

Re-design Corporate Identity Wanda Electronic

oleh: Juwita Wirta Sri Depi
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email: Juwitawirtasridevi@rocketmail.com

Abstrack

Target and benefit of this re-design is (1) to differentiate Wanda Electronic with shop of electronic other (2) so that can be recognized broaderly by consumer (3) also become expense place of electronic searched by society. This scheme use model of prosedural having the character of is descriptive, scheme process which is the prosedural orient to increase the effort Marwan. Formulation of problem and identify and also the target of intake of data pass/through the way of observation, interview and documentation later then in analysis and finally become concept of scheme. Result of this device later will wear to promote better Wanda Electronic so that again consumer eye and make its effort much more go forward from at now.

Keywords : *Re-design, logo, identitas, Wanda Elektronik.*

A. Pendahuluan

Wanda *Electronic* adalah salah satu toko *electronic* yang berada di Kabupaten Dharmasraya, lebih tepatnya berada di Pasar Koto Baru. Berdiri sejak tahun 1999 dan telah memiliki cabang di Sungai Rumbai.

Pada saat ini Wanda *Electronic* adalah salah satu toko *electronic* terlengkap di Dharmasraya, memiliki empat orang pegawai, setiap harinya Wanda *Electronic* bisa menjual 5-8 *electronic*, kesuksesan tersebut dicapai dalam jangka waktu dua belas tahun.

Kata atau kalimat sebagai papan nama untuk toko tersebut adalah WANDA *ELECTRONIC* dengan membuat tulisan “WANDA”, memakai ukuran *font* yang besar dengan maksud sebagai penanda tokonya. Hal ini membuat toko Wanda *Electronic* tidak berbeda dengan toko *electronic* lainnya, sehingga tidak mempunyai identitas tersendiri. Berdasarkan itu diperlukan *re-design* logo Wanda *Electronic* dengan tujuan untuk mempunyai identitas sehingga terbentuklah sebuah image oleh pelanggan.

Menurut Rustan, (2009:42) “berdasarkan fungsi awal logo, maka kriteria utama yang tidak dapat dipungkiri adalah harus unik, mencerminkan dan mengangkat citra entitasnya sekaligus membedakannya dengan yang lain dan harus dapat mengakomodasi dinamika yang dialami entitasnya dalam jangka waktu selama mungkin, artinya logo harus fleksibel sekaligus tahan lama” .

Sedangkan logo mencakup beberapa hal yaitu unik, mempunyai tingkat keterbacaan, simple/ sederhana, mudah diingat, mudah dihubungkan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi dan mudah mengaplikasikannya (Kusrianto, 2007: 234).

Dalam kriteria logo, Wanda *Electronic* jauh dari ketentuan untuk memenuhi kriteria sebagai logo. Oleh karena itu, logo yang dibuat haruslah unik, simpel, fleksibel yang dibuat dalam bentuk, warna dan ukuran yang sesuai untuk logo Wanda *Electronic*. Kenyataannya pemilik hanya menjadikan logo sebagai penanda tokonya saja, berdasarkan kenyataan tersebut sipemilik ingin memperbaiki logonya untuk lebih bagus lagi sehingga banyak pelanggan yang

datang, maka dibuatlah logo baru untuk (*re-design*) Wanda *Electronic* agar memiliki makna dan arti yang lebih jelas bahkan visi dan misi yang dituju oleh Wanda *Electronic*.

B. Pembahasan

1. Corporate Logo Wanda *Electronic*



Bapak Marwan membuat papan namanya yang berbunyi “WANDA *ELECTRONIC*” yang dianggap sebagai *corporate* logo. Tulisan WANDA dibuat menggunakan *font* berukuran besar dengan warna merah, sedangkan kata *ELCTRONIC* dibuat sebagai keterangan dan memakai ukuran lebih kecil yang diberi warna biru.

a. Visi dan Misi Wanda *Electronic*

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan Bapak Marwan (14 April 2011), keberhasilan yang telah dicapai sehingga menjadi toko Wanda *Electronic* yang terlengkap di Kabupaten Dharmasraya didasari dari kerja keras dan keinginannya yang tinggi, agar tokonya menjadi tempat belanja *electronic* yang dicari masyarakat, menurut Bapak Marwan visi Wanda *Electronic* adalah tempat *electronic* yang dicari di Dharmasraya.

Sedangkan jumlah pelanggan dijadikan sebagai misi toko Wanda Electronic yang berbunyi semakin banyak pelanggan terciptalah ciri khas.

b. Motto Wanda *Electronic*

Untuk meningkatkan citra Wanda Electronic di hati konsumen, maka disusunlah kata-kata dengan kata “anda” sebagai kata ganti dari konsumen, secara lengkap moto tersebut berbunyi “Kami Ada karena Anda”.

c. Prinsip Dasar Wanda *Electronic*

Pada dasarnya prinsip Wanda *Electronic* adalah bagaimana caranya memuaskan dan mengutamakan pelanggannya untuk merasa nyaman dalam berbelanja di dalam toko Wanda *Electronic*, jadi prinsip dasar Wanda Electronic adalah:

- a) Pelanggan adalah yang utama
- b) Pelayanan yang nyaman dan ramah
- c) Kepuasan pelanggan adalah segalanya
- d) Selalu memberikan yang terbaik
- e) Harga bersahabat

Dengan mengikuti, memperhatikan, membaca dan ditambah lagi konfirmasi dengan *corporate* logo yang terpasang tidak terlihat adanya hubungan yang jelas visi dan misi, moto dan prinsip dasar Wanda *Electronic*. Berdasarkan inilah keinginan penulis untuk melakukan *Redesign* logo Wanda *Electronic* sehingga logo tersebut mempunyai kajian ilmiah dan sesuai logika.

2. Konsep Kreatif

Merancang *re-design corporate identity* Wanda *Electronic* mengacu pada visi dan misi, moto dan prinsip dasar Wanda *Electronic* yang menjadikan sebuah bentuk yang sederhana, dapat dibaca, mudah di ingat, mewakili perusahaan, bisa diaplikasikan serta sesuai dengan kriteria logo yang baik.

1. Pemilihan Bentuk

Bentuk logo Wanda *Electronic* yang dibuat adalah sederhana, mudah dibaca, mudah di ingat, unik, fleksibel dan konsisten dari prinsip pembuatan logo yang baik. Namun logo yang dibuat haruslah menarik dan unik supaya mudah di ingat oleh masyarakat sekaligus mewakili Wanda *Electronic* tersebut.

Logo yang dibuat akan di desain semenarik mungkin supaya berbeda dengan logo sebelumnya, dengan cara membuat nuansa grafis dengan layout serta *font* yang sesuai. Bentuk logo yang diambil untuk re-design logo Wanda *Electronic* di sesuaikan dengan visi dan misi, moto dan prinsip dasar Wanda *Electronic*.

Dari visi dan misi, moto dan prinsip dasar Wanda *Electronic* dapat di simpulkan adalah pelanggan/ konsumennya. Disini pelanggan selalu di utamakan karena tanpa pelanggan Wanda *Electronic* tidak akan mungkin bisa berkembang, sebab itu Wanda *Electronic* selalu membuat pelanggannya merasa nyaman setiap berbelanja.

Bentuk pembuatan dalam logo ini adalah seperti dua orang manusia yang saling berinteraksi, melambangkan pemilik dan seorang pelanggan. Memperllihatkan keramahan untuk membuat pelanggannya merasa nyaman berada di toko Wanda *Electronic*, dan ikon ini juga berbentuk huruf W yaitu Wanda dan E berarti *electronic*.

Bentuk logo tersebut berada di dalam sebuah kotak yang mempunyai sudut bundar, kotak diartikan disini adalah sebuah tempat atau toko Wanda *Electronic*, tempat pemilik dan pelanggan mengadakan hubungan jual beli, dan membuat sudutnya bundar supaya tidak ada kesan kaku untuk membuat pelanggan jauh lebih nyaman.

2. Pemilihan Warna

Dalam visual warna mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi citra orang yang melihatnya dan warna juga merupakan pelengkap gambar untuk mewakili dalam berkomunikasi. Begitu juga ketika *re-design* suatu logo warna sangatlah penting untuk mewakili toko Wanda Electronic dan menarik perhatian pelanggannya, maka warna yang dipilih adalah *orange* dan hitam.

a. Orange



Warna *orange* bisa diartikan sebagai energi dan kehangatan, warna ini di aplikasikan pada bentuk dua orang yang saling berinteraksi karena warna *orange* melambangkan energi/ semangat pemilik untuk mengembangkan usahanya lebih besar.

Warna *orange* juga merupakan kehangatan yang di aplikasikan ke dalam bentuk kotak yang diartikan sebagai tokonya, maksudnya adalah supaya pelanggan berada nyaman di toko Wanda *Electronic* karena pemiliknya yang bersifat hangat dan ramah.



b. Hitam

Pemakaian warna hitam dalam logo ini karena hitam melambangkan kekuatan, kemewahan serta keanggunan, maksud kekuatan disini adalah setiap barang-barang di Wanda *Electronic* tahan lama karena mengutamakan kualitas serta bergaransi, sedangkan kemewahan dan keanggunan disini adalah produk/ barang yang dijual mempunyai bentuk yang mewah dan anggun karena barang-barang yang dijual selalu mengikuti model setiap saat.

Tabel 3. Teknik Warna CMYK pada re-design logo Wanda *Electronic*.

No	Warna	C	M	Y	K
1		0	75	100	0
2		75	68	67	88

Tabel 4. Teknik Warna RGB pada re-design logo Wanda *Electronic*.

No	Warna	R	G	B
1		242	102	34
2		5	6	6

3. Pemilihan Tipe Huruf

Dalam pembuatan *re-design corporate identity* Wanda *Electronic*, di pakailah huruf yang mewakili Wanda *Electronic* yaitu tipe huruf yang tegas dan kuat. Tipe huruf tegas dan kuat mewakili dari setiap barang-barang yang di jual Wanda *Electronic* sangat kokoh, kuat dan tidak gampang rusak karena mempunyai garansi, semua itu bisa membuat pelanggan menjadi merasa aman untuk membeli setiap *electronic* di Wanda *Electronic*.

Kusrianto (2010: 75) apabila ditinjau dari fungsinya, aksara dalam ilmu tipografi terbagi dua kelompok yaitu:

1. Aksara teks adalah aksara yang paling utama di dalam memproduksi publikasi cetak.
2. Aksara display adalah digunakan untuk menulis judul artikel, judul buku, poster, serta teks-teks yang perlu penonjolan atau yang memperoleh perhatian lebih dulu.

Aksara teks dituntut untuk memiliki *legibility* atau kejelasan dan sifat *readability* alias keterbacaan, di dalam tipografi faktor *legibility* merupakan bobot kualitas dari desain aksara tersebut.

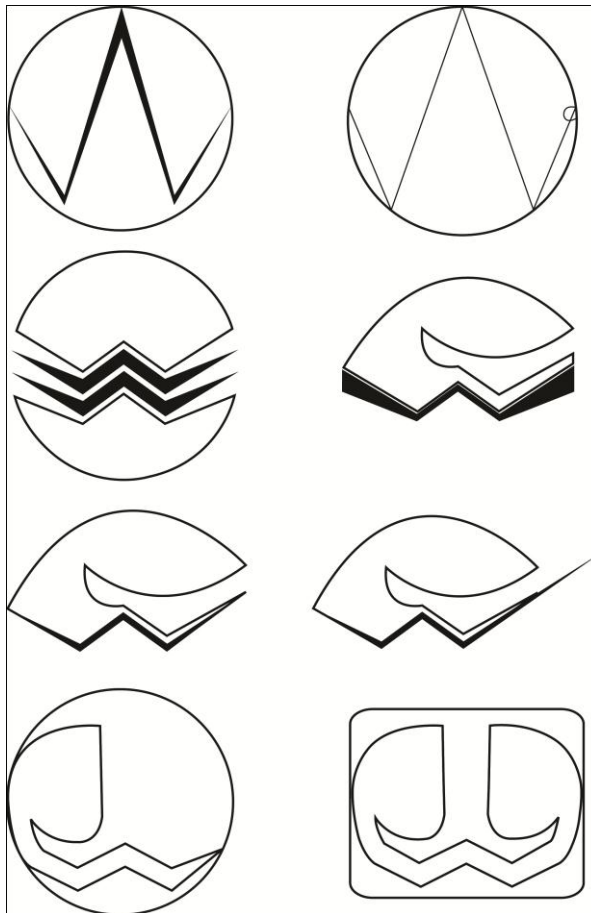
Ternyata keterbacaan memiliki urutan ke dua, sebuah typeface yang memiliki keterbacaan yang baik, sebelumnya juga harus memiliki kejelasan

yang baik dulu, typeface memiliki sebuah keterbacaan yang baik jika ditampilkan pada kondisi yang tertentu.

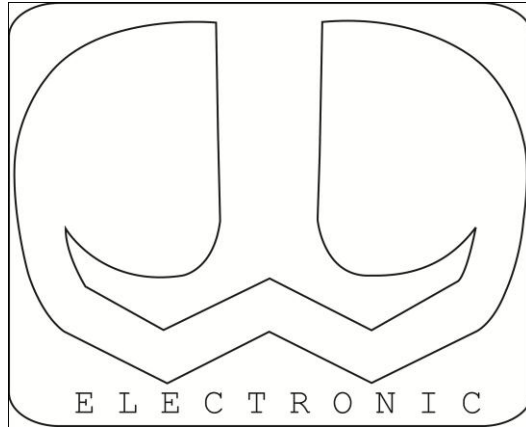
Pemilihan jenis huruf dalam pembuatan logo ini adalah simplified arabic fixed regular karena memiliki *legibility* (kejelasan) dan *readability* (keterbacaan), sehingga memiliki tingkat keterbacaan yang jelas dan bisa di aplikasikan dalam ukuran kecil.

3. Layout

a. Layout Kasar



b. Layout Eksekusi



c. Layout Komprehensif



4. Final Desain

Logo ini dipilih karena di dalam logo di atas terdapat unsur visual yang mewakili toko tersebut. Logo merupakan panduan antara grafik, typografi dan warna yang menjadi kesatuan untuk mempresentasikan identitas sebuah produk, perusahaan atau individu.

Maksud dari logo ini adalah adanya komunikasi/ interaksi yang baik antara pemilik dan pelanggan, bagaimana caranya pemilik membuat nyaman dan percaya pelanggannya untuk membeli barang *electronic* kepada Wanda *Electronic*, sedangkan gambar kotak melambangkan toko *electronic* tersebut, tempat terjadinya jual beli antara penjual dan pembeli sedangkan sudut kotak tersebut dibuat melengkung supaya tidak terjadinya kekakuan/ terlihat lebih santai sehingga membuat pelanggan menjadi lebih nyaman dalam berbelanja.

Logo yang baik mencakup beberapa hal yaitu unik, mempunyai tingkat keterbacaan, simple/ sederhana, mudah diingat, mudah dihubungkan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi dan mudah mengaplikasikannya. (Kusrianto, 2007: 234).

Jenis warna yang dipilih ada 2 warna yaitu *orange* dan hitam. Warna yang dipilih mempunyai makna yang disesuaikan Wanda *Electronic*, menurut Kusrianto (2007: 47) bahwa warna *orange* memiliki arti energi, keseimbangan dan kehangatan, sedangkan warna hitam berarti kekuatan, kemewahan dan keanggunan. Kedua warna yang dipilih tersebut merupakan gambaran dari Wanda *Electronic* untuk dapat memberikan kehangatan/ kenyamanan kepada setiap pelanggannya serta kekuatan, kemewahan dan keanggunan mewakili barang-barang Wanda *Electronic* tersebut.

Tipografi yang dipilih adalah jenis huruf *simplified arabic fixed regular*, karena jenis huruf ini mempunyai tingkat keterbacaan yang cukup tinggi serta bisa diaplikasikan dalam ukuran kecil sekalipun.



C. Kesimpulan

Dilihat dari desain logo Wanda *Electronic* yang ada sekarang mempunyai kelemahan yaitu logo kurang menarik, hal tersebut membuat Wanda *Electronic* tidak berbeda dengan toko *electronic* lainnya yang ada di Dharmasraya dan semua itu menutup peluang untuk berkembang lebih besar. Oleh sebab itu dilakukan re-design kembali logo baru dengan tidak menghilangkan visi dan misi, motto dan prinsip dasar Wanda *Electronic*.

Re-design logo Wanda *Electronic* akan dibuat semenarik mungkin namun mudah dicerna dan dibaca oleh pelanggan dan masyarakat disana, mudah diingat dan mewakili identitas Wanda *Electronic*, dapat diaplikasikan dalam berbagai media pendukung untuk memperkenalkan keberadaan Wanda *Electronic* tersebut, maka diharapkan keberadaan *corporate identity* yang baru dapat meningkatkan citra usaha Wanda *Electronic*.

Logo adalah panduan dari grafik, tipografi dan warna yang menjadi satu kesatuan untuk memperkenalkan *corporate identity* suatu usaha toko Wanda *Electronic*. Logo yang sukses tidak dapat berdiri sendiri karena butuh citra sebuah perusahaan, secara alamiah seseorang mengenal ciri logo terlebih dahulu karena adanya kesan unik dan baik, maka timbul *image* yang baik (menarik, simpatik) sehingga dalam gambaran masyarakat, produk yang diwakili oleh logo tersebut sebaik yang dibayangkan.

Tujuan pada redesign logo Wanda *Electronic* bagi masyarakat adalah untuk menarik pelanggan lebih banyak dengan cara membangun *image* yang baik (menarik, simpatik) tanpa mengabaikan kualitas barang *electronic*, dengan demikian diperlukan *re-design* kembali logo Wanda *Electronic* yang di aplikasikan ke dalam media untuk mendukung Wanda *Electronic* supaya lebih maju.

Catatan: artikel ini disusun berdasarkan skripsi penulis dengan Pembimbing I Drs. Jamilus, M.Pd dan Pembimbing II Drs. Syafwandi, M. Sn.

Daftar Rujukan

- Kusrianto, Adi. 2010. Pengantar Tipografi. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Kusrianto, Adi. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: C. V. Andi Offset.
- Rustan, Suriyanto. 2009. Mendesain Logo. Jakarta: Penerbit Gramedia.