

**PERANCANGAN *CORPORATE IDENTITY*  
CV ROBI TEKNIK KONSTRUKSI DI PADANG**



**FAIZAL RAEFAHUWA  
04797/2008**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2013**

**PERANCANGAN *CORPORATE IDENTITY*  
CV ROBI TEKNIK KONSTRUKSI DI PADANG**

**Faizal Raefahuwa<sup>1</sup>,Ishakawi<sup>2</sup>,Eliya Pebriyeni<sup>3</sup>  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Jurusan Seni Rupa  
FBS Universitas Negeri Padang**

**ABSTRACT**

*In the design og logos, displayed information about the company as well as several alternativ designs, and supporting appropriate and elementsof design such as line, color, typography, shape, size, texture, value and the use of other fonts and logo to be final. He designed the company logo as a supporting media identity as an additional promotion, the company is expected to be the identity in additional to the interaction of identity is also more robust and blossoms grow in a healthy interaction and competitive.*

*Keywords : logos, the company logo and corporate identity*

## **A. Pendahuluan**

Pasca gempa 2009 di Sumatera Barat, khususnya kota Padang penggunaan kuda-kuda kerangka besi atau baja ringan merupakan salah satu alternatif pembuatan rangka atap bangunan. Dalam kenyataannya belum semua masyarakat paham tentang penggunaan kuda-kuda kerangka besi dan baja ringan tersebut, untuk itu di berikan informasi yang tepat sebagai salah satu solusi terhadap bangunan ramah gempa.

Dipilihnya penggunaan kuda-kuda kerangka besi dan baja ringan menjadi menjadi solusi yang dipilih tepat oleh masyarakat dalam mendirikan bangunan, adalah untuk meminimalisir tingginya kerusakan pada bangunan termasuk korban jiwa. Dari segi ketahanan dan kekuatan konstruksi kuda-kuda besi dan baja ringan lebih efisien dari konstruksi, terlebih pasca bencana gempa 2009 hingga saat ini masih terus terjadi gempa walaupun dalam ukuran yang kecil yang menguji ketahanan fisik bangunan, termasuk konstruksi atap.

Konsekwensi semua itu, dari sekian banyak perusahaan di kota Padang yang bergerak dibidang konstruksi kerangka besi dan baja ringan, satu diantaranya adalah CV Robi Teknik Konstruksi berlokasi di Bandar Buat, Jalan Koto Lalang Indah, Nomor. 10, Kecamatan. Lubuk Kilangan, Kota Padang kini mulai dilirik masyarakat untuk memanfaatkan jasa produksi konstruksi kuda-kuda besi dan baja ringan yang dihasilkan.

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Tugas Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2013.

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

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

Dari data yang didapatkan, sekian banyak perusahaan di kota Padang yang bergerak dibidang konstruksi kerangka besi dan baja ringan, satu diantaranya adalah CV Robi Teknik Konstruksi berlokasi di Bandar Buat, Jalan Koto Lalang Indah, Nomor. 10, Kecamatan. Lubuk Kilangan, Kota Padang, kini mulai dimanfaatkan masyarakat untuk jasa produksi konstruksi kuda-kuda besi dan baja ringan.

Selama ini manajemen perusahaan hanya mempromosikan usahanya secara sederhana yakni hanya melalui media plang merek bernama bengkel Las “Robi” (kuda-kuda kerangka baja ringan) dan informasi dari mulut ke mulut yang hanya efektif dalam waktu singkat yang lebih bersifat situasional. Untuk menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas, manajemen berupaya mencari media yang lebih tepat sebagai alat promosi. Salah satu bentuk media promosi yang akan digunakan adalah dengan merancang logo perusahaan yang refresentatif, dan mudah dipahami konsumen sebagai identitas perusahaan.

Di era globalisasi ini logo atau identitas perusahaan sangat pentingnya artinya. Mengingat para konsumen kini mulai selektif dalam memilih produk dan jasa yang sebagian juga didasari oleh identitas atau logo (*Brand*) guna mengingatkan masyarakat akan perusahaan tersebut ditengah-tengah menjamurnya persaingan global.

Merujuk pendapat Enterprise (2009:2) mengatakan ; “identitas perusahaan yang jelas dan lengkap menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan membeli atau tidaknya

produk atau layanan yang ditawarkan”. Selain sebagai interaksi “Identitas perusahaan adalah suatu *governing force* yang dapat membentuk sebuah perusahaan menjadi kokoh dan bertumbuh kembang dalam interaksi yang sehat dan saling menghargai” (Laurence.2000:*back cover*).

Dari penjelasan diatas dapat ditarik pengertian bahwa begitu penting identitas atau logo dari sebuah perusahaan. Apabila dengan adanya beberapa perusahaan yang bergerak dibidang yang sama. Perlu adanya pembeda salah satunya adalah logo. Untuk itu penulis merancang identitas atau logo CV. Robi Teknik Konstruksi agar perusahaan lebih percaya diri dan penulis berharap agar perusahaan tersebut mampu bersaing dengan perusahaan sejenis dan mampu menarik perhatian masyarakat

## **B. Metode Penelitian**

Untuk melakukan perancangan *Corporate Identity* yang dituangkan kedalam media cetak maka diperlukanlah metode analisis *SWOT*. Menurut Jonathan Sarwono dan Hary Lubis 2007 : 18 analisis *SWOT* Sebagai berikut, analisis *SWOT* dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (reevaluasi) sesuatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Perancang menggunakan analisis *SWOT* guna mengetahui *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman).

### **1. *Strenghts* (kekuatan)**

Perusahaan yang bergerak dibidang kuda-kuda kerangka besi dan baja ringan yang memiliki perlengkapan kerja yang memadai sesuai dipersyaratkan perusahaan. Ditambah perusahaan ini juga memiliki karyawan yang handal bidang konstruksi. Hal yang menjadi kunci keberhasilan perusahaan adalah konsisten dengan waktu.

### **2. *Weaknes* (kelemahan)**

Dilihat dari kelemahan perusahaan, terdapat beberapa kelemahan yang salah satunya yakni belum adanya perancangan *corporate identity* yang representatif serta minimnya promosi yang dilakukan.

### **3. *Opportunities* (peluang)**

Berdasarkan pengamatan dan keterangan yang diperoleh dari CV. Robi Teknik Konstruksi, belum mempunyai saingan, adapun hanya usaha yang sama tetapi lebih kecil. Sumber Daya Manusia (SDM) yang tersedia sangat memahami dalam bidangnya. Beberapa tahun terakhir pasca gempa 2009 banyak perumahan yang dibangun jauh dari permukaan laut diantaranya di Bandar Buat, Limau Manis, Pauh, Rindang Alam yang semua daerah tersebut berdekatan dengan lokasi perusahaan ini.

### **4. *Threats* (ancaman)**

Banyaknya muncul usaha-usaha kecil baru dibidang yang sama di daerah sekitar perusahaan kemudian usaha-usaha kecil ini akan

tumbuh dan berkembang menjadi CV yang akan menjadi persaingan semakin ketat

## **C. Pembahasan**

### **1. Tujuan Kreatif**

Tujuan kreatif penulis adalah merancang *corporate identity* dan logo yang sangat efisien dan simpel. Dengan menggunakan inisial Robi Teknik Konstruksi yang dapat mewakili usaha tersebut kepada masyarakat dan mudah diingat sehingga dapat menarik perhatian konsumen.

### **2. Strategi kreatif**

Strategi kreatif yang penulis gunakan adalah strategi dimana penulis merancang logo yang unik serta mudah diingat orang. Diaplikasikan melalui *neon box*, ditambah perancangan media pendukung berupa desain yang menarik perhatian konsumen, karena desain yang menarik mampu memberikan pengaruh kepada produk dan jasa tersebut, yang pada ujungnya mengharapkan dan menghasilkan pelanggan.

### **3. Konsep Verbal**

Melalui perancangan, penulis menjelaskan beberapa unsur-unsur yang terdapat di dalamnya, yang diaplikasikan ke media 3 dimensi yaitu logo melalui *Neon box* serta didukung oleh media penunjang. penulis juga ingin menyampaikan kepada khalayak ramai informasi yang terkandung oleh logo tersebut yaitunya visi-misi, profesionalisme baik hasil dan pekerjaan, serta ingin menunjukkan bahwa perusahaan ini benar-benar menunjukkan profesional di bidangnya. Selain informasi diatas penulis juga

memperhatikan desain tersebut seperti, pemilihan huruf baik yang disimbolisasikan juga huruf yang telah tersedia. penulis juga memperhatikan warna yang digunakan dalam pembuatan desain, sebab ingin menjelaskan juga tentang unsur-unsur desain, sebagai berikut :

**a. Font**

Dalam perancangan logo penulis memilih *font* yang benar-benar memiliki keterkaitan dengan logo dan mempunyai tingkat keterbacaan yang jelas agar dapat menarik perhatian. Walaupun *font* tersebut dimodifikasi menjadi sebuah simbol, tetapi *font* tersebut harus mewakili desain logo tersebut. Dalam [http:// Id.scrib.com/doc/39871793/sejarah-tipografi](http://Id.scrib.com/doc/39871793/sejarah-tipografi) yang diakses tanggal 22-12-12 mengatakan bahwa huruf yang mempunyai ketebalan memiliki potensi yang menarik perhatian mata. Biasanya kelompok huruf tersebut banyak digunakan untuk sebuah judul maupun terapan lainnya. Tipografi yang terdapat dalam desain logo tersebut dan contoh font tersebut, sebagai berikut :

- 1) Huruf Arial Black, contoh jenis huruf :

**abcdefghijklmn**  
**ABCDEFGHIJKLMN**

- 2) Huruf Century Ghotik, contoh jenis huruf :

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy**  
**ABCDEFGHIJKLMNQRSTUWXYZ**

## b. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan logo oleh penulis yakni warna hitam serta beberapa warna penunjang dalam pengaplikasiannya terhadap media penunjang. Walaupun hitam sering memiliki konotasi negatif seperti kematian dan kejahatan, tetapi hitam juga dapat menjadi warna kekuatan dan keanggunan, tergantung bagaimana hitam itu digunakan (Muharyadi 2012:67).

