



PERANCANGAN LOGO DAN IDENTITAS VISUAL
UD. BAQOROH JOYO

KERJA PRAKTIK



Oleh :

ARFIANSYAH ADHY LAKSONO

17420100059

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA
2020

PERANCANGAN LOGO DAN IDENTITAS VISUAL

UD. BAQOROH JOYO

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata kuliah Kerja Praktek



UNIVERSITAS
Dinamika

Disusun Oleh :
Nama : ARFIANSYAH ADHY L.
NIM : 17420100059
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2020

LEMBAR MOTTO



“Sebarkan energi positif dengan berfikir positif dalam segala hal”

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PERSEMBAHAN



“Laporan Kerja Praktek ini dipersembahkan kepada kedua orang tua tercinta, teman, serta kepada semua pihak yang telah membantu selama ini”

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PENGESAHAN
PERANCANGAN LOGO DAN IDENTITAS VISUAL UD. BAQOROH
JOYO

Laporan Kerja Praktik oleh :

Arfiansyah Adhy Laksono

NIM : 17420100059

Telah diperiksa , diuji dan disetujui



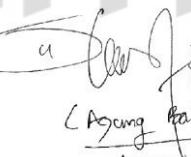
NIDN. 0714118806

Surabaya, 13 Agustus 2020

UNIVERSITAS
Dinamika

Disetujui :

Penyelia



Agung Bakhtiar

Agung Bakhtiar

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

**Siswo
Martono**

Digitally signed by
Siswo Martono
Date: 2020.08.13
09:04:09+07'00'

Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN. 0726027101

**SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya:

Nama : Arfiansyah Adhy Laksono
NIM : 17420100059
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PERANCANGAN LOGO DAN IDENTITAS VISUAL
UD. BAQOROH JOYO**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi Pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni. Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi / sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya di distribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang di cantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 Agustus 2020

Yang menyatakan,


Arfiansyah Adhy Laksono

NIM. 17420100059

ABSTRAK

Dalam suatu perusahaan, salah satu elemen penting yang termasuk dalam corporate identity adalah logo, sehingga dalam penerapannya logo dapat dikatakan sebagai ujung tombak dari corporate identity yang mempunyai peranan dalam menjawab suatu pertanyaan seperti “siapa kita?” di mata konsumen dan calon konsumen. Dalam hal ini UD. Baqoroh Joyo merasa belum memiliki corporate identity yang sesuai dengan citra usaha. Oleh karena itu, UD. Baqoroh Joyo membutuhkan sebuah ide dan inovasi guna meningkatkan daya tarik konsumen. Dalam menyelesaikan kendala tersebut pembuatan desain logo dan identitas visual menjadi faktor paling utama, karena ketika konsumen akan mengunjungi usaha kita hal pertama yang mereka lihat pertama adalah desain logo dan identitas visual yang ada. Pemilihan logo dan identitas visual yang baik adalah yang mampu mempresentasikan maksud dan tujuan perusahaan. Oleh karena itu perancangan logo dan identitas visual dibuat melalui proses yang sebaiknya digunakan pada saat mendesain suatu logo maupun identitas visual, seperti sketsa desain, penentuan warna, layout, dan juga tipografi yang diaplikasikan dan digunakan. Melalui proses tersebut menghasilkan ide kreatif dan konsep yang telah didiskusikan sebelumnya.

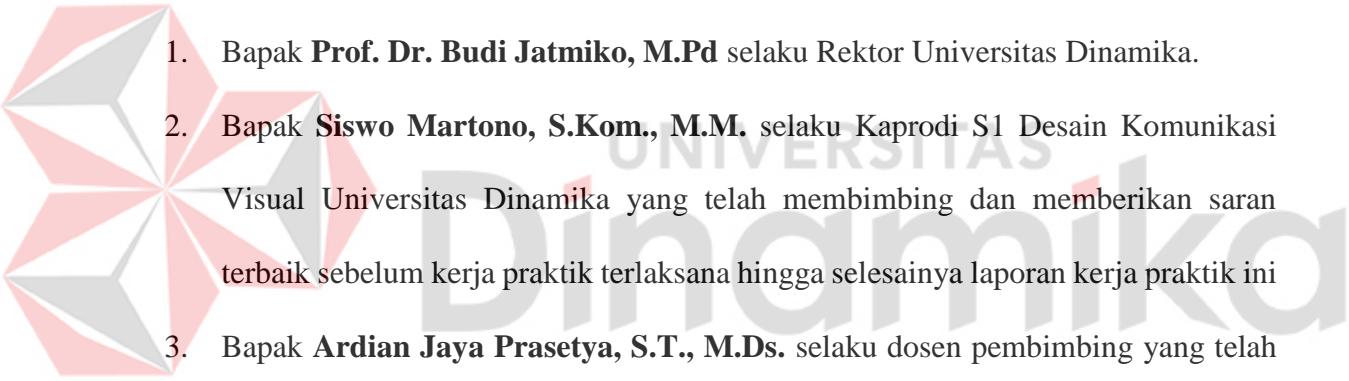
Kata kunci : *Desain, Logo, Layout, Identitas visual, Warna, Tipografi*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“Perancangan Logo dan Identitas Visual UD. Baqoroh Joyo”**.

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika Surabaya.

Melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat:

- 
1. Bapak **Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd** selaku Rektor Universitas Dinamika.
 2. Bapak **Siswo Martono, S.Kom., M.M.** selaku Kaprodi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika yang telah membimbing dan memberikan saran terbaik sebelum kerja praktik terlaksana hingga selesaiya laporan kerja praktik ini
 3. Bapak **Ardian Jaya Prasetya, S.T., M.Ds.** selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberi pengarahan, hingga memberikan banyak dukungan agar segera terselesaikan laporan kerja praktik ini
 4. Bapak **Agung Bakhtiar** selaku Direktur UD. Baqoroh Joyo dan penyelia yang telah membimbing, memberi pengarahan, hingga memberikan banyak dukungan agar segera terselesaikan semua tugas yang telah diberikan.
 5. Seluruh keluarga dan orang terkasih Saya terutama kedua orang tua Saya yang selalu mendoakan ketuntasan serta hasil terbaik kerja praktik ini dan mendukung dengan memberikan semangat demi segala hal yang berhubungan dengan kerja praktik ini.

6. Seluruh teman-teman serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan materil dalam proses penyelesaian laporan ini.

Semoga laporan kerja praktik ini mudah dipahami dan dapat membawa manfaat bagi siapapun yang membacanya. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata ataupun penulisan, terima kasih.

Surabaya, Agustus 2020

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR MOTTO	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan.....	3
1.4.1 Tujuan Umum.....	3
1.4.2 Tujuan Khusus.....	3
1.5 Manfaat.....	3
1.5.1 Manfaat Teoritis	3
1.5.2 Manfaat Praktis.....	4
1.6 Pelaksanaan	4
1.6.1 Detail Perusahaan	4
1.6.2 Periode	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	7
2.1 Profil dan Perkembangan Perusahaan	7
2.2 Visi dan Misi Perusahaan	7
2.2.1 Visi UD. Baqoroh Joyo.....	7
2.2.2 Misi UD. Baqoroh Joyo	7

2.3 Alamat dan Kontak Perusahaan.....	8
2.4 Struktur Perusahaan.....	8
2.5 Lokasi Perusahaan	9
2.6 Fokus Bidang Kerja.....	10
2.7 Portofolio Perusahaan.....	10
BAB III LANDASAN TEORI	11
3.1 Desain Grafis	11
3.2 Corporate Identity.....	11
3.3 Logo.....	12
3.3.1 Jenis-jenis Logo	12
3.4 Layout.....	16
3.4.1 Prinsip Dasar Desain Layout	16
3.5 Tipografi	18
3.5.1 Jenis-jenis Tipografi	19
3.6 Warna	21
3.6.1 Macam-macam Warna.....	21
BAB IV DISKRIPSI PEKERJAAN.....	24
4.1 Penjelasan Pekerjaan	24
4.2 Ide dan Konsep Desain Logo dan Identitas Visual	24
4.3 Software yang digunakan	25
4.3.1 Adobe Illustrator	25
4.4 Sketsa Desain.....	26
4.4.1 Proses Perancangan Logo	26
4.4.2 Proses Perancangan Stationary Set.....	26
BAB V PENUTUP	35
5.1 Kesimpulan.....	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	38
Lampiran 1 Keterangan Kerja Praktek	38
Lampiran 2 Form KP-5 (Halaman 1)	39

Lampiran 3 Form KP-5 (Halaman 2)	40
Lampiran 4 Form KP-5 (Halaman 3)	41
Lampiran 5 Form KP-6 (Halaman 1)	42
Lampiran 6 Form KP-6 (Halaman 2)	43
Lampiran 7 Form KP-7 (Halaman 1)	44
Lampiran 8 Form KP-7 (Halaman 2)	45
Lampiran 9 Kartu Bimbingan.....	46
Lampiran 10 Sertifikat.....	47
BIODATA PENULIS	48



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Struktur Manajemen Perusahaan UD. Baqoroh Joyo	8
Gambar 2.2 Situasi Proses Pemerasan Susu Sapi	9
Gambar 2.3 Lokasi Peternakan Tampak Depan	9
Gambar 2.4 Lokasi Peternakan Tampak Samping	10
Gambar 3.1 Contoh Bentuk Word Mark Logo.....	13
Gambar 3.2 Contoh Bentuk Pictorial Mark Logo	13
Gambar 3.3 Contoh Bentuk Abstract Mark Logo	14
Gambar 3.4 Contoh Bentuk Emblem Logo	14
Gambar 3.5 Contoh Bentuk Letter Form Logo	15
Gambar 3.6 Contoh Bentuk Character/Mascot Logo	15
Gambar 3.7 Contoh Bentuk Web 2.0 Logo	16
Gambar 3.8 Contoh Prinsip Sequence.....	17
Gambar 3.9 Contoh Prinsip Emphasis.....	17
Gambar 3.10 Contoh Prinsip Balance	18
Gambar 3.11 Contoh Prinsip Unity	18
Gambar 3.12 Jenis Tipografi Serif	19
Gambar 3.13 Jenis Tipografi Sans Serif	20
Gambar 3.14 Jenis Tipografi Script.....	20
Gambar 3.15 Warna Primer.....	21
Gambar 3.16 Warna Sekunder	22
Gambar 3.17 Warna Intermediate	22
Gambar 3.18 Warna Tersier	23
Gambar 4.1 Mind Mapping	25
Gambar 4.2 Proses penggerjaan dalam software Adobe Illustrator	26
Gambar 4.3 Scan Sketsa Thumbnail	27
Gambar 4.4 Scan Final Sketsa Thumbnail	27
Gambar 4.5 Rough Design	28
Gambar 4.6 Comprehensif Design	28
Gambar 4.7 Final Logo.....	29
Gambar 4.8 Filosofi Logo	29
Gambar 4.9 Sketsa Kartu Nama	30
Gambar 4.10 Final Sketsa Kartu Nama.....	31
Gambar 4.11 Final Desain Kartu Nama	31
Gambar 4.12 Sketsa Kop Surat	31
Gambar 4.13 Final Sketsa Kop Surat	32
Gambar 4.14 Final Desain Kop Surat.....	32

Gambar 4.15 Sketsa Papan Nama	33
Gambar 4.16 Final Sketsa Papan Nama	33
Gambar 4.17 Final Desain Papan Nama.....	34



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Keterangan Kerja Praktek	38
Lampiran 2 Form KP-5 (Halaman 1)	39
Lampiran 3 Form KP-5 (Halaman 2)	40
Lampiran 4 Form KP-5 (Halaman 3)	41
Lampiran 5 Form KP-6 (Halaman 1)	42
Lampiran 6 Form KP-6 (Halaman 2)	43
Lampiran 7 Form KP-7 (Halaman 1)	44
Lampiran 8 Form KP-7 (Halaman 2)	45
Lampiran 9 Kartu Bimbingan.....	46
Lampiran 10 Sertifikat	47



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

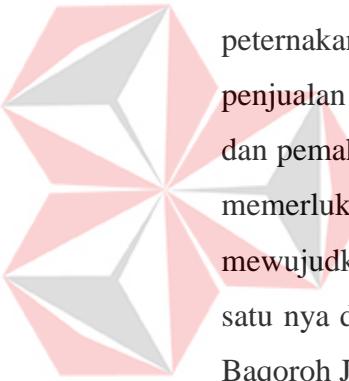
Dalam suatu perusahaan, salah satu elemen penting yang termasuk dalam *corporate identity* adalah logo, sehingga dalam penerapannya logo dapat dikatakan sebagai ujung tombak dari *corporate identity* yang mempunyai peranan dalam menjawab suatu pertanyaan seperti “siapa kita?” di mata konsumen dan calon konsumen. Dalam hal ini, perusahaan menunjukkan hubungan dengan konsumen terhadap kualitas, pelayanan, visi dan misi nya dalam perusahaan.

Perkembangan pasar yang semakin meningkat menuntut perusahaan untuk menemukan cara bagaimana dapat bertahan dan bisa terus mengikuti perkembangan. Salah satu cara untuk bertahan dalam pasar yang terus berkembang saat ini adalah dengan menciptakan image dan *corporate identity*, yang merupakan alat jual bagi perusahaan untuk produk-produk yang sekarang ada atau produk yang akan dikembangkan (Cenadi, 1999:71). Jika sebuah perusahaan mendapatkan image dan citra yang positif dari para konsumen maka akan semakin banyak konsumen yang akan tertarik menggunakan produk perusahaan tersebut, karena konsumen sudah menyadari bahwa produk perusahaan tersebut adalah produk yang berkualitas.

Pada dasarnya, *corporate identity* dapat diwujudkan sebagai suatu organisasi/perusahaan maupun kepribadian dari organisasi/perusahaan tersebut. Sehingga, inti dari *corporate identity* sendiri bertujuan agar masyarakat dapat dengan mudah mengetahui, mengenal, merasakan dan memahami visi-misi perusahaan/organisasi tersebut. Walaupun logo bukan merupakan identitas yang paling utama dalam sebuah *corporate identity*, namun jika hanya dengan melihat logo, kita bisa langsung mengenal identitas perusahaan tersebut maka peranan logo benar-benar menjadi ujung tombak perusahaan dalam memperkenalkan citra merek dari perusahaan sendiri. Dalam kegiatannya, tidak sedikit perusahaan yang akan menemui berbagai masalah, baik masalah internal maupun eksternal, masalah-masalah yang timbul berkaitan dengan pemasaran atau bahkan berkaitan dengan logo yang dirasa ketinggalan jaman dalam *corporate identity*.

Presepsi seseorang atau bahkan calon konsumen dapat dipengaruhi oleh representasi logo, dalam hal ini logo berfungsi sebagai media yang akan membawa citra dari UD. Baqoroh Joyo. Hal ini berkaitan dengan teori Kotler (2009 : 299) yang menyebutkan bahwa citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek.

Dalam hal ini UD. Baqoroh Joyo mengakui dalam bidang usahanya belum memiliki *corporate identity* yang jelas, dengan logo dan desain yang ada saat ini dirasa masih kurang cocok satu sama lain, sehingga *image/citra* yang ingin ditonjolkan terkesan kurang terlihat. Oleh karena itu perlu adanya perancangan desain logo dan identitas visual yang tertujuan untuk meningkatkan daya tarik perusahaan. Dalam pembuatan desain logo dapat menggunakan bantuan *software* adobe illustrator.



UD. Baqoroh Joyo sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang peternakan, yang kegiatan perusahaannya meliputi: produksi susu sapi murni, penjualan sapi dan kambing qurban, serta wisata edukasi. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang *corporate identity* menjadikan UD. Baqoroh Joyo sangat memerlukan pihak-pihak yang berkompeten dalam bidangnya, untuk dapat mewujudkan *corporate identity* yang sesuai dengan citra dari perusahaan, salah satu nya dengan pembuatan logo dan identitas visual yang dapat membantu UD. Baqoroh Jaya dalam menonjolkan identitas dari perusahaannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, terkait dengan kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang *corporate identity* pada UD. Baqoroh Joyo maka dapat dirumuskan permasalah yang ada, yaitu: Bagaimana cara merancang desain logo dan identitas visual guna meningkatkan daya tarik konsumen UD. Baqoroh Joyo?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dibuat, agar rumusan masalah diatas dapat terselesaikan dengan baik adalah sebagai berikut:

1. Penjelasan *corporate identity*
2. Penjelasan *logo*
3. Penggunaan *tipografi*

4. Penggunaan warna

1.4 Tujuan

1.4.1 Tujuan Umum

Kerja praktek merupakan salah satu mata kuliah wajib yang dilaksanakan sebagai persyaratan kelulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika Surabaya. Kerja praktek diadakan dengan tujuan agar mahasiswa dapat mengetahui tentang dunia kerja serta dapat meningkatkan kualitas mahasiswa baik *softskill* maupun *hardskill*. Dengan adanya kerja praktek, diharapkan mahasiswa mampu dan dapat langsung menerapkan ilmu yang sudah dipelajari di kampus ke tempat kerja.

1.4.2 Tujuan Khusus

Dengan adanya kerja praktek diharapkan mahasiswa mampu memberikan manfaat bagi Perusahaan UD. Baqoroh Joyo melalui perancangan desain logo dan identitas visual yang memiliki beberapa aspek penting didalamnya seperti:

1. Menciptakan citra perusahaan yang baik
2. Menarik perhatian konsumen

1.5 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari hasil Laporan Kerja Praktek diharapkan berguna bagi banyak pihak, diantaranya :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil Laporan Kerja Praktek ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan pengetahuan dan tambahan informasi bagi penulisan laporan kerja praktek di masa mendatang khususnya dalam bidang desain logo dan identitas visual bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Mahasiswa, diharapkan dapat memperoleh gambaran kerja secara nyata dan sebagai sarana pembelajaran sikap kerja profesional dalam *time management, deadline*, dan kemampuan *softskill*.
- b. Bagi Perusahaan, diharapkan desain logo dan identitas visual yang dibuat dapat sesuai dengan citra perusahaan, meningkatkan kepercayaan dan daya tarik konsumen.

1.6 Pelaksanaan

1.6.1 Detail Perusahaan

Pelaksanaan kerja praktik pada UD. Baqoroh Joyo tercantum dalam keterangan dibawah ini:

Periode Waktu : 17 Agustus – 17 Oktober 2020

Hari dan Tanggal : Senin – Jumat, 17 Agustus – 17 Oktober 2020

Tempat : Jl. Raya Cemengkalang No. 9 RT. 05 RW. 02

Sidoarjo
Email : agungbahtiar871@gmail.com

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan kerja praktik di UD. Baqoroh Joyo adalah merancang logo, mendesain identitas visual perusahaan berupa *stationary* UD. Baqoroh Joyo guna meningkatkan daya tarik konsumen.

