

# REDESAIN CORPORATE IDENTITY PT. KALISARI PUTRA UNTUK MENCIPTAKAN IMAGE BARU AGAR DAPAT BERSAING DENGAN KOMPETITOR

Valentina Agel Febriana<sup>1</sup>, Muhammad Ariffudin Islam<sup>2</sup>, Khamadi<sup>3</sup>

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro  
Jl. Nakula 5 - 11, Semarang, 50131, 024-3517261

E-mail : [angellusart@gmail.com](mailto:angellusart@gmail.com)<sup>1</sup>, [muhariffudin@gmail.com](mailto:muhariffudin@gmail.com)<sup>2</sup>, [khambienk@gmail.com](mailto:khambienk@gmail.com)<sup>3</sup>

---

## *Abstrak*

*PT. Kalisari Putra merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) dan Trucking, perusahaan yang berlokasi di Semarang ini memiliki beberapa masalah pada identitas visual. Masalah yang dihadapi PT. Kalisari Putra antara lain, penerapan logo yang tidak konsisten karena jenis huruf yang digunakan di setiap media berbeda. Masalah lain yang dihadapi adalah nama perusahaan yang termasuk dalam freestanding yaitu nama tidak ada kaitannya dengan produk/jasa sehingga diperlukan logo yang menggambarkan bidang usaha perusahaan yaitu EMKL dan trucking. Pada perancangan ulang corporate identity ini metode yang digunakan adalah metode analisis SWOT. Metode SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang dimiliki PT. Kalisari Putra. Sebagai perusahaan yang sudah berdiri lama, corporate identity milik perusahaan ini memerlukan modernizing. Karena modernizing merupakan suatu titik dimana sebuah perusahaan akan membutuhkan sebuah identitas yang baru karena jika tidak perusahaan tersebut akan semakin tertinggal dalam kompetisi. Sebuah penampilan yang baru dan segar, sebuah desain yang lebih praktis, keindahan yang dapat disampaikan dengan baik kepada konsumen. Semua ini dapat dihasilkan oleh desain yang mengikuti perkembangan jaman, sehingga perlu dilakukan perancangan ulang corporate identity milik PT. Kalisari Putra agar corporate identity yang baru nanti dapat menunjukkan bidang usaha perusahaan dan mengikuti perkembangan jaman. Media yang dihasilkan terdiri dari stationery, papan nama kantor, pakaian dinas, kaos, polo shirt, topi dan payung.*

**Kata kunci :** ekspedisi, corporate identity, logo, redesain, trucking

## 1. PENDAHULUAN

Pada era sekarang industri perdagangan telah berkembang pesat khususnya di sektor maritim. Dalam kegiatan perdagangan tidak lepas kaitannya dengan jasa transportasi. Jasa transportasi merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan dalam menunjang kelancaran pendistribusian arus barang. Disadari bahwa perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi sangat diperlukan dalam proses penyampaian barang dari produsen ke konsumen.

Transportasi merupakan salah satu sarana yang vital dalam suatu kegiatan perdagangan maupun perekonomian. Tanpa adanya transportasi sebagai sarana penunjang maka proses perdagangan tidak dapat berjalan dengan lancar dan penyampaian barang dari produsen ke konsumen akan terhambat. Maka dari itu diperlukan sarana transportasi yang sesuai dan memadai seiring berkembangnya dunia perdagangan.

Seperti diketahui perdagangan melalui sektor maritim biasanya telah dimasukkan kedalam peti kemas, sehingga diperlukan jenis transportasi yang bisa mengangkut

