

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PT. JASA PENGURUSAN TRANSPORTASI JATIDIRI TRANS

Mohammad Fariz Shidqi¹, Gredi Gradana Sembada S.Sn., MM², Andreas Rio S.E, M.Eng³

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹fariz29@yahoo.com, ²gradanagredi@yahoo.com, ³rioadriyanto@gmail.com

Abstrak

PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans merupakan perusahaan yang berdiri di bidang kargo. PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans masih belum bisa memantapkan citra konsumen dalam segi identitas visual perusahaan. Permasalahan lain adalah kurangnya kegiatan pengaplikasian identitas visual perusahaan terhadap media-media yang tepat bagi perusahaan untuk memperkuat citra jasa transportasi kargo dengan alat berat *container* tersebut.

Dari data yang telah Penulis peroleh, Penulis menggunakan konsep kreatif yang berupa unsur laut dan unsur kapal kargo yang menjadi karakteristik dari perusahaan, yang pada akhirnya konsep kreatif tersebut dijadikan sebagai panduan dalam pembuatan identitas visual. Media-media yang digunakan untuk pengaplikasian perancangan Tugas Akhir ini adalah papan nama, kartu nama, *stationary*, map folder, iklan majalah, *website*, *e-book* perusahaan, truk *box*, truk *container*, *souvenir*, dan seragam pegawai. Dengan adanya perancangan Tugas Akhir ini, diharapkan mampu membantu PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans dalam memperkuat citra perusahaan yang dimilikinya.

Kata Kunci : Identitas Visual, Pengaplikasian Media, Jatidiri Trans, Kargo

Abstract

PT.Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans is a company established in the field of cargo. PT.Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans, haven't stand and decide its image on the corporate visual identity. Another problem is the lack of applying visual identity activities on their company on the various media that is proper for the company to strenghten the image of Cargo Transportation Service with heavy equipment container.

The data that author compile use creative concept which inspired from sea unsure and shipping cargo, which become the characteristics from this company and at the end, those creative concept applied as a guidance on the making of this visual identity. The media that apply on this Final Project Design are Board Name, Business Card, Stationary, folder, magazines ad, website, e-book, Truck box, truck container, souvenir dan uniform for the employees. By this design, it is expected to help PT.Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans on strenghten its image.

Keywords : Visual Identity, Media Application, Jatidiri Trans and Cargo.

Pendahuluan

Di Indonesia saat ini banyak sekali perusahaan-perusahaan baru yang bergerak dibidang jasa transportasi khususnya jasa transportasi kargo untuk ekspor maupun impor barang, yang dengan cepat bermunculan dan langsung mendapatkan tempat dihati para pelanggannya. Persaingan usaha antara perusahaan yang bergerak dibidang yang sama, membuat konsumen menjadi teliti dan hati-hati lagi dalam menentukan perusahaan mana yang cocok untuk dijadikan mitra kerja yang dapat diandalkan dan memberikan pelayanan yang terbaik.

PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans memulai usahanya sejak tahun 1989, oleh beberapa anggota utama yang memiliki pengetahuan luas dan mahir di bidang industri pengiriman dan muatan lanjutan. PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans sudah mendapat ijin usaha pada tanggal 3 Mei 1989. Dengan ijin usaha No. AL003/14/8/W.DKI.JKT.89. yang bergerak dalam bidang jasa transportasi kargo untuk ekspor maupun impor.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi ekspor maupun impor PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans di nilai belum bisa memantapkan citra konsumen dalam segi identitas perusahaan serta kurangnya kegiatan pengaplikasian identitas visual perusahaan terhadap media-media yang tepat bagi perusahaan untuk memperkuat citra jasa transportasi kargo dengan alat berat *container* tersebut.

Makna logo sangat penting bagi perusahaan. Logo juga sangat diperlukan oleh konsumen, dalam hal ini telah di tetapkan bahwa logo sangat dibutuhkan oleh perusahaan atau organisasi guna mengenalkan identitas dan menyebarkan citra. Di lain pihak, dengan adanya logo maka konsumen terbantu mengenali produk yang dicari [1].

