

# Perancangan Corporate Identity Hotel Idas Kuta - Bali

Stephani Beatric<sup>1</sup>, A. J Soehardjo<sup>2</sup>, Budi Prasetyadi<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,  
Universitas Kristen Petra Surabaya  
Email: stephanibeatric@yahoo.com

## Abstrak

Hotel Idas Kuta-Bali memerlukan perancangan corporate identity yang baru guna membangun citra perusahaan. Konsep perancangan corporate identity Hotel Idas dibuat sesuai dengan identitas dari hotel ini, yaitu hotel dengan konsep nuansa alam yang nyaman serta menyediakan fasilitas lengkap dengan harga terjangkau. Melalui pembuatan logo pada corporate identity dengan kesan simpel yang unik serta menunjukkan kepribadian dari hotel, kemudian mengaplikasikannya pada berbagai media promosi yang berkaitan.

**Kata Kunci** : Hotel Idas Kuta-Bali, Perancangan Identitas Hotel

## Abstract

*The arrangement of Corporate Identity Hotel Idas Kuta – Bali. Hotel Idas Kuta-Bali need an arrangement of new corporate identity to establish new image of the company. The arrangement concept of corporate identity Hotel Idas made as compatible with the hotel identity which are comfortable natural concept as well as complete facility and budget price. Through the making of corporate identity logo that simple and unique, show the hotel identity, hence applied the logo into various promotion channel.*

**Keywords** : Hotel Idas Kuta-Bali, The Design of Hotel Identity

## Pendahuluan

Hotel merupakan sarana tempat menginap yang sudah berkembang ke arah pemenuhan kebutuhan lain seperti status dan fasilitas penunjang yang pada dasarnya untuk menciptakan rasa aman, nyaman, tenang, bersih, dan kemudahan sarana dalam berpergian. Dan dari sekian banyak tujuan wisata di Indonesia, Denpasar-Bali merupakan salah satu kota yang memiliki tempat wisata yang sangat digemari oleh turis, baik turis domestik maupun asing. Bali terletak di antara Pulau Jawa dan Pulau Lombok. Ibukota provinsinya ialah Denpasar yang terletak di bagian selatan pulau jawa ini. Di dunia Bali terkenal sebagai tujuan pariwisata dengan keunikan berbagai hasil seni-budayanya. Bali juga dikenal dengan sebutan Pulau Dewata dan Pulau Seribu Pura.

Corporate identity Hotel Idas Kuta-Bali yang sudah ada hanya berupa logotype, yang dituliskan secara “asal-asalan” di dinding dengan tulisan “IDAS”, dapat disimpulkan kalau pihak Hotel Idas belum mengerti tentang desain. Logotype yang digunakan saat ini memerlukan perubahan karena

logotype yang sudah ada memiliki jenis huruf Sans Serif yang berkarakter tegas dan kokoh sehingga tidak mencerminkan identitas dari Hotel Idas, sedangkan dari pengamatan identifikasi yang berkaitan dengan identitas dari Hotel Idas adalah:

- a. Hotel kelas melati dengan harga terjangkau tetapi memiliki fasilitas yang tidak kalah dengan hotel bintang 1 atau 2.
- b. Terletak di tempat yang strategis, dekat dengan pantai Kuta, Legian, dan Sunset Road, yang merupakan daerah yang ramai dikunjungi para turis asing maupun domestik, tetapi sulit ditemukan karena tidak adanya petunjuk apa pun.
- c. Hotel yang nyaman untuk beristirahat, bersih, sejuk, tidak bising, dan memiliki pelayanan yang baik.

Di sisi lain, Logotype terkesan tidak profesional, tidak mempunyai efek langsung kepada konsumen sehingga tidak ada orang yang tahu kalau itu adalah sebuah logo dan tidak mencerminkan hotel yang berkualitas dibanding dengan hotel-hotel lain sehingga menimbulkan ketidaktertarikan dan ketidakpercayaan calon

konsumen. Oleh karena itu, Hotel Idas membutuhkan perancangan corporate identity guna membangun citra perusahaan yang sesuai dengan identitas Hotel Idas. Dengan adanya corporate identity yang baru diharapkan hotel Idas dapat memiliki nilai kredibilitas dan menimbulkan awareness/kesadaran di dalam masyarakat tentang keberadaan Hotel Idas, baik oleh wisatawan asing maupun domestik, sehingga Hotel Idas mampu bersaing dengan hotel lainnya yang sekelas dengan Hotel Idas Kuta-Bali.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang *corporate identity* yang baik dan sesuai dengan citra dari Hotel Idas. Ruang lingkup perancangan dibatasi pada perancangan corporate identity yang akan digunakan atau dipasang di lingkungan atau kawasan hotel Idas Kuta-Bali serta penerapan logo pada berbagai media promosi yang berkaitan. Untuk lingkungan indoor dan outdoor dengan jangkauan Target Market yaitu khalayak sasaran umum wisatawan asing maupun domestik, yang tinggal di Bali maupun yang sedang berlibur, dengan kelas ekonomi menengah.

## Tinjauan Teori Tentang Corporate identity

Menurut Frans Jeffkins, corporate identity adalah suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan lainnya” (296). Bisa dikatakan corporate identity adalah perancangan desain logo dan mengaplikasikannya pada *stationery, signage system*, sampai ke semua alat yang digunakan oleh lembaga, yang sesuai dengan identitas, tujuan, image yang ingin dibangun oleh lembaga tersebut. (Darmawan 14-15).

*Corporate identity* yang merupakan suatu bentuk visual dan ekspresi grafis dari image dan identitas suatu perusahaan. Sebagai bentuk visual, corporate identity menampilkan simbol yang mencerminkan image yang hendak disampaikan. Sebagai suatu ekspresi grafis, sebuah identitas perusahaan dapat diciptakan dan mempengaruhi nasib dari perusahaan tersebut. Identitas suatu perusahaan dibentuk berdasarkan sejarah perusahaan, kepercayaan, filosofi dan para pendiri atau pekerja diperusahaan tersebut. Hal ini dimulai dari membuat nama perusahaan, kemudian membuat logo yang mewakili nama perusahaan. Berikutnya seringkali terdapat slogan, yang dapat menunjukkan fungsi perusahaan atau menyuarakan nilai-nilai perusahaan ataupun kepercayaan yang dianut perusahaan. Slogan ini dapat berupa kata-kata motivasi ataupun seruan singkat, sesuai dengan keinginan perusahaan, setelah itu disesuaikan bahasa perusahaan yang digunakan dengan target market (Rivers 12).

Keseluruhan elemen ini disatukan menjadi sebuah style manual perusahaan yang termasuk

didalamnya instruksi yang detail, untuk penggunaan bahasa tulisan maupun bahasa gambar, yang akan diaplikasikan dalam literature perusahaan, sinage stationary dan sebagainya. Yang mana di dalamnya dicantumkan penggunaan warna, typeface dan spesifikasi ukuran (Rivers 12).

## Tinjauan Permasalahan

Hotel Idas memerlukan perancangan corporate identity yang sesuai dengan identitas diri dari Hotel Idas Kuta-Bali, yang juga menampilkan citra hotel yang menjadi cerminan dan konsep yang hendak dibangun dari awal mula berdirinya Hotel Idas Kuta-Bali. Dimana identitas yang sesuai dengan citra dari Hotel Idas sangatlah diperlukan dan memberikan pengaruh besar untuk kemajuan perkembangan Hotel Idas Kuta-Bali dimata konsumen Hotel Idas.

## Metode Perancangan

### 1. Data yang Dibutuhkan

Data yang dibutuhkan terdiri dari 2 bagian, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah hotel, logo yang sudah ada, media promosi, target market, serta fasilitas yang tersedia. Sedangkan data sekunder yang digunakan adalah kondisi pariwisata di Bali serta kompetitor.

### 2. Metode Pengumpulan Data

#### a. Data Primer

Data Primer dilakukan dengan cara:

##### 1) Wawancara

Wawancara adalah data yang dikumpulkan dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan beberapa narasumber yang terkait dengan perihal yang menjadi obyek yang di teliti yaitu Bapak Wawan selaku manager dari Hotel Idas, pada masyarakat sekitar, turis yang sedang menginap di hotel.

##### 2) Observasi

Observasi adalah dilakukan dengan meneliti adanya media iklan atau tidak, jumlah pelayan, tipe kamar, tarif kamar, dan lokasi hotel dengan mendokumentasikan foto – foto hotel, foto fasilitas yang terdapat di hotel, foto hotel tampak dari luar. Dalam hal ini observasi dilakukan kepada turis.

#### b. Data Sekunder

Data Sekunder dilakukan dengan cara:

##### 1) Literatur / studi pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data melalui observasi studi kepustakaan dan buku-buku ilmiah. Metode kepustakaan merupakan teknik observasi secara tak langsung.

- 2) Internet  
Internet adalah sistem informasi yang saling berhubungan ke seluruh dunia yang mentransfer data melalui packet switching melalui internet protocol, di dalamnya terdapat banyak sekali informasi dan service seperti e-mail dan halaman web pages. Saat ini teknologi internet sangat penting berkaitan dengan pengumpulan data dan informasi pada era digital ini. Kebanyakan data-data terutama yang berasal dari luar negeri dan data-data lama lebih mudah ditemukan didalam jaringan internet.
- c. Alat Pengumpulan Data:
- 1) Komputer alat elektronik yang dapat menerima input data dan mengolahnya menjadi suatu informasi, dengan menggunakan suatu program yang tersimpan di memorinya, serta dapat menyimpan program dan hasil pengolahannya, dimana bekerja secara otomatis.
  - 2) Internet (interconnection-networking) ialah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar Internet Protocol Suite (TCP/IP) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia. Manakala Internet ialah sistem komputer umum, yang terhubung secara global dan menggunakan TCP/IP sebagai protokol pertukaran paket.
- d. Metode Analisis Data  
Dengan menganalisa data-data yang diperoleh dari wawancara, observasi, literatur, internet, serta dokumentasi yang berupa foto / tulisan / file menggunakan metode kualitatif dan menganalisa menggunakan metode analisa SWOT yang akan dilakukan terhadap Hotel Idas serta kompetitornya, yang akan berguna dalam perancangan corporate identity hotel ini.

## Analisis Desain

Analisis desain yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Visibility  
Apakah sebuah logo akan terlihat menonjol dalam sebuah lingkungan sekitarnya hingga dapat menghasilkan identifikasi cepat dan mudah diingat?
- b. Symbolic  
Sebuah logo yang menggunakan simbol, haruslah simbol tersebut sesuai dengan makna yang terkandung dalam citra perusahaan, dengan kata lain simbol tersebut dapat mencerminkan perusahaan tersebut.
- c. Uniqueness

Sebuah logo harus memiliki kekhasan dan keunikan sebagai daya tarik yang berbeda dan jelas.

- d. Originality and Distinctiveness  
Sebuah logo haruslah memiliki keaslian yaitu sebuah logo tidak boleh meniru dari logo milik orang lain ataupun meniru milik dari pesaing perusahaan.
- e. Legibility  
Sebuah logo harus memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi walaupun dalam berbagai macam ukuran dan media yang berbeda-beda.
- f. Simplicity  
Sebuah logo haruslah sederhana dalam artian mudah ditangkap, diterima, dimengerti dan diingat.
- g. Catchy  
Sebuah logo haruslah mudah diingat dan mudah tertanam dalam benak oleh konsumen dan masyarakat umum dengan visualisasi yang dapat menggambarkan identitas dari sebuah perusahaan.
- h. Representation  
Sebuah logo harus mampu mengungkapkan sifat dan citra dari perusahaan yang sesuai tanpa penggambaran yang terlalu berlebihan.
- i. Applicable  
Seberapa fleksibel rancangan logo tersebut dapat diterapkan ke berbagai macam teknis aplikasi. Mempertimbangkan apakah logo muncul pada resolusi layar televisi atau harus diembos. Logo yang baik harus dapat diterapkan ke dalam berbagai teknik aplikasi.

## Konsep Perancangan

Konsep perancangan corporate identity Hotel Idas Kuta-Bali ini akan dibuat sesuai dengan identitas dari hotel ini. Melalui pembuatan logo pada corporate identity dengan kesan simple yang unik serta menunjukkan kepribadian dari hotel ini. Kemudian mengaplikasikannya pada berbagai media promosi yang berkaitan untuk memberitahukan keberadaan Hotel Idas Kuta-Bali pada wisatawan asing maupun domestik serta masyarakat bahwa Hotel ini memiliki suasana nyaman dan memiliki kualitas yang baik dengan harga ekonomis serta lokasi yang strategis.

### 1. Konsep Kreatif

Konsep kreatif pada perancangan ulang corporate identity dari Hotel Idas Kuta-Bali adalah sebagai berikut:

- a. Identitas yang ingin ditonjolkan  
Identitas yang ingin ditonjolkan dalam perancangan ulang corporate identity ini adalah identitas dari Hotel Idas Kuta-Bali sebagai hotel dengan konsep nuansa alam yang nyaman menyediakan fasilitas lengkap dengan harga terjangkau.

- b. Citra visual yang ingin ditampilkan  
Citra visual yang ingin ditampilkan adalah nuansa alam yang nyaman dari Hotel Idas Kuta-Bali dengan harga terjangkau. Citra tersebut ditampilkan dengan nuansa yang bersifat alam kekhasan Pulau Bali dengan kesan kelebihan yang dimiliki oleh Hotel Idas Kuta-Bali apabila dibandingkan dengan hotel-hotel kompetitor yang sudah ada.

## 2. Stregi Kreatif

Dari tinjauan dan penelitian yang sudah dilakukan untuk melakukan perancangan Corporate Identity Hotel Idas Kuta-Bali, selama ini Hotel Idas Kuta-bali belum memiliki identitas perusahaan yang sesuai dengan citra dari hotel, dimana identitas yang sesuai dengan citra hotel haruslah dibangun dan ditampilkan ke masyarakat, dengan adanya identitas yang sesuai diharapkan visi dan misi awal mula pendirian Hotel Idas Kuta-Bali dapat tercapai dan dapat semakin meningkatkan Hotel Idas sebagai pilihan dan lebih baik dari kompetitor-kompetitor yang ada. Selanjutnya, strategi kreatif pada perancangan ulang corporate identity dari Hotel Idas Kuta-Bali adalah sebagai berikut:

- a. Unsur-unsur ikonik yang relevan  
Alternatif unsur ikonik yang akan digunakan adalah pepohonan, karena merupakan salah satu unsur alam yang mencerminkan kesan natural dari Hotel Idas dan dedaunan yang rindang dari pohon bisa memberikan keteduhan dan kesejukan, dengan adanya keteduhan dan kesejukan maka kita akan merasa nyaman.
- b. Warna dasar  
Warna dasar yang dipilih adalah warna biru-hijau (turquoise), warna turquoise memiliki unsur air, yaitu memiliki arti keterbukaan dan positif, bebas dan luas. Sebuah perlindungan yang memiliki unsur kebahagiaan, kehangatan, kedamaian, ketenangan, kesejukan, kenyamanan. Dengan komposisi CMYK (C=59, M=0, Y=22, K=0). Warna oranye melambangkan keseimbangan, kehangatan, kebahagiaan, kesegaran, dan menekankan sebuah produk yang tidak mahal. Dengan komposisi CMYK (C=0, M=50, Y=100, K=0). (“Psikologi Warna”, par.8)
- c. Tipe atau Jenis Huruf  
Font logo menggunakan jenis huruf bertipe Script yang menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas, atau pensil tajam dan bersifat italic. Kesan yang ditimbulkan adalah keakraban dan natural yaitu Honey Script.ttf, dengan alternatif font logo bertipe Script, seperti: Excellentia in Excelsis.ttf, Gabrielle.ttf, Tangerine.ttf, Angelina.ttf.

Font yang dipilih untuk tulisan “Hotel” berjenis huruf Sans Serif agar menimbulkan kesan modern, kontemporer, mudah dibaca, tidak kaku, dan efisien. Dan jenis font yang dipakai pada penulisan teks alamat adalah Calibri.ttf, dengan alternatif font logo bertipe Sans Serif, seperti: Corbel.ttf, Myriad Pro.ttf, Helvetica.ttf, Arial.ttf, Font untuk nama jalan, alamat, dan email menggunakan logotype bertipe Sans Serif juga yaitu SciFly-Sans.ttf, sedangkan alternatif lainnya adalah Sathu.ttf.

- d. Gaya penampilan grafis  
Gaya grafis yang akan digunakan adalah gaya grafis simplicity, gaya simplicity merupakan gaya yang ‘berlawanan’ dengan gaya dekonstruksi. Cirinya dari gaya simplicity adalah meminimalisasi penggunaan elemen-elemen desain, layer bidang teks dan gambar pada desain sehingga visualisasi tampak polos dan sederhana (“Pengantar Gaya Desain”, par.32). Gaya ini dipilih dalam pembuatan logo Hotel Idas sehingga target market dan masyarakat lebih terfokus pada informasi yang diberikan melalui bentuk dan teks. Gaya desain simplicity menampilkan kesan bersih, elegan dan formal. Pemilihan gaya desain ini ditujukan untuk memaksimalkan gambar, ilustrasi yang digunakan sebagai point utama. Semakin simpel gaya grafis yang dimiliki semakin mudah dimengerti dan diingat, sehingga pesan yang ada dapat disampaikan dengan cepat namun bertahan lama dalam ingatan seseorang.

## 3. Kriteria Desain

Kriteria yang digunakan pada perancangan ulang corporate identity dari Hotel Idas Kuta-Bali adalah sebagai berikut:

- a. Kriteria umum  
Kriteria umum yang digunakan meliputi:
  - 1) Unik  
Menampilkan kekhasan Pulau Bali melalui elemen-elemen pantai yang identik dengan keindahan dan suasana dari alamnya.
  - 2) Sempel  
Melalui unsur alam yang mudah dikenali dan diingat. Dengan penggunaan warna turquoise memunculkan nuansa nyaman, hangat, bahagia, ketenangan, mempresentasikan laut yang dalam serta tidak terbatas. Makna tidak terbatas diartikan pada suatu pengalaman yang akan didapatkan dan diperoleh dengan kenyamanan. Dan warna oranye yang mengesankan bahwa harga tidak mahal.
  - 3) Mudah dihubungkan dengan citra Hotel Idas  
Dengan menampilkan unsur alam Pulau Bali pada logo diharapkan masyarakat

dapat lebih mengenali Hotel Idas sebagai hotel yang bernuansa alam yang nyaman dengan harga ekonomis.

- 4) Fleksibel  
Dengan bentuk yang simpel dan unik maka logo tersebut dapat memiliki berbagai versi bentuk, warna, dan ukuran tanpa kehilangan jati dirinya.
- b. Kriteria khusus  
Logo akan dibuat berdasarkan visi dan misi yaitu hotel dengan nuansa alam yang nyaman berkualitas dengan harga ekonomis sebagai sarana penunjang pariwisata bagi turis yang berada di Bali, dan hotel yang memadukan antara dunia perhotelan dan pariwisata.

#### 4. Rencana Aplikasi

Perancangan ulang corporate identity dari Hotel Idas Kuta-Bali akan diaplikasikan pada hal-hal berikut:

- a. Stationery, meliputi:
  - 1) Kop Surat
  - 2) Notes
  - 3) Kartu Nama
  - 4) Amplop
  - 5) Stofmap
  - 6) Nota
- b. Merchandise, meliputi:
  - 1) Topi
  - 2) T-shirt
  - 3) Mug
  - 4) Payung
  - 5) Shopping Bag
- c. Papan Nama, meliputi:
  - 1) Papan Nama Hotel
  - 2) Papan Nama Petunjuk Jalan
- d. Peralatan Kantor, meliputi:
  - 1) Ballpoint
  - 2) Stempel
  - 3) Nametag Staff
  - 4) Jam Dinding
  - 5) Room Keychain
- e. Seragam, meliputi:
  - 1) Polo Shirt
  - 2) T-Shirt
- f. Elemen Eksterior, yaitu pada petunjuk arah.
- g. Elemen Interior, meliputi:
  - 1) Signage Ruangan
  - 2) Room Door Sign
  - 3) Logo di receptionist
- h. Media Iklan, meliputi:
  - 1) Brosur
  - 2) Iklan Majalah
- i. Company Profile, yaitu pada booklet.

### Proses Desain

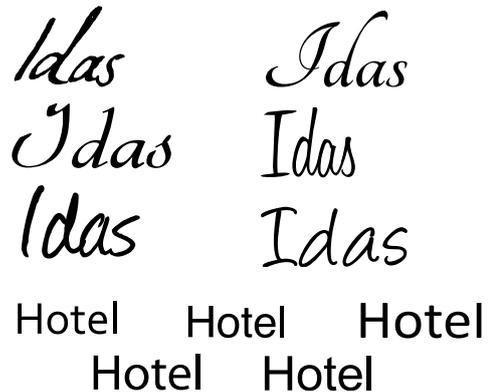
#### 1. Penjaringan Ide

- a. Data Visual:  
Bentuk Ikonik dan Bentuk Simbolik



Gambar 1. Penyajian Data Visual Bentuk Ikonik

- b. Data Visual:  
Bentuk atau Tipe atau Jenis Huruf



Gambar 2. Penyajian Data Visual Jenis Huruf

#### 2. Pengembangan Ide Logo

- a. Pengolahan Bentuk Ikonik Menjadi Bentuk Simbolik



Gambar 3. Pengolahan Bentuk Ikonik Menjadi Bentuk Simbolik

- b. Pengolahan Bentuk Huruf Menjadi Bentuk Logotype



Gambar 4. Pengolahan bentuk huruf menjadi bentuk *Logotype*

3. Sintesis atau Penggabungan Bentuk Simbolik dengan Bentuk Logotype



Gambar 5. Pengolahan bentuk huruf menjadi bentuk *logotype* (Lanjutan)

4. Evaluasi untuk Menentukan atau Memilih Alternatif yang Terbaik

Logo Hotel Idas dievaluasi untuk mencari alternatif yang terbaik, penggunaan logotype dan visual disesuaikan dengan konsep dan citra dari Hotel Idas, juga menggunakan gaya grafis simplicity yang simpel dan menarik sehingga mudah diingat dan dipahami masyarakat. Adapun alternatif logo Hotel Idas yang terbaik menurut penulis adalah sebagai berikut:



Gambar 6. Alternatif logo terbaik

5. Penyajian dalam Bentuk Artwork dari Logo yang Terpilih

- a. Logo Positif - Negatif



Gambar 7. Logo Positif – Negatif

- b. Logo Monochrome



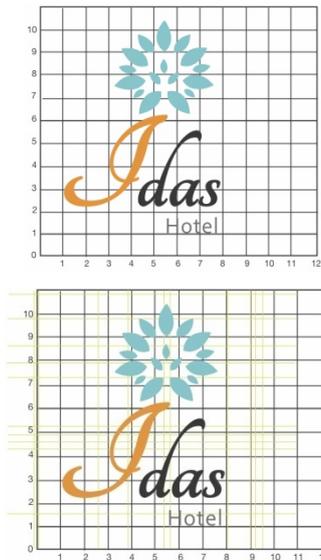
Gambar 8. Logo Monochrome

- c. Variasi Ukuran



Gambar 9. Variasi Ukuran

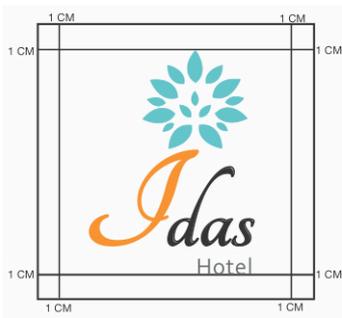
d. Mekanikal Desain (*Grid System*)



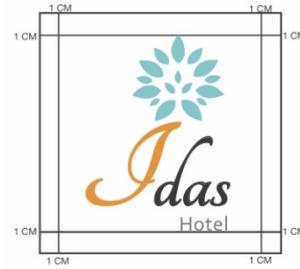
**Gambar 10. Grid System (dalam satuan cm)**

e. *Minimum Clear Area*

Jarak minimal antara sisi-sisi logo terluar dengan bidang kertas tidak boleh lebih kecil dari 1 cm (minimal 1 cm).



**Gambar 11. Minimum Clear Area**



**Gambar 11. Minimum Clear Area (Lanjutan)**

f. Aturan-aturan Logo

- 1) Penerapan warna logo dengan latar belakang putih atau warna terang



**Gambar 12. Penerapan warna logo dengan latar belakang putih atau warna terang (Lanjutan)**

- 2) Penerapan warna logo dengan latar belakang berwarna-warni



**Gambar 13. Penerapan Warna Logo Dengan Latar Belakang Berwarna-warni**



**Gambar 13. Penerapan Warna Logo Dengan Latar Belakang Berwarna-warni**

- 3) Penerapan warna logo dengan latar belakang warna gelap



**Gambar 14. Penerapan warna logo dengan latar belakang warna gelap**

- 4) Penerapan warna logo dengan latar belakang positif - negatif



**Gambar 15. Penerapan Warna Logo Dengan Latar Belakang Positif-Negatif**

- 5) Penerapan warna logo dengan latar belakang warna logo



**Gambar 16. Penerapan Warna Logo Dengan Latar Belakang Warna Logo**

- 6) Penerapan logo pada latar belakang gambar atau foto



**Gambar 17. Penerapan Logo Pada Latar Belakang Gambar atau Foto**

- 7) Modifikasi logo



**Gambar 18. Modifikasi Logo**



**Gambar 18. Modifikasi Logo (Lanjutan)**

## 6. Studi Penerapan Warna

Warna yang digunakan pada logo Hotel Idas adalah turquoise, oranye, hitam, dan abu-abu.

- a. Warna turquoise  
Warna turquoise pada dedaunan memiliki arti keterbukaan dan positif, bebas dan luas. Sebuah perlindungan yang memiliki unsur kebahagiaan, kehangatan, kedamaian, ketenangan, kesejukan, kenyamanan.
- b. Warna oranye  
Warna oranye pada huruf "I" melambangkan keseimbangan, kehangatan, kebahagiaan, kesegaran, dan menekankan sebuah produk yang tidak mahal.
- c. Warna hitam  
Warna hitam melambangkan perlindungan, power, kemakmuran, dan universal.
- d. Warna abu-abu  
Warna abu-abu adalah warna alam, juga merupakan warna netral, bisa diandalkan, dan mudah dilihat oleh mata.

## 7. Penyajian Final Artwork

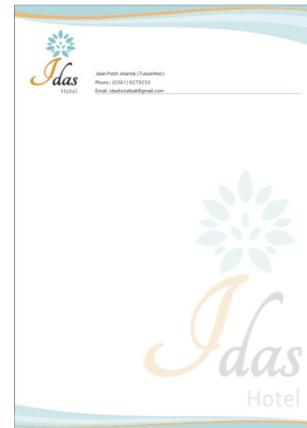


**Gambar 19. Final Art Work**

## Aplikasi Logo dalam Sistem Corporate Identity

Beberapa contoh aplikasi logo dalam sistem *corporate identity* Idas Hotel akan disajikan sebagai berikut:

### 1. Stationery



**Gambar 20. Kertas Surat**

### 2. Merchandise



**Gambar 21. Gelas/Mug**

### 3. Signage (Papan Nama)



**Gambar 22. Papan Nama Hotel**

#### 4. Peralatan Kantor



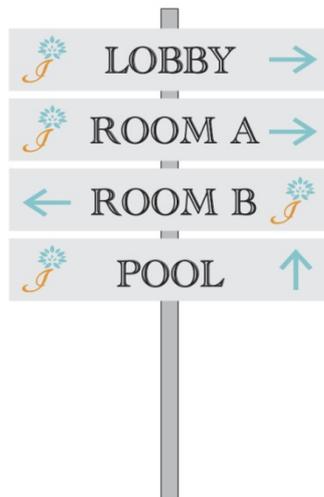
Gambar 23. Jam Dinding

#### 5. Seragam



Gambar 24. Seragam (Kemeja)

#### 6. Elemen Eksterior



Gambar 25. Petunjuk Arah

#### 7. Media Iklan

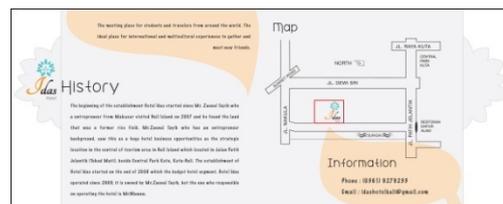


Gambar 26. Brosur

#### 8. Company Profile



Gambar 27. Company Profile (Cover)



Gambar 28. Company Profile (Hal. 1)

#### 9. GSM (Graphic Standart Manual)



Gambar 29. GSM Cover

## PENDAHULUAN

### Logo sebagai pembangun citra perusahaan

Sebuah perusahaan yang baik tentunya harus memiliki corporate identity yang baik juga, karena corporate identity merupakan suatu bentuk visual dan ekspresi grafis dari image dan identitas suatu perusahaan. Corporate identity yang baik harus memiliki karakter dengan simbolisme yang sederhana tetapi mengena dan harus dapat diingat dan mengesankan. Dengan adanya identitas yang jelas maka akan mempermudah melakukan promosi yang tepat sasaran untuk target marketnya.

Adapun logo harus mencerminkan citra positif perusahaan dan terpercaya dengan cara memaksimalkan pesan-pesan yang menguntungkan dalam bentuk gambar dan lambang.

Adapun syarat logo yang baik menurut David E. Carter adalah:

1. **Original dan Distinctive**, yaitu memiliki kekhassan, keunikan dan daya beda yang jelas.
2. **Legible**, yakni memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun dalam berbagai macam ukuran dan media yang berbeda-beda.
3. **Simple**, yaitu dengan kata lain sederhana, dalam artian mudah ditanggapi, diterima, dimengerti, dan diingat dalam waktu singkat.
4. **Memorable**, yaitu cukup mudah diingat karena keunikannya dan dalam kurun waktu yang lama.
5. **Easily Associated with the Company**, logo yang baik akan mudah dihubungkan dengan jenis usaha atau event dan citra suatu perusahaan.
6. **Easily Adaptable for All Graphic Media**, faktor kemudahan aplikasi logo, baik menyertakan bentuk, warna maupun konfigurasi logo pada saat proses perancangannya agar tidak menimbulkan kesulitan dalam penerapan.

Gambar 30. GSM Pendahuluan

| DAFTAR ISI                             |    |                           |
|--|----|---------------------------|
| Pendahuluan                            | ii | Merchandise :             |
| Daftar Isi                             | iv | Topi                      |
| Konsep Logo :                          |    | T-Shirt                   |
| Dasar Bentuk                           | 01 | Playng                    |
| Misi Visual Logo                       | 02 | Shopping Bag              |
| Warna Logo CMYK                        | 03 | Papan Nama                |
| Warna Logo Pantun Putih                | 04 | Papan Nama Hotel          |
| Warna Logo Prosidur                    | 05 | Papan Nama Petunjuk Jalan |
| Warna Logo Negatif                     | 06 | Pelatihan Kantor          |
| Warna Logo pada Background Warna Logo  | 07 | Salopang                  |
| Warna Logo pada Background Warna Dasar | 08 | Stempel                   |
| Warna Logo pada Background Warna Mada  | 09 | Rooming Staff             |
| Warna Logo pada Background Warna Tua   | 10 | Jam Dinding               |
| Warna Logo pada Background Gambar/Foto | 11 | Room Keychain             |
| Haruf / Typeface                       | 12 | Pada alat                 |
| Grid Logo                              | 13 | T-Shirt                   |
| Minimum Clear Area                     | 14 | Elemen Eksterior :        |
| Ukuran Logo                            | 15 | Patung-Arah               |
| Modifikasi Logo                        | 16 | Elemen Interior           |
| Logo dan Standartasi                   | 17 | Signage Ruangn            |
| Stationery                             | 18 | Room Door Sign            |
| Kop Surat                              | 18 | Logo @ Receptionist       |
| Amplang                                | 19 | Media Klien               |
| Kartu Nama                             | 20 | Brosur                    |
| Notep                                  | 21 | Klar Mapahan              |
| Stikrap                                | 22 | Company Profile           |
| Nota                                   | 23 | Booklet                   |
|  |    | 24                        |
|  |    | 25                        |
|  |    | 26                        |
|  |    | 27                        |
|  |    | 28                        |
|  |    | 29                        |
|  |    | 30                        |
|  |    | 31                        |
|  |    | 32                        |
|  |    | 33                        |
|  |    | 34                        |
|  |    | 35                        |
|  |    | 36                        |
|  |    | 37                        |
|  |    | 38                        |
|  |    | 39                        |
|  |    | 40                        |
|  |    | 41                        |
|  |    | 42                        |
|  |    | 43                        |
|  |    | 44                        |

