

PERANCANGAN ULANG CORPORATE IDENTITY CV. INDO PRO IT SOLUTION SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN

Arditya Janitra Wisnu¹, Siti Hadiati Nugraini², Khamadi³

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

E-mail : adiwisnu1@gmail.com, shnugraini@yahoo.co.id, khambienk@gmail.com

Abstrak

CV. Indo Pro IT Solution adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pengadaan barang dan jasa IT yang diantaranya meliputi pembuatan Software, Pendaftaran Domain, Desain Web, Server Hosting, Pemeliharaan Web, Konsultan Web, Konsultan/Jasa SEO, Instalasi Server Jaringan (Wifi, RT/RWNet) dll. Permasalahan yang terjadi adalah CV. Indo Pro IT Solution memiliki corporate identity yang tidak dikelola secara maksimal dilihat dari tidak adanya konsistensi logo antar media yang digunakan seperti penerapannya dalam kartu nama, brosur, stationery yang tidak menggunakan acuan grid system dan juga tidak adanya ciri khas yang dapat membuatnya lebih dikenal oleh masyarakat dan juga tidak mencerminkan CV yang bergerak dalam bidang web developer ataupun bergerak dalam bidang teknologi informasi. Untuk mencapai citra yang diinginkan, dibutuhkan perancangan ulang corporate identity yang dapat membantu CV. Indo Pro IT Solution untuk meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Untuk mendapatkan tujuan dari penelitian ini, penulis menggunakan metodologi kualitatif dan kuantitatif dalam mendapatkan data-data yang bertujuan untuk menentukan bentuk dan makna logo yang akan dibuat nantinya. Dalam penelitian ini sumber data didapatkan menggunakan analisis SWOT dan metode perancangan menggunakan brainstorming. Sebagai hasil sebuah logo yang memuat konsep sebuah corporate yang mampu mencerminkan bidang usaha dari perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi informasi yang menerima support pelanggan 24 jam dan menawarkan harga yang fleksibel dan terjangkau oleh semua golongan. Implementasi logo yang digunakan antara lain: kartu nama, kop surat, map, amplop, seragam karyawan, tanda pengenal, jam, nota, stempel, sticker, gantungan kunci, dan web desain.

Kata Kunci: corporate identity, redesain, logo

1. PENDAHULUAN

Dalam zaman modern ini dan dengan berkembangnya pasar banyak perusahaan bersaing untuk menarik perhatian konsumennya agar membeli produk atau jasanya. Cenadi (1999:71) mengatakan bahwa, “Salah satu cara untuk bertahan dalam pasar yang terus berkembang ini adalah dengan menciptakan *image* dan *corporate identity*, yang merupakan alat jual bagi perusahaan untuk produk-produk yang sekarang ada atau produk yang akan dikembangkan”. Karena *image* yang positif dari suatu perusahaan akan membuat konsumen percaya dan nyaman akan perusahaan itu dan percaya pula dengan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut merupakan produk berkualitas terbaik. Banyak perusahaan besar yang menyadari akan pentingnya menciptakan *corporate identity* yang kuat dan mantap. *Corporate identity* diperlukan sebagai sebuah ciri yang menonjol dari sebuah perusahaan atau produk. Perancangan ulang *corporate identity* ini dilakukan karena adanya perluasan jasa yang ditawarkan dan juga logo yang sudah tidak sesuai jaman selain itu semua sejak berdirinya, CV. Indo Pro IT Solution juga memiliki *corporate identity* yang tidak dikelola secara maksimal dilihat dari tidak adanya konsistensi logo antar media yang digunakan seperti penerapannya dalam kartu nama, brosur, *stationery* dan juga tidak adanya ciri khas yang

dapat membuatnya lebih dikenal oleh masyarakat, juga tidak mencerminkan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang *web developer* ataupun bergerak dalam bidang teknologi informasi. Selain itu pemilik sendiri yaitu bapak Sugiarto Nardi selaku direktur utama dari CV. Indo Pro IT Solution menjelaskan bahwa logo yang ada sekarang dibuat tanpa mempertimbangkan dari visi misi yang ada, dan pemilik membutuhkan sebuah *corporate identity* dan logo yang mampu mempresentasikan visi misi dari CV. Indo Pro IT Solution, juga mencerminkan bidang usahanya yaitu tentang teknologi. Oleh karena itu, untuk mencapai citra yang ingin dibangun, dibutuhkan perancangan ulang *corporate identity* yang dapat membantu CV. Indo Pro IT Solution untuk meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat.

