

Perancangan *Corporate Identity* Ekspedisi Sinar Cendana Abdiputra Surabaya

Yonathan Ardi Wibisono¹, A. J. Soehardjo², Budi Prasetyadi³

¹²³Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra, Surabaya
Email: yonathanijonk89@gmail.com

Abstrak

Tugas akhir ini berisi perancangan *corporate identity* yang belum dimiliki oleh Ekspedisi SCA- panggilan akrab ekspedisi ini. *Corporate identity* yang dimaksud adalah perancangan logo perusahaan beserta seluruh aplikasinya seperti pada *stationery*, *merchandise*, seragam, kendaraan / *unit*, *website*, papan nama, elemen eksterior, *Graphic Standard Manual*, dan *Company Profile*. Pada perancangan ini, seluruh elemen - elemen visual, seperti warna, tipografi, bentuk, simbol, lambang, gambar, dan lain sebagainya diperbaharui, disesuaikan dengan fungsi masing-masing serta filosofinya dijadikan data (landasannya).

Kata kunci : *corporate identity*, *ekspedisi*, *Ekspedisi SCA*, *logo*, *aplikasi logo*.

Abstract

In this final project the writer creates a corporate identity design, which hasn't been owned by the SCA Expedition - the abbreviation of the name of the company. The corporate identity meant here is designing the logo of the company, along with all of the applications, such as stationeries, merchandises, uniforms, vehicle units, websites, banners, eksterior element, Graphic Standard Manuals, and Company Profiles. There will be visual elements like colors, typography, forms, symbols, logos, and images in the design renew, be adapted with the function and the philosophy used as the data (base)

Keywords: *corporate identity*, *expedition*, *SCA expedition*, *logo*, *logo application*.

Pendahuluan

Peluncuran merek sebuah produk maupun jasa bersamaan dengan identitas dinamakan dengan *corporate identity*/ identitas visual. Identitas visual suatu perusahaan merepresentasikan nama sebuah perusahaan, bergerak di bidang apakah perusahaan tersebut, apakah visi dan misi dari perusahaan tersebut, bagaimanakah karakter, sifat, dan nilai dasar dari para pekerjanya, siapakah target pasarnya. Identitas visual sebuah perusahaan adalah suatu simbol yang merefleksikan bagaimana suatu perusahaan ingin dipersepsikan di mata publik.

Beberapa syarat yang sebaiknya tercermin di *corporate identity* adalah memberikan suatu pencitraan yang mampu merepresentasikan perusahaan dengan baik. Sehingga pada nantinya setiap orang melihat logo yang diaplikasikan pada sistem *corporate identity*, secara tidak sadar bisa

merasakan suatu pengalaman yang mencerminkan budaya dan citra dari perusahaan tersebut.

Agar dapat bersaing maka setiap usaha memerlukan ciri khas dari perusahaan atau industri itu sendiri, dan hal yang tidak kalah penting adalah *corporate identity*/ identitas visual. Salah satu perusahaan ekspedisi yang sedang berkembang saat ini adalah "Sinar Cendana Abdiputra" yang berdiri sejak tahun 1992. Sekilas tentang perusahaan yang saya angkat untuk menjadi objek perancangan; Ekspedisi Sinar Cendana Abdiputra yang dikenal dengan nama PT SCA, dengan memiliki pengalaman lebih dari 20 tahun pengalaman dalam bidang *custom broker* (jasa pengurusan dokumen ekspor- impor), *forwarding* (istilah kasar dari makelar kontainer, yang bekerja sama dengan perusahaan pelayaran, menawarkan shipping yang mempunyai kerjasama dengan perusahaan) dan *trucking* untuk Trailer (jasa penyewaan trailer untuk pengangkutan barang jalur darat dalam jumlah besar, trailer 20 feet dan 40 feet yang meliputi wilayah Jawa Timur). Semua jasa

pelayanan yang disediakan oleh PT SCA terorganisir dengan tata manajemen yang baik, yakni mengedepankan kualitas servis, ketepatan waktu pengiriman supaya menjadi kepuasan dan kepercayaan konsumen.

