

## BAB V

### IMPLEMENTASI KARYA

Pada bab ini penulis akan menjelaskan beberapa perancangan *corporate identity* dan aplikasinya, seperti yang telah terencana pada analisis data dan konsep desain yang tertulis pada bab sebelumnya. Berikut ini perancangan *corporate identity* klien FruityLOGIC Design Surabaya:

#### 5.1 Perancangan Logo HP Group

HP Group adalah sebuah perusahaan induk yang memiliki 8 jenis anak perusahaan yang memiliki bidang berbeda-beda. HP merupakan singkatan dari Hendra Prametu, selaku pemilik dari perusahaan ini. Melalui hasil *briefing* yang diberikan oleh *art director* maka diambil beberapa struktur logo yang diinginkan, yaitu *assymmetric*, hijau / kuning / biru, elegan, *universe* dan mudah diterapkan pada berbagai media aplikasi.



Gambar 5.1 Hasil *digital illustration* logo HP Group

Setelah menyerahkan hasil sketch pada *art director*, selanjutnya dipilih beberapa alternatif desain yang akan diterapkan pada *digital illustration* untuk diperhalus dan diberikan warna. Pada hasil perancangan desain *corporate identity* yang tersirat pada *digital illustration* tersebut, desainer ingin menyiratkan unsur alam yang tampak pada pemilihan beberapa warna logo perusahaan klien. Dengan melibatkan unsur kesatuan dalam logo, diharapkan logo perusahaan ini dapat menyatukan kedelapan anak perusahaan yang dimiliki perusahaan tersebut.



Gambar 5.2 Desain logo HP Group yang terpilih

Dari sejumlah alternatif desain *digital illustration* logo HP Group, maka dipilih sebuah logo dari masing-masing desainer, yang kemudian akan diserahkan pada klien. Salah satu logo terpilih diatas dianggap dapat memenuhi kriteria identitas yang dibutuhkan oleh perusahaan HP Group. Elemen *logogram* memberikan sebuah kesan kesatuan dengan unsur beragam membuat logo ini cocok untuk logo perusahaan induk.

Elemen warna dan tipografi yang terdapat dalam logo HP Group yang telah terpilih adalah sebagai berikut:

a. Warna



**Pantone P102-8 U**  
 #1C4CA0  
 R:28 G:76 B:160  
 C:97 M:81 Y:0 K:0



**Pantone P149-8 U**  
 #008F3C  
 R:0 G:143 B:60  
 C:80 M:0 Y:100 K:24



**Pantone P160-8 U**  
 #B2D234  
 R:178 G:210 B:52  
 C:35 M:0 Y:100 K:0



**Pantone P Process Black U**  
 #231F20  
 R:35 G:31 B:32  
 C:0 M:0 Y:0 K:100

b. Tipografi

**Bitstream Vera Sans Bold**

Bitstream Vera Sans Roman

## 5.2 Perancangan Logo Citi 9

Citi 9 adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *developer*. Hasil konsep *client brief* yang diberikan oleh *art director* yang digunakan sebagai landasan perancangan desain *corporate identity*. Citi 9 adalah “pembangunan yang menciptakan keceriaan dan kesejahteraan”.

Beberapa *sketch* terpilih yang telah didesain oleh desainer lain, akan dibuat *digital illustration*-nya. Hasil *digital illustration* yang telah dibuat adalah sebagai berikut:



Gambar 5.3 Hasil *digital illustration* logo Citi 9

Warna-warna yang cenderung terang dan terkesan berani dipilih untuk mengidentifikasi masyarakat Surabaya yang merupakan *target market* dari Citi 9. Dengan bentuk dinamis melambangkan kehidupan kota Surabaya yang merupakan kota metropolitan.



Gambar 5.4 Dua desain alternatif logo Citi 9 yang terpilih

Setelah terkumpul beberapa *digital illustration* kemudian *art director* akan memilih desain mana yang akan diserahkan pada klien untuk dipilih. 2 logo di atas adalah logo yang dipilih oleh *art director* yang akan diserahkan kepada klien, karena dapat mencitrakan kedinamisan sebuah kota metropolitan dengan penduduk yang berkarakter ceria, tegas dan lugas.

Elemen warna dan tipografi dari logo Citi 9 yang terpilih adalah sebagai berikut:

a. Warna

<b>Pantone P 17-8 U</b> #F9A01B R:249 G:160 B:27 C:0 M:43 Y:100 K:0	<b>Maroon Red</b> #BD2626 R:190 G:39 B:38 C:18 M:98 Y:100 K:8	<b>Dark Maroon Red</b> #7A1B1B R:122 G:27 B:27 C:31 M:96 Y:92 K:39

b. Tipografi

**Myriad Pro**      **Bold**      **Myriad Pro**      **Regular**

### 5.3 Perancangan Media Aplikasi Corporate Identity Suddenly Travel

Suddenly Travel adalah sebuah perusahaan penyedia jasa pelayanan *travel* dengan media pemasaran *online* sebagai yang utama. Dengan alamat [www.suddenlytravel.com](http://www.suddenlytravel.com), perusahaan ini berusaha menarik konsumen dengan berbagai elemen web yang menarik, seperti *web banner*, *web button* dan desain *web* secara keseluruhan. Pada kesempatan ini, Suddenly Travel ingin memperbarui elemen *web*-nya dan membuat maskot untuk menarik konsumen lebih banyak.

#### 5.3.1 Perancangan Web Banner Suddenly Travel

Untuk menarik konsumen agar tertarik dengan paket-paket yang ditawarkan Suddenly Travel, maka dibutuhkan re-desain *web banner website* Suddenly Travel agar menjadi lebih baik lagi.

##### 1. *Web Banner Voucher Hotel*



Gambar 5.5 Hasil desain *web banner* voucher hotel Suddenly Travel

Desain *web banner* tersebut merupakan beberapa hasil *web banner* dari total jumlah 191 buah *web banner* untuk halaman voucher hotel Suddenly Travel. Dengan menyertakan elemen *corporate identity* berwarna biru, hijau dan kuning dimaksudkan untuk memperkuat citra Suddenly Travel di mata konsumennya. Pemilihan foto dalam *web banner* tersebut dilakukan dengan cermat dan teliti, yang berguna untuk menarik konsumen agar tertarik dengan paket voucher hotel yang ditawarkan. Selain itu ditambahkan sedikit teks untuk memudahkan konsumen mengenali voucher hotel manakah *web banner* tersebut.

## 2. Paket Tour



Gambar 5.6 Hasil desain *web banner* paket tour Suddenly Travel

Agar desain *web banner* paket tour menjadi lebih menarik, maka desainer berusaha mencari dari berbagai sumber, foto tempat-tempat paket tour yang bersangkutan hingga kemudian di tambahkan elemen *corporate identity* Suddenly Travel sebagai sarana pembentuk *brand awareness* bagi konsumen.

### 3. Voucher Perjalanan



Gambar 5.7 Hasil desain *web banner* voucher perjalanan Suddenly Travel

Agar desain *web banner* voucher perjalanan menjadi lebih menarik, maka desainer berusaha mencari dari berbagai sumber, foto tempat-tempat tujuan paket perjalanan yang bersangkutan hingga kemudian di tambahkan elemen *corporate identity* Suddenly Travel sebagai sarana pembentuk *brand awareness* bagi konsumen.

### 4. Point Reward



Gambar 5.8 Hasil desain *web banner* point reward Suddenly Travel

Agar desain *web banner point reward* menjadi lebih menarik, maka desainer berusaha mencari dari berbagai sumber, foto barang atau tempat *point reward* yang bersangkutan hingga kemudian di tambahkan elemen *corporate identity* Suddenly Travel sebagai sarana pembentuk *brand awareness* bagi konsumen

##### 5. Elemen Halaman *Index*

Halaman pembuka atau halaman *index* merupakan halaman utama dimana pengunjung langsung bertatap muka dengan *website* tersebut. Karena itu, semua elemen yang terdapat di halaman pembuka haruslah menarik konsumen untuk kemudian mengakses situs tersebut lebih dalam lagi. Sesuai dengan *corporate identity* Suddenly Travel, maka dibutuhkan desain elemen halaman *index* yang mampu mengkomunikasikan identitas Suddenly Travel dengan desain menarik, agar pengunjung dapat dengan mudah mengingat dan mengenal lebih jelas tentang Suddenly Travel. Berikut ini adalah hasil *redesign* elemen halaman *index* dari *website* Suddenly Travel:

###### a. *Banner Penawaran Horizontal*



Gambar 5.9 Hasil desain *banner* penawaran horizontal Suddenly Travel

Desain *web banner* tersebut adalah penawaran Suddenly Travel kepada konsumen agar mendaftar menjadi member sehingga mendapatkan poin gratis

yang dapat ditukarkan berbagai macam hadiah. Desain *web banner* tersebut harus semenarik mungkin agar Suddenly Travel mendapat target yang diharapkan.

b. *Banner Online* dan *Offline* Status



Gambar 5.10 Hasil desain *banner online* dan *offline* status Suddenly Travel

*Banner online* dan *offline* status adalah elemen *web* yang menunjukkan status admin Suddenly Travel. Dengan adanya *banner* ini, pengunjung *website* dapat segera berinteraksi dengan admin saat status admin sedang *online*.

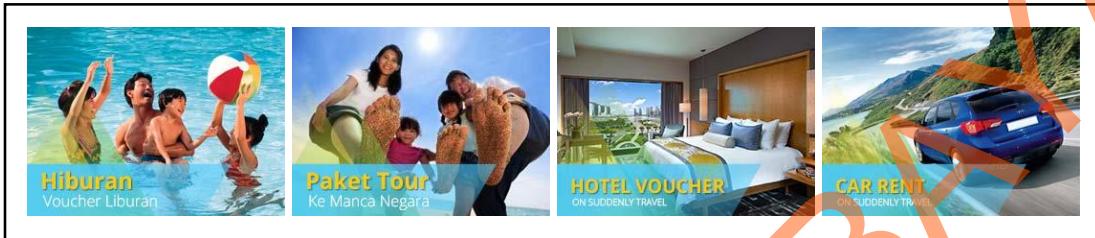
c. *Lightbox*



Gambar 5.11 Hasil desain *lightbox* Suddenly Travel

*Lightbox* dalam *web* bersifat *pop-up* atau terpisah dengan halaman *web* utama. Fungsi dari elemen *web* ini adalah untuk menginformasikan promo terbaru dari Suddenly Travel.

d. *Button Page*



Gambar 5.12 Hasil desain *button page* Suddenly Travel

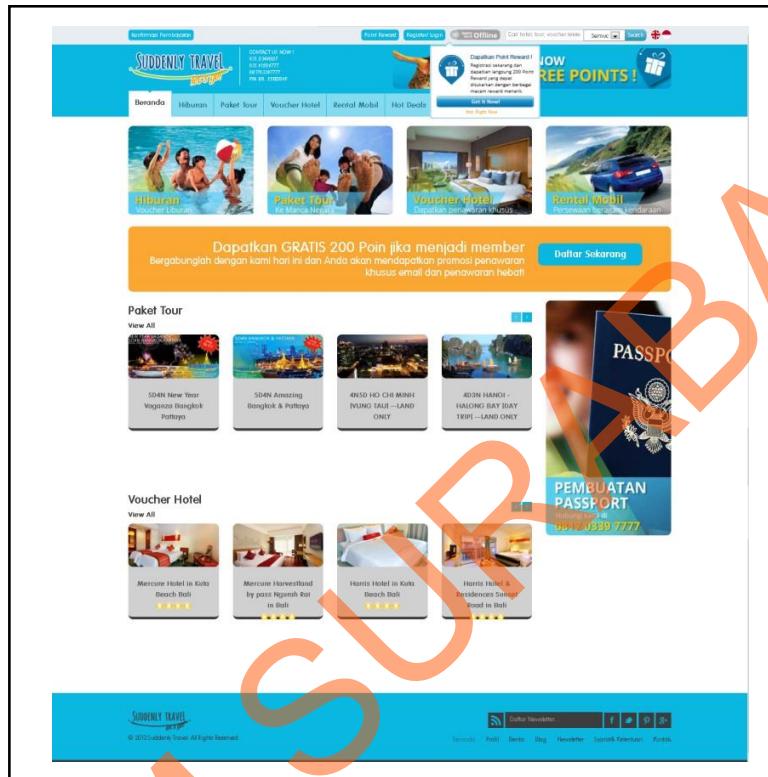
*Button page* atau tombol yang berfungsi untuk pindah ke halaman alamat tombol yang bersangkutan merupakan elemen penting dari sebuah *website*. Dengan tombol yang berisi gambar menarik, diharapkan konsumen dapat tertarik untuk mengunjungi halaman *web* yang bersangkutan.

e. *Banner Penawaran Vertikal*



Gambar 5.13 Hasil desain *banner* penawaran vertikal Suddenly Travel

Fungsi dari *banner* penawaran vertikal hampir sama dengan fungsi *banner* horizontal dan *lightbox*. Isi dari desain *banner* bertikal ini adalah penawaran kemudahan pelanggan dalam pembuatan *passport* yang digunakan untuk melakukan perjalanan wisata ke luar negeri.



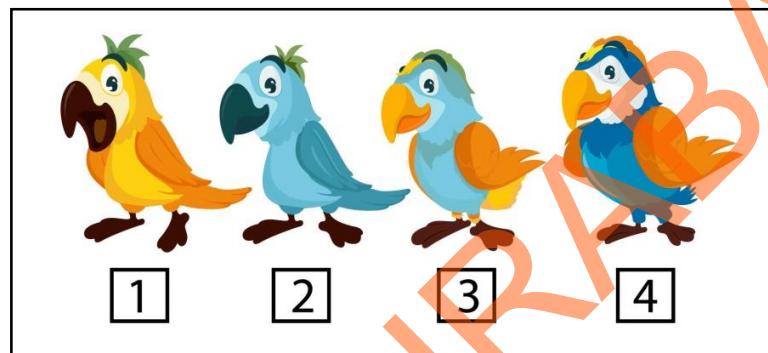
Gambar 5.14 Halaman *index website* Suddenly Travel

Hasil-hasil desain seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, kemudian diimplementasikan pada *website* Suddenly Travel. Gambar di atas merupakan hasil *website* setelah mengalami berbagai perubahan elemen *web*. Dengan menyertakan unsur *corporate identity* pada elemen-elemen *web* tersebut, semakin terlihat identitas visual dari *web* Suddenly Travel.

### 5.3.2 Perancangan Maskot Suddenly Travel

Untuk memperkuat *corporate identity* Suddenly Travel sehingga menghasilkan *brand awareness* konsumen, maka dirancanglah maskot dari Suddenly Travel. Maskot ini akan digunakan sebagai *merchandise* dan media pendukung Suddenly

Travel. Sesuai dengan konsep *corporate identity* yang meliputi ceria, *colorful* dan remaja maka dibuatlah beberapa desain alternatif maskot Suddenly Travel. Berikut ini adalah desain alternatif maskot Suddenly Travel:



Gambar 5.15 Hasil desain *digital illustration* maskot Suddenly Travel

Sesuai dengan konsep awal yang telah ditentukan yaitu burung nuri sebagai maskot Suddenly Travel, maka dibuatlah beberapa alternatif model burung nuri yang sesuai dengan *corporate identity* Suddenly Travel. Setelah mendapatkan beberapa hasil *digital illustration*, kemudian *art director* memilih desain mana yang akan dikembangkan lebih lanjut.



Gambar 5.16 Desain terpilih dan variasi pose maskot Suddenly Travel

Setelah mendapatkan beberapa hasil dari proses digital illustration maka selanjutnya art director memilih desain mana yang akan digunakan sebagai maskot Suddenly Travel. Setelah itu, desainer akan mengembangkan variasi maskot dalam berbagai pose.

Untuk mempertahankan konsistensi maskot Suddenly Travel, maka dibuatlah sistem identitas warna maskot. Berikut ini adalah warna-warna utama yang digunakan sebagai warna maskot Suddenly Travel.



**Lime Green**  
#6E9A57  
R:110 G:154 B:87  
C:61 M:21 Y:83 K:4



**Dark Lime Green**  
#57823B  
R:87 G:130 B:59  
C:70 M:29 Y:98 K:13



**Tosca Green**  
#143B42  
R:20 G:59 B:66  
C:89 M:61 Y:57 K:48



**Light Yellow**  
#FCD212  
R:252 G:210 B:18  
C:2 M:15 Y:98 K:0



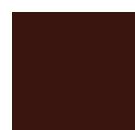
**Dark Yellow**  
#F1B31B  
R:241 G:179 B:27  
C:4 M:31 Y:100 K:0



**Dark Tosca Green**  
#0E3135  
R:14 G:49 B:53  
C:89 M:61 Y:60 K:59



**Cream**  
#F9EDC0  
R:249 G:237 B:192  
C:2 M:4 Y:29 K:0



**Red Brown**  
#3A140E  
R:58 G:20 B:14  
C:47 M:81 Y:78 K:73



**Dark Brown**  
#240E0B  
R:36 G:14 B:11  
C:57 M:74 Y:71 K:82



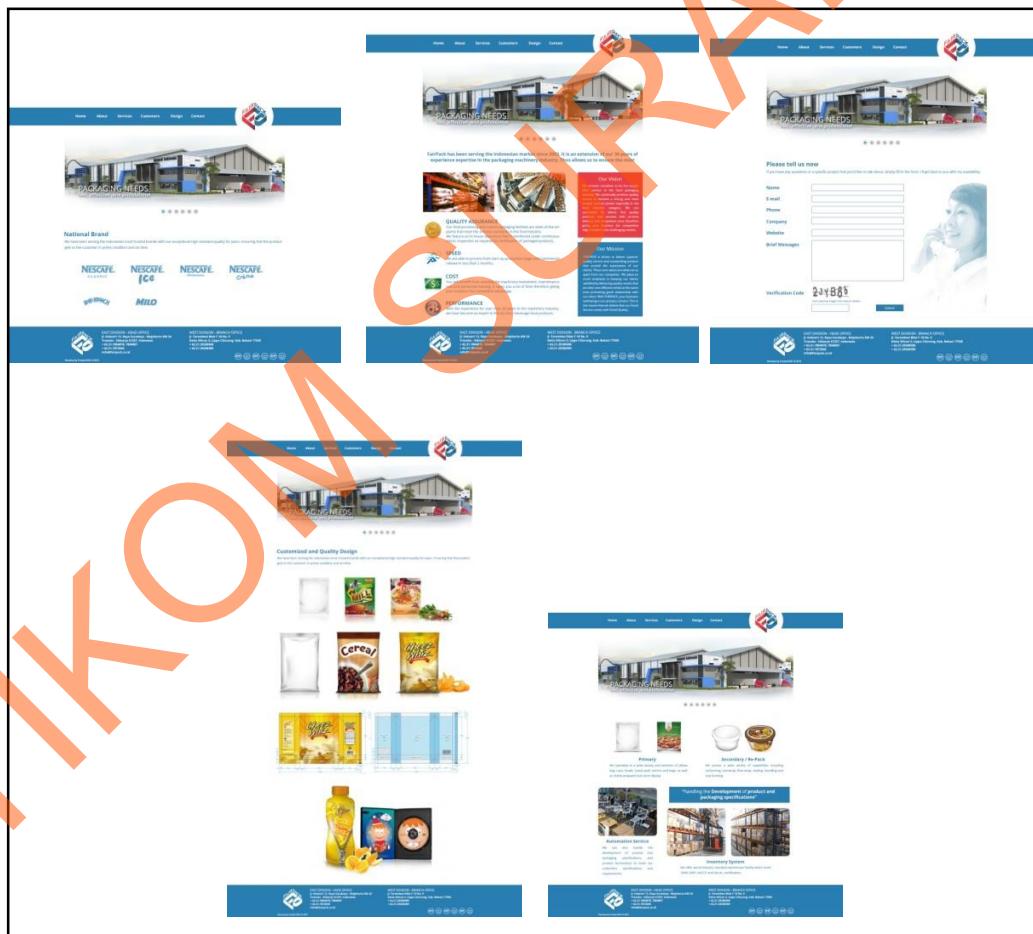
#### 5.4 Perancangan Media Aplikasi *Corporate Identity* Website Fair Pack

Fair Pack adalah perusahaan yang menyediakan jasa pembuatan *packaging*. Untuk mendukung pemasaran Fairpack, maka dibutuhkan *redesign website* Fairpack yang sesuai dengan *corporate identity*-nya guna meningkatkan *brand awareness* konsumen. Berikut ini adalah hasil re-desain *website* Fairpack:



Gambar 5.17 Redesign halaman *index* Fair Pack

Halaman *index* yang merupakan halaman awal dari sebuah *web* merupakan halaman utama *web* karena halaman tersebut adalah halaman pertama yang dihadapi oleh pengunjung *website*. Dengan menggunakan unsur-unsur *corporate identity* Fairpack, *website* ini dirancang sebagai media pendukung *corporate identity* dari Fairpack.



Gambar 5.18 Redesign halaman *web* Fair Pack lainnya

Untuk menunjukkan konsistensi dalam desain *website* Fairpack, maka desain dari halaman lainnya tetap menyertakan unsur-unsur *corporate identity* Fairpack seperti yang ada pada halaman *index*.

### 5.5 Perancangan Media Aplikasi *Corporate Identity* Kalender Metaloe

Sebagai salah satu media pendukung penerapan *corporate identity* perusahaan Metaloe, maka dirancanglah desain kalender sebagai *merchandise* yang diberikan kepada konsumen. Metaloe adalah perusahaan penyedia bahan-bahan bangunan seperti plat aluminium, besi, dan lain-lain.



Gambar 5.19 Desain kalender 2014 Metaloe

Untuk memperkuat *corporate identity* dari Metaloe, maka desain setiap halaman kalender Metaloe memiliki unsur warna yang ada dalam logo Metaloe. Dengan menyertakan produk-produk dari Metaloe, diharapkan dapat memberikan informasi bagi konsumen tentang produk yang disediakan oleh Metaloe.