehensif Logo .....	88
Gambar 97. Layout Komprehensif Id Card.....	88

Gambar 98. Layout Komprehensif Note Book .....	89
Gambar 99. Layout Komprehensif Baju .....	90
Gambar 100. Layout Komprehensif Sendal.....	90
Gambar 101. Layout Komprehensif Pena.....	91
Gambar 102. Layout Komprehensif Kartu Nama .....	92
Gambar 103. Layout Gantungan Kunci .....	92
Gambar 104. Layout Komprehensif Jam Dinding .....	93
Gambar 105 Layout Komprehensif Amplop .....	94
Gambar 106. Layout Komprehensif Map .....	94
Gambar 107. Layout Komprehensif Gelas.....	95
Gambar 108. Layout Komprehensif Neon Box .....	96
Gambar 109. Final Desain Media Utama Logo .....	97
Gambar 110. Gambar Perancangan Final Logo.....	101
Gambar 112. Final Desain Id Card .....	102
Gambar 113. Final Desain Note Book .....	103
Gambar 114. Final Desain Baju .....	104
Gambar 115. Final Desain Sendal.....	104
Gambar 116. Final Desain Pena.....	105
Gambar 117. Final Desain Kartu Nama .....	105
Gambar 118. Final Desain Gantungan Kunci .....	106
Gambar 119. Final Desain Jam Dinding .....	107
Gambar 120. Final Desain Amplop .....	107
Gambar 121. Final Desain Gelas .....	109
Gambar 122. Final Desain Neon Box.....	109

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hotel adalah tempat penginapan yang nyaman selain di rumah sendiri. Dewasa ini kebutuhan akan jasa penginapan semakin meningkat sebab, semakin ramainya para pengunjung pergi ke suatu daerah, semakin banyak jasa penginapan yang dibutuhkan. Terkadang sulit untuk mengetahui keberadaan sebuah hotel. Hal ini dikarenakan kurangnya publikasi dan tidak adanya ciri khas dari sebuah hotel. Salah satu dari ciri khas tersebut adalah logo. Logo merupakan salah satu dari bagian terpenting sebuah perusahaan yang bisa menjadi *brand* dari perusahaan itu sendiri.

Dalam hal ini, penulis akan merancang ulang logo salah satu hotel yang ada di kota Padang, yaitu ION Hotel. Penulis memilih perancangan ulang logo ini karena merasa tertarik dalam perancangan logo sebab, belum banyak penulis-penulis lainnya di lingkungan kampus penulis yaitu Universitas Negeri Padang yang membahas tentang perancangan ulang logo. Penulis memilih ION Hotel ini sebagai tugas akhir karena beberapa hal yaitu, ION Hotel belum terkenal seperti hotel besar yang ada di kota Padang sehingga logonya belum begitu dikenal secara luas oleh masyarakat, penulis juga tertarik ingin merancang ulang logo ION Hotel sebab ada beberapa kelemahan menurut pengamatan

penulis dalam perancangan logo. Disini penulis akan mengemukakan permasalahan mengenai pentingnya logo ION Hotel ini di rancang ulang. Salah satunya adanya masalah teknis pada saat merancang logo. Menurut pengamatan penulis, pada saat mendesain logo terkadang desainer tidak memperhitungkan banyak hal secara kompleks sesuai dengan keadaan masa pembuatannya. Jika perusahaan semakin maju, banyak hal untuk *branding* menggunakan logo. Warna dan desain logo terlalu banyak atau malah terlalu simpel sehingga makna maksud dan tujuan dari logo tersebut tidak sampai kepada *target audience*.

Sebagai perusahaan yang resmi, manajemen ION Hotel secara administrasi telah melengkapi perusahaannya dengan logo sebagai identitas untuk perusahaan atau ciri usahanya agar lebih maju dan berkembang. Namun logo yang lama kurang menampilkan ciri dari ION Hotel tersebut dan penulis merasa perlu melakukan perancangan ulang pada logo lama dan merancang logo yang baru sebagai identitas resmi yang mudah di ingat oleh *target audience* ION Hotel tersebut.



Gambar 1. Logo Hotel ION. Sumber : Hotel ION

Gambar di atas merupakan logo asli Hotel ION. *Font* dari logo ini adalah, *Arsis*, *Monotype Corsiva*, dan *Arial*.