2. METODE

Untuk mendapatkan tujuan dari penelitian ini, penulis menggunakan metodologi kualitatif dan kuantitatif dalam mendapatkan data-data yang bertujuan untuk menentukan bentuk dan makna logo yang akan dibuat nantinya. Dalam penelitian ini sumber data didapatkan melalui pengumpulan data di CV. Indo Pro IT Solution dan penyebaran angket. Metode analisis menggunakan analisis SWOT dan metode perancangan menggunakan *brainstorming*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Logo

Masalah pada logo lama CV. Indo Pro IT Solution ditinjau dari visualisasi logo yang baik menurut Carter (1985).



Gambar 1. Logo Lama CV. Indo Pro IT Solution

1. Memiliki nilai kekhasan, dan keunikan artinya logo harus mempunyai nilai yang unik agar logo mudah diingat.

Analisis: pada logo CV. Indo Pro IT Solution suada memiliki keunikan itu terlihat dari garis lengkung berwarna orange.

2. Mempunyai tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda.

Analisis: pada logo CV. Indo Pro IT Solution belum memiliki nilai keterbacaan yang tinggi, ini akibat dari pemilihan *font* yang kurang tepat pada *tagline* dan ukuran *font* yang kecil pada tulisan “Indo Pro”

3. Sederhana dalam pengertian mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat.

Analisis: pada logo CV. Indo Pro IT Solution belum mewakili kata sederhana dan sulit dimengerti.

4. Cukup mudah untuk diingat, karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang relatif lama.

Analisis: pada logo CV. Indo Pro IT Solution mudah diingat karena unik.

5. Logo yang baik akan mudah dihubungkan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan.

Analisis: pada logo CV. Indo Pro IT Solution belum mampu mewakili bidang usaha yang sesuai karena pemilihan warna yang kurang tepat.

6. Faktor kemudahan aplikasi logo, baik menyangkut bentuk, warna, maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada saat proses perancangannya agar tidak menimbulkan kesulitan dalam penerapannya.

Analisis: pada logo CV. Indo Pro IT Solution ini belum dapat mewakili faktor yang keenam logo yang baik, karena logo tersebut sulit diaplikasikan pada media yang ukurannya kecil.

Maka dari itu sebuah logo dikatakan baik jika Memiliki nilai kekhasan, keunikan, Mempunyai tingkat keterbacaan yang baik, Sederhana, Cukup mudah untuk diingat, mudah dihubungkan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan, dan kemudahan aplikasi logo dalam berbagai media.

3.2 Analisa SWOT

Metode SWOT adalah sebuah metode analisis yang digunakan untuk mengetahui kelebihan (*Strength*), kekurangan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*) yang dimiliki oleh sebuah usaha secara mendalam jika dibandingkan dengan pesaing sejenis.

a. Strength

1. Identitas CV. Indo Pro IT Solution yang mudah diingat.
2. Harga yang fleksibel.

b. Weakness

1. Belum memiliki kantor resmi yang representatif.
2. Logo yang tidak mencerminkan bidang usahanya.

c. Opportunity

1. Belum adanya perusahaan yang serupa yang mempunyai layanan pelanggan 24 jam.
2. Harga yang ditawarkan pesaing cukup mahal.

d. Threats

1. Adanya campur tangan dari pemerintah secara langsung dengan program bantuan website untuk sekolah diseluruh indonesia.
2. Banyaknya varian harga yang ditawarkan kompetitor.

Berdasarkan analisa SWOT yang telah penulis paparkan diatas, maka penulis akan memilih strategi :

- 1.(S1,O1) memanfaatkan kekuatan logo yang mudah diingat untuk menciptakan *corporate identity* yang mampu mencerminkan perusahaan yang menerima support pelanggan 24 jam.
- 2.(W2,O2) menciptakan sebuah logo yang mampu mencerminkan bidang usaha dari perusahaan tersebut yang mampu memberikan kesan bahwa harga yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut fleksibel dan lebih murah dari pesaing yang ada.