Namun, servis dan manajemen yang baik tersebut belum didukung dengan adanya tatanan *corporate identity* atau identitas perusahaan yang baik. Ditinjau dari sisi sosial, masalah klasik yang timbul setelah melakukan observasi perusahaan tersebut, karena logo (*corporate identity*) yang dimiliki saat ini oleh Ekspedisi SCA memang tidak mencerminkan citra dan jiwa dari ekspedisi itu sendiri, karena logo- logo yang dimiliki itu berlaku sebagai identitas belaka. Karena logo yang ada saat ini belum menunjukkan logo sebagai perusahaan ekspedisi, hanya berfungsi sebagai nama perusahaan atau nama PT saja. Akhirnya jelas terlihat logo itu hanya seperti pemanis di depan gedung, dan beberapa *stationery* yang mereka punyai baik itu kop surat, map, kartu nama, kartu *invoice*, stempel, stiker. Sayangnya, aplikasi logo yang dipakai berubah- ubah atau inkonsisten karena banyaknya logo yang dimiliki. Letak ketidak konsistenan dalam pemilihan jenis font yang dipakai, ada yang *serif* ada pula yang menggunakan tipografi *sans serif*, sehingga aplikasi logo yang satu dengan yang lain menggunakan *font* yang berbeda- beda, warna yang berbeda, juga jarak antar huruf berbeda.



Gambar 1. Perbedaan aplikasi logo Ekspedisi SCA

Dari sini muncul masalah lain, ternyata setelah diteliti lebih lanjut Ekspedisi Sinar Cendana Abdiputra bukan hanya tidak memiliki logo *fix*, papan nama atau *signage* mereka tidak punya. Promosi yang dilakukan hanya melalui mulut ke mulut, sehingga target market yang menggunakan jasa ekspedisi ini hanya beberapa, tertentu, dan itu- itu saja. Tidak dapat berkembang dengan baik dan memperluas jaringannya dimana hal tersebut tidak sejalan dengan misi perusahaan ini. Adapun misi perusahaan adalah berkembang dan tumbuh bersama para karyawan menuju keberhasilan dan kemakmuran. Disamping itu mereka harus beradu servis dan ‘penampilan’ untuk dapat bersaing dengan

sesama 400 ekspedisi sejenis yang bertempat di Tanjung Perak, Surabaya.

Dengan perancangan *corporate identity* yang dimiliki oleh Ekspedisi SCA diharapkan dapat memberikan dampak nyata yang positif bagi perusahaan. Kepercayaan *customer* menjadi hal penting yang diangkat, dimana hal ini menjadi visi yang diusung perusahaan tersebut dapat semakin terealisasi. Adapun visi dari perusahaan adalah sederhana saja, yaitu memberikan servis dan ketepatan waktu bagi konsumen.

Bukan saja memberikan citra yang baik, tetapi juga mampu menggambarkan jiwa, visi dan misi dari perusahaan, bagaimana karakter, sifat, dan nilai dasar dari perusahaan, dapat tersampaikan melalui *corporate identity* yang dimiliki melalui desain komunikasi visual.

Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah Ekspedisi SCA ingin membangun dan menonjolkan citra perusahaan yang efisien, kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dinamis, juga konsisten dan berintegritas sehingga pada pekerjaannya, jasa yang dijual sesuai dan memenuhi kebutuhan badan usaha/ perusahaan, atau industri yang memakai jasa Ekspedisi SCA. Hal tersebut otomatis sudah memberi nilai plus secara tidak langsung menjadi sarana promosi tersendiri. Dan semua nilai diatas dapat tercermin secara visual dalam identitas yang mereka miliki.

Maka dibutuhkan sebuah perancangan *sistem corporate identity* yang memiliki ciri khas, komunikatif, dan unik sesuai dengan *image*, latar belakang, visi dan misi perusahaan agar kedepan perusahaan ini mempunyai identitas yang baik dan berintegritas, yakni logo dan segala aplikasinya. Juga perancangan ini diharapkan dapat menunjukkan sebagai perusahaan yang mapan, stabil, dan berkembang. Dengan mempertahankan keberhasilan yang telah ada lebih dari 20 tahun, maka perancangan ini adalah salah satu bukti bahwa Ekspedisi SCA meningkatkan keberhasilannya dan semakin berkembang.

Selama ini ekspedisi ini hanya dikenal oleh klien- klien tertentu yang sudah biasa memakai jasa ekspedisi ini. Jadi kurang dapat berkembang dengan baik, perlunya klien- klien baru yang lebih besar untuk lebih meningkatkan citra dan membuat ekspedisi ini semakin dikenal dan diingat masyarakat luas atau industri dengan kebutuhan jasa pengiriman barang dalam jumlah besar di wilayah Surabaya.