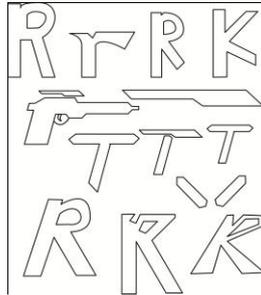
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 100 R = 31 G = 26 B = 23		C = 100 M = 0 Y = 100 K = 100 R = 0 G = 146 B = 63
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 0 R = 255 G = 255 B = 255		C = 20 M = 0 Y = 60 K = 100 R = 184 G = 219 B = 124
	C = 0 M = 60 Y = 100 K = 100 R = 231 G = 160 B = 23		C = 20 M = 40 Y = 80 K = 100 R = 239 G = 154 B = 29

## 4. Konsep Visual

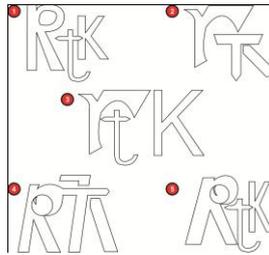
Konsep visual yang ditampilkan dalam pembuatan logo perusahaan oleh penulis dengan menampilkan jati diri, visi dan misi yang divisualisasikan melalui simbol-simbol. Dengan ide perancangan mengambil inisial dari Robi Teknik Konstruksi, simbol tersebut adalah berupa inisial dari Robi (R), Teknik (T), Konstruksi (K). Desain tersebut mengacu kepada desain yang kokoh, berani dan tegas yang sesuai dengan perusahaan tersebut yang bergerak di bidang konstruksi. Contoh font berikut ini :

**R T K**

a. *Lay out Kasar*



b. *Lay Out Alternatif*



c. *Lay Out Eksekusi*



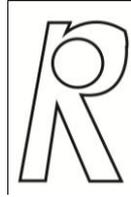
d. *Lay Out Komprehensif*



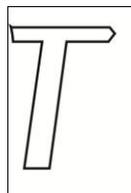
e. **Final Logo**



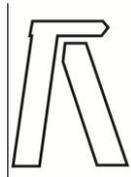
#### f. Deskripsi Logo



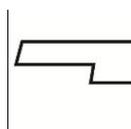
Simbol Huruf R yang diambil dari inisial Robi melambangkan perusahaan ini dibangun karena sayangnya seorang kakak terhadap adiknya, simbol R menegaskan bahwa Robi adalah seseorang adik yang bersifat kuat, rajin serta pantang menyerah.



Simbol huruf T yang diambil dari kata Teknik Terhadap Perusahaan yang bernama Robi Teknik Konstruksi. Menyatakan bahwa usaha ini dari awal memang hingga saat sekarang ini berkonsentrasi di bidang teknik.



Simbol huruf K dalam logo ini, menerangkan dan menegaskan kepada khalayak ramai bahwa usaha ini memang ahli dibidang konstruksi.



Simbol Panah yang melambangkan ketepatan dan kecepatan kerja.



Simbol yang diambil dari salah satu alat pemasang baut yang menyatakan bahwa usaha ini telah menjadi CV.

**g. Deskripsi Logo Secara Keseluruhan**



Logo CV Robi Teknik Konstruksi secara keseluruhan dapat diterjemahkan bahwa perusahaan tersebut telah siap bersaing di bidangnya serta telah menunjukkan kepada masyarakat menjadi sebuah perusahaan profesional.

**h. Karya Utama *Neon Box***



**D. Simpulan dan Saran**

Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat atau konsumen salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui perancangan logo dan Identitas Perusahaan (*Corporate Identity*). Hal ini dimaksudkan

dengan adanya perancangan logo tersebut perusahaan menjadi lebih kokoh dan bertumbuh kembang dalam interaksi yang sehat sekaligus meningkatkan posisi perusahaan di masyarakat, khususnya konsumen.

Setelah adanya promosi melalui logo dan identitas perusahaan (*Corporate Identity*). Perusahaan lebih percaya diri serta mampu bersaing dan menarik hati konsumen serta yang pada gilirannya mendapat banyak pelanggan di tengah-tengah persaingan usaha yang sama, hingga perusahaan terus berkembang menjadi usaha besar dari sebelumnya yang tentunya juga tidak mengabaikan pelayanan serta kualitas produk yang dihasilkan.

**Catatan :** artikel ini disusun berdasarkan karya akhir penulis dengan Pembimbing I Ishakawi S.Pd, M.Ds dan Pembimbing II Eliya Pebriyeni, S. Pd, M. Sn.

### **Daftar Rujukan**

Enterprise, Jubile. 2009. *e-Bussinses*.PT Elex Media Komputindo (facebook-ukm)  
Sarwono, Jonathan & Lubis, Hary.2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*, Andi Offset Yogyakarta