1.6.2 Periode

Periode waktu pelaksanaan dilakukan dengan minimal total waktu 160 menit. Kegiatan kerja praktik dilakukan pada:

Tanggal pelaksanaan : 17 Agustus – 17 Oktober 2020

Waktu : 08.00 – 17.00 WIB

1.7 Sistematika Penulisan

Penyusunan laporan kerja praktek ini berisikan 5 bab, yang terdiri atas bab dan sub bab. Setiap sub babnya menjelaskan inti pembahasan dalam penyusunan laporan kerja praktek ini. Adapun sistematika penyusunan laporan kerja praktek sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas dan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian pada UD. Baqoroh Joyo (dalam sub-bab manfaat dibagi lagi menjadi sub-bab manfaat teoritis dan praktis), dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan, meliputi tempat dilaksanakannya kerja praktik yaitu UD. Baqoroh Joyo

BAB III LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang definisi dan penjelasan yang lebih detil, termasuk berbagai macam teori, konsep, dan pengertian yang menjadi dasar kuat dalam sebuah laporan kerja praktik mengenai perancangan logo dan identitas visual pada UD. Baqoroh Joyo.

BAB IV**DISKRIPSI PEKERJAAN**

Pada bab ini akan membahas mengenai pekerjaan yang dilakukan selama pelaksanaan kerja praktik di UD. Baqoroh Joyo. Dengan disertai penjelasan singkat mengenai hasil dari pekerjaan yang dilakukan selama kerja praktik.

BAB V PENUTUP

Bab ini akan berisi kesimpulan dan saran hasil dari implementasi kerja praktik pada UD. Baqoroh Joyo. Pada sub-bab kesimpulan akan meringkas keseluruhan hasil laporan kerja praktik dalam satu kesimpulan yang terkait dengan permasalahan dan solusi yang ditawarkan penulis. Pada sub-bab saran, penulis akan memberikan masukan terkait masalah yang diangkat dalam laporan kerja praktik.

DAFTAR PUSTAKA

Pada daftar pustaka akan berisi informasi terkait daftar referensi yang digunakan sebagai acuan dalam penulisan laporan kerja praktik ini berupa buku, jurnal, maupun *e-book*, *website*, dan lain-lain.



BAB II

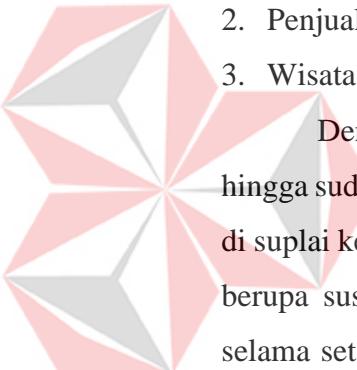
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Perkembangan Perusahaan

UD. Baqoroh Joyo merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang peternakan, yang memproduksi susu sapi murni, penjualan sapi dan kambing qurban, serta wisata edukasi peternakan. Memiliki jaringan distribusi hampir diseluruh kota Sidoarjo dan Surabaya.

Bidang bisnis ini dipilih oleh UD. Baqoroh Joyo karena perusahaan ini mengembangkan bisnis dari orang tua. Untuk saat ini UD. Baqoroh Joyo telah memiliki 3 unit usaha, yaitu:

1. Pengolahan susu sapi
2. Penjualan sapi dan kambing qurban
3. Wisata edukasi peternakan



Dengan fokus utama yaitu pengolahan susu sapi, dari yang masih mentah hingga sudah diolah dengan berbagai macam rasa dan kemasan yang nantinya akan di suplai ke sekolah, pabrik, dan industry rumahan yang membutuhkan bahan baku berupa susu sapi murni. Untuk penjualan sapi dan kambing qurban dilakukan selama setahun satu kali. Sedangkan wisata edukasi diperuntukan untuk sekolah, universitas maupun organisasi yang ingin mengenal lebih lanjut mengenai lingkungan peternakan.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi UD. Baqoroh Joyo

Visi dari UD. Baqoroh Joyo adalah menjadi peternakan yang selalu berupaya memberikan manfaat bagi pelanggan.

2.2.2 Misi PT. Baqoroh Joyo

Ada pun misi dari UD. Baqoroh Joyo adalah sebagai berikut:

1. Memastikan kualitas produk sesuai standard perusahaan.
2. Memastikan proses produksi, distribusi dan segala hal yang dilakukan di dalam perusahaan secara tepat waktu.

3. Memastikan harga produk sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat.
4. Memastikan jumlah produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

2.3 Alamat dan Kontak Perusahaan

Tempat : UD. Baqoroh Joyo

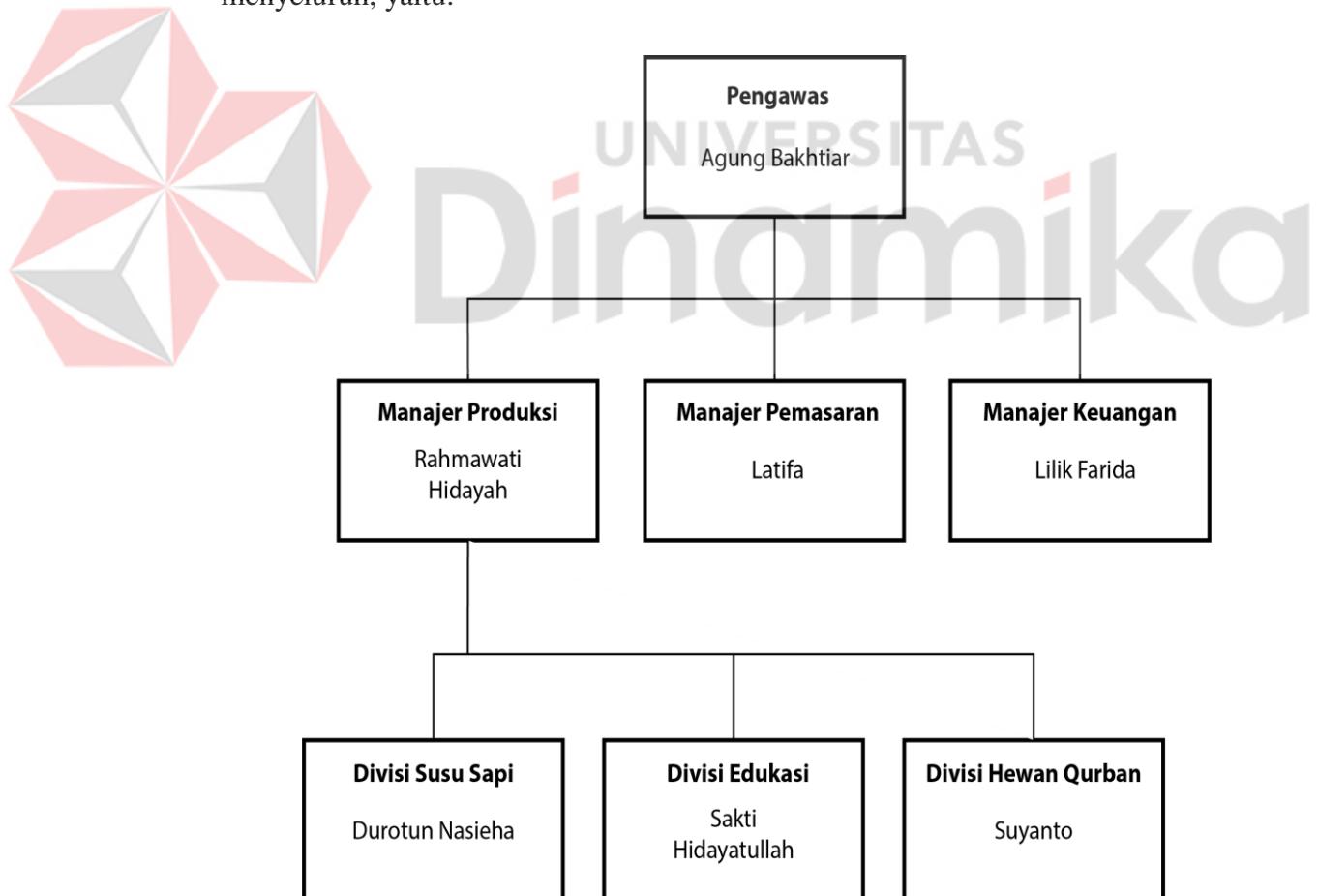
Alamat : Jl. Raya Cemengkalang No. 9 RT. 05 RW. 02 Sidoarjo

Phone : 0815-1128-8253

Email : agungbahtiar871@gmail.com

2.4 Struktur Perusahaan

Berikut adalah struktur *management* perusahaan UD. Baqoroh Joyo secara menyeluruh, yaitu:



Gambar 2.1 Struktur Manajemen Perusahaan UD. Baqoroh Joyo
(Sumber: data personal perusahaan, 2020)

2.5 Lokasi Perusahaan

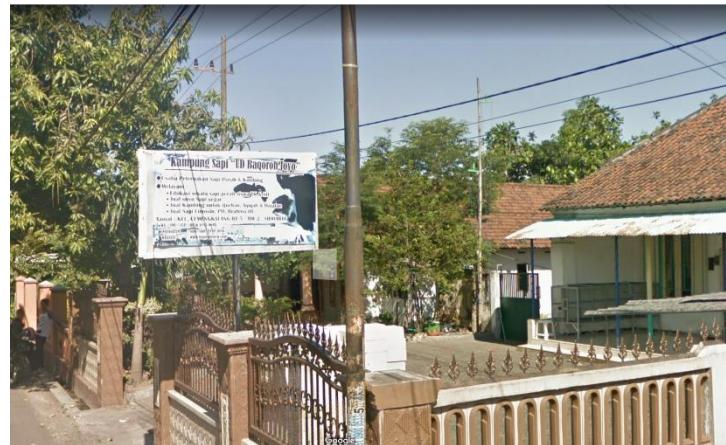
UD. Baqoroh Joyo memiliki peternakan di Sidoarjo. Di peternakan tersebut segala proses pengolahan susu sapi di kerjakan. Mulai dari memerah susu sapi, memasukkan nya pada tempat khusus, hingga akhirnya di olah dan dikemas. Di peternakan ini juga diperuntukan untuk wisata edukasi, memperkenalkan segala proses yang dikerjakan di peternakan kepada siswa sekolah, mahasiswa, maupun instansi.



Gambar 2.2 Situasi proses pemerahan susu sapi
(Sumber: Data UD. Baqoroh Joyo, 2020)



Gambar 2.3 Lokasi Peternakan tampak depan
(Sumber: Google, 2020)



Gambar 2.4 Lokasi Peternakan tampak samping
(Sumber: Google, 2020)

2.6 Fokus Bidang Kerja

Dalam praktik kerja lapangan penulis menjadi tim grafis dengan fokus pekerjaan pada bagian logodan identitas visual UD. Baqoroh Joyo. Dengan beberapa pekerjaan sebagai berikut, 1) membuat desain logo, 2) membuat desain kartu nama, 3) membuat desain papan nama, 4) melakukan proses riset dalam pembuatan logo.

2.7 Portofolio Perusahaan

Berikut adalah beberapa portofolio hasil project yang telah dikerjakan oleh UD. Baqoroh Joyo bersama beberapa *clientnya*, yaitu:

- Outdoor Learning Tahun 2017 SDIT Ghilmani
- Outing Class SD Negeri Wage 11 Taman
- Kunjungan peternakan sapi perah TK Islam Sari Bumi
- Outing Class Adinda Karim Foundation
- Kunjungan dan Edukasi Sapi Perah Rumah Tahfidz Jannatul Firdaus
- Kunjungan Edukasi Wisata TK Kyai Abdullah Ubaid
- Outing Class tematik : Binatang Ternak KB-TK Aisyiyah Bustanul Athfal VI
- Kontes ternak dan panen pedet Gubernur Jawa Timur 2018
- Kunjungan peternakan sapi perah TK Mutiara Anak Sholeh.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Desain Grafis

Kata Grafis atau graphic dalam bahasa Inggris, berasal dari bahasa Yunani Graphein yang memiliki arti menulis atau menggambar. Secara umum, desain grafis atau rancang grafis dapat diartikan sebagai proses komunikasi menggunakan elemen visual, seperti tipografi, fotografi, serta ilustrasi yang bertujuan untuk menciptakan persepsi akan suatu pesan yang ingin disampaikan. Suyanto (2004) dalam bukunya yang berjudul aplikasi desain grafis untuk periklanan, menyebutkan bahwa desain grafis sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi yang diperuntukan untuk kebutuhan bisnis dan industri atau biasa disebut dengan seni komersil. Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan, dan lingkungan grafis; desain informasi; dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi.

Menurut Danton Sihombing (2001), menyebutkan bahwa Desain Grafis merupakan kegiatan mempekerjakan berbagai elemen meliputi marka, simbol, uraian verbal yang divisualisasikan lewat tipografi dan gambar, baik dengan teknik fotografi maupun ilustrasi.

3.2 Corporate Identity

Identitas perusahaan atau yang biasa disebut *Corporate identity* adalah komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan, seperti logo, warna, dan slogan, Harrison (1995:71).

Menurut (Fauzi, 2015) *Corporate identity* merupakan identitas yang digunakan untuk membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau image yang bisa menjadi daya tarik perusahaan. Identitas perusahaan berdasarkan filosofi organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda. Identitas sendiri mencerminkan kepribadian suatu perusahaan dan dari sinilah branding perusahaan tercipta.

3.3 Logo

Logo merupakan suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu yang mewakili suatu arti dari sebuah perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga dan hal lainnya, yang membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai penganti dari nama sebenarnya. Logo harus mempunyai filosofi dan kerangka dasar berupa konsep yang bertujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri. Logo lebih lazim dikenal oleh penglihatan atau visual, seperti ciri khas berupa warna dan bentuk logo tersebut (Fauzi, 2015).

Logo adalah sebuah elemen grafis yang melambangkan suatu organisasi, produk, atau layanan. Logo merupakan tanda pengenal paling utama yang terlihat secara fisik, seperti halnya wajah pada manusia. Menurut Ferri Caniago (2012:3), “Logo merupakan suatu bentuk gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, perkumpulan, produk, negara, dan hal-hal lainnya yang dianggap membutuhkan hal-hal lainnya yang singkat dan mudah diingat sebagai penganti dari nama sebenarnya.”

Sebuah logo harus sesuai, indah, menyenangkan dan menggambarkan sebuah cerminan dari kredibilitas perusahaan, karena logo termasuk dalam komponen yang paling penting dari setiap merek perusahaan sehingga menjadi bagian yang paling sulit untuk dieksekusi. Sama seperti *logotype* yang harus identik dengan perusahaan atau produk yang diwakilinya, sebuah logo harus dapat menembus pikiran masyarakat supaya merek yang telah dibuat dapat diterima dengan baik dan dapat melekat di benak masyarakat (John, Asril, & Budi Waspada, 2017).

3.3.1 Jenis-Jenis Logo

A. Word Mark Logo

Word Mark Logo merupakan logo yang dibentuk hanya dengan menggunakan teks nama perusahaan sebagai tanda pengenalnya tanpa menambahkan ornamen berupa simbol atau lain-lain. Dalam logo jenis ini perusahaan menyampaikan filosofinya dengan memainkan jenis teks dan warna, dan terkadang perusahaan juga menyisipkan pesan khusus dalam *white space*.



Gambar 3.1 Contoh bentuk Word Mark Logo
(Sumber: www.hellomotion.com, 2020)

B. Pictorial Mark Logo

Pictorial Mark Logo merupakan logo yang dibuat dengan menggunakan simbol atau gambar yang unik dan tentunya berkaitan dengan identitas perusahaan. Dalam logo jenis ini, adakalanya ditambahkan juga nama perusahaan sebagai elemen pendukungnya.



Gambar 3.2 Contoh bentuk Pictorial Mark Logo
(Sumber: www.hellomotion.com, 2020)

C. Abstract Mark Logo

Pada dasarnya *Abstract Mark Logo* memiliki sedikit prinsip yang sama dengan *Pictorial Mark Logo*. Kedua jenis logo ini sama-sama menggunakan gambar sebagai elemen utamanya. Namun pada *Abstract Mark Logo*, logo biasanya menggunakan bentuk-bentuk atau simbol-simbol yang abstrak dalam menyampaikan filosofi perusahaan.



Gambar 3.3 Contoh bentuk Abstract Mark Logo

(Sumber: www.hellomotion.com, 2020)

D. Emblem Logo

Logo jenis ini banyak ditemukan pada logo klub-klub sepakbola juga perusahaan otomotif. Pada dasarnya Emblem Logo menggunakan Shield sebagai dasar logonya. Logo ini kurang aplikatif untuk digunakan di berbagai media, namun secara tampilan logo ini memiliki detail yang lebih menarik dan terlihat eksklusif.



Gambar 3.4 Contoh bentuk Emblem Logo

(Sumber: www.hellomotion.com, 2020)

E. Letter Form Logo

Letter Form Logo merupakan logo yang dibuat dengan menggunakan satu atau dua huruf inisial perusahaan yang sudah dibentuk sedemikian rupa sebagai elemen utama dan ditambahkan gambar/bentuk lain sebagai elemen pendukungnya. Dalam logo jenis ini bisa juga disisipkan nama perusahaan sebagai penguat.



Gambar 3.5 Contoh bentuk Letter Form Logo

(Sumber: www.hellomotion.com, 2020)



F. Character / Mascot Logo

Sesuai dengan sebutannya, logo jenis ini menggunakan maskot sebagai elemen utamanya. Meskipun sedikit susah jika diaplikasikan ke beberapa media, tapi justru logo jenis ini lebih banyak disukai orang-orang karena keunikannya. Dengan kemampuannya untuk menyita perhatian yang lebih baik daripada jenis logo lain, biasanya perusahaan yang menggunakan logo jenis ini akan lebih mudah dikenali.



Gambar 3.6 Contoh bentuk Character / Mascot Logo

(Sumber: www.hellomotion.com, 2020)

G. Web 2.0 Logo

Logo jenis ini biasa digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang menggunakan website/aplikasi sebagai jasanya. *Web 2.0 Logo* merupakan logo yang dibuat dengan efek emboss sehingga terdapat efek timbul/3d dan kesan futuristik.



Gambar 3.7 Contoh bentuk Web 2.0 Logo

(Sumber: www.hellomotion.com, 2020)

3.4 Layout

Menurut Surianto Rustan (2009 : 13), *layout* adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya.

3.4.1 Prinsip Dasar Desain Layout

A. *Sequence (Flow atau Hierarki)*

Dalam mendesain *Layout* mempunyai beberapa prinsip. Menurut Surianto Rustan (2008) dalam bukunya yang berjudul *Layout, Dasar & Penerapannya*, menyebutkan bahwa prinsip *layout* terdiri dari *sequence* / *flow* atau *hierarki*, yang merupakan urutan informasi yang dapat dilihat pembaca atau pengurutan dari pertama hingga yang terakhir dibaca. Dengan adanya *sequence*, pembaca dapat segera mengurutkan pandangan matanya, jika informasi ditampilkan sama kuatnya, pembaca akan bingung saat membacanya (Septarina & Noviati, 2014).



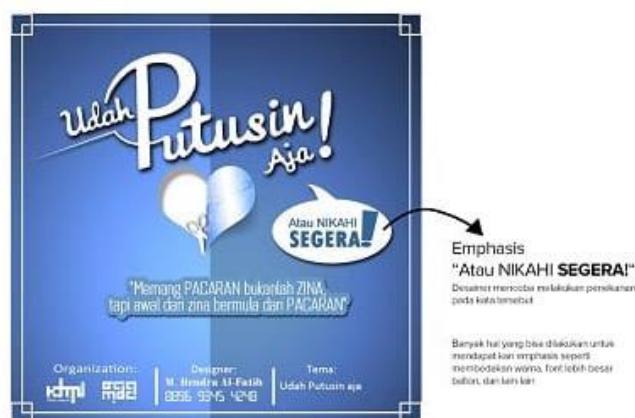
Gambar 3.8 Contoh Prinsip Sequence
(Sumber: www.mebiso.com, 2020)

B. Emphasis

Penekanan dapat diciptakan dengan berbagai cara, berbagai macam contohnya antara lain:



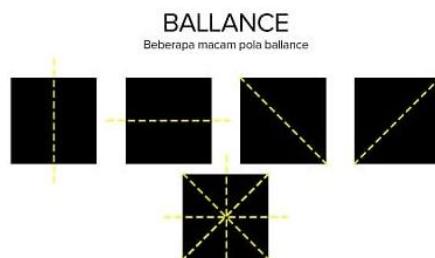
- 1) Menambah ukuran font lebih dari yang lain
- 2) Memberikan warna yang kontras dengan background dan elemen desain yang lainnya
- 3) Letakkan di posisi strategis dan dapat menarik perhatian. sebagai pegangan kita pasti sudah mengerti jika manusia pada umumnya membaca dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah. maka posisi yang pertama dilihat oleh pembaca adalah kiri atas
- 4) Gunakan style yang berbeda dengan style yang lain.



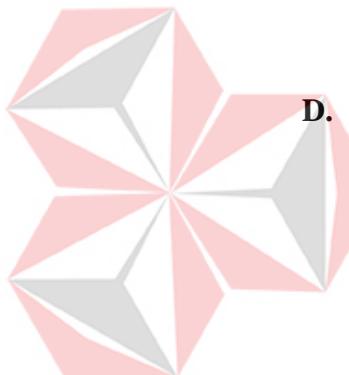
Gambar 3.9 Contoh Prinsip Emphasis
(Sumber: www.mebiso.com, 2020)

C. Balance

Pembagian berat yang merata pada bidang layout, pembagian yang merata bukan menampilkan elemen yang banyak hingga memenuhi bidang layout, akan tetapi lebih menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen elemen yang dibutuhkan dan meletakkannya pada tempat yang tepat.

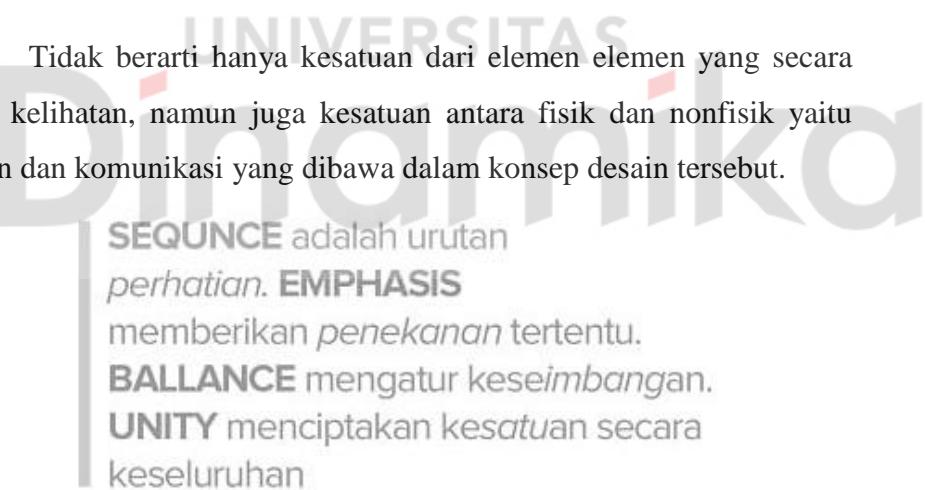


Gambar 3.10 Contoh Prinsip Balance
(Sumber: www.mebiso.com, 2020)



D. Unity

Tidak berarti hanya kesatuan dari elemen elemen yang secara fisik kelihatan, namun juga kesatuan antara fisik dan nonfisik yaitu pesan dan komunikasi yang dibawa dalam konsep desain tersebut.



Gambar 3.11 Contoh Prinsip Unity
(Sumber: www.mebiso.com, 2020)

3.5 Tipografi

Seni mengatur tata letak huruf atau biasa disebut dengan tipografi merupakan sebuah seni dalam memilih jenis huruf dari ratusan jumlah rancangan jenis huruf yang tersedia, menggabungkan jenis huruf yang berbeda, menggabungkan sejumlah kata yang sesuai dengan ruang yang tersedia dan menandai naskah untuk proses *type setting*, menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda namun harus tetap selaras. Tipe huruf untuk display yang terpasang di jalan raya adalah

arial, karena arial adalah tipe yang paling simple dan paling cepat dimengerti oleh pengguna jalan (Diana, 2002). Menurut S. Sastrowinoto (1985) model penyusunan *capitalize each words* lebih mudah dibaca dibandingkan dengan model penyusunan *uppercase*. Namun, model uppercase sangat tepat untuk penegasan maksud (R.E Sandi, 2007).

Lia Anggaraini S. dan Kirana Nathalia (2016) dalam bukunya yang berjudul *Desain komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula* mengatakan, tipografi sebagai salah satu elemen desain yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh elemen desain yang lain, serta dapat mempengaruhi keberhasilan suatu karya desain secara keseluruhan.

Menurut J. Ben Lierman dalam Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia (1967), ia mengatakan ada dua hal yang akan menentukan kesuksesan desain terkait dengan penggunaan tipografi, yaitu legibility, dan readability. Legibility adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu karakter/huruf tanpa harus bersusah payah. Sedangkan Readability adalah penggunaan huruf dengan memperhatikan hubungannya dengan huruf yang lain sehingga terlihat jelas. (Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia, 2016).

3.5.1 Jenis-jenis Tipografi

A. Serif

Serif memiliki sirip di setiap ujungnya. Tipografi ini cenderung memiliki sirip tipis hingga sedang. Kendati terdapat pula jenis tipografi ini dirilis dengan ukuran sirip yang lebih tebal sebagai jenis tampilan. Contoh dari jenis tipografi serif adalah Font Times New Roman. Keterbacaan serif sering diperdebatkan dan beberapa desainer memilih tidak menggunakan serif untuk teks bacaan yang panjang

Mello.ID

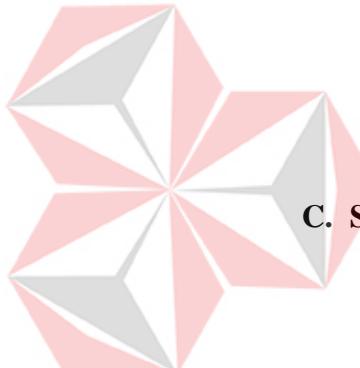
Gambar 3.12 Jenis Tipografi Serif
(Sumber: www.mello.id, 2020)

B. Sans Serif

Sans Serif tidak memiliki sirip. Sans berarti tanpa, itulah sebabnya semua huruf tanpa sirip disebut Sans Serif. Bentuk huruf Sans Serif ini biasanya kelihatan lebih modern daripada Serif. Namun keduanya merupakan huruf yang paling sering digunakan untuk teks bacaan yang panjang. Kendati Sans Serif cenderung lebih mudah dibaca daripada Serif dan jenis tipografi lain.

Sans Serif ini cocok digunakan untuk menyampaikan informasi dengan cepat. Jenis tipografi ini juga memiliki kesan yang simpel dan modern. Contoh dari tipografi Sans Serif adalah Helvetica dan Arial.

Mello.ID



C. Script

Gambar 3.13 Jenis Tipografi Sans Serif

(Sumber: www.mello.id, 2020)

Universitas Dinamika

Script serupa dengan goresan pena atau pensil yang tajam. Pada umumnya tipografi huruf ini miring ke kanan. Script ini juga mirip dengan penulisan kaligrafi. Tipografi Script dapat dibuat dengan huruf bersambung ataupun tidak bersambung. Lalu menimbulkan kesan pribadi dan akrab. Jenis tipografi ini sangat elegan dan tinggi, dengan demikian tidak cocok untuk teks bacaan panjang.

Mello.ID

Gambar 3.14 Jenis Tipografi Script

(Sumber: www.mello.id, 2020)

3.6 Warna

Dalam buku *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*, menurut Drs. Sadjiman Ebdi Sanyoto (2005) warna secara obyektif/fisik diartikan sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subyektif/psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan. Warna memberikan peranan yang sangat penting, karena setiap warna memiliki karakter dan memberikan dampak secara psikologis kepada *audiencenya*.

Menurut Lia & Nathalia (2016) warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan mood, menggambarkan citra sebuah perusahaan, dan lainnya. Pemilihan warna yang efektif dapat menjadi pilihan dalam menciptakan sebuah desain, namun kata efektif sendiri dapat ditafsirkan berbeda-beda oleh setiap orang. Warna yang dipilih biasanya didasarkan pada penggunaan warna brand, akan tetapi memilih kombinasi warna yang minimalis sangat disarankan dalam desain website.

3.6.1 Macam-macam Warna

Berikut ini adalah macam-macam warna beserta penjelasannya :

A. Warna Primer



Gambar 3.15 Warna Primer
(Sumber: www.materibelajar.co.id, 2020)

Warna primer merupakan warna pokok atau pertama yang pembentukannya tidak disertai dengan warna yang lain. Warna ini digunakan sebagai bahan campuran pokok sehingga menghasilkan warna-warna lain. Adapun warna primer yaitu:

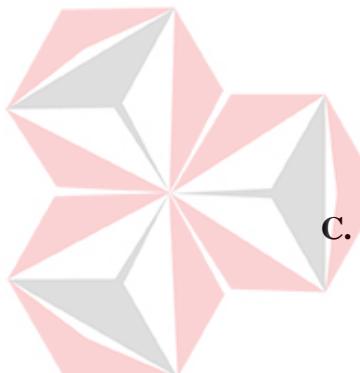
- Merah, yang sebenarnya bernama Magenta yakni merah semu ungu.
- Biru, yang sebenarnya bernama Cyan yakni biru semu hijau.
- Kuning, yang sebenarnya bernama Yellow.

Dan warna warna primer diatas sering disingkat CMY (*Cyan, Magenta, Yellow*) dalam dunia percetakan.

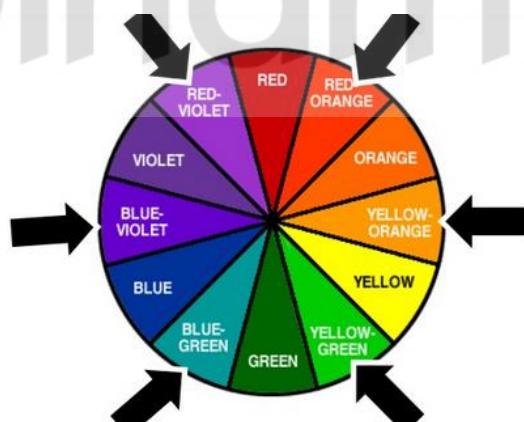
B. Warna Sekunder



Gambar 3.16 Warna Sekunder
(Sumber: www.materibelajar.co.id, 2020)



C. Warna Intermediate



Gambar 3.17 Warna Intermediate
(Sumber: www.materibelajar.co.id, 2020)

Warna intermediate merupakan warna pada lingkaran warna yang letaknya diantara warna primer dan warna sekunder.

D. Warna Tersier



Gambar 3.18 Warna Tersier
(Sumber: www.materibelajar.co.id, 2020)

Warna tersier merupakan warna yang berasal dari pencampuran antara warna primer dengan warna sekunder.



BAB IV

DISKRIPSI PEKERJAAN

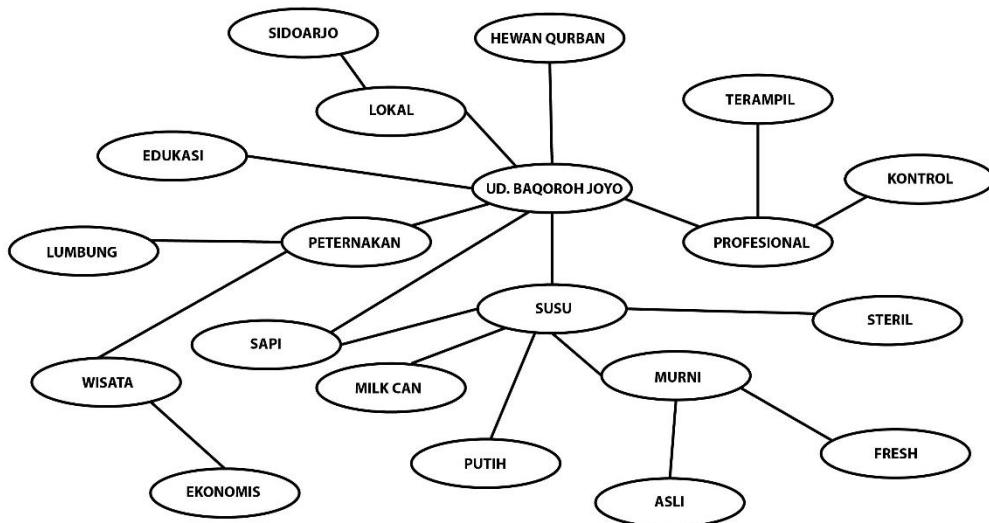
4.1 Penjelasan Pekerjaan

Tahapan penggerjaan desain logo dan identitas visual diawali dengan *brief* yang diberikan oleh Direktur UD. Baqoroh Joyo berkaitan dengan pekerjaan yang akan dilakukan selama periode kerja praktek ini. Seperti yang telah disetujui pada awal pengajuan proposal kerja praktek di UD. Baqoroh Joyo, penulis akan membuat desain logo dan identitas visual dengan format akhir *Joint Photographic Experts Group* (JPEG) / *Portable Network Graphics* (PNG). Dalam Brief tersebut Direktur UD. Baqoroh Joyo menjelaskan secara singkat latar belakang terbentuknya usaha peternakan yang dikelolanya. Hasil dari brief yang diberikan akan melalui tahapan-tahapan berupa:

- 1) Penulis membuat rancangan ide dan konsep bentuk logo dan identitas visual yang akan dibuat.
- 2) Penulis mulai membuat sketsa logo.
- 3) Melakukan digitalisasi sketsa logo
- 4) Menggabungkan ide dan konsep yang sebelumnya telah dibuat kedalam sketsa logo
- 5) Melakukan *exporting* guna menghasilkan format *Joint Photographic Experts Group* (JPEG) / *Portable Network Graphics* (PNG) agar mudah dipahami.

4.2 Ide dan Konsep Desain Logo dan identitas visual

Desain logo dan identitas visual pada UD. Baqoroh Joyo mengambil konsep dari objek-objek yang berhubungan dengan bidang usaha yang dijalankan melalui proses brain storming.



Gambar 4.1 Mind Mapping
(Sumber: Olahan Pribadi,2020)

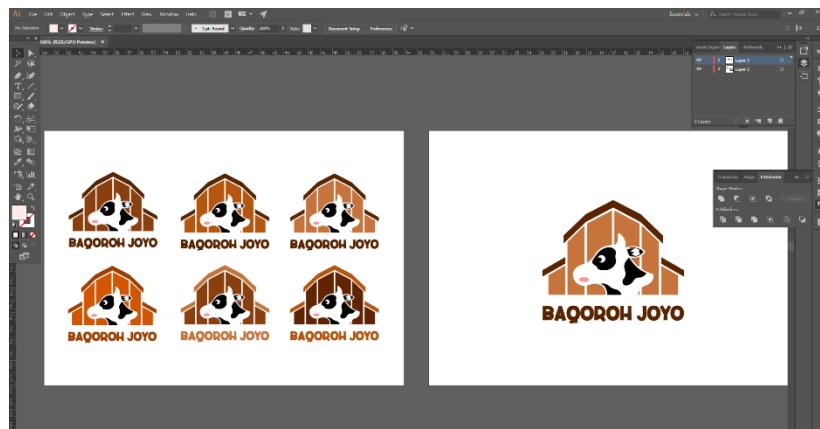
Dari proses brain storming akan memunculkan keyword yang nantinya berfungsi sebagai rujukan pembuatan logo. Brain Storming juga menentukan citra usaha yang ingin dibentuk, menentukan pemilihan warna, pemilihan tipografi, yang semua itu dirangkai menjadi satu kesatuan yang selaras. Pemilihan warna harus selaras antara logo dan identitas visual UD. Baqoroh Joyo, yang juga diaplikasikan pada kartu nama, kop surat, serta papan nama.

4.3 Software yang digunakan

Penulis menggunakan software Adobe Illustrator dalam keseluruhan pembuatan desain logo dan stationery set UD. Baqoroh Joyo.

4.3.1 Adobe Illustrator

Adobe Illustrator adalah sebuah *software* yang bergerak di bidang pengolah gambar yang berhubungan dengan vektor. Berbeda dengan gambar biasa, vektor adalah jenis gambar yang kalau kita perbesar (*zoom*) hasilnya tidak akan pecah. Pada software ini, penulis membuat desain logo sekaligus stationery set UD. Baqoroh Joyo.



Gambar 4.2 Proses penggerjaan dalam software *Adobe Illustrator*
 (Sumber: Olahan Pribadi, 2020)

4.4 Sketsa Desain

Dalam proses pembuatan desain logo memiliki tahapan yang harus dilalui secara runtut. Menurut Bob Cotton dalam bukunya yang berjudul *The Guide to Graphic Design* (1990:52) menyebutkan bahwa dalam proses desain, setelah didapatkan gagasan kemudian dilanjutkan dengan pembuatan bentuk sketsa awal (thumbnail design) yang kemudian dikembangkan lagi ke dalam serangkaian gambar alternatif (rough design) yang masih akan diperbaiki. Langkah ini disebut dengan tahap

4.4.1 Proses Perancangan Logo

Berikut ini adalah tahap-tahap dalam proses perancangan:

A. Sketsa Awal (*Thumbnail*)

Proses perancangan logo diawali dengan *thumbnail* atau pembuatan sketsa awal. *Thumbnail* dibuat pada sebuah kertas dan ada beberapa alternatif desain, dari beberapa alternatif tersebut akan dipilih yang terbaik.



Gambar 4.3 Scan Sketsa Thumbnail

(Sumber: Olahan Pribadi, 2020)

Dari beberapa sketsa *thumbnail* yang sudah dibuat kemudian dipilih Desain *thumbnail* yang terbaik menurut tim dan didiskusikan kepada pemilik usaha.



Gambar 4.4 Scan Final Sketsa Thumbnail

(Sumber: Olahan Pribadi, 2020)

B. Gambar Alternatif (Rough Design)

Setelah menemukan final thumbnail desain yang dipilih berdasarkan pertimbangan tim serta persetujuan pemilik usaha kemudian dikembangkan lagi ke dalam serangkaian gambar alternatif (visual rough) yang masih akan dikembangkan.



Gambar 4.5 Rough Design
(Sumber: Olahan Pribadi, 2020)

C. Comprehensif Design

Desain alternatif yang sudah tersusun dengan baik dan rapi termasuk ke dalam tahapan ketiga yaitu tata letak *komperhensif*. Tahapan ini memudahkan mengenali setiap bagian yang ada dalam logo.



Gambar 4.6 Comprehensif Design
(Sumber: Olahan Pribadi, 2020)

D. Final Logo

Pemilihan final logo ini melalui pertimbangan tim dan persetujuan pemilik usaha dengan pertimbangan logo yang dapat mencerminkan karakter dan visi misi UD. Baqoroh Joyo. Final logo yang telah jadi nantinya akan digunakan pada berbagai macam media promosi yang berkaitan dengan kegiatan usaha yang dilakukan oleh UD. Baqoroh Joyo. Berikut ini merupakan makna logo dari UD. Baqoroh Joyo yang telah penulis susun sesuai dengan citra usaha yang berkaitan dengan peternakan.



Filosofi Logo:



Gambar 4.8 Filosofi logo
(Sumber: Olahan Pribadi, 2020)

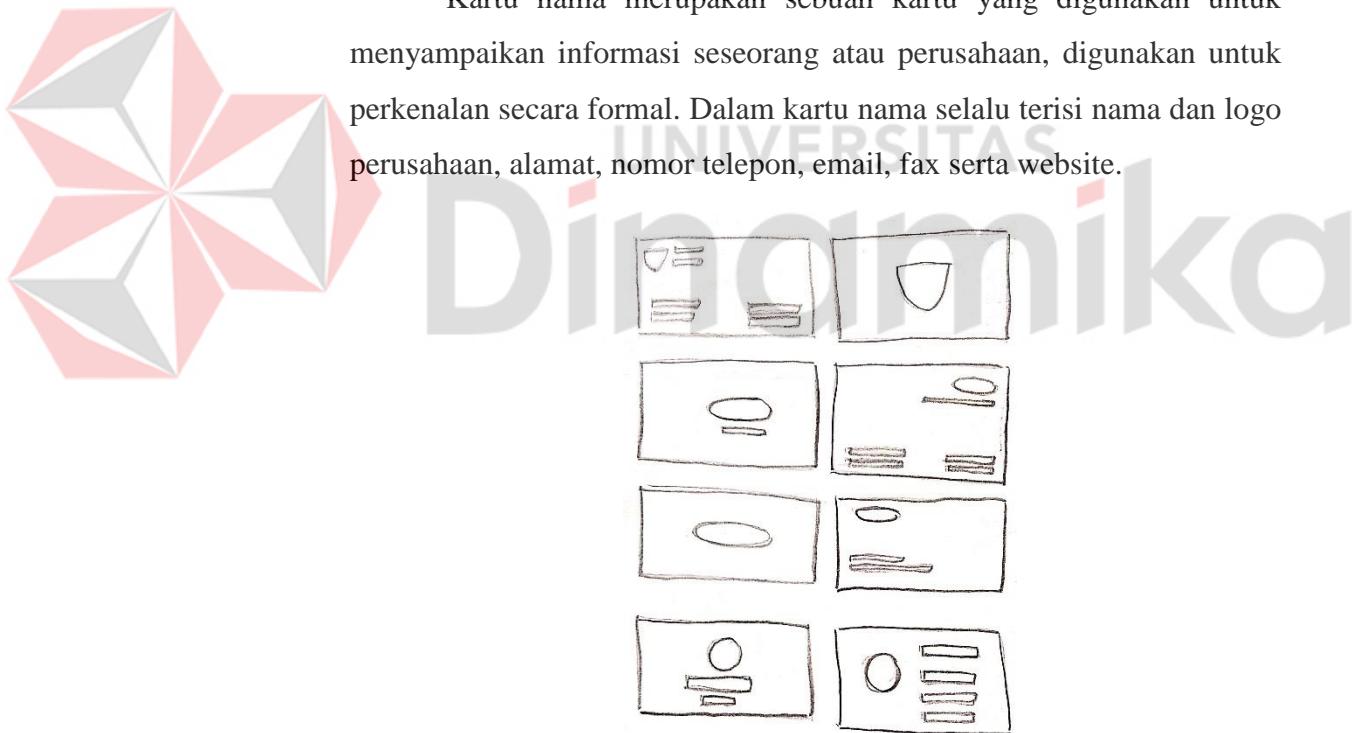
- Lumbung, sebagai simbol perusahaan yang memiliki pondasi kuat, profesional, dan berpengalaman.
- Sapi, sebagai simbol unit usaha perusahaan berupa bidang olahan susu segar dan penyedia hewan Qurban.
- Pensil, sebagai unit usaha perusahaan berupa bisang edukasi kegiatan peternakan.

4.4.2 Proses Perancangan Stationary Set

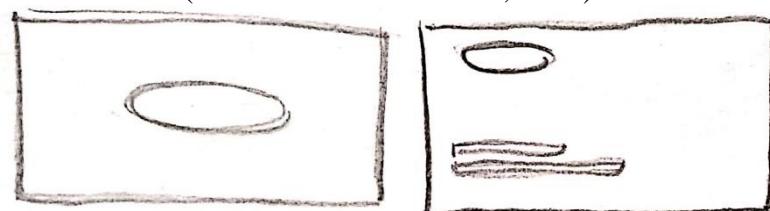
Selain mendesain logo UD. Baqoroh Joyo, penulis juga membuatkan stationery set berupa kartu nama, kop surat, dan papan nama untuk dijadikan sebagai identitas usaha dengan desain yang sesuai dengan citra perusahaan.

A. Kartu Nama

Kartu nama merupakan sebuah kartu yang digunakan untuk menyampaikan informasi seseorang atau perusahaan, digunakan untuk perkenalan secara formal. Dalam kartu nama selalu terisi nama dan logo perusahaan, alamat, nomor telepon, email, fax serta website.

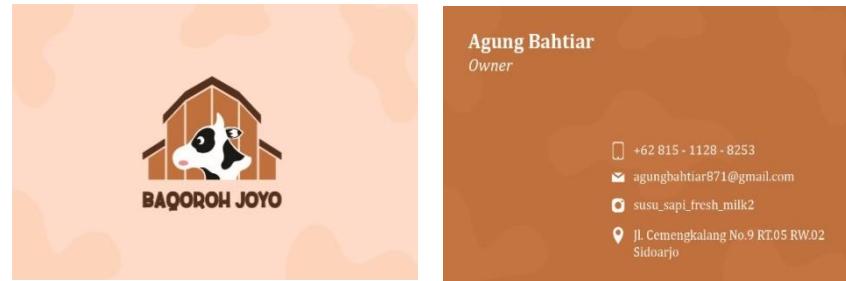


Gambar 4.9 Sketsa Kartu Nama
(Sumber: Olahan Pribadi, 2020)



Gambar 4.10 Final Sketsa Kartu Nama

(Sumber: Olahan Pribadi, 2020)

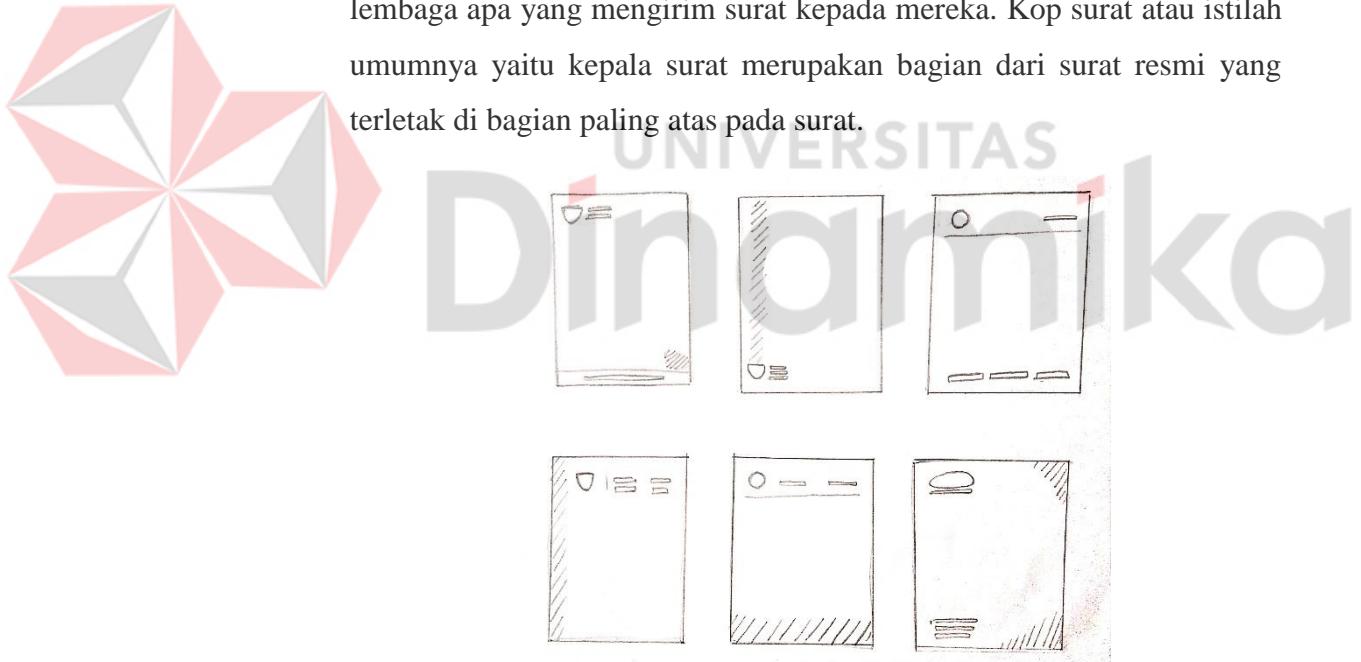


Gambar 4.11 Final Desain Kartu Nama

(Sumber: Olahan Pribadi, 2020)

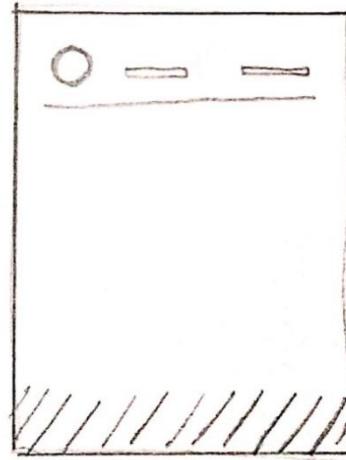
B. Kop Surat

Kop surat adalah identitas sebuah perusahaan atau instansi agar penerima surat dapat dengan mudah mengetahui darimana asal surat serta lembaga apa yang mengirim surat kepada mereka. Kop surat atau istilah umumnya yaitu kepala surat merupakan bagian dari surat resmi yang terletak di bagian paling atas pada surat.



Gambar 4.12 Sketsa Kop Surat

(Sumber: Olahan Pribadi, 2020)



Gambar 4.13 Final Sketsa Kop Surat
(Sumber: Olahan Pribadi, 2020)

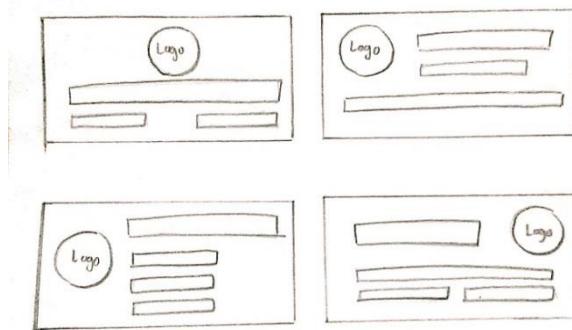


Gambar 4.14 Final Desain Kop Surat
(Sumber: Olahan Pribadi, 2020)

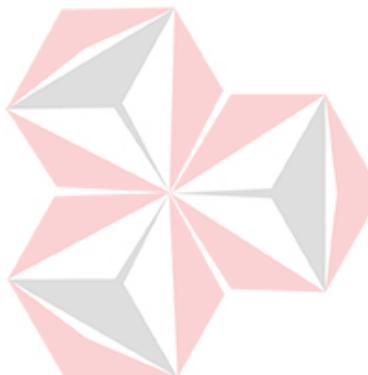
Pemilihan Final desain kop surat ini berdasarkan pertimbangan tata letak layout yang memudahkan pembaca mengetahui darimana surat ini dikirim serta informasi apa saja yang diperoleh dari surat tersebut. Dengan pemilihan warna dan desain yang sesuai citra UD. Baqoroh Joyo.

C. Papan Nama

Papan nama adalah papan berisi gambar dan tulisan yang digunakan sebagai penanda untuk memberikan informasi lebih lanjut tentang lokasi tempat papan nama diletakkan. Lokasi ini bisa berupa lokasi toko, kantor maupun sebuah instansi.



Gambar 4.15 Sketsa Papan Nama
(Sumber: Olahan Pribadi, 2020)



Gambar 4.16 Final Sketsa Papan Nama
(Sumber: Olahan Pribadi, 2020)



Gambar 4.17 Final Desain Papan Nama
(Sumber: Olahan Pribadi, 2020)



Pemilihan Final desain papan nama ini telah melalui proses seleksi dari tim dan pemilik usaha. Dengan desain memperhitungkan komposisi tulisan, ketebalan tulisan, serta ukuran font yang memudahkan informasi terbaca dengan jelas kepada orang yang melihat desain papan nama UD. Baqoroh Joyo.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam laporan kerja praktik yang berjudul “Perancangan Logo dan Identitas Visual UD. Baqoroh Joyo” ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tujuan dari perancangan ini adalah merancang desain logo dan identitas visual guna meningkatkan daya tarik konsumen.
2. Berdasarkan tahapan proses pembuatan desain logo, proses sketsa logo sangat diperlukan guna membantu menciptakan logo yang menarik dan sesuai dengan citra uyang diinginkan.
3. Dalam perancangan desain logo dan identitas visual diperlukan brief yang jelas mengenai corporate identity yang ingin dibentuk. Hal ini berkaitan dengan visi dan misi perusahaan, karakter konsumen, serta identitas visual yang diinginkan.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan laporan kerja praktik ini, penulis memiliki sedikit saran, diantaranya:

1. Dalam bekerja secara profesional time management sangat diperlukan untuk meminimalisir adanya kesalahan selama proses penggerjaan.
2. Melakukan komunikasi yang baik kepada sesama tim dan atasan agar membentuk suasana yang nyaman dalam bekerja.
3. Pemilihan pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan merupakan tindakan yang bijak agar mendapat hasil yang maksimal.
4. Evaluasi dini oleh tim grafis berupa saran dan kritik dari tim akan sangat membantu memperbaiki kesalahan yang terjadi. Hal ini dapat juga mempererat solidaritas kerja tim agar semakin solid.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Cotton, B. (1990). *The Guide to Graphic Design* .
- Rustan, S. (2008). *Layout, Dasar & Penerapannya* . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sanyoto, D. S. (2005). *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain* . Yogyakarta.

Sumber Jurnal:

- Fauzi, M. (2015). Re-Design Identitas Perusahaan Victoria Homestay Di Pulau Untung Jawa.
- John, Asril, & Budi Waspada, A. (2017). Analisis Semiotika Logo Rumah Makan Patinku. *Jurnal Desain, Multimedia, dan Industri Kreatif*.
- Pajriana, A., Adityawan, O., Perdana, B. B., & Pujaswati, C. (2017). Branding Distro Growing Supply Co. Melalui Corporate Identity. *Jurnal Sketsa Vol. 4 No. 2 September 2017*.
- Pasaribu, Z., & E, D. A. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Internal Portal Pt Dirgantara Indonesia Terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Sosioteknologi ITB*.
- Rudianto, A. (2017). Kajian Ergonomi Pada Visual Display Penunjuk Informasi Pelabuhan Di Kawasan.
- Septarina, S. W., & Noviati, N. (2014). Mengenal Permainan Tradisional Indonesia Dalam Bentuk Sebuah Buku Edukasi Seri : Ketangkasan Outdoor. *Jurnal RupaRupa*.

Sumber Laporan:

- Abdul Kadir. (2014). *Pembuatan Company Profile PT. KARYA AGUNG YOGYAKARTA*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Dani Permata. *Perancangan Ulang Identitas Visual Tong Susu Café PekanBaru*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Ulfie Hadiani.(2015). *Perancangan Logo Berbasis Vektor pada Industri Kecil Menengah Juice Sari Mulyo Bojonegoro-Jawa Timur*. Surabaya: Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

Sumber Website:

https://www.facebook.com/susu_sapi_fresh_milk-1958895287752284/, diakses pada tanggal 28 Oktober

<https://hellomotion.com/woroworo/jenis-jenis-logo-yang-harus-kamu-ketahui>, diakses pada tanggal 1 Desember 2020

<https://mebiso.com/mengenal-4-prinsip-dasar-desain-layout/>, diakses pada tanggal 1 Desember 2020

<https://mello.id/jenis-jenis-tipografi/>, diakses pada tanggal 2 Desember 2020

<https://materibelajar.co.id/pengertian-warna/>, diakses pada tanggal 3 Desember