Berdasarkan wawancara penulis dengan manager Hotel, Fajar Rahadian. Tanggal 24 November 2012. Makna dari logo ION Hotel secara keseluruhan adalah:

1. Makna kata ION adalah berarti inti atom didalam tubuh dan dalam pengertiannya menurut manajemen Hotel adalah pemulihan kondisi tubuh dengan cara beristirahat agar bisa memulihkan kondisi inti atom yang lelah menjadi segar kembali. Harapan pihak hotel agar para pelanggan dapat beristirahat dan kembali segar setelah beristirahat di ION Hotel. Pihak hotel memberikan kenyamanan baik dari segi pelayanan maupun dari segi ruangan kamar hotel yang dapat membantu pelanggan dalam pemulihan kondisi tubuh yang lelah.
2. Logo ION Hotel tidak mempunyai arti khusus karena pada dasarnya hanya sekedar rancangan sketsa. Dirancang berdasarkan sketsa dari hasil si perancang logo. Perancangnya adalah manager ION Hotel, Fajar Rahadian. Namun pada *final* desain, menurut penulis rancangannya mengarah ke gambar stilasi bumerang: yaitu sejenis alat tradisional dari Australia. Alat ini berfilosofi walau dilempar sejauh apapun akan kembali lagi. Logo ION Hotel menyerupai stilasi dari bulan sabit.
3. Makna warna hijau di tulisan ION Hotel adalah warna yang identik dengan dunia alam. Karena hubungannya dengan alam, hijau dianggap warna menenangkan dan santai. Di harapkan pihak ION

Hotel, penggunaan warna hijau untuk memberikan kesan segar. Warna ini dapat membantu pelanggan ION Hotel yang sering merasa tegang atau emosi agar menjadi santai.

4. Kuning adalah warna cerah yang dapat menarik banyak perhatian. Warna kuning ini diambil dari makna *Fengshui* yang berarti warna kejayaan dan kecerahan. Oleh karena itu pihak ION Hotel menggunakan warna ini untuk logo agar mendapat kejayaan dalam arti kesuksesan dalam menarik pelanggan.
5. Makna *Modern n Homey* adalah kesan Hotel yang modern namun suasananya seakan pelanggan merasa di rumah sendiri dengan kenyamanan dan kehangatan dari karyawan dan seluruh staf ION Hotel, dan penataan hotel secara keseluruhan menyerupai desain rumah.
6. Penggunaan kata “ION” menggunakan *font Bodoni MT Black* yang termasuk jenis kelompok Bodoni, jenis huruf ini memiliki garis kecil yang di sebut *counterstroke* pada ujung-ujung badan huruf.
7. Penggunaan kata “Hotel” menggunakan *font Arial* yang termasuk jenis kelompok *Sans Serif* yang berkarakter fungsional, modern, dan kontemporer.
8. Penggunaan kata “*Modern n Homey*” menggunakan *Font Monotype Corsiva* yang termasuk jenis kelompok *Fantasi* atau *Script* yang berkarakter sifat yang pribadi dan akrab.

Berdasarkan pengamatan penulis, terdapat beberapa kelemahan dari logo ION Hotel, yaitu :

*Font Monotype Corsiva* (kata slogan *Modern n Homey*) yang tingkat keterbacaannya tidak mendukung jika dilihat dari jarak lebih kurang 5 meter. Dalam tipografi perlu untuk menarik definisi keterbacaan berarti kualitas yang dipahami dan dikenali, sehingga kita dapat mengatakan, misalnya, bahwa **h** huruf kecil dalam *Font italic* gaya tertentu tidak terbaca dalam ukuran kecil karena yang tulisan dari *font* tersebut membuatnya tampak seperti huruf **b**, atau figur **3** di iklan baris terlalu mirip dengan 8. (Sihombing. 2001 : 24)

Kemudian, ada kelemahan dalam penggambaran logo ION Hotel. Logo tersebut merupakan penggambaran bumerang : alat tradisional suku *Aborigin, Australia* yang berfilosofi walau dilempar sejauh apapun, akan kembali lagi. Begitu juga dengan pelanggan Hotel ION, Akan kembali menginap di Hotel ION. Namun dalam penggambaran logo, lebih mirip *stilasi* (penyederhanaan gambar) bulan sabit atau layar dari perahu layar, bukan *stilasi* bumerang.

Dalam gambar logo, ada tulisan hotel berwarna putih dengan efek *shadow* (bayangan) jika dilihat dari jarak kurang lebih 5 meter tanpa menggunakan efek shadow, maka tulisan hotel tidak begitu jelas, karena warna kuning dan putih jika di satukan tidak akan begitu jelas objek salah satu warna tersebut. Sebaiknya memberi warna yang serasi dengan penggambaran dan makna logo Hotel ION seperti warna biru

atau hijau. Sebagai bagian dari elemen logo, warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dari logo tersebut.

Dalam perencanaan *corporate identity*, warna mempunyai fungsi untuk memperkuat aspek identitas. Logo mempunyai fungsi identitas yang membedakan sebuah produk atau perusahaan dengan yang lainnya. Oleh karena itu penulis merasa perlu merancang ulang logo ION Hotel karena ada beberapa kelemahan menurut pengamatan penulis sebagaimana seperti yang telah dijelaskan di atas tadi.

Kekuatan perancangan ulang logo ION hotel ini terletak pada ide-ide pokok dari rancangan desain logo tersebut yang menggunakan metode SWOT, analisis data dan penelitian yang nantinya akan diuraikan dan diterjemahkan dalam bentuk sebuah logo. Begitu juga dengan fungsinya, sesuai dengan metode di atas diharapkan nantinya akan menjadi sebuah ikon yang dikenal oleh masyarakat dan menjadi trade mark dari Hotel ION tersebut serta meningkatkan citra eksklusif sehingga mudah dikenal dan diingat oleh target audience Hotel ION tersebut.

Maka dari itu, dengan adanya perancangan atau re-desain ini diharapkan target audience lebih memahami dan meningkatkan brand dari pada logo ION Hotel itu sendiri. Dengan demikian, judul dari laporan karya akhir ini adalah **“Perancangan Ulang Logo Ion Hotel Padang”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian menemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan penelitian, hal tersebut meliputi:

1. Logo lama dari hotel ION ini, penggambaran logo nya kurang menyampaikan maksud dan makna dari hotel itu sendiri. Logo yang lama penggambaran logo nya yang tidak tepat dengan maknanya. Hal ini diperkuat dari hasil wawancara penulis dengan pihak manajemen hotel yang mengatakan penggambaran logo nya merupakan stilasi (penyederhanaan bentuk) dari bumerang namun lebih mirip stilasi bulan sabit.
2. Perlunya perancangan ulang logo agar lebih dikenal dan menjadi brand serta logo nya menjadi ciri khas dari Hotel ION.
3. Kurangnya lengkap nya referensi pihak hotel dalam perancangan logo yang lama. Karena yang merancang logo ini merupakan pihak manajemen hotel itu sendiri.

## **C. Pembatasan Masalah**

Batasan masalah pada perancangan ulang logo ini dibatasi oleh kurang cocoknya rancangan lama dari logo Hotel ION dan dirasa kurang cocok pengaplikasiannya kepada target atau konsumen. Sehingga dirasa perlu untuk merancang ulang atau re-desain dari logo Hotel ION dan sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, untuk

menjadikan Hotel ION agar lebih dikenal dan menjadi trade mark dengan cara re-desain rancangan logo yang baru.

#### **D. Rumusan Masalah**

Dengan adanya identifikasi masalah maka banyak permasalahan yang muncul akan tetapi permasalahan tersebut akan difokuskan pada masalah-masalah berikut:

1. Bagaimana cara merancang ulang Logo Hotel ION di Kota Padang?.
2. Bagaimana cara mengkomunikatifkan Logo tersebut?.
3. Bagaimana cara meningkatkan pengetahuan *Target Audience* akan pentingnya arti sebuah Logo ?

#### **E. Orisinalitas**

Pembuatan karya ini dilakukan untuk merubah atau , merancang ulang logo Hotel ION. Sebelumnya logo Hotel ION sudah ada dan telah digunakan sebagai *trademark* Hotel ION, namun masih dianggap kurang efektif sebagai trademark. Hal tersebut dapat dilihat dengan masih banyak *target audience* yang belum tahu makna Hotel ION. Berdasarkan alasan diatas maka diperlukan perancangan ulang logo yang baru. Karya ini disusun dalam bentuk yang sederhana. Karya ini orisinal karya penulis dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

## **F. Tujuan Berkarya**

Secara umum perancangan ini dilakukan dengan tujuan untuk mencapai hal-hal berikut:

1. Merancang ulang Logo Hotel ION di Kota Padang yang komunikatif agar maksud dan tujuan logo ini tercapai.
2. Komunikatifnya sebuah perancangan logo ini dapat memberikan dampak yang positif yakni tercapainya maksud dan tujuan, dengan demikian masyarakat akan mengetahui apa isi pesan dari logo yang disampaikan.