Jadi tujuan perancangan ini ialah menciptakan sebuah perancangan *corporate identity* untuk Ekspedisi Sinar Cendana Abdiputra yang sesuai dengan tujuan, jiwa, visi dan misi, karakter, sifat, dan nilai dasar dari

perusahaan. Serta diharapkan juga melalui perancangan ini dapat menunjukkan sebagai perusahaan yang mapan, stabil, dan berkembang.

Metode Penelitian

Metode Pengumpulan Data primer:

Wawancara adalah suatu cara mengumpulkan data dengan cara mengajukan pertanyaan langsung kepada seorang informan atau otoritas atau seorang ahli yang berwenang pada perusahaan tersebut. Dalam hal ini pertanyaan langsung diajukan kepada *owner*. Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara langsung di lapangan atau lokasi penelitian atau perusahaan. Dokumentasi adalah kegiatan atau proses pekerjaan mencatat atau merekam suatu peristiwa dan objek atau aktifitas yang dianggap berharga dan penting.

Sekunder:

Kepustakaan adalah penelitian yang dilakukan hanya berdasarkan atas karya tertulis, termasuk hasil penelitian baik yang telah maupun yang belum dipublikasikan. Dasar teoritis adalah teori- teori yang relevan dan dapat digunakan untuk menjelaskan variabel- variabel penelitian. Internet adalah pencari data sebagai pelengkap dengan menggunakan sistem *online*.

Instrumen Pengumpulan Data:

Camera adalah mengabadikan atau merekam suatu gambar atau peristiwa penting. Alat tulis adalah mencatat segala keperluan dan hal- hal penting. Laptop adalah untuk menyimpan data- data dalam bentuk digital. Gadget adalah merekam informasi berupa suara ataupun video, gambar, juga sebagai alat komunikasi dalam rangka pengumpulan data. Provider internet adalah sebagai sumber pengaktif sistem online.

Analisa SWOT

Analisa SWOT juga digunakan untuk mengetahui kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman dari objek perancangan ini. Analisis SWOT diperlukan untuk mengetahui kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman perusahaan dari pesaing.

Deskriptif kualitatif

Metode yang akan dipakai adalah metode deskriptif kualitatif. Pengertian dari metode kualitatif sendiri adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pada nantinya data-data yang diperoleh akan diolah kemudian dijabarkan menjadi pedoman pembuatan perancangan ini untuk kemudian dibuat visualnya. Memakai analisa deskriptif kualitatif juga untuk mendapatkan data yang dipakai pada analisa SWOT.

Analisis

Konsep Perancangan

Perancangan *corporate identity* dengan konsep minimalis yang simpel agar sejalan dengan visi misi perusahaan, tata layout tidak rumit, tidak perlu banyak elemen grafis sehingga dapat diterima dan mudah dimengerti oleh semua lapisan masyarakat, terutama yang menjadi target marketnya. Dengan tetap menyampaikan visi dan misi perusahaan sehingga meskipun adanya perubahan visual pada logo namun visi dan misi yang diusung oleh perusahaan tetap tersampaikan, masyarakat awam yang sebelumnya tidak tahu menjadi tahu (*aware*) akan eksistensi perusahaan, klien lama tetap mengenali dan ekspedisi PT SCA tetap menjadi pilihan utama dan ekspedisi ini diingat masyarakat dengan kebutuhan jasa yang bersangkutan.

Informasi Karakteristik Konsumen

Target market primer perusahaan adalah:

-Demografis

Usia : 30- 40 tahun

Gender : pria dan wanita

Pendidikan : S1, S2, dan S3

Pekerjaan : *company* dagang, badan usaha/ perusahaan, institusi, atau industri

-Geografis

Wilayah Jawa Timur terutama kota Surabaya

-Psikografis

Profesional, pengiriman barang dalam jumlah besar (minimal satu kontainer atau *trailer*.)

-Behaviour

Company dagang, badan usaha/ perusahaan, institusi, atau industri yang memiliki kebutuhan khusus untuk mengirim dan mendistribusikan produk mereka, baik domestik maupun ekspor- impor.

