

**PERANCANGAN LOGO MASTER FITNESS CENTER DAN AEROBIC**

**JURNAL**

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh :

**SRI WAHYUNI**

**14027009/2014**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JURUSAN SENI RUPA**

**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2018**

## PERANCANGAN LOGO *MASTER FITNESS CENTER* DAN *AEROBIC*

Sri Wahyuni<sup>1</sup>, M. Nasrul Kamal<sup>2</sup>, Riri Trinanda<sup>3</sup>.

Program Studi Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email: [srisriwahyuni@gmail.com](mailto:srisriwahyuni@gmail.com)

### ABSTRAK

Identitas *Master Fitness Center* dan *Aerobic* hanya berupa tulisan nama "*Master Fitness Center* dan *Aerobic*" saja. Permasalahan tersebut membuat belum terciptanya logo yang dapat mewakili citra dan karakter membuat identitas dari *Master Fitness Center* dan *Aerobic* tidak kuat. Tujuan perancangan logo ini yaitu untuk menciptakan logo sebagai identitas yang mewakili citra dari *Master Fitness Center* dan *Aerobic*. Menentukan unsur visual yang berbeda dengan kompetitor sehingga *Master Fitness Center* dan *Aerobic* dapat dengan mudah dikenali oleh target audien. Penciptaan logo yang akan dibuat berupa *logotype* dan *logogram*.

Metodologi perancangan yang digunakan adalah metode *glass box*. *Glass box* merupakan perancangan yang dilakukan secara rasional dan logis. Metode perancangan dimulai dari pengumpulan data, wawancara dan observasi. Pendekatan analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT (*strenght, weakness, opportunities, threats*).

Perancangan logo *Master Fitness Center* dan *Aerobic* dituangkan dalam *Manual Book* sebagai media utama. Media pendukungnya yaitu *x-banner*, poster, stiker, kartu nama, kartu member, *flyer*, kaos, dan botol minuman, yang bertujuan untuk memperkuat penerapan dari media utama.

**Keyword : Perancangan Logo, *Master Fitness Center* dan *Aerobic*, Media.**

---

<sup>1</sup>Mahasiswa penulis karya akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

<sup>2</sup>Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

<sup>3</sup>Pembimbing II, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

## **Abstract**

*Master Fitness Center and Aerobic identity is just a writing name “Master Fitness Center and Aerobic” only. This problem makes the logo that represent image and character has not created yet. It will also make the Master Fitness Center and Aerobic identity is not strong enough. The design aims to create a logo as identity that represent image of Master Fitness Center and Aerobic. The different visual elements will be determined so it will be easily recognized by audiens. Logo design are logotype and logogram.*

*Design method used is glass box method. Glassbox is designing that is done rationally and logicly. The method starts from data collection, interview, and observation. Analysis approach used is SWOT analysis (strenght, weakness, opportunitites, threats).*

*Master Fitness Center and Aerobic logo design is poured in manual book as main media. Support medias are x-banner, poster, sticker, name card, member card, flyer, t-shirt, drinks bottle which are aim to strengthen the main media application.*

***Keyword: Logo Design, Master Fitness Center and Aerobics, Media***

---

<sup>1</sup>Mahasiswa penulis karya akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

<sup>2</sup>Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

<sup>3</sup>Pembimbing II, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

## A. Pendahuluan

Hidup sehat dapat diperoleh dengan melakukan kegiatan olahraga teratur. Kegiatan olahraga dapat dilakukan ditempat yang menyediakan sarana dan prasarana olahraga, salah satunya yaitu tempat fitness center. Salah satu tempat jasa olahraga di Gunung Pangilun kota Padang adalah *Master Fitness Center* dan *Aerobic* yang berdiri pada tahun 2017 oleh Rahmat Kurniawan. *Master Fitness Center* dan *Aerobic* merupakan usaha yang bergerak di bidang penyediaan sarana dan prasarana olahraga secara terpadu dan *modern*. *Master Fitness Center* dan *Aerobic* terletak di jalan Gajah Mada No.40 Gunung Pangilun Padang. *Master Fitness Center* dan *Aerobic* bukanya setiap hari mulai dari pukul 08.00-22.00 Wib. *Master Fitness Center* dan *Aerobic* menyediakan berbagai macam peralatan *fitness* yang bisa digunakan oleh pengunjungnya. Selain *fitness*, *gym*, *Master Fitness Center* dan *Aerobic* dilengkapi dengan fasilitas diantaranya *cafe*, *sauna*, ruang ganti dan parkir.

Konsep *Master Fitness Center* dan *Aerobic* termasuk konsep yang modern, *Master Fitness Center* dan *Aerobic* menyediakan 3 paket pilihan yaitu paket *platinum*, *silver* dan *gold*. Keunggulan *Master Fitness Center* dan *Aerobic* adalah memiliki perlengkapan *fitness* yang lengkap yang baru, menyediakan paket yang bervariasi, fasilitas yang tersedia sangat lengkap serta ruangan nyaman. Instruktur *fitness* yang dipilih *Master Fitness Center* dan *Aerobic* adalah instruktur berkualitas di bidangnya dan menguasai cara pemakaian alat *fitness* serta fungsinya. Keunggulan ini menjadi titik penting sebagai daya tarik kepada terhadap konsumen.(wawancara Rahmat Kurniawan Desember 2017).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa belum optimalnya logo dari *Master Fitness Center* dan *Aerobic*. Belum terciptanya logo yang mewakili citra dan karakter dari *Master Fitness Center* dan *Aerobic*. Logo yang belum optimal membuat kurang optimalnya pengaplikasian pada media promosi, Berdasarkan pengamatan penulis kelengkapan Identitas *Master Fitness Center* dan *Aerobic* masih sangat sederhana yaitu hanya tulisan “*Master Fitness Center* dan *Aerobic*. Melihat

kondisi yang demikian usaha *Master Fitness Center* dan *Aerobic* perlu mempunyai sebuah logo yang baik, yang memiliki keunikan dari usaha *fitness* lainnya, perancangan ini dilakukan agar meningkatkan daya tarik target audien dan melalui perancangan logo ini dapat membangun citra positif, karakter usaha *Master Fitness Center* dan *Aerobic* kepada konsumen, sehingga konsumen dapat membedakan *Master Fitness Center* dan *Aerobic* dengan tempat fitness lainnya.

Perancangan logo *Master Fitness Center* dan *Aerobic* yaitu berupa *logotype* dan *logogram* yang dapat mewakili citra dan karakternya. Perancangan logo dapat menjadi identitas ketika konsumen melihatnya. Logo yang dirancang memiliki citra dan karakter yang berbeda dengan kompetitor untuk meningkatkan daya saing dari *Master Fitness Center* dan *Aerobic*. Logo yang dirancang mengandung warna, ilustrasi, dan tipografi yang cocok dengan identitas, Rustan (2013:12)

Logo termasuk bentuk visual pendukung dalam membangun identitas sebuah usaha. Logo merupakan gambaran yang mewakili karakter, *image*, dan eksistensi usaha atau jasa yang ditawarkan. Logo digunakan untuk membangun *spirit* diantara komponen yang ada pada perusahaan tersebut, Rustan (2013:12)

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa *Master Fitness Center* dan *Aerobic* ini memerlukan sebuah perancangan logo yang bisa menjadi identitas bagi *target audience* agar masyarakat percaya untuk menggunakan jasa *Master Fitness Center* dan *Aerobic*. Dengan demikian penulis akan merancang karya akhir yang berjudul **“Perancangan Logo Master Fitness Center dan Aerobic”**.

## **B. Metode Perancangan**

Metode perancangan merupakan suatu cara atau tahapan yang digunakan dalam sebuah proses perancangan. Konsep utama dalam perancangan yang pertama, interpretasi merupakan kegiatan pencaharian ide, dan kedua transformasi yaitu perubahan rupa (Priyotomo,2015:27).

Metode perancangan yang akan penulis gunakan dalam perancangan ini adalah metode *glass box*. Metode *glass box* merupakan perancangan yang dilakukan secara rasional dan logis. Konsep yang dirancang dilakukan melalui beberapa tahapan-tahapan yang dipertimbangkan oleh sang perancang, sehingga karya ciptaan bisa ditelusuri dari awal hingga akhir perancangan. Karakteristik umum *glass box* yaitu pertama, Objektif, variabel, dan kriteria ditentukan terlebih dahulu.

### C. Metode Analisa Data

Metode analisis pada perancangan logo *Master Fitness Center* dan *Aerobic* adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah sebuah analisis yang membahas tentang *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman).

Analisis SWOT merupakan “sebuah metode perancangan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi sesuatu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis” Suryatama (2014:26).

#### 1. *Strength* (Kekuatan)

Menganalisa data *Master Fitness Center* dan *Aerobic* yang melihatkan keunggulan usaha tersebut dari kompetitor, lokasi pasar, kualitas yang dimiliki. Kekuatan *Master Fitness Center* dan *Aerobic* yaitu:

- a. Peralatan yang sangat lengkap dan baru
- b. Suasana ruangan nyaman serta fasilitas yang memadai
- c. Paket ditawarkan bervariasi
- d. Harga yang terjangkau
- e. Konsep yang modern

#### 2. *Weakness* (Kelemahan)

Menganalisis kelemahan yang dimiliki oleh usaha *Master Fitness Center* dan *Aerobic* dalam identitas perusahaan, aktivitas pemasaran, dan lokasi tempat usaha. Kelemahan dari usaha *Master Fitness Center* dan *Aerobic* adalah :

- a. Belum terciptanya sebuah logo yang mencerminkan citra dan karakter dari *Master Fitness Center* dan *Aerobic*
- b. Promosi yang belum maksimal dilakukan oleh *Master Fitness Center* dan *Aerobic* sehingga keberadaannya belum diketahui masyarakat luas.

### 3. **Opportunity (Peluang)**

Menganalisis segala peluang yang ada pada *Master Fitness Center* dan *Aerobic* sehingga dapat mengembangkan dan membangun citra dari usahanya. Peluang *Master Fitness Center* dan *Aerobic* yaitu:

- a. *Master Fitness Center* dan *Aerobic* memiliki cafe
- b. Lokasi yang strategis dan mudah diakses
- c. Usaha *Master Fitness Center* dan *Aerobic* mempunyai potensi yang baik dalam perkembangannya, namun diperlukan suatu identitas yang bisa mewakili citra dan karakter dari *Master Fitness Center* dan *Aerobic* sehingga konsumen bisa mengenalinya. Promosi yang menarik sehingga keberadaan usaha *Master Fitness Center* dan *Aerobic* bisa dikenal masyarakat luas.

### 4. **Threat (Tantangan)**

Menganalisis segala ancaman yang berasal dari kompetitor yang memiliki identitas yang lebih baik, lokasi lebih strategis, serta fasilitas bermutu.

## D. **Pembahasan**

### 1. **Pembahasan Media Utama**

#### a. **Konsep Kreatif**

##### 1) **Tujuan Kreatif**

Tujuan dari perancangan *Master Fitness Center* dan *Aerobic* yakni untuk menciptakan logo yang mewakili citra dan karakter dari *Master Fitness Center* dan *Aerobic*. Menciptakan unsur visual yang berbeda dengan kompetitor agar meningkatkan daya saing. Unsur visual logo yang tercipta berbeda dari kompetitor akan memudahkan konsumen untuk mengenali dan

mengingat *Master Fitness Center* dan *Aerobic* di pikiran target audien.

## 2) Strategi Kreatif

Perancangan ini dibuat *simple, modern*, kuat serta *friendly*. Desain dibuat dengan menggabungkan ilustrasi, tipografi, warna sebagai pendukung bentuk pesan yang disampaikan untuk mencapai sasaran.

Konsep yang akan digunakan pada perancangan logo *Master Fitness Center* dan *Aerobic* ini adalah konsep yang berdasarkan karakter dan citra khas *Master Fitness Center* dan *Aerobic* yaitu *modern*, kuat, dan *friendly*. Pengambilan konsep ini juga berdasarkan *mind mapping* yang penulis lakukan. Konsep karakter *Master Fitness Center* dan *Aerobic* akan digabungkan dengan konsep *simple* dan menarik, konsep *simple* dan menarik yang penulis maksud adalah konsep yang dapat dikenali, diingat oleh target *audience* yang kemudian menjadi pusat perhatian.

## 3) Program Kreatif

### a) Konsep Verbal

Logo *Master Fitness Center* dan *Aerobic* ini menggunakan pesan verbal berupa karakter *Master Fitness* yaitu *modern, friendly*, dan kuat. Karakter *Master Fitness Center* dan *Aerobic* merupakan bahasa verbal yang akan diterjemahkan ke bahasa visual.

### b) Konsep Visual

Identitas visual yang akan penulis rancang yaitu bentuk dari awalan huruf dari kata Master yaitu huruf “M” dan melakukan pendekatan dengan foto dan gambar visual yang berkaitan dengan karakter dari *Master Fitness Center* dan *Aerobic* yang *modern, friendly*, dan kuat. Ide ini diperoleh dari *mind mapping*. Setelah ide tersebut didapatkan maka

dipindahkan dan di rancang melalui aplikasi *software* pada komputer dan dilakukan modifikasi dari bentuk penyederhanaan tersebut.

#### **4) Final Art Work**

##### **a) Perancangan Logo**

Konsep yang akan digunakan dalam perancangan logo *Master Fitness Center* dan *Aerobic* yaitu konsep yang berdasarkan karakter dan citra yang ditampilkan oleh pihak *Master Fitness Center* dan *Aerobic* yaitu *modern*, kuat, dan *friendly*. Pengambilan konsep ini juga berdasarkan *brainstorming* dan *mind mapping* yang telah penulis lakukan. Konsep karakter *Master Fitness Center* dan *Aerobic* akan digabungkan dengan konsep simple dan *modern*, konsep *simple* dan *modern* ini adalah konsep yang mudah untuk dikenali, diingat oleh target audien yang kemudian menjadi pusat perhatian.

Penulis melakukan perancangan dengan mengambil data visual yang diperoleh dari kata-kata *mind mapping* yaitu *modern*, kuat, dan *friendly*. Gambar yang diperoleh berupa barbel, dan bentuk tubuh atletis. Karakter *Master Fitness Center* dan *Aerobic* juga digunakan sebagai konsep verbal yang akan diterjemahkan ke konsep logo. Gambar dan foto kemudian dipindahkan ke *software* desain pada komputer untuk mendapatkan desain identitas yang sesuai dengan konsep dan karakter *Master Fitness Center* dan *Aerobic*.

### b) Deskripsi Logo



Gambar 1 : Final Desain Identitas *Master Fitness Center dan Aerobic*

Perancangan logo *Master Fitness Center dan Aerobic* memiliki konsep yang kuat, *friendly* dan *modern*. Logo ini di stilasi dari visual huruf “M” yang merupakan awalan huruf dari kata “Master”. Pada bagian tengah logo ada sisi pendek dan panjang yang melambangkan konsumen yang berbeda-beda namun memiliki tujuan yang sama yaitu mengubah bentuk tubuh dan juga menggambarkan konsep *friendly* dimana nantinya konsumen akan saling berdampingan dan bersama. Pada logo terdapat unsur sayap yaitu pada bagian atas kiri dan kanan huruf “M” yang melambangkan perubahan yang akan terjadi nantinya pada konsumen dimana awalnya konsumen yang hanya memiliki fisik tubuh yang biasa saja menjadi tubuh yang lebih baik. ikon burble yang terdapat pada logo sedikit melengkung yang melambangkan kekuatan dimana hanya orang yang kuat yang bisa mengangkat barbel.

### c) Tipografi Logo

Tipografi memiliki peran penting dalam perancangan logo. Tipografi merupakan suatu sarana komunikasi visual serta suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf untuk menciptakan suatu

kesan tertentu dan dapat membantu pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca, (Nadia, M. Nasrul Kamal, Riri Trinanda. 2017).

Berikut ini merupakan font yang digunakan dalam perancangan logo *Master Fitness Center* dan *Aerobic*:

## **DAGGERSQUARE**

Huruf yang digunakan .dalam perancangan logotype ini menggunakan font **DAGGERSQUARE**. digunakan pada headline yaitu “*Master*” Font daggersquare tipe bold dipilih karena jelas, tegas, *modern*, kuat, dinamis dan mudah dibaca.

*Typography* yang digunakan pada logo master fitness center dan aerobic adalah huruf sans serif (tanpa kait) kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, kekar, stabil dan modern.

## **Tw Cen MT Condensed**

*Logotype* “FITNESS CENTER DAN AEROBIC” menggunakan huruf “**Tw Cen MT Condensed**”. Huruf ini dipilih karena tegas, *simple*, jelas dan tingkat keterbacaan sangat jelas.

Identitas yang dipilih berdasarkan alternatifnya menggunakan dua warna, hitam digunakan sebagai warna dari *logotype* dan *logogram* barbel, warna merah digunakan pada visual huruf “M” pada identitas.

### **d) Warna Logo**

Pemilihan warna yang akan digunakan sebagai sebuah identitas tidak berdasar pada selera atau sekedar tebakan. Warna sebagai identitas haruslah mencerminkan kepribadian perusahaan itu sendiri, (Eggi, M. Nasrul Kamal, Riri Trinanda. 2018)

Pemilihan warna hitam dipilih karena memberikan kesan kecanggihan, kekuatan, keberanian, keteguhan, ketenangan dan dominasi. Hal ini juga dapat dilihat pada alat-alat yang ada di *master fitness center* dan *aerobic* yang canggih dan *modern* sehingga memberikan ketenangan, nyaman bagi konsumen untuk menggunakannya.

Warna merah dipilih karena melambangkan kesan energi, gairah, kekuatan, cinta, enerjik. Warna merah mampu membangkitkan luapan semangat. Hal ini sesuai dengan karakter *master fitness center* dan *aerobic* yang ingin membuat para konsumen semangat, energik dalam melakukan kegiatan *gym* dan *aerobic*.

e) **Manual Book**



Gambar 2 : Final Desain *Manual Book*

Final desain *manual book* ini dipilih berdasarkan arahan dan bimbingan dari dosen pembimbing. *Manual book* ini berisikan informasi tentang *brief*, konsep perancangan, sketsa, komputerasi, pemilihan alternatif desain, final desain, hingga elemen grafis pembantu identitas *Master Fitness Center* dan *Aerobic*. *Manual book* merupakan buku yang berisi pedoman acuan standarisasi penggunaan logo untuk menjaga konsistensi logo agar tetap dikomunikasikan dengan baik dan benar sesuai dengan petunjuk yang ada pada buku tersebut.

## 2. Pembahasan Media Pendukung

Media pendukung merupakan media yang menunjang dari media utama. Media pendukung berfungsi untuk berbagai penempatan logo pada berbagai media sebagai promosi dari *master fitness center* dan *aerobic*. Media pendukung yang digunakan dalam perancangan logo *master fitness center* dan *aerobic* yaitu:

### a. X-banner



Gambar 2 : Final Desain X-banner

### b. Poster



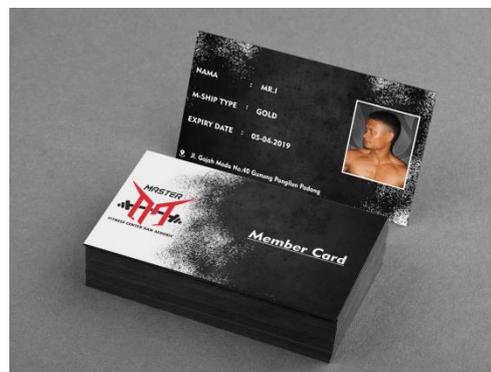
Gambar 3 : Final Desain Poster

c. **Kartu Nama**



Gambar 4 : Final Desain Kartu Nama

d. **Kartu Member**



Gambar 5 : Final Desain Kartu Member

e. **Flyer**



Gambar 6 : Final Desain Flyer

**f. Kaos**



Gambar 7 : Final Desain Kaos

**g. Botol Minuman**



Gambar 8 : Final Desain Botol Minuman

## E. Kesimpulan dan Saran

### 1. Kesimpulan

Perancangan logo *Master Fitness Center dan Aerobic* diawali dengan mengetahui tentang apa yang ada di *Master Fitness Center dan Aerobic*, sejarah berdirinya, tujuan, harapan, keunggulan, kekurangan, keunikan, semua hal yang berkaitan dengan *Master Fitness Center dan Aerobic*. Karakteristik dari *Master Fitness Center dan Aerobic* menjadi dasar perancangan logo. Dalam kasusnya disini *Master Fitness Center dan Aerobic* belum memiliki sebuah identitas yang mewakili citra dan karakter dari *Master Fitness Center dan Aerobic*. Identitas dari *Master Fitness Center dan Aerobic* hanya berupa tulisan namanya saja, sehingga tidak mewakili citra dan karakternya. Maka dari itu perlunya perancangan logo yang dapat mewakili citra dan karakter dari *Master Fitness Center dan Aerobic*. Penulis merancang sebuah identitas berupa logo yang berangkat dari karakter *Master Fitness Center dan Aerobic* yaitu *modern, friendly* dan kuat. Perancangan logo *Master Fitness Center dan Aerobic* berupa *logotype* dan *logogram*. *Logogram Master Fitness Center dan Aerobic* yaitu visual dari huruf “M” yang merupakan awalan huruf dari kata “*master*

Identitas yang terbentuk dari *Master Fitness Center dan Aerobic*, berkaitan dengan bentuk, warna, gaya desain yang nantinya melahirkan persepsi tersendiri di benak target audiens. Dalam melakukan perancangan identitas *Master Fitness Center dan Aerobic*, penulis banyak mempertimbangkan bentuk, warna serta tipografi agar dapat mencapai tujuan *Master Fitness Center dan Aerobic*.

Pemilihan bentuk *logotype* menggunakan jenis huruf *serif* atau huruf yang tidak berkait untuk mewakili karakter *Master Fitness Center dan Aerobic* yang mencerminkan karakteristik yang *modern, friendly* dan kuat. Pemilihan warna hitam Pemilihan warna hitam dipilih karena memberikan kesan kecanggihan, kekuatan, keberanian, keteguhan, ketenangan dan dominasi.

Warna merah dipilih karena melambangkan kesan energi, gairah, kekuatan, cinta, enerjik. Warna merah mampu membangkitkan luapan semangat. Hal ini sesuai dengan karakter *master fitness center* dan *aerobic* yang ingin membuat para konsumen semangat, energik dalam melakukan kegiatan *gym* dan *aerobic*.

Logo *master fitness center* dan *aerobic* akan dituangkan pada media utama yaitu manual book, serta media pendukung yaitu *x-banner*, poster, kartu nama, kartu member, stiker, *flyer*, *kaos*, dan botol minuman.

## **2. Saran**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan perancangan logo *master fitness center* dan *aerobic* diatas beberapa saran yaitu:

- a. Logo yang baru dapat menaikkan nilai jual dan citra *master fitness center* dan *aerobic* yang bisa diketahui sebagai logo yang baik oleh target audien serta bersifat persuasif duntuk memperkenalkan identitas, tujuan *master fitness center* dan *aerobic* sebagai tempat fitness yang *modern,friendly*, dan kuat.

## DAFTAR RUJUKAN

- Chaprisimon, Eggi, M. Nasrul Kamal, Riri Trinanda. 2018. *Perancangan Visual Branding Ririez Karaoke Kota Muko Muko Bengkulu*. Google Scholar. Padang: Prodi DKV UNP.
- Uljananh, Nadia, M. Nasrul Kamal, Riri Trinanda. 2017. *Redesign Visual Identity Pondok Sepatu Samillo Padang*. Google Scholar. Padang: Prodi DKV UNP.
- Pujiyanto, 2003, *Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan*. Nirmana Vol, 5 No. 1 Januari 96109.
- Rustan, Suriyanto. 2013. *Mendesain Logo*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Jakarta: Gramedia.
- Suryatama, Erwin. 2014. *Lebih Memahami Analisis SWOT Dalam Bisnis*. Surabaya: Kata Pena.