



**PERANCANGAN BRAND IDENTITY PRODUK SARUNG
TANGAN GOLF PT. SINAR ABADI GUNA**

KERJA PRAKTIK

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual



Oleh:

Muhammad Syifa'al Alifuddin

19420100063

**UNIVERSITAS
Dinamika**

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

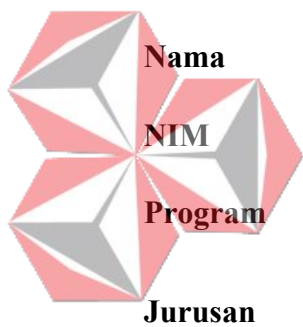
2022

**PERANCANGAN BRAND IDENTITY PRODUK SARUNG TANGAN GOLF
PT. SINAR ABADI GUNA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik:

Disusun oleh:



Nama : Muhammad Syifa'al Alifuddin
NIM : 19420100063
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

LEMBAR MOTTO



“ Jangan Lupa Bernafas “

LEMBAR PERSEMBAHAN



Laporan Kerja Praktik ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya dan diri saya sendiri

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN BRAND IDENTITY PRODUK SARUNG TANGAN GOLF PT. SINAR ABADI GUNA

Laporan Kerja Praktik oleh :

Nama : Muhammad Syifa'al Alifuddin

NIM : 19420100063

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 11 Juli 2022

Disetujui,



Setya Putri Erdiana, S.T., M.DS.

NIDN. 0721099105

Penyelia



Ibu. Evi Sumarni

Sekretaris

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Fakultas Desain dan Industri Kreatif

UNIVERSITAS

Dinamika

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.

NIDN. 0720028701

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : Muhammad Syifa'al A.
NIM : 19420100063
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PERANCANGAN BRAND IDENTITY PRODUK SARUNG TANGAN GOLF PT. SINAR ABADI GUNA**

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 diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 04 Juni 2022



Muhammad Syifa'al A.
NIM : 19420100063

ABSTRAK

PT. Sinar Abadi Guna perusahaan yang bergerak di bidang produksi sarung tangan golf. Sarung tangan yang di produksi diekspor ke beberapa negara seperti Jepang, Korea, Amerika, dan Belgia. PT. Sinar Abadi Guna ini belum dikenali di Indonesia. Maka dalam proses pengembangan citra perusahaan harus dilakukan perancangan *Brand Identity* agar masyarakat mengerti tentang perusahaan tersebut. Karena ketika sebuah *brand* sudah memiliki *brand identity* yang kuat pasti akan mudah dikenali oleh banyak orang. Bahkan, masyarakat bisa menjadi sangat loyal karena telah memiliki persepsi yang baik terhadap *brand* tersebut. Sehingga nantinya PT. Sinar Abadi Guna, juga dapat menjadi salah satu perusahaan yang memiliki *customer loyalty*. Dengan kualitas sarung tangan yang sangat mendukung para konsumen pemain golf. PT. Sinar Abadi Guna dapat menyaingi para pesaingnya. Perancangan untuk membranding PT. Sinar Abadi Guna adalah membuat logo dan *stationary kit* berupa map, kop surat, amplop, kartu nama, dan seragam dan merancang logo baru.

Perusahaan ini telah memiliki logo, namun logo lama masih belum dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga logo lama harus di re-desain dan perusahaan ini tidak memiliki *corporate identity* yang berupa *stationary kit*. Dalam pembuatan logo dan *stationary kit* ini membutuhkan tahapan mulai dari mencari informasi tentang perusahaan, referensi, pembuatan *sketch*, dan digital. Pembuatan logo dan *stationary kit* mewakili sebuah identitas dari perusahaan, agar dikenal masyarakat luas.

Bahwa merancang logo *brand sport* untuk kalangan menengah keatas sebaiknya menggunakan warna merah yang melambangkan energi, dengan warna biru tua yang melambangkan kekuatan dan keseriusan dalam sport tersebut. *Font type* sans serif yang memiliki arti tegas. Dan dalam proses pembuatan logo harus dilakukan riset terlebih dahulu dengan tahapan membuat *brief*, pencarian konsep, referensi, dan matrix, sehingga tercipta sebuah logo yang dapat mewakili perusahaan. Dengan mengaplikasikan berbagai element visual untuk logo dan *stationary kit* yang telah dibuat untuk menjadikan simbol perusahaan. Dengan adanya *brand awarness* konsumen dapat mengenali sebuah produk dari perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Identity, Brand Identity, Stationary Kit, Logo*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya dengan judul “Perancangan Brand Identity Produk Sarung Tangan Golf PT. Sinar Abadi Guna. Laporan ini disusun dalam rangka penulisan laporan kerja praktik untuk menyelesaikan mata kuliah “Kerja Praktik” yang dibimbing oleh Setya Putri Erdiana, S.T., M.DS.

Melalui kesempatan yang sangat berharga ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan banyak pengalaman selama kerja praktik serta membantu dalam proses penyelesaian laporan kerja praktik ini, terutama kepada:

1. Yang terhormat **Prof. Dr. Budi Djatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika.
2. Yang terhormat **Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual yang telah membimbing dan memberikan saran terbaik sebelum kerja praktik terlaksana hingga selesainya laporan kerja praktik ini
3. Yang terhormat **Setya Putri Erdiana, S.T., M.DS.** selaku dosen pembimbing kerja praktik yang telah membimbing, memberi pengarahan, hingga memberikan banyak dukungan agar segera terselesaikan laporan kerja praktik ini
4. Yang terhormat **Evi Sumarni** selaku Sekretaris dan juga pembimbing kerja praktik di PT. Sinar Abadi Guna yang telah membimbing, memberi pengarahan, hingga memberikan banyak dukungan agar segera terselesaikan semua tugas yang telah diberikan.
5. Seluruh keluarga dan orang yang saya cintai, dan terutama orang tua saya yang selalu mendoakan kelengkapan dan hasil terbaik dari kerja praktek ini dan atas dukungannya, menyemangati segala sesuatu yang berhubungan dengan kerja praktek ini.
6. Seluruh teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah mendukung kelancaran penyelesaian laporan kerja praktik ini.

Semoga laporan kerja praktik ini dapat dipahami dan dapat membawa manfaat bagi siapapun yang membacanya. Penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata - kata atau pun penulisan.

Terima Kasih.

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	3
1.1 Latar belakang	3
1.2 Rumusan masalah	4
1.3 Batasan masalah	4
1.4 Tujuan.....	4
1.5 Manfaat.....	4
1.6 Pelaksanaan.....	4
1.7 Sistematika Penulis	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	6
2.1 Profil Perusahaan PT. Sinar Abadi Guna	6
2.2 Visi dan Misi Perusahaan	7
2.2.1 Visi	7
2.2.2 Misi	7
2.3 Alamat dan Kontak perusahaan.....	7
2.4 Struktur Organisasi.....	8
BAB III LANDASAN TEORI.....	10
3.1 <i>Brand</i>	10
3.1.1 <i>Brand Identity</i>	10
3.1.2 <i>Brand Awareness</i>	14
3.2 <i>Corporate Identity</i>	11
3.3 Logo.....	11
3.4 Media.....	13
3.4.1 <i>Stationary Kit</i>	13
3.4.2 Seragam Karyawan.....	14
3.5 Warna	14
3.6 Tipografi.....	16

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	17
4.1 <i>Brand Identity</i> Sarung Tangan PT. Sinar Abadi Guna	17
4.2 Konsep dan Ide Pekerjaan	17
4.3 <i>Brief</i>	18
4.4 Referensi.....	18
4.5 <i>Software</i> dan Aplikasi yang digunakan	19
4.6 Proses Pembuatan Logo	19
4.7 Proses Perancangan <i>Stationary Kit</i>	23
BAB V PENUTUP.....	27
5.1 Kesimpulan.....	27
5.2 Saran.....	27
DAFTAR PUSAKA.....	28
DAFTAR LAMPIRAN.....	29

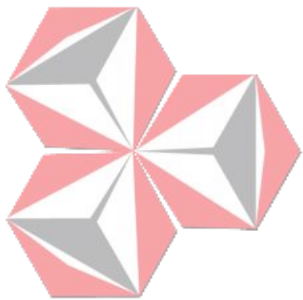


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tampak depan kantor perusahaan.....	6
Gambar 2. 2 Sarung Tangan	7
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi	8
Gambar 3. 1 Logogram	12
Gambar 3. 2 <i>Logotype</i>	12
Gambar 3. 3 <i>Mixedlogo</i>	12
Gambar 3. 4 <i>Stationary Kit</i>	13
Gambar 3. 5 Seragam Karyawan	14
Gambar 3. 6 Warna Merah.....	15
Gambar 3. 7 Warna Biru.....	15
Gambar 4. 1 Logo Lama	17
Gambar 4. 2 Referensi Logo.....	18
Gambar 4. 3 Alternatif 1	20
Gambar 4. 4 Alternatif 2	20
Gambar 4. 5 Alternatif 3	20
Gambar 4. 6 Color Hex	21
Gambar 4. 7 Penerapan Warna pada Logo	21
Gambar 4. 8 Logo Monogram	22
Gambar 4. 9 Tipografi.....	22
Gambar 4. 10 Penerapan Tipografi.....	22
Gambar 4. 11 Sketsa Map Perusahaan.....	23
Gambar 4. 12 Sketsa Kop Surat.....	23
Gambar 4. 13 Sketsa Kartu Nama.....	23
Gambar 4. 14 Map Perusahaan	24
Gambar 4. 15 Amplop Perusahaan	25
Gambar 4. 16 Kop Surat Perusahaan	25
Gambar 4. 17 Kartu Nama Perusahaan.....	26
Gambar 4. 18 Polo Shirt.....	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik PT. Sinar Abadi Guna.....	29
Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 1).....	30
Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 2).....	31
Lampiran 4 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 1).....	32
Lampiran 5 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 2).....	33
Lampiran 6 Form Kerja Praktik 7.....	34
Lampiran 7 Kartu Bimbingan.....	35
Lampiran 8 Form Nilai Perusahaan.....	36
Lampiran 9 Biodata Penulis.....	37



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

PT Sinar Abadi Guna didirikan pada tanggal 6 Juni 2008. Pendiri Perusahaan tersebut adalah Titik Suprami. PT. Sinar Abadi Guna perusahaan yang bergerak di bidang sarung tangan, dengan produksi sarung tangan golf. Sarung tangan yang di produksi akan di ekspor ke beberapa negara seperti Jepang, Korea, Amerika, dan Belgia. Dengan perkembangan media sosial yang semakin besar, perusahaan ini perlu lebih di kenal oleh masyarakat luas. Maka dalam proses pengembangan citra perusahaan harus dilakukan perancangan *Brand Identity* agar masyarakat mengerti tentang perusahaan tersebut. *Brand identity* adalah kumpulan semua elemen yang diciptakan perusahaan untuk menggambarkan citra yang tepat bagi konsumennya. Saat sebuah *brand* sudah memiliki *brand identity* yang kuat akan mudah dikenali oleh banyak orang. Bahkan, masyarakat bisa menjadi sangat loyal karena telah memiliki persepsi yang baik terhadap *brand* tersebut. Jadi, *brand identity* juga dapat menjadi salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan *customer loyalty*. Istilah *branding* mengacu pada praktik pemasaran secara aktif untuk membentuk *brand*. Sementara itu, *brand identity* adalah elemen-elemen yang diciptakan perusahaan agar bisa terlihat berbeda dari kompetitor sehingga bisa menimbulkan persepsi khusus bagi penggunanya. Elemen - elemen yang ada di *brand identity* tersebut misalnya, logo, warna, desain, dan lainnya.

Dengan adanya *brand awareness* kita bisa mengenali produk sarung tangan golf dari PT. Sinar Abadi Guna. Dengan kualitas sarung tangan yang sangat mendukung para konsumen pemain golf. PT. Sinar Abadi Guna dapat menyaingi para pesaingnya. Perancangan untuk membranding PT. Sinar Abadi Guna adalah membuat logo dan *stationary kit* berupa map, kop surat, amplop, kartu nama, dan seragam dan merancang logo baru.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dirumuskan pertanyaan “Bagaimana cara merancang *brand identity* PT. Sinar Abadi Guna untuk meningkatkan *brand awarness*. ”

1.3 Batasan masalah

Agar rumusan masalah diatas lebih fokus dan terperinci, maka batasan masalah diuraikan sebagai berikut:

1. Perancangan Logo PT. Sinar Abadi Guna.
2. Pengaplikasian logo pada *stationery set* dan seragam

1.4 Tujuan

Tujuan perancangan melakukan *brand awareness* agar perusahaan lebih dikenal di Indonesia serta merancang logo baru agar terlihat lebih bagus dari sebelumnya, mudah di ingat oleh masyarakat.

1.5 Manfaat

Menambah pengetahuan umum akan pentingnya *brand identity* pada perusahaan. Manfaat praktis yang dihasilkan dari perancangan ini adalah sebuah logo baru dan *stationary* dapat diaplikasikan dalam media promosi tentang jasa yang telah dirancang.

1.6 Pelaksanaan

Pelaksanaan Kerja Praktik secara *offline*, yang letaknya di Jl. Krembangan No 5, Taman, Sidoarjo yang dilaksanakan pada :

Tanggal Pelaksanaan : 10 Maret – 25 April 2022

Waktu : 08.00 – 16.00

Bagian : *Brand Identity* Sarung Taangan PT. Sinar Abadi Guna

1.7 Sistematika Penulis

Laporan kerja praktik ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, periode kerja praktik, hingga sistematika penulis.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab II ini berisi tentang gambaran umum mengenai perusahaan PT. Sinar Abadi Guna yang di lakukan kerja praktik oleh penulis.

BAB III LANDASAN TEORI

Pada bab III ini membahas tentang teori yang digunakan untuk menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan di dalam laporan ini.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab IV ini membahas mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama kerja praktik di perusahaan PT. Sinar Abadi Guna yang di sertai dengan penjelasan mengenai proses pembuatan desain.

BAB V PENUTUP

Pada bab V berisikan mengenai kesimpulan dan saran yang membahas secara keseluruhan dari laporan kerja praktik dan hasil yang di buat selama kerja praktik.

DAFTAR PUSTAKA

Pada daftar pustaka berisi tentang daftar referensi yang digunakan sebagai daftar pelaksanaan kerja praktik berupa jurnal dan buku.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan PT. Sinar Abadi Guna



Gambar 2. 1 Tampak depan kantor perusahaan
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)

PT Sinar Abadi Guna didirikan pada tanggal 6 Juni 2008. Pendiri Perusahaan tersebut adalah Titik Suprami. PT. Sinar Abadi Guna perusahaan yang bergerak di bidang sarung tangan, dengan produksi sarung tangan golf. Sarung tangan yang di produksi akan di ekspor ke beberapa negara seperti Jepang, Korea, Amerika, dan Belgia. Sarung tangan yang dibuat oleh PT. Sinar Abadi Guna dapat dilihat pada gambar 2.2.



Gambar 2. 2 Sarung
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi

Sebagai perusahaan sarung tangan yang jujur dan berkualitas bagi para konsumen

2.2.2 Misi

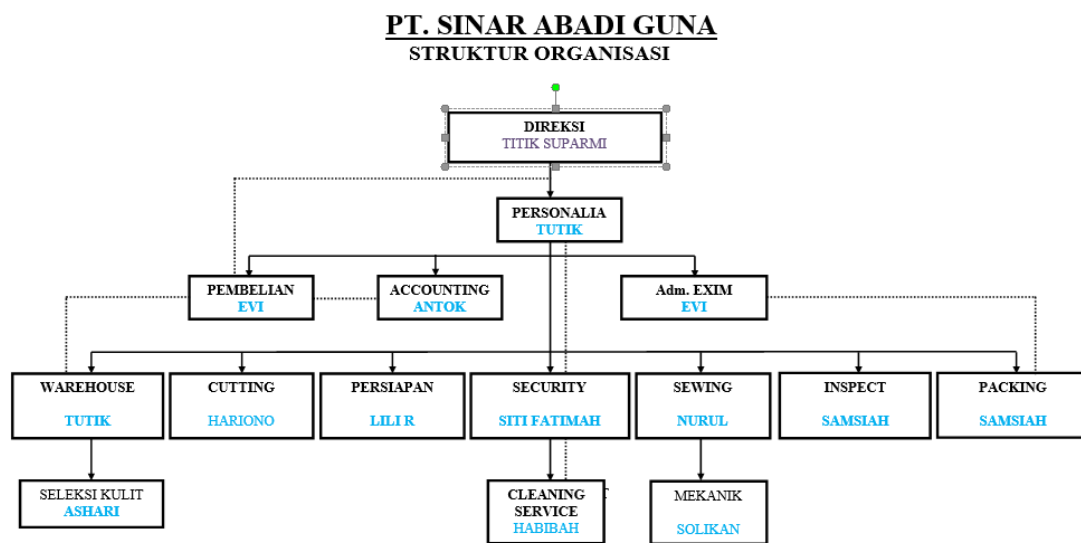
Selalu menjaga kualitas dan memproduksi sarung tangan yang sesuai dengan keinginan produsen dan konsumen

2.3 Alamat dan Kontak perusahaan

Berikut adalah beberapa informasi mengenai PT. Sinar Abadi Guna

Tempat : PT. Sinar Abadi Guna
Alamat : Jl. Krembangan No. 05 Taman, Sidoarjo
Phone : (+62) 811-3212-001
Email : sun_abadi_glove@yahoo.co.id

2.4 Struktur Organisasi



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi

(Sumber : Penulis 2022)

Berikut adalah proporsi strukrur organisasi PT. Sinar Abadi Guna :

1. Titik Suparmi: selaku Direksi dari PT sinar abadi guna yang mempunyai hak untuk mengawasi serta memobilisasi perkembangan perusahaan agar bisa berjalan lancar dan sesuai target. Serta melakukan komunikasi antar konsumen dari luar negeri dan perusahaan agar terciptanya hubungan yang baik.
2. Tutik: selaku Personalia dan *warehouse* yang mengatur isi gudang dan menjaga bahan agar tetap terjaga dan baik kualitasnya, serta menjadi perantara jika ada tamu atau pihak ekspedisi pengiriman yang datang.
3. Evi sumarni: selaku bagian Administrasi pembelian *sample* barang dan pengurusan dokumen dokumen untuk pengiriman atau *export* keluar negeri agar barang tiba dan sampai pada tujuan yang benar dan tepat.
4. Antok: selaku pihak *Accounting* atau juga bisa sebagai pihak yang mengawasi mesin dari pembuatan sarung tangan tersebut
5. Hariono: selaku pihak *Cutting* yang memiliki tugas untuk melakukan pemotongan bahan yang nantinya akan diproses menjadi sebuah sarung tangan.
6. Lili R: selaku bagian persiapan yang memiliki tugas untuk mengawasi

persiapan sarung tangan yang akan di kirim nantinya.

7. Siti Fatimah: selaku *Security* untuk mengawasi kondisi perusahaan serta menjaga agar perusahaan tetap dalam kondisi yang baik dan tidak terjadi hal yang tidak diinginkan
8. Nurul: selaku bagian *Sewing* yakni kepala pengawasan bagian penjahit agar nantinya para penjahit bisa sesuai dengan waktu deadline yang ditentukan oleh perusahaan sehingga tidak terjadi kelebihan dalam penyelesaian produk sarung tangan.
9. Samsiah: selaku bagian *Inspect* yang bertugas mengmobilitasi sarung tangan yang sudah jadi dan siap untuk dipacking agar sesuai jumlah pesanan yang konsumen inginkan, serta melakukan pemeriksaan sarung tangan secara berskala agar tidak ada sarung tangan yang rusak ataupun cacat. Dan bagian packing yang memiliki tugas untuk menyiapkan sarung tangan yang sudah dibuat tadi lalu dimasukkan kedalam box untuk dikirim nantinya.
10. Ashary: selaku bagian seleksi kulit atau bahan sarung tangan yang memiliki tugas untuk melakukan presing bahan kulit agar cocok dengan desain yang diinginkan konsumen.
11. Habibah: selaku *cleaning service* yang bertugas sebagai pemeliharaan lingkungan perusahaan agar memberi kenyamanan kepada karyawan sehingga karyawan bisa dengan tenang dan *relax* dalam melakukan pekerjaan mereka.
12. Solikan: selaku mekanik yang mengmobilitasi alat alat jahit serta alat alat berat perusahaan agar berjalan dengan lancar dan sesuai dengan fungsinya, serta melakukan pemeliharaan atau *maintance* mesin agar mesin bisa awet dan berjalan sempurna.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Brand

Brand adalah karakter, jadi pengalaman dari apa yang konsumen rasakan dan pikirkan ketika mendengar dan melihat produk Anda. Brand bukan hanya masalah desain, nama, logo, dan pengaplikasiannya melainkan membutuhkan konsistensi dalam mengintegrasikan elemen visual, cara pemasaran, persepsi yang menciptakan pengalaman dan value dari brand kepada para calon konsumen (Disperdagin, 2020).

3.1.1 Brand Identity

Brand identity adalah kumpulan semua elemen yang diciptakan perusahaan untuk menggambarkan citra yang tepat bagi konsumennya. Saat sebuah *brand* sudah memiliki *brand identity* yang kuat pasti akan mudah dikenali oleh banyak orang. Bahkan, masyarakat bisa menjadi sangat loyal karena telah memiliki persepsi yang baik terhadap *brand* tersebut. Jadi, *brand identity* juga dapat menjadi salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan *customer loyalty*. Sayangnya sampai saat ini masih cukup banyak orang yang kurang paham perbedaan *brand identity* dengan *branding*. Istilah *branding* saat ini memang sudah cukup umum. Namun, harus paham bahwa *branding* adalah istilah yang mengacu pada praktik pemasaran secara aktif untuk membentuk *brand*. Sementara itu, *brand identity* adalah elemen-elemen yang diciptakan perusahaan agar bisa terlihat berbeda dari kompetitor sehingga bisa menimbulkan persepsi khusus bagi penggunanya. Elemen-elemen yang ada di *brand identity* tersebut misalnya, logo, warna, desain, dan lainnya. (Trias Ismi, 2021)

3.1.2 Brand Awareness

Brand awareness adalah kemampuan konsumen dan calon konsumen dalam mengenali suatu merek, produk, atau jasa. Perusahaan membutuhkan *brand awareness* karena dari sinilah perusahaan membentuk basis konsumen maupun penjualan. *Brand awareness* sangat penting bagi perusahaan agar bisa unggul dalam persaingan bisnis (Tsalis Annisa, 2021)

3.2 Corporate Identity

Corporate Identity merupakan identitas yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau image yang bisa menjadikan sebagai daya tarik. Identitas perusahaan berdasarkan filosofi organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda. Identitas mencerminkan kepribadian sebuah perusahaan dan dari sinilah branding perusahaan tercipta (Becakmabur, 2012).

Corporate Identity terdiri dari tiga bagian yang digunakan dalam bermacam cakupan:

1. *Corporate Visual* (logo, dan *uniform*)
2. *Corporate Communication* (iklan, *public relations*, dan informasi)
3. *Corporate Behavior* (nilai-nilai internal, dan norma-norma)

Corporate Identity menjadikan *Branding* lebih kuat karena *branding* menunjukkan karakter suatu identitas dimana logo, iklan dan *behavior* mempunyai peranan dalam menggambarkan atau melukiskan sebuah perubahan. Sehingga *Corporate identity* menjadi penting dalam menyampaikan nyawa dari perusahaan itu sendiri.

3.3 Logo

Logo adalah tanda, lambang, atau simbol yang menjadi identitas sebuah organisasi, perusahaan atau individu agar mudah dikenal para konsumen dan mudah diingat. Fungsi logo bisa membedakan antarproduk (Vanya Karunia Mulia Putri, 2021). Adapun fungsi lain dari logo yaitu :

1. Sebagai identitas perusahaan
2. Menciptakan dan menyampaikan citra positif
3. Untuk memberi kesan baik dan kepercayaan pada konsumen untuk menggunakan sebuah produk
4. Untuk Promosi produk, perusahaan, dan organisasi

Logo juga dibagi dari bentuk menjadi 3 :

1. Logogram adalah logo yang terbuat dari simbol atau bentuk tertentu yang menunjukkan nama serta citra perusahaan atau barang dan jasa yang ditawarkan.



Gambar 3. 1 Logogram

(Sumber : Penulis 2022)

2. *Logotype* adalah susunan huruf dengan jenis huruf yang disesuaikan dengan citra perusahaan atau barang dan jasa yang ditawarkan. Huruf ini berupa inisial atau ejaan lengkap.



Gambar 3. 2 Logotype

(Sumber : Penulis 2022)

3. *Mixedlogo* adalah perpaduan antara logogram dan *logotype*. Gambar dan teks dapat diletakkan berdampingan, ditumpuk satu sama lain, atau diintegrasikan bersama untuk membuat gambar.



Gambar 3. 3 Mixedlogo

(Sumber : Penulis 2022)

3.4 Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Pesan – pesan yang diterima selanjutnya di proses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.

3.4.1 Stationary Kit

Stationary Kit dalam desain grafis adalah peralatann kantor yang dicetak dan merupakan gambar yang harus di desain agar menarik konsumen dan menggambarkan citra perusahaan. *Stationary Internal* adalah pengaplikasian *stationary* yang berada di dalam perusahaan itu sendiri. Contoh *stationary internal* yaitu map perusahaan dan seragam karyawan. *Statonary eksternal* adalah peralatan kantor yang dicetak untuk melakukan sebuah bisnis atau promosi, contoh *stationary eksternal* yaitu kartu nama, kop surat, dan amplop.



Gambar 3. 4 *Stationary Kit*

(Sumber : Penulis 2022)

a. Kartu Nama

Kartu nama memiliki pengaruh besar pada perusahaan. Di negara maju, para pebisnis selali bertukar kartu nama setiap kesempatan. Kartu nama merupakan perangkat bisnis yang menunjukkan identitas dan image perusahaan.

b. Kop surat

Kop surat adalah sebuah format yang digunakan untuk menunjukkan identitas pengirim surat resmi. Letak kop surat berada di paling atas sebelum tanggal surat. Bagian ini perlu ditulis dalam pembuatan surat resmi untuk menunjukkan citra perusahaan atau instansi yang profesional. Kop surat yang ditulis harus mengandung beberapa bagian-bagian utama, seperti nama perusahaan, instansi atau perseorangan, logo perusahaan, alamat, dan nomor telepon perusahaan.

c. Amplop

Amplop adalah sebuah bungkus dari surat atau benda yang dikirimkan per pos. Amplop biasanya terbuat dari kertas yang dipotong berbentuk belah ketupat dan dilipat sedemikian rupa.

3.4.2 Seragam Karyawan

Seragam karyawan berbentuk kaos dengan kerah, memiliki *placket* dengan dua atau tiga kancing dan saku di dada kiri sebagai opsi tambahan.



Gambar 3. 5 Seragam Karyawan

(Sumber : Penulis 2022)

3.5 Warna

Warna adalah getaran atau gelombang yang diterima indra penglihatan. Warna secara *objektif* sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, warna merupakan pantulan cahaya dari sesuatu yang tampak disebut pigmen. Warna menjadi terlihat dikarenakan adanya cahaya yang menimpa suatu benda dan benda tersebut memantulkan cahaya ke mata (retina) yang

kemudian diartikan oleh otak sebagai warna tertentu. Warna dibagi menjadi 4 bagian yaitu warna primer, warna sekunder, warna tersier, dan warna netral (Muchlisin Riadi, 2020). Konsep yang diambil dari logo PT. Sinar Abadi Guna adalah warna primer. Berikut warna yang diambil dari sebuah logo PT. Sinar Abadi Guna :

a. Merah

Warna merah sering dihubungkan dengan energi, perang, bahaya, kekuatan, tekad yang kuat, hasrat, dan cinta. Warna merah dapat membuat sebuah objek terlihat *eye catching*. Ini cocok untuk digunakan sebagai warna dari logo (Muchlisin Riadi, 2020).



Gambar 3. 6 Warna Merah
(Sumber : Penulis 2022)

b. Biru

Biru adalah warna langit dan lautan. Warna ini sering dihubungkan dengan kedalaman dan stabilitas. Untuk biru tua sendiri melambangkan pengetahuan, kekuatan, integritas, dan keseriusan (Muchlisin Riadi, 2020).



Gambar 3. 7 Warna Biru
(Sumber : Penulis 2022)

3.6 Tipografi

Tipografi adalah suatu teknik dalam memilih dan menata huruf dengan indah dalam suatu ruang yang tersedia. Tipografi merupakan teknik manipulasi huruf dengan mengatur penyebarannya pada suatu bidang yang tersedia untuk membuat kesan tertentu dengan tujuan kenyamanan para pembaca baik dalam jarak dekat dan jauh sehingga maksud dan arti dari tulisan itu dapat tersampaikan dengan baik secara visual kepada pembaca. Apalagi pada *logotype* dan *logomixed* agar para pembaca bisa menghafal dan mudah dikenalin. Tipografi pada PT. Sinar Abadi Guna memiliki font yang tegas sama halnya dengan sans serif memiliki sifat tegas dan simpel. *Font type* digunakan Montserrat Extra Bold.



BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab ini berisi tentang perancangan pekerjaan yang penulis angkat selama kegiatan kerja praktik di PT. Sinar Abadi Guna. Perancangan pekerjaan kegiatan kerja praktik ini telah di setujui dan di izinkan oleh pihak perusahaan.

4.1 *Brand Identity* Sarung Tangan PT. Sinar Abadi Guna

PT. Sinar Abadi Guna adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang sarung tangan golf. Pada saat ini PT. Sinar Abadi Guna kurang dikenal dikalangan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu di perlukan adanya sebuah *brand identity*. Penanggung jawab mengasih tugas sesuai *brief* yaitu membuat logo baru dan *stationary kit* untuk perusahaan.

4.2 Konsep dan Ide Pekerjaan

Perancangan pembuatan logo baru dan *stationary kit*, dimulai mencari sebuah referensi dan ide untuk membuat logo baru. Logo awal seperti ini :



Gambar 4. 1 Logo Lama

(Sumber : Penulis)

Yang berawal logo seperti ini dan terlalu sederhana disuruh untuk mencari konsep ide baru dari logo diatas.

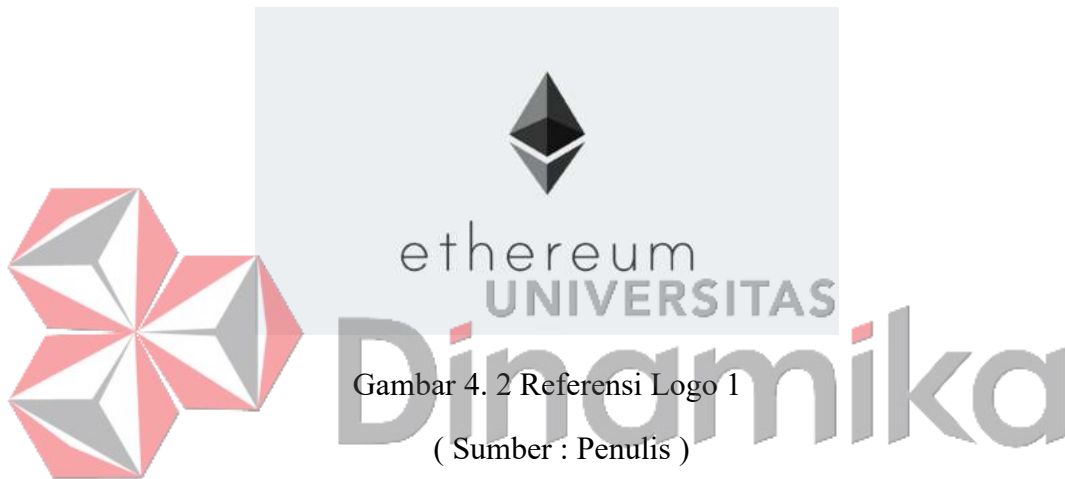
4.3 Brief

Brief berperan penting dalam perancangan suatu pekerjaan karena terdapat aturan – aturan dan keinginan dari penyelia dalam hasil pekerjaan yang penulis buat. Ada beberapa *brief* yang diberikan untuk penulis dalam membuat pekerjaan antara lain :

- Meredesain logo PT. Sinar Abadi Guna
- Merancang *stationary kit* dan seragam perusahaan PT. Sinar Abadi Guna

4.4 Referensi

Dalam tahap pencarian referensi melalui internet sesuai dengan jenis desain yang akan dibuat sesuai dengan *brief* yang telah diberikan. Pencarian referensi bersumber dari *website*, seperti gambar berikut :



Pada gambar diatas adalah logo ethereum yang kita ambil sebagai referensi bentuk logo dikarenakan sangat unik, dalam logo PT. Sinar Abadi Guna logo berbentuk seperti itu dengan warna primer agar terlihat mencolok dan bisa dikenali oleh masyarakat luas.



Gambar 4. 3 Referensi Logo 2

(Sumber : Penulis)

Pada gambar diatas logo monogram me adalah sebuah referensi untuk logo PT. Sinar Abadi Guna dengan bentuk logo ethereum dengan lurus depan perusahaan digabung menjadi satu.

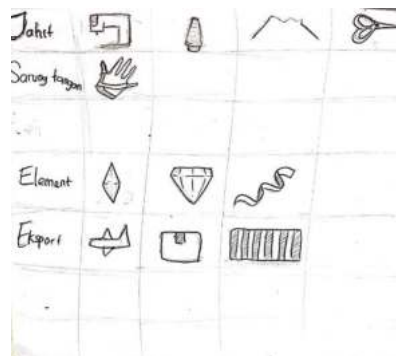
4.5 Software dan Aplikasi yang digunakan

Software dan aplikasi adalah alat bantu untuk membuat perancangan logo dan *stationary kit*. Untuk mempermudah dan membantu penulis dalam merancang sebuah logo dan *stationary kit* yang ingin dikerjakan sesuai brief. Penulis memakai *software* yakni Adobe Photoshop dipakai para desain grafis untuk mengolah gambar dengan mengubah pewarnaan, menggabungkan, memberi efek, hingga membuat *masking* dari objek yang diedit. Banyak sekali fitur editing yang bisa digunakan dari Adobe Photoshop. Adobe Photoshop dapat menyusun gambar dengan bantuan fitur layer (lapisan) di dalamnya. Beberapa model pewarnaan yang bisa didapatkan yaitu RGB, CMYK, CIELAB, Spot Color, dan Duo Tone, dengan menggunakan format file PSD dan PSB. Penulis menggunakan Adobe Photoshop dikarenakan dapat mengaplikasikan berbagai macam hal, dan bisa menggabungkan dua sampai beberapa foto menjadi dalam satu file.

4.6 Proses Pembuatan Logo

Proses pembuatan logo dimulai dari matrix desain sampai tahap finishing.

a. Sketsa Matrix



Gambar 4. 4 Matrix

(Sumber : Penulis)

Pada tahap awal melakukan sebuah riset dari berbagai macam jenis ada jahit, sarung tangan, element, dan ekspor. Nah terus dirunding sama penyelia dan alhasil yang jadi adalah element yang berbentuk kristal.

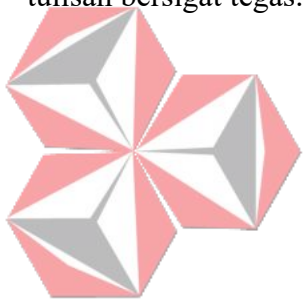
b. Sketsa Alternatif Desain Logo



Gambar 4. 3 Alternatif 1

(Sumber : Penulis)

Pada gambar nomor 1 filosofi sebuah kain spiral yang berbentuk seperti benang jahit gulungan. Dengan tulisan singkatan dari PT. Sinar Abadi Guna. Filosofi pada gambar 2 merupakan kain yang terpotong berbentuk S. Dengan tulisan bersigat tegas.

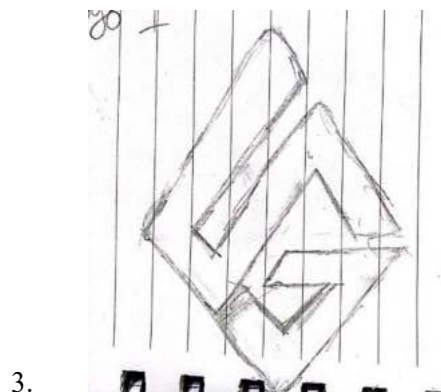


2.



Gambar 4. 4 Alternatif 2

(Sumber : Penulis)



Gambar 4. 5 Alternatif 3

(Sumber : Penulis)

Logo terpilih logo alternatif ketiga dengan filosofi permata nah disini logo nya monogram dengan gabungan tulisan SAG didalam permata tersebut. Penyelia setuju dengan logo ini dan dilanjut ke digital Adobe Photoshop

c. Pewarnaan

Kedua warna tersebut adalah warna utama dalam pewarnaan logo baru. Disaat melakukan *brief* penyelia menyarankan sebuah warna biru tua dan warna merah sangat cocok dalam logo tersebut. Warna biru tua memiliki arti dalam logo tersebut melambangkan sebuah kekuatan dari para pekerja di PT. Sinar Abadi Guna, sedangkan warna merah adalah tekad yang kuat untuk bersaing dengan perusahaan lain. Berikut *code pallete* warna dan penerapan warna pada logo baru PT. Sinar Abadi Guna :



Gambar 4. 6 Color Hex
(Sumber : Penulis)



Gambar 4. 7 Penerapan Warna pada Logo
(Sumber : Penulis)

d. Peletakan Huruf pada Logo Monogram



Gambar 4. 8 Logo Monogram

(Sumber : Penulis)

Pada gambar diatas rincian huruf pada perusahaan PT. Sinar Abadi Guna yang diambil dari kata S adalah Sinar, A adalah Abadi, dan G adalah Guna. Tulisan warna merah pada huruf G untuk membedakan huruf S.

e. Tipografi

Penggunaan tipografi pada logo PT. Sinar Abadi Guna yaitu font Montserrat Extra Bold. Menggunakan font montserrat extra bold terlihat sangat gagah untuk PT. Sinar Abadi Guna. Tipografi pada PT. Sinar Abadi Guna memiliki font yang tegas sama halnya dengan sans serif memiliki sifat tegas dan simple.

Montserrat Extra Bold
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
0123456789

Gambar 4. 9 Tipografi

(Sumber : Penulis)

Penerapan pada logo PT. Sinar Abadi Guna :

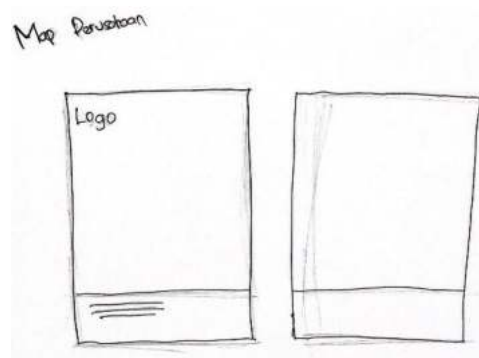


Gambar 4. 10 Penerapan Tipografi

(Sumber : Penulis)

4.7 Proses Perancangan Stationary Kit

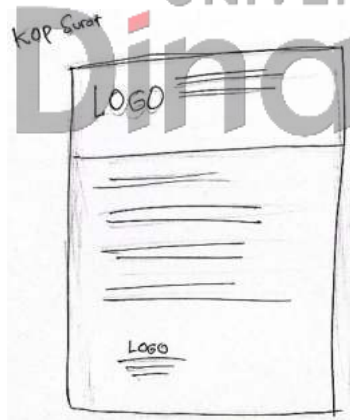
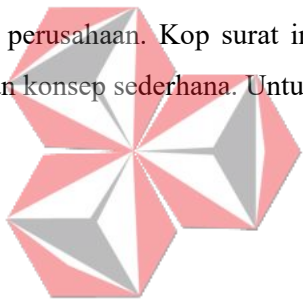
a. Sketsa Manual



Gambar 4. 11 Sketsa Map Perusahaan

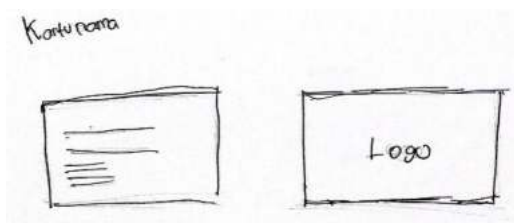
(Sumber : Penulis)

Map perusahaan dengan logo beserta element visualnya, beserta alamat perusahaan untuk mewakili dari perusahaan. Kop surat pengaplikasian pada logo, alamat, isi, dan email perusahaan. Kop surat ini digunakan perusahaan untuk berbisnis. Kartu nama dirancang dengan konsep sederhana. Untuk pewarnaan menyesuaikan dengan logo yang berwarna biru.



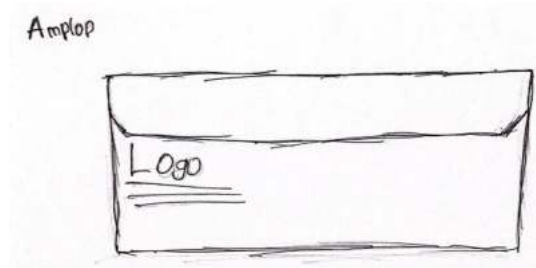
Gambar 4. 12 Sketsa Kop Surat

(Sumber : Penulis)



Gambar 4. 13 Sketsa Kartu Nama

(Sumber : Penulis)



Gambar 4. 14 Sketsa Amplop

(Sumber : Penulis)

Amplop dirancang dengan sederhana dengan pengaplikasian logo dan element visual. Warna biru muda dan biru tua menyamakan sebuah logo perusahaan.

b. Stationary Kit Digital

Menampilkan desain dengan elemen gambar dan warna biru tua memiliki arti dalam logo tersebut melambangkan sebuah kekuatan dari para pekerja di PT. Sinar Abadi Guna, berikut adalah beberapa gambar dari *stationary kit* :



Gambar 4. 15 Map Perusahaan

(Sumber : Penulis)

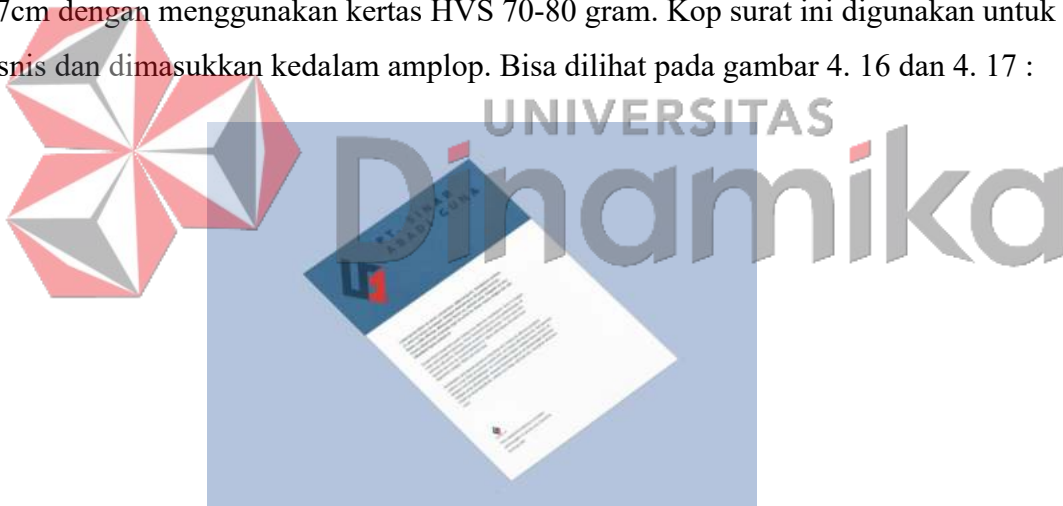
Map surat ini dibuat dengan ukuran 21cm x 29,7cm A4 dengan bahan kertas *art carton* 260 gsm. Map surat ini digunakan untuk menyimpan sebuah berkas penting perusahaan agar tidak hilang.



Gambar 4. 16 Amplop Perusahaan

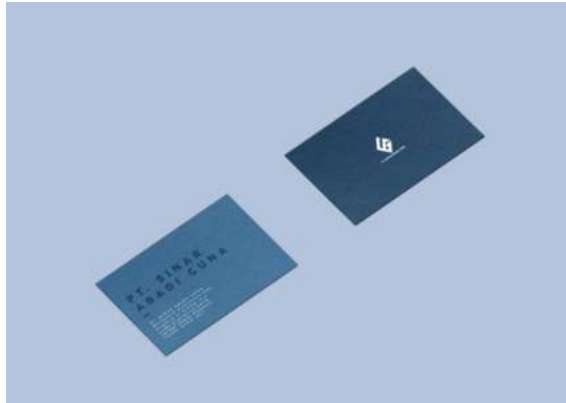
(Sumber : Penulis)

Amplop ini dibuat dengan ukuran 110 mm x 220 mm sesuai dengan ukuran kertas A4 dengan bahan kertas *art paper* 150 gsm. Amplop surat ini digunakan untuk keperluan berbisnis dengan perusahaan lain. Kop surat ini dibuat dengan ukuran A4 21cm x 29,7cm dengan menggunakan kertas HVS 70-80 gram. Kop surat ini digunakan untuk berbisnis dan dimasukkan kedalam amplop. Bisa dilihat pada gambar 4. 16 dan 4. 17 :



Gambar 4. 17 Kop Surat Perusahaan

(Sumber : Penulis)



Gambar 4. 18 Kartu Nama Perusahaan

(Sumber : Penulis)

Kartu nama ini dibuat dengan ukuran 9mm x 5,5mm memakai kertas *art paper*. Kartu nama ini berfungsi untuk berbisnis dengan perusahaan lainnya, dan juga untuk mempromosikan perusahaan. Polo shirt ini menggunakan kain katun dan polyester. Polo shirt ini digunakan untuk seragam para karyawan bekerja. Warna seragam berwarna biru tua mengikuti dengan warna perusahaan dengan lengan warna abu – abu. Logo ditengah tanpa saku agar masyarakat bisa membedakan karyawan di perusahaan dengan orang lain yang memakai baju yang sama. Bisa dilihat pada gambar 4. 18 dan 4. 19 :



Gambar 4. 19 Polo Shirt

(Sumber : Penulis)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada laporan kerja praktik yang berjudul “ Perancangan Brand Identity Produk Sarung Tangan Golf PT. Sinar Abadi Guna “, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Bahwa merancang logo *brand sport* untuk kalangan menengah keatas sebaiknya menggunakan warna merah yang melambangkan energi, dengan warna biru tua yang melambangkan kekuatan dan keseriusan dalam sport tersebut. *Font type* sans serif yang memiliki arti tegas. Dan dalam proses pembuatan logo harus dilakukan riset terlebih dahulu dengan tahapan membuat *brief*, pencarian konsep, referensi, dan matrix, sehingga tercipta sebuah logo yang dapat mewakili perusahaan. Dengan mengaplikasikan berbagai element visual untuk logo dan *stationary kit* yang telah dibuat untuk menjadikan simbol perusahaan. Dengan adanya *brand awarness* konsumen dapat mengenali sebuah produk dari perusahaan.

5.2 Saran

Pada laporan kerja praktik yang berjudul “ Perancangan Brand Identity Produk Sarung Tangan Golf PT. Sinar Abadi Guna “, maka saran untuk perancangan berikut :

Dapat mengeksplorasi dari *style*, warna, tipografi, dan objek desainnya berupa produk *sport* kalangan menengah. Peneliti selanjutnya bisa merancang berbagai *merchandise* perusahaan dan merancang berbagai olahraga lainnya agar peneliti bisa memahami dan mengerti.

DAFTAR PUSAKA

- BCKM. 2012, February 15. *Corporate Identity Menjadikan Branding Lebih Kuat*.
<https://www.becakmabur.com/corporate-identity-menjadikan-branding-lebih-kuat/>.
- Disperdagin. 2020, December 11. *Apa itu Brand?*
<https://disperdagin.tanjungpinangkota.go.id/index.php/kegiatan/1706-apa-itu-brand>.
- Muchlisin Riadi. 2020, October 9. *Warna*. <https://www.kajianpustaka.com/2020/10/warna-definisi-unsur-jenis-dan-psikologi.html>.
- Trias Ismi. 2021, February 22. *Apa Itu Brand Identity*. <https://glints.com/id/lowongan/brand-identity-adalah/#.Yqcf68VBzIV>.
- Tsalis Annisa. 2021, September 14. *Brand awareness*. <https://www.ekrut.com/media/brand-awareness-adalah>.
- Vanya Karunia Mulia Putri. 2021, November 25. *Logo*.
<https://www.kompas.com/skola/read/2021/11/25/170000869/fungsi-logo-jenis-dan-aspeknya>.