Untuk itu perlu adanya strategi yang tepat dan media komunikasi yang efektif sebagai media penyampai pesan untuk dapat memperkuat perusahaan ke target konsumennya, Salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan cara merancang sebuah identitas visual yang sesuai untuk perusahaan tersebut serta pengaplikasian identitas perusahaan ke media-media promosi yang baik dan sesuai dengan citra dan image perusahaan. Untuk mendesain identitas yang sesuai dengan perusahaan perlu adanya pengidentifikasian perusahaan yang dapat di angkat sebagai citra dan image perusahaan tersebut. Identitas visual perusahaan juga harus informatif, karna akan memberikan ciri khas tersendiri dari perusahaan ke dalam benak khalayak orang banyak.

Berdasarkan permasalahan diatas, Penulis tertarik untuk mengkajinya dalam perancangan Tugas Akhir ini. Tujuannya adalah untuk membantu PT. Jasa Pengurusan Transportasi

Jatidiri Trans dalam memperkuat citra yang dimilikinya sekaligus merancang media promosi yang tepat sehingga calon konsumen maupun masyarakat lebih mengetahui keberadaannya. Dengan permasalahan yang ada itu, Penulis merasa perlu adanya perancangan identitas visual perusahaan (*Corporate Identity*) baik berupa logo serta pengaplikasian identitas visual perusahaan tersebut ke beberapa item maupun media promosi yang tepat, tanpa menghilangkan keseluruhan dari *image* perusahaan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans yang sudah ada pada benak konsumennya.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah-masalah yang teridentifikasi adalah sebagai berikut :

1. PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans belum memiliki identitas visual yang kuat.
2. Serta pengelolaan pengaplikasian identitas visual perusahaan terhadap media yang tepat untuk perusahaan belum dikelola secara maksimal.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pada identifikasi permasalahan yang ada, juga diperlukan beberapa rumusan masalah untuk menghasilkan sebuah perancangan yang baik, yang akan menentukan pada pengaplikasiannya kebeberapa item yang terkait dengan perusahaan. Oleh karena itu penulis dapat menyimpulkan rumusan masalah yang akan diangkat, antara lain :

1. Bagaimana merancang sebuah identitas visual yang sesuai untuk menguatkan citra PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans ?
2. Bagaimana mengaplikasikan perancangan identitas visual perusahaan (*Corporate Identity*) dan media pengaplikasian identitas visual perusahaan terhadap media-media yang tepat bagi *target audience* PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans ?

Tujuan

Adapun tujuan diadakannya perancangan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang identitas visual perusahaan yang sesuai untuk PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans. Dengan dibuatnya identitas baru yang sesuai untuk PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans, diharapkan akan memberikan dampak yang baik pada citra dan image perusahaan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans baik internal maupun eksternal serta diharapkan akan memberikan solusi bagi perkembangan perusahaan untuk lebih maju lagi kedepannya di tengah-tengah persaingan yang ketat.

2. Merancang dan mengaplikasikan identitas visual perusahaan ke dalam media-media yang tepat seperti peralatan dan perlengkapan perusahaan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans.

Pengumpulan Data

Dalam perancangan Tugas Akhir ini, untuk memperoleh data yang dibutuhkan, Penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

A. Observasi

Metode Observasi adalah metode yang digunakan untuk mengamati sesuatu, sesorang, suatu lingkungan atau situasi secara tajam terinci, dan mencatatnya secara akurat dalam beberapa cara [2]. Observasi akan dilakukan langsung pada objek penelitian baik berupa identitas visual perusahaan (*Corporate Identity*), media-media yang digunakan terdahulu serta karakter dari perusahaan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans.

B. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan penelusuran berbagai teori-teori yang digunakan untuk menganalisis bersumber dari pemikiran para ahli yang telah melakukan penelitian [3]. Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data baik dari buku-buku, literatur, catatