

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL (LOGO) UNTUK MENGANGKAT NILAI BRAND CV CHIRAPOOL

Gery Prasetyo
Benny Muhdaliha

Email: gerry48.gp@gmail.com, benny.muhdaliha@budiluhur.ac.id
Fakultas Ilmu Komunikasi- Universitas Budiluhur

ABSTRACT

CV CHIRAPOOL is a company engaged in the field of swimming pool contractor who founded in 2006. To be able to survive in the market competition that increasingly advanced and continue to thrive is by creating a brand images or logo. Therefore, the existence of a visual identity has not been officially so difficult to identify the community CV CHIRAPOOL as a service company contractor. So far the clients who came to know the CV CHIRAPOOL only through word of mouth information, there is never any promotional efforts undertaken by the company. But with the emergence of more and more companies in the same field, the company felt the need to do something to preserve the existence of the company one of them promotional efforts to progressively introduce the vision and mission the company to the public at large in order to be able to recognize company community CV CHIRAPOOL. From the issue of the need for the design of a visual identity that will be implemented in a variety of media promotion.

Keywords: *Visual Identity, Logo, Brand.*

PENDAHULUAN

CV CHIRAPOOL merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang kontraktor pembuatan Kolam Renang, Spa, dan Sauna. CV CHIRAPOOL adalah perusahaan yang terbilang cukup lama dalam bidang kontraktor kolam renang, karena perusahaan ini berdiri pada 17 februari tahun 2006 berbentuk *Comanditaire Venotschap* (CV), Perusahaan ini beralamat di Jl. Raya Arteri Permata Hijau No.29, Jakarta Barat.

CV CHIRAPOOL terbentuk dari pemikiran Bapak Jacky Chandra dan Ibu Ira yang bila digabungkan kedua nama mereka akan menjadi “CHIRA”, dan mereka menambahkan kata “POOL” yang artinya kolam renang sebagai penguat identitas dari perusahaan CV CHIRAPOOL. Sebelum membuat perusahaan CV CHIRAPOOL Bapak Jacky Chandra dan Ibu Ira adalah lulusan teknik sipil dari ITB (Institut Teknologi

Bandung) yang bekerja pada perusahaan kontraktor kolam renang dan sudah memahami duni kontraktor kolam renang dari segi apapun mereka memutuskan untuk membuat perusahaan CV CHIRAPOOL.

Selain menjadi perusahaan kontraktor kolam renang CV CHIRAPOOL juga menjual berbagai macam aksesoris untuk kolam renang seperti *Pump, Filter, Vaccum Hose, Telescopic Handle, Vaccum Head Brush, Leaf Skimmer, UWL, Maindrain, Skimmer Box*, dan *Pasir Filter*. Selain menjual aksesoris perusahaan ini juga menjual bahan kimia untuk kolam renang, diantaranya Kaporit 90% (*Granular*), Kaporit 60% (Kaporit Bubuk), Trusi, Tawas, Soda Ash, PAC, HCL dan *Test Kit Reffil*.

Kebutuhan akan identitas yang baru sangat penting bagi perusahaan CV CHIRAPOOL, karena akan digunakan sebagai pembawa visi misi dan citra perusahaan CV

CHIRAPOOL pada publik. Sebuah identitas visual “*Letter Mark*” berupa tulisan CHIRAPOOL telah tercipta pada tahun 2006, namun melalui wawancara kepada pencipta logo didapatkan fakta bahwa logo yang ada saat ini merupakan logo yang dibuat seadanya karena kebutuhan mendesak pada tahun itu, yang akhirnya digunakan hingga saat ini. Logo saat ini diciptakan hanya untuk pembeda saja, sehingga kurang dapat mewakili visi misi dan citra dari perusahaan CV CHIRAPOOL sendiri.

Merujuk pada identitas visual saat ini, pemilik perusahaan CV CHIRAPOOL pun berpendapat logo yang digunakan saat ini kurang sesuai dengan perusahaan di bidang kontraktor kolam renang. Pendapat serupa juga terlontar dari para karyawan yang bekerja di perusahaan CV CHIRAPOOL. Logo yang saat ini masih terlalu umum dan kurang mencitrakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor kolam renang. Saat logo tercipta pada 2006, pihak CV CHIRAPOOL hanya membuat logo seadanya saja tanpa adanya *tagline* ataupun panduan pengaplikasian grafis untuk berbagai media promosi, padahal bila dilihat secara jangkauan, CV CHIRAPOOL termasuk perusahaan yang sedang meningkat kan tahap *brand recognition* menjadi *brand recall* karena telah menjangkau wilayah JABODETABEK beberapa tahun ini

Identitas visual menjadi salah satu cara lembaga untuk menciptakan sebuah *brand*, yaitu anggapan pada benak konsumen tentang kualitas suatu produk barang maupun jasa. Sejak berdiri pada tahun 2006 perusahaan CV CHIRAPOOL belum mampu menciptakan *brand* dengan tepat pada benak konsumen, oleh karena itu pencipta sebagai desainer grafis yang memiliki pengetahuan untuk merancang sebuah identitas visual memiliki kertertarikan untuk mebantu perusahaan CV CHIRAPOOL agar dapat memiliki sebuah *brand* yang tepat. Pencipta merancang sebuah *brand identity* untuk perusahaan CV CHIRAPOOL dengan membuat identitas visual berupa logo.

Dilihat dari latar belakang muncul lah permasalahan pada perusahaan CV CHIRAPOOL, tidak mempunyai identitas resmi yang digunakan, sehingga khalayak tidak mengetahui bahwa CV CHIRAPOOL adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa kontraktor kolam renang.

Perusahaan ini belum memiliki logo utama untuk ditempatkan sebagai identitas visual. Oleh karena itu, pemilik menginginkan pencipta untuk merancangkan sebuah logo untuk dijadikan sebagai identitas resmi yang mampu melambang kan visi dan misi dari perusahaan CV CHIRAPOOL.

Komunikasi Visual

Komunikasi Visual adalah komunikasi menggunakan Bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan.

Berikut istilah-istilah yang berhubungan dengan visual :

- a. *Visual Language*, yakni ilmu yang mempelajari Bahasa visual. Visualisasi, yakni menerjemahkan atau mewujudkan informasi dalam bentuk visual.
- b. *Visualiser*, yaitu orang yang pekerjaannya menangani masalah visual atau mewujudkan suatu ide ke dalam bentuk visual dalam suatu proyek desain.
- c. *Visual Effect*, membuat efek-efek tipuan seolah-olah terjadi suatu keadaan atau kejadian yang sulit dilakukan manusia. Misalnya, munculnya seekor dinosaurus atau monster lain yang luar biasa besarnya, efek seolah-olah manusia sedang mendarat disebuah planet asing, dan sebagainya.
- d. *Visual Information* adalah informasi melalui penglihatan, misalnya lambaian tangan, senyuman, baju baru, mobil baru dan lain-lain.
- e. *Visual Litteracy*, yaitu kumpulan atau daftar karya visual.¹

¹ Adi kusianto, Pengantar Desain Komunikasi Visual, Andi, Yogyakarta, 2007 , Hal 10

Dalam perancangan visual identity (logo) pada perusahaan CV CHIRAPPOOL, teori komunikasi visual digunakan sebagai dasar pemikiran dalam perancangan desain logo. Digunakannya teori ini agar hasil akhir dari desain yang telah dibuat sesuai dengan uraian teori yang ada. Tujuannya agar rancangan desain yang dibuat dapat menyampaikan makna atau pesan sesuai dengan visi dan misi, nilai – nilai dari perusahaan CV CHIRAPPOOL, sehingga dapat membentuk identitas yang diinginkan oleh perusahaan.

Logo

Logo berasal dari kata “logos” (Yunani), yang berarti katapikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya yang lebih populer adalah istilah logotype, bukan logo. Logo adalah penyingkatan dari logotype. Logo bisa menggunakan elemen apa saja; tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Logotype sendiri mulai muncul pada tahun 1810 – 1840, diartikan sebagai tulisan nama identitas (objek fisik yang dimaksud, contohnya perusahaan, organisasi, Negara, barang atau jasa).²

A. Jenis Logo

Terdapat beberapa jenis logo yaitu:

a. Logogram

Logogram adalah jenis logo yang menggunakan sebuah bentuk/lambang untuk merepresentasikan sebuah perusahaan, dengan hanya melihat bentuk/lambang tersebut semua orang langsung tau apa perusahaan itu dan apa yang ditawarkannya seperti logo *apple*.

Jenis logo seperti ini biasanya hanya dipakai oleh perusahaan besar yang Mempunyai merek dan nama besar. Karena mereka tidak perlu memberitahu orang-orang tentang apa yang mereka lakukan, bagaimana mereka bekerja dll, dan lambang-lambang itu sendiri telah menanamkan bahwa perusahaan tersebut memiliki pondasi profesional yang telah memenangkan kebanggaan dan feedback yang memuaskan dari konsumen.

Dengan bentuk/lambang logo mereka, orang sudah mendapatkan identitas dan signifikansi mereka.

b. Logotype

Logotype merupakan penggambaran grafis dari beberapa huruf/kata-kata yang diungkapkan untuk mengkomunikasi makna dari sebuah perusahaan. Dengan memakai huruf yang dimanipulas sebagai desain logo untuk mewakili nama perusahaan akan memberi sebuah kesan yang baik pada perusahaan tersebut, contohnya adalah logo yang digunakan oleh *FedEx*.

Namun terkadang elemen desain juga sedikit dimasukkan dalam jenis logo ini untuk membua gagasan sebuah perusahaan / produk menjadi lebih jelas.³

Berdasarkan jenis logo diatas, pencipta membuat *visual identity* logo pada perusahaan CV CHIRAPPOOL dengan menggabungkan antara *logotype* dan *logogram*, serta bisa dilihat dari segi konstruksinya maka logo yang dibuat pencipta masuk kedalam jenis *picture mark* dan *letter mark*. Logo yang akan dibuat sesuai dengan *client brief*, yaitu pemilik perusahaan ingin ada sebuah objek yang bisa melambangkan perusahaan, dan dipilih lah oleh pencipta yaitu objek tangga dan kolam renang. Pencipta menggunakan teori logo sebagai dasar dalam perancangan desain, dan digunakan teori ini agar hasil akhir desain yang dibuat sesuai dengan uraian teori yang ada.

Bentuk

Pada dasarnya bentuk adalah segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Bentuk dasar yang dikenal orang adalah kotak (rectangle), lingkaran (circle), dan segitiga (triangle). Pada desain komunikasi visual kita akan mempelajari bentuk dasar dan bentuk turunan. Pengertian bentuk dalam desain grafis tidak hanya sebatas itu saja. Area kosong diantara elemen-elemen dan space yang

² <https://id.scribd.com/doc/82645990/buku-logo> (di akses pada 21 november 2017 Pukul 21:45 WIB)

³ <http://www.jagodesain.com/2015/05/logomark-logotype-pictogram.html> (di akses pada 21 november 2017 Pukul 21:50 WIB)

mengelilingi foto, bisa pula disebut juga sebagai bentuk.⁴

Pada kategori sifatnya, bentuk dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu:

1. Huruf (character): yang direpresentasikan dalam bentuk visual yang dapat digunakan untuk membentuk tulisan sebagai wakil dari bahasa verbal dengan bentuk visual langsung, seperti A, B, C dan sebagainya.
2. Simbol (symbol): yang direpresentasikan mewakili bentuk benda secara sederhana dan dapat dipahami secara umum sebagai simbol atau lambang untuk menggambarkan suatu bentuk-benda nyata, misal gambar orang, binatang (dalam bentuk sederhana) dan lainnya.
3. Bentuk nyata (form): bentuk yang benar-benar mencerminkan kondisi fisik dari suatu objek keseluruhan secara detail, seperti gambar manusia secara detil, hewan atau lainnya.⁵

Dalam perancangan identitas visual (logo) pada perusahaan CV CHIRAPOOL, Pencipta menyimpulkan dalam merancangan logo perusahaan CV CHIRAPOOL bentuk sangat berguna untuk menggambarkan visualisasi seperti apa yang pencipta ciptakan dan bentuk visualisasi yang didapatkan nantinya akan memiliki makna atau arti yang ada pada perusahaan CV CHIRAPOOL.

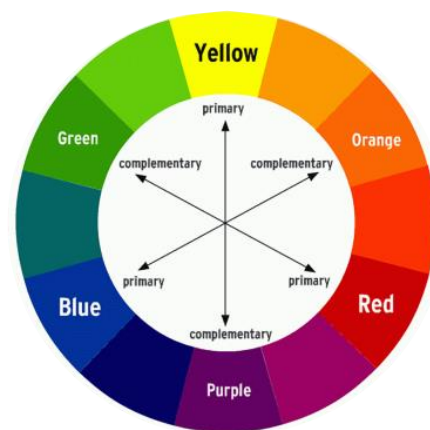
Warna

Warna merupakan satu hal yang sangat penting dalam menentukan respon dari orang. Warna adalah hal yang pertama dilihat oleh seseorang. Setiap warna memberi kesan dan identitas tertentu, walaupun hal ini tergantung pada latar belakang pengamat juga.⁶ Sebab, nuansa warna yang ditimbulkan oleh warna itu sendiri sangat banyak macamnya dan kesan yang ditimbulkan pun sangat beragam. Warna merupakan unsur penting dalam desain, karena dengan warna,

suatu karya desain akan mempunyai arti atau nilai lebih (*added value*).⁷

Menurut Adi Kusrianto “Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pembuat dalam berkomunikasi. Secara visual warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya”.⁸

Dalam teori Brewster, warna dikelompokkan menjadi empat kategori. Kelompok warna tersebut yaitu warna primer, sekunder, tersier dan warna netral. Keempat kelompok warna tersebut sering tersusun dalam lingkaran warna Brewster.⁹



Gambar 2.4 Lingkaran Warna Brewster

Pada perancangan identitas visual (logo) pada perusahaan CV CHIRAPOOL, teori warna digunakan karena warna adalah salah satu unsur yang penting dalam memberikan identitas pada perusahaan CV CHIRAPOOL. Selain itu warna juga dapat merepresentasikan pesan atau makna yang ingin dikomunikasikan perusahaan CV CHIRAPOOL kepada khalayak luas. Warna juga mempengaruhi psikologis dan emosional seseorang sesuai dengan makna disetiap warna.

⁴ Rahmat Supriono, Op.cit, Hal 66

⁵ <http://ilmunesia.com/eleme-elemen-desain-grafis-berdasarkan-bentuk-dan-sifatnya/> (diakses pada tanggal 5 Juli 2018 pukul 11.10WIB)

⁶ Eko Nugroho, Pengenalan Teori Warna, Andi, Yogyakarta, 2008, Hal 1

⁷ Ibnu Teguh Wibowo, Belajar Desain Grafis, Buku Pintar, Yogyakarta, 2013, Hal 147-148

⁸ Adi Kusrianto, Op.cit, Hal 30

⁹ Ibnu Teguh Wibowo, Op.cit, Hal 151

Tipografi

Tipografi merupakan representasi visual, sebuah bentuk komunikasi verbal dan *property* visual yang pokok dan efektif.¹⁰ Tipografi dalam hal ini adalah huruf yang tersusun dalam sebuah *alphabet* merupakan media penting komunikasi visual. Media yang membawa manusia mengalami perkembangan dalam cara berkomunikasi.

Huruf dan tipografi tidak bisa dipisahkan antara satu dengan yang lainnya. Dalam hubungannya dengan desain komunikasi visual dan tipografi merupakan elemen penting yang sangat dibutuhkan guna mendukung proses penyampaian pesan verbal maupun visual.

Setiap jenis huruf mempunyai kepribadian, kepribadian merupakan pertimbangan penting dalam pemilihan jenis huruf, tetapi tidak seharusnya hanya pada pertimbangan. Tingkat keterbacaan, fleksibilitas, dan konsistensi termasuk faktor penting untuk pertimbangan dalam sebuah program desain.¹¹

Dari penjelasan diatas, maka pencipta dapat menyimpulkan bahwa tipografi adalah ilmu memilih dan menata huruf sesuai pada ruang yang tersedia guna menciptakan kesan tertentu, sehingga menolong pembaca mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

METODE PENCIPTAAN KARYA

Dalam menciptakan sebuah identitas atau logo pencipta melakukan 9 tahap untuk merancang sebuah logo yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, yaitu:

1. *Client Brief*

Client Brief adalah sebuah hasil wawancara yang dilakukan dengan pencipta dan pemilik perusahaan, dimana data yang didapat berupa teks dan wawancara.

Setelah pencipta mengetahui visi dan misi dari perusahaan CV CHIRAPOOL adalah

peningkatan mutu kinerja, dapat diandalkan, dan jujur. dilihat dari visi tersebut bisa di jadikan sebagai data-data untuk proses pembuatan logo. Hasil dari Client Brief ini pemilik perusahaan ingin ada sebuah objek yang bisa melambangkan perusahaan, dan dipilih lah oleh pencipta yaitu objek tangga dan kolam renang.

2. *Stakeholder Insight*

Stakeholder Insight adalah keinginan yang datang dari orang-orang ataupun semua yang berkaitan dengan perusahaan. Dengan kata lain mereka juga ikut ambil dalam pengembangan sebuah perusahaan.

Stakeholder Insight yang didapatkan oleh pencipta melalui wawancara dengan karyawan CV CHIRAPOOL, mereka menginginkan perusahaan ini bisa lebih berkembang dan terdepan dibandingkan perusahaan lain, karena karyawan di perusahaan CV CHIRAPOOL sudah menerapkan sistem kerja yang baik untuk konsumen/klien.

3. *Consumer Insight*

Consumer Insight adalah sebuah harapan dari para konsumen atau pelanggan mereka yang menjadi target segmentasi-nya, sehingga dapat membuat perusahaan lebih maju.

Consumer Insight yang didapatkan oleh pencipta melalui wawancara dengan konsumen, mereka berharap perusahaan CV CHIRAPOOL bisa lebih memaksimalkan jasa dan pelayanan diberikan kepada konsumen, untuk sejauh ini sudah cukup lumayan jasa dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Namun konsumen berharap bisa lebih ada kemajuan, dari segi waktu dan kinerja.

4. *Brand Analyze*

Brand analyze adalah analisa yang dilakukan terhadap *brand*, termasuk dalam

¹⁰ Danton Sihombing. Tipografi Dalam desain Grafis, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010. Hal. 58

¹¹ Budekman, Kim, & Wozniak, Essential Elements for Brand Identity: 100 Principles for Designing Logos and Building Brands, Rockpot Pub, Beverly. 2010, Hal. 46

kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang nantinya akan dapat menjadi bahan evaluasi.

Perusahaan CV CHIRAPOOL menetapkan sistem mekanisme kerja yang dimana konsumen bisa datang ke perusahaan atau memanggil jasa ini lewat telfon atau *Whatsapp*, dan ketika sudah melakukan negosiasi perusahaan akan memberikan gambaran dan pengecekan lahan yang akan dibuat kolam renang.

5. Competitor Analize

Competitor Analize adalah analisa tentang kompetitor brand, dimana analisa ini digunakan sebagai pembanding antara satu brand dengan brand yang lainnya.

Kompetitor yang dimiliki CV CHIRAPOOL adalah TRIJAYA POOL, terletak di Jl Ampera Raya No.17G, RT.7 RW2 Ragunan, Ps Minggu, Jakarta Selatan dan Permata Asia Pool, terletak di Jl. Moh Kahfi I No. 77, RT 10 RW 06, Jagakarsa, Jakarta Selatan.

6. Brand Personality

Professional, *Elegant* dan Kepuasan

7. Possibility Shape

Possibility shape adalah kemungkinan-kemungkinan bentuk yang diambil sebagai dasar pembentukan sebuah logo, dimana dengan adanya *possibility shape*, dapat memudahkan pencipta untuk membayangkan bentuk logo yang sesuai.

Data yang didapat dalam pembuatan logo yang berupa shape dari perusahaan CV CHIRAPOOL diantaranya Tangga khusus kolam renang dan kolam renang.

8. Possibility Color

Warna yang digunakan berdasarkan hasil riset dan observasi sehingga pencipta mengambil warna yang memiliki makna dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh perusahaan CV CHIRAPOOL. Pencipta memilih beberapa warna yang mencerminkan perusahaan yaitu CV CHIRAPOOL yaitu:

- a. Warna hitam menunjukkan kesan *elegant* dan modern

- b. Warna Biru muda yang menunjukkan kesan kepercayaan
- c. Warna biru tua yang menunjukkan kesan jujur, pengalaman dan diandalkan
- d. Warna Putih yang menunjukkan kesan disiplin dan integritas yang tinggi dalam bekerja

9. Possibility Font

Font yang digunakan oleh pencipta adalah yang mampu memahami karakteristik font sesuai dengan perusahaan CV CHIRAPOOL yang bergerak di bidang jasa kontraktor pembuatan kolam renang, pemilihan *font* ini didapatkan hasil riset dan observasi yang pencipta lakukan.

Pencipta memilih *font Poetsen One*, *font* ini berjenis sans serif dengan memberikan kesan *modern*, seperti air dan ketermudahan saat dibaca.

Segmentasi

Dalam perancangan logo CV CHIRAPOOL ini tentunya memiliki sasaran atau segmentasi dalam pasar yang ingin dijangkau seperti berikut:

1. **Geografis** :
 - a. Mencakup Nasional atau se-Indonesia
 - b. Berdomisili di JABODETABEK khususnya Permata Hijau, Jakarta Barat
2. **Demografis** :
 - a. Usia >25 tahun
 - b. Pria dan Wanita
 - c. Kelas Sosial Keatas
3. **Psikografis**: orang yang mempunyai Villa, Rumah dan Hotel yang memiliki konsep sebuah kolam renang sebagai fasilitas.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi keperluan data perancangan, maka pencipta karya ini memerlukan data pendukung yang nantinya akan memperkuat karya tersebut.

Pengumpulan data yang dilakukan pencipta dengan cara:

a. Observasi

Pada tahap ini pencipta datang dan melihat bagaimana keadaan dari perusahaan CV CHIRAPOOL yang beralamat di Jl. Raya Arteri Permata Hiaju No.29, Jakarta Barat. dan apa saja yang dapat berpengaruh dalam rancangan logo untuk perusahaan ini. Ketika observasi ini pencipta juga mengumpulkan possibility dari mulai *Shape*, *Color*, dan *Typhography* disana. Yang sekiranya dapatmempresentasikan perusahaan jasa kontraktor kolam renang yang diharapkan nantinya akan menjadi identitas visual perusahaan CV CHIRAPOOL.

b. Wawancara

Pada sesi wawancara pencipta bertemu langsung dengan pemilik perusahaan yaitu Bapak Jacky Chandra Y, ST, pencipta ingin mengetahui keinginan yang beliau maksud. Pada pertemuan ini dapat diketahui apa yang diinginkan oleh pemilik perusahaan ini yaitu ingin memiliki identitas visual dan apa saja yang menjadi kelemahan dalam melakukan kegiatan promosi dan mengetahui siapa saja yang dapat dikategorikan sebagai *competitor* dari usaha ini.

c. Studi Pustaka

Pada bagian ini pencipta mencari penjelasan dan informasi melalui buku-buku ilmiah. Adapun *literature* yang pencipta dapatkan teori-teori yang digunakan dalam proses perancangan logo ini yaitu, Teori Komunikasi Visual, Teori *Brand Identity*, Teori *Visual Identity*, Teori Ilustrasi, Teori Bentuk, Warna dan Tipografi, Teori *Layout*.

d. Internet (*newmedia*)

Selain melalui buku-buku pencipta juga mencari pemahaman tambahan mengenai teori-teori pendukung yang didapat melalui internet. Pencipta menggunakan internet atau *newmedia* untuk mencari suatu informasi yang sulit ditemukan pada buku.

Pembahasan Karya

No.	Karya	Pembahasan
1	Tangga 	Bentuk Bentuk tangga diambil karena setiap kolam renang rumahan maupun yang ada hotel dan villa, pasti kolam renang akan ada properti tangga khusus untuk kolam renang. Ilustrasi Bentuk ilustrasi ini kemudian dibentuk menyerupai huruf H pada kata CHIRAPOOL. Dimana pencipta memilih objek tangga ini karena terdapat unsur garis horizontal dan vertikal dalam ilustrasi tangga tersebut, dengan mengartikan kesan kekuatan.
2	Kolam Renang 	Bentuk Pemilihan Bentuk kolam renang yang berbentuk lingkaran dapat mengartikan kesan yang dinamis dan terpercaya. Ilustrasi bentuk dari kolam renang tersebut lalu di jadikan ilustrasi kolam renang berbentuk lingkaran dengan ada seperti genangan air di tengah kolam renang.
3	Kode Warna	Warna Hitam Warna hitam yang dipilih mempunyai

	 C : 0 R : 35 M : 0 G : 34 Y : 0 B : 32 K : 100	makna yang <i>elegant</i> dan <i>modern</i>. Dilihat dari beberapa hasil desain yang dibuat oleh pemilik perusahaan yaitu Bapak Jacky Chandra yang di berikan kepada klien perusahaan CV CHIRAPOOL. Warna Biru Muda Warna biru muda mempunyai makna kepercayaan. Kepercayaan didapat dari data pencipta hasil wawancara dengan <i>Consumer Insight</i>, dimana mereka ingin produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan CV CHIRAPOOL dapat lebih dipercaya bagi pelanggan atau kliennya. Warna Biru Tua Warna biru tua mempunyai makna Jujur dan Dapat Diandalkan, yang merupakan visidari perusahaan CV CHIRAPOOL yang didapat <i>Client Brief</i> pencipta hasil dari wawancara kepada pemilik perusahaan. Warna biru tua juga memiliki makna Pengalaman, karena sudah berbagai proyek yang dikerjakan dan ditangani oleh pemilik selama puluhan tahun, yang membuat
	 C : 67 R : 77 M : 28 G : 154 Y : 0 B : 212 K : 0	
	 C : 95 R : 16 M : 68 G : 88 Y : 22 B : 139 K : 5	
	 C : 0 R : 100 M : 0 G : 100 Y : 0 B : 100 K : 0	pemilik banyak mendapatkan pengalaman sampai saat ini, data ini didapat dari hasil wawancara dengan pemilik perusahaan yang kemudian pemilik bercerita tentang pengalaman yang didapat sampai mendirikan sebuah perusahaan ini. Dan warna biru tua memiliki makna Professional yang merupakan <i>Brand Personality</i> perusahaan yang didapat pencipta ketika observasi langsung pada perusahaan CV CHIRAPOOL. Professional karena perusahaan tersebut dalam mengerjakan proyek menggunakan tenaga (SDM) yang ahli dibidangnya. Warna Putih Warna Putih memiliki makna yaitu disiplin dan integritasi yang tinggi dalam bekerja. Disiplin didapat dari hasil wawancara <i>stakeholder insight</i> dimana mereka sudah menggunakan mekanisme kerja secara disiplin, yaitu mengerjakan proyek sesuai waktu yang di tentukan

		dan sesuai hasil yang di inginkan oleh klien.
4	Font Poetsen One ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTU WXYZ Abcdefghijklmn opqrstuvwxyz 1234567890 Altair ABCDEFGHIJK LMNOPQRSTU VWXYZ Abcdefghijklmno pqrstuvwxyz 1234567890  	Tipografi Jenis font yang digunakan oleh pencipta adalah Poetsen One. Pemilihan jenis font ini karena dari bentuk huruf yang memberikan kesan modern, dan mudah saat dibaca. Pemilihan warna hitam pada kata “CHIRAPOOL” yang memberikan kesan elegant dan modern. Pada font <i>Tagline</i> menggunakan Altair dengan pemilihan warna biru muda dan tua agar memberikan kesan kepercayaan dan pengalaman.

Simpulan

Proses pembuatan Identitas Visual 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 baik dan 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 dan media pendukung ini mampu mempresentasikan perusahaan CV CHIRAPOOL kepada *target audience*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Anggraini Lia & Kirana Nathalia, Desain Komunikasi Visual.
- Ambasador Jackie, Miranty Abidin & Yanti Isa, Mengelola Merek, Yayasan Bina Karsa Mandiri, 2007
- Budekman, Kim, & Wozniak, Essential Elements for Brand Identity: 100 Principles for Designing Logos and Building Brands, Rockpot Pub, Beverly. 2010
- Hermawan Kertajaya, *On Marketing*, Kencana Media Group, Jakarta, 2004
- Kartika Jessica Diana, Rudyant Siswanto Wijaya, Logo Visual Asset Development, PT Elex Media Koputindo, 2015
- Kasali Rhenald, Manajemen Publik Relation, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Grafiti. Jakarta. 2003
- Kusrianto Adi, Pengantar Desain Komunikasi Visual, Andi, Yogyakarta, 2007 , Hal 10
- Malik Alfian, Pengantar Bisnis Jasa Pelaksana Konstruksi, ANDI, Yogyakarta, 2010, Hal 19
- Program Studi DKV FSR Isi, Irama Visual, Jelasutra, Yogyakarta, 2009
- Rustan Surianto, Mendesain Logo, PT Gramedia Pustaka Utama. 2009
- Sihombing Danton. Tipografi Dalam desain Grafis, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010
- Susanto A.B., Himawan Wijanarko, Power Branding, Quantum Bisnis & Manajemen, 2004
- Supriono Rahmat, Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi, ANDI, Yogyakarta, 2010

Internet:

- <https://abdisembadaamirullah.wordpress.com/2013/03/20/pengertian-logo-rabu-20-maret-2013>
- http://www.academia.edu/9308770/Pengertian_peran_cangan_menurut_bin_Ladjamudin
- <http://www.aktual.com/dikuasai-kontraktor-besar-pasar-konstruksi-nasional-butuh-kebijakan-sehatkan-persaingan/>
- <https://binusukm.com/brand-image-yang-kuat-memberikan-banyak-manfaat.html>

<https://id.scribd.com/document/361286676/Pengertian-Kontraktor-Tugas-Dan-Tanggung-Jawab-Kontraktor-Struktur>

<http://www.jagodesain.com/2015/05/logomark-logotype-pictogram>.

<https://merdekastudio.com/peluang-bisnis-menjanjikan-dari-desain-logo/>

http://www3.pu.go.id/main/view_pdf/10124

<http://www.sangdes.com/2015/02/tinjauan-umum-tentang-logo.html/>

Penelitian Terdahulu

<http://dkv.binus.ac.id/2016/07/20/tugas-akhir-perancangan-ulang-identitas-visual-hotel-olive/>

<http://repository.its.ac.id/42387/1/3409100025-Undergraduate-Theses.pdf>

<http://jurnalonline.um.ac.id/data/artikel/artikel565B369995273F0DD5CC8ABA001562FD.pdf>