

## BAB IV

### IMPLEMENTASI KARYA

Didalam bab ini berisitentang proses produksisaranakomunikasi visual yang telahdirancangsesuaidengankonsep “Trust” yang diarahkanuntuk memperkuat brand image perusahaan Eka Proma sebagai perusahaan yang ahli dalam pembuatan komponen sepatu dan sandal berbahan PVC. Dalamhalinipembahasanimplementasidesainmeliputipemilihan media dalam proses redesain logo dan perancangan *corporate identity* dari Eka Proma. Media yang dipilihadalahperpaduandaribentuk-bentuk media yang dapatmendukungupayapromosi dan meyakinkan para perusahaan besar untuk menjadi partner bisnisnya. Berikutbeberapa upaya dan media yang digunakanebagaisaranakomunikasi visual dalamupayaperancangancorporate *identity* dari Eka Proma.

#### 4.1 Implementasi Media

Implementasi dilakukan setelah adanya proses pembuatan sketsa desain pada masing-masing media yang sudah ditentukan sampai dengan proses akhir perancangan atau *final artwork*.

Sketsadesain yang terpilihdiimplementasikanpadamasing-masing media yang sudahditetapkandalamperancangancorporate *identity* untuk Eka Proma diantaranya sebagaiberikut:

## 1. Logo

Berdasarkan hasil sketsa *logogram* dan pemilihan *logotype*, terpilihlah desain akhir *logogram* yang telah ditunjukkan pada gambar 3.6 dan dari alternatif *logotype* pada gambar 3.17, desain logo yang akan diaplikasikan pada setiap media untuk keperluan promosi Eka Proma adalah yang ada pada gambar 4.1.



Gambar 4.1 Logo Eka Proma  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)

Konsep desain logo dipilih berdasarkan karakteristik dari perusahaan diantaranya adalah modern, formal, inisial dari nama perusahaan, dan profesionalisme. Beberapa aspek tersebut direalisasikan kedalam bentuk logo Eka Proma seperti pada gambar diatas. Pada *logotype* “Eka Proma”, sengaja dipilih huruf yang kaku untuk mengesankan modern dan tegas. Untuk warna logo dipilih warna biru dan merah sesuai dengan gambar 3.8.

Hal ini berdasarkan pertimbangan konsep “Trust” yang dalam psikologi warna, warna biru memiliki arti percaya. Kesan terhadap rasa percaya dimunculkan sebagai upaya meyakinkan para investor atau calon partner bisnis untuk percaya dengan potensi yang dimiliki Eka Proma sebagai perusahaan yang ahli dalam bidang pembuatan komponen sepatu dan sandal berbahan PVC karena pengalamannya yang lebih dari 10 tahun dalam bidang tersebut. Warna merah pada logo melambangkan ambisi, menonjol (berbeda karena keunikannya), dan pemimpin. Pemimpin dalam hal ini adalah dapat menjadi perusahaan yang memimpin pasar skala nasional dalam hal pembuatan komponen sepatu dan sandal berbahan PVC (Rustan, 2009:73). Warna merah ini diambil berdasarkan pertimbangan ambisi dari visi dan misi perusahaan Eka Proma untuk bisa dikenal dalam skala nasional dalam produksi sepatu dan sandal berbahan PVC.

## 2. Tagline

Untuk tagline menggunakan kata “Experting PVC manufacturer Outsole, Shoes and Sendal” yang dimana dalam bahasa Indonesia memiliki arti sebagai Perusahaan yang ahli dalam pembuatan sepatu dan sandal berbahan PVC. Selain logo utama, juga terdapat tagline. Tagline berfungsi sebagai penjabar logogram siapakah Eka Proma itu atau seperti apakah perusahaan Eka Proma itu. Tagline ini diletakkan terpisah dari logo utama.

## Experting PVC manufacturer Outsole, Shoes and Sandal

Gambar 4.2 Tagline

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)

### 3. Penggunaan Logo

Logo utama dari Eka Proma terdiri dari logogram dan *logotype* yang digunakan sesuai dengan keperluan yang berbeda. Berikut ini merupakan penjelasan elemen logo dan ketentuan penggunaannya.

#### a. Logo Eka Proma

Logo Eka Proma adalah identitas visual utama. Logo ini harus ada atau muncul dalam setiap aplikasi media, cetak maupun elektronik.

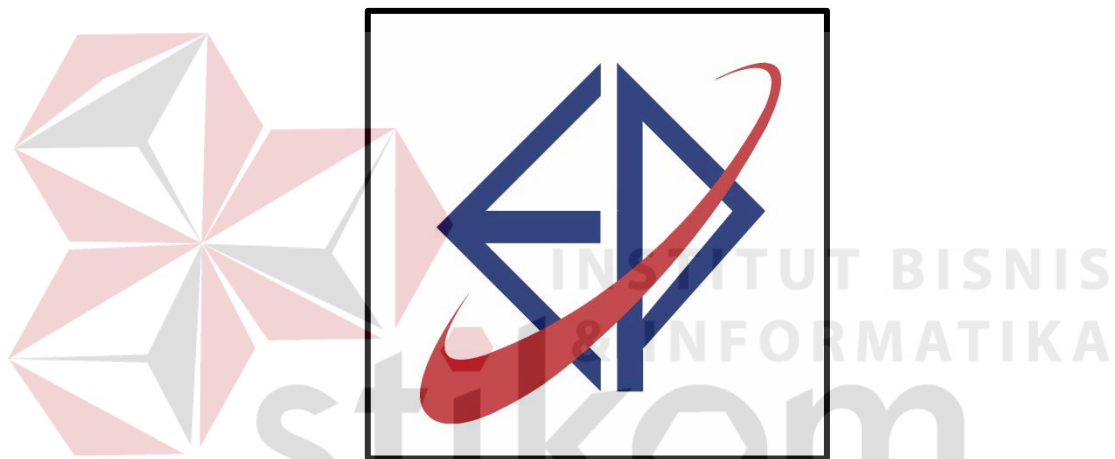


Gambar 4.3 Logo Eka Proma tanpa *tagline*

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)

b. Logogram Eka Proma

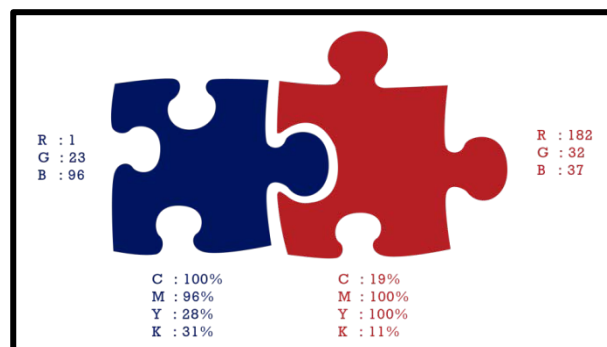
Logo dapat dipisah pengaplikasiannya dengan batasan hanya sebagai pelengkap unsur visual atau bersifat dekoratif hanya pada berbagai media yang ditentukan.



Gambar 4.4 Logogram Eka Proma  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)

c. Ketentuan warna logo

Warna logo menggunakan 2 warna yaitu warna biru *bold* dengan kalibrasi warna (C:100% M:96% Y:28% K:31%) (R:1 G:23 B:96), merah dengan kalibrasi (C:19% M:100% Y:100% K:11%) (R:182 G:32 B:37).



#### Gambar 4.5 Ketentuan warna logo Eka Proma

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)

#### d. Grid System

Berikut ini merupakan pedoman untuk pengecilan logo dengan berpatokan pada *grid system*. Patokan *grid system* ini dimaksudkan agar tidak sampai terjadi pengecilan yang berlebihan atau bahkan bisa mengubah bentuk logo sehingga berdampak pada keterbacaan logo yang menurun.



Gambar 4.6 *Grid System* dari Logo EkaProma

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)

#### 4. Media Promosi

Untuk jenis media ini pada tampilan desain visual menggunakan dua warna yaitu warna biru dengan kalibrasi warna (C:100% M:96% Y:28% K:31%) (R:1 G:23 B:96), merah dengan kalibrasi (C:19% M:100% Y:100% K:11%) (R:182 G:32 B:37). Kedua warna ini boleh saja digunakan terpisah dengan toleransi 80% dominan disalah satu warna, sedang 20% nya diharuskan menggunakan warna kedua.

Penggunaan jenis font menggunakan font jenis Rockwell, selanjutnya mengenai penempatannya logo Eka Prima diletakkan sebelah kiri atas (hanya untuk poster, flyer, dan elemet company profile) sedangkan diperkenankan untuk diletakkan dibagian kanan baik atas, tengah, dan bawah pada katalog dikarenakan sebelah kiri digunakan untuk penjilidan.

Untuk tagline yang ditampilkan didalamnya harus disertakan disetiap atribut media promosi(kecuali jika logo diperlukan untuk pelengkap atau dekorasi maka tagline tidak harus disertakan).

#### 5. Seragam Karyawan

Seragam Karyawan adalah salah satu bagian dari *corporate identity*. Seragam karyawan didesain dengan menggunakan 2 warna yaitu warna biru dengan kalibrasi (C:100% M:96% Y:28% K:31%) (R:1 G:23 B:96) dan warna putih. Dengan menggunakan *logogram* saja yang diletakkan

pada bagian kiri atas disetiap setiap model seragam. Kenapa hanya *logogram* saja, karena selain sebagai fungsi dekoratif *logogram* ini sengaja sering dimunculkan tanpa keterangan *logotype* dan tagline dengan tujuan agar bentuk logo diketahui orang terlebih dahulu dalam pertama kali memandang.



Gambar 4.7 Contoh Desain Seragam Karyawan (Staff)  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)

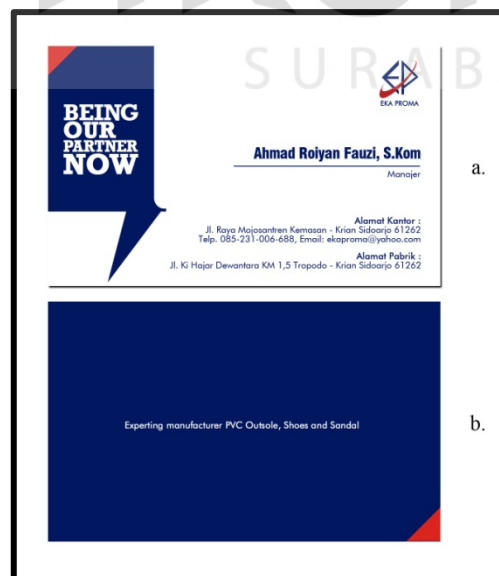




Gambar 4.8 Contoh Desain Seragam Pegawai (Lapangan)  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)

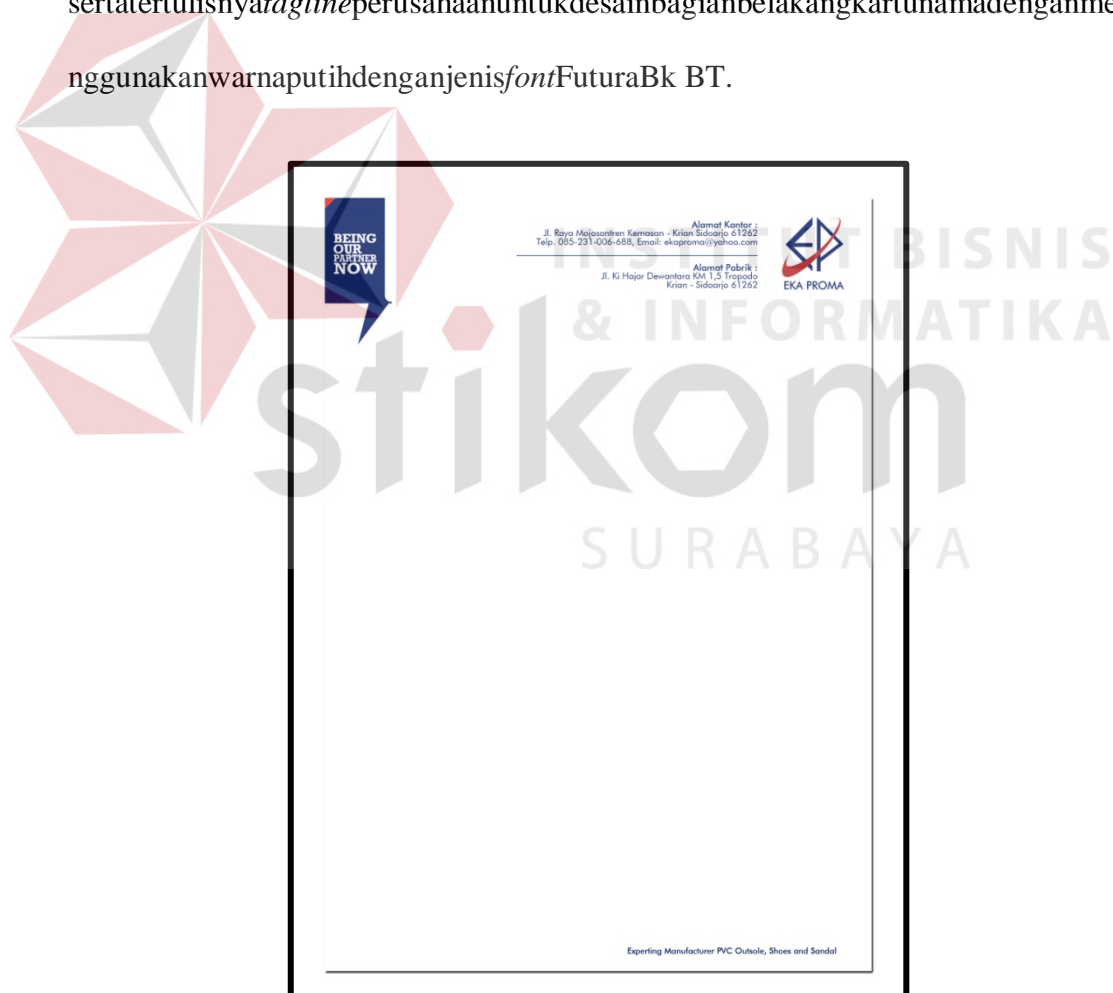
#### 6. Stationary set

Pada Stationary set berikut merupakan hasil akhir atau *final artwork* dari tahap penciptaan sketsa dengan beberapa pertimbangan yang dipilih dari alternatif desainnya. Dan berikut beberapa hasilnya beserta keterangannya.



Gambar 4.9(a) Desain Kartu Nama bagian depan,  
(b) Desain Kartu Nama bagian Belakang  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)

Padagambar 4.9 merupakan hasil akhir rata ubiasa disebut dengan *final artwork* dari desain kartun nama yang telah dipilih dari desain alternatif yang telah dibuat pada gambar 3.14. Adanya bentuk kotak yang menyerupai balon kata berwarna putih bertuliskan *being our partner now* dengan jenis font Rockwell serta adanya segitiga merah kecil yang berada di pojok kiri atas dari kotak sebagai penyeimbang komposisi desain tersebut akan selalu disertakan dalam setiap implementasi yang ada sebagai bentuk konsistensi desain, serta tertulis nyata *tagline* perusahaan untuk desain bagian belakang kartun nama dengan menggunakan warna putih dengan jenis font Futura Bk BT.



Gambar 4.10 Desain Kertas surat A4  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)

Padagambar 4.10 merupakan hasil akhir untuk desain kop surat dari perusahaan Eka Proma yang telah dipilih sebelumnya dari hasil alternatif yang ditunjukkan pada gambar 3.16. Didalamnya terdapat nama perusahaan berupa sebuah logo, alamat perusahaan dengan menggunakan jenis font Futura Bk BT serta pada pojok kiri atas terdapat kotak yang menyerupai balon kata yang akan selalu ada pada setiap implementasi yang ada. Khusus untuk kop surat, bagian kosong yang berisi surat diharuskan menggunakan jenis font Times New Roman.

**EKA PROMA**

Kepada Yth. \_\_\_\_\_

**SURAT JALAN**  
No. \_\_\_\_\_

Bersama ini kendaraan No. \_\_\_\_\_ Barang \_\_\_\_\_

BANYAKNYA	NAMA BARANG	KETERANGAN

Kantor :  
Jalan Raya Majasatren  
Samsara-Krian  
Sidoarjo 61262  
Telp. (031) 8971156  
ekapromo@yahoo.com

Pabrik :  
Jalan Ki Hajar Dewantara KM 1,5  
Tropodan-Krian  
Sidoarjo 61262

Penerima \_\_\_\_\_ Pengirim \_\_\_\_\_

Gambar 4.11 Desain surat jalan  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)

Untuk final artwork dari surat jalan pada gambar 4.11 dibuat lebih sederhana karena adanya pertimbangan proses cetak yang akan dicetak dalam kertas karbon 3 warna. Agar tetap konsisten pada desain maka diberikan yasegitigamerah pada pojok surat dan sebagai penyeimbang komposisi desain.

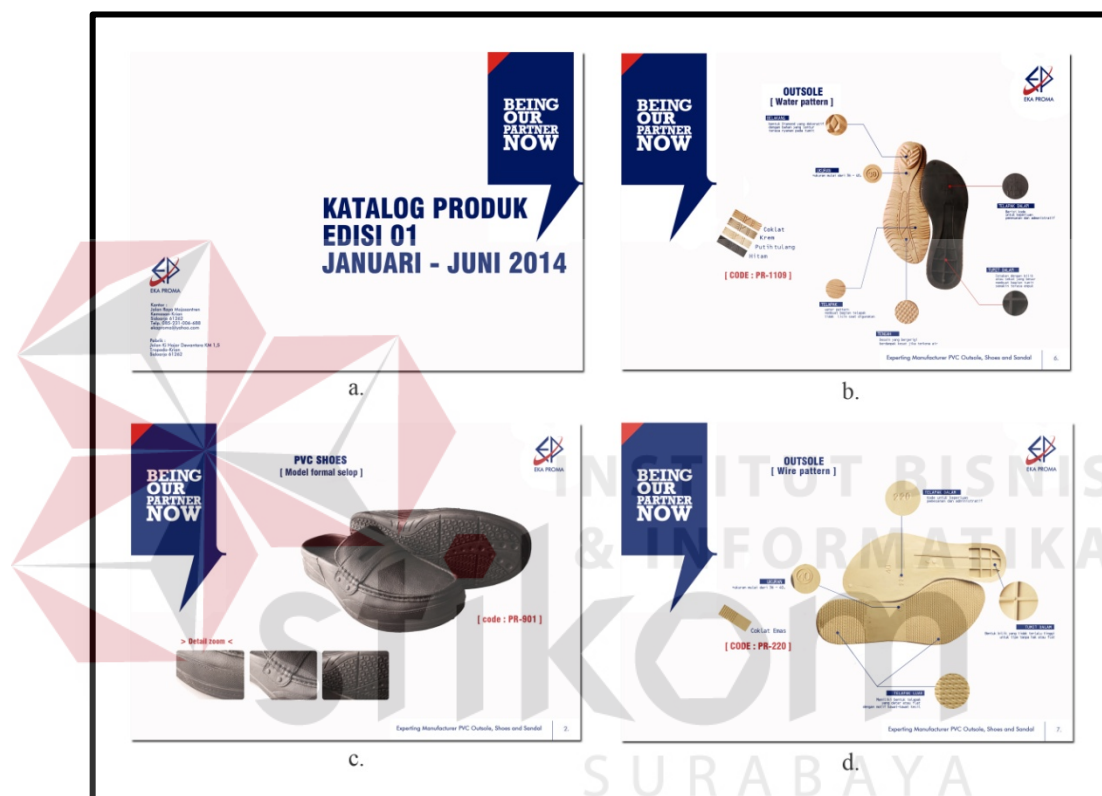
Selain tertulis keterangan surat jalan juga terdapat alamat perusahaan dengan menggunakan font Futura Bk  
kemudian kolom keterangan barang dan nomor kendaraan pembawa barang, serta tanda tangan penerima dan pengirim.



Gambar 4.12(a) Desain Amplop bagian depan,  
(b) Desain Amplop bagian belakang  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)

Desain akhir dari kartu nama dan kop surat adalah bila kartu nama didesain dua arah atau bolak balik tidak dengan kop surat. Kop surat didesain hanya satu arah saja atau satu sisi. Pada desain kartu nama secara sengaja didesain dua arah, hal ini dikarenakan keinginan desainer untuk menyampaikan tagline sebagai keterangan potensi yang dimiliki oleh perusahaan kepada khalayak. Jika diperhatikan pada kedua desain di atas, tampak adanya unsur warna merah pada ujung kanan. Hal ini bertujuan agar terciptanya konsistensi antara *stationary set*

yang satu dengan yang lain serta menciptakan ciri khas tersendiri agar menjadi *brainminded* oleh khalayak.



Gambar 4.13 Desain Katalog (a) Cover, (b) Spesifikasi Outsole PVC tampak vertikal, (c) Spesifikasi sepatu PVC, dan (d) Spesifikasi Outsole PVC tampak horisontal  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)

Pada desain katalog dibuat sedikit berbeda dimana pada pojok kanan bawah tidak adanya segitiga berwarna merah melainkan kombinasi dari logogram sudut tajam yang tercipta karena adanya penumpukan warna biru dan warna merah yang dibentuk secara sengaja. Sudut tajam dimaksudkan untuk memberi kesan tegas sesuai dengan karakter dari perusahaan Eka Proma. Namun yang

harus diingat disini adalah adanya unsur warna merah pada sudut yang digunakan sebagai ciri khas desain. Pada katalog ini terdapat gambar outsole, sepatu dan sandal yang disajikan secara desain pada tiap bagian komponennya. Selain itu terdapat juga kode guna mempermudah *customer* dalam hal proses pemesanan.

## 4.2 Graphic Standart Manual

GSM atau yang disebut dengan *graphic standart manual*. GSM inilah merupakan komponen utama dari *corporate identity*. GSM merupakan aturan-aturan yang dibuat dan sengaja dipakemkan dari beberapa komponen visual yang akan diaplikasikan. Tujuan adanya GSM adalah pegangan bagi perusahaan dalam menerapkan konsistensi identitas. Selain itu peran GSM memiliki fungsi yang lebih mendasar yakni sebagai alat yang memvisualkan citra perusahaan itu sendiri. Fungsi lainnya adalah untuk menghindari dari pembajakan.

Di dalam GSM nantinya terdapat spesifikasi penggunaan atau penerapan yang berisi antara lain :

### 1. Pembukaan

Berisi Kata Pengantar dari pemimpin perusahaan, *positioning and platform* dimana dalam bahasa Indonesia memiliki arti adalah keterangan mengenai dimana perusahaan Eka Proma memposisikan perusahaannya dimata konsumen, investor maupun partner bisnisnya. Serta menerangkan tujuan dari pedoman dan bagaimana memanfaatkannya.

### 2. Logo

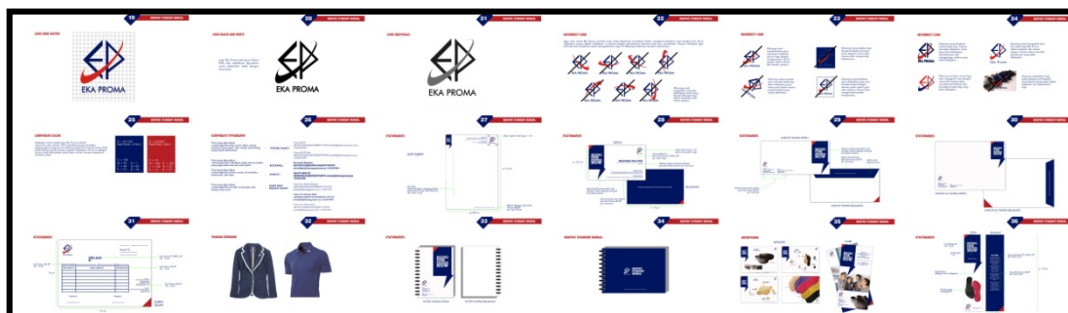
Terdiri dari Master Logo yakni tampilan logo utama secara utuh, lalu makna logo, makna warna pada logo, Clear Space Area, penempatan tagline, Logo standard, dan logo grid sistem.

3. Warna Background Utama
4. Penggunaan Background
5. Incorrect Logo dari Eka Proma
6. Corporate logo dari Eka Proma
7. Tipografi
8. Penerapan identitas pada element stationaries dan advertising.

Berikut ini merupakan gambar isi dari *Graphic Standart Manual* milik Eka Proma :



Gambar 4.14 Isi GSM hal 1-18 Perusahaan Eka Proma  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)



Gambar 4.15 Isi GSM hal 19-36 Perusahaan Eka Proma

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013)

