

Perancangan *Corporate Identity* CV. Inti Calcium

Luis David Rishan¹, Prayanto Widyo Hartanto², Rebecca Milka N. B.³

1,3. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236
Email : luisdavidrishan@gmail.com

2. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Bantul, Yogyakarta

Abstrak

Corporate Identity dapat membawa pengaruh besar bagi suatu perusahaan, karena merupakan image perusahaan di mata masyarakat dan menjadi pembeda dengan perusahaan lain yang sejenis agar mudah dikenali. Sebagai perusahaan yang sudah cukup lama bekerja di bidangnya yaitu 5 tahun, perusahaan CV. Inti Calcium masih belum mempunyai *corporate identity* yang sesuai dan efisien bagi perusahaan. Oleh karena itu agar CV. Inti Calcium mempunyai identitas dibutuhkan sebuah perancangan *Corporate Identity* yang sesuai dan efisien. *Corporate Identity* yang akan dipakai adalah berupa Logo, Kop surat, *Company profile*, *Office stationery*, dan media penunjang lainnya.

Kata Kunci : *Corporate Identity*, CV. Inti Calcium, Perancangan

Abstract

Corporate Identity CV. Inti Calcium

Corporate Identity can bring great influence to a company, because it is a corporate image in the eyes of the public and a differentiator with other similar companies to be easily recognized. As a company that has been working in the field for 5 years, CV. Inti Calcium still does not have the appropriate and efficient corporate identity for the company. Therefore, a project with appropriate and efficient corporate identity design is made for CV. Inti Calcium. Corporate Identity that will be used is a Logo, Letterhead, Company profile, Office stationery, and other supporting media.

Keywords : *Corporate Identity, CV. Inti Calcium, Design*

Pendahuluan

Corporate identity dapat membawa pengaruh besar bagi perusahaan, karena merupakan citra atau *image* perusahaan di mata masyarakat dan menjadi pembeda dengan perusahaan lain agar lebih mudah dikenali. *Corporate Identity* adalah suatu bentuk visual dan ekspresi grafis dari *image* dan identitas suatu perusahaan.

Logo adalah simbol yang digunakan untuk menyampaikan pentingnya citra pribadi, publik atau citra dari perusahaan. Logo merupakan bagian dari ekspresi visual dari identitas perusahaan. Dibandingkan dengan perusahaan yang belum memiliki logo atau mungkin sudah mempunyai logo tetapi belum dapat mewakili perusahaan, perusahaan yang memiliki logo yang baik dapat menarik perhatian konsumen karena sudah memiliki sebuah

identitas tersendiri, meski mereka masih belum mengenalnya.

Identitas perusahaan yang sesuai dan efisien dengan citra perusahaan dapat digali dengan cara mencari tahu visi, misi, nilai-nilai, dan keahlian perusahaan, lalu dituangkan ke dalam bentuk logo, *corporate identity*, *brand*, *trademark* yang merupakan satu kesatuan penciptaan simbol, sangat penting peranannya dalam menarik perhatian dan membentuk kepercayaan pada konsumen.

Terkait dengan hal diatas, ada sebuah perusahaan penggilingan batu kapur bernama CV. Inti Calcium. Perusahaan ini adalah sebuah persekutuan komanditer yang berdiri sejak 2009 yang berada di desa Sumberwungu, Kecamatan Tepus, Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Berjumlahkan 80 pegawai dan berbahan baku batu

kapur, CV. Inti Calcium merupakan sebuah pabrik penggilingan bongkahan batu kapur mentah menjadi batu kapur yang lebih kecil ukurannya yang siap dipakai dengan nama Kalsit. Produknya terbagi berdasarkan diameter batu kapurnya (1mm, 2.5mm, dan 3mm) dan kemasannya (40kg, 50kg dan 60kg). Perusahaan ini bisa melakukan beberapa kali pengiriman yang memiliki jumlah 4-5 ton kapur per bulan ke DIY dan Jawa Tengah. Omzet yang bisa diraup oleh perusahaan ini berjumlah sekitar 4-5 milyar per tahun.

Sebagai perusahaan yang sudah berpengalaman dibidangnya, CV. Inti Calcium yang sudah berjalan selama 5 tahun dan sudah mencapai penghasilan yang cukup besar yaitu sekitar 4-5 Milyar dengan kenaikan sekitar 10% tiap tahunnya. tetapi masih belum memiliki identitas perusahaan yang dapat mewakili bidang usaha tersebut ataupun menjadi pembeda dengan perusahaan sejenis.

Melihat Fenomena CV. Inti Calcium yang belum memiliki *corporate identity* yang sesuai dan efisien, maka diperlukan sebuah perancangan *corporate identity* sebagai pemecahan masalah. *Corporate identity* diperlukan dalam membangun *awareness* dan *image* perusahaan di mata calon klien. Diharapkan dengan adanya perancangan ini maka dapat membantu CV. Inti Calcium memiliki sebuah identitas diri, meningkatkan kualitas perusahaan, kepercayaan dan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis. *Corporate identity* yang akan dipakai untuk CV. Inti Calcium adalah berupa Logo, kop surat, *Company Profile*, *Office Stationary*, dan media penunjang lainnya.

Masalah

Masalah yang terdapat pada CV. Inti Calcium yaitu belum adanya *Corporate Identity* yang sesuai dan efisien meskipun perusahaan sudah berjalan sekitar 5 tahun.

Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan *Corporate Identity* ini adalah merancangan *Corporate Identity* yang sesuai dan efisien bagi perusahaan CV. Inti Calcium

Pembahasan

Fungsi *Corporate Identity*

Selain berfungsi sebagai identitas perusahaan, *corporate identity* juga mempunyai fungsi-fungsi lain antara lain (Cenadi, 1999, p.30):

1. Sebagai alat yang menyatukan strategi perusahaan.

Sebuah *corporate identity* yang baik harus sejalan dengan rencana perusahaan tersebut. Bagaimana perusahaan itu sekarang dan bagaimana di masa yang akan datang. Selain itu *corporate identity* harus dapat dengan tepat mencerminkan image perusahaan, melalui produk dan jasanya.

2. Sebagai pemacu sistem operasional suatu perusahaan. Pertanyaan pertama yang muncul dalam pembuatan *corporate identity* adalah bagaimana suatu perusahaan ingin dilihat oleh publik. Pertanyaan ini secara tidak langsung membuat personil-personil perusahaan tersebut berpikir dan mengevaluasi sistem operasional mereka selama ini. Dari sini dapat ditemukan kelemahan atau kesalahan yang selama ini dilakukan, sehingga tercipta tujuan perusahaan yang lebih baik dan mantap.
3. Sebagai pendiri jaringan *network* yang baik. Sebuah perusahaan yang berimage positif, stabil, dapat dipercaya dan diandalkan akan menarik perhatian para investor untuk menanamkan modal dalam perusahaan tersebut. Jenis perusahaan yang seperti ini juga yang mendapat banyak keringanan saat ia membutuhkan tambahan modal dari bank. Produk-produk dari perusahaan ini juga mungkin menjadi produk yang paling laku dan digemari di pasar.
4. Sebagai alat jual dan promosi.

Perusahaan dengan image yang positif berpeluang besar untuk mengembangkan sayapnya dan memperkenalkan produk atau jasa baru. Konsumen yang telah lama memakai produk dari perusahaan tersebut akan dengan setia terus memakai produk itu. Mereka akan lebih menerima karena telah membuktikan sendiri bahwa produk itu benar-benar cocok untuk mereka.

Fungsi Logo

Beberapa fungsi logo seperti yang diungkapkan oleh John Murphy dan Michael Rowe (dalam Rachmadi 21), antara lain:

1. Sebagai identifikasi, di mana masyarakat dapat mengidentifikasi perusahaan tersebut bergerak di bidang apa dan apa produk yang dihasilkan.
2. Sebagai pembeda antara suatu produk atau perusahaan dengan produk atau perusahaan yang lain.
3. Sebagai fungsi komunikasi. Logo berperan sebagai pemberi informasi dan juga dapat menjadi pemberi tahu keaslian produk.
4. Memberi nilai tambah, karena produk yang memiliki logo atau merek akan lebih dikenal dan lebih dihargai keberadaannya oleh masyarakat.

5. Merupakan asset yang berharga. Jika suatu produk lebih dikenal di negara-negara lain, maka suatu merek atau perusahaan akan lebih dihargai secara waralaba.

Mempunyai kekuatan hukum. Logo yang telah didaftarkan dapat dijadikan kualitas produk yang dilindungi undang-undang.

Metode Penelitian

Dalam tugas akhir Perancangan *Corporate Identity* CV. Inti Calcium ini peneliti menggunakan beberapa metode perancangan diantaranya sebagai berikut:

Metode pengumpulan data dalam penelitian tugas akhir ini menggunakan data primer dan data sekunder.

Dalam memperoleh data primer, dibutuhkan seorang responden. Dalam penelitian ini, orang yang dijadikan responden ialah pengelola sekaligus pemilik dari CV. Inti Calcium.

Data Primer dapat diperoleh melalui:

- a. Wawancara
Wawancara adalah proses pengumpulan data yang biasa dilakukan melalui proses tanya jawab lisan. Tanya jawab dilakukan langsung kepada pemilik CV. Inti Calcium mengenai kompetitor, profil perusahaan dan *product knowledge*.
- b. Internet
Pencarian data juga dapat diperoleh melalui *website – website* yang memberikan informasi yang sesuai dengan topik yang dibuat. Internet sangat diperlukan karena bisa menambah referensi-referensi yang sangat berguna dalam proses pembuatan *corporate identity* CV. Inti Calcium.
- c. Observasi
Observasi dilakukan dengan cara mendokumentasi lokasi perusahaan CV. Inti Calcium dan keadaan tempat kerja perusahaan tersebut.

Data sekunder diperoleh melalui kajian pustaka yang sumbernya relevan. Data sekunder yang diperlukan ialah:

- a. Teori *Corporate Identity*
- b. Teori Logo
- c. Data Mengenai Kompetitor

Data dan Analisis

Analisis 5w + 1h

- *What*
 - Apakah CV. Inti Calcium itu?
 - Apakah CV. Inti Calcium sudah memiliki *corporate identity* sebelumnya?

- Apakah CV. Inti Calcium sudah memiliki *corporate identity* yang sesuai dan efisien?
- *Who*
 - Siapakah pemilik CV. Inti Calcium?
 - Siapakah yang bertanggung jawab atas *corporate identity* CV. Inti Calcium?
- *Where*
 - Dimanakah CV. Inti Calcium berada?
- *When*
 - Kapan CV. Inti Calcium terbentuk?
 - Kapan CV. Inti Calcium terakhir melakukan perubahan desain *corporate identity* nya?
- *How*
 - Bagaimana perancangan *corporate identity* yang representatif dan sesuai karakteristik CV. Inti Calcium?

Konsep Perancangan

Perancangan *corporate identity* CV. Inti Calcium ini dibuat dengan konsep yang disesuaikan dengan kepribadian dan identitas perusahaan ini. Logo sebagai salah satu unsur penting pada *corporate identity* akan mencerminkan kepribadian CV. Inti Calcium dengan menuangkan visi dan keistimewaan CV. Inti Calcium ke dalam karya desain sebagai suatu pemecahan masalah. Secara keseluruhan dalam proses perancangan ini perlu adanya pemilihan media-media yang tepat agar *corporate identity* yang dibuat dapat benar-benar masuk dalam benak masyarakat terutama target *target-audience*-nya dan dapat menaikkan citra perusahaan dimata masyarakat.

Konsep Kreatif

Identitas yang Ingin Ditonjolkan

Dalam perancangan ini akan menampilkan bahwa CV. Inti Calcium sebagai perusahaan yang profesional dan berkualitas. Klien perusahaan adalah perusahaan-perusahaan Ternak dan Bangunan yang mengutamakan kualitas dan layanan terbaik. Karena penilaian untuk menjadi supplier perusahaan (klien) dilihat berdasarkan kualitas produk dan pelayanan agar sesuai dengan yang dibutuhkan perusahaan.

Maka identitas yang ingin ditonjolkan yaitu seperti misi CV. Inti Calcium yaitu memberikan pelayanan terbaik untuk memenuhi permintaan konsumen.

Citra Visual yang Ingin Ditampilkan

Dalam perancangan *Corporate Identity* CV. Inti Calcium, yang terutama adalah meningkatkan kepercayaan terhadap klien. Di mana visi perusahaan adalah memberikan pelayanan terbaik untuk memenuhi permintaan konsumen. Sehingga dalam desain *corporate identity* ingin menampilkan citra visual profesional, modern, dan terpercaya. Dengan demikian maka dapat membantu perusahaan dalam menyampaikan identitas perusahaan dan menimbulkan *image* yang sesuai.

Strategi Kreatif

Unsur-Unsur Ikonik yang Relevan

Unsur ikonik yang akan digunakan untuk perancangan logo CV. Inti Calcium adalah bentuk setengah lingkaran yang ditata sedemikian rupa sehingga menjadi sebuah bentuk yang menunjukkan sebuah gunung dan gerigi dimana lokasi CV. Inti Calcium.

Warna Dasar

Warna yang akan digunakan dalam perancangan *corporate identity* ini adalah warna-warna yang mengandung unsur modern dan kokoh, yaitu warna hitam dimana warna hitam menunjukkan kekuatan, elegan, kedewasaan, formalitas dan konsisten. Warna merah menunjukkan ekspansif, dominan, penting. Warna putih menunjukkan kesucian, kebersihan, ketepatan, ketidak bersalahan, kemurnian, penuh kejujuran, keterbukaan dan perwakilan dari warna batu kapur

Tipe atau Jenis Huruf

Jenis huruf yang akan digunakan adalah tipe sans serif. Jenis huruf ini tidak memiliki kaki pada ujung hurufnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, kontemporer dan efisien. Selain itu, Jenis huruf ini memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi. Font yang dipakai adalah "Brandon Grotesque" dan "Century Gothic" dengan contoh bentuk sebagai berikut:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,:;'"?<> (Brandon Grotesque)
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,:;'"?<> (Century Gothic)

Gaya Penampilan Grafis

Desain yang digunakan harus mendukung image perusahaan yaitu sebagai sebuah perusahaan yang profesional dan *modern*. Gaya penampilan yang akan digunakan adalah *simplicity* dan kesan elegant pada layout dan elemen desain lain. Secara keseluruhan, gaya tersebut akan menampilkan kesan *modern* dan rapi supaya sesuai dengan apa yang ingin disampaikan

Kriteria Desain

Kriteria Umum

menciptakan sebuah logo yang menarik tidaklah mudah. Adapun syarat logo agar tampil menarik, antara lain adalah (napoles, 1951, p.25)

- Khas dan unik (*Original* dan *distinctive*)
Logo yang unik sangat mudah melekat pada benak khalayak serta lebih mudah diingat daripada sekedar nama.
- Mudah dibaca (*Legible*)

Memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi ketika diaplikasikan kedalam semua ukuran yang diperlukan.

- Sederhana (*Simple*)
Sederhana, mudah ditangkap dan dimengerti dalam jangka waktu yang lama.
- Mudah diingat (*Memorable*)
Logo yang baik tidak hanya memberikan kesan yang sesaat, melainkan memberi kesan yang akan terus melekat selamanya dalam benak khalayak.
- berkesinambungan dengan perusahaan (*Easily associated with the company*)
Mudah diasosiasikan kepada jenis usaha dan citra perusahaan
- mudah diterapkan diberbagai media (*Easily adaptable for all graphic media*)
Logo harus mudah diaplikasikan pada berbagai media, baik dalam media *corporate identity* maupun dalam media promosi lainnya.

Kriteria Khusus

Perancangan *corporate identity* bagi CV. Inti Calcium ini diharap dapat menunjukkan identitas dari CV. Inti Calcium yang merupakan pabrik penggilingan batu kapur yang berada di gunung kemudian diterapkan dalam media-media pendukungnya. Berikut beberapa aturan untuk perancangan desain yang harus diperhatikan dalam pembuatan *corporate identity*:

- Professional*
- Dilihat sebagai perusahaan yang bekerja di gunung.
- Mengutamakan *service* yang baik

Jenis Media yang Dirancang

Stationery

Stationery merupakan salah satu bentuk media yang cukup penting dalam perancangan *corporate identity*. Diwujudkan dalam bentuk sebagai berikut:

- Kartu nama



Gambar 1. Kartu nama

- Kop surat



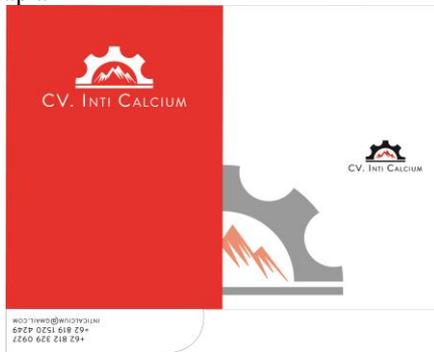
Gambar 2. Kop Surat

- Amplop surat



Gambar 3. Amplop Surat

- Map a4



Gambar 4. Map a4

- Notes



Gambar 5. Notes

- Nota

 <p>CV. INTI CALCIUM Sumber Wunggu, Tepus, Wonosari</p>		TGL: _____	
Kepada YTH _____ Alamat _____ No. Telp _____ Bukti Pesanan No. _____		NOTA NO. _____	
No.	Nama Barang	Banyaknya Zat KG	Keterangan

Gambar 6. Notes

Merchandise

Merchandise merupakan media pendukung yang sama pentingnya dan dapat dijadikan salah satu media promosi dan meningkatkan *awareness*. Dalam hal ini berupa sebagai berikut :

- Mug



Gambar 7. Mug

- Kalender



Gambar 8. Kalender

- Tumbler



Gambar 9. Tumbler

- Pin



Gambar 10. Pin

Signage

Signage juga merupakan media pendukung berupa papan nama perusahaan, alat2 penunjuk lainnya yang digunakan sebagai informasi petunjuk.



Gambar 11. Signage 1



Gambar 12. Signage 2



Gambar 13. Signage 3

Peralatan Kantor

Peralatan Kantor juga merupakan media pendukung sebagai berikut :

- Stempel



Gambar 14. Stempel

- Bolpoin



Gambar 15. Bolpoin

- X-banner



Gambar 16. X-Banner

Seragam

Seragam digunakan oleh karyawan yang bekerja di CV. Inti Calcium.



Gambar 17. Seragam

Kendaraan Kantor

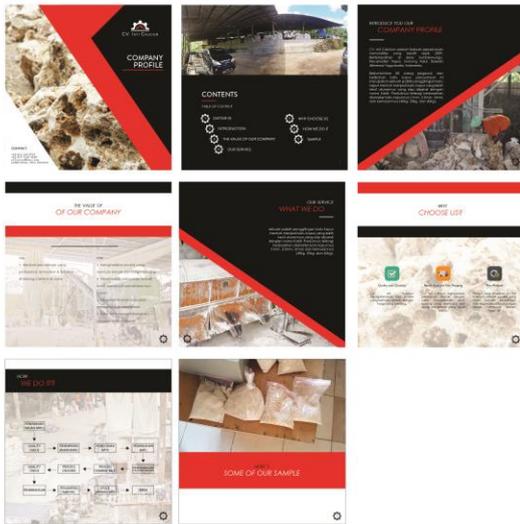
Media pendukung kegiatan usaha untuk melaksanakan pengiriman barang



Gambar 18. Kendaraan kantor

Company Profile

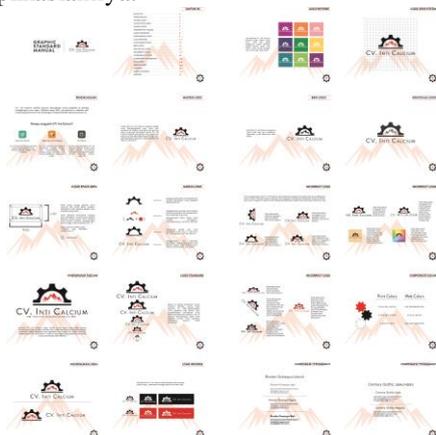
Company profile merupakan media yang menjelaskan segala hal mengenai perusahaan yang berkaitan, seperti latar belakang, visi dan misi, produk, dll.



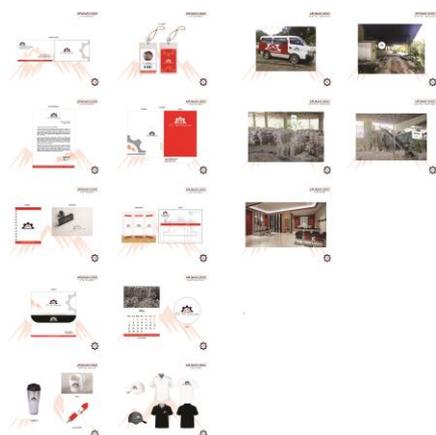
Gambar 19. *Company profile*

GSM (Graphic Standard Manual)

Graphic Standard Manual merupakan media yang berisi tentang panduan dalam penggunaan logo dan pengaplikasiannya.



Gambar 20. GSM bagian pertama



Gambar 21. GSM bagian kedua

Kesimpulan

Corporate Identity memiliki sebuah peranan yang sangat besar dan vital bagi sebuah perusahaan, organisasi maupun korporasi. Selain sebagai tanda pengenal atau identitas, *Corporate Identity* yang mencakup logo dan segala perlengkapannya, juga membedakan antara sebuah perusahaan dengan perusahaan lain, suatu produk dengan produk lainnya yang sejenis.

Corporate Identity diperlukan oleh semua perusahaan baik besar maupun kecil, karena setiap perusahaan memiliki filosofinya masing-masing dan memiliki pesan-pesan tersendiri bagi para kliennya.

CV. Inti Calcium merupakan salah satu perusahaan penggilingan batu kapur yang tidak memiliki adanya identitas selama kurang lebih 5 tahun. Tidak adanya identitas efisien dan sesuai yang dapat mewakili perusahaan menyebabkan kurangnya kepercayaan konsumen terhadap CV. Inti Calcium.

Dengan Pembuatan *Corporate Identity* ini, perusahaan dapat memiliki sebuah identitas yang sesuai dan efisien yang dapat mewakili CV. Inti Calcium melalui logo yang diterapkan di aplikasi media dan media pendukung lainnya.

Daftar Pustaka

- Adams, S. (2008). *Master Of Design Logos & Identity*. Beverly: Rockport Publisher.
- Cenadi, C. S. (Juli 1999). Corporate Identity Sejarah Dan Aplikasinya. *Nirmanal* 1(2), 71-78. Retrieved mei 16, 2016, from <http://nirmana.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/16043>
- Kotler, P. (2005). *According to Kotler*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- LIP, E. (1995). *In The Design & Feng Shui Of Logos, Trademarks & Signboards*. Singapore: Prentice Hall.
- Murphy, J., & Rowe, a. M. (1998). *How to Design Trademarks and Logos*. Ohio: North Light Book.
- Napoles, V. (1951). *Corporate Identity Design*. United States of America: Van Nostrand Reinhold.