peti kemas tersebut. Jasa ekspedisi muatan kapal laut (EMKL) merupakan *partner* bagi para pengusaha untuk mengurus segala dokumen dan muatan yang akan diangkut melalui kapal atau yang berasal dari kapal. Jasa transportasi menggunakan truk banyak digunakan karena lebih aman untuk semua jenis barang kiriman.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) adalah PT. Kalisari Putra Semarang. Perusahaan yang berlokasi di jalan. Kartini Raya 16A, Semarang ini sudah berdiri puluhan tahun dan sudah banyak memiliki pelanggan. Perusahaan ini memiliki beberapa masalah pada identitas visual yang dimiliki sekarang ini yaitu penerapan logo yang tidak konsisten karena jenis huruf yang digunakan di tiap media berbeda sehingga terlihat tidak adanya konsistensi dalam penerapan logo. Masalah lain yang dihadapi adalah nama perusahaan yang termasuk dalam *freestanding* yaitu tidak ada kaitannya dengan produk/jasa sehingga diperlukan logo yang menggambarkan bidang usaha perusahaan yaitu EMKL dan *trucking*.

Menurut <sup>[1]</sup>Rustan (2009:60) dalam identitas visual terdapat beberapa elemen adalah nama, logo, warna, tipografi, gambar, penerapan logo. Salah satu elemen yang penting adalah nama. Dikarenakan pentingnya sebuah nama dalam suatu identitas visual sehingga pencarian dan pemilihan nama membutuhkan proses. Oleh karena itu sebelum menentukan nama hendaknya terlebih dahulu menentukan *brand architecture*, menurut <sup>[1]</sup>Rustan (2009:55) *brand architecture* adalah hirarki beberapa brand yang mempunyai hubungan satu dengan yang lainnya, misalnya antara perusahaan induk dengan anak perusahaan, divisi, produk dan servis. Karena hal itu akan mempengaruhi konstruksi penamaan dan identitas visual lainnya. Menurut <sup>[1]</sup>Rustan (2009:60) jenis penamaan dibagi menjadi enam yaitu *founder* (menggunakan nama pendiri), *descriptive* (menggambarkan bidang usaha), *fabricated* (nama yang diciptakan tidak memiliki arti), *metaphor* (nama diambil dari tempat, benda yang dianggap mewakili kualitas perusahaan), *acronym* (nama yang berupa singkatan), *freestanding* (nama tidak ada hubungan dengan produk/jasa), *associative* (menggambarkan manfaat dari produk/jasa, dan *combination* (gabungan dari poin sebelumnya). Jadi dapat dikatakan bahwa penamaan dari PT. Kalisari Putra termasuk dalam *freestanding*, karena nama perusahaan tidak berhubungan dengan produk/jasa, sehingga diperlukan penggambaran tentang bidang usaha yang dijalankan.

Sebagai perusahaan yang sudah lama berdiri, *corporate identity* milik perusahaan ini memerlukan *modernizing*, karena menurut Fishel, *modernizing* adalah suatu titik dimana sebuah perusahaan akan membutuhkan sebuah identitas yang baru karena jika tidak perusahaan tersebut akan semakin tertinggal dalam kompetisi. Sebuah penampilan yang baru dan segar, sebuah desain yang lebih praktis, keindahan yang dapat disampaikan dengan baik kepada konsumen. Semua ini dapat dihasilkan oleh desain yang mengikuti perkembangan jaman, sehingga perlu dilakukan perancangan ulang *corporate identity* milik PT. Kalisari Putra agar *corporate identity* yang baru nanti dapat menunjukkan karakter perusahaan yang kuat dan mengikuti jaman. Dan nama dari perusahaan ini kurang menggambarkan bidang usahanya, sehingga dibutuhkan gambar untuk memperjelas bidang usahanya.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa saat ini dibutuhkan perancangan ulang *corporate identity* milik PT. Kalisari Putra Semarang guna menciptakan *image* baru agar dapat bersaing dengan kompetitor. Perancangan ini terbatas pada *corporate identity* dan media yang berkaitan dengan identitas PT. Kalisari Putra yang

bertujuan untuk menghasilkan perancangan *corporate identity* bagi PT. Kalisari Putra Semarang agar dapat bersaing dengan kompetitor dan memvisualisasikan pengaplikasian *corporate identity* PT. Kalisari Putra Semarang. Untuk mencapai tujuan tersebut maka digunakan analisis SWOT sebagai metode pemecahan masalah.

## 2. METODE

Sebagai pendukung terciptanya sebuah karya visual akan dilakukan penelitian terhadap topik yang diangkat. Penelitian yang digunakan dalam perancangan *corporate identity* ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini dilakukan terhadap *corporate identity* milik PT. Kalisari Putra dan bagaimana visi misi dari perusahaan dan image baru seperti apa yang akan dibangun sehingga dapat bersaing dengan kompetitor. Penelitian juga dilakukan terhadap kompetitor dari perusahaan guna mempersiapkan strategi yang akan digunakan nantinya. Kemudian analisa data akan dilakukan dengan menggunakan metode analisis SWOT.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Proses Desain

#### 3.1.1 Studi Visual

Berikut beberapa data visual bentuk logogram dan logotype yang diperoleh sehubungan dengan bentuk logogram yang akan dipergunakan sebagai bahan dari logo.



Gambar 3.1 Penjaringan Ide Visual

Dipilih gambar-gambar tersebut dikarenakan dapat menggambarkan bidang usaha PT. Kalisari Putra yaitu EMKL dan trucking. Dimana truck merupakan armada utama yang digunakan dalam menjalankan bisnis, sehingga pengambilan gambar truck dirasa cukup mewakili produk yang ditawarkan perusahaan.

#### a. Model Huruf

Jenis huruf memiliki kepribadian dan menunjukkan fungsi tertentu. Penggunaan jenis huruf yang konsisten dapat membuat audience mengenali logo dengan mudah.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890.,/ ? \* # @ % ( ) !

Gambar 3.2 Jenis Huruf yang dipilih untuk *logotype*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890.,/ ? \* # @ % ( ) !

Gambar 3.3 Jenis huruf yang dipilih untuk teks pendukung

Jenis huruf Strasua merupakan huruf yang digunakan untuk logotype PT. Kalisari Putra

KALISARI  
PUTRA

Gambar 3.4 Logotype PT. Kalisari Putra

Penulisan karakter Strasua merupakan jenis sans serif yang merupakan jenis huruf yang modern dan lebih sederhana. Hal ini akan masuk dalam konsep yang akan dibuat yaitu modern dan sederhana. Dengan huruf ini tetap memberikan kesan formal namun modern

b. Bentuk simbol

Bentuk simbol yang dipilih disesuaikan dengan permintaan khusus dari klien. Simbol yang dipilih merupakan hasil penjaringan ide yang mewakili bidang usaha PT. Kalisari Putra yaitu EMKL dan *trucking*.



Gambar 3.5 *truck trailer* dan kait *crane* sebagai simbol terpilih

Gambar *truck trailer* dan kait *crane* diatas sebagai acuan gambar visual logo yang kemudian disederhanakan menjadi seperti berikut:



Gambar 3.6 Hasil visual vektor *truck trailer* dan kait *crane*

c. Panduan warna

Warna yang dipilih membantu membangun perhatian dari masyarakat dengan logo

Warna dasar utama adalah putih yang didukung warna biru yang dipilih untuk mendukung bidang usaha Kalisari Putra yaitu EMKL dan *trucking*.



Biru melambangkan kepercayaan, kesatuan dan produktivitas.

d. Paduan tata letak/*layout*



Gambar 3.7 Tata letak dasar logo

Logo utama Kalisari Putra merupakan bentuk ikonik dari truck dan kait crane. Terdiri dari logotype “Kalisari Putra” serta logogram yang terletak disebelah kiri.

3.1.2 Penjaringan Ide Visual



Gambar 3.8 Gambar sketsa dasar

Gambar sketsa dasar di atas dihasilkan setelah mencari data visual yang berhubungan dengan logo. Setelah melalui beberapa proses yang membutuhkan pertimbangan maka diperoleh gambar sketsa diatas.

Dasar pemilihan dari sketsa di atas adalah karena *truck* dan kait *crane* bisa merepresentasikan entitas.

