

PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY CATTERPIE KIDS CLOTHING BESERTA MEDIA PENDUKUNGNYA

William Arifin

DKV, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra
Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236
wilsfin@hotmail.com

Abstrak

Catterpie adalah sebuah usaha *home industry* pakaian anak wanita berusia 1-6 tahun yang berada di Surabaya. Permasalahan yang dimiliki Catterpie adalah tidak adanya identitas yang paten dan kerap berubah-ubah pada media satu ke media lainnya, sehingga diperlukan perancangan *corporate identity* bagi Catterpie yang dapat menampilkan identitas yang konsisten, memiliki keunikan dan menampilkan visi misi dari Catterpie. Melalui *corporate identity* beserta media pendukungnya diharap bisa menjawab solusi bagi permasalahan Catterpie.

Kata Kunci: *Corporate Identity, perancangan, Catterpie, kids clothing.*

Abstract

Title : *Corporate Identity Planing of Catterpie Kids Clothing and Their Media Supporters.*

Catterpie is a home industry business children clothing 1-6 years old who was in Surabaya. The Catterpie problems is no identity of patents and often fickle on the media to other media, so it is necessary to design the corporate identity for Catterpie that can display a consistent identity, has a unique, and mission and vision displays of Catterpie. Corporate identity through the media and their supporters are expected to become a solution of the Catterpie problem.

Keywords: *Corporate Identity, design, Catterpie, kids clothing.*

Pendahuluan

Dewasa ini dengan desain semakin berkembang di kehidupan manusia, bahkan desain tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya kebutuhan desain dari segi bisnis hingga gaya hidup. Di jaman yang modern ini banyak sekali keberadaan bisnis-bisnis baru yang bermunculan dengan menggunakan desain sebagai identitas pembeda ataupun dengan tujuan yang lainnya.

Sandang / pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer manusia, sebagai manusia yang beradab kita selalu mengenakan pakaian dimanapun dan kapanpun dengan berbagai alasan. Di jaman yang modern ini keberadaan pakaian tidak hanya untuk sekedar melindungi kita dari cuaca dan menutupi tubuh tetapi juga untuk kebutuhan gaya hidup/*lifestyle*. Pakaian yang bagus dapat mempengaruhi kepercayaan diri dari pemakainya, sehingga penggunaan pakaian tidak hanya lagi sebagai pelindung tubuh tetapi juga sebagai ajang unjuk diri.

Catterpie adalah usaha lokal pakaian anak-anak di Surabaya mulai dari umur 1 tahun hingga 5 tahun

yang berbasis *home industry* yang baru berdiri bulan Januari di tahun 2013. Produk Catterpie adalah baju dan dress pesta khusus anak wanita. Awal mulanya berdiri Catterpie hanya didasari oleh hobi dari pendirinya karena memiliki kemampuan menjahit yang handal dan mempunyai cukup pengetahuan tentang kain, proses produksi, proses jahit dan sebagainya. Catterpie pada awalnya hanya menerima pesanan dari orang-orang / ibu-ibu yang ingin membuat pakaian bagi anaknya dengan permintaan khusus yang tidak dijual oleh toko pakaian anak pada umumnya. Setelah jalan 3 bulan permintaan pembuatan pakaian Catterpie meningkat dari awal mulanya yang bisa menjual sekitar 3-4 baju meningkat 300% menjadi 9-10 baju dalam 1 bulan dan semakin banyak pelanggan yang mengetahui akan keberadaan Catterpie sehingga membuat *owner* dari Catterpie ingin melebarkan usahanya dengan membuka usaha pakaian anak dengan label sendiri, tidak hanya melalui pesanan tapi juga memproduksi pakaian anak dengan desain sendiri dan memiliki *brand* sendiri.

Hingga saat ini Catterpie masih belum memiliki logo dan identitas lainnya sebagai salah satu brand pakaian anak yang dikenal luas oleh masyarakat, sehingga

