

BAB IV

ANALISIS, KONSEP & HASIL PERANCANGAN

4.1 Analisis Permasalahan

PT Entity Global Technology merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengadaan barang dan jasa, dengan letak kantor yang strategis ditengah perkotaan. Perusahaan ini belum memiliki identitas visual yang menjadi ciri khas dari perusahaan tersebut, dikarenakan perusahaan ini merupakan perusahaan baru maka upaya yang harus dilakukan untuk dapat bersaing dengan kompetitor lain yang bergerak di bidang yang sama dan memperkuat daya tarik pasar adalah melakukan perancangan identitas visual untuk keberhasilan merek atau bisnis. Pada perancangan identitas visual ini harus memperhatikan beberapa faktor dari visi misi dan nilai dari perusahaan tersebut, dengan menciptakan identitas visual yang kuat dan konsisten dapat memperkuat dan dapat membantu meningkatkan nilai merek dan menarik investasi yang lebih besar.

Oleh karena itu, dalam merancang identitas visual PT Entity Global Technology, penting untuk mengetahui dan mempertimbangkan beberapa faktor untuk memaksimalkan peluang dan meminimalkan kelemahan atau ancaman yang menjadi hambatan bagi perusahaan ini untuk lebih bersaing dengan pesaing yang sudah ada.

4.1.1 Analisis SWOT

SWOT analisis merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada yang dapat mempengaruhi perancangan identitas visual dan dapat mengidentifikasi langkah-langkah strategis yang dapat diambil untuk memaksimalkan keuntungan dan mengatasi hambatan. Berikut merupakan hasil SWOT analisis mengenai perancangan identitas visual PT Entity Global Technology:

1. Strength

PT Entity Global Technology merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengadaan dan jasa, dimana perusahaan ini

menyediakan barang pada skala besar ataupun skala kecil, Perusahaan ini berlokasi di kawasan strategis di Jakarta Selatan yang memungkinkan untuk pengembangan bisnis dengan skala yang lebih besar.

2. *Weakness*

Perusahaan ini belum memiliki brand image dan identitas visual yang kuat untuk membangun citra dari perusahaan itu sendiri

3. *Opportunities*

Peluang untuk meningkatkan pasar industri besar jauh lebih luas dan melalui identitas visual ini menjadi mudah dikenali dan memberikan pakem untuk pengaplikasiannya di berbagai media

4. *Threats*

Persaingan yang ketat antar perusahaan pengadaan barang dan jasa terlebih perusahaan belum memiliki identitas visual dan belum adanya image dari perusahaan maka dapat mempengaruhi persaingan dengan perusahaan lain yang telah memiliki citra dan branding yang kuat.

Oleh karena itu penting untuk mengetahui dan mempertimbangkan beberapa faktor untuk memaksimalkan peluang dan meminimalkan kelemahan atau ancaman yang menjadi hambatan bagi perusahaan ini untuk lebih bersaing dengan pesaing yang ada dengan memaksimalkan perancangan identitas visual.

4.2 Strategi

Setelah melakukan analisa, maka didapatkan beberapa kesimpulan dan mengetahui identitas yang diperlukan oleh perusahaan dan pengaplikasian logo diberbagai macam media yang diperlukan, berikutnya adalah membuat sebuah strategi pendukung lainnya agar perancangan identitas visual dapat dirancang agar sesuai dengan image perusahaan yang akan dibuat. Hasil penelitian dan pengumpulan data perusahaan akan dijadikan sebagai acuan dari strategi yang akan diproses, sehingga dapat memenuhi kebutuhan perusahaan secara menyeluruh.

4.2.1 Strategi Komunikasi

Pada strategi komunikasi menggunakan strategi komunikasi AISAS untuk menentukan pesan, penting untuk mengetahui segmentasi, terutama dari psikografis dan *behaviour*. Sebagai peneliti harus bisa mengetahui pesan yang bagaimana yang sesuai dengan psikografis dan *behaviour target audience*. tahapan penentuan ide atau solusi dari sebuah permasalahan atau karya yang akan di design.

4.2.1.1 Strategi Komunikasi Melalui AISAS

Strategi komunikasi yang akan dikembangkan pada strategi media, peneliti harus menentukan pesan yang sesuai dengan psikografis dan behavior target audience, melalui tabel dibawah ini peneliti menganalisa dan menjabarkan konsep strategi komunikasi melalui AISAS.

Tabel 4. 1 Strategi Komunikasi Melalui Aisas

Tujuan	AISAS	Pesan	Media
Persuading	Attention	Menyampaikan pesan iklan ke target	Iklan media sosial, poster, media iklan browser, sticker
Reminding	Interest	Merangsang ketertarikan pesan pada iklan	Social media, X-banner, Banner, sticker
Informing	Search	Mempermudah costumer potensial untuk mencari info tentang perusahaan	Website, media sosial
Informing	Action	Membuat costumer potensial untuk melakukan aktivitas yang dipromosikan	Offline activity, media sosial
Reminding	Share	Membuat target sasaran memberikan	Sosial media.

		pengalaman selama menggunakan jasa perusahaan	
--	--	---	--

4.2.1.2 Strategi Media

Strategi media yang akan digunakan pada perancangan identitas visual PT Entitiy Global Technology pada pengaplikasian media dihubungkan dengan kebutuhan internal perusahaan tersebut, yaitu sebagai berikut :

1. *Stationary*

Media yang akan digunakan pada stationary perusahaan yaitu kartu nama, kop surat, amplop, map, invoice dan cap. Stationery digunakan untuk menampilkan logo dan supergrafis serta dilengkapi dengan alamat perusahaan.

2. *Corporate Desain*

Media yang digunakan pada corporate design yaitu lanyard, kartu identitas, *company profile*, dan stiker jika dibutuhkan. Media ini digunakan untuk menampilkan logo dan elemen grafis pada perusahaan.

3. *Media Promosi*

Media promosi digunakan sebagai media dalam menyampaikan suatu pesan atau iklan pada masyarakat sehingga dapat membantu masyarakat dalam menerima atau memberikan informasi. Media yang digunakan yaitu poster, flyer, brosur, *banner*, billboard, spanduk, iklan *website* dan konten di media sosial.

4. *Merchandise*

Merchandise yang dipilih sebagai media promosi yaitu, baju, gantungan kunci, kalender, totebag, pulpen, dan payung. Media ini digunakan sebagai penanda yang menunjukkan identitas perusahaan.

5. *Sign*

Sign yang dibuat dalam pengaplikasiannya yaitu, *neon box*, petunjuk arah toilet, dan petunjuk arah ruangan.

6. *Graphic Standart Manual* (GSM)

Media utama yang terdiri dari *Graphic Standart Manual* (GSM).

GSM merupakan panduan dalam pengaturan dan penggunaan pada logo. Layout pada GSM ini adalah *landscape* ukuran A4

4.2.2 Strategi Pesan

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan menganalisa maka dapat dijabarkan konsep umum yang nantinya akan diterapkan pada perancangan identitas visual berupa logo dan pengaplikasiannya identitas visual perusahaan. Konsep yang akan dirancang pada perancangan ini adalah menciptakan sebuah identitas visual yang simple dan modern agar mudah diingat oleh customer potensial dan sesuai dengan visi misi dan nilai perusahaan, selain itu agar dapat mempresentasikan ciri khas dari perusahaan.

Pengambilan keputusan dalam menentukan konsep desain, diperoleh dari pengamatan langsung dan tidak langsung serta wawancara terkait identitas korporat, yang kemudian dianalisis untuk memberikan kesimpulan yang bermanfaat sebagai acuan pembuatan logo yang sesuai dengan identitas korporat. Frasa ini mengacu pada apa yang harus dikatakan dan bagaimana mengatakannya, yang berasal dari visi, misi, nilai-nilai perusahaan, dan keunggulan dari perusahaan tersebut.

4.2.2.1 *Valuable Word*

Valuable word dikembangkan berdasarkan unique selling point, visi, misi, nilai perusahaan, hasil wawancara dan SWOT. Kata yang telah dikembangkan menjadi sebuah referensi untuk mewakili nilai perusahaan.



Gambar 4. 1 Proses Mind Mapping

4.2.2.2 Key Message

Untuk menyampaikan pesan tersebut kepada perusahaan diperlukan kunci pesan atau key message yang diperoleh dari kata kunci yang diperoleh dari hasil pengumpulan data yang telah disiapkan dan dianalisis. Kata kunci diambil dari analisa STP, SWOT dan USP untuk digunakan sebagai acuan



Gambar 4. 2 Proses Mind Map Keyword

Dari hasil pengembangan dari beberapa kata kunci yang ada didapatkan beberapa *key message* yaitu Profesionalisme, Kontinuitas, Kepercayaan . lalu pesan yang ingin disampaikan yaitu :

Tabel 4. 2 Key Message

No	Kata kunci	Kalimat
1	Profesionalisme	PT Entity Global Technology merupakan perusahaan yang mengedepankan ke profesionalan untuk memenuhi kebutuhan konsumen maupun costumer potensial.
2	Kontinuitas	perusahaan konsisten dalam memberikan kualitas produk dan layanan yang baik, memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, serta menjaga reputasi perusahaan yang baik.
3	Kepercayaan	Perusahaan memberikan produk dan layanan yang berkualitas dan sesuai dengan harapan pelanggan, bersikap transparan dalam menyediakan informasi mengenai produk dan layanannya, seperti harga, kualitas, dan keamanan.

4.2.2.3 Main Message

Dari hasil *key message* yang telah di peroleh selanjutnya diperlukan pesan utama yang ingin disampaikan oleh perusahaan agar pesan tersebut dapat tersampaikan kepada mitra ataupun costumer. Maka main message untuk perusahaan ini adalah :

"Kami hadir sebagai mitra bisnis yang mengutamakan profesionalisme, kontinuitas, dan kepercayaan untuk mencapai hasil yang optimal. Kami memastikan bahwa layanan yang kami berikan konsisten dan dapat dipercaya, sehingga klien atau mitra dapat merasa tenang dan fokus pada pengembangan bisnisnya."

Pesan tersebut menggambarkan bahwa keberhasilan suatu bisnis tidak hanya terletak pada produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi juga pada kualitas hubungan bisnis yang dibangun dengan klien atau mitra untuk menunjukkan profesionalisme dalam setiap aspek bisnisnya, menjaga kontinuitas pelayanan yang terpercaya, dan membangun kepercayaan dengan klien atau mitra sebagai dasar hubungan bisnis yang sukses dan berkelanjutan.

4.2.2.4 Brand Message

Brand message dirancang untuk menarik perhatian konsumen, membangun kesan positif, dan membangun kepercayaan untuk memperkuat hubungan merek dengan pelanggan. nilai-nilai yang diterapkan oleh perusahaan PT Entity Global Tehnology dalam membangun bisnisnya dan menawarkan jaminan kepada klien atau mitra bahwa mereka akan selalu mengedepankan profesionalisme dalam pelayanan, menjaga kontinuitas hubungan bisnis, dan membangun kepercayaan yang kuat.

“Profesionalisme, Kontinuitas, Kepercayaan”

4.2.2.5 Brand Positioning

Brand positioning merupakan hal yang berkaitan dengan kepercayaan dari persepsi yang akan dibangun perusahaan oleh masyarakat sebagai perusahaan pengadaan barang dan jasa. Pada *brand positioning* perusahaan ini memposisikan perusahaannya sebagai berikut.

“Kami memposisikan perusahaan kami di bidang pengadaan barang dan jasa setiap aspek bisnis kami memberikan jaminan bahwa kami selalu berada di sisi klien atau mitra kami dalam mencapai kesuksesan bersama.”

4.2.2.6 Brand Value

Dalam menentukan *brand value* berkaitan dengan desain yang akan dibuat pesan yang akan disampaikan perusahaan dan hubungan antara perusahaan dengan *costumer*, maka dari itu nilai inti dari perusahaan ini adalah

“perusahaan yang mengakomodir teknologi dunia”

Secara garis besar perusahaan ini merupakan sebuah perusahaan yang mengkomodifikasi teknologi yang ada di dunia, sehingga pelanggan tidak perlu khawatir dengan jasa yang dimiliki oleh perusahaan dan menjadi sebuah solusi terbaik kepada pelanggan.

4.2.2.7 Brand Promise

Brand promise adalah sebuah janji yang perusahaan berikan kepada customer, apabila pelanggan menggunakan jasa perusahaan. Hal yang dijanjikan dari PT Entity Global Technology yaitu :

“Solution to fit your industry”

Dalam bahasa Indonesia yaitu “Solusi yang Sesuai dengan Industri Anda” arti dari kalimat tersebut adalah bahwa PT Entity Global Technology menjadi sebuah perusahaan yang menjadi solusi dan jawaban yang tepat bagi perusahaan yang membutuhkan jasa pengadaan barang dari PT Entity Global Technology.

4.2.3 Strategi Kreatif

4.2.3.1 5W + 1H

1. *What*

Merancang sebuah identitas visual yang sesuai nilai-nilai perusahaan, visi, misi dan citra yang ingin dibangun oleh perusahaan.

2. *Who*

Segmentasi yang dituju oleh PT Entity Global Technology merupakan perusahaan dengan skala besar maupun kecil dengan segmentasi umur berusia 26 – 50 tahun yang memiliki ke sosial menengah ke atas yang merupakan seorang yang memiliki bisnis.

3. *Why*

Perusahaan PT Entity Global Technology belum memiliki identitas visual berupa logo dan belum memiliki media promosi, sehingga tidak dapat berjalan dengan baik.

4. *When*

Sejak berdirinya perusahaan ini belum memiliki konsistensi karena belum memiliki citra dan image dari perusahaan itu sendiri

5. *Where*

Khususnya wilayah dengan industri dan perusahaan besar seperti Jabodetabek yang cenderung menjadi kota industri dan perusahaan besar.

6. *How*

Dengan merancang identitas visual yang diaplikasikan pada media-media yang mendukung identitas visual diterapkan dan adanya media promosi yang konsisten dengan visi, misi dan nilai perusahaan.

4.2.3.2 Unique Selling Proposition

● Keunikan yang dimiliki oleh PT Entity Global Technology yaitu sebagai perusahaan yang bergerak dibidang pengadaan barang dan jasa perusahaan ini memiliki berbagai macam produk yang dijual dan memberikan solusi kepada *costumer* potensial akan kebutuhan perusahaan atau industri mereka dengan mengutamakan keprofesionalan dan menjunjung tinggi kepercayaan agar terciptanya kontinuitas.

4.2.3.3 Segmentasi, Targeting & Positioning

STP membantu perusahaan dalam merancang identitas visual yang tepat dan relevan dengan pasar target, sehingga dapat memperkuat brand equity dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan

1. Segmentasi

Pada perancangan identitas visual PT Entity Global Technology, maka target dari pelanggan yang ingin dituju sebagai berikut:

a. Demografis

- Usia : 26 – 50 tahun
- Jenis kelamin : Laki – laki dan perempuan
- Pekerjaan : Purchasing
- Pendidikan : Sarjana

- Kelas sosial : Menengah keatas
- b. Geografis
 - Wilayah : Domestik dan Mancanegara
 - Negara : Indonesia
- c. Psikografis
 - Kepribadian :Seseorang yang mempunyai kepribadin yang teratur.
 - Gaya hidup : Seseorang dengan status perekonomian menengah keatas dan aktif dalam bisnis.

2. *Targeting*

Pada perancangan identitas visual, hal ini sangat penting untuk menentukan target yang akan dituju. Perancangan ini menempatkan target sebagai penyampaian pesan atau image perusahaan secara visual untuk memperkenalkan keunggulan yang sesuai dengan visi, misi dan nilai perusahaan. Berdasarkan target yang dituju berkisar umur 25 – 50 tahun dengan gender laki-laki maupun perempuan yang bekerja dibagian purchasing dengan status sosial menengah keatas serta aktif dalam bisnis.

3. *Positioning*

Merancang identitas visual yang sesuai dengan positioning yang tepat dengan visi, misi dan nilai perusahaan PT Entity Global Technology untuk dapat memposisikan sebagai perusahaan penyedia barang dan jasa dengan letak yang strategis.

4.2.4 Strategi Visual

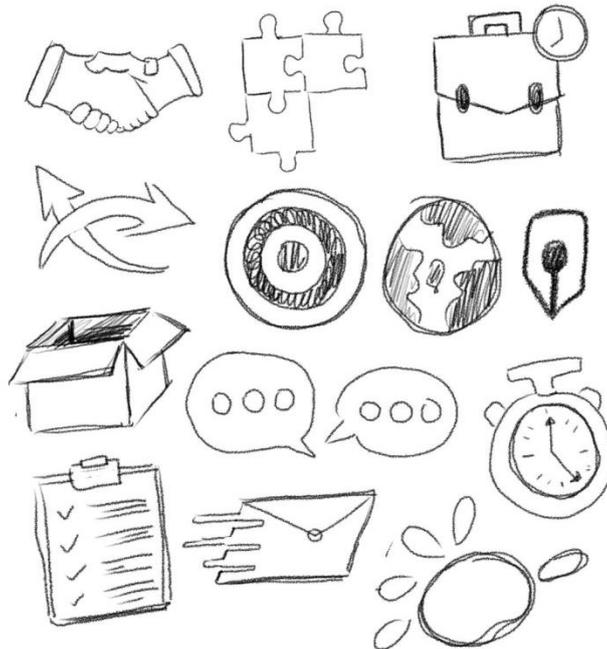
Strategi visual digunakan untuk menciptakan identitas visual yang kuat dan efektif untuk merek agar mudah dikenali oleh pelanggan, dan dapat mencakup elemen-elemen seperti *tone dan manner*, bentuk visual, logo, tipografi, warna, layout, dan *tagline*.

4.2.3.1 *Tone and Manner*

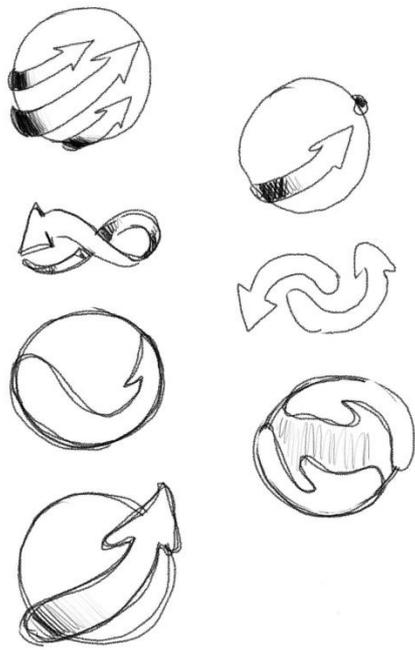
Tone and manner pada perancangan identitas visual PT Entity Global Technology ini adalah simple, kuat dan elegan. Dengan menggunakan *tone and manner* yang didasari dari visi, misi dan nilai perusahaan dapat memberikan dampak yang maksimal pada saat *tone and manner* ini di aplikasikan pada perancangan identitas visual

4.2.3.2 **Bentuk Visual**

Bentuk visual pada perancangan logo disesuaikan dengan penjabaran dari *valuable word*. Kata yang digunakan adalah dari professional, kontinuitas dan kepercayaan. Selanjutnya kata yang sudah didapatkan digunakan untuk mencari bentuk yang sesuai dengan *valuable word*.



Gambar 4. 3 Pencarian bentuk ikon



Gambar 4. 4 Sketsa penggabungan bentuk



Gambar 4. 5 Digitalisasi Logo



Gambar 4. 6 Logo yang dipilih

● Dari hasil digital logo, maka dipilihlah bentuk yang dapat mewakili dari kata kepercayaan, kontinuitas, kepercayaan. Dasar bentuk logo dari lingkaran yang menggambarkan bumi untuk mendefinisikan nilai perusahaan, lalu panah keatas mendefinisikan panah yang berputar dan memiliki arti kontinuitas dan *growth*.

4.2.3.3 Warna

Pemilihan warna pada logo perusahaan menggunakan warna biru, *orange* . Warna yang dipilih memiliki makna yang terkandung dalam visi, misi dan nilai perusahaan PT Entity Global Technology. Pemilihan warna biru sendiri melambangkan kepercayaan dan teknologi yang secara umum warna biru juga sering dikaitkan dengan kepercayaan, stabilitas, keamanan, keandalan, dan kebijaksanaan. Pemilihan warna orange melambangkan kehangatan, kepercayaan diri dan membangkitkan semangat perusahaan untuk terus berinovasi dan terus memberikan solusi terbaik untuk customer potensial

Warna	RGB	HSB	HEX	CMYK
	R: 31 G: 88	H:203° S: 75%	#1F587F	C : 92% M : 65%

	B: 127	L: 49%		Y : 29%
	R: 255 G: 157 B: 0	H : 36° S : 100% L : 100%	# FF9D00	C : 0% M : 45% Y : 100% K : 0%

Sumber: Data Pribadi, 2023

4.2.3.4 Tipografi

Pada pemilihan tipografi perancangan identitas visual, terbagi menjadi 2 huruf utama dan pendukung, Pemilihan huruf pada perancangan ini, peneliti memilih jenis huruf dari keluarga *sans serif* yang memiliki keterbacaan jelas, tidak kaku serta minimalis, lalu untuk tagline menggunakan jenis huruf dari keluarga *slab serif*

Tipografi yang digunakan untuk *logotype* menggunakan jenis huruf ITC Avant Garde Gothic Demi, sedangkan untuk *tagline* menggunakan jenis huruf Rockwell.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
012345678910
.,!@#\$%^&*()_+{}|:;'"<>?~`

Gambar 4. 7 Huruf Logotype
ITC Avant Garde Gothic Demi

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
012345678910
.,!@#\$%^&*()_+{}|:;'"<>?~`

Gambar 4. 8 Huruf Tagline Rockwell.

4.2.3.5 Fix Logo

Dari hasil pemaparan bentuk visual, warna dan tipografi. Proses selanjutnya yaitu menggabungkan beberapa objek yang sudah dibuat sehingga terciptanya sebuah *logogram* dan *logotype*. Berdasarkan teori yang sudah di paparkan pada bab 2, logo berikut merupakan salah satu jenis dari *associative* logo, yang dimana dapat mempresentasikan nilai perusahaan.



Gambar 4. 9 Logogram dan logotype

Pada konfigurasi logo dibagi menjadi 4, konfigurasi logo pertama digunakan untuk keperluan utama pada pengaplikasiannya. Konfigurasi logo yang kedua digunakan sebagai *alternative*, berikut juga dengan konfigurasi logo 3 dan 4



Gambar 4. 10 Konfigurasi logo utama



Gambar 4. 11 Konfigurasi logo utama dengan Tagline



Gambar 4. 12 Konfigurasi logo sekunder



Gambar 4. 13 Konfigurasi logo sekunder dengan tagline

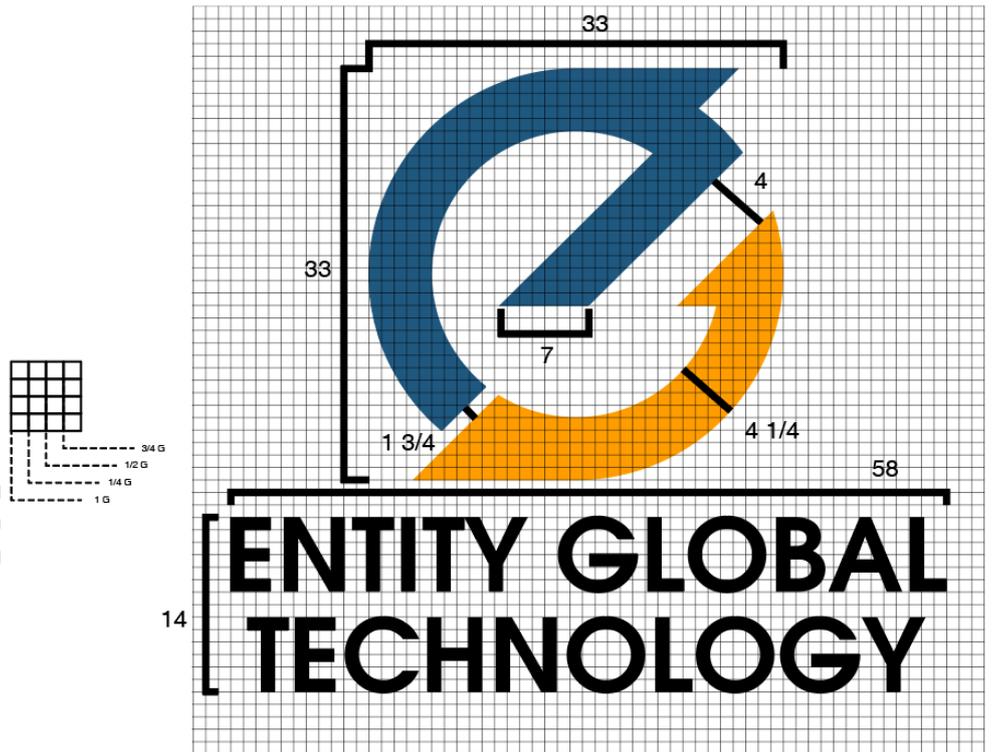
Penggunaan logo juga dapat digunakan menggunakan positif dan negative warna, sehingga logo dapat dilakukan pengaplikasiannya di media apa saja.



Gambar 4. 14 Positive dan Negative logo Utama

4.2.3.6 Layout

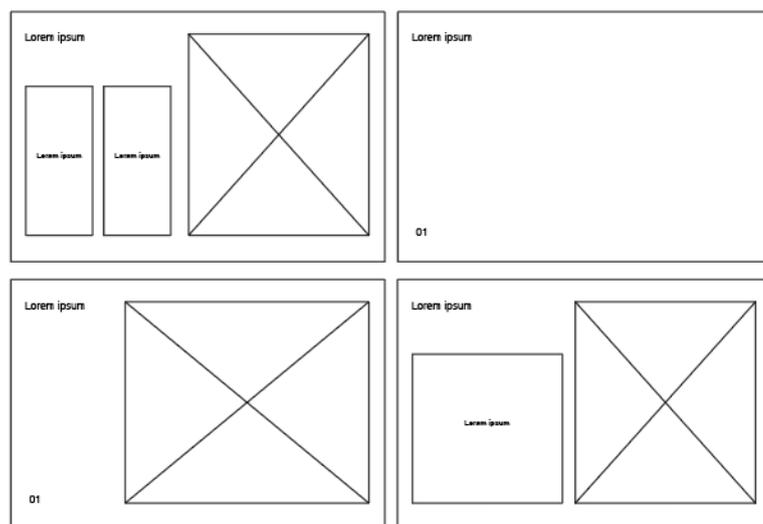
Tata letak yang terdapat pada *logogram* menggunakan teori *unity* atau kesatuan agar terciptanya sebuah keharmonisan antara bentuk lingkaran dan panah.



Gambar 4. 15 Proses Pembuatan Logogram menggunakan grid

Pada pembuatan logogram menggunakan ukuran grid 60 x 65 dengan ukuran rasio 1080x1080 pixel.

4.2.3.7 Komposisi Layout GSM



Gambar 4. 16 Komposisi Tata Letak

4.2.3.8 Tagline

Tagline yang dipilih dalam perancangan Identitas Visual PT. Entitiy Global Technology adalah *Solution To Fit Your Industry* yang diambil dari *valuable words*. Arti dari *Solution To Fit Your Industry* adalah solusi untuk memenuhi kebutuhan industri anda yang menjadikan sebuah jawaban untuk perusahaan yang membutuhkan barang dan jasa yang diberikan oleh PT. Entity Global Technology.

solution to fit your industry

Gambar 4. 17 Tagline

4.2.3.9 Supergrafis

Supergrafis digunakan untuk memperkuat identitas visual. Selain itu supergrafis juga dapat meningkatkan kesatuan pada penerapan desain untuk beberapa kebutuhan untuk diberbagai media. Supergrafis ini dibuat menggunakan elemen desain logo utama.



Gambar 4. 18 Proses Perancangan Supergrafis Dari Logo Utama



Gambar 4. 19 Contoh Pengaplikasian Supergrafis Pada Latar Berwarna



Gambar 4. 20 Pengaplikasian Supergrafis pada Latar Foto atau Gambar

4.2.3.10 Ikongrafis



Gambar 4. 21 Simbol atau Ikon

Simbol atau Ikon grafis yang digunakan untuk menjelaskan keterangan alamat kantor, website, telfon dan sosial media instagram.

4.3 Penerapan Desain

4.3.1 Stationary

4.3.1.1 Kartu Nama



Gambar 4. 22 Penerapan Desain Kartu Nama Depan



Gambar 4. 23 Penerapan Desain Kartu Nama Belakang

- Fungsi : Perlengkapan kantor
- Ukuran : 9 cm x 5,5 cm
- Material : *Art paper 210 gr laminasi doff*

4.3.1.2 Kop Surat



Gambar 4. 24 Penerapan Desain Kop Surat

- Fungsi : Perlengkapan kantor
- Ukuran : 21 cm x 29,7 cm
- Material : Kertas HVS 80 gr

4.3.1.3 Amplop



Gambar 4. 25 Penerapan Desain Amplop Tampak Depan



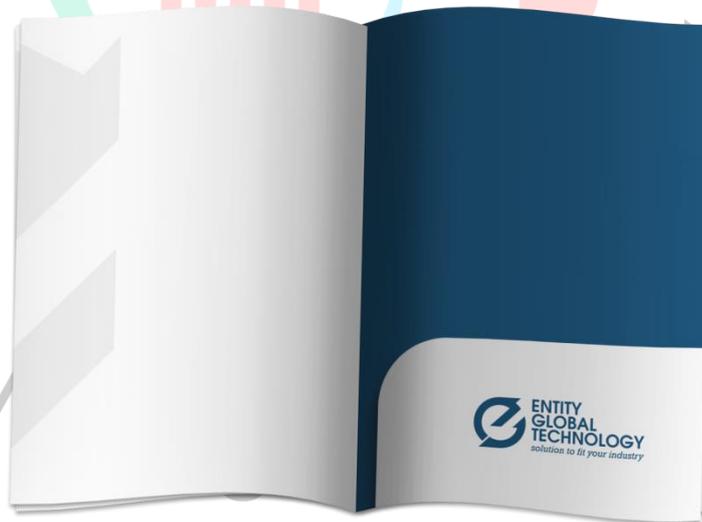
Gambar 4. 26 Penerapan Desain Amplop Tampak Belakang

- Fungsi : Perlengkapan kantor
- Ukuran : 22 cm x 10 cm
- Material : *Art paper* 150

4.3.1.4 Map



Gambar 4. 27 Penerapan Desain Map Tampak Tertutup Depan



Gambar 4. 28 Penerapan Desain Map Terbuka



Gambar 4. 29 Penerapan Desain Map Tampak Terbuka

- Fungsi : Perlengkapan kantor
- Ukuran : 31 cm x 23 cm
- Material : Art Carton 310 gr laminasi doff

4.3.1.5 Invoice



Gambar 4. 30 Penerapan Desain Invoice

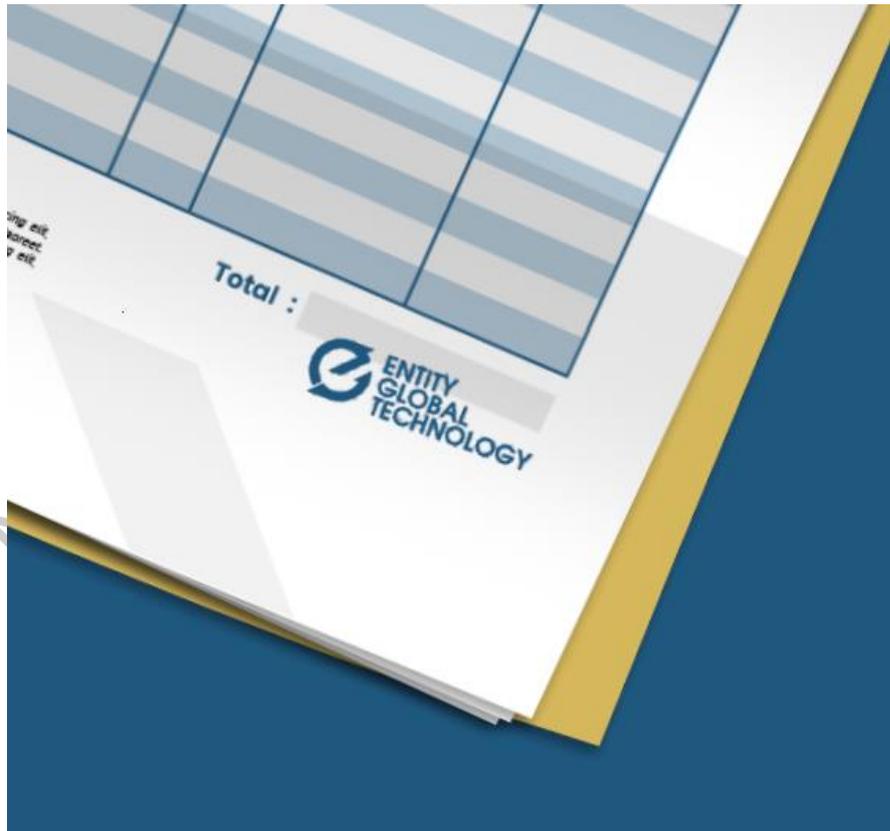
- Fungsi : Perlengkapan kantor

- Ukuran : 21 cm x 29,7 cm
- Material : Kertas HVS 80 gr

4.3.1.6 Stample



Gambar 4. 31 Penerapan Desain Stample Hitam dan Warna



Gambar 4. 32 Penerapan Desain Stample

- Fungsi : Perlengkapan kantor
- Ukuran : Diameter 5 cm
- Material : Karet

4.3.2 Corporate Desain

4.3.2.1 Lanyard



Gambar 4. 33 Penerapan Desain Lanyard



Gambar 4. 34 Penerapan Desain Lanyard

- Fungsi : Perlengkapan kantor
- Ukuran : 60cm x 2xm
- Material : Katun

4.3.2.2 Kartu Identitas



Gambar 4. 35 Penerapan Desain Pada Kartu Identitas



Gambar 4. 36 Penerapan Desain Kartu Identitas

- Fungsi : Perlengkapan kantor

- Ukuran : 8,5cm x 5cm
- Material : PVC

4.3.2.3 Seragam



Gambar 4. 37 Penerapan Logo Pada Seragam

- Fungsi : Perlengkapan kantor
- Ukuran : S,M,L,XL
- Material : -

4.3.2.4 Sticker Mobil Perusahaan



Gambar 4. 38 Penerapan Desain Pada Mobil Perusahaan

- Fungsi : Perlengkapan kantor
- Ukuran : -
- Material : *Camel*

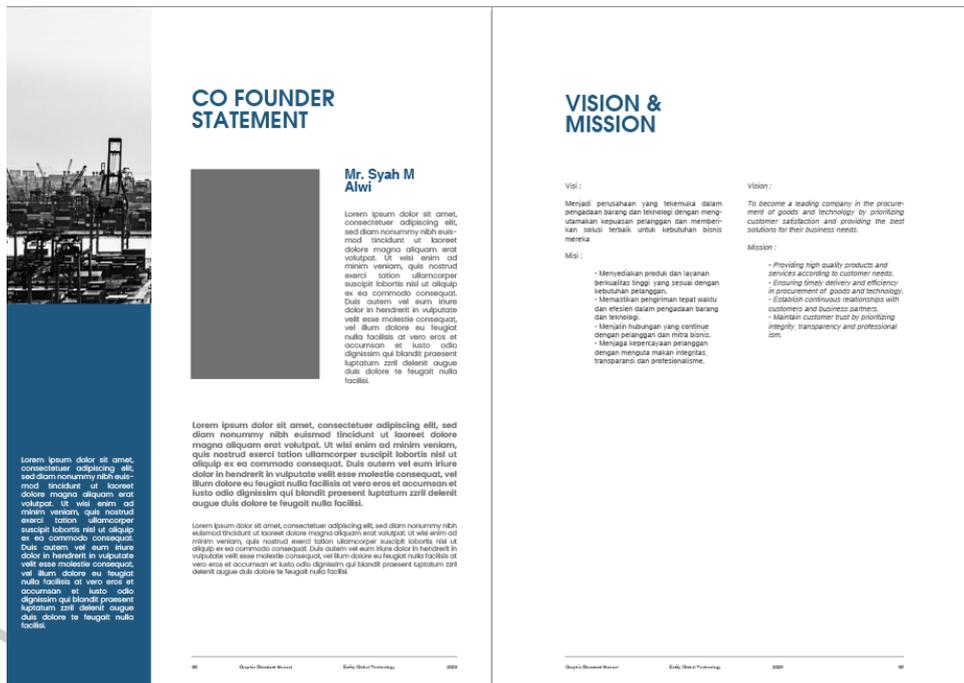
4.3.2.5 Company Profile



Gambar 4. 39 Hasil Desain Cover Company Profile



Gambar 4. 40 Penerapan Desain Cover Company Profile



Gambar 4. 41 Hasil Desain Isi Company Profile



Gambar 4. 42 Penerapan Desain Isi Company Profile

- Fungsi : Perlengkapan kantor
- Ukuran : a4
- Material : Art Paper 190gr

4.3.3 Media Promosi

4.3.3.1 Poster



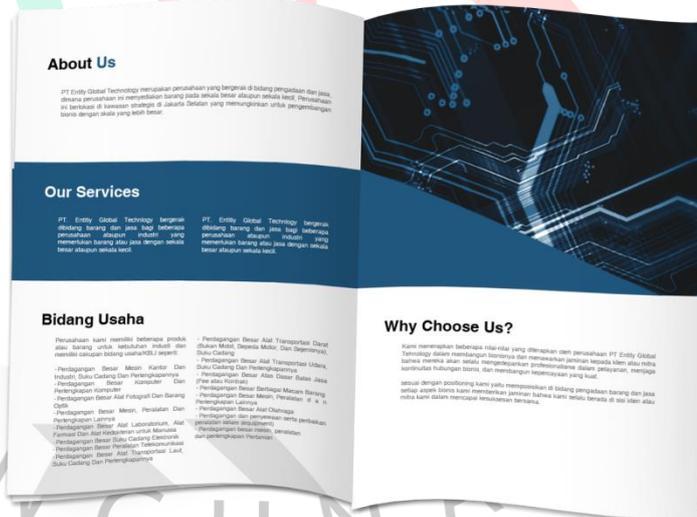
Gambar 4. 43 Penerapan Desain Media Poster

- Fungsi : Media Promosi
- Ukuran : a3
- Material : Artpaper 260gr

4.3.3.2 Flyer



Gambar 4. 44 Penerapan Desain Cover Flyer



Gambar 4. 45 Penerapan Desain isi Flyer

- Fungsi : Media Promosi
- Ukuran : a4
- Material : Art Paper 190gr

4.3.3.3 Banner



Gambar 4. 46 Penerapan Desain Banner

- Fungsi : Media Promosi
- Ukuran : 60x160cm
- Material : Albatros

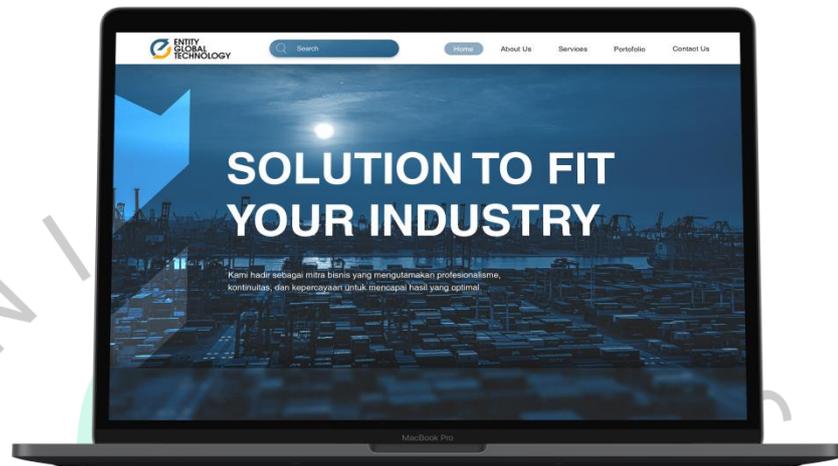
4.3.3.4 Billboard



Gambar 4. 47 Penerapan Desain Billboard

- Fungsi : Media Promosi
- Ukuran : 3:6
- Material : Flexi Jepang

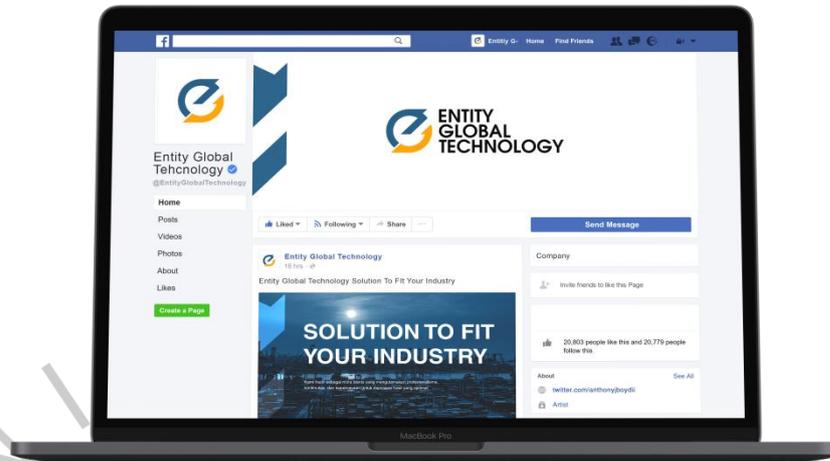
4.3.3.5 Website



Gambar 4. 48 Penerapan Desain pada Website

- Fungsi : Media Promosi
- Ukuran : -
- Material : -

4.3.3.6 Konten Sosial Media



Gambar 4. 49 Penerapan Desain Media Sosial Facebook



Gambar 4. 50 Penerapan Desain Media Sosial Facebook

- Fungsi : Media Promosi
- Ukuran : -
- Material : -

4.3.4 Merchandise

4.3.4.1 Gantungan Kunci



Gambar 4. 51 Penerapan Desain Gantungan Kunci

- Fungsi : Media Promosi
- Ukuran : -
- Material : Karet

4.3.4.2 Kalender Meja



Gambar 4. 52 Penerapan Desain Kalender Meja

- Fungsi : Media Promosi
- Ukuran : -
- Material : -

4.3.4.3 Totebag



Gambar 4. 53 Penerapan Desain Totebag

- Fungsi : Media Promosi
- Ukuran : 39x30cm
- Material : Canvas

4.3.4.4 Pulpen



Gambar 4. 54 Penerapan Desain Puplen

- Fungsi : Media Promosi
- Ukuran :-
- Material :-

4.3.4.5 Payung



Gambar 4. 55 Penerapan Desain Payung

- Fungsi : Media Promosi
- Ukuran :-
- Material :-

4.3.4.6 Kaos



Gambar 4. 56 Penerapan Desain Kaos

- Fungsi : Media Promosi
- Ukuran : S,M,L,XL
- Material : Katun

4.3.4.7 Topi



Gambar 4. 57 Penerapan Desain Topi

- Fungsi : Media Promosi
- Ukuran : 6,5 cm x 14 cm
- Material : Drill Premium

4.3.4.7 Cangkir



Gambar 4. 58 Penerapan Desain Pada Cangkir

- Fungsi : Media Promosi
- Ukuran : 9,5cm x 8cm
- Material : Keramik



4.3.5 Sign

4.3.5.1 Neon Box



Gambar 4. 59 Penerapan Desain Neon Box

- Fungsi : Kantor
- Ukuran : -
- Material : Acrylic

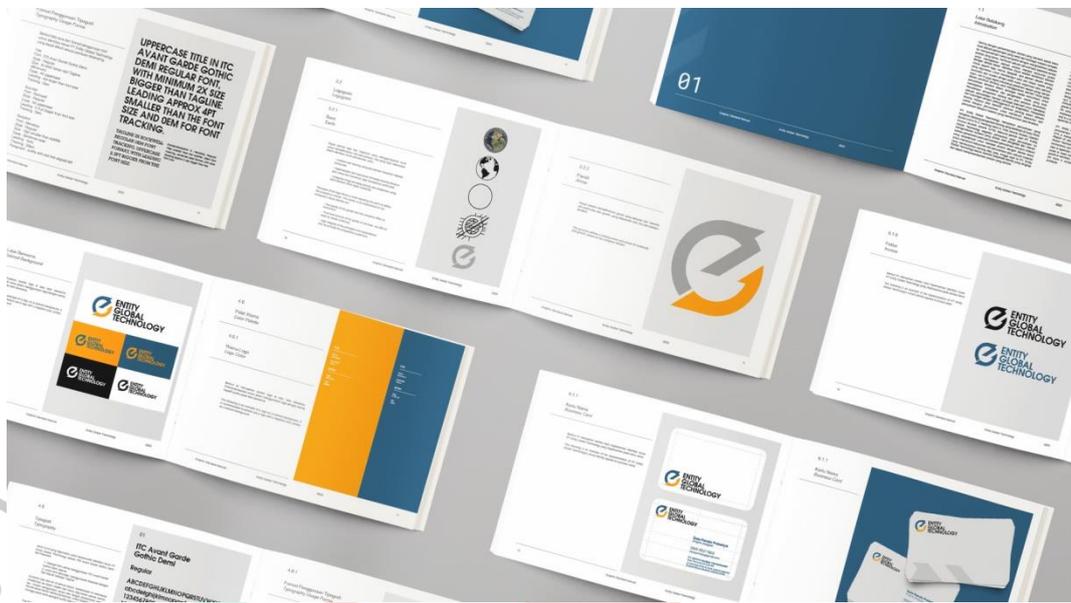
4.3.5.3 Petunjuk Lantai



Gambar 4. 60 Penerapan Desain Pada Penunjuk Lantai

- Fungsi : Kantor
- Ukuran : -
- Material : Acrylic

4.3.6 Graphic Standart Manual



Gambar 4. 61 Penerapan Desain Graphic Standart Manual



Gambar 4. 62 Penerapan Desain Cover GSM

2.1

Ide Dasar Core Idea

Pada perancangan identitas visual ini harus memperhatikan beberapa faktor dari visi misi dan nilai dari perusahaan tersebut, dengan menciptakan identitas visual yang kuat dan konsisten dapat memperkuat dan dapat membantu meningkatkan nilai merek dan menarik investasi yang lebih besar.

Oleh karena itu, dalam merancang identitas visual PT Entity Global Technology, penting untuk mengetahui dan memperimbangkan beberapa faktor untuk memaksimalkan peluang dan meminimalkan kelemahan atau ancaman yang menjadi hambatan bagi perusahaan ini untuk lebih bersaing dengan pesaing yang sudah ada.

Dasar bentuk logo dari lingkaran yang menggambarkan bumi untuk mendefinisikan nilai perusahaan, lalu panah keatas mendefinisikan panah yang berputar dan memiliki arti kontinuitas dan growth

In designing this visual identity, several factors must be considered from the vision, mission and values of the company, by creating a strong and consistent visual identity that can strengthen and can help increase brand value and attract greater investment.

Therefore, in designing PT Entity Global Technology's visual identity, it is important to know and consider several factors to maximize opportunities and minimize weaknesses or threats that become obstacles for this company to better compete with existing competitors.

The basic shape of the logo is from a circle representing the earth to define the company's values, then the up arrow defines a rotating arrow and stands for continuity and growth.



Gambar 4. 63 Penerapan Desain Isi GSM

- Fungsi : Media Utama
- Ukuran : a4 Landscape
- Material Cover : Soft Cover Laminasi Doff
- Material Isi : Art Paper 190gr