

**DESIGN OF CORPORATE IDENTITY CV. JAYA ABADI KONVEKSINDO, TANGERANG,  
BANTEN**

Abdul Aziz<sup>1</sup>

bukanleak@gmail.com

Benny Muhdaliha<sup>2</sup>

benny.muhdaliha.budiluhur.ac.id

**Abstract**

*Company CV. Jaya Abadi Konveksindo is located in Karawaci area, Tangerang, Banten. Moving in the field of convection and screen printing. One way to survive in the increasingly advanced and growing market competition is to create a brand image or logo. The absence of a logo on a company is a step that is still not appropriate, given the increasing number of businesses the same but already have a logo and have many regular customers. The design of this work is how to design a CV company logo. Jaya Abadi Konveksindo into a representative logo. A logo that can present the vision of the mission for the company easily remembered by everyone, especially the segmentation of the company and easily applied into several media supporting corporate identity. Data collection is obtained from direct observation of corporate identity. Interviews with owners and employees of CV. Jaya Abadi Konveksindo as well as consumers who have worked with the company CV. Jaya Abadi Konveksindo. Library study to obtain theories supporting the creation of a good and correct logo.*

**Keyword :** Design, Logo, Brand, Corporate Identity

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Konsentrasi Desain Komunikasi Visual, Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta.

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing.

## PENDAHULUAN

Manusia telah mengenal dan menggunakan simbol, tanda, logo, dan gambar dalam semua kebudayaan dan peradaban, sebagai usaha berkomunikasi serta untuk menggambarkan maksud dan cara hidupnya. Sebuah simbol, tanda, logo, dan gambar memiliki arti penting yang dapat mewakili citra, visi, dan misi dari perusahaan atau organisasi tertentu. Saat ini, dunia perdagangan sepenuhnya menyadari pentingnya citra pada perusahaan. Hampir semua bisnis memerlukan merek dagang untuk mengiklankan produk dan jasa mereka.

Logo adalah lambang atau simbol khusus yang mewakili suatu perusahaan atau organisasi. Sebuah logo bisa berupa nama, lambang atau elemen grafis lain yang ditampilkan secara visual. Sebuah logo diciptakan sebagai identitas agar unik dan mudah dibedakan dengan perusahaan kompetitor/pesaing.

Karena fungsi dasarnya sebagai identitas, logo haruslah unik dan mudah diingat. Selain itu, logo juga harus divisualisasikan seimbang dan enak dipandang, serta relefan sehingga mampu memberikan penjelasan mengenai apa yang ditawarkan perusahaan pemilik logo.

Perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri konveksi pakaian, dengan memproduksi pakaian dan desain pada pakaiannya. Perusahaan yang bertempat di jalan Gede Raya No.51 Karawaci, Tangerang, Banten ini terbentuk seorang pemuda bernama Hilman Yogi Saputra yang tetap mempertahankan niatnya untuk terus ada dalam industri konveksi ini. Singkat cerita dahulu Hilman memiliki dua orang teman bernama Dian dan Reza. Pada saat itu, mereka bertiga ini memiliki niatan yang sama. Yaitu, ingin membangun usaha dibidang tekstil. Karena pada masa itu peluang usaha dibidang tekstil sangatlah sangat menjanjikan.

Semakin banyak perusahaan konveksi yang beredar dan perkembangan yang semakin pesat ini khlayak akan merasakan kesulitan dengan logo – logo perusahaan konveksi apabila setiap perusahaan tidak mempunyai identitas. Salah satu cara untuk bertahan dari persaingan di dunia konveksi perusahaan menciptakan suatu identitas yang sederhana dan mudah untuk di ingat dan dimengerti oleh khalayak.

Jika logo yang pencipta buat dapat diterima oleh perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo, maka pihak perusahaan dapat menggunakan logo tersebut kedalam identitas korporat seperti banner, stempel, seragam karyawan, serta keperluan CV. Jaya Abadi Konveksindo terhadap target audience.

Kendala yang di hadapi oleh CV. Jaya Abadi Konveksindo mempunyai banyak pesaing serupa yang telah memiliki identitas perusahaan selayaknya konveksi besar. Konveksi ini lebih di kenal dengan nama *brand clothing* yang dimilikinya yaitu Maple.Sup daripada nama konveksi yang mengerjakan berbagai macam permintaan dari klien.

Pada wawancara pencipta dengan pihak yang terkait diantaranya yaitu Hilman Yogi Saputra selaku pemilik dari perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo, pencipta berharap dari hasil wawancara tersebut memecahkan masalah yang terjadi di perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo. Membuat logo perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo ini bertujuan untuk membentuk identitas yang baru bagi perusahaan dan dapat di kenal baik kepada khalayak serta menjadi alat pemasaran yang tepat.

## RUMUSAN IDE PENCIPTA

Sehingga masalah utama yang di angkat adalah “bagaimana membuat identitas baru bagi perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo kedalam sebuah logo yang

mudah di ingat oleh semua orang dan mudah diaplikasikan kedalam beberapa media". Dari rumusan diatas, pencipta akan membuat identitas visual dalam bentuk logo untuk diaplikasikan kedalam beberapa media yang pencipta akan buat seperti banner, cap stempel, seragam karyawan, dan kartu nama. Berdasarkan karya tersebut maka pencipta akan memilih judul tugas akhir penciptaan karya dengan "Perancangan *Visual Identity* Untuk Meningkatkan Nilai *Brand* CV. Jaya Abadi Konveksindo"

### **Tujuan Karya**

Berdasarkan ide penciptaan yang dibuat oleh penulis, maka tujuan penciptaan karya ini adalah untuk melakukan pencitraan perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo dengan merancang sebuah Corporate Identity yang mempresentasikan visi dan misi serta menarik para konsumen agar menjalin kerja sama dengan perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo dan agar mendapat pemasukan buat perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo serta mengaplikasikan ke dalam berbagai media promosi sebagai pendukung identitas perusahaan tersebut.

### **Format Karya Visual**

Pada dasarnya pembuatan logo desain pada perusahaan "CV. Jaya Abadi Konveksindo" tidak hanya sekedar dilihat ataupun dibaca tetapi untuk dipahami oleh khalayak atau target *audience*. Agar maksud dan tujuan dari pembuatan logo dalam pada perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo dipahami oleh khalayak atau target *audience* dan dapat menjadi pendukung identitas korporat yang efektif dan komunikatif guna mendukung dan memperkuat ingatan target *audience* akan keunggulan dan identitas dari perusahaan.

### **Manfaat Karya**

Manfaat Umum : Diharapkan penciptaan karya ini dapat membentuk identitas yang sesuai dengan perusahaan CV. Jaya Abadi

Konveksindo. Selain itu juga dengan adanya penciptaan karya ini menjadi informasi kepada target audience terhadap keberadaan perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo.

Manfaat Praktis : Penciptaan karya ini merupakan wujud dari pengimplementasian teori-teori komunikasi visual. Penciptaan karya ini juga menjadi referensi dan sebagai portofolio penulis.

Manfaat Akademis : Diharapkan penciptaan karya ini dapat menjadi referensi bagi perkembangan Ilmu Komunikasi. Penciptaan karya ini adalah berupa perancangan Corporate Identity (logo dan pengaplikasian logo ke berbagai media pendukung identitas) perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo. Dan bagaimana mengemas informasi dengan daya tarik visualisasi yang baik pada iklan agar dapat diterima, dipahami, dan dimaknai oleh khalayak.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

1. Perancangan Visual Corporate Identity "PT SYDECO"
2. Perancangan corporate Identity Usaha Rumahan Martabak Manis Sinar Bangka 89 Bandar Lampung dengan Media Pendukungnya.
3. Perancangan Corporate Identity Rumah Makan Suminar Ngawi.

### **METODE PENCIPTAAN KARYA**

**Karakter Penciptaan :** Karakter penciptaan logo yang dibuat berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh pencipta di perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo serta memasukan sedikit filosofi dari konveksi tersebut. Karakter logo yang pencipta ciptakan seperti logo yang sederhana tetapi bisa melambangkan dan mempresentasikan bahwa logo tersebut adalah logo perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo yang bergerak dibidang konveksi tersebut juga mudah dipahami

dan dimengerti oleh masyarakat. Lalu membuat desain logo tersebut ke dalam Graphic Standard Manual untuk mengemas keseluruhan deskripsi karya dari mulai master logo, deskripsi logo, karakteristik, dan juga ketentuan-ketentuan pengaplikasian logo pada media-media pendukung identitas korporat beserta rancangannya. Lalu logo tersebut akan di aplikasikan keberbagai media visual seperti banner, Kartu Nama, Banner, Seragam Karyawan dan Stempel.

**Ide Penciptaan** : Konsep kreatif yang pencipta buat adalah dengan mengangkat identitas yang tepat dari perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo untuk dijadikan identitas visual perusahaan tersebut.. Dalam konsep kreatif ini, pencipta mencoba membuat ilustrasi dari nilai-nilai yang ingin disampaikan serta visi misi dan keunggulan dari perusahaan. Dalam kegiatan di perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo.

#### **PEMBAHASAN KARYA**

Dalam pembahasan karya, pencipta menciptakan logo perusahaan dengan konsep yang simpel, dinamis, mudah di mengerti dan bentuk yang bisa mempresentasikan bahwa logo tersebut logo konveksi agar masyarakat melihat logo tersebut bisa dipahami dan dimengerti serta di ingat oleh masyarakat luas melalui pendekatan *ilustrasi* bentuk, warna, *typography* dan komposisi yang pada akhirnya setelah melalui proses produksi yang panjang, maka logo yang pencipta sudah buat untuk perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo di setujui oleh *owner*.

#### **Konsep Teknis**

Pencipta membagi beberapa langkah teknis dalam pembuatan desain logo pada perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo, antara lain

- Riset dan Analisa

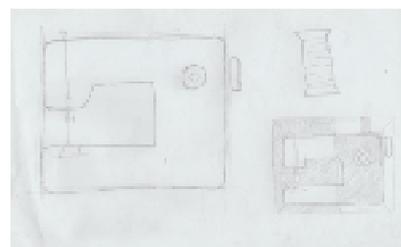
Proses pertama dalam pembuatan desain logo pada perusahaan CV. Jaya Abadi

Konveksindo adalah dengan mencari informasi dan data-data, fakta-fakta perusahaan yang nanti dirangkum menjadi sebuah poin-poin untuk keperluan perancangan logo. Data dan informasi didapat melalui observasi, survey terhadap pelanggan, pegawai dan wawancara pencipta dengan pemilik perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo yang didapat adalah berupa teks dari dialog hasil wawancara, foto-foto, dan pendapat pengunjung mengenai pembuatan logo dari hasil observasi.

Setelah data didapat, kemudian ketahap pemilihan media-media promosi pendukung identitas korporat apa saja yang dibutuhkan perusahaan, antara lain seperti Spanduk, Kartu Nama, Seragam Karyawan dan Stempel. Setelah data dari wawancara, dan observasi telah didapat dan dirangkum, pencipta kemudian merumuskan dan membuat konsep perancangan dalam bentuk beberapa sketsa kasar sebagai acuan utama sebelum masuk ke dalam proses komputersisasi.

- Sketsa

Setelah data sudah didapat dan media pendukung sudah ditentukan, pencipta mulai melakukan proses pembuatan sketsa kasar seperti mengolah bentuk yang bersangkutan dengan perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo sehingga menciptakan ilustrasi yang nantinya dipilih untuk logo serta pemilihan tipografi yang mewakili karakter dari perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo.



Gambar Sketsa kasar logo

- Scanning

Setelah perancangan beberapa sketsa kasar logo selesai, tahap selanjutnya adalah sketsa tersebut di scan dengan menggunakan scanner guna merubah menjadi data digital. Hasil scan tersebut kemudian di save di dalam perangkat komputer dan pencipta mulai mengolah sketsa kasar yang sudah menjadi data digital untuk diolah lagi dengan menggunakan software berbasis vector, yaitu Adobe Illustrator cc 15.

### Proses Produksi Karya

- Sketsa Kasar

Setelah pencipta melakukan observasi dan wawancara dengan pemilik perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo dan mendapatkan poin - poin untuk dijadikan rancangan logo, tahap selanjutnya adalah pencipta membuat ilustrasi dari data yang diperoleh. Langkah pertama pencipta melakukan sketsa kasar untuk perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo yang sesuai sesuai dengan hasil observasi pencipta dan juga rekomendasi bentuk yang di inginkan oleh owner.

- Tahap Digitalisasi

Di tahap ini pencipta menggunakan software Adobe Illustrator cc 2015 untuk merubah gambar manual menjadi digital dengan teknik tracing. Bentuk mesin jahit yang digunakan merupakan rekomendasi dari pemilik konveksi ini untuk memperkuat identitas konveksi ini.



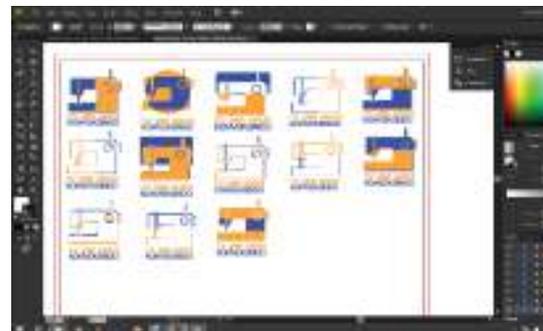
- Tahap Pewarnaan

Pencipta melakukan proses pewarnaan terhadap bentuk mesin jahit menggunakan software Adobe Photoshop cc 2015. Pemilihan warna yang digunakan sudah disepakati oleh owner yaitu orange dan biru.



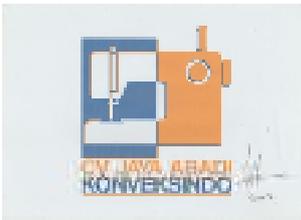
### Tahap Penyempurnaan dan Alternatif Logo

Pencipta mencoba menyempurnakan bentuk logo dengan mengembangkan berbagai aspek yang di inginkan oleh owner dan membuat beberapa logo alternatif yang kemudian dipilih dan disetujui oleh owner untuk menggunakan logo tersebut.



## PEMBAHASAN KARYA

Dalam pembahasan karya, pencipta menciptakan logo perusahaan dengan konsep yang simpel, dinamis, mudah di mengerti dan bentuk yang bisa mempresentasikan bahwa logo tersebut logo konveksi agar masyarakat melihat logo tersebut bisa dipahami dan dimengerti serta di ingat oleh masyarakat luas melalui pendekatan ilustrasi bentuk, warna, typography dan komposisi yang pada akhirnya setelah melalui proses produksi yang panjang, maka logo yang pencipta sudah buat untuk perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo di setujui oleh owner.



## SIMPULAN

Proses pembuatan Corporate Identity khususnya logo bukan suatu hal yang mudah dan memerlukan proses yang cukup kompleks. Dalam melakukan perancangan juga harus mempertimbangkan hal – hal apa saja yang harus diperhatikan untuk menciptakan suatu identitas visual yang tepat, konsisten dan merepresentasikan perusahaan yang bersangkutan. Baik itu dari bentuk atau ilustrasi yang dibuat, pemilihan tipografi, pemilihan warna, serta aspek – aspek lain yang mendukung terciptanya identitas visual yang konsisten. Pencipta berharap logo beserta media pendukung lainnya dapat merepresentasikan pesan yang ingin perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo sampaikan kepada target audience.

Karya ini mempunyai dampak, baik secara langsung maupun tidak langsung bagi perusahaan CV. Jaya Abadi Konveksindo maupun target audience.

## DAFTAR PUSTAKA

Kusrianto, Adi, 2009. Pengantar Desain Komunikasi Visual, Yogyakarta: Andi

Mulyana Deddy, 2008. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Bandung : Remaja Rosdakarya

Nugroho, eko, 2008. Pengenalan Teori Warna, Jakarta

Rustan Suriyanto, 2009. Layout Dasar dan Penerapannya, Jakarta : Gramedia

Safanayong Yongky, 2006. Desain Komunikasi Visual Terpadu. Jakarta

Supriyono, R. 2010, Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : Andi.

Teguh, Ibnu, Wibowo, 2013. Belajar Desain Grafis, Yogyakarta : Buku Pintar

Tinarbuko Sumbo, 2009. Semiotika Komunikasi Visual, Yogyakarta : Jalasutra

### Sumber Internet

<http://www.desainstudio.com/2010/10/logo-dan-brand-pengertian-fungsi-dan.html> diakses pada 01/12/2017, pukul 13.00 WIB

<http://www.tatawarna.com/2011/11/definisi-corporate-identity.html> diakses pada 01/12/2017, 13.00 WIB

[.http://opr.vvkso-ict.com/bestanden/Corporate%20identity.doc](http://opr.vvkso-ict.com/bestanden/Corporate%20identity.doc) diakses pada 03/12/17, 15.30 WIB

<http://amaliamaulana.com/blog/brand-branding-dan-peranannya-bagi->

perusahaan/) di akses pada 03/12/17,  
09.28 WIB

<http://edupaint.com/warna/roda-warna/486-read-110617-teori-warna-brewster.html> diakses pada 03/12/17  
09.28 WIB