diperlukan perancangan *corporate identity* agar Catterpie dapat lebih dipandang oleh masyarakat sebagai *brand* yang memiliki *prestige* dengan penggunaan elemen-elemen desain yang konsisten, yang mengandung unsur-unsur yang *cute* dengan pemilihan desain yang modern. Selain itu perancangan *corporate identity* disini juga memiliki tujuan agar Catterpie dapat membedakan diri dengan para kompetitornya. Diperlukan *corporate identity* bagi Catterpie karena semakin berkembangnya usaha dan tujuan yang Catterpie yang akan dicapai yaitu menjadi salah satu brand *clothing kids* yang dapat didistribusikan keseluruh Indonesia terutama dikota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Jogja dan lain-lain. Maka dari itu memiliki identitas yang tepat dan mempunyai khas dirasa sangat diperlukan untuk dapat membedakan diri dengan kompetitor dengan usaha sejenis lainnya, selain membedakan diri dengan kompetitornya identitas Catterpie juga berguna menonjolkan citra Catterpie yang akan disampaikan kemasyarakat lewat sebuah desain. Seperti yang kita tahu saat ini telah banyak sekali usaha *clothing kids* yang berada di Surabaya, yang menyebabkan semakin berlomba-lombanya para pemilik usaha untuk membuat usahanya berkembang dan maju dengan memakai banyak cara dengan desain sebagai salah satu alternatifnya.

Pemilihan *corporate identity* ini karena Catterpie membutuhkan perancangan identitas yang tepat untuk menjelaskan keberadaan usaha mereka, bekerja dalam bidang apa usaha mereka serta menyampaikan citra yang dibangun terhadap masyarakat. Catterpie membutuhkan *corporate identity* karena semakin berkembangnya usaha mereka, sehingga dibutuhkan identitas yang jelas dan khas bagi Catterpie. *Corporate identity* sangat penting untuk memberikan informasi kepada masyarakat karena *corporate identity* merupakan wajah bagi usaha *clothing kids* Catterpie, sehingga diperlukan perancangan identitas yang baik yang dapat menyampaikan citra-citra dari Catterpie *kids clothing* yang ingin disampaikan ke masyarakat.

Metode Penelitian

Dalam tugas akhir Perancangan Perancangan *Corporate Identity* Catterpie *Kids Clothing* Beserta Media Pendukungnya ini peneliti menggunakan beberapa metode perancangan diantaranya sebagai berikut:

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan untuk menyusun Perancangan *Corporate Identity* Catterpie *Kids Clothing* Beserta Media Pendukungnya ini berasal dari sumber data primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data dari pihak yang langsung bersangkutan ataupun dari wawancara terhadap koresponden. Sedangkan data sekunder adalah data yang berasal dari sumber

data yang telah dipublikasikan ke umum seperti buku atau dokumen.

Proses pengumpulan data ini menggunakan beberapa metode diantaranya :

a. Observasi (*Observation*)

Metode observasi akan lebih banyak dilakukan untuk sasaran perancangan karena mengingat sasaran perancangan adalah anak-anak berusia 16-25 tahun, sehingga dalam pengumpulan data lebih efektif menggunakan metode pengamatan terhadap pola keseharian remaja, seperti hal apa saja yang dilakukan di waktu luang.

b. Dokumentasi (*Documentation*)

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data dengan menggunakan referensi gambar yang diambil melalui kamera yang kemudian dijadikan acuan dalam mendesain.

Metode pengumpulan data sekunder Berupa kajian literatur mengenai hal-hal yang mendukung danberhubungan dengan judul permasalahan yang diangkat. Sumber data sekunder ini didapat dari media cetak, internet, serta dokumentasi.

Metode Analisis Data

Metode analisa yang digunakan adalah metode analisa kualitatif yang dilengkapi oleh analisa desain *Corporate Identity* usaha yang sejenis lainnya, agar dapat membantu pembuatan *Corporate Identity* yang lebih baik dan efektif bagi Catterpie, dilengkapi dengan survey dan melakukan wawancara kepada responden.

Konsep Perancangan

Perancangan *corporate identity* bagi Catterpie ini diharap dapat menyampaikan citra perusahaan yang ingin disampaikan kepada masyarakat lewat sebuah identitas. Kriteria khusus yang ingin disampaikan yaitu modern, professional, berkualitas serta eksklusif. Sehingga *brand* Catterpie lebih mendapatkan kepercayaan dan masyarakat lebih *aware* terhadap *brand* tersebut. Diharap dengan pembuatan perancangan identitas ini dapat membantu Catterpie agar dapat memiliki keunikan dan membedakan diri dengan para kompetitor.

Pembahasan

Menurut Universiti Pengurusan Profesional, Perancangan merupakan satu proses yang melibatkan pentakrifan objektif dan matlamat organisasi, mewujudkan strategi keseluruhan untuk mencapai matlamat-matlamat ini dan membangun rancangan yang menyeluruh untuk menyelaras dan mengintegrasikan semua aktiviti dalam organisasi. (Dikutip dalam Robins & Coulter 1999).

Menurut Balmer, Corporate Identity adalah “persona” dari suatu korporasi yang disesuaikan dengan pencapaian terhadap sasaran bisnis secara obyektif, pada umumnya seringkali dimanifestasikan melalui branding atau digunakan sebagai merek dagang. Corporate Identity dihadirkan ketika suatu perusahaan/organisasi atau kelompok kepemilikan suatu perusahaan/organisasi berusaha secara bersama membangun filosofi perusahaan/organisasi tersebut. Secara riil Corporate Identity dapat diwujudkan berupa kultur organisasi/perusahaan atau kepribadian dari organisasi/perusahaan tersebut. Pada intinya, bertujuan agar masyarakat mengetahui, mengenal, merasakan dan memahami filosofi-filosofi perusahaan/organisasi tersebut. (dikutip dalam “agesvisual” par 1-3).

Menurut M.Linggar Anggoro (2000:280) Corporate Identity adalah suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya. Ia juga menyebutkan bahwa identitas perusahaan harus diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang meliputi hal-hal unik atau khas tentang perusahaan yang bersangkutan secara fisik. (dikutip dalam “beecreative” Corporate Identity par 2).

Keberadaan *corporate identity* saat ini bukan hanya sekedar memberi ‘wajah’ bagi sebuah perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan banyak hal, seperti penempatan *target audience*, membedakan diri dengan perusahaan lain hingga memberikan citra-citra perusahaan yang ingin disampaikan sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut.

Perancangan *corporate identity* ini ditujukan untuk menghasilkan sebuah identitas perusahaan bagi Catterpie *kids clothing* yang dapat menyampaikan citra perusahaan sebagai salah satu produk yang memiliki ciri khas tersendiri, berkualitas serta memiliki *prestige* dimata masyarakat dan membedakan Catterpie dari usaha-usaha yang menyerupai lainnya.

Konsep Kreatif

Catterpie *Kids Clothing* merupakan brand *kids clothing* yang berkualitas internasional yang memiliki *pride*. Memproduksi barang dengan *limited* sehingga pelanggan merasa memiliki gengsi yang tinggi bila memakai produk dari Catterpie. Mengutamakan kenyamanan dan keindahan produk, karena produk ditujukan pada usia yang rentan mengalami alergi, dan kulit yang sensitif maka kenyamanan selalu diperhatikan dan diutamakan dalam pembuatan produk Catterpie tanpa mengurangi nilai estetisnya.

Dengan pembuatan *corporate identity* ini, diharap dapat menunjukkan citra-citra yang ingin ditonjolkan

dari Catterpie dan dapat dipandang sebagai salah satu *brand clothing kids* yang bergengsi. Selain itu pembuatan *corporate identity* ini diharapkan dapat membantu proses promosi ke masyarakat yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dari masyarakat yang berujung pada peningkatan penghasilan dan dapat mengembangkan proses distribusinya ke dalam maupun luar negeri.

Aplikasi Desain

Logo yang akan digunakan sebagai identitas yang utama untuk Catterpie *Kids Clothing* seperti berikut:



Gambar 1. Hasil desain logo Catterpie



Gambar 2. Hasil desain logo Catterpie versi *monochrome*

Konsep logo dari Catterpie adalah memasukan visi dan misi dari Catterpie ke dalam logo. Karena itu terdapat simbolik kupu-kupu yang merupakan lambang dari *metamorphosis*. Selain itu kupu-kupu dibuat menjadi simpel dan terdapat bagian yang menyatu ditengah-tengah kupu-kupu dibuat agar dapat menyampaikan pesan yang ingin ditampilkan oleh Catterpie.

Pada *logotype* Catterpie, digunakan *custom font* untuk mendapatkan karakter huruf yang sesuai dengan yang diinginkan. Jenis huruf yang digunakan adalah jenis huruf san-serif, yaitu Gotham Rounded. Gotham Rounded dipakai karena mempunyai karakter yang ceria dan tidak kaku, pada *logotype* Catterpie ditambahkan *slab* pada huruf-huruf tertentu guna menambahkan kesan tidak kaku dan lebih berkelas.

Warna-warna yang akan digunakan dalam perancangan *corporate identity* ini adalah warna-warna yang mengandung unsur modern dan ceria, yaitu warna coklat tua dan oranye. Pemilihan warna coklat dikarenakan warna coklat adalah warna yang hangat memberi kesan kasih sayang dan peduli. Selain itu warna coklat juga memberikan kesan yang elegan dan berkelas. Warna oranye dipilih karena memberikan kesan yang bersemangat, belajar, dan ceria. Selain itu warna oranye memberikan kesan kreativitas.



Gambar 3. Sub-Graphic Pattern Catterpie

Berbagai media yang digunakan dalam proses perancangan *visual brand identity* ini meliputi kemasan, amplop, kop surat, kartu nama, stempel, notes, *company profile*, *graphic standart manual*, *voucher*, *signage*, katalog, *promotional card*, *x-banner*, seragam, *giftboxes*, *shopping bag*, *wrapping paper*, *notes*, *calendar*, pin, dan mug.

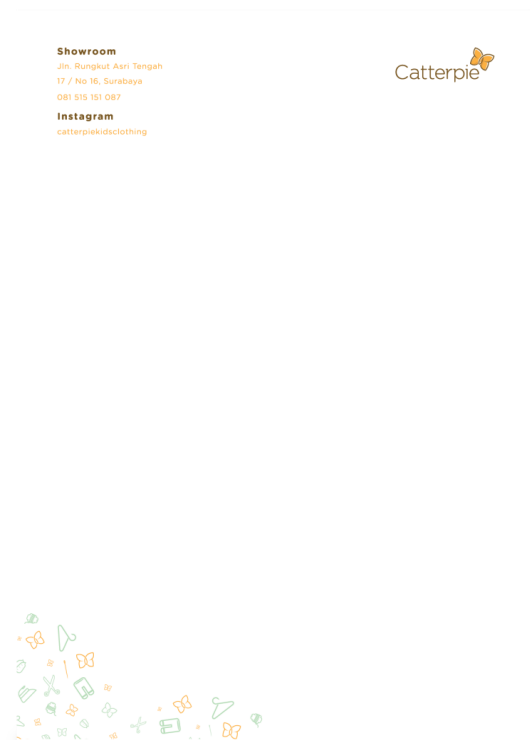


Gambar 4. Hasil desain kartu nama Catterpie

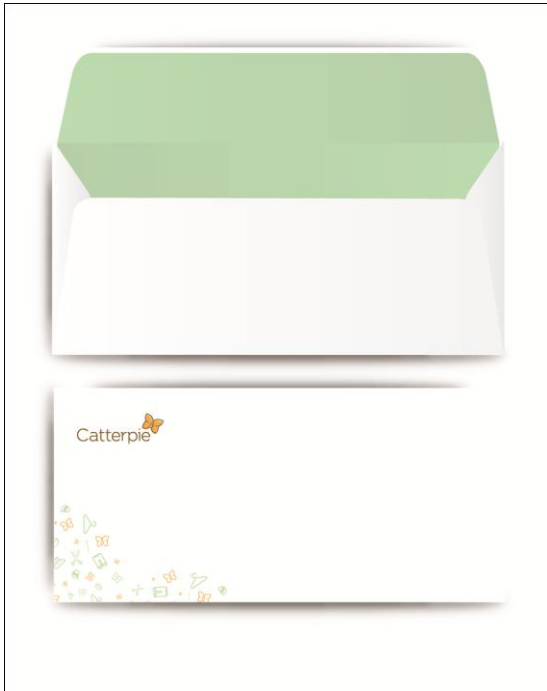
Catterpie 

5.5 cm x 2 cm

Gambar 5. Hasil desain Stempel Catterpie



Gambar 6. Hasil desain Kop Surat Catterpie



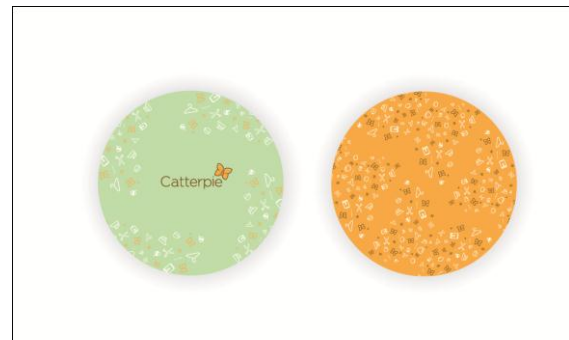
Gambar 7. Hasil desain *Envelope* Catterpie



Gambar 9. Seragam Catterpie

Catterpie No.		Surabaya.....	
		Kepada	
		Nomer Telp.....	
Banyaknya	Nama Barang	Harga Satuan	Jumlah
Total			
STORE Jln Rungkut Asri Tengah 17 / No 16, Surabaya 081 515 151 087		INSTAGRAM catterpiekidsclothing	

Gambar 8. Nota pembayaran Catterpie



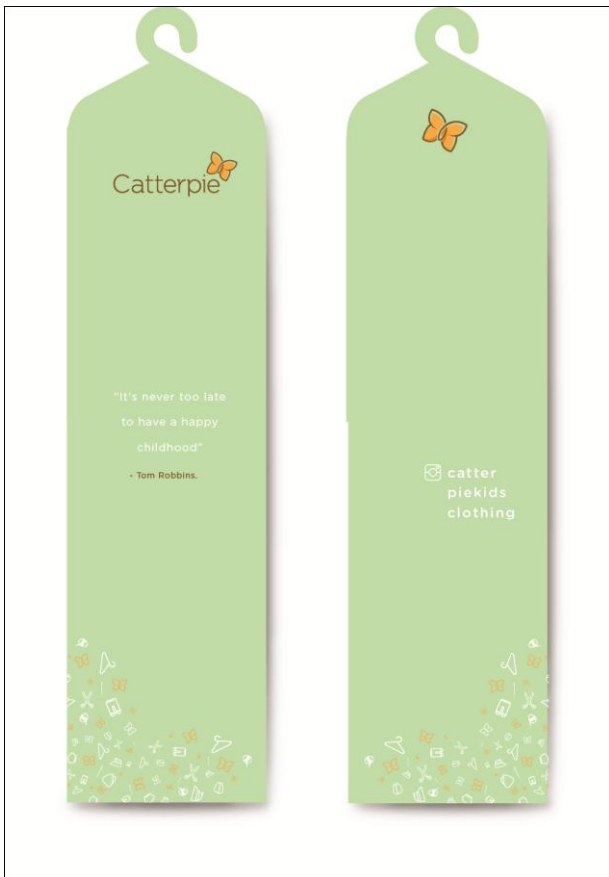
Gambar 10. Pin Catterpie



Gambar 11. Kalender Catterpie



Gambar 12. Packaging & compliment card Catterpie



Gambar 13. Pembatas buku Catterpie



Gambar 14. Mug Catterpie



Gambar 15. Notes Catterpie



Gambar 16. Open & closed signage Catterpie



Gambar 17. Open & closed signage Catterpie



Gambar 18. Sign board logo Catterpie



Gambar 19. Iklan majalah Catterpie



Gambar 20. Katalog Catterpie



Gambar 21. Gift voucher & amplop Catterpie



Gambar 22. Iklan media online (instagram) Catterpie 1



Gambar 23. Iklan media online (instagram) Catterpie 2



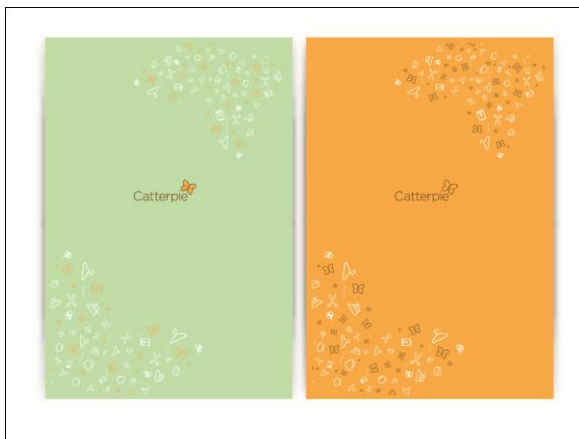
Gambar 24. Iklan media online (instagram) Catterpie 3



Gambar 25. Label tag Catterpie



Gambar 26. Standing banner Catterpie



Gambar 27. Wrapping banner Catterpie



Gambar 28. Shopping bag Catterpie



Gambar 29. Gift boxes Catterpie



Gambar 30. Company profile Catterpie

Kesimpulan

Dengan semakin berkembangnya jaman maka semakin berkembang juga pasar ekonominya, sehingga sangat sulit ditemui hanya ada pemain tunggal pada suatu pasar. Banyaknya kompetitor pada pasar membuat para pemilik usaha berlomba-lomba untuk mengenalkan dan membuat produknya selaku mungkin dengan cara apapun. Perancangan *corporate identity* dirasa efektif dalam meningkatkan citra perusahaan, begitu pula dengan perancangan *corporate identity* bagi Catterpie Kids Clothing ini. Selain meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat perancangan *corporate identity* ini juga berguna membedakan Catterpie dengan produk lainnya, yang tentunya sesuai dengan keunikan yang dimiliki oleh Catterpie. Citra perusahaan yang ingin dibangun di mata masyarakat adalah sebagai salah satu brand *kids clothing* yang memiliki *pride*, dan sebagai *brand* yang mengenal serta dekat dengan masyarakat sehingga menjadi salah satu *brand* yang menjadi pilihan para konsumen.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penyusunan laporan karya Tugas Akhir ini dibuat sebagai ekspresi dan terapan selama perkuliahan, serta dalam memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni Program Studi Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra Surabaya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, akan sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan Karya Tugas Akhir ini. Untuk itu ucapan terima kasih penulis diucapkan dan ditujukan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan karunia kesehatan dan akal budi kepada penulis sehingga Laporan Tugas Akhir dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Felicia Arifin selaku pemilik *Catterpie Kids Clothing* yang telah memberikan kesempatan dan mengizinkan penulis untuk mengangkat produknya sebagai objek dari Karya Tugas Akhir ini.
3. Drs. Petrus Gogor Bangsa, M.Sn dan Martien, S.Sn selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan masukannya kepada penulis selama proses Perancangan Tugas Akhir ini.
4. Andrian Dektisa, S.Sn., M.Si. dan Ani Wijayanti S., S.Sn., M.Med.Kom selaku dosen penguji I dan dosen penguji II yang telah

memberikan bimbingan dan masukannya kepada penulis.

5. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memeberikan dukungan dan bantuan lewat doa-doa, dan dukungan baik berupa materiil ataupun moril, teknis maupun non teknis.
6. Teman-teman yang setia memberikan dukungan, ide-ide, bantuan selama proses perancangan Tugas Akhir.s

Daftar Pustaka

Kasali, Rhenald. *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti, 2003.

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

Nuradi, et.al. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996.

Carter, David E. *America Corporate Identity*. New York; Harper Collins Publisher,2004.

Carter, David E. *How To Improve Your Corporate Identity*, 1995.

Balmer, J.M.T & Grey, ER, (2000). *Corporate Identity and Corporate Communications Creating a Competitive Advantage*, Industrial and Commercial Training, 1995.

Gill, Martha. *Colour Harmony*. United States of America; Rockport Publishers, 2003.

Napoles, Veronica, *Corporate Identity Design*, New York ; Van Nostrand Reinhold, 1998.

Rockport Team 1. *Logos (symbol)-Designs*. Massachusetts : Rockport Publisher, 2007.

Sawahata, Lesa, *Colour Harmony Workbook*. Massachusetts, Rockport Publisher, 2001.

Murphy, John and Michael Rowe. *How to Design Trademarks and Logos*. Ohio North Light Book 1998.

Sihombing Danton, MFA. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama 2001.

Sulaksana, Uyung. *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2003.

Vaid, Hellen. *Branding*. England, The Ilex Press Limited, 2003.

“agesvisual.” *Easy Learning Easy Creating, Corporate Identity*. 2007. 23 Januari 2014. <<http://agesvisual.wordpress.com/2007/10/09/corporate-identity>>.

“beecreative” *Corporate & Brand Identity, Brand Identity*. 24 Januari 2014. <<http://beecreative.web.id/about/pekerjaankami/corporate-brand-identity/>>.

Hj. Fauzi. “*Apakah definisi perancangan?*.” *Universiti Pengurusan Profesional*. 2013. 22 Februari 2014. <<http://uniprof.wordpress.com/2013/06/26/bahagian-2-definisi-perancangan/>>.

“Hellium Works” *Typografi & Arti dan Fungsinya*. 5 Desember 2011 <<http://helliumworks.blogspot.com/2010/12/tipografi-arti-dan-fungsinya.html>>.

“Erbina Barus” *Arti Warna Dalam Ilmu Psikologi*. 24 Juni 2013. <<http://erbinabaroes.wordpress.com/2013/06/24/arti-warna-dalam-ilmu-psikologi-lalu-apa-warna-kepribadianmu/>>.

“Artikel Manajemen” *Pengertian dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Corporate Image*. <<http://artikelmanajemen.blogspot.com/2009/10/pengertian-dan-faktor-faktor-yang.html>>.