### 3.1.3 Pengembangan Ide bentuk Logo



Gambar 3.9 Pengolahan logogram

### 3.1.4 Pembuatan *Artwork* Logo Terpilih



Gambar 3.10 Pembuatan logo terpilih

### 3.1.5 Studi Penerapan Warna pada logo terpilih



Gambar 3.11 Penerapan warna logo terpilih



Gambar 3.12 Penerapan warna positif dan negatif pada logo terpilih

### 3.1.6 Pembuatan Final Artwork



Gambar 3.13 Final Artwork

## 3.2 Aplikasi Logo Dalam Sistem *Corporate Identity*

### a. *Stationary*

- Kop surat dan amplop



Gambar 3.14 Aplikasi stationary pada amplop khusus



Gambar 3.15 Aplikasi stationary pada amplop harian



Gambar 3.16 Aplikasi stationary pada kertas surat

- Map proposal, map khusus, dan map harian



Gambar 3.17 Aplikasi stationary pada map proposal



Gambar 3.18 Aplikasi stationary pada map khusus



Gambar 3.19 Aplikasi stationary pada map harian



- Kartu Nama



Gambar 3.20 Aplikasi stationary pada kartu nama

- b. Papan Nama



Gambar 3.21 Aplikasi pada papan nama kantor

- c. Pakaian Dinas



Gambar 3.22 Pengaplikasian pada pakaian dinas

d. Topi



Gambar 3.23 Aplikasi pada topi

e. Kaos



Gambar 3.24 Aplikasi pada tshirt

f. Polo shirt



Gambar 3.25 Aplikasi pada polo shirt

g. Payung



Gambar 3.26 Aplikasi paoda paying

h. Id Card



Gambar 3.27Aplikasi pada Id Card

i. Stempel



Gambar 3.28Aplikasi pada stempel

j. Sticker



Gambar 3.29 Aplikasi pada sticker

k. Gantungan Kunci



Gambar 3.30 Aplikasi pada gantungan kunci

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1 Kesimpulan

Setelah penulis melihat, mempelajari dan merancang logo PT. Kalisari Putra ini yang berfungsi sebagai pencapaian tujuan dan mengatasi masalah, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Redesain yang telah dilakukan dapat menggambarkan bidang usaha perusahaan.
2. Memberikan tampilan baru dan segar terhadap logo perusahaan.
3. Desain yang diterapkan dapat mengikuti jaman.

### 4.2 Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan perancangan logo PT. Kalisari Putra adalah sebagai berikut:

1. Perlu melakukan riset dan analisa untuk mencari fakta-fakta tentang entitas, termasuk pesaingnya.
2. Karya penulis hanya sebatas perancangan saja, maka perlu dilakukan penelitian lebih dalam terhadap efek penggunaan logo.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Desain Studio, 2010. *Teori Gestalt dalam Desain Grafis*. (Update 12 Desember 2010) <http://www.desainstudio.com/2010/12/teori-gestalt-dalam-desain-grafis.html> (Diakses pada 20 Oktober 2014)
- [2] Jannah, Lu'Lu' Ul. 2013. *Redesain Logo dan Aplikasinya dalam Corporate Identity Mebel "UD Gangsar Jati" Tegal*. Skripsi. Semarang: Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang.
- [3] Jefkins, Frank. 1995. *Public Relations* (Edisi ke-4). Jakarta: Erlangga.
- [4] Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [5] Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [6] Sachari, Agus. 2005. *Pengantar Metodologi Penelitian Budaya Rupa: Desain Arsitektur, Seni Rupa, dan Kriya*. Jakarta: Erlangga.
- [7] Samudera Perdana. 2010. Company Profile. <http://samudera.co.id/company/pt.-samudera-perdana> (Diakses pada 28 Maret 2015)
- [8] Samudera Perdana Selaras. 2010. Company Profile. <http://www.spsgroup.co.id/tentangkami/company-profile.html>. (Diakses pada 29 Maret 2015)
- [9] Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.