Penulis mengambil strategi tersebut dikarenakan dengan memanfaatkan kekuatan logo yang mudah diingat dan perlunya menciptakan sebuah corporate yang mampu mencerminkan bidang usaha dari perusahaan maka diharapkan calon konsumen tertarik menjalin kerjasama dengan CV. Indo Pro IT Solution. Serta konsumen dapat

mengetahui bahwa citra dari perusahaan ini bergerak dalam bidang teknologi informasi yang menerima support pelanggan 24 jam dan menawarkan harga yang fleksibel dan terjangkau oleh semua golongan.

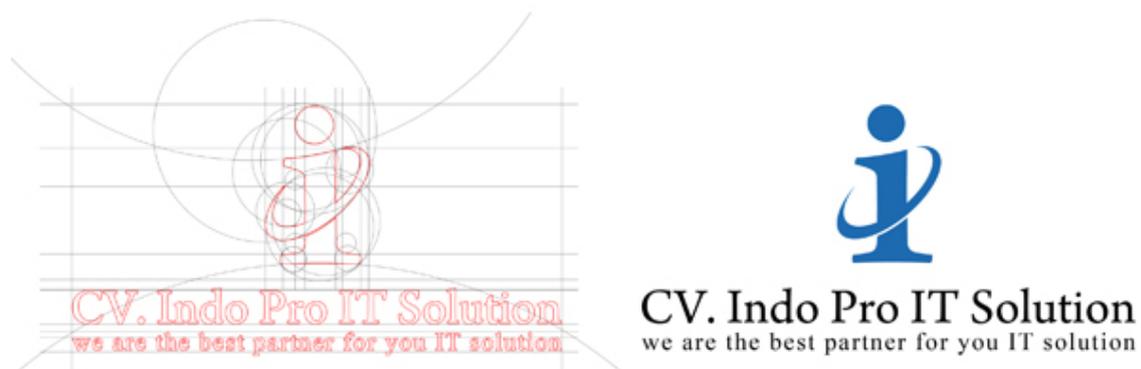
3.3 Analisa Brainstorming

Hasil analisa *brainstorming* didapatkan dari penyebaran angket untuk mendapatkan perancangan logo dengan memperlihatkan aspek dan elemen logo, dengan hasil sebagai berikut :

- | | |
|--------------------------------|--|
| a. Tipe logo | : <i>Picturemark</i> dan <i>lettermark</i> |
| b. Komposisi huruf dan tulisan | : Akronim |
| c. Komposisi gambar | : Abstrak |
| d. Komposisi keseimbangan | : Kompak |
| e. Style gaya logo | : Natural |
| f. Penyerdehanaan logo | : Stilasi |
| g. Komposisi warna | : Kontras |
| h. Warna logo | : Biru |
| i. Warna tulisan pada logo | : Hitam |
| j. Jenis anatomi huruf | : Serif (berkait) |
| k. Jenis ketebalan font | : Block (Tebal) |

3.4 Logo

Logo dibuat berdasarkan konsep logo, analisis SWOT dan analisis brainstorming kemudian disesuaikan visi-misi perusahaan.



Gambar 2. Logo Baru CV. Indo Pro IT Solution

Bentuk logo berbentuk huruf “i” yang menyerupai angka 1(satu) yang memiliki arti sebagai inisial dari nama CV. Indo pro IT Solution selain mewakili dari nama perusahaan, huruf "i" juga memiliki arti dari innovation/inovasi dan angka 1 sendiri mewakili kualitas yang ditawarkan nomor 1. Sedangkan garis lengkung pada logo tersebut mewakili jam dinding yang merupakan lambang dari sebuah acuan waktu, dalam penerapan logo disini jam dinding digambarkan untuk mewakili dari pelayan pelanggan 24 jam non stop dan juga dapat mewakili sebuah harga yang fleksibel.

Selain bentuk dari logo tersebut, logo ini mempunyai warna biru. Penulis menggunakan warna biru sebagai warna utama pada logo. Warna ini merupakan warna yang sangat cocok untuk menggambarkan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi dan informasi dan juga dapat mengartikan sebuah kepercayaan.

Pemilihan font times new roman di pilih karena mempunyai keterbacaan yang jelas

karena berjenis serif yaitu font yang memiliki kait, Sedangkan didalam penulisan tagline penulis menggunakan font yang sama engan warna hitam.

3.5 Aplikasi Logo Pada Media

Aplikasi media komunikasi visual yang akan digunakan kemudian hendaknya dilaksanakan pada saat yang tepat sehingga tepat pada sasaran yang ingin dituju. Aplikasi media *corporate identity* yang digunakan dalam meningkatkan citra perusahaan CV. Indo Pro IT Solution hendaknya sesuai dengan aspek yang terkait diantaranya menggunakan media yang terdapat dalam perusahaan tersebut untuk membuat masyarakat lebih mengenalnya. Media yang akan digunakan antara lain:

1. Kartu nama.
2. Kop surat.
3. Map.
4. Amplop.
5. Seragam karyawan.
6. Tanda pengenalan.
7. Jam.
8. Nota.
9. Stempel.
10. Sticker.
11. Gantungan kunci.
12. Web desain



Gambar 2. Aplikasi Logo Pada Stasioneri Set



Gambar 3. Aplikasi Logo Seragam

4. KESIMPULAN

Logo lama CV. Indo Pro IT Solution belum dapat memenuhi kriteria logo yang baik, karena logo tersebut belum dapat mencerminkan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi itu terlihat dari pemilihan warna yang kurang tepat, pemilihan *font* dalam *tagline* tidak tepat karena tingkat keterbacaan yang rendah, sulit dimengerti dalam waktu yang relatif singkat logo ini mencerminkan bidang sahnya, dan sulitnya mengaplikasikan logo dalam media yang berbeda. Identitas perusahaan ini dibuat untuk menyampaikan informasi tentang keberadaan CV. Indo Pro IT Solution yang ada kaitannya dengan pencitraan perusahaan. Dengan adanya hasil perancangan ulang *corporate identity* ini maka akan mampu meningkatkan citra perusahaan di masyarakat ataupun calon konsumen baru tentang keberadaan CV. Indo Pro IT Solution sebagai perusahaan dibidang jasa yang menawarkan harga fleksibel dan menerima pelayanan 24 jam. Dalam perancangan ulang *corporate identity* CV. Indo Pro IT Solution ini meliputi pembuatan logo baru dan aplikasi logo baru dalam berbagai jenis media aplikasi. Setelah melakukan beberapa riset, dan analisis yang dilakukan oleh penulis, akhirnya penulis dapat menciptakan logo baru yang sudah memenuhi kriteria logo yang baik. Secara umum logo adalah identitas perusahaan untuk membedakannya dengan yang lain dan tanda kepemilikan untuk membedakan milik perusahaan walaupun bergerak di bidang yang sama. Kemudian aplikasi *corporate identity* sebagai alat memvisualkan citra kepada khalayak umum sebagai perusahaan dibidang jasa yang menawarkan harga fleksibel dan menerima pelayanan 24 jam.

5. SARAN

Sehubungan dengan perancangan ulang *corporate identity* CV. Indo Pro IT Solution, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut: (1) Dalam perancangan perancangan ulang *corporate identity* yang harus diperhatikan adalah menentukan konsep, dengan cara melakukan survey dan pencarian data. (2) Dalam melakukan pengumpulan data yang menyebar angket, setidaknya harus menyebar 50 angket karena jika terlalu sedikit akan sulit untuk menentukan logo seperti apa yang diinginkan. (3) Memahami karakter media sangat penting karena setiap media memiliki karakter yang berbeda. (4) Dalam menentukan logo seharusnya memperhatikan ukuran minimum yang jika diaplikasikan dalam media dengan ukuran yang tidak terlalu besar masih memiliki tingkat keterbacaan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Carter, David. E. 1985. *Designing Corporate Identity Programs for Small Corporation*.
New York: Art Direction Book Company.

Rustan, Surianto. 2009. *Layout Dasar Dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia.

Rustan, Surianto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sihombing ,Danton. 2001. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia.

Start, Daniel dan Ingie Hovland. 2004. *Tools for Policy Impact: A Handbook for
Researchers*. London: Overseas Development Institute.

Sutikno, M. Sobri. 2007. *Belajar dan Pembelajaran: Upaya Kreatif dalam Mewujudkan
Pembelajaran yang Berhasil*, Bandung: Prospect.

Skripsi dan Makalah

Husein, Muhammad. 2015. *Perancangan Corporate Identity Untuk Pencitraan Lunpia
Depok Semarang*: Universitas Dian Nuswantoro.

Surya P, Robertus Fendy. 2014. *Redesain Logo Toko Mainan "29 TOYS" Semarang*:
Universitas Dian Nuswantoro.

Website

indodesign.net diakses 2 Oktober 2014

<https://gogorbangsa.wordpress.com/2015/01/23/brand-dan-logo/> diakses pada 13
November 2015