

PERANCANGAN LOGO BAKSO PERDANA DAN MEDIA PENDUKUNG

Okky Putri¹, Petrus Gogor Bangsa², Martien³

^{1,3} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra, Surabaya, ² Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,
Email: putridonix@gmail.com

Abstrak

Bakso Perdana adalah bakso yang menawarkan varian bakso. Varian bakso yang paling digemari adalah bakso manisnya. Bakso Perdana juga memiliki varian bakso yaitu Bakso Puyuh, Bakso Ati, Bakso Kikil, Bakso Urat. Namun bakso manislah yang sangat digemari oleh para konsumen. Namun sayangnya Bakso Perdana ini belum memiliki sebuah identitas yang menjadi suatu identitas usaha, oleh karena itu pihak Bakso Perdana ini meminta untuk mendesain *corporate identity* yang sesuai dengan citra perusahaan melalui Perancangan *Corporate Identity* Bakso Perdana dan media pendukung.

Kata kunci: *Corporate Identity* Bakso Perdana dan media pendukung.

Abstract

Bakso Perdana is a meatball that offer varians. The most varians that favored is the sweet meatball. Bakso Perdana have variants that is sweet meatball, liver meatball, egg meatball, but sweet meatball that favored consumers. But unfortunately Bakso Perdana still do not have a business identity, therefore these augural Bakso Perdana asked to design a corporate identity in accordance with the company's image through corporate identity and media support.

Keywords: *Designing Corporate Identity Bakso Perdana and media supporters.*

Pendahuluan

Pada dasarnya manusia mempunyai berbagai macam kebutuhan, salah satu kebutuhan pokok yang mendasar yaitu kebutuhan *fisiologis* seperti makan, minum dan sebagainya. Kebutuhan pokok ini tidak dapat diabaikan dan wajib untuk dipenuhi. Manusia makan satu hari tiga kali yang sering kali manusia merasa bosan dengan makanan pokok sehingga timbul keinginan untuk mengganti menu makanan yang lebih ringan dan tidak repot. Seperti bakso yang saat merupakan salah satu makanan yang banyak disukai di Indonesia. Perkembangan bakso di Indonesia awalnya berasal dari China. Namun karena kebanyakan penduduk Indonesia adalah muslim maka

bakso lebih umum terbuat dari daging sapi, ikan, atau ayam.

Bakso Perdana merupakan bakso usaha yang sudah lama berdiri sendiri sejak tahun 1994. Awal usaha Bakso Perdana merupakan usaha kecil-kecilan yang hanya bermodalkan gerobak dorong keliling dari mulai 1994 sampai 1997. Dan pada tahun 1997 usaha bakso ini mulai mendapatkan tempat sendiri namun berada di dalam kantin sekolah SMP Negeri 35 Surabaya. Pada tahun 1998 mulailah Bakso Perdana menunjukkan perkembangan dengan membuka stand baru di lapangan SMP Negeri 35 Surabaya, di UPN dan memiliki 7 gerobak keliling. Bakso Perdana awalnya hanya menawarkan varian bakso standar seperti bakso halus, bakso kasar, dan bakso telur

puyuh. Dan pada tahun 1999 pemiliknya mulai mengembangkan berbagai varian bakso seperti bakso udang, bakso ayam, bakso kikil, bakso urat, bakso ati, bakso manis. Berjalannya waktu pemiliknya melihat bakso apa saja yang paling diminati. Menu bakso yang masih bertahan sampai sekarang adalah bakso kikil, bakso urat, bakso ati, bakso telur puyuh dan paling diminati konsumen adalah bakso manisnya.

Berbagai varian bakso tersebut bakso manislah yang menjadi primadona dalam usaha Bakso Perdana. Karena rasa bakso yang manis dan tidak pernah dapat kita temui di stand bakso mana pun membuat Bakso Perdana ini diminati oleh konsumen. Dari segi harga Bakso Perdana tidak terlalu mahal. Harga bakso disini hanya Rp 1.000,- setiap jenis bakso dan Rp 500,- untuk siomay dan bakwan gorengnya. Sehingga konsumen bisa menentukan sendiri berapa harga yang ingin mereka beli karena Bakso Perdana tidak mematok harga perpersinya. Bakso Perdana merupakan usaha yang cukup dikenal oleh masyarakat terutama kalangan anak muda. Namun usaha Bakso Perdana ini memiliki berbagai nama atau sebutan dikalangan masyarakat. Usaha ini sering dikenal dengan Bakso Gondrong karena pemiliknya yang gondrong. Sering dikenal dengan Bakso Pentol Manis karena bakso manisnya yang menjadi salah satu bakso favorit di usaha ini dan Bakso Perdana yang merupakan nama dari awal usaha ini dibuka. Selain itu usaha Bakso Perdana ini tidak pernah melakukan promosi untuk mengembangkan usahanya hanya dikenal dari mulut ke mulut. Oleh karena itu untuk dapat mengenalkan kepada konsumen secara luas dapat menghadapi persaingan yang ketat maka Bakso Perdana membutuhkan logo agar tidak kalah dengan usaha bakso yang ternama seperti Bakso Kepala Sapi, dan Bakso Cup. Permasalahan yang diangkat adalah usaha Bakso Perdana yang tidak memiliki sebuah identitas suatu usaha dan memiliki banyak nama atau sebutan yang dikenal oleh konsumen. Sehingga dengan adanya

permasalahan ini, sebuah perancangan logo dapat membantu dan menjadi sebuah solusi yang dibutuhkan oleh usaha Bakso Perdana.

Rumusan Masalah

Bagaimana merancang logo sebagai identitas Bakso Perdana dan media pendukungnya yang efektif dan komunikatif?

Batasan Masalah

Agar perancangan dapat lebih difokuskan pada suatu tujuan yang lebih spesifik maka masalah yang diangkat harus memiliki batasan ruang lingkungannya. Yang menjadi batasan masalah dalam perancangan ini adalah:

Geografis

Berdomisili di Surabaya.

Demografis

- Usia : Usia berkisar 15 – 28 tahun
- Jenis Kelamin : Laki – laki dan perempuan
- Status : Pelajar, mahasiswa, dan pekerja
- Segmen : Semua kalangan (A-B-C)

Behavior

- Suka kuliner.
- Mencari tempat yang nyaman untuk berkumpul.
- Suka bakso.

Psikologis

- Membeli makanan yang rasanya enak dan harga terjangkau.
- Cenderung menganggap bakso sebagai makanan ringan.

Tujuan Perancangan

Merancang logo Bakso Perdana dan media pendukung yang efektif dan komunikatif.

Metode Penelitian

Dalam tugas akhir Perancangan Logo Bakso Perdana dan Media Pendukung ini peneliti menggunakan beberapa metode perancangan diantaranya sebagai berikut:

a. Metode Pengumpulan Data

Mengumpulkan data yang dibutuhkan dengan menggunakan beberapa metode yang sesuai.

b. Data Primer

Pengumpulan data berupa data verbal yang didapat dengan hasil wawancara dengan pemilik Bakso Perdana dan konsumen yang datang agar data yang didapat akurat.

c. Data sekunder

Pengumpulan data berupa data visual yang didapat dari mengambil aplikasi atau semua media yang digunakan oleh instansi terkait.

d. Instrumen / Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data dilakukan dengan mendokumentasikan semua yang dimiliki oleh instansi dengan menggunakan kamera SLR.

e. Metode Analisis Data

- Metode Analisis Visual

Metode analisis yang dilakukan adalah metode analisis visual. Dengan melihat kelebihan dan kekurangan dari kompetitor yang ada seperti Bakso Kepala Sapi dan Bakso Cup.

- Metode Kualitatif Deskriptif

Metode Kualitatif adalah metode yang bertujuan membuat deskripsi. Membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai data, sifat – sifat serta hubungan fenomena – fenomena yang diteliti. Data-data yang sudah didapat, disusun menjadi sebuah kalimat kemudian dirumuskan sebagai jawaban atas permasalahan yang ada.

Konsep Perancangan

Membuat sebuah logo Bakso Perdana dan media pendukung yang menggambarkan tentang Bakso Perdana sebagai upaya untuk memberikan identitas yang jelas dikalangan masyarakat. Perancangan logo dan media pendukung ini diharapkan dapat memberikan identitas yang jelas kepada usaha Bakso Perdana dan membantu penjualan dengan adanya penerapan logo yang akan dibuat. Perancangan logo Bakso Perdana yang akan dibuat nantinya harus dapat menjadi solusi dari permasalahan yang ada. Memperkenalkan logo yang dibuat dengan mengemas secara menarik agar menjadi sesuatu yang dapat membuat masyarakat atau konsumen tertarik.

Rencana perancangan logo Bakso Perdana dan media pendukung yang akan dilakukan adalah membuat sebuah logo untuk Bakso Perdana yang efektif dan komunikatif sehingga dapat diterapkan kedalam media pendukung. Media komunikasi tersebut berupa Merchandise, banner, spanduk dan media lainnya yang disesuaikan dengan hasil analisa yang lebih mendalam. Semua media tersebut yang nantinya akan dikemas dan disesuaikan dengan target perancangan agar benar-benar efektif .

Identifikasi Dan Analisis Data

Teori Logo

Teori logo menurut David E. Carter (hal 6) merupakan identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. Logo juga dapat juga disebut dengan simbol, tanda gambar, merek dagang (*trademark*) yang berfungsi sebagai lambang identitas diri dari suatu badan usaha dan tanda pengenal yang merupakan ciri khas perusahaan.

Logo adalah alat untuk mencapai tujuan, jadi logo bukanlah tujuan. Dalam membuat suatu logo harus memperhatikan susunan yang baik. Dimana adanya keseimbangan dan proporsi sehingga memiliki arti dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Dapat dikatakan bahwa logo itu memiliki sebuah nilai yang mengandung maksud dan makna dari logo sehingga dapat memperkuat logo itu sendiri.

Analisis Desain



Logo Bakso Perdana

Visibility

Bakso Perdana memiliki logo yang terdiri dari logogram dan logotype. Namun apa yang dimiliki oleh Bakso Perdana ini kurang menarik minat dan belum mampu menanamkan sebuah kesan yang melekat dalam benak konsumen. Tampilan *logogram* dan *logotype* ini kurang mampu menarik perhatian

konsumen sehingga kehadiran logo tersebut seakan berupa sebuah gambar atau lambang “sekedarnya” saja.

Keseimbangan

Keseimbangan dalam sebuah desain logo akan tercapai jika setiap unsur dari desain itu saling melengkapi agar tetap dalam keadaan seimbang dan merupakan suatu kesatuan. Seimbang bila diaplikasikan kedalam warna maupun hitam putih. Logo Bakso Perdana ini tidak mencapai keseimbangan, hal ini terlihat pada penempatan *logogram* dan *logotype* yang cenderung asal menempatkan tanpa melihat komposisi yang bagus atau tidaknya. Disini logo bakso pedana terkesan saling mendominasi antara *logogram* dan *logotype*.

Proporsi

Sebuah desain logo yang baik haruslah memiliki proporsi yang sesuai dimana semuanya itu dapat melalui penggunaan unsur-unsur desain yang sesuai. Logo Bakso Perdana ini kurang memiliki proporsi yang baik karena *logogram* dan *logotype* yang digunakan memiliki bentuk yang kurang sesuai sehingga menyebabkan logo kurang proporsional yang dapat terlihat dari ukuran *logogram* dan *logotype*.

Harmoni

Sebuah desain logo harus mampu menunjukkan kesatuan unsur-unsur desain. Penting untuk memperoleh variasi dalam pertukaran pola, garis, massa, kesatuan yang didapatkan dari irama desain agar bisa mewujudkan suatu

“ kesatuan dalam perbedaan”. Logo Bakso Perdana ini tidak memiliki satu kesatuan antara *logogram* dan *logotype* sehingga terkesan tidak menyatu dan kurang harmoni. Karena *logogram* yang digunakan menggunakan sebuah foto sehingga membuat tampilannya tidak dapat di ubah-ubah.

Warna

Salah satu elemen terpenting dalam desain logo adalah warna. Dimana warna memiliki fungsi untuk menambah keseimbangan dan kesatuan dalam desain. Warna yang digunakan pada logo Bakso Perdana kurang menarik yaitu warna biru dimana warna biru memiliki filosofi bahwa warna biru merupakan warna dingin sehingga tidak cocok digunakan dalam usaha Bakso Perdana yang harusnya mengesankan panas.

Keagungan Artistik

Syarat sebuah desain logo adalah artistic, elegan, sederhana tetapi mempunyai *point of interest*. Ukuran, bentuk, warna dan mudahnya logo untuk diingat harus dipertimbangkan dengan hati-hati untuk mencapai suatu keindahan dan keagungan. Logo Bakso Perdana ini kurang enak dipandang karena belum memenuhi proporsi, harmoni, dan yang sesuai.

Tipografi

Tipografi memegang peranan penting dalam sebuah desain logo. Oleh karena itu dalam memilih, bentuk tulisan harus mudah dibaca dan memiliki ukuran yang pas agar tidak merusak keseluruhan komposisi. Bentuk tulisan pada Bakso Perdana ini sangat mendominasi sehingga terlihat kurang menyatu dengan *logogram* yang ada. Jenis tipografi yang digunakan oleh Bakso Perdana adalah jenis *Gill Sans Ultra Bold*.

Aspek Komunikasi

a. Komunikatif

Logo Bakso Perdana belum cukup komunikatif karena belum cukup mengkomunikasikan kepada masyarakat bahwa yang dijual adalah bakso kepada konsumen.

b. Informatif

Logo Bakso Perdana saat ini sudah cukup informatif karena belum cukup menginformasikan kepada masyarakat mengenai produk apa yang ditawarkan oleh bakso tersebut.

c. Menarik untuk dilihat

Logo Bakso Perdana kurang menarik untuk dilihat karena logo tersebut tidak memiliki proporsi yang sesuai dan gambar yang dipakai hanya sebuah foto bakso yang dimana sebuah foto sangat sulit untuk diolah.

d. Legibility

Memiliki keterbacaan yang baik ketika diaplikasikan ke berbagai ukuran sesuai kebutuhan. Logo Bakso Perdana ini cukup *legibility* namun pada *logogram* kurang jelas jika dalam ukuran kecil.

e. Simplicity

Sederhana, mudah dimengerti dan mudah ditangkap dalam waktu yang relative singkat, yaitu dalam 2 detik. Logo Bakso Perdana ini sangat sederhana sehingga dapat diingat dalam waktu singkat.

f. Original

Keaslian dalam mendesain logo merupakan salah satu nilai lebih dan dapat menimbulkan daya tarik tersendiri karena memiliki keunikan yang

tidak dimiliki oleh siapapun. Logo ini original karena dari gambar yang belum ada sebelumnya.

g. Memorable

Cukup mudah untuk diingat karena ciri khasnya bahkan dalam waktu relative lama. Logo ini kurang mudah diingat karena tidak memiliki satu ciri khas.

h. Mudah dihubungkan dengan Jenis Usaha

Desain logo yang ada hubungannya dengan jenis usaha akan lebih memudahkan seseorang untuk mengingatnya. Logo Bakso Perdana ini berhubungan dengan jenis usaha yang ditekuni sehingga mudah diingat.

i. Menyandang Citra yang diinginkan

Logo Bakso Perdana ini belum mewakili citra yang ingin disampaikan, yaitu kesan enak.

j. Bentuk Ikonik

Bentuk ikon yang digunakan adalah semangkok bakso yang belum cukup mempresentasikan citra Bakso Perdana sebagai bakso yang enak.



2.15 Bentuk Ikonik

k. Tipografi

Penggunaan tipografi pada logo Bakso Perdana terlalu besar dari segi ukuran sehingga terkesan tidak proposi dan tidak sesuai.



2.16 Tipografi

l. Warna

Warna yang digunakan dalam logo Bakso Perdana ini terlalu monoton sehingga kurang menarik.

m. Aspek Fungsional

Untuk dapat menempatkan *brand awareness* agar dapat melekat ke dalam benak konsumen, maka dibutuhkan pengaplikasian yang maksimal pada setiap sarana pemasaran dan sarana promosi yang ada.

Kesimpulan Analisa Data

Bakso Perdana sudah berjalan cukup lama, namun saat ini belum menjangkau konsumen akhir. Untuk dapat membangun usaha yang lebih baik karenanya perlu pembuatan sebuah logo agar Bakso Perdana memiliki identitas yang lebih menjual, memungkinkan untuk dikenal publik, menjangkau konsumen akhirnya, memungkinkan terjadinya *network* yang dapat membantu Bakso Perdana mengembangkan usahanya lebih baik.

Usulan Pemecahan Masalah

- Saat ini Bakso Perdana perlu memiliki logo sebagai tanda pengenal, logo tersebut disesuaikan dengan visi dan misi perusahaan. Logo dibuat sesuai dengan target primer dan target sekunder, memiliki sesuatu yang disampaikan kepada konsumen dalam bentuk visualnya. Karena kompetitor yang cukup beragam maka perlu suatu yang menarik perhatian konsumen.

- Menentukan bentuk simbolisasi yang tepat, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan jelas.
- Desain logo yang sederhana dan tidak rumit.
- Menggunakan warna-warna yang sesuai.
- Desain logo dengan proporsi yang sesuai.
- Pengaplikasian logo harus dilakukan dengan maksimal dan konsisten dalam setiap sarana pemasaran serta sarana promosi yang ada, sehingga memenuhi aspek fungsional.
- Pemilihan dan penerapan tipografi yang sesuai.

Mendesain logo yang memenuhi aspek komunikasi.

Konsep Desain

Identitas Yang Ingin Ditonjolkan

Bakso Perdana adalah bakso yang telah lama berdiri yang ingin mengembangkan usahanya dalam penjualan baksonya. Pembuatan logo yang baik, tepat, benar dan ideal dapat memberikan gambaran dan pengenalan Bakso Perdana kepada konsumen, tentu harus tetap menjaga resep bakso agar rasa dan kualitas tetap terjaga. Logo sebagai unsur yang penting dalam suatu identitas untuk dimiliki yang akan diterapkan pada semua aplikasi yang ditonjolkan dalam media promosinya sebagai *image* yang mampu menyampaikan kualitas yang dimiliki oleh Bakso Perdana.

Citra Visual Yang Ingin Ditampilkan

Bentuk visual Bakso Perdana yang ingin ditampilkan berupa logo dengan pencitraan sebagai bakso yang enak dengan menggabungkan unsur-unsur atau nama yang dikenal di kalangan masyarakat menjadi satu kesatuan seperti gondrong dan pentol manisnya sehingga tidak menghilangkan apa yang sudah dikenal. Warna yang digunakan akan mengambil dari sebuah unsur manis yang ada di dalam pentol manisnya.

Strategi Perancangan

Unsur-unsur Visual Yang Dipilih

Perancangan visual Bakso Perdana harus sejalan dengan visi dan misi serta *positioning*, dalam penggunaan warna yang disesuaikan oleh target dan yang mencerminkan kesan pentol manisnya. Unsur-unsur yang diperlukan untuk pembuatan logo ialah harus memiliki kesan dari pemilik yang gondrong dan mewakili unsur dari pentol manisnya. Karena target dari Bakso Perdana itu sendiri adalah primer maka perlu suatu unsur yang jelas pada identitas Bakso Perdana, memiliki karakter yang dapat dipercaya, dan menarik.

Warna Dasar Yang Dipilih

Warna yang dipilih untuk perancangan logo Bakso Perdana adalah warna panas yang selalu dipakai untuk makanan yang berkuah.

Tipe atau Jenis Huruf Yang Akan Digunakan

Jenis huruf yang digunakan untuk *logotype* Bakso Perdana adalah jenis huruf *Solgas* yang merupakan jenis huruf yang memiliki karakteristik bulat-bulat seperti bakso.

Gaya Penampilan Grafis

Dilihat dari kesan yang terdapat pada Bakso Perdana yaitu enak maka gaya penampilan grafis yang akan digunakan adalah gaya modern. Dan *logogram* yang dipakai merupakan sebuah gambaran dari pemiliknya.

Kesimpulan

Perancangan Logo adalah suatu proses untuk mencari dan memastikan suatu identitas bagi suatu perusahaan dengan apa yang menjadi sebuah ciri khas bagi perusahaan tersebut. Dimana dalam pernyataan visualnya memiliki peran dan fungsi untuk menetapkan dan mengenalkan nilai-nilai serta tujuan perusahaan tersebut terhadap masyarakat.

Sekarang ini perancangan logodalam suatu perusahaan sangatlah penting karena perancangan logo ini dapat memunculkan citra yang sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan itu sendiri serta memiliki potensi untuk mengembangkan usahanya.

Dalam perancangan ini prosesnya dimulai dari *Redasain* logo baru untuk Bakso Perdana bertujuan untuk memberikan citra yang baru dimata masyarakat. Dalam pembuatan akan disesuaikan oleh visi dan misi Bakso Perdana tersebut, agar menimbulkan suatu ketertarikan dan mengenal produk Bakso Perdana secara langsung dan dapat meningkatkan nilai penjualan,



Logo Bakso Perdana



Final Artwork Logo Bakso Perdana

APLIKASI LOGO

Stationary

1.kartu nama



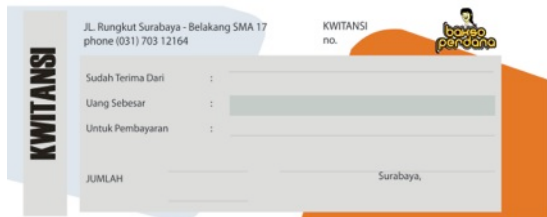
2. Stempel



3. Nota



4. Kwitansi



5. Bolpen



Signage

1. Neon Box

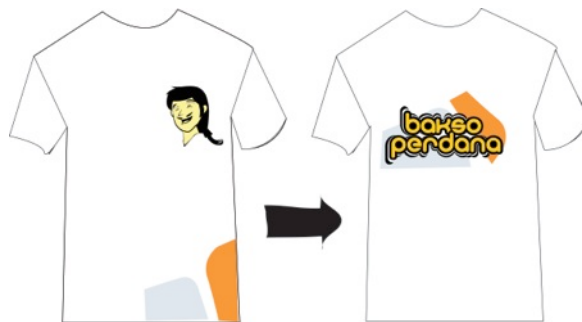


2. Tempat Parkir



Seragam

1. Baju



2. Celemek



Kemasan

1. Kantong Plastik



2. Lapisan Kemasan



Media Promosi

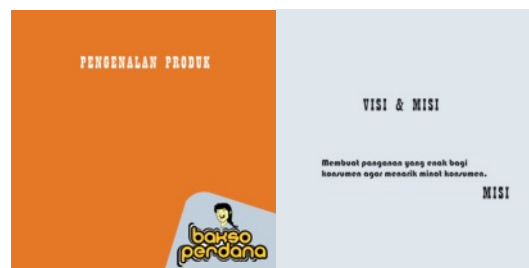
Stiker Etalase

1. Spanduk



2. Standing Menu

COMPANY PROFILE



Desain Transportasi



Saran

Hal yang perlu diperhatikan dalam membuat perancangan ini adalah yaitu wajib sering bertemu klien serta kondisi pemasaran, harus mencari tahu masalah yang dihadapi klien seperti apa, baru kemudian dapat diketahui langkah yang tepat untuk menjawab permasalahan yang ada.

Dalam pembuatan perancangan logo lebih menekankan pada identitas perusahaan dan dibutuhkan pengetahuan untuk benar-benar memahami seluk beluk dari perusahaan yang ingin diangkat. Setelah mengetahui solusi apa yang tepat untuk diangkat maka langkah selanjutnya merubah apa yang sesuai dengan solusi serta pengaplikasian

media yang bertujuan mengembangkan usaha klien menjadi lebih baik dari sebelumnya dan menjawab permasalahan yang dihadapi klien.

Kutipan

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Perancangan karya tugas akhir ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni Jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini, sebagai berikut:

1. Orang tua yang selalu memberikan dukungan doa, moral dan finansial dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.
2. Bakso Perdana sebagai objek penelitian.
3. Bapak Wahyudi pemilik Bakso Perdana.
4. Bapak Petrus Gogor Bangsa.,M.Sn sebagai dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dalam tugas akhir ini.
5. Bapak Martien S.Sn sebagai dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan pengarahan, masukan, dan saran yang membangun untuk pengembangan tugas akhir ini.
6. Bapak Andrian Dektisa H.,S.Sn., M.Si selaku ketua tim penguji.
7. Ibu Ani Wijayanti Suhartono, S.Sn, M. Med.Kom selaku penguji.

8. Ibu Maria Nala D., S.Sn.,M.Hum selaku koordinator Tugas Akhir periode 25 tahun ajaran 2014.
9. Bapak Aristarchus Pranayama, B.A.,M.A. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
10. Seluruh dosen dan asisten dosen yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan yang bermanfaat serta mendukung dalam penyusunan tugas akhir ini.
11. Teman-teman yang telah memberikan bantuan berupa saran, masukan dan dorongan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Teman-teman kelompok Tugas Akhir yang selalu mendukung satu sama lain dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.
13. Pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian tugas akhir ini, dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih kurang sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik, petunjuk dan saran yang membangun dari pembaca, agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan selanjutnya.

Akhir kata, penulis mengucapkan mohon maaf atas kekurangan tugas akhir ini dan penulis dengan senang hati menerima masukan saran dan kritik dari pembaca. Semoga tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan wacana bagi rekan-rekan mahasiswa.

Daftar Pustaka

- Cummins, Julian. *Promosi Penjualan*. Ed, Heryanto. Jakarta: Binarupa Aksara, 1991.
- Dameria, Anne. *Color Basic: Panduan Dasar Warna Untuk Desainer dan Industri Grafika*. Jakarta : Link & Match Graphic, 2007.
- E. Carter, David. *How to Improve Your Corporate Identity*. New York: Art Direction Book Company, 1976.
- Kasilo, Djito. *Komunikasi Cinta: Menembus G-spot Konsumen Indonesia*. Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia), 2008.
- Murphy, John dan Michael Rowe. *How to Design Trademarks and Logos*. Ohio: Nort Light Book, 1998.
- Poewadarminta, W. J. S. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: P. N. Balai Pusaka, 1985.