

PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY 99 FAMILY REFLEXOLOGY DAN MEDIA PENDUKUNGNYA

Vincentius Marchel¹, Petrus Gogor Bangsa², Martien³

^{1,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra, Surabaya, ²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Jalan Parangtritis km 6,5 , Yogyakarta
Email: ceenz777@yahoo.com

Abstrak

99 Family Reflexology adalah perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan berlokasi di Surabaya. Permasalahan yang dimiliki 99 Family Reflexology adalah identitas yang tidak konsisten, paten, dan berubah-ubah antara media satu dengan media yang lainnya, sehingga diperlukan perancangan corporate identity yang konsisten, unik, dan menuangkan visi misi dari 99 Family Reflexology.

Kata kunci:

Corporate Identity, perancangan, 99 Family Reflexology, kesehatan.

Abstract

99 Family Reflexology is a company that focuses in the field of health in Surabaya. Problems which is owned 99 Family Reflexology is identity that is inconsistent, patent, and changed between the media one with the media and the other, so it is needed design corporate identity that is consistent, unique, and poured vision and mission of 99 Family Reflexology.

Keywords:

Corporate Identity, design, 99 Family Reflexology, Healthy

Pendahuluan

Setiap perusahaan atau organisasi mempunyai keunikan dan karakteristik masing-masing baik dalam cara kinerja, sistem marketing, produk atau jasa yang ditawarkan pada calon audience. Keunikan inilah yang membedakan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya, yang menyebabkan perbedaan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya, yang menyebabkan produk atau jasanya di cari atau tidak. Meskipun suatu perusahaan tersebut memiliki banyak keunggulan/keunikan tetapi jika masyarakat tidak mengenalnya maka semuanya akan sia-sia. Oleh sebab itulah suatu perusahaan harus dapat berkomunikasi dengan masyarakat agar masyarakat dapat mengenal dan mengetahui keunggulan/keunikan suatu perusahaan itu dibandingkan dengan pesaingnya.

Ada banyak cara untuk berkomunikasi dengan masyarakat, Salah satunya adalah dengan simbolisasi suatu perusahaan, atau perancangan logo beserta aplikasinya (*Coorporate Identity*). Menurut Veronica Napoles (1987), corporate identity adalah sebuah identitas atau symbol yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau image yang bisa menjadikan sebagai daya tarik. Identitas perusahaan berdasarkan filosofi organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda. Identitas mencerminkan kepribadian sebuah perusahaan dan dari sinilah branding perusahaan tercipta.

Promosi, menurut Budi Wahyono (2013) promosi adalah salah satu variable marketing mix yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga dikatakan sebagai “proses berlanjut” karena dapat

menumbuhkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan.

Peran *Corporate Identity* sangat penting bagi perusahaan yaitu sebagai identitas wajah dan kepribadian suatu perusahaan. Logo juga mencerminkan identitas suatu perusahaan dan membantu membentuk image dalam cara positif. Suatu logo yang baik harus mencerminkan pribadi suatu instansi, bukan mengarah hanya pada jasa atau produk yang dihasilkan, karena logo yang seperti itu tidak akan bertahan lama dan mudah sekali menjadi usang. Produk dan jasa dapat saja berubah sewaktu-waktu sehingga apabila logo hanya mengacu pada produk secara spesifik, logo tersebut akan menjadi kuno dan tidak relevan. Oleh sebab itu setiap perusahaan produk maupun jasa sangat perlu memiliki sebuah logo yang tepat dan lain dari pada yang lain sebagai identitas dirinya di masyarakat.

Dalam hal ini, yang akan menjadi objek perancangan corporate identity adalah tempat pijat refleksi 99 *Family Reflexology*. 99 *Family Reflexology* adalah tempat pijat refleksi yang cukup besar dengan luas tanah 600 meter persegi. Terdapat 2 tempat di Kota Surabaya, yang berlokasi di Jl. Manyar Kertoarjo V/2-Surabaya, dan Jl. Raya Darmo Permai Selatan No.21-Surabaya. Nama pemilik 99 *Family Reflexology* adalah Ibu Suryati Wardoyo. 99 *Family Reflexology* sangat mengutamakan dalam hal servis kepada para pelanggannya.

Singkat Sejarah terbentuknya 99 *Family Reflexology* ini, awalnya Ibu Suryati Wardoyo mencoba pijat refleksi yang berada di Jakarta. Ibu Suryati Wardoyo melihat tempat pijat refleksi tersebut ramai. Pada saat itu terpikir oleh Ibu Suryati Wardoyo, di Surabaya belum ada tempat pijat refleksi yang cukup besar, dan di dirikanlah 99 *Family Reflexology*. Awalnya hanya berdiri di 1 tempat, yaitu di Jl. Manyar Kertoarjo V/2-Surabaya pada tanggal 30 September 2010. Lalu 2 taun kemudian, sekitar bulan Desember 2012, membuka cabang di Jl. Raya Darmo Permai Selatan No.21-Surabaya.

Setelah diperhatikan lebih lanjut, ternyata dari segi desain terutama *corporate identity* kurang diperhatikan sehingga tertinggal oleh jaman. Untuk dari segi bangunan dan tempat sudah modern namun untuk segi logo tidak berubah dan tertinggal jaman sehingga kurang diperhatikan. Konon, Ibu Suryati Wardoyo ingin membuka cabang diluar Surabaya dan men-franchise kan usaha tersebut. Saat ini logo yang ada dari 99 *Family Reflexology*

tersebut masih belum mewakili karakteristik dari tempat tersebut, salah satunya adalah logo dari 99 *Family Reflexology* ini bergambar angka 99 yang menggunakan font mengarah ke huruf jawa. Padahal tempat tersebut tidak mengandung unsur ke jawa-jawaan melainkan modern sehingga terkadang dapat membuat orang salah persepsi. Ibu Suryati Wardoyo memilih logo angka 99 tersebut karena menurut Suhu yang dipercaya oleh Ibu Suryati Wardoyo angka 99 adalah angka paling tinggi, sehingga agar usahanya selalu tertinggi, hal tersebut bisa saja dipandang berbeda dari sudut pandang orang lain. Hal tersebut di nilai masih belum mewakili sebagai identitas dirinya karena masih belum mencerminkan seperti apakah 99 *Family Reflexology* ini di mata masyarakat. Selain itu konsistensi aplikasinya masih juga kurang. Aplikasi media promosi juga masih terlihat kurang. Hal ini perlu dibenahi mengingat bahwa logo yang bagus namun tidak ditetapkan secara konsisten tidak akan menjadi seefektif logo yang kurang bagus namun ditetapkan secara konsisten.

Keuntungan yang dapat diperoleh di 99 *Family Reflexologi* ini antara lain pijat refleksi yang beragam macamnya seperti *Foot Reflexology*, *Traditional Massage*, *Tuina Massage*, *Thailand Massage*, *Shiatsu Massage*, *Coin Massage*, *Indiana Head Massage*, *Ear Candle*, *Masker & Scrub*, *SPA* dengan harga Rp 40.000,- /jam untuk refleksi, dan Rp 80.000,- /jam untuk pijat. Untuk pijat bisa dikombinasikan dengan yang lain, sebagai contoh 30 menit untuk Tuina Massage dan 30 menit untuk Coin Massage di kombinasikan. Juga terdapat triple kombinasi dengan durasi minimal 90 menit dengan harga Rp 100.000,- atau durasi 150 menit dengan harga Rp 150.000,-. Ada pula keunggulan lainnya selain refleksi dan pijat, yaitu terdapat SPA yang sangat jarang di temui di tempat refleksi lainnya seperti, tukang pijat yang handal dan ahli dalam teknik tersebut dan 70 orang karyawan yang dipekerjakan dengan pembagian 2 shift sehingga pelanggan jarang mengantri, alas yang digunakan ketika dipijat menggunakan bed, Free the jahe untuk pelanggan, terdapat café di dalam lokasi, kebersihan tempat yang terjamin, tempat parkir yang cukup luas dan aman bahkan terdapat fasilitas parkir valet tanpa tipping, dapat melakukan pemesanan melalui *via call*.

99 *Family Reflexology* memiliki visi yaitu sehat merupakan investasi kedepan yang harus benar-benar dijaga. Bila perlu dilakukan sedini mungkin, sampai dewasa bahkan tua sekalipun. Kesehatan tiada duanya bagi yang mencintainya, seperti

sebuah pepatah klasik mensana in corpore sano atau dalam tubuh yang sehat terdapat jiwa yang sehat pula.

Di zaman modern ini, banyak kegiatan dan aktivitas kerja yang kita lakukan dengan cara duduk atau berdiri, ditambah lagi daya tarik gravitasi telah menyebabkan racun dari sisa-sisa metabolisme tertimbun di telapak kaki. Disamping itu kurangnya berolahraga dan makan yang tidak di jaga menyebabkan banyak orang merasa letih, lesu, tidak bersemangat dan timbulnya berbagai penyakit.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh international of alternative and complementary medicine, orang penderita stress dan depresi merasa ada perbaikan setelah menjalani pijatan selama 30 menit setiap minggu.

99 Family Reflexology adalah perusahaan yang sudah berdiri 3 tahun, yang berdiri sejak 2010, dan perusahaan ini ingin berkembang dan membangun cabang, bahkan ingin di franchisekan, namun dikenal tidak se bagus dan tidak sesuai harapan pemilik karena image lama yang melekat dipandangan customernya. 99 Family Reflexology sudah mempunyai suatu Corporate Identity, akan tetapi Corporate Identity tersebut masih belum konsisten dalam pengaplikasian media nya dan logo perusahaan tersebut masih belum menggambarkan tujuan perusahaan tersebut.

99 Family Reflexology secara konsisten berupaya meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan harapan masyarakat selama ini agar pelayanannya lebih cepat, tepat, nyaman, dan penuh keramahan. Oleh karena itu, 99 Family Reflexology menyediakan fasilitas untuk refleksi yang sangat lengkap sebagai berikut :

1. Foot Reflexology
2. Traditional Massage
3. Tuina Massage
4. Thailand Massage
5. Shiatsu Massage
6. Coin Massage
7. Indiana Head Massage
8. Ear Candle
9. Masker & Scrub
10. SPA & Sauna

99 Family Reflexology memiliki misi yaitu menciptakan rasa nyaman, relax untuk setiap customer kami di tempat yang bersih dan sehat.

Pada saat ini, perusahaan ini menggunakan gambar logo angka 99 dengan bertuliskan 99 Family

Reflexology. Menurut hasil wawancara, logo tersebut di dapat berdasarkan kepercayaan cina (Feng shui) bahwa angka 99 adalah angka tertinggi. Di eja 99 (Sembilan Sembilan) karena agar merakyat dan karena berdomisili di Negara Indonesia. Perusahaan ini sudah berdiri sejak tahun 2010, dan dulu nya dikenal sebagai tempat reflexology yang kurang dalam hal keahlian terapisnya, dan juga ketidak tepatan durasi waktu yang telah ditentukan. Namun seiring berjalannya waktu perusahaan ini berubah menjadi lebih baik dan ingin menunjukkan bahwa perusahaannya telah berubah menjadi lebih baik dan kualitasnya tiada dua nya. Maka dari itu memerlukan perbaikan identitas dan identitas yang konsisten untuk perusahaannya. Perusahaan 99 Family Reflexology ini masih belum memiliki corporate identity yang benar dan konsisten, logotype dan logomark masih sering terlihat tidak konsisten dalam pengaplikasian medianya. Hal tersebut sangat mempengaruhi kemajuan bagi perusahaan ini dan berdampak buruk bagi perusahaan tersebut, karena orang lain yang memperhatikan hal tersebut akan menilai dan berpendapat buruk.

Pada awal usaha banyak hambatan yang dihadapi, Customernya sering complain tentang keahlian memijat terapisnya sehingga selesai pijat customer tersebut tidak mau membayarnya, dan juga ketidak tepatan durasi jasa yang ditawarkan. Seiring waktu berjalan, sampai saat ini pendiri dan pengelola juga masih terus melakukan survey dan belajar tentang terapi kesehatan refleksi dan pijat sehingga masalah demi masalah terselesaikan untuk saat ini. Untuk permasalahan tentang kualitas memijat terapisnya untuk saat ini sudah diberikan solusi, yaitu memberika free 15menit awal untuk mencocokkan kualitasnya. Apabila terasa tidak nyaman, customer bole langsung selesai keluar dan tidak perlu membayar. Maka dari itu 99 Family Reflexology memerlukan identitas yang baru agar lebih dikenal sebagai perusahaan yang baru dan berusaha untuk yang terbaik.

Metode Perancangan

Data Primer

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data primer yang diperlukan dalam perancangan ini. Wawancara akan dilakukan dengan pemilik 99 Family Reflexology, yaitu Ibu Suryati Wardoyo.

Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan informasi selengkap-lengkapnya.

- b. Observasi
Observasi dilakukan pada kondisi fisik/ bangunan 99 Family Reflexology, logo dan aplikasinya, jenis ruangan/interior dan fasilitas yang ditawarkan dan lokasi 99 Family Reflexology

Data Sekunder

- a. Internet
Mempelajari dan mencari referensi perkembangan dunia desain logo yang sedang populer jaman sekarang ini, dan juga tatanan desain.
- b. Kepustakaan
Mempelajari bentuk-bentuk logo yang ada dibuku agar terlihat baik, menarik, dan mudah di ingat oleh masyarakat.

Metode Analisis Data

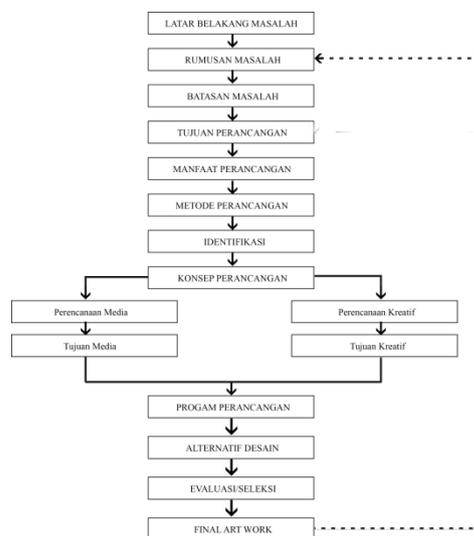
Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, karena bersifat fleksibel sehingga desain yang dihasilkan juga bersifat fleksibel. Hal ini memungkinkan perubahan dan penyesuaian asal syarat-syarat dan nilai-nilai ilmiah tetap dipertahankan. Pada perancangan corporate identity ini, penulis juga menginginkan suatu desain yang fleksibel tetapi tetap berlandaskan acuan/teori yang ada sehingga desain yang dihasilkan dapat menjawab permasalahan yang ada. Metode kualitatif pada hakikatnya ialah mengamati sesuatu dalam lingkungan hidup, berinteraksi dengan sesuatu, berusaha memahami tafsiran tentang dunia sekitar. Sedangkan perancangan corporate identity ini untuk menampilkan identitas dari 99 Family Reflexology. Hal ini dilakukan dengan pengamatan pada berbagai hal/bidang dan studi kasus sehingga tidak bisa diukur secara matematik. Karena hal inilah yang mendasari dipilihnya metode kualitatif sebagai metode untuk analisis data.

Konsep Perancangan

Perancangan Tugas Akhir ini menggunakan *visual Corporate Identity* terutama dalam hal logo sebagai

media utama untuk meningkatkan *brand awareness* 99 Family Reflexology di Surabaya. Konsep dari *visual brand identity* adalah menunjukkan kesan Elegan dan lembut yang ditampilkan dengan gaya desain minimalis dan modern dalam berbagai macam aplikasi media.

Skematika Perancangan



Pembahasan

Perancangan *Corporate Identity* 99 Family Reflexology ini memiliki tujuan:

1. Memperkenalkan citra baru dari 99 Family Reflexology
2. Meningkatkan *brand awareness* 99 Family Reflexology

Konsep Kreatif

Identitas yang Ingin Ditonjolkan

99 Family Reflexology merupakan perusahaan jasa yang bergerak dibidang kesehatan, ingin menunjukkan keberadaanya sebagai perusahaan yang bermutu tinggi dengan pengelolaan dan servis yang baik, ramah, nyaman dan meningkatkan kredibilitas serta citra perusahaan sehingga tampak lebih profesional dan terpercaya.

Dapat memiliki perancangan corporate identity yang tepat, dan benar sehingga dapat menampilkan gambaran dan pengenalan baru dari 99 Family Reflexology pada masyarakat sebagai perusahaan yang berkualitas dan memberikan yang terbaik untuk konsumennya sehingga mampu memberikan ciri khas tertentu yang akan terus menjadi brand image dari perusahaan tersebut. Logo sebagai unsur

terpenting dari perancangan corporate identity ini akan diterapkan pada seluruh aplikasi dan media promosinya sebagai penanda dan image yang mewakili kualitas dan kesan dari perusahaan itu sendiri. Penggunaan corporate identity ini memberikan manfaat ke dalam dan keluar. Untuk manfaat kedalam dapat dilihat penerapan logo di aplikasi stationery dan salah satunya adalah seragam yang akan dipakai oleh seluruh staf yang bekerja di perusahaan tersebut. Untuk manfaat ke luar adalah penggunaan logo untuk promosi, seperti kartu nama, katalog, brosur, standing banner, dan lain-lainnya.

Citra Visual yang Ingin Ditampilkan

Visual pada logo, 99 Family Reflexology Corporate Identity akan disesuaikan dengan tujuan, dan visi misi, yaitu memberikan kualitas dan mutu terbaik untuk kebugaran tubuh dengan tempat yang nyaman, bersih, dan bernuansakan alam dan santai. Logo akan dibuat simple, unik, modern, dan berbeda dengan logo perusahaan yang lainnya sehingga pesan yang disampaikan oleh logo menjadi jelas. Pemilihan warna, bentuk dan layoutnya akan disesuaikan dengan positioning yang ingin disampaikan.

Unsur-Unsur Visual yang Dipilih

Unsur-Unsur Visual yang Dipilih dalam perancangan Corporate Identity 99 Family Reflexology adalah angka 99 dan beberapa ikonik yang akan digabungkan dengan angka 99, mewakili tentang kelembutan, nyaman, elegan, dan feminim. Angka 99 merupakan angka tertinggi. Tidak menggunakan kata Sembilan-sembilan karena kata-kata tersebut dinilai terlalu panjang untuk divisualisasikan. Tidak menggunakan bahasa inggris nine-nine atau bahasa cina jiu-jiu atau bahasa asing lainnya karena perusahaan ini berlokasi dinegara Indonesia dan target marketnya global, untuk seluruh golongan.

Warna Dasar yang Dipilih

Warna yang dipilih menyesuaikan dengan visi misi, tujuan, dan target audiencenya. Disesuaikan dengan teori warna dan efek yang dibutuhkan bagi target marketnya. Warna yang dipilih adalah warna yang dapat menarik perhatian, berkesan hangat, nyaman, ramah, berkualitas tinggi, elegan dan eksklusif. sehingga warna yang akan dipilih adalah emas pada logogram, dan warna hitam pada logotype.

Tipe atau Jenis Huruf yang Akan Digunakan

Tipe atau jenis huruf yang akan digunakan adalah jenis huruf sans serif, untuk mencerminkan kesan modern, profesional, fleksibel dan mudah di ingat. Tipe huruf jenis ini juga memudahkan keterbacaan.

Pengertian dari San Serif oleh James Craig adalah tanpa sirip/serif, jadi huruf jenis ini tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Kesan yang akan ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, professional, kontemporer dan efisien.

Elemen tipografi sangat penting dalam sebuah perancangan corporate identity. Dengan pemakaian jenis tipografi yang sesuai maka corporate identity tersebut akan dapat mengkomunikasikan karakter perusahaan kepada masyarakat. Tipografi merupakan seni memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia untuk menciptakan kesan khusus untuk menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

Gaya Penampilan Grafis

Gaya grafis yang dipakai adalah gaya grafis yang simple dan minimalis karena gaya grafis seperti ini dapat mempermudah masyarakat dalam mengingat logo yang akan ditampilkan oleh 99 Family Reflexology dan gaya grafis ini juga terkesan elegan dan tidak ketinggalan jaman sehingga tidak tertinggal oleh jaman, dan dapat menjelaskan bahwa 99 Family Reflexology adalah perusahaan yang berkualitas tinggi, modern, ramah dan nyaman yang bergerak di bidang kesehatan.

Aplikasi Desain

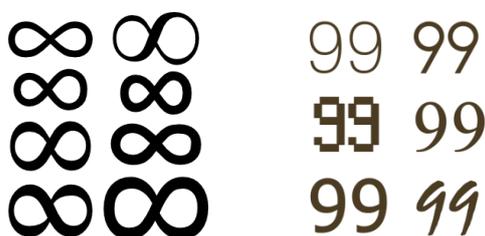
Logo baru yang digunakan dalam Corporate Identity 99 Family Reflexology adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Hasil desain logo 99 Family Reflexology

99 Family Reflexology akan menggunakan logogram dan logotype. Logogram dibuat dengan mempertimbangkan konsep dan pesan yang ingin disampaikan di dalam logo ini secara utuh. Logogram berfungsi untuk menunjukkan citra yang ingin ditonjolkan dan disampaikan oleh 99 Family Reflexology sebagai perusahaan yang berkualitas sehingga dapat diterima oleh masyarakat dengan baik dan efisien. Logotype berfungsi untuk memperkuat kesan logo.

Identitas yang ingin ditonjolkan oleh 99 Family Reflexology adalah perusahaan bermutu tinggi dengan pengelolaan dan servis yang baik, ramah, nyaman dan meningkatkan kredibilitas serta citra perusahaan sehingga tampak lebih profesional, eksklusif dan terpercaya. Logogram yang dibuat menggunakan simbol ikon tak terhingga (*infinity*) dan angka 99 sebagai simbol utama di dalam logonya. Data visual yang digunakan sebagai acuan di dalam pembuatan logo adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Ikonik simbol infinity dan macam-macam angka 99

Berbagai media yang digunakan dalam proses perancangan *corporate identity* ini meliputi:

1. Company Profile
Company Profile sangat penting untuk memberikan informasi tentang gambaran perusahaan sehingga dapat meningkatkan dan memperkuat image perusahaan di benak konsumen. Company Profile ini selain sebagai informasi juga sebagai sarana promosi.
2. Seragam untuk staff
Seragam staff berfungsi untuk mempermudah konsumen untuk menemukan pegawai kantor dan agar terlihat lebih seragam dan unity sesuai dengan *corporate identity*nya.
3. Stationery set (amplop, kartu nama, kertas surat, stempel)
Stationery set merupakan bagian yang penting untuk menyampaikan identitas baru pada lembaga ini pada target marketnya. Karena Stationery merupakan perantara yang menghubungkan perusahaan dengan target marketnya secara langsung. Stationery set ini juga akan diberikan pertama pada konsumen dan juga akan dipakai dalam segala hal yang berhubungan dengan administrasi perusahaan yang berkaitan dengan hubungan dengan konsumen. Seperti yang dikatakan oleh David E. Carter dalam bukunya yang berjudul *How to Improve Your Corporate Identity*, kesan pertama dari sebagian besar identitas perusahaan dikomunikasikan pertama kali melalui peralatan surat menyurat, faktur-faktur, kartu bisnis, dan lain-lain.
4. Sticker
Sticker dapat ditempelkan di berbagai tempat yang strategis dan merupakan sarana promosi yang fleksibel. Banyak perusahaan yang menggunakan media ini untuk mempromosikan produknya.
5. Pentunjuk jalan / Sygnssystem outdoor
Petunjuk jalan sangat penting karena menjadi penanda pertama dari lokasi 99 Family Reflexology. Papan nama harus jelas dan menarik agar mudah dilihat dan dibaca masyarakat.
6. Brosur
Brosur berguna sebagai media promosi yang mengandung informasi 99 Family Reflexology. Brosur harus menarik dan mengundang minat untuk dilihat, dibaca, atau bahkan disimpan.
7. Standing banner
Standing banner berguna sebagai media promosi yang mengandung informasi tentang antara lain promo bulanan dan daftar harga.
8. Iklan Majalah
Iklan majalah digunakan untuk lebih mentargetkan siapa target yang ingin dituju sehingga desain yang dibuat sesuai

dengan target. Hal ini digunakan supaya lebih mengena, bermanfaat dan mengenalkan perusahaan tersebut.

9. Peralatan dan pakaian pijat untuk konsumen
Peralatan dan pakaian pijat untuk konsumen meliputi handuk, sabun untuk mandi, pakaian untuk didalam agar tidak mengotori pakaian konsumen. Barang-barang tersebut akan didesain se-simple dan seragam mungkin dengan desain media lainnya yang mencerminkan dari tujuan dan visi misi perusahaan.
10. Gift Card / Voucher
Setiap konsumen 99 Family Reflexology akan mendapatkan voucher potongan harga bahkan free pijat atau refleksi agar dapat menarik konsumen ke-kedatangan selanjutnya. Voucher tersebut akan di desain seragam dengan media lainnya.
11. Nota
Nota diberi identitas perusahaan untuk memudahkan setiap orang yang berhubungan dengan perusahaan, baik konsumen maupun suplier untuk mengidentifikasi. Nota yang dibuat dalam perancangan ini meliputi nota pembayaran
12. Transporatasi perusahaan
Kendaraan perusahaan sangat penting untuk diberi identitas perusahaan, karena saat kendaraan tersebut melintas di jalan, maka banyak orang yang akan melihatnya sehingga dapat menjadi salah satu alat promosi yang baik. Selain itu juga agar menjadi jelas bahwa kendaraan ini adalah milik suatu perusahaan tertentu.
13. Poster pameran TA
14. Katalog pameran TA
15. Graphic Standard Manual Book atau buku kumpulan karya
Manual Book berguna untuk menjabarkan proses desain mulai dari awal sampai final desain. Buku ini akan menampilkan langkah-langkah yang dilakukan mulai dari pencarian data logo, ide pokok dan konsep logo, sampai final desain dan

produksi yang telah diterima untuk dipakai oleh Tujuan pemasaran jangka pendek dari perancangan ini adalah menciptakan suatu identitas bagi 99 Family Reflexology yaitu sebagai perusahaan yang berkualitas. Pada redesain logo yang dilakukan akan merubah total logo dan melengkapi corporate identity dan promosi yang belum ada.



Gambar 3. Desain Kop Surat



Gambar 4. Desain amplop



Gambar 5. Desain kartu nama



Gambar 8. Desain signage



Gambar 6. Desain stempel 1 warna & 2 warna



Gamabr 9. Desain Bolpoin

Jenis		Durasi	Harga (RP)
Indiana Head		30 menit	45.000
Foot Reflexology		90 menit	100.000
Traditional		120 menit	120.000
Tuina		180 menit	150.000
Diskon			
Total			415.000

Tanggal
10 Juni 2014

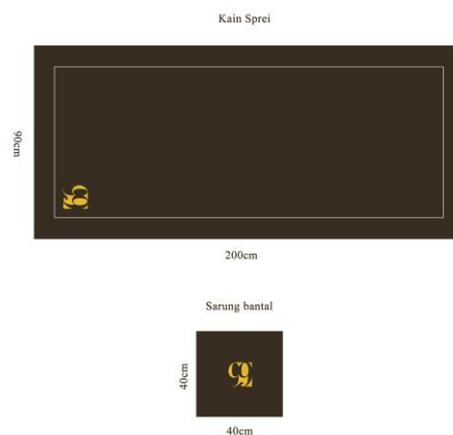
Jl. Manyar Kertoarjo V/2
031 5940569

Jl. Raya Darmo Permai Selatan 21
031 7312177

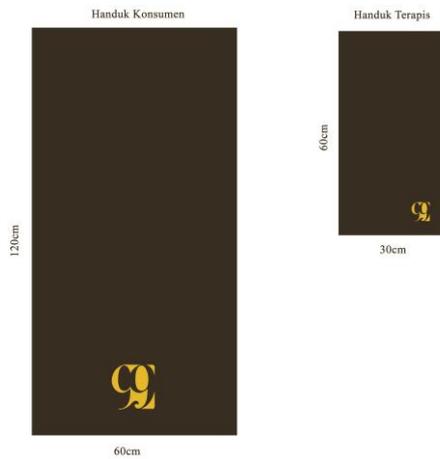
Gambar 7. Desain nota pembayaran



Gambar 10. Desain cangkir cafe



Gambar 11. Desain handuk konsumen dan terapis



Gambar 14. Desain kendaraan kantor



Gambar 15. Desain brosur

Gambar 12. Desain kain bed dan sarung bantal



Gambar 16. Desain gift card voucher

Gambar 13. Desain seragam pekerja





Gambar 17. Desain iklan majalah



Gambar 20. Desain company profile



Gambar 18. Desain sticker



Gambar 19. Desain standing banner



Gambar 21. Desain graphic standard manual

Kesimpulan

Pada jaman yang semakin berkembang, sangat sulit ditemui hanya ada perusahaan tunggal yang bergerak di suatu bidang. Karena hal tersebut setiap perusahaan berusaha untuk mengenalkan produk dengan cara apapun. Perancangan corporate identity dinilai dapat menjadi pembeda dan meningkatkan

citra suatu produk, sehingga dapat membentuk ciri khas suatu perusahaan dan diingat oleh konsumennya. Corporate identity yang kuat menjadikan pembeda dengan perusahaan yang lainnya sehingga dapat mengambil perhatian masyarakat khususnya target audience 99 Family Reflexology. Identitas yang kuat dan memiliki suatu ciri khas tersendiri menambah nilai perusahaan ini karena mudah diingat dan akan membawa dampak jangka panjang. Citra perusahaan yang ingin dibangun di mata masyarakat adalah sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa kesehatan khususnya tempat pijat badan yang memiliki kualitas tinggi dan terbaik. Dengan kemajuan jaman, banyak perusahaan yang sejenis dengan 99 Family Reflexology yang berkembang dengan lebih mengutamakan mutu dan kualitasnya. Karena itu sangatlah penting untuk memperhatikan corporate identity yang sesuai dengan visi misi dan tujuan dari perusahaan tersebut. Masalah yang dihadapi oleh 99 Family Reflexology saat ini adalah masalah kurangnya kekonsistenan pada identitas perusahaannya. Oleh karena itu perancangan corporate identity yang efisien dan konsisten bagi 99 Family Reflexology sangatlah diperlukan dan harus benar-benar diperhatikan sebaik mungkin agar tidak kalah dengan kompetitornya.

Dengan kemajuan jaman, banyak perusahaan yang sejenis dengan 99 Family Reflexology yang berkembang dengan lebih mengutamakan mutu dan kualitasnya. Karena itu sangatlah penting untuk memperhatikan corporate identity yang sesuai dengan visi misi dan tujuan dari perusahaan tersebut. Masalah yang dihadapi oleh 99 Family Reflexology saat ini adalah masalah kurangnya kekonsistenan pada identitas perusahaannya. Oleh karena itu perancangan corporate identity yang efisien dan konsisten bagi 99 Family Reflexology sangatlah diperlukan dan harus benar-benar diperhatikan sebaik mungkin agar tidak kalah dengan kompetitornya.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memberikan rahmat dan berkat-Nya dalam pengerjaan Tugas Akhir ini sehingga dapat berjalan dengan baik sesuai dengan waktu yang ditentukan. Bersama ini juga diucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu kelancaran

dalam pembuatan laporan perancangan Tugas Akhir ini, yaitu :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat, kesehatan dan akal budi kepada penulis sehingga Laporan Tugas Akhir dapat berjalan dengan lancar.
2. Bapak Aristarchus Pranayama, B.A., M.A. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
3. Bapak Drs. Petrus Gogor Bangsa, M.Sn. selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan pengarahan dan bimbingan selama Tugas Akhir ini.
4. Bapak Martien, S.Sn. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan pengarahan dan bimbingan selama Tugas Akhir ini.
5. Bapak Andrian Dektisa, S.Sn., M.Si. dan selaku dosen ketua penguji I yang telah memberikan bimbingan dan masukannya kepada penulis.
6. Ibu Ani Wijayanti S, S.Sn., M.Med.Kom. selaku dosenpenguji II yang telah memberikan bimbingan dan masukannya kepada penulis.
7. Ibu Suryati Wardoyo selaku pemilik perusahaan 99 Family Reflexology yang telah menyempatkan waktunya.
8. Keluarga yang selalu mendukung dalam doa
9. Teman - teman kelompok yang saling mendukung satu sama lain demi kelancaran Tugas Akhir ini.

Dalam penyusunan laporan ini tentu jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat terbuka untuk segala kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan laporan ini. Semoga dengan adanya tugas ini kita dapat belajar demi kemajuan pengetahuan kita bersama.

Daftar Refrensi

Napoles, Veronica. "Corporate Identity Design". Corporate Identity Design. 1987. 23Feb.2014 <<http://as.wiley.com/WileyCDA/WileyTitle/productCd-0471289477.html>>

Wahyono, Budi. "Pendidikan Ekonomi Lifelong Education". Pengertian dan Tujuan Promosi. 2013. 24Feb.2014<<http://www.pendidikanekonomi.com/2013/02/pengertian-dan-tujuan-promosi.html>>

Rustan. "Pengertian Corporate Identity". Corporate Identity Design. 2013. 26Feb.2014<<http://www.psychologymania.com/2013/08/pengertian-corporate-identity.html>>

Wiyanto, Fanny. "Perancangan corporate identity Hotel Panorama di Jember".Pendahuluan (2005). 26Feb.2014<http://dewey.petra.ac.id/catalog/ft_detail.php?knokat=7756>

Jonathan, Samuel. "Perancangan corporate identity laboratorium medis Pro Lab di Surabaya". Pendahuluan(2008).26Feb.2014 <http://dewey.petra.ac.id/catalog/ft_detail.php?knokat=11294>

Napoles, Veronica. "Corporate Identity Design". Corporate Identity Design. 1987. 27Feb.2014