



Arty no 6 (1) 2017

Arty: Jurnal Seni Rupa

<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/arty>

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAN APLIKASINYA PADA MEDIA PROMOSI VERTICO STUDIO YOGYAKARTA

Amalia Putri Fadhila[✉] Supatmo

Progam Studi Seni Rupa Kons. DKV Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Januari 2017
Disetujui Januari 2017
Dipublikasikan Jan 2017

Keywords:

Identitas Visual, Media Komunikasi Visual, Vertico Studio

Abstrak

Vertico Studio adalah sebuah agensi digital yang menyediakan jasa dibidang industri kreatif seperti pembuatan *website*. Minimnya penyedia jasa pembuatan *website* yang berkualitas di Yogyakarta serta ingin memperluas sayap bisnis dengan memenuhi kebutuhan konsumen lainnya seperti *corporate branding* menjadikan Vertico Studio termotivasi untuk merancang ulang identitas visual perusahaannya. Hal ini dikarenakan perusahaan ingin mengembangkan agensinya menjadi agensi besar yang siap memasuki pasar nasional maupun internasional. Tujuan proyek studi ini adalah menghasilkan perancangan ulang identitas perusahaan "Vertico Studio" yang mencakupi logo, *stationery set* yang meliputi kop surat, amplop, kartu nama, *merchandise*, dan media cetak seperti poster. Proses perancangan Proyek Studi ini melalui 4 tahap yaitu proses preliminary, pra- produksi, produksi dan pasca-produksi. Proses *preliminary* terdiri dari pengumpulan data dengan metode wawancara, riset, dan studi pustaka. Proses pra-produksi terdiri dari penetapan tujuan, penentuan konsep serta strategi visual. Proses produksi terdiri dari sketsa, digitalisasi, *layouting*, dan cetak. Sedangkan proses pasca produksi meliputi penyajian karya dan publikasi. Upaya memperkenalkan citra baru perusahaan kepada masyarakat, mengantisipasi hambatan, memanfaatkan peluang dan menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, maka semakin disadari perlunya strategi pemasaran yang bukan hanya didasarkan pada kebutuhan konsumen, tetapi juga para pesaing usaha dalam bidang sejenis. Pada perancangan ulang dan dalam pemilihan aplikasi beberapa media disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dan target pemasaran yang ditentukan berdasarkan riset, analisis, dan pengolahan ide yang dirumuskan dalam *creative brief*. Perancangan ini mengusung konsep modern, dinamis, dan sederhana. Desain *corporate identity* dan media komunikasi lainnya diimplementasikan dengan bentuk media yang dapat mencerminkan kesan modern, dinamis, dan sederhana serta kesan dinamis diimplementasikan pada tatanan *layout* serta pemilihan warna pada proyek perancangan ulang identitas visual.

Abstract

Vertico Studio is a digital agency that provides services in the creative industries such as website creation. The lack of quality website creation service providers in Yogyakarta as well as to expand the business wing by meeting other consumer needs such as corporate branding makes Vertico Studio motivated to redesign its visual identity. This is because the company wants to develop its agency into a large agency ready to enter the national and international markets. The purpose of this study project is to generate a redesign of the corporate identity of "Vertico Studio" which includes logos, stationery sets that include letterhead, envelopes, business cards, merchandises, and print media such as posters. The process of designing this Study Project is through four stages: preliminary, pre-production, production and post-production processes. The preliminary process consists of data collection with interview, research, and literature study methods. The pre-production process consists of goal setting, concept determination and visual strategy. The production process consists of sketching, digitizing, layouting, and cetel. While the post-production process involves the presentation of works and publications. In order to introduce the company's new image to the community, anticipate obstacles, take advantage of opportunities and face tight business competition, it is increasingly recognized the need for marketing strategies that are not only based on consumer needs, In a similar field.

© 2017 Universitas Negeri Semarang

[✉]Alamat korespondensi:

Gedung B5 Lantai 2 FBS Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: amalia@gmail.com

ISSN 2252-7517

E-ISSN 2721-8961

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia *digital marketing* Indonesia dalam 5 tahun akhir ini meningkat sangat drastis, hal ini tidak lepas karena besarnya pengguna internet di Indonesia. Indonesia adalah pengguna internet terbesar ke 4 se- Asia setelah China, India, dan Jepang. Di level dunia, jumlah pengguna internet Indonesia menempati urutan ke-16, dengan jumlah pengguna internet 30 juta pengguna.

Begitu kuatnya pengaruh internet dalam kehidupan sosial masyarakat Indonesia, mendorong para pemilik usaha ikut terjun memanfaatkan sosial media untuk perusahaan.

Digital marketing terbukti ampuh menjaring konsumen lebih banyak dan lebih tertarget, serta mampu untuk membuka interaksi yang lebih baik antara perusahaan dan konsumen. Bukan hanya itu agensi digital juga dapat membantu meningkatkan penjualan via *online* dan juga akan memperluas jaringan di dunia internet.

Seperti sekarang ini banyak bermunculan *digital marketing* di Yogyakarta, hal ini adalah sebuah jawaban atas semakin berkembangnya industri digital di tanah air. Maraknya agensi digital juga menjelaskannya tingginya tingkat pengetahuan internet di kalangan masyarakat. Kuatnya pengaruh internet dalam kehidupan sosial masyarakat Indonesia cukup mendorong para pelaku usaha untuk memanfaatkan dunia digital.

Vertico Studio merupakan salah satu perusahaan agensi digital yang berdiri di Yogyakarta selama 3 tahun. Berlatar belakang dari minimnya penyedia jasa *website* yang berkualitas di Yogyakarta, Vertico Studio sebagai agensi digital mencoba menjadi solusi permasalahan teknologi informasi secara cerdas.

Vertico Studio memfokuskan diri pada target pasar seluruh perusahaan maupun perorangan dengan golongan menengah ke atas di seluruh Indonesia. Vertico Studio sudah menjalin berbagai bentuk kemitraan, baik antar perusahaan agensi, klien serta *channel-channel* lainnya yang saling berhubungan. Hingga sekarang Vertico Studio melayani lebih dari 90 klien lokal maupun nasional.

Vertico Studio berencana untuk mengembangkan jasa usaha yang selama ini hanya melingkupi *website*. Vertico Studio berencana melakukan *positioning* untuk menangani identitas visual, dengan tujuan agar dapat memberikan jasa untuk segmentasi yang lebih luas.

Elemen-elemen Dasar Desain Komunikasi Visual

Suyanto (2004:37) menjelaskan elemen dasar desain merupakan bagian suatu karya dua dimensi yang mempunyai berbagai fungsi dan saling berhubungan sehingga merupakan suatu kesatuan yang utuh. Elemen-elemen dasar desain tersebut antara lain meliputi: Garis, Bentuk, Warna, Tekstur, dan Kontras Nilai.

Prinsip Dasar Desain Komunikasi Visual

Prinsip dasar desain menurut Suyanto (2004:190) merupakan prinsip keseimbangan, prinsip hirarki visual, prinsip kesatuan, dan prinsip ritme. Prinsip-prinsip ini harus diketahui untuk menghasilkan desain grafik yang baik.

Keseimbangan menurut Rustan (2009:80) merupakan suatu pengaturan agar unsur-unsur desain pada suatu karya menunjukkan keseimbangan, tidak berat sebelah, dan enak dilihat. Ada tiga jenis keseimbangan, yaitu keseimbangan simetris, memancar, dan asimetris.

Hirarki visual merupakan prinsip yang mengatur elemen-elemen mengikuti perhatian yang berhubungan secara langsung dengan titik fokus. Titik fokus merupakan perhatian yang pertama, kemudian baru diikuti perhatian yang lainnya (Suyanto 2004:61).

Irama (*rhythm*) merupakan pengaturan unsur-unsur rupa secara berulang dan berkelanjutan, sehingga bentuk yang tercipta memiliki kesatuan arah dan gerak yang membangkitkan keterpaduan bagian-bagiannya (Sunaryo 2002:35).

Kesatuan, Suyanto (2004:57) menyatakan kesatuan di dalam desain adalah bagaimana mengorganisasi seluruh elemen dalam suatu tampilan grafis. Beberapa prinsip membuat kesatuan adalah hubungan, *grid*, kesejajaran, dan aliran.

Redesain

Sebuah desain yang menarik, lambat laun akan menjadi usang atau ketinggalan zaman. Sebagai apapun sebuah desain tidak dapat bertahan selamanya. Ada saatnya suatu desain perlu ditinjau ulang kelayakan dan relevansinya. Hal ini bisa mengurangi kuantitas penjualan suatu produk karena desain tersebut membuatnya tidak dilirik khalayak sasaran yang berusia lebih muda. Gejala ini disebabkan karena perubahan kondisi sosial, gaya hidup konsumen, perkembangan teknologi, ataupun munculnya kompetitor dengan inovasi baru.

Redesain adalah saduran dari kata *redesign* dalam Bahasa Inggris. Menurut Setiawan (2011:13) *redesign* berasal dari kata *re* dan *design* yang berarti perancangan kembali suatu *brand* atau produk untuk tujuan tertentu.

Menurut Swastha (1987:40) redesain adalah kegiatan mengubah dan menyegarkan identitas suatu *brand* atau produk agar tetap

berada di depan pesaing. Saat ini setiap calon konsumen dihadapkan dengan banyak pilihan dibandingkan generasi sebelumnya, 80% keputusan pembelian dibuat saat di *point of sale* atau etalase toko. Pada saat itu, *first impression* dari sebuah tampilan atau identitas produk akan sangat menentukan keputusan pembelian. Redesain diperlukan untuk membuat suatu *brand* atau produk mencapai level yang lebih tinggi. Meskipun begitu, redesain harus mempertahankan atau berpedoman dengan unsur dalam desain yang lama.

Logo

Logo adalah singkatan dari logotype. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada logotype. Logo merupakan sebuah visi penyampaian citra positif melalui sebuah tampilan sederhana dalam bentuk simbol. Logo bisa menggunakan berbagai elemen yang disederhanakan, misalnya gambar, ilustrasi, teks, dan lainnya. Logo juga di katakan sebagai elemen gambar/symbol pada identitas visual.

Fungsi dasar dari logo adalah menjadi identitas pada sebuah perusahaan, dimana logo ini akan membedakan antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Maka dalam pembuatan sebuah logo, logo harus di buat sesederhana mungkin agar logo mudah di ingat dan mudah di terapkan dalam berbagai media. Selain itu, logo juga harus dapat menggambarkan citra dari perusahaan tersebut.

Profil Vertico Studio

Vertico berdiri pada tanggal 1 Februari 2011 diprakarsai oleh 3 orang yaitu Wahyu Hidayat, Yopie Fajar, dan Ahmad Syaukat yang ketiganya telah memiliki kemampuan *expert* dibidang teknologi informasi serta promosi. Berlatar belakang dari minimnya penyedia

jasa *website* yang berkualitas di Yogyakarta, inisiatif untuk mendirikan Vertico Studio sebagai studio digital agensi yang menjadi solusi permasalahan teknologi informasi secara cerdas muncul.

Harapan untuk beberapa tahun ke depan Vertico dapat menjadi sebuah bisnis yang dapat diperhitungkan dalam perkembangan teknologi informasi khususnya untuk pembuatan *website*.

Penggunaan nama perusahaan Verticodengan imbuhan kata studio ialah sebagai wujud branding *verbal* dengan maksudsupaya mudah bagi masyarakat khususnya target audiens mengenali jasa yang ditawarkan perusahaan yakni digital agensi dibidang industri kreatif sedangkan dalam hal kebutuhan *visual branding*, penggunaan nama Vertico saja tanpa disertai 'studio' pada identitas perusahaan yakni logo demi menciptakan citra profesional dan efisienkarena bentuk *style* logo yang dibuat berjenis *logotype*.

Setelah mempelajari pasar prospektif, Vertico Studio kemudian memfokuskan diri pada target pasar seluruh perusahaan maupun perorangan dengan golongan menengah keatas di seluruh Indonesia.

Meskipun tidak menutup kemungkinan pada prakteknya pasar yang akan disasar nantinya akan berkembang menjadi seluruh perusahaan maupun perorangan yang membutuhkan jasa pelayanan pembuatan *website* dan promosi. Dengan *passion* yang dimiliki oleh para *foundernya*, Vertico Studio akan menjadi sebuah digital agensi yang mencari solusi permasalahan teknologi informasi.

Bentuk harapan tersebut kemudian diimplementasikan menjadi sebuah tagline Vertico yaitu *Communicate Smartly*. Di dalam tagline tersebut telah terlihat jelas bahwa Vertico akan berusaha mengkomunikasikan

kebutuhan perusahaan tentang teknologi informasi secara cerdas tidak hanya secara internal tetapi juga secara luas ke seluruh dunia.

Logo Vertico dibawah merupakan hasil perubahan dan perkembangan logo yang telah dibuat sebelumnya, filosofi yang terkandung didalamnya untuk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan Vertico kedepan. Sebagai logo perusahaan sekarang cukup mewakili identitas yang sedang dibentuk, meskipun nantinya juga akan dirubah sesuai keinginan perusahaan.



Gambar 1. Logo Vertico Studio

METODE BERKARYA

Media Berkarya

Media berkarya merupakan semua bahan dan peralatan yang dibutuhkan dan digunakan untuk proses berkarya untuk merealisasikan ide dan konsep desain dalam perancangan ulang identitas visual Vertico Studio. Media yang digunakan untuk berkarya harus disesuaikan dengan jenis karya desain yang akan dibuat dan kemampuan teknis pembuatnya, menggunakan beberapa media yang terdiri dari alat dan bahan. Adapun media yang digunakan antara lain: Kertas, Tinta Warna, Alat Gambar Manual, *Scanner*, *Printer*, *Laptop*, *Mouse*, *Flasdisk*, Kamera, Perangkat Lunak dan Perangkat Keras.

Teknik Berkarya

Teknik berkarya perancangan ulang identitas visual Vertico Studio ini menggunakan beberapa tahapan yang tentunya menggunakan teknik dan *software* yang berbeda-beda. Pertama yang dibuat adalah logo karena dalam perancangan identitas perusahaan ini nantinya akan diterapkan pada berbagai identitas perusahaan lainnya. Pembuatan logo ini menggunakan teknik *sketsa* terlebih dahulu setelah selesai lalu dilanjutkan dengan discan lalu diolah kembali menggunakan teknik *vector* dengan menggunakan *software Adobe Illustrator*.

Untuk merancang identitas seperti *Merchandise*, *Stationary set*, dan *Company Profile*, menggunakan *software Adobe Illustrator CS6*. Tahap selanjutnya yaitu mencetak hasil rancangan.

Proses Berkarya

Dalam membuat suatu karya dibutuhkan kreativitas dan inovasi dalam menciptakan dan merealisasikan sebuah ide, sehinggamembutuhkan proses berkarya yang panjang. Hal ini dilakukan untuk mengurangi resiko tingkat kesalahan dalam pembuatan desain. Berikut beberapa tahapan kerja yang dilakukan penulis dalam membuat karya.

Preliminary Planning

Proses *preliminary* proses ini merupakan tahap awal dalam proses berkarya. Proses ini dilakukan sebelum proses perancangan karya dimulai. Proses *preliminary* menentukan langkah yang tepat dalam perancangan karya dengan sumber-sumber yang tepat tersedia untuk memenuhinya.

Proses *preliminary* proses ini merupakan tahap awal dalam proses berkarya. Proses ini dilakukan sebelum proses perancangan karya dimulai. Proses *preliminary* menentukan langkah yang tepat dalam perancangan karya

dengan sumber-sumber yang tepat tersedia untuk memenuhinya. Proses *preliminary* dimulai dari riset dan analisis kebutuhan, penentuan konsep, penetapan tujuan.

Pra Produksi

Tahap penetapan tujuan merupakan hal yang penting, agar dapat memberikan jasa untuk segmentasi yang lebih luas. Adapaun tujuan umum adalah untuk mendukung rencana pengembangan jasa Vertico Studio ke depannya.

Merancang ulang identitas Vertico Studio disesuaikan dengan identitas Vertico Studio yang baru, yaitu agensi digital yang memiliki sifat fleksibel dan memiliki keinginan untuk terus bergerak ke atas (maju, berkembang, menjadi lebih baik).

Produksi

Kegiatan ini mengenai penciptaan yang terdiri dari, Visualisasi: Pendekatan Gaya, Warna, dan Tipografi. Pembuatan Sketsa Logo: Sketsa Logo BW, Pewarnaan 3 Alternatif Sketsa. Aplikasi Logo Final pada Media Komunikasi: *Layout*, Pencetakan Karya.

Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan tahap setelah karya selesai dan jadi, tahap ini merupakan tahap penyajian karya. Penyajian karya ialah proses publikasi agar karya dapat dinikmati dan dimanfaatkan oleh masyarakat.

Dalam penyajian ini, dilakukan dengan pameran sebagai salah satu bentuk penyampaian pesan pada khalayak. Selain pameran, karya ini dapat ditunjukkan kepada klien sebagai alternatif media publikasinya

ANALISIS KARYA

Tahap analisis karya merupakan tahap untuk menelusuri sebuah karya berdasarkan struktur formal atau aspek-

aspek pembentuknya, tata cara pembuatannya serta aspek-aspek yang ingin dikomunikasikan kepada khalayak sasaran. Pada tahap ini, dijelaskan aspek-aspek pembentuk dalam sebuah karya seni atau desain. Aspek-aspek analisis tersebut meliputi aspek teknis, aspek estetis, dan aspek komunikasi. Dalam tahap analisis ini didapat fakta untuk ditafsirkan makna aspek-aspek pembentuk karya tersebut. Pada dasarnya tahap analisis adalah mengkaji kualitas unsur-unsur pendukung subjek yang telah dihimpun dalam data deskripsi karya. Deskripsi dan analisis setiap karya yang telah dirancang adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Logo baru Vertico Studio

Deskripsi Karya

Logo ini dirancang sebagai pengganti logo lama Vertico Studio. Konsep desain logo baru Vertico Studio memiliki kata kunci, yaitu flexibel dan vertikal. Logo baru Vertico Studio ini berbentuk gabungan dari *logotype*. *Logotype* adalah logo yang dibentuk hanya oleh huruf.

Logo Vertico Studio tidak merubah bentuk *logotype* logo lama karena dibuat secara *custom* oleh pemilik Vertico Studio. Logo baru Vertico Studio menambahkan tanda anak panah ke atas pada huruf "i". Di bawahnya terdapat tagline berbunyi "Communicate Smartly". Logo ini memiliki tiga warna yaitu berwarna biru, kuning dan merah.

Logo merupakan komponen yang sangat penting dalam membangun sebuah brand. Karena logo merupakan identitas dari perusahaan. Melalui logo, konsumen dapat

mengenal suatu produk atau jasa. Logo juga sangat penting karena logo diaplikasikan pada media-media promosi terkait seperti pada kemasan, brosur, *merchandise*, dsb.

Analisis Karya

Aspek Teknik: Logo baru Vertico Studio merupakan *font type* untuk nama merk dan teks untuk *tagline*, sehingga bisa diperbesar ataupun diperkecil tanpa mereduksi kualitas gambar, dikerjakan dengan menggunakan perangkat lunak *Adobe Illustrator CC*.

Aspek Estetis: Aspek estetis dari logo baru Vertico Studio ini tidak terlepas dari unsur dan prinsip desain. *Logotype* yang dibuat berbasis huruf *sans serif* ini memiliki karakteristik yang modern, sederhana, mudah membaur, dan efisien. Kesan modern yang timbul karena *font* dikreasikan secara *custom* menggunakan teknik dan prinsip tipografi sehingga *logotype* tetap terlihat unik dan mudah diingat. *Tagline* yang digunakan pada *logotype* ini sebagai penambah informasi dari keseluruhan logo.

Unsur desain yang terlihat dari logo Vertico Studio yaitu perpaduan antara bidang, warna, serta ukuran sehingga menjadi sebuah *logotype* yang menjadi ciri khas perusahaan. Unsur warna dalam logo ini terdiri dari 3 warna yaitu biru, merah, dan kuning yang digunakan pada *logotype*-nya serta warna abu-abu digunakan pada *tagline*. Penggabungan unsur desain tersebut diaplikasikan secara serasi agar memiliki kesatuan arah dan gerak yang terpadu antar bagiannya.

Prinsip penekanan / *emphasis* yang diaplikasikan oleh *logotype* Vertico Studio ini terletak pada bentuk huruf 'i' dari keseluruhan bentuk 'Vertico' yang menggunakan unsur warnaberbeda yaitu kuning dan merah sehingga menjadi *point of interest* sekaligus bagian dari satu kesatuan

logo. Perbedaan mencolok antara *main* logo dengan *tagline* agar terlihat mana yang dominan dan sub dominan.

Berdasarkan prinsip keseimbangan asimetris yang diterapkan pada logo ini, penempatan bagian elemen *logotype* dan *tagline* menggunakan *margin* rata kanan namun demikian tetap terlihat seimbang, dinamis dan proporsional karena ada irama yang digunakan dalam logo Vertico Studio tersebut.

Berdasarkan prinsip hierarki visual, alur perhatian audiens pertama tertuju pada *logotype* Verticobaru kemudian ke bawahnya yaitu *tagline* yang bertuliskan *communicate smartly*. Huruf 'i' pada Vertico mempengaruhi pula alur hierarki visual dalam pandangan terakhir secara keseluruhan sehingga logo menjadi mudah diingat oleh audiens.

Aspek Pesan: Pada huruf "I" terdapat ujung anak panah ke atas sebagai simbol perkembangan dan bergerak maju ke depan. Secara garis besar logo ini ingin mengkomunikasikan kepada target audience bahwa logo ini mempunyai makna kemajuan.

Penggunaan warna primer pada logo Vertico Studio antara lain warnabiru, merah dan kuning didasari oleh teori warna Brewster. Hubungan antar warna kontras triad komplementer ini dimaksudkan agar memiliki komposisi warna harmonis karena warna-warna yang terdapat di dalamnya menghasilkan efek hangat-sedang dengan penggolongan warna dingin yaitu biru, panas diantaranya merah dan kuning.

Arti dan filosofi warna-warna yang digunakan pada logo Vertico Studio memiliki makna yang berbeda antara lain warna biru sebagai warna dominan dalam logo adalah warna langit dan laut dan diasosiasikan dengan kedalaman, stabilitas dan fleksibilitas bagi Vertico Studio dalam menjalankan bisnisnya. Selain itu biru menyimbolkan nilai

kesetiaan, kebijaksanaan dan kepercayaan diri. Warna merah merupakan warna yang memperkuat kehangatan dan fleksibilitas, serta menjadi landasan bagi Vertico Studio untuk perkembangan di masa yang akan datang sedangkan warna kuning melambangkan kehangatan, kecerdasan, dan perkembangan yang pesat Vertico Studio, serta menyatukan unsur-unsur yang ada didalamnya.

Warna yang diterapkan dimaksudkan sebagai warna estetis bukan simbolis karena penerapan warna sebagai warna estetis lebih relevan untuk pengaplikasian logo. Warna biru, merah, dan kuning memiliki tingkat *hue* yang sudah diatur supaya ketika di ubah dalam bentuk warna *grayscale* tetap terlihat kontras.

Logo juga tidak dapat serta merta diaplikasikan dalam segala kondisi. Oleh karena itu dibuatkan *brand identity guidelines* supaya perusahaan atau masyarakat yang berkepentingan menggunakan logo Vertico Studio ini dapat mengetahui pakem-pakem yang sudah dibuat dalam hal pengaplikasian logo, sehingga makna filosofis logo tetap terjaga.

Company Profile



Gambar 3. *Company Profile* Vertico Studio



Gambar 4. Company Profile Vertico Studio



Gambar 5. Company Profile Vertico Studio



Gambar 6. Company Profile Vertico Studio



Gambar 7. Company Profile Vertico Studio



Gambar 8. Company Profile Vertico Studio



Gambar 9. Company Profile Vertico Studio



Gambar 10. Company Profile Vertico Studio



Gambar 11. Company Profile Vertico Studio



Gambar 12. *Company Profile* Vertico Studio



Gambar 12. *Company Profile* Vertico Studio



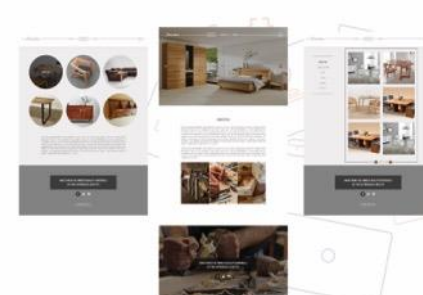
Gambar 15. *Company Profile* Vertico Studio



Gambar 16. *Company Profile* Vertico Studio



Gambar 13. *Company Profile* Vertico Studio



Gambar 17. *Company Profile* Vertico Studio



Gambar 14. *Company Profile* Vertico Studio

Deskripsi Karya

Company profile cetak atau konvensional selain bertujuan sebagai media promosi, juga digunakan untuk meningkatkan suatu *image* atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi terkait lainnya.

Analisis Karya

Aspek Teknik: Dikerjakandi perangkat lunak *Adobe Photoshop CC* dan *Adobe Illustrator CC*.

Aspek Estetis:Aspek estetis dari *company profile* Vertico Studio tidak lepas dari unsur dan prinsip desain. Desain *company profile* Vertico Studio ini memiliki ciri khas dari identitas visual Vertico Studio yaitu warna yang diaplikasikan pada *company profile*, objek pendukung Vertico Studio, dan aksens garis yang menjadi unsur grafis dari *company profile* cetak Vertico Studio.

Unsur desain yang tampil dari *company profile* yaitu perpaduan antara bidang dan warna sehingga menjadi sebuah *company profile* yang menjadi ciri khas perusahaan. Unsur warna dari *company profile* ini terdiri dari tiga warna yaitu biru, merah dan kuning dan warna objek pendukung serta warna abu-abu yang digunakan pada *body text*. Penggabungan unsur desain tersebut diaplikasikan secara serasi agar menjadi satu kesatuan desain.

Pada keseluruhan desain buku ini menggunakan warna putih sebagai background cover beserta isinya. Pewarnaan menggunakan warna putih dimaksudkan untuk menonjolkan identitas visual Vertico Studio.

Aspek Pesan: Jenis pesan yang digunakan pada *company profile* Vertico Studio adalah informatif. Halaman ini berfokus pada informasi tentang profil Vertico Studio. Informasi yang disampaikan meliputi profil, visi dan misi, alasan pemilihan *tagline* Vertico Studio, penjelasan tentang beberapa layanan yang diberikan penjelasan Vertico Studio kepada klien kepada klien, posisi karyawan, informasi alamat dan kontak, portfolio, dan klien Vertico Studio.

Stationary Sets

Kartu Nama



Gambar 18. Kartu Nama

Deskripsi Karya

Desain kartu nama ini berukuran 9 cm x 5,5 cm, memiliki dua bagian muka, tampilan depan dan tampilan belakang. Pada bagian depan kartu nama ini terdapat logo Vertico Studio dan objek. Sedangkan warna *background* berwarna putih. Pada tampilan depan terdapat teks penjelasan mengenai nama, jabatan, kontak, dan alamat. Sedangkan bagian belakang warna background berwarna biru Terdapat potongan objek pendukung berupa gambar gadget dan gambar alat tulis berwarna putih dan di opacity 50%.

Analisis Karya

Aspek Teknik:Desain kartu nama ini memiliki dua bagian muka, tampilan depan dan tampilan belakang. Desain kartu nama diolah menggunakan *Adobe Illustrator CC* bersama unsur-unsur desain lainnya

Aspek Estetis: Aspek estetis dari kartu nama Vertico Studio tidak lepas dari unsur dan prinsip desain. Desain kartu nama Vertico Studio ini memiliki ciri khas dari identitas visual Vertico Studio yaitu warna yang diaplikasikan pada kartu nama, serta objek pendukung Vertico Studio. Desain kartu nama Vertico Studio memiliki dua sisi tampilan yaitu tampilan depan dan tampilan belakang.

Unsur desain yang tampil dari kartu nama yaitu perpaduan antara bidang dan warna sehingga menjadi sebuah kartu nama yang menjadi ciri khas perusahaan. Unsur warna dari kartu nama ini terdiri dari tiga

warna yaitu biru, merah dan kuning yang digunakan pada latar belakang kartu nama dan warna objek pendukung serta warna abu-abu yang digunakan pada teks informasi. Penggabungan unsur desain tersebut diaplikasikan secara serasi agar menjadi satu kesatuan desain.

Berdasarkan prinsip keseimbangan asimetris yang diterapkan pada kartu nama ini, pada bagian depan kartu nama penempatan bagian logo dan objek pendukung menggunakan margin rata kanan. Penempatan bagian teks menggunakan margin rata kiri namun demikian tetap terlihat seimbang, dinamis dan proposional. Pada bagian belakang kartu nama penempatan elemen dua garis berwarna kuning dan merah sebagai warna aksen menggunakan margin rata kanan, kemudian penempatan objek pendukung yang di *opacity* 30% terletak pada margin rata kiri. Aspek Pesan: Kartu nama ini berfungsi untuk menginformasikan identitas personal pemiliknya dan perusahaannya saat bertemu *customer*, bekerja sama dengan pihak lain, dan sebagainya. Konsep desainnya dibuat modern sesuai karakteristik dan konsep Vertico Studio. Dengan menggunakan beberapa objek pendukung memberikan bentuk visual kartu nama yang unik dan memberikan kesan modern.

Kertas Surat



Gambar 19. Kertas Surat

Deskripsi Karya

Desain kop surat dicetak pada kertas HVS 80 Gsm berukuran 21 x 29,7 cm dengan posisi potrait. Kertas surat tersebut mempunyai *background* berwarna putih. Pada kop surat terdapat objek logo Vertico Studio, terdapat objek pendukung dibagian bawah kanan. Terdapat garis biru dibagian atas kop surat dengan ketebalam 1 cm.

Analisis Karya

Aspek Teknik: Desain kop surat dibuat dengan teknik digital, yaitu dengan menggunakan perangkat lunak *Adobe Illustrator CC*. Kop surat menggunakan ukuran standar internasional A4 atau dengan lebar 21 cm dan panjang 29,7 cm dengan berorientasi *potrait*.

Aspek Estetis: Aspek estetis yang tampak dari kop surat Vertico Studio ini memiliki beberapa unsur dan prinsip desain yang berfungsi sebagai ciri khas dari identitas visual Vertico Studio yaitu warna yang diaplikasikan pada kop surat dan objek pendukung Vertico Studio. Desain kop surat Vertico Studio hanya memiliki satu sisi tampilan yaitu muka.

Warna yang terdiri dari tiga warna yaitu biru, merah, dan kuning digunakan pada aksesoris kop surat dan objek pendukung.

Prinsip keseimbangan asimetris yang terlihat pada kop surat ini. Penggunaan warna putih pada bagian depan kop surat sebagai dominasi berpadu dengan warna-warna dari identitas Vertico Studio. Penempatan bagian logo dibagian kanan surat dan objek pendukung diletakkan pada ujung kiri bawah kertas, kemudian aksesoris garis diletakkan pada atas kertas, hal ini bertujuan apabila isi surat terdiri dari banyak teks tetap terlihat seimbang karena teks nantinya berwarna hitam.

Aspek Pesan: Kop surat ini nantinya akan digunakan untuk kepentingan surat menyurat dengan rekanan bisnis. *Corporate identity* ini cukup sederhana, yang menampilkan logo, sebagai wujud promosi produk yang diselipkan pada *stationery set* perusahaan.

Amplop



Gambar 20. Amplop

Deskripsi Karya

Desain amplop surat ini dicetak pada kertas CTS 150 Gsm berukuran 22 cm x 11 cm dengan warna dasar putih. Panjang lidah kertas sebagai pengunci amplop adalah 2 cm

berwarna biru. Terdapat objek pendukung yang terdapat di bagian luar amplop. Terdapat juga logo Vertico Studio.

Analisis Karya

Aspek Teknik: Desain amplop menggunakan *software Adobe Illustrator*. Amplop Surat berukuran 22 cm x 11 cm dengan posisi *landscape*. Amplop surat dibuat diaplikasikan pada bahan kertas CTS 150 Gsm. Perancangan amplop menggunakan teknik *minus front*. *Minus front* ini digunakan untuk menyeleksi dua objek agar mendapatkan potongan sesuai yang diinginkan.

Aspek Estetis: Desain amplop Vertico Studio ini memiliki ciri khas dari identitas visual Vertico Studio yaitu warna yang diaplikasikan pada amplop dan objek pendukung Vertico Studio. Desain amplop Vertico Studio memiliki kesan modern dan sederhana.

Desain amplop ini juga terbentuk atas dasar perpaduan unsur desain bidang dengan warna sehingga amplop ini mempunyai ciri khas dari identitas visual perusahaan. Amplop Vertico Studio memiliki unsur warna yang terdiri dari tiga warna yaitu biru, merah, dan kuning yang digunakan pada aksesoris amplop dan objek pendukung.

Berdasarkan prinsip keseimbangan asimetris yang diterapkan pada amplop ini, pada bagian depan amplop menggunakan *background* warna putih sebagai dominasi untuk dipadukan dengan warna-warna dari identitas Vertico Studio. Penempatan logo pada sisi kanan atas amplop dan objek pendukung diletakkan pada ujung kiri bawah kertas, walaupun demikian tetap diperhitungkan ukuran masing-masing objek sehingga tetap terlihat seimbang, dinamis, dan proposional. Pada bagian belakang amplop penempatan objek pendukung diletakkan pada ujung kanan bawah. Pada bagian

informasi alamat font yang digunakan berwarna abu-abu agar kontras dengan warna *background* dan memiliki tingkat keterbacaan yang jelas.

Aspek Pesan: Amplop ini nantinya akan digunakan untuk mengemas surat yang digunakan untuk surat menyurat dengan rekanan bisnis. Hal ini diharapkan saat Vertico Studio mengirim sebuah surat/proposal, dsb., seseorang atau instansi tersebut akan mengenali bahwa amplop surat itu adalah dari Vertico Studio.

Map



Gambar 21. Map

Deskripsi Karya

Desain map ini memiliki ukuran 21 cm x 29.7 cm dicetak pada kertas *Ivory* 260 Gsm dengan dasar warna biru. Pada bagian pojok kiri bawah terdapat teks yang terdiri dari alamat dan nomor telepon. Pada bagian pojok kanan bawah terdapat logo Vertico Studio.

Analisis Karya

Aspek Teknik: Desain map menggunakan *software Adobe Illustrator*. Map berukuran 21 cm x 29.7 cm dicetak pada kertas *Ivory* 260 Gsm dengan dasar warna biru dengan berorientasi potrait.

Aspek Estetis: Aspek estetis dari map Vertico Studio tidak lepas dari unsur dan prinsip desain, salah satu unsur desain tersebut adalah warna. Warna yang diaplikasikan pada. Desain map Vertico Studio dan objek pendukung Vertico Studio ini memiliki ciri khas dari identitas visual Vertico Studio. Map Vertico Studio memiliki unsur warna yang terdiri dari tiga warna yaitu biru, merah, dan kuning yang digunakan pada aksesoris map dan objek pendukung.

Berdasarkan prinsip keseimbangan asimetris yang diterapkan pada map ini, pada *background* map keseluruhan menggunakan warna biru sebagai dominasi untuk dipadukan dengan warna-warna dari identitas Vertico Studio.

Penempatan logo Vertico Studio pada bagian kanan bawah kertas dan objek pendukung pada bagian atas kertas berwarna putih dengan tingkat *opacity* 30%. Terdapat aksesoris garis warna kuning dan merah pada kanan atas kertas, hal ini agar tetap terlihat seimbang, dinamis dan proposional. Pada bagian informasi alamat penggunaan warna font abu-abu agar kontras dengan warna *background* dan memiliki tingkat keterbacaan yang jelas.

Aspek Komunikasi: Desain map menggunakan warna biru yaitu warna utama dari Vertico Studio. Hal ini diharapkan saat Vertico Studio mengirim sebuah surat/proposal, dsb., seseorang atau instansi tersebut akan mengenali bahwa surat itu adalah surat dari Vertico Studio.

Pengenalan identitas perusahaan dengan menggunakan media yang elegan dan membuat perusahaan terlihat profesional darinya. Dan hal itu bisa dilakukan oleh stopmap. Tentu saja, dengan desain yang baik dan terencana, sehingga perusahaan yang menampilkan profilnya di dalam stopmap dapat terlihat bagus dan calon klien atau

mitra menjadi yakin untuk bekerja sama dengan perusahaan.

Name Tag



Gambar 22. Name Tag

Deskripsi Karya

Name tag berukuran 8 cm x 12 cm. *Name tag* memiliki warna dasar berwarna putih. Di atas terdapat objek garis berwarna biru, kuning, dan merah sebagai identitas dari Vertico Studio. Di tengah terdapat objek berwarna putih dengan teks "Foto 3x4". Di bawah pas foto merupakan nama karyawan Vertico Studio. Di tengahbawah atas terdapat logo Vertico Studio.

Analisis Karya

Aspek Teknik: Desain *name tag* menggunakan *software Adobe Illustrator*. *Name tag* berukuran 8 cm x 12 cm. Desain *name tag* menggunakan warna putih sebagai warna dasarnya, dimaksudkan agar logo Vertico Studio menonjol.

Aspek Estetis: Aspek estetis dari *name tag* Vertico Studio tidak lepas dari unsur dan prinsip desain. Desain *name tag* Vertico Studio ini memiliki ciri khas dari identitas visual Vertico Studio yaitu warna yang diaplikasikan pada *name tag* dan objek

pendukung Vertico Studio. Desain *name tag* Vertico Studio memiliki kesan modern dan sederhana.

Desain *name tag* memiliki unsur desain yaitu perpaduan antara bidang dan warna sehingga *name tag* ini mempunyai ciri khas perusahaan. *Name tag* Vertico Studio memiliki unsur warna yang terdiri dari tiga warna yaitu biru, merah, dan kuning yang digunakan pada aksent desain *name tag*.

Berdasarkan prinsip keseimbangan asimetris yang diterapkan pada *name tag* ini, pada *background name tag* keseluruhan menggunakan warna putih sebagai dominasi untuk dipadukan dengan warna-warna dari identitas Vertico Studio. Penempatan bagian logo diletakkan pada bawah tengah. Terdapat aksent garis warna biru, kuning, dan merah pada kanan atas kertas, hal ini agar tetap terlihat seimbang, dinamis dan proposional. Pada font nama karyawan menggunakan warna abu-abu agar kontras dengan warna *background* dan tingkat keterbacaannya jelas.

Aspek Pesan: *Name tag* digunakan sebagai tanda pengenal karyawan Vertico Studio. *Name tag* juga dapat menjadi alat promosi keluar apabila karyawan berkunjung ke perusahaan lain. Dengan memakai *Name tag* perusahaan lain akan mudah mengenal perusahaan kita.

Merchandise

Tote Bag



Gambar 23. Tote Bag

Deskripsi Karya

Tote Bag Vertico Studio yang berbentuk tas tangan berbahan kain *blacu* dengan warna putih. *Tote Bag* ini berbentuk persegi dengan ukuran 24 x 24 cm dan tingginya 27, dilengkapi juga dengan tali yang juga berbahan kain *blacu* dengan panjang 45 cm dan lebar 2,5 cm. yang dibuat dengan cara menjahit menggunakan mesin.

Desain visual yang ditampilkan pada *tote bag* Vertico Studio diterapkan satu sisi terdapat sablon logo Vertico Studio yang terletak tepat di tengah permukaan sisi dengan warna kain putih.

Analisis Karya

Aspek Teknik: Pembuatan desain *tote bag* Vertico Studio menggunakan perangkat lunak berupa *Adobe Illustrator*. Pada *tote bag*, desain yang dibuat adalah tata letak dari objek grafis pada sisi *tote bag* bagian depan, yaitu berupa logo dari Vertico Studio yang diletakkan tepat di tengah sisi.

Aspek Estetis: Aspek estetis dari *tote bag* Vertico Studio tidak lepas dari unsur dan prinsip desain. Logo Vertico Studio merupakan unsur utama pada

desain *merchandise* berupa *tote bag* di atas. Prinsip keseimbangan yang terjadi adalah keseimbangan simetris, dimana objek diletakkan di bagian tengah, sehingga terdapat pembagian yang sama antara kanan dan kiri. Objek utama dari *tote bag* berada pada sisi depan *tote bag* dengan logo Vertico Studio, dengan warna dasar kain putih, dimaksudkan untuk menonjolkan identitas Vertico Studio yaitu logo Vertico Studio

Aspek Pesan: *Tote Bag* Vertico Studio merupakan *merchandise* yang diberikan oleh Vertico Studio untuk klien. Pada perancangan ini, desain *tote bag* ini sangat sederhana karena pendekatan desain modern dan minimalis. Warna yang dipakai hanya putih untuk kain, dan menggunakan sablon berwarna sesuai dengan warna logonya.

Tote bag merupakan salah satu model tas jinjing berbentuk kotak dan terbuka yang dilengkapi dengan dua buah tali pegangan pada bagian atasnya. Sesuai fungsi dan tujuan pemakaiannya *tote bag* sendiri tersedia dalam berbagai macam desain dan ukuran. Mulai dari *tote bag* berukuran besar, *tote bag* berukuran sedang, hingga *tote bag* berukuran kecil.

Kalender Duduk



Gambar 23. Tote Bag

Deskripsi Karya

Kalender Vertico Studio yang berbentuk kalender duduk dengan warna dasar keseluruhan warna putih. Kalender

duduk ini berbentuk persegi dengan ukuran 11 cm x 17 cm, yang dijilid dengan ring.

Desain visual yang ditampilkan pada kalender duduk Vertico Studio minimalis dan simpel. Menggunakan warna dasar putih untuk menonjolkan warna dari identitas Vertico Studio.

Analisis Karya

Aspek Teknik: Pembuatan desain kalender duduk Vertico Studio menggunakan perangkat lunak berupa *Adobe Illustrator*. Pada kalender duduk, desain yang dibuat minimalis dan modern. Menggunakan warna dasar putih untuk menonjolkan warna dari identitas Vertico Studio. Pada setiap *background* bulan terdapat objek pendukung diletakkan pada atas dan di bagian bawah kiri dengan teknik *clipping mask*. Font yang digunakan untuk huruf dan angka adalah *font Oswald*.

Aspek Estetis: Desain kalender duduk Vertico Studio ini memiliki ciri khas dari identitas visual Vertico Studio yaitu warna yang diaplikasikan pada kalender duduk dan objek pendukung Vertico Studio. Desain kalender duduk Vertico Studio memiliki kesan modern dan sederhana.

Desain kalender duduk ini juga terbentuk atas dasar perpaduan unsur desain bidang dengan warna sehingga kalender duduk ini mempunyai ciri khas dari identitas visual perusahaan. Kalender duduk Vertico Studio memiliki unsur warna yang terdiri dari tiga warna yaitu biru, merah, dan kuning yang digunakan pada aksesoris kalender duduk dan objek pendukung.

Berdasarkan prinsip keseimbangan asimetris yang diterapkan pada kalender duduk ini, pada *background* kalender duduk keseluruhan menggunakan warna putih sebagai dominasi untuk dipadukan dengan warna-warna dari identitas Vertico Studio.

Terdapat aksesoris garis warna biru, kuning, dan merah pada kanan atas kertas, hal ini agar tetap terlihat seimbang, dinamis dan proposional. Pada font bulan hari tanggal menggunakan warna abu-abu agar kontras dengan warna *background* dan tingkat keterbacaannya jelas.

Aspek Pesan: Kalender Duduk Vertico Studio merupakan *merchandise* yang diberikan oleh Vertico Studio untuk klien. Setelah Vertico menyelesaikan pekerjaannya bersama klien. Klien akan diberikan sebuah *merchandise* untuk mengucapkan terima kasih karena telah mempercayai seluruh pekerjaan pada Vertico Studio.

Kalender cetak merupakan kalender yang biasanya hanya memberikan informasi waktu sampai satu tahun saja. Setelah itu biasanya harus ganti baru. Namun, [kalender cetak](#) memiliki keunggulan pada informasinya yang jauh lebih lengkap dibanding kalender digital. Kelengkapan informasi itu antara lain pada penunjukan tanggal merahnya, hari besar, dan lainnya. Di samping itu [kalender cetak](#) juga cukup mudah untuk dilihat, karena tidak memerlukan energi tambahan untuk melihatnya.

Notes



Gambar 24. Notes

Deskripsi Karya

Notes Vertico Studio dengan ukuran 11 cm x 15 cm, yang dijilid dengan ring. Notes dibuat dengan 2 warna dasar yaitu warna biru

dan warna putih. Keduanya mempunyai desain yang sama. Terdapat logo pada bagian pojok kanan atas. Terdapat objek pendukung pada bagian bawah.

Analisis Karya

Aspek Teknik: Pembuatan desain *notes* Vertico Studio menggunakan perangkat lunak berupa *Adobe Illustrator*. Pada *notes*, desain yang dibuat minimalis dan modern. *Notes* dibuat dengan 2 warna dasar yaitu warna biru dan warna putih. Keduanya mempunyai desain yang sama. Terdapat logo pada bagian pojok kanan atas, pada warna dasar biru logo berwarna putih dan pada warna dasar putih memakai warna asli dari logo Vertico Studio. Pada bagian atas *cover notes* objek garis berwarna biru, kuning, dan merah sebagai identitas dari Vertico Studio. Terdapat objek pendukung pada bagian bawah dengan teknik *clipping mask*. Pada bagian bawah tercantum alamat *website*.

Aspek Estetis: Desain *notes* Vertico Studio ini memiliki ciri khas dari identitas visual Vertico Studio yaitu warna yang diaplikasikan pada *notes* dan objek pendukung Vertico Studio. Desain *notes* Vertico Studio memiliki kesan modern dan sederhana. Terdapat dua macam desain untuk *notes*.

Desian *notes* ini juga terbentuk atas dasar perpaduan unsur desain bidang dengan warna sehingga *notes* ini mempunyai ciri khas dari identitas visual perusahaan. *Notes* Vertico Studio memiliki unsur warna yang terdiri dari tiga warna yaitu biru, merah, dan kuning yang digunakan pada aksent *notes* dan objek pendukung.

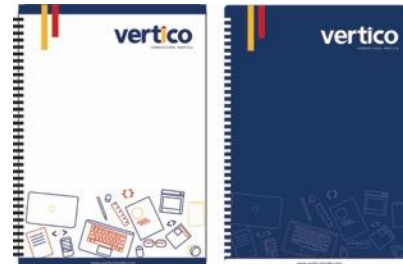
Berdasarkan prinsip keseimbangan asimetris yang diterapkan pada *notes* ini, pada *background notes* keseluruhan menggunakan warna putih dan biru sebagai dominasi untuk dipadukan dengan warna-warna dari identitas

Vertico Studio. Logo diletakkan pada bagian kanan atas dan objek pendukung diletakkan pada bagian bawah *cover notes*. Terdapat aksent garis warna biru, kuning, dan merah pada atas kertas, hal ini agar tetap terlihat seimbang, dinamis dan proposional.

Aspek Pesan: *Notes* Vertico Studio merupakan *merchandise* yang diberikan oleh Vertico Studio untuk klien. Setelah Vertico menyelesaikan pekerjaannya bersama klien. Klien akan diberikan sebuah *merchandise* untuk mengucapkan terima kasih karena telah mempercayai seluruh pekerjaan pada Vertico Studio.

Pada *cover* belakang *notes* terdapat alamat kantor Vertico Studio yang berguna untuk mengomunikasikan kepada masyarakat dimana letak kantor Vertico Studio.

Brand Guidelines



Gambar 25. *Brand Guidelines*

Deskripsi Karya

Brand Guidelines cetak ini berukuran 29.7cmx21cm atau ukuran A4 berorientasi *landscape* dan terdiri dari halaman *cover*, halaman pembuka, dan 36 halaman isi bolak-balik. Pada dasarnya desain yang dirancang pada buku ini sesuai dengan identitas visual Vertico Studio.

Analisis Karya

Aspek Teknik: Halaman *cover* depan dan belakang memiliki *background* berwarna putih dan terdapat pada bagian atas *cover*

objek garis berwarna biru, kuning, dan merah sebagai identitas dari Vertico Studio dengan komposisi warna biru C=100, M=86, Y=34, K=24 warna merah C=13, M=100, Y=98, K=3 dan warna kuning C=2, M=30, Y=90, K=0. Terdapat objek pendukung pada bagian pojok bawahkiri dan kanan dengan teknik *clipping mask*. Logo Vertico diletakkan pada bagian atas kanan diperkecil. Terdapat judul "*Design and Brand Guidelines*" ditulis dengan *font Sumptuous Light*. Pada bagian cover depan dan belakang terdapat alamat kantor, nomor telepon kantor, *website*, dan *email* ditulis dengan *font Sumptuous Light*.

Pada isi buku *brand guidelines* desain yang dirancang pada buku ini sesuai dengan identitas visual Vertico Studio. Pada isi buku juga terdapat objek pendukung yang diletakkan secara berselingan kanan kiri dan atas bawah dengan teknik *clipping mask*. Isi yang terdapat di buku meliputi: *the company introduction, corporate logo, corporate typography, corporate color system, corporate stationery, corporate promotions*.

Aspek Estetis Aspek estetis dari *brand guidelines* Vertico Studio tidak lepas dari unsur dan prinsip desain. Desain *brand guidelines* Vertico Studio ini memiliki ciri khas dari identitas visual Vertico Studio yaitu warna yang diaplikasikan pada *brand guidelines*, serta objek pendukung Vertico Studio.

Unsur desain yang tampil dari *brand guidelines* yaitu perpaduan antara bidang dan warna sehingga menjadi sebuah *brand guidelines* yang menjadi ciri khas perusahaan. Unsur warna dari *brand guidelines* ini terdiri dari tiga warna yaitu biru, merah dan kuning dan warna objek pendukung serta warna abu-abu yang digunakan pada *body text*. Penggabungan unsur desain tersebut diaplikasikan secara serasi agar menjadi satu kesatuan desain.

Berdasarkan prinsip keseimbangan asimetris yang diterapkan pada *brand guidelines* ini, pada bagian depan yaitu cover penempatan bagian logo menggunakan margin rata kiri. Penempatan bagian teks judul buku menggunakan margin rata kiri. Objek pendukung diletakkan pada pojok bawah kiri. Pada bagian bawah kanan dekat objek pendukung terdapat teks berisi informasi tentang Vertico Studio. Penempatan elemen garis berwarna biru, kuning, dan merah sebagai warna aksen diletakkan pada bagian atas *cover*, hal ini bertujuan agar tetap terlihat seimbang, dinamis dan proposional. Pada keseluruhan desain buku ini menggunakan warna putih sebagai background cover beserta isinya. Pewarnaan menggunakan warna putih dimaksudkan untuk menonjolkan identitas visual Vertico Studio.

Aspek Pesan: *Brand Guidelines* adalah sebuah pedoman sebagai acuan untuk menstandarisasi identitas visual yang telah dibuat oleh perusahaan untuk menjaga konsistensi agar dapat di tampilkan sesuai dengan apa yang di tetapkan oleh perusahaan. Identitas visual ini bisa berupa logo dan elemen visual pendukung lainnya seperti warna, pattern, supergrafis dll (Wibawanto & Nugrahani, 2015).

Brand Guidelines dibuat untuk para desainer atau pihak yang akan menggunakan logo perusahaan bersangkutan, tujuannya agar tidak mengalami kesulitan dalam pengaplikasian identitas visual perusahaan tersebut.

Buku *brand guidelines* ini dibuat oleh perusahaan agar logo serta identitas visualnya tidak salah diaplikasikan yang dapat mengakibatkan hilangnya citra logo dan identitas visual tersebut.

PENUTUP

Pembuatan proyek studi berjudul 'Perancangan Ulang Identitas Visual dan Aplikasinya pada media Vertico Studio Yogyakarta' ini menghasilkan rancangan ulang identitas visual Vertico Studio Yogyakarta yang berupa logo dan diaplikasikan kebeberapa media komunikasi visual, yakni *stationery sets*, *company profile* cetak, *brand guidelines*, dan *merchandise*. Tahapan perancangan yaitu membuat sketsa, menggambar ulang secara *digital* menggunakan *Adobe Illustrator CC*, pemberian warna dan penataan letak objek, pencetakan pada berbagai media, dan pembangunan karya.

Logotype yang dibuat berbasis huruf *sans serif* ini memiliki karakteristik yang modern, sederhana, mudah membaur, dan efisien. Kesan modern yang timbul karena *font* dikreasikan secara *custom* menggunakan teknik dan prinsip tipografi sehingga *logotype* tetap terlihat unik dan mudah diingat. Ciri khas yang terlihat pada logo Vertico Studio yaitu yang diaplikasikan oleh *logotype* terletak pada bentuk huruf 'i' dari keseluruhan bentuk 'Vertico' yang menggunakan unsur warna berbeda yaitu kuning dan merah sehingga menjadi *point of interest* sekaligus bagian dari satu kesatuan logo. Perbedaan mencolok antara *main logo* dengan *tagline* agar terlihat mana yang dominan dan sub dominan. *Tagline* yang digunakan pada *logotype* ini sebagai penambah informasi dari keseluruhan logo.

Unsur desain yang terlihat dari logo Vertico Studio yaitu perpaduan antara bidang, warna, serta ukuran sehingga menjadi sebuah *logotype* yang menjadi ciri khas perusahaan. Unsur warna dalam logo ini terdiri dari 3 warna yaitu biru, merah, dan kuning yang digunakan pada *logotype*-nya.

Pada perancangan ulang dan dalam pemilihan aplikasi kebeberapa media

disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dan target pemasaran yang ditentukan berdasarkan riset, analisis, dan pengolahan ide yang dirumuskan dalam *creative brief*. Perancangan ini mengusung konsep modern, dinamis, dan sederhana. Desain *corporate identity* dan media komunikasi lainnya diimplementasikan dengan bentuk media yang dapat mencerminkan kesan modern, dinamis, dan sederhana serta kesan dinamis diimplementasikan pada tatanan *layout* serta pemilihan warna pada proyek perancangan ulang identitas visual.

DAFTAR PUSTAKA

- Cenadi, Christine Suharto. 1999. *Corporate Identity, Sejarah dan Aplikasinya*. Makalah - Jurusan Desain Komunikasi Visual. Universitas Kristen Petra. Jakarta.
- Dewi, Janita Ike. 2009. *Creating & Sustaining Brand Equity, Aspek Manajerial dan Akademis dari Branding*. Yogyakarta: Amara Books.
- Gobe, Marc. 2005. *Emotional Branding, Paradigma Baru untu Menghubungkan Merekdengan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Irwansyah. *Kolaborasi Solid Multidisiplin*. Majalah Desain Grafis Concept Vol 06 Edisi 36, Agustus 2010.
- Makki, Sakti. *Visual Branding*. Majalah Desain Grafis Concept Vol 06 Edisi 36, Agustus 2010.
- Morissan. 2010. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Safanayong dan Yongki, 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Inti Media.
- Setiawan, Nancy. 2011. *Skripsi : Perancangan Corporate Identity PT. Samudera Lintas Timur*. Surabaya : UK Petra.
- Simamora, Bilson. 2003. *Aura Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, Nancy. 2011. *Skripsi : Perancangan Corporate Identity PT. Samudera Lintas Timur*. Surabaya : UK Petra.
- Sunaryo, Aryo. 2002. *Paparan Perkuliahan Mahasiswa Nirmana I*. Semarang: UNNES Press.
- Suryana, Agus. 2007. *Strategi Pemasaran untuk Pemula*. Jakarta: Etsa Mahkota.
- Sutanto, T. 2005. *Sekitar Dunia Grafis/ Komukiasi Visual*. Pura-pura Jurnal DKV ITB Bandung. 2/ Juli. 15-16.
- Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan Dilengkapi Sampel Iklan Terbaik Kelas Dunia*. Yogyakarta.
- Swastha, Basu. 1987. *Azas-Azas Marketing Edisi ke-3*. Yogyakarta: Liberty.
- Tinarbuko, Sumbo. 2015. *DEKAVE Desain Komunikasi Visual – Pada Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tristanto, Adhy. 2007. *Cerdas Beriklan*. Yogyakarta: Galangpress.
- Umar, Husein. 1997. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Ketiga. Cetakan Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo.
- Wibawanto, Wandah., & Nugrahani, Rahina. 2015. Peran Akademisi Dalam Konstruksi City Branding. In *Proceeding*
- Seminar Nasional “Peran Strategis Seni dan Budaya dalam Membangun Kota Kreatif”.