

Perancangan *Corporate Identity* Astro rent car Surabaya

Yohanes Calvin Gunardi, I Nengah Sudika Negara, Hendro Aryanto
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra
Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya, 60236
Email: gunardi_calvin@yahoo.co.id

Abstrak

Corporate Identity merupakan hal yang krusial dalam perkembangan sebuah perusahaan dalam segi internal maupun eksternal. Dalam membuat perancangan Corporate identity yang efektif, perancangan ini menampilkan segala teori dan ilmu yang berhubungan dengan corporate identity. Dengan adanya perancangan ini diharapkan para pembaca mengerti betapa pentingnya peran sebuah corporate identity yang tepat dan mengena.

Kata Kunci: Corporate identity, Astro, logo

Abstract

Designing Corporate Identity Astro Rent Car

Corporate Identity is crucial in the development of a company in terms of internal and external. In making effective Corporate Identity design, this design presents all theories and sciences related to corporate identity. With this design it is expected that readers understand how important the role of a proper and tedious corporate identity.

Keywords: Corporate identity, Astro, Logo

Pendahuluan

Kebutuhan kendaraan semakin hari semakin meningkat, masyarakat menginginkan segalanya secara praktis dan mudah. Sehingga masyarakat memilih mobil sebagai alat transportasi untuk berkendara. Dengan mobil seseorang dapat mencapai tujuan lebih cepat. Namun tidak semua orang telah memiliki mobil pribadi karena faktor ekonomi atau faktor lainnya, inilah yang menjadi peluang utama seseorang untuk membuka usaha persewaan mobil atau rent car. Tidak hanya mereka yang belum memiliki kendaraan saja yang menjadi konsumen utama car rental atau persewaan mobil. Adapula mereka yang ingin traveling tetapi malas atau berhalangan untuk membawa kendaraan pribadi mereka, menyewa kendaraan merupakan sebuah alternatif yang dapat digunakan.

Astro rent car adalah sebuah perusahaan yang merupakan perusahaan persewaan mobil di Surabaya yang berdiri sejak 1994 dan sekarang memiliki armada kurang lebih 15 kendaraan dan jenisnya lebih mengutamakan mobil keluarga seperti Kijang Innova, Toyota Avanza. Tidak hanya berpaku pada kedua jenis mobil itu saja, Astro rent car dapat menyediakan berbagai jenis kendaraan lainya sesuai dengan permintaan konsumen dengan meminjam kendaraan milik koneksi dan relasi dari astro rent car dengan sistem bagi hasil dengan pemilik kendaraan. Koneksi Astro rent car sebagian besar dari keluarga besar pemilik Astro rent car sendiri. Letak Astro rent car berada di tengah kota Surabaya di jl Residen Sudirman no 22, Surabaya. Astro rent car memiliki banyak beberapa pelanggan lama dan tetap yang menyewa mobil di Astro, namun Astro rent car memiliki kesulitan dalam

menarik pelanggan baru karena Astro rent car karena strategi marketing yang tidak berubah sejak 1994 dan masih diterapkan sampai sekarang. Strategi marketing Astro rent car hanya berpaku pada promosi dari penyebaran kartu nama. Strategi penyebaran kartu nama sebenarnya kurang berdampak baik pada suatu perusahaan karena tidak semua yang disampaikan dari kartu nama tidak mencakup semua hal-hal positif dari sebuah perusahaan. (Tjiptono, 2002)

Pendekatan strategi marketing yang tepat bagi Astro rent car adalah pendekatan branding strategy. (Cameron, 2012) Branding strategy merupakan cara yang ampuh untuk memikat para konsumen, para konsumen secara tidak langsung rela membayar mahal apabila produk yang mereka incar mudah diidentifikasi dan banyak dikenal masyarakat. Produk atau jasa yang dikenal luas oleh masyarakat akan lebih mudah terjual karena konsumen beranggapan produk atau jasa yang dijual berstandar tinggi dan terpercaya, salah satu upaya branding strategy ini adalah pembuatan corporate identity.

Perusahaan rent car yang merupakan competitor dari Astro salah satunya adalah OkkaRent yang beralamatkan di jl Penjaringan Asri PS I E, No 8. Mereka memiliki sebuah corporate identity dan beserta website berisi tentang segala informasi dan paket produk dan service yang mereka jual. Dengan sebuah corporate identity dapat dilihat gambaran serta citra yang ingin disampaikan oleh OkkaRent kepada para pelangganya, dan penyampaian informasi lebih jelas karena adanya tambahan website sebagai tambahan dari strategi marketing mereka yaitu berupa media Online marketing dalam bentuk website.

Dari latar belakang masalah diatas, perubahan marketing strategy Astro rent car perlu diubah dengan branding strategy agar astro rent car dapat mudah dikenali dan tidak hanya berhenti di corporate identity saja, adapun rencana selanjutnya pembuatan website serta pengembangan strategy marketing lainnya yang perlu diubah sesuai dengan kebutuhan astro rent car sendiri.

Metode Penelitian

Dalam membuat media perancangan ini, penulis menggunakan metode yang digunakan untuk menunjang keberhasilan perancangan ini dalam segi penelitian dan menganalisis data.

Metode Pengumpulan Data

- a. Wawancara
wawancara dengan pihak konsumen dan dengan anggota serta karyawan dalam perusahaan. Data dalam bentuk corporate yang lama akan penulis analisis dan merancang corporate identity yang baru tetapi tetap berdasarkan visi misi perusahaan.
- b. Studi Literatur
Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku buku, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Metode studi kepustakaan ini digunakan untuk membuat perancangan corporate identity yang tepat dan efektif.
- c. Internet
Selain studi literature, banyak informasi yang dapat di gali kembali di internet. Pengumpulan data melalui internet seperti datadata yang diperoleh dari website dan artikel-artikel online. Data dari internet digunakan untuk melengkapi informasi yang berkaitan dengan tugas akhir perancangan corporate identity ini seperti teoriteori sehubungan dengan kesehatan dan kebiasaan konsumen.

Metode Analisa Data

Metode analisa yang penulis gunakan dalam perancangan ini, data yang terkumpul diolah menggunakan metode analisis kualitatif, yaitu dengan mempelajari data secara umum baru kemudian mempelajari secara detail satu per satu secara khusus dengan cara SWOT. Penggunaan SWOT lebih mengutamakan riset secara observasi.

Konsep Perancangan

Dalam melaksanakan perancangan ini, penulis akan membuat prosedur corporate identity ini dengan menganalisa corporate identity yang lama dan mengambil unsur-unsur yang dapat digunakan dalam merancang corporate identity yang baru agar kesan dari Astro rent car tidak hilang di mata para pelanggan yang lama. Selain dari corporate identity, penulis juga akan merancang beberapa promosi yang sesuai dengan target marketing yang telah di pelajari oleh penulis.

Pembahasan

Branding Strategy

Menurut Cameron S. Foote, Branding strategy merupakan salah satu dari beberapa strategy marketing yang dapat diaplikasikan dalam mempromosikan suatu produk atau jasa dan sebuah perusahaan yang sedang berkembang. Branding sendiri berasal dari kata Brand yang digunakan dalam area marketing dan berfungsi untuk membedakan dan memberi suatu identitas pada suatu produk atau perusahaan. Sebuah brand dapat memberi dan mengindikasikan suatu produk dari produk lainnya sehingga terlihat perbedaan produk atau perusahaan walaupun jasa atau produk yang ditawarkan sejenis. Branding adalah sebuah proses yang dapat meningkatkan Brand awareness dari suatu broduk atau jasa dengan memberikan sebuah brand yang simple dan mudah dikenali oleh masyarakat. Karena dengan pemberian brand dapat memberi kepercayaan terhadap konsumen. Dengan brand building, secara langsung akan menumbuhkan rasa percaya kepada konsumen. Konsumen yang telah memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap suatu brand, maka konsumen akan berani mengeluarkan uang lebih untuk membeli produk atau jasa yang disediakan. Salah satu branding strategy yang efektif adalah perancangan corporate identity.

Pengertian Tentang Corporate Identity

Corporate identity adalah suatu cara yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan lainnya. Identitas perusahaan harus diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang meliputi hal-hal unik atau khas tentang perusahaan yang bersangkutan secara fisik (Anggoto, 2001). Corporate identity adalah bentuk visual dan ekspresi grafis dari image dan identitas suatu perusahaan. Sebagai bentuk visual, corporate identity menampilkan symbol yang mencerminkan image yang hendak disampaikan sebuah perusahaan dan diciptakan mempengaruhi nasib dari perusahaan itu sendiri (Cenadi, 1999)

Identitas perusahaan atau identitas korporat disebut juga sebagai simbol perusahaan, baik berbentuk logo perusahaan atau lambing lainnya. simbol digunakan agar lebih mudah diingat oleh konsumen juga agar dimengerti oleh setiap karyawannya. Simbol sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang menjaga pelayanan kredibilitas dan keramahan manusia di dalamnya (Kasali, 2003). Menentukan arah dari corporate identity suatu perusahaan memerlukan analisa dan arahan agar sesuai dengan visi dan misi perusahaan

yang didirikan serta meningkatkan daya tarik sebuah produk atau perusahaan.

Fungsi Corporate Identity

Selain sebagai identitas perusahaan, corporate identity juga memiliki fungsi-fungsi lain, yaitu (Cenadi, 1999):

a) Sebagai alat yang menyatukan strategi perusahaan.

Corporate identity yang baik harus sejalan dengan rencana perusahaan, bagaimana perusahaan itu sekarang dan bagaimana di masa yang akan datang. Selain itu, corporate identity harus dapat mencerminkan image perusahaan dengan tepat melalui produk dan jasanya

b) Sebagai pemicu sistem operasional suatu perusahaan.

Dalam pembuatan corporate identity, suatu perusahaan tentunya ingin perusahaannya dilihat oleh publik. Hal ini membuat personil-personil perusahaan berpiir dan mengevaluasi sistem operasional perusahaan mereka selama ini. Dari situ dapat ditemukan kelemahan atau kesalahan yang selama ini dilakukan, sehingga tercipta tujuan perusahaan yang lebih baik.

c) Sebagai pendiri jaringan network yang baik.

Sebuah perusahaan yang memiliki image positif, stabil, dapat dipercaya dan diandalkan akan menarik perhatian para investor untuk menanamkan modal dalam perusahaan tersebut. Perusahaan yang seperti ini juga mendapat banyak keringanan saat ia membutuhkan tambahan modal dari bank. Produk –produk dari perusahaan ini juga mungkin menjadi produk yang paling laku dan digemari di pasaran.

d) Sebagai alat jual dan promosi

Perusahaan dengan image yang positif memiliki peluang yang besar untuk mengembangkan dan memperkenalkan produk dan jasa baru. Konsumen yang telah lama menggunakan produk dari perusahaan tersebut akan setia terus menggunakan produk itu karena telah percaya terhadap produk perusahaan tersebut.

Logo

Logo adalah simbol yang digunakan untuk menyampaikan citra pribadi, public atau korporat suatu perusahaan yang mengungkapkan aktifitas dan fungsi dari perusahaan. (Lip, 1995) Dalam perkembangannya, Logo mengalami deformasi bentuk mulai dari bentuk-bentuk logo yang rumit hingga menjadi sebuah bentuk yang sederhana dan

mudah di ingat. Logo merupakan bagian dalam corporate identity. Logo adalah singkatan dari logotype. Istilah logo sudah ada sejak tahun 1937, seiring dengan perkembangannya istilah logo lebih populer digunakan daripada logotype. Menurut John Murphy dan Michael Rowe logo yang baik memiliki kriteria sebagai berikut:

- **Original & Distinctive**
Logo yang khas dan unik akan mudah di ingat oleh konsumen pada umumnya dan mudah melekat
- **Legible**
Logo haruslah mudah dibaca, apabila tidak, akan menjadi tidak efektif dan pesan tidak dapat tersampaikan
- **Simple**
Logo yang sederhana akan membuatnya menjadi lebih mudah dikenali, di ingat, dan mudah untuk diaplikasikan
- **Memorable**
Logo yang baik akan menimbulkan kesan yang lama pada konsumen
- **Easily associated with the company**
Citra yang disampaikan harus tampil dari logo itu sendiri
- **Easily adoptable for all graphic media**
Logo yang mudah diaplikasikan pada seluruh media grafis

Tentang Perusahaan

Astro Rent Car pertama berdiri pada tahun 1994, di bentuk oleh seorang wirausahawan bernama Kim Kie Herman. Beliau melihat peluang usaha persewaan mobil awalnya karena beliau memiliki hobi menyetir kendaraan. Sekarang Astro rent car telah memiliki 15 unit kendaraan yang di dominasi oleh model kendaraan keluarga seperti Toyota Avanza atau Kijang Innova. Dahulu Astro rent car sempat dikelola bersama oleh keluarga pak Herman. Semua tidak berjalan mulus seperti rencana, karena banyak anggota keluarga pak Herman yang menelantarkan dan tidak mulai mengurus perusahaan tersebut, akhirnya Astro rent car dikelola sendiri oleh pak Herman.

Tinjauan Permasalahan

Astro rent car memerlukan corporate identity baru yang dapat mewakili citra perusahaan agar dapat mencapai positioning yang dicapai yakni sebagai perusahaan persewaan mobil yang menawarkan sewa mobil dengan harga yang terjangkau dan kualitas pelayanannya tidak kalah dengan rent car yang

lainnya. dengan pencapaian tersebut, Astro dapat mengembangkan perusahaan mereka dengan kualitas yang terbaik di tengah masyarakat Jawa Timur. Citra yang ingin dicapai yaitu citra positif, Inovatif, dan berkualitas dari Astro rent car.

Citra dan Positioning Perusahaan

Astro Rent Car memiliki logo dan corporate identity yang sangat sederhana dan terlihat tidak menarik yang menjadikan daya tarik perusahaan Astro menjadi sangat kurang dan tidak banyak diminati. Astro telah berdiri sejak tahun 1994 dan selama ini mereka belum pernah mengganti corporate identity mereka sama sekali dan pengaplikasiannya pun tidak maksimal. Sehingga citra yang ingin disampaikan oleh Astro sangatlah sulit untuk tersampaikan. Dari hasil observasi penulis, Astro tertinggal jauh dari kompetitor dalam bidang usaha rental mobil. Soal harga Astro memang dapat dibidang murah dan kualitas pelayanan mereka tidak kalah dengan perusahaan rental mobil lainnya. Citra yang ingin mereka berikan tidak terlihat karena kurangnya pengaplikasian corporate identity sehingga kepercayaan konsumen terhadap astro tidak terpenuhi.

Analisis Desain

Berikut ini adalah analisis desain dari logo Astro rent car yang lama dan akan di lihat dari berbagai aspek yang berbeda. Hal ini dilakukan agar dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan yang dimiliki sehingga dapat bermanfaat untuk perancangan corporate identity yang baru.



Gambar 1. Logo astro rent car yang lama

A. Visibility

Logo Astro rent car yang lama seperti gambar di atas terbentuk dari tipografi dan huruf utama yang dijadikan sebagai elemen utama yang terlihat paling mencolok dan logo jenis ini merupakan jenis initial letter logo. Dapat dilihat bahwa logo tersebut tidak menggambarkan sama sekali tentang citra Astro sebagai perusahaan persewaan mobil dan tidak memiliki daya tarik visual, serta terlihat polos. Font yang digunakan termasuk jenis tipografi Roman

B. Symbolic

Aspek simbolik dalam logo Astro di atas dapat kita lihat pada lingkaran yang melingkari huruf inisial utama Astro yaitu huruf "A". lingkaran dalam logo Astro rent car ini memiliki arti simbolik yaitu tak terbatas serta penggunaan warna merah di dalam lingkaran yang dimaksudkan perusahaan dapat berjalan selamanya tanpa halangan dan warna merah merupakan representasi dari simbol kekayaan dan kemakmuran.

C. Uniqueness

Keunikan dalam logo Astro dapat dilihat dalam pemilihan tipografi roman yang dimaksudkan agar mudah diaplikasikan dan mudah terbaca. Pemilihan font merupakan elemen utama yang harus diperhatikan agar logo dapat mudah diaplikasikan dan dikenalkan melalui berbagai macam media.

D. Originality and Distinctiveness

Bentuk lingkaran pada logo Astro belum dapat dikatakan orisinal karena banyak pula perusahaan yang menggunakan bentuk dasar berupa lingkaran. Tetapi penggunaan font pada Astro menjadikan logo mereka tidak memiliki keunikan.

E. Legibility

walaupun logo Astro tidak memiliki keunikan dalam bentuk logo lama mereka, tulisan Astro di sebelah logo mereka dapat terbaca dengan jelas karena pemilihan font yang tepat dan font jenis Roman memiliki legibilitas yang tinggi.

F. Simplicity

Logo yang dimiliki oleh Astro rent car merupakan logo yang sangat simple dalam pemilihan bentuk dasar maupun pada pemilihan font. Karena terlalu simpel memiliki kesan yang polos dan membosankan.

G. Catchy

Aspek pemilihan warna pada logo Astro rent car yaitu penggunaan warna merah yang menyolok di mata dan sangat stand out karena semua warna logo menggunakan warna merah tanpa ada campuran dari warna lain. tetapi penggunaan warna merah yang terlalu berlebihan membuat mata menjadi sakit dan terkesan monoton tanpa warna lain.

H. Representation

Aspek identitas yang dimiliki oleh logo Astro adalah pada bentuk lingkaran yang mengitari inisial A pada Astro. Lingkaran memiliki makna tak terbatas atau selamanya, pemilihan warna merah yang berarti kemakmuran dan kesejahteraan yang diharapkan oleh Astro rent car dalam membangun bidang usaha ini. Tetapi representasi Astro sebagai perusahaan persewaan mobil tidak terlihat dan citra Astro tidak tersampaikan sepenuhnya.

I. Applicable

Pengaplikasian logo Astro mudah dilakukan karena bentuk font yang dimiliki oleh Astro adalah jenis Roman yang pengaplikasiannya dapat dilakukan dengan mudah. Tetapi karena pemilihan warna merah yang terlalu mencolok membuat pengaplikasian logo harus dilakukan pada media dengan warna tertentu. Warna merah tidak dapat terbaca apabila digabungkan dengan warna-warna mencolok lainnya.

J. Kesimpulan

Dari hasil berbagai macam analisis dan berbagai aspek dapat disimpulkan bahwa Astro belum mampu merepresentasikan citra mereka secara tepat dan ideal sesuai dengan citra perusahaan mereka. Logo yang mereka miliki tidak melambungkan sesuatu yang terlihat dan pemilihan warna yang monoton membuat logo ini tidak dapat diaplikasikan secara mudah di bidang dengan warna yang gelap.

Usulan Perancangan

Dari berbagai ulasan yang telah dibahas di atas, Astro memerlukan corporate identity yang baru untuk lebih memunculkan citra dan identitas mereka agar dapat menonjolkan citra dan image perusahaan mereka serta bersaing dengan perusahaan rent car lain.

Konsep Kreatif

Identitas Yang Ingin Ditonjolkan

Perancangan corporate identity ini bertujuan untuk merancang corporate identity yang sesuai dengan citra Astro rent car. Perancangan corporate identity Astro rent car ini berdasarkan tujuan yang ingin dicapai oleh Astro yaitu agar Astro memiliki sebuah citra dan image yang dapat mudah dikenali oleh masyarakat dan konsumen.

Perancangan corporate identity astro ini akan menampilkan sebuah identitas baru didasarkan pada bentuk jasa layanan yang dimiliki oleh Astro. Jasa atau layanan yang dimaksud adalah persewaan mobil, jadi Astro akan lebih dikenal sebagai perusahaan persewaan mobil atau car rental.

Citra Visual Yang ingin Disampaikan

Perancangan corporate identity ini diharapkan dapat mengangkat citra perusahaan sesuai dengan karakter dan identitas dari perusahaan itu sendiri. Desain corporate identity ini dibuat sesuai dengan gambaran pelayanan yang dimiliki oleh Astro, serta

visi dan misinya sehingga tercipta gambaran wajah dari bentuk perusahaan yang jelas yaitu persewaan mobil atau rental car.

Strategi Kreatif

Unsur-Unsur Visual yang Dipilih

Unsur visual yang dipilih adalah bentuk visual dari bentuk Kendaraan bermodel Toyota Kijang Innova, karena Kijang Innova merupakan produk andalan yang dimiliki oleh Astro rent car dan merupakan trademark dari layanan Astro rent car. Unsur Kijang Innova dipilih pula karena Kijang Innova merupakan kendaraan yang sudah umum di mata masyarakat, bila bentuk yang mudah dikenali oleh masyarakat digunakan maka akan memudahkan masyarakat dalam mengingat bentuk logo Astro rent car.



Gambar 2. Kijang Innova

Warna Dasar

Warna dasar yang akan digunakan dalam perancangan corporate identity Astro rent car adalah warna Biru. Warna biru digunakan karena warna biru melambangkan Kepercayaan, Loyalitas, dan Kejujuran yang ingin ditonjolkan dalam corporate Identity Astro rent car. Astro ingin menunjukkan kepada Konsumen dan masyarakat bahwa Astro dapat dipercaya pelayanannya, Loyal atau setia menemani konsumennya sampai ke tempat tujuan dan Kejujuran pelayanan mereka yang jujur dan berintegritas. Penambahan warna lainya ditambahkan untuk mengurangi warna yang terlalu biru, karena warna biru juga memiliki efek membosankan bila tidak di kombinasikan oleh warna lain. Warna kedua yang merepresentasikan logo Astro adalah kuning, Karena kuning melambangkan keceriaan, keramahan dan semangat yang ingin diberikan Astro.

Tipe Atau Jenis Huruf

Jenis dan tipe huruf yang akan digunakan dalam corporate identity Astro adalah San Serif, Jenis font

ini dipilih karena ketegasan yang dicerminkan oleh tipe huruf roman dan mudah diaplikasikan di berbagai bidang. Serta mencerminkan ketegasan dan dedikasi pelayanan Astro rent car, membangun kepercayaan kepada konsumen dan relasi bisnis yang baik di masa yang akan datang.

Gaya Penampilan Grafis

Gaya desain yang akan diberikan kepada Astro rent car adalah simple, jelas, dan terlihat bersih, karena perusahaan yang baik memiliki identitas yang jelas dan terlihat bersih untuk menciptakan citra yang baik di mata konsumen dan masyarakat, serta menunjukkan kesan yang bersahabat tetapi tetap konsisten dalam memberikan pelayanan yang terbaik.

Kriteria Desain

Kriteria Umum

Corporate identity merupakan bentuk visual dan ekspresi grafis dari image dan identitas perusahaan, agar efektif *corporate identity* harus memiliki beberapa kriteria yaitu:

- Simbolisme yang sederhana tetapi mengena
Semakin sederhana suatu simbol, maka akan semakin jelas pula citra dan image yang ingin disampaikan.
- Pemicu visualnya kuat
Simbol harus memiliki dan dapat memicu respon terhadap suatu produk atau perusahaan.
- Identitas sebagai alat promosi dan pemasaran
Corporate identity yang baik akan selalu mengena di mata konsumen. Walaupun kampanye dan iklan suatu produk telah berakhir, tetapi identitas tersebut akan tetap terus digunakan sampai bertahun-tahun.
- Harus dapat mudah dikenal dan di ingat
Apabila perusahaan ingin membangun image yang baru, maka perlu adanya upaya untuk memosisikan ulang image yang telah terbentuk di tengah masyarakat. Reposisi image dapat dilakukan dengan merubah tampilan logo perusahaan. Perubahan ini diperlukan apabila corporate identity yang sudah ada dirasakan tidak kuat dalam menyampaikan makna yang ingin disampaikan oleh perusahaan yang mengakibatkan image yang kurang di mata masyarakat dan konsumen. Maka dari itu perubahan logo dibutuhkan dan diharapkan dapat mengubah citra perusahaan.

Kriteria Khusus

Astro rent car merupakan sebuah bidang usaha yang bergerak di bidang persewaan mobil yang menyewakan segala jenis kendaraan roda empat, tetapi sebagian besar jenis kendaraan keluarga, yaitu *Kijang Innova*. Astro selalu memberikan pelayanan dengan maksimal dan menawarkan harga yang dapat diterima dan dikonsumsi oleh sebagian besar masyarakat yang ingin menyewa kendaraan berjenis mobil keluarga.

Gaya desain yang ingin disampaikan oleh Astro melalui perancangan corporate identity ini adalah gaya desain yang simple, tetapi menjelaskan image dari Astro itu sendiri.

Proses Desain

Data Visual : Bentuk Iconic dan Symbolic

Pada pembuatan logo Astro rent car yang akan penulis rancang kali ini akan digunakan logotype dan logogram. Logogram berfungsi sebagai penonjolan citra yang ingin ditonjolkan oleh Astro rent car sebagai perusahaan persewaan mobil sehingga dapat mudah dikenali dan di terima oleh masyarakat. Logotype sendiri berfungsi untuk memberi pelengkap dan memperjelas logogram di atasnya.

Identitas yang ingin ditonjolkan oleh Astro adalah kepercayaan, integritas, ketegasan dan loyalitas. Dalam persewaan mobil, Astro memiliki armada yang didominasi oleh kendaraan keluarga berjenis Kijang Innova. Kijang Innova merupakan kendaraan komersil dan umum digunakan oleh sebagian besar masyarakat, sehingga Kijang Innova mudah dikenali bentuknya oleh masyarakat luar, selain itu kijang Innova melambangkan kekeluargaan dan kehangatan dalam keluarga, karena kijang Innova sebagian besar digunakan sebagai kendaraan pribadi yang memuat seluruh anggota keluarga dan sebagai kendaraan keluarga. Karena itu Kijang Innova dipilih sebagai bentuk dasar dari logo Astro rent car.



Gambar 3. Kijang innova

Kijang Innova merupakan kendaraan yang diproduksi oleh perusahaan otomotif di Jepang Toyota. Di produksi di Indonesia pada Agustus 2004 dan dalam pengawasan Toyota Jepang dan menggantikan produk mobil keluaran lama mereka yaitu Kijang. Sejak saat itu Toyota Innova di Indonesia mendapatkan perubahan nama yaitu Toyota Kijang Innova.

Data Visual: Tipe dan Jenis huruf

Penggunaan jenis huruf untuk perancangan brand Astro rent car menggunakan jenis huruf san serif berikut macam-macam alternative jenis huruf yang dapat mewakili Astro rent car sebagai logotype adalah:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÁÊËÌÕÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567890(\$£€.,!?)

Gambar 4. font calibri

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÁÊË
PQRSTUVWXYZÀÁÊË
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
qrstuvwxyzàá& 123
4567890(\$£€..!?)**

Gambar 5. font bauhaus

Pengembangan Ide Logo

Pengolahan Bentuk Ikonik Menjadi Simbolik

Bentuk dari mobil Kijang Innova yang sedemikian rupa di sederhanakan sampai terbentuk sebuah simbolik yang merepresentasikan bentuk dari Kijang Innova secara sederhana dan menggambarkan identitas Astro rent car secara keseluruhan.

Pengolahan bentuk Huruf menjadi Logotype

Pada penggunaan logotype Astro rent car, digunakan font Buhaus dan Clibri yang dikombinasikan dan dimodifikasi sesuai dengan

kebutuhan. Bauhaus dan Calibri digunakan karena karakter font yang kuat sesuai dengan kesan yang ingin disampaikan oleh Astro rent car serta memiliki standar keterbacaan yang tinggi. Calibri dan Bauhaus dikombinasikan dengan memperkecil tebal font Bauhaus menjadi seukuran Calibri.



Gambar 6. logotype astro

Sintesis atau penggabungan Bentuk Simbolik dengan Bentuk Logotype



Gambar 7. pengolahan bentuk simbolik

Penyajian Final Artwork



Gambar 8. final artwork

Aplikasi logo dalam sistem Corporate Identity

Berikut merupakan perancangan aplikasi dan penerapan corporate identity ke beberapa media yang dipilih dan berbagai keperluan kantor

- a. Stationary kit



Gambar 9. desain kartu nama



Gambar 10. desain kop surat



Gambar 11. desain amplop



Gambar 12. desain surat jalan



Gambar 13. desain stempel

- b. Merchandise



Gambar 14. desain jam dinding



Gambar 15. desain mug



Gambar 16. desain keychain

c. Signage



Gambar 17. desain signage

d. Seragam



Gambar 18. desain seragam

e. Kendaraan kantor



Gambar 19. kendaraan kantor

f. Media iklan



Gambar 20. desain flyer

Kesimpulan

Perancangan corporate identity Astro rent car ini dilakukan karena Astro merupakan perusahaan asset utama bapak Hermanto yang ingin beliau pertahankan mulai dari awal tahun 1994 sampai sekarang. Oleh karena banyaknya persaingan antara rent car yang lainnya, Astro ingin membentuk sebuah citra dan identitas yang unik yang berbeda dari perusahaan lainnya. Dengan pelayanannya yang baik dan memuaskan, yang merupakan keunggulan Astro ini maka Astro ingin menonjolkan. Perancangan corporate identity Astro rent car adalah ingin menunjukkan identitas perusahaan yang professional, dan berkualitas dengan harga yang bersahabat. Citra yang ingin disampaikan adalah modern, bersahabat, professional dan ramah pelayanan. Unsur yang digunakan dalam perancangan ini adalah bentuk penyederhanaan dari kendaraan mobil kijang Innova, karena Kijang innova terkait erat hubungannya dengan kekeluargaan, kedekatan, dan kehangatan karena Kijang innova kebanyakan berfungsi sebagai kendaraan keluarga dan memiliki image kehangatan, kekeluargaan serta kebersamaan. Selain unsur tersebut, Kijang Innova merupakan produk utama dari persewaan kendaraan Astro rent car. perancangan corporate identity ini memiliki 2 warna utama, yaitu biru dan kuning. Tipe huruf yang digunakan adalah san serif. Selain corporate identity saja, corporate identity yang baru ini akan diaplikasikan ke berbagai media seperti *stationary*, *merchandise*, *signage*, media iklan (*facebook page*, *flyer* dan *xbanner*). Diharapkan dengan perancangan corporate identity ini, Astro dapat dikenal oleh public sesuai dengan image yang diharapkan.

Ucapan Terimakasih

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan anugerah-Nya kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar. Perancangan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka 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 kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini, sebagai berikut:

1. Tuhan YME yang setia membimbing langkah perjalanan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak dosen pembimbing Bapak Drs. I Nengah Sudika Negara, M.Erg dan Hendro Aryanto S.Sn., M.SI yang telah banyak meluangkan banyak waktu dan mengarahkan bimbingan selama tugas akhir ini.
3. Tim penguji yang terdiri dari Bapak Dr. Andrian Dektisa H., S.Sn.,M.Si. dan Ibu Luri Renaningtyas, ST, M.Ds yang telah membebi masukan dan bimbingan selama Sidang.
4. Keluarga yang selalu mendukung baik dalam suka maupun duka dan dalam memenuhi setiap kebutuhan untuk menyempurnakan tugas akhir ini.
5. Kepada teman-teman yang senantiasa mendukung dan memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini terutama Franky Adisastra 42411102 dan Cindy Budiman.
6. Pihak Astro rent car terutama Bapak Herman selaku owner yang berkenan meluangkan waktunya untuk wawancara dan memberi kesempatan saya untuk membuat corporate identity perusahaan

Daftar Pustaka

- Anggoro, M Linggar. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bina Aksara, 2001
- Cenadi, Christine Suharto. "Corporate Identity, Sejarah dan Aplikasinya." *Nirmana 1.2* (Juli 1999): 71-78
- Darmawan, Indra. "Elemen Estetis Pembentuk Logo". 2006. 12 Maret 2014 <<http://belajardekavedua.blogspot.com/2006/06/elemen-estetis-pembentuk-logo.html>>
- Foote, Cameron (2012). *"The Creative Business Guide to Marketing"*. London : W.W.Norton & Company Ltd
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Public Relations dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Grafiti, 2003
- Kotler. P . (2000). "Marketing Management: Analysis, Planning". New Jersey : Prentice Hall.
- Lip, Evelyn. *The design and feng shui of logos, Trademark and Signboard*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 1995.
- Murphy, John. "How to design trademarks and logos", Ohio: North Light Books, 1998.

- Napoles, Veronica (1998). "Corporate Identity Design". New York : Van Nostrand Reinhold
- Rustan, Suriyanto. Mendesain logo. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Setiawan, Ebta. "Perancangan". Kamus Besar Bahasa Indonesia Copyright 2012-2016. <<http://kbbi.web.id/rancang-2>>
- Setiawan, Ebta. "Car rental". Kamus Besar Bahasa Indonesia Copyright 2012-2016. <<http://kbbi.web.id/persewaanmobil>>
- Thomas, Gregory. "*How to design logos, symbols and Icons*". Canada: How Design, 2003
- Wheeler, Alina (2003). Designing Brand Identity : "A complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands. New Jersey: John Willey & Sons. Inc.