Tinjauan Teori

Menurut salah satu teori logo yang dikemukakan oleh John Murphy dan Michael Rowe:

Initial Letter Logo

Yaitu logo yang menggunakan huruf awal (inisial) dari nama produk atau perusahaan dan menjadikannya sebagai elemen utama dari logo tersebut. Logo jenis ini terkadang menunjukkan gabungan nama pemilik perusahaan seperti logo produsen hardware komputer Hewlett-Packard. Selain contoh diatas banyak contoh lain seperti logo Bank BCA, IBM, RCTI, dan lainnya.

Maka perancangan logo Ekspedisi Sinar Cendana Abdiputra akan menggunakan teori tersebut sebagai acuan, karena untuk pelafalan "Sinar Cendana Abdiputra" terlalu panjang dan sulit dihafal, maka

menggunakan huruf awal sebagai inisial merupakan cara yang efektif. Begitupun ekspedisi ini sudah dikenal dengan sebutan Ekspedisi SCA.

Selain itu, untuk merancang sebuah logo yang efektif, ada empat hal penting yang perlu diperhatikan. Keempat hal tersebut adalah:

1. *Layout*

Ketika merancang logo, perlu mempertimbangkan versi horizontal dan versi vertikal. Menciptakan dua versi logo membuka kemungkinan pemanfaatan yang tak terbatas.

2. Ukuran

Logo yang ditampilkan selayaknya terlihat indah dan jelas baik ketika ditampilkan secara layar penuh, sebagai *thumbnail* maupun ketika hanya ditampilkan sebagai sebuah ikon kecil.

3. *Shades*

Shading logo perlu dipertimbangkan. Sebuah logo harus dapat terlihat jelas ditampilkan dengan latar belakang warna ataupun ketika ditampilkan transparan.

4. Kesederhanaan

Logo yang rumit tampaknya keren, asal harus tetap membawa makna dan arti yang sesuai dengan karakter perusahaan atau produk yang diwakili. Tetapi kesederhanaan lebih sesuai dan mencerminkan salah satu syarat logo yang efektif.

Ada juga beberapa elemen- elemen estetis pembentuk logo. Elemen-elemen tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Garis
2. Bentuk
3. Warna
4. Tipografi

1. Garis

Lillian Gareth mendefinisikan garis sebagai sekumpulan titik yang bila dideretkan maka dimensi panjangnya akan tampak menonjol dan sosoknya disebut dengan garis. Terbentuknya garis merupakan gerakan dari suatu titik yang membekaskan jejaknya sehingga terbentuk suatu goresan. Bagi senirupa garis memiliki fungsi yang fundamental, sehingga diibaratkan jantungnya senirupa. Pentingnya garis sebagai elemen senirupa, sudah terlihat sejak dahulu kala. Nenek moyang manusia jaman dulu, menggunakan garis ini sebagai media ekspresi senirupa di gua-gua. Disamping potensi garis sebagai pembentuk kontur, garis merupakan elemen untuk mengungkapkan gerak dan bentuk. Baik bentuk dua dimensi maupun tiga dimensi. Suasana dalam garis Dalam hubungannya sebagai elemen senirupa, garis memiliki kemampuan untuk mengungkapkan suasana. Suasana yang tercipta dari sebuah garis terjadi karena proses stimulasi dari bentuk- bentuk sederhana yang sering kita lihat disekitar kita, yang terwakili dari bentuk garis tersebut.

2. Bentuk

Dalam perancangan sebuah logo, ada beberapa hal yang harus mendapatkan perhatian dari pembuat logo atau desainer. Hal-hal seperti tipe logo yang akan dibuat, *corporate color*, bentuk logo, dan filosofi perusahaan, harus menjadi dasar dari pembuatan sebuah logo. Walaupun ada banyak sekali macam bentuk, namun bentuk logo cenderung dikelompokkan kedalam 4 (empat) bentuk utama, yakni: segitiga, persegi/ kotak, lingkaran, dan perisai.

3. Warna

Sebagai bagian dari elemen logo, warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dari logo tersebut. Dalam perencanaan *corporate identity*, warna mempunyai fungsi untuk memperkuat aspek identitas. Lebih lanjut dikatakan oleh Henry Dreyfuss, bahwa warna digunakan dalam simbol-simbol grafis untuk mempertegas maksud dari simbol-simbol tersebut. Sebagai contoh adalah penggunaan warna merah pada segitiga pengaman, warna-warna yang digunakan untuk *traffic light* merah untuk berhenti, kuning untuk bersiap-siap dan hijau untuk jalan. Dari contoh tersebut ternyata pengaruh warna mampu memberikan impresi yang cepat dan kuat. Kemampuan warna menciptakan impresi, mampu menimbulkan efek-efek tertentu. Setiap logo juga harus terlihat baik jika dicetak dalam satu warna. Logo penuh warna yang indah di papan nama harus terlihat indah ketika dicetak hitam putih di dokumen.

