# BAB IV

# IMPLEMENTASI KARYA

Setelah dijabarkan mengenai metodologi yang digunakan dan skema perancangan karya pada Bab 3, pada bab ini akan dijelaskan mulai dari konsep perancangan, proses sampai dengan implementasi desain yang diaplikasikan ke berbagai media komunikasi visual yang telah ditentukan sebelumnya.

## 4.1 Implementasi Media

Sketsadesain yang telah dibuat dan dipilih akan diaplikasikan pada media komunikasi visual yang telah ditentukan sebelumnya. Media yang telah ditentukan sebelumnya untuk mendukung pengingkatan *brand awareness*, maka desain yang dirancang adalah sebagai berikut :

### 4.1.1 Final Logo

Hasil sketsa logo yang didapat merupakan perpaduan antara *logogram*dan*logotype*.

**Gambar 4.1 Final Art Work Logo PT. Globalindo 21 Express**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Konsepdesain logo dipilihberdasarkandata-data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan keyword yang didapat yaitu Vigorous. Simbol pesawat udara diambil berdasarkan keunggulan yang ingin ditonjolkan oleh PT.21 Express adalah pengiriman cepatnya via transportasi udara, sementara logotype diambil dari nama perusahaan itu sendiri yaitu 21 Express. Simbol garis melengkung ke atas di ambil untuk menonjolkan visi dan misi dari perusahaan yang senantiasa berkembang dan menjadi yang terbaik.

**Gambar 4.2 Final Logo 21 Express Black & White**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

### 4.1.2 Stationery Set

Stationary merupakan alat branding resmi yang menghubungkan pihak perusahaan dengan relasinya. Desain pada logo diaplikasikan pada media stationery yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

Beberapa diantaranya serti bussines card, map, stempel perusahaan, kop surat, label pengiriman, ID Card dan binder book.

**Gambar4.3 Final Design Stationery Set**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Desain stationery ini dirancang berdasarkan keyword dari PT.21 Express yang didapat, yaitu Vigorous..

**Gambar 4.4 Mobile Transportation Branding**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Media berjalan ini termasuk kedalam Corporate Communication, karena visualisasinyaa langsung dapat dikomunikasikan dimanapun berada.

### 4.1.3 Corporate Uniform

Seragam perusahaan diperuntukan bagi para courier PT. 21 Express. Uniform ini diharapkan mampu membantu meningkatkan brand awareness perusahaan karena bersifat mobile dan dipakai dalam kegiatan sehari hari. Warna biru diambil dari perpaduan warna seragam PT.21 Express terdahulu, bedanya aplikasi media yang dipakai sekarang berupa polo shirt tidak lagi kemeja kerja karena lebih casual dan eye catching.

**Gambar 4.5 Implementasi Desain Seragam Perusahaan**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

### 4.1.4 Website Design

Desain *website* menggunakan warna dominan biru, karena biru memiliki arti modern.Selain itu warna biru juga mencerminkan visi dan misi dari

perusahaan yang lebih terbuka pada globalisasi. Content dari website akan disesuaikan dengan company profile dan berbagai fasilitas layanan dari PT.21 Express.

**Gambar 4.6Website Perusahaan**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

### 4.1.5 Graphic Standard Manual Book

Graphic Standard Manual Book dibuat sebagai standarisasi logo perusahaan, agar lebih mudah saat diaplikasikan di berbagai media pendukung. Selain itu buku ini juga sebagai guide dalam pemilihan warna, tipografi dan segala aturan yang berkenaan dengan logo PT. Globalindo 21 Express.

.

**Gambar 4.7 Cover 21 Express GSM Book**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Berikut adalah cover dari buku Graphic Standard Manual PT. Globalindo 21 Express. Buku ini akan menjelaskan secara detail tentang keperluan dari logo perusahaan dan implementasinya di segala media yang dibutuhkan.

**Gambar 4.8GSM 21 Express**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada halaman positioning & platform ini akan diulas sedikit tentang penempatan positioning perusahaan dan berada di platform manakah perusahaan ini bergerak.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

DAFTAR ISI

Deskripsi Perusahaan....1
Elemen Logo....3
Logo Grid....5
Minimum Clear Space....7
Ukuran Logo....9
Warna Logo....11
Warna Palet Primer....13
Logo Background....15
Penggunaan Logo yang Tidak Dapat Diterima....19
Font....21
Typeface....23
Implementasi Logo....25
Stationery Set....29
Mobile Vehicle Branding....31
Company Website....33

**Gambar 4.9Daftar Isi (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

DESKRIPSI PERUSAHAAN

PT. Globalindo Dua Satu Ekspres merupakan perusahaan nasional yang bergerak di bidang jasa pengiriman paket dan dokumen via udara dan darat ke seluruh wilayah di Indonesia dengan service Door to Door.

PT. Globalindo Dua Satu Ekspress berdiri pada tahun 1991 di Surabaya dan telah beroperasi di Jakarta sejak tahun 1992. Dan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, pihak perusahaan telah memiliki cabang-cabang yang tersebar diseluruh kota-kota besar di Indonesia, antara lain; Tangerang, Bogor, Cirebon, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Solo, Denpasar, Medan, Pekanbaru, Banjarmasin, Makasar, Manado, Ambon, Balikpapan, dan Samarinda.

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan di bidang jasa pengiriman di Indonesia, PT. Globalindo Dua Satu Ekspress sanggup bertahan dan bersaing dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya dengan menunjukkan eksistensinya sebagai salah satu Perusahaan jasa pengiriman yang dapat dipercaya dan layak dijadikan sebagai mitra kerja.

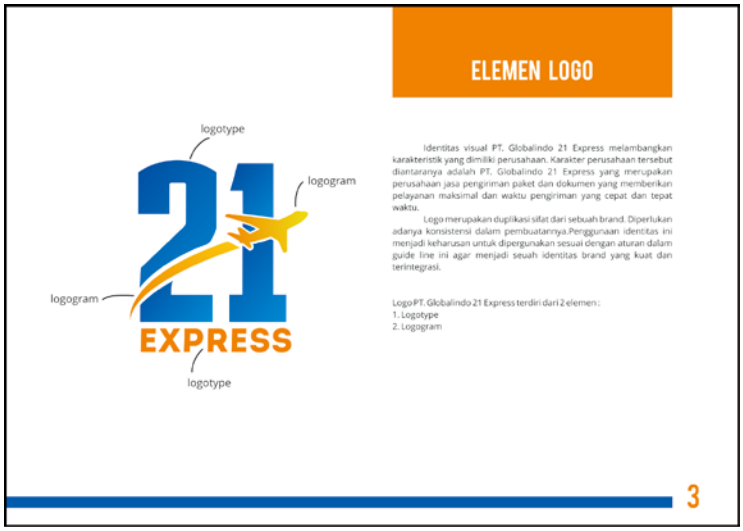
1

**Gambar 4.10Deskripsi Perusahaan (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Halaman daftar isi dan deskripsi perusahaan. Pada halaman deskripsi perusahaan, diulas sedikit tentang profile perusahaan dan beberapa informasi pendukung tentang perusahaan secara garis besar.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

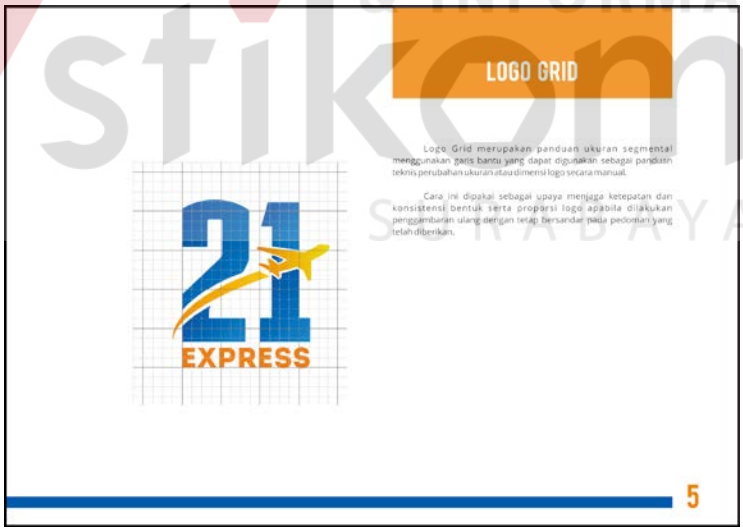



**Gambar 4.11Logo (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Halaman elemen logo ini menjelaskan bagian-bagian logo yang terdiri dari logogram dan logotype.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA




**Gambar 4.12Logo Grid (GSM Book)**

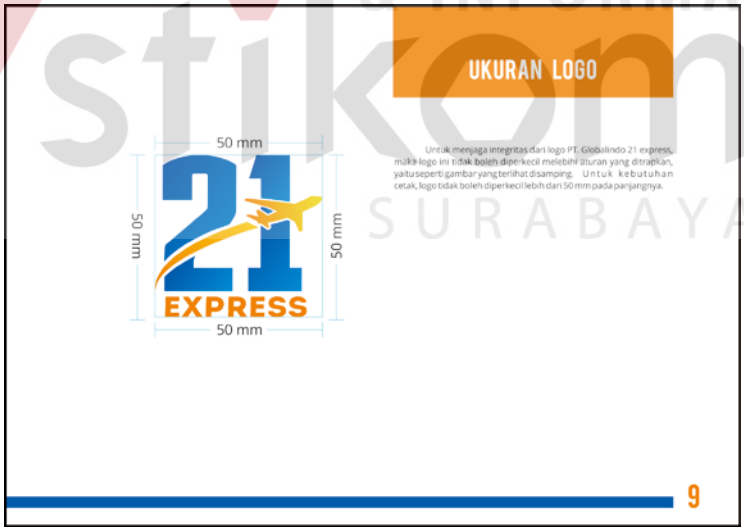
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Logo grid merupakan panduan ukuran segmental logo dengan menggunakan garis bantu, digunakan untuk menjaga konsistensi bentuk proporsi logo agar tetap sesuai standar pedoman yang telah dibuat.

**Gambar 4.13Minimum Clear Space (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Halaman minimum clear space, atau merupakan batas ruang kosong yang diberikan disekitar logo untuk mengantisipasi penggunanaan logo secara maksimal. Dalam hal ini jarak yang ditetapkan yaitu 10 mm.

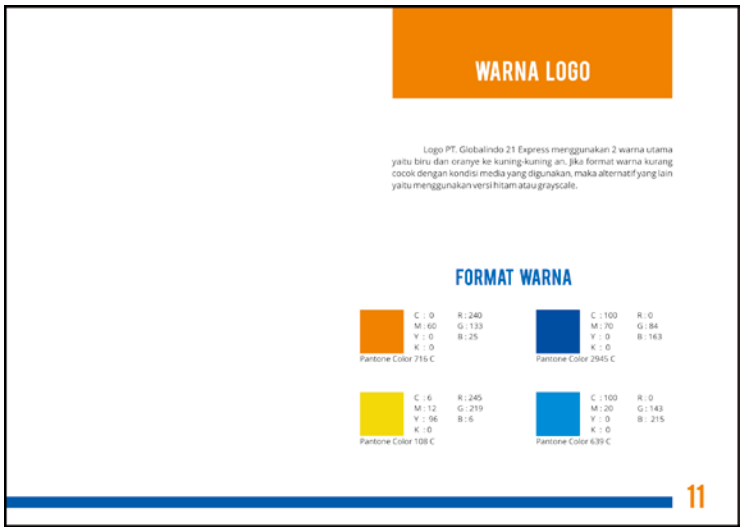



**Gambar 4.14Ukuran Logo (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Batasan ukuran logo minimum yang ditetapkan untuk ukuran cetak adalah sebesar 50mm, jadi logo tidak bisa diperkecil melebihi ukuran yang sudah ditetapkan demi menjaga integritas logo.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA




**Gambar 4.15Warna Logo (GSM Book)**

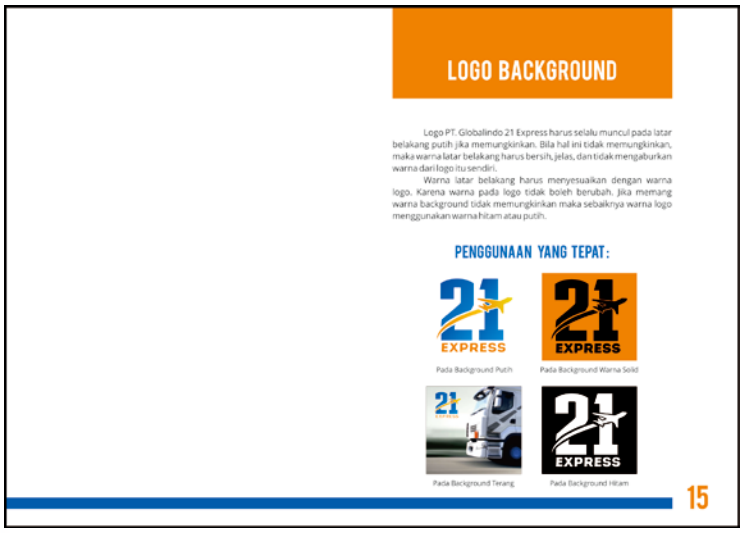
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada halaman ini diberikan penjelasan mengenai detail warna yang digunakan pada logo. Mulai dari nilai RGB, CMYK maupun Pantone Color yang sesuai dengan warna logo.

**Gambar 4.16Warna Palet Primer (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada warna palet primer dijelaskan detail penggunaan warna pantone color dan penggunaan warna hitam untuk keperluan cetak.




**Gambar 4.17Logo Background (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada halaman logo background akan dijelaskan pengaplikasian warna logo pada berbagai macam background yang tepat, agar warna logo tidak hilang.

**Gambar 4.18Logo Background 2 (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Halaman logo background yang ke-2 ini berisi penjelasan penggunaan warna logo yang tidak tepat pada berbagai macam background.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

**Gambar 4.19Penggunaan Logo yang Salah (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

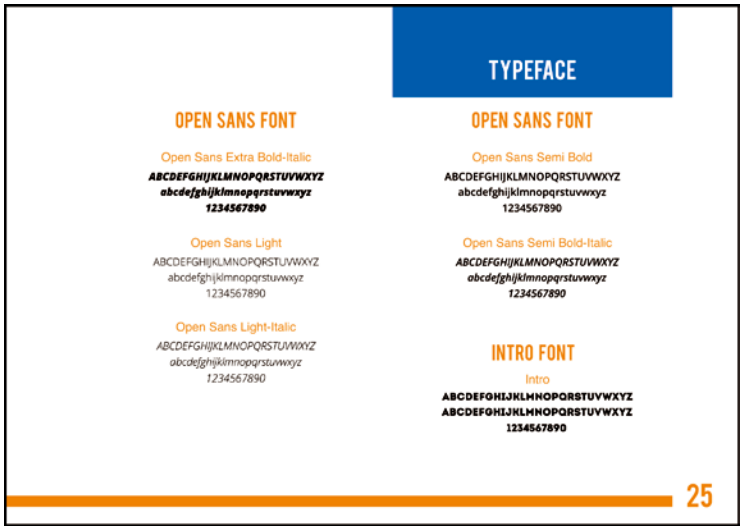
Pada halaman ini diberikan gambaran beberapa pengaplikaian logo yang salah dan tidak layak digunakan.

**Gambar 4.20Font (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Halaman font ini sebagai halaman pemisah untuk halaman selanjutnya.

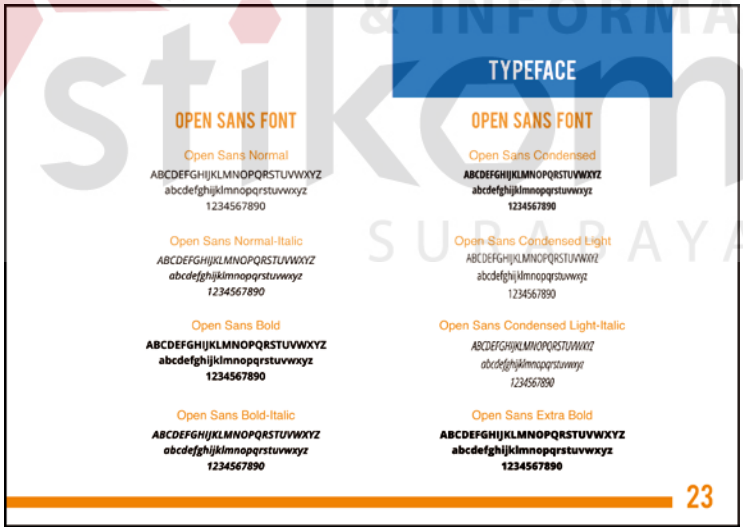
INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA




**Gambar 4.21Typeface (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Halaman typeface menjelaskan berbagai macam jenis font yang digunakan dalam logo perusahaan.




**Gambar 4.22Typeface 2 (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Halaman typeface ke-2 menjelaskan berbagai macam jenis font yang digunakan dalam logo perusahaan.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

**Gambar 4.23Implementasi Logo (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Halaman implementasi logo ini sebagai halaman pemisah bagi halaman selanjutnya.

**Gambar 4.24Stationery Set (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Halaman stationery set berisi gambar pengaplikasian desain yang telah dibuat terhadap media stationery yang telah ditentukan sebelumnya.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

**Gambar 4.25Mobile Vehicle Branding (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Halaman ini berisi gambar pengaplikasian sticker branding perusahaan terhadap kendaraan.

**Gambar 4.26 Company Website (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Halaman company website berisi gambaran interface website perusahaan yang telah didesain sesuai dengan konsep perancangan yang telah dibuat.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

**Gambar 4.27Back Cover (GSM Book)**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Cover belakang buku GSM. Dicetak hardcover dengan mencantumkan website perusahaan sebagai informasi tambahan.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA