

- Kita harus yakin bahwa Desain Grafis Indonesia harus memiliki identitas. Suatu keyakinan yang telah dipupuk oleh pendahulu kita –para perintis pendidikan Desain Komunikasi visual dari tahun 1950-an, perintis formal program desain grafis sejak tahun 1973, pelaku dan studio-studio desain grafis Indonesia– yang telah bergiat mencari ke-Indonesiaan. Suatu keyakinan atas identitas yang dapat mencitrakan watak, pemikiran, mentalitas, kepribadian atau filosofi Indonesia dalam perkembangan dunia global yang makin mempertinggi iklim persaingan antar negara, antar perusahaan dan antar pribadi, sehingga berpengaruh terhadap praktek desain grafis yang cenderung makin instan dan seragam.
- Suatu kenyataan yang tidak bisa dihindari bahwa globalisasi telah melanda Indonesia, produk-produk kelas dunia dengan penampilan grafisnya yang bergaya “barat” membanjiri pasaran negeri kita. Sehingga cepat atau lambat kalau kita tidak waspada kehadiran mereka akan menenggelamkan jati diri desain grafis Indonesia. Persoalannya adalah bagaimana kita sebagai penjaga gawang di bidang desain komunikasi visual tidak terhanyut oleh fenomena tersebut. Untuk itu kita harus mampu mengIndonesiaikan gaya desain mereka, sehingga dampak westernisasi di dunia desain grafis/DKV bisa diredam.

## Soal

Buatlah suatu karya DKV berupa redesain terhadap salah satu merek-merek /logotype produk global yang ada di Indonesia misalnya : merek kendaraan, elektronik, HP, Komputer, makanan, minuman, fashion, kosmetika, obat-obatan dll. dengan memasukkan unsure-unsur budaya local, sehingga logotype/merek tersebut secara visual menunjukkan ciri-ciri keIndonesiaan. Dan, yang dimaksud budaya lokal disini adalah berupa motif ukir, ornament, motif batik, motif tenun, bentuk huruf daerah, bentuk-bentuk bangunan etnis, senjata, wadah, pakaian, seni arsitektur, seni pertunjukan seperti wayang, reog, jatilan, dan tarian daerah lainnya, dll

### Ketentuan Teknis

1. Karya dibuat dalam format postfolio A4 dengan sistematika sebagai berikut:
  - Judul karya
  - Pengantar karya
  - Alasan pemilihan merek produk yang di redesain
  - Data visual berupa foto/gambar produk dan merek yang diredisain dan unsure budaya lokal yang dipilih
  - Konsep atau alasan pemilihan unsure budaya local yang akan digunakan dalam redesain
  - Proses penjaringan ide: Sketsa ide/gagasan bentuk visual, Alternatif layout, Komprehensif layout
  - Final desain
2. Diketik 1 spasi 12 point kertas A4 80gram, dijilid rapi dan diberi sampul mika film sbb:
3. Kelas A(8.40) = Warna hijau
4. Kelas B(10.20) = Warna biru muda
5. Kelas C (12.30) = Warna orange
6. Kelas D(14.10) = warna kuning