4. Tipografi

Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari tentang huruf. Selain itu tipografi dapat diartikan sebagai seni memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan khusus, sehingga akan menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Beberapa jenis huruf berdasarkan klasifikasinya, antara lain: *Roman*, *Egyptian*, *Sans Serif*, *Script*, dan *Miscellaneous*.

Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan dasar pengambilan keputusan desain yang akan digunakan dalam rangka mencapai tujuan awal perancangan yang telah ditentukan. Pemilihan unsur- unsur visual dan pengolahannya dan visualisasinya secara deskriptif akan digambarkan sehingga dapat meyakinkan bahwa strategi yang diambil merupakan pilhan yang tepat dan relevan.

Adapun unsur- unsur visual yang akan digunakan sebagai dasar pembuatan logo, yang kemudian diaplikasikan dalam sistem *corporate identity* adalah:




Unsur- unsur Ikonik yang Relevan

Untuk menampilkan identitas perusahaan sebagai perusahaan ekspedisi dan cargo yang berlokasi di Surabaya, bentuk ikonik yang dipilih adalah simbol ikonik dari kendaraan trailer atau cargo yang menjadi

pasokan utama penjualan jasa ekspedisi ini. Selain itu untuk menampilkan efisiensi, ketepatan waktu yang menjadi prinsip dan servis Ekspedisi SCA maka dapat menggunakan garis diagonal yang dinamis dan *flexibel* tersusun secara rapi dan berotasi. Untuk menyimbolkan kota Surabaya dapat menggunakan ikon tugu pahlawan atau gambar sura dan buaya. Untuk menggambarkan kedinamisan, konsisten menggunakan ikon spiral.

Warna Dasar

Pemilihan warna yang akan digunakan adalah warna-warna panas seperti merah pekat atau disebut merah darah. Didukung oleh teori psikologi warna yang disampaikan oleh J. Linschoten dan Drs. Mansyur hal ini menunjukkan sifat menakutkan, ekspansif (meluas), dominan (berkuasa), aktif, berani dan vital (hidup). Memakai warna merah pekat karena perusahaan ini mengerjakan pekerjaan berat dengan alat-alat berat, serta menonjolkan kesan kokoh dan tangguh. Warna merah juga memiliki arti penting bagi orang *Chinese* seperti Bapak Robert Jostan, karena dipercaya warna ini akan membawa hoki dan keberuntungan tersendiri bagi perusahaan. Sebagian lainnya menggunakan warna kuning, hal ini dikarenakan warna kuning mempunyai makna terang, kemakmuran, kesejahteraan, kesuksesan bersama dimana hal ini sejalan dengan misi perusahaan. Warna hitam digunakan untuk memberikan kesan modern, kuat, kokoh, tegas menjadi pondasi dasar Ekspedisi SCA.

		
C : 20 M : 100 Y : 100 K : 11	C : 0 M : 24 Y : 94 K : 0	C : 75 M : 68 Y : 67 K : 90
R : 181 G : 32 B : 37	R : 255 G : 196 B : 37	R : 0 G : 0 B : 0

Gambar 2. Tone warna pada logo SCA

Tipe atau Jenis Huruf

Untuk tipografi atau jenis huruf *sans serif* dengan *stroke* agak tebal dan kuat, kokoh dengan nama *Outer Limits Solid Extended*. Sesuai dengan nama *font* tersebut yang berarti kuat dan padat. Pemilihan jenis *font* disesuaikan dengan citra yang hendak ditampilkan yaitu kokoh, terpercaya, kuat, dan stabil.

OUTER LIMITS SOLID EXTENDED

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 . , ! ? : " (* & % \$ # @ ! ~
 THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

Selain itu untuk menonjolkan karakter yang bersifat memperjelas, *simple, modern* oleh karena itu dipilih *font* jenis *Cordia New*.

Cordia New

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 . , ! ? : " (* & % \$ # @ ! ~

The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Gaya Penampilan Grafis

Gaya yang digunakan dalam penampilan grafis dari perancangan *corporate identity* Ekspedisi SCA adalah dengan mengamati terlebih dahulu mengenai karakter, filosofi, visi dan misi, tujuan, dan yang menjadi *target audience* perusahaan guna mendapatkan gaya ilustrasi grafis yang sesuai dengan latar belakang tersebut. Untuk visualisasi desain akan menggunakan perpaduan yang harmonis dan menyatu dengan gaya yang sederhana dan minimalis sehingga diperoleh kesan eksklusif.

Penjaringan Ide

Adalah suatu proses pencarian ide yang dimana untuk menentukan bentuk awal dari visual logo yang akan dibuat. Tahapan ini dibuat dengan cara mengambil bentuk-bentuk ikonik dan simbolik asli yang segala sesuatunya berkaitan dengan perusahaan, jenis perusahaan, visi-misi perusahaan, citra, kelebihan perusahaan, dsb. Tahapan ini dilakukan untuk mempermudah tahapan – tahapan selanjutnya, yang kemudian akan disederhanakan menjadi bentuk logo.



Gambar 3. Penggabungan seluruh bentuk simbolik dan *logotype* menjadi keseluruhan logo Ekspedisi SCA



Gambar 4. Logo final Ekspedisi SCA

Logo ini menggunakan *Initial Letter Logo* karena untuk pelafalan “Sinar Cendana Abdiputra” terlalu panjang dan sulit dihafal, maka menggunakan huruf awal sebagai inisial merupakan cara yang efektif.

Begitupun ekspedisi ini sudah dikenal dengan sebutan Ekspedisi SCA sebelumnya.

Secara layout berbentuk horisontal untuk mengaplikasikan bentuk trailer yang memanjang. Dan hal tersebut terlihat dari *logotype* “SCA” yang memanjang dengan huruf “A” sebagai *head trailer*.

Bentuk logogram berupa garis lengkung diagonal yang dinamis memiliki makna sesuatu yang bergerak/berdinamika, karena perusahaan ini merupakan perusahaan ekspedisi yang dimana tentu bekerja secara *mobile* (pengangkutan). Dan garis lengkung tersebut saling berotasi secara rapi dan teratur satu sama lain merupakan kinerja dan sistem manajemen yang baik yang sudah dimiliki perusahaan ini. Dengan selalu mengangkat visi perusahaan, yakni servis dan ketepatan waktu yang diberikan, juga diwakilkan melalui logogram tersebut. Saling berhubungan satu sama lain, namun tidak ada yang bersenggolan atau bertabrakan, dan selalu berotasi seperti itu. Seperti itulah sistem kerja Ekspedisi SCA dalam ketepatan memberikan servis dan ketepatan waktu sesuai permintaan klien. Dari sini sudah menjadi nilai plus dan sarana promosi tersendiri. Dan jika dilihat keseluruhan ketiga garis lengkung diagonal tersebut membentuk segitiga menghadap keatas, juga terdapat segitiga kecil ditengah logogram, mencerminkan Ekspedisi SCA merupakan perusahaan yang kokoh, terpercaya, solid diluar dan dalam perusahaan, senantiasa berkembang demi kesuksesan dan kesejahteraan bersama.

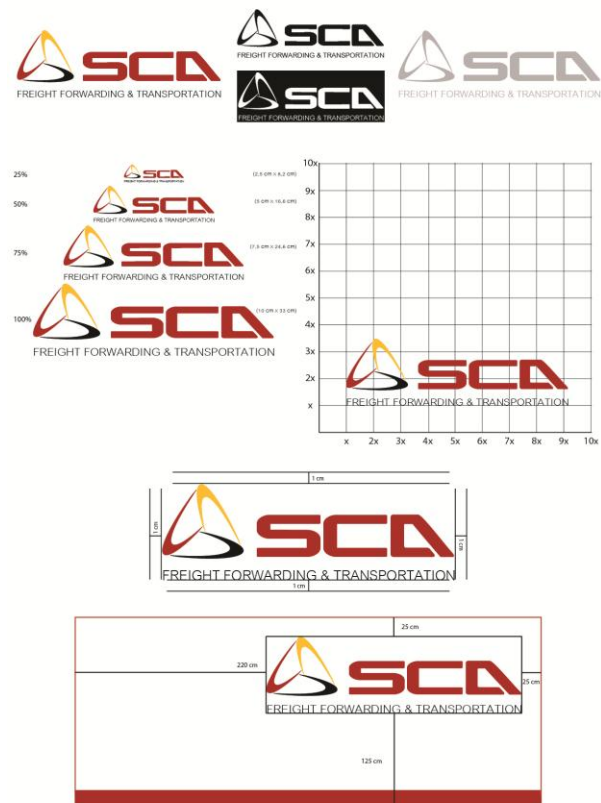
Secara jenis *font* yang dipakai pada inisial “SC” menggunakan jenis *font Outer Limits Solid Extended*, sesuai dengan namanya yang berarti kuat dan padat. Karena mewakili bentuk kontainer, menggunakan *stroke* yang tebal dan kokoh untuk menonjolkan citra tersebut. Sedangkan inisial “A” merupakan hasil *tracing* dengan bentuk serupa dengan *font* sejenis yang mewakili bentuk *head* dari trailer. Sedangkan keterangan dibawah *logotype* menggunakan *font Cordia New* untuk menampilkan sisi modern dan simpel dari Ekspedisi SCA. Dan jika dilihat sekilas tulisan “FREIGHT FORWARDING & TRANSPORTATION” terlihat sebagai garis dibawah *logotype* sebagai penguat *image mobile/* bergerak. Seluruh jenis *font* yang dipakai dalam aplikasi logo menggunakan jenis huruf *Sans Serif* untuk menimbulkan kesan modern, stabil, dan efisien.

Dari segi warna, warna hitam pada garis lengkung diagonal dibawah, berarti kekuatan, kekokohan, ketegasan yang menjadi fondasi dasar perusahaan ini. Ditopang oleh warna merah mempunyai makna menaklukan, ekspansif (meluas, berkembang), dominan, aktif, berani, hidup, semangat. Menggunakan merah pekat atau merah darah karena perusahaan ini merupakan pekerjaan berat, dimana mengesankan kekokohan- ketangguhan perusahaan yang sudah aktif selama lebih dari 20 tahun di bidang

ini. Juga menurut *Owner* yang seorang *Chinese* warna merah mempunyai arti hoki dan keberuntungan tersendiri bagi perusahaan. Terakhir warna kuning pada garis lengkung diagonal diatas, bersifat terang, kemakmuran, kesejahteraan, kesuksesan bersama yang merupakan misi perusahaan.

Secara keseluruhan Ekspedisi SCA merupakan perusahaan ekspedisi yang terpercaya karena mempunyai dasar- dasar yang kuat, kokoh, terus meluaskan kapasitasnya, dapat memberikan ketepatan servis dan ketepatan waktu. Perusahaan yang keteguhan, kekuatan, keamanan selalu terjaga secara solid diluar dan didalam perusahaan. Dapat memberikan *trust/* kepercayaan kepada konsumen demi perkembangan guna mencapai visi dan misi perusahaan. Dan segala sesuatu yang dijelaskan diatas terkandung semua menjadi satu dalam logo tersebut.

Penyajian *Final Artwork*



Gambar 5. Penyajian *final artwork* 1



Gambar 6. Penyajian final artwork 2

Aplikasi Logo Dalam Sistem Corporate Identity



Gambar 7. Penyajian final aplikasi logo dalam sistem corporate identity

Kesimpulan

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari pengerjaan tugas akhir ini. Tugas akhir yang merupakan perancangan *corporate identity* bagi perusahaan Ekspedisi SCA. Dalam buku ini

dijelaskan secara detail mengenai proses pengerjaan tugas akhir ini. Melalui tugas akhir ini, penulis dapat melihat dan mengalami secara langsung relevansi teori-teori desain dengan keadaan di lapangan (projek nyata), sehingga penulis dapat memahami ilmu desain lebih dalam lagi dan sekaligus mendapatkan banyak pembelajaran ilmu desain khususnya dalam bidang *corporate identity*.

Dari awal hingga akhir proses perancangan *corporate identity* Ekspedisi Sinar Cendana Abdiputra Surabaya ada beberapa hal yang perlu dijadikan catatan:

1. Ekspedisi SCA merupakan ekspedisi pengangkutan barang yang bergerak dalam bidang jasa *Custom Broker* (jasa kepabeanan pengurusan dokumen ekspor- import), *Forwarding* (istilah untuk makelar kontainer yang bekerja sama dengan perusahaan pelayaran) dan *Trucking* untuk trailer (jasa penyewaan trailer untuk pengangkutan barang jalur darat dalam jumlah besar, trailer 20 feet dan 40 feet yang meliputi wilayah Jawa Timur. Dalam hal ini Ekspedisi SCA telah meliputi *inline tracking* (memiliki ijin pengangkutan jalur darat) sehingga memungkinkan untuk pengiriman kontainer dan barang secara *ontime*.

2. Kunci dari identitas perusahaan adalah logo yang baik dimana mampu menunjukkan hal apa yang diwakilinya. Hal ini menunjukkan perancangan *corporate identity* sebuah perusahaan tidak dapat dilakukan asal- asalan karena hal ini mempunyai peranan yang cukup penting bagi identitas dan citra perusahaan dimasa mendatang.

3. Sangatlah penting memiliki keseragaman tampilan visualisasi desain yang digunakan pada semua media visual. Karena dengan adanya keseragaman ini, maka tujuan awal perancangan diharapkan dapat tercapai. Identitas yang ingin dibentuk dapat tercipta lebih cepat karena ada suatu ciri khas yang membedakan dengan perusahaan ekspedisi sejenis yang lain.

4. Strategi perancangan bentuk desain, warna, huruf dalam pembentukan citra dan identitas perusahaan sebaiknya disesuaikan dengan segmen dan tujuan agar hasil yang didapat sesuai dengan target yang dituju. Perancangan yang dilakukan tanpa melakukan riset atau observasi lapangan seringkali menghasilkan perancangan yang tidak bisa mewakili identitas perusahaan dengan baik. Maka dari itu, penting sebelum melakukan perancangan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi dengan langsung terjun dilapangan agar kita semakin peka terhadap permasalahan yang ada dan mudah mencari pemecahan masalah tersebut.

5. Logo perusahaan yang dipergunakan secara tidak konsisten dapat memberikan pernyataan dan persepsi yang salah akan perusahaan yang diwakili, hal ini

tentu mengurangi sisi positif yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Hal ini pula yang terjadi pada Ekspedisi SCA. Belum terbentuknya penerapan identitas yang jelas menjadi salah satu penyebab utama tidak adanya penerapan logo yang konsisten pada semua sarana media komunikasi visual. Oleh karena itu setelah perancangan ini selesai dibuat akan lebih baik Ekspedisi SCA mampu mengaplikasikan penerapan logo yang dimiliki secara konsisten dan berintegritas.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang telah dilimpahkan-Nya, sehingga penulisan Tugas akhir yang diajukan merupakan syarat kelulusan untuk memperoleh gelar kesarjanaan (S1) DKV- Universitas Kristen Petra telah selesai dikerjakan.

Penulisan tidak terlepas dari keterlibatan bantuan dan dorongan semangat dari berbagai pihak yang sangat besar artinya bagi penulis. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah menyertai dan memberikan kesempatan selama pengerjaan tugas akhir ini.
2. Prof. Drs. A. J. Soehardjo dan Budi Prasetyadi, S. Sn. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran dan kritik yang begitu besar dan membangun.
3. Bapak Robert Jostan selaku *owner* dari Ekspedisi Sinar Cendana Abdiputra Surabaya.
4. Khususnya penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orangtua yang telah memberikan dukungan baik berupa material maupun moril dari awal sampai terselesaikannya Tugas Akhir ini.
5. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman yang sudah mendukung dan membantu selama proses pengerjaan: Winda Halim, Denny Dentol Tarto, Felix Hong, Nando John Rossa, Adi Jimmy, Martinus Victor Mario, Chiko dan Piko.
6. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu, sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

Caniago, Ferri. *Cara Mutakhir Jago Desain Logo*. Jakarta: Dunia Komputer, 2012.

Carter, David E. *Logo Power*. New York: Hearts Books International, 1998.

David McNally, Karl D. *Speak: Be your Own Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004.

J. Linschoten, Drs. Mansyur. *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia, 2005.

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

Sanyoto, Sadjiman Ebd. *Nirmana Dasar- Dasar Seni dan Desain*, Yogyakarta: Jalasutra, 2009.

Widiatmoko, Didit. *Perubahan logo perusahaan, Sebuah analisis visual*. Tesis, ITB, Bandung, 2002.

Wongsonagoro, Maria. *Corporate Identity Program (The Basics of Public Relations)*. Jakarta: IPM Public Relations, 1995.