Gambar 31. GSM Daftar Isi

## 11. Poster Konsep



Gambar 33. Poster Konsep

## 10. Katalog Pameran Tugas Akhir



Gambar 32. Katalog Pameran

## Penutup

### 1. Kesimpulan

Corporate identity merupakan suatu elemen yang sangat penting dalam suatu perusahaan, dimana corporate identity adalah suatu wujud dan citra yang wajib dimiliki sebagai suatu identitas dan ketepatan misi dari suatu perusahaan yang dapat menimbulkan dampak kepercayaan dari konsumen dan masyarakat. Hotel Idas Kuta-Bali merupakan hotel kelas melati yang memiliki fasilitas yang tidak kalah dengan hotel bintang 1 dan 2, dimana Hotel Idas sendiri memiliki lokasi yang sangat strategis, tempat tujuan utama turis ketika berada di Pulau Bali, namun selama ini masih banyak masyarakat yang kurang mengenal Hotel Idas Kuta-Bali. Beberapa faktor permasalahan mendasar adalah belum adanya identitas perusahaan yang baik, tidak sesuai dengan citra dari Hotel Idas Kuta-Bali, serta tidak dapat menjangkau target audience dan target market dengan baik.

Demikian permasalahan yang telah ditemukan dan dibahas, perancangan ini diwujudkan sebagai bentuk jawaban dan pemecahan masalah yang dilakukan dalam mewujudkan citra sesungguhnya dari Hotel Idas Kuta-Bali, melalui perancangan corporate identity ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya suatu perancangan corporate identity bagi kelangsungan suatu perusahaan agar tetap menjaga eksistensi di dalam ketatnya persaingan bisnis saat ini.

## 2. Saran

Pada saat melakukan perancangan corporate identity ini hal-hal yang perlu diperhatikan adalah banyaknya produk-produk dari kompetitor yang sebenarnya hampir sama dan serupa, maka faktor-faktor kelebihan yang dimiliki harus sangat ditonjolkan sehingga mampu menarik minat target audience dan target market. Studi referensi dan observasi terhadap latar belakang perusahaan yang bersangkutan akan sangat efektif, juga melengkapi diri dengan referensi perkembangan corporate identity pada zaman tersebut untuk menciptakan suatu gaya desain logo dan ciri visual corporate identity yang lebih baik.

Bagi perancang-perancang lainnya yang ingin melanjutkan perancangan ini, sebaiknya strategi yang dilakukan harus lebih diperbarui, kreatif modern dan mengikuti jaman pada saat itu. Aplikasi - aplikasi yang diciptakan diarahkan pada media-media kreatif yang lebih luas dan berbeda serta sesuai dengan kebutuhan konsumen pada saat itu.

## Daftar Pustaka

- Darmawan, Indra. "Elemen Estetis Pembentuk Logo." Para Design Grafis Weblog. 2008. 01 Maret 2013. <<http://designgrafis.wordpress.com>>.
- Rivers, Charlotte. *Identity*. Switzerland : Rotvision SA, 2003.
- White, Schott. "Defining Corporate Identity, Branding Identity, and Brand Image." Web-Source. 2008. 01 Maret 2013. <<http://web-source.net/internet-marketing..net>>.
- "Pengertian Fungsi Logo." Akarapi. 2010. 17 Maret 2013. <<http://desainlogodesign.com/privacy-statement-63.html>>.
- Wardana, Aul. "Jenis dan Tipe Logo." 24 September 2010. 17 Maret 2013. <<http://aulwardana.student.umm.ac.id/2010/09/24/jenis-dan-tipe-logo/>>.
- Sasongko, Aditya. "Pengantar Gaya Desain" 2002. 12 April 2013. <<http://www.slideshared.net/adityasasongko/02-pengantar-metodologi-desain-perkembangan-aliran-pemikiran-gaya-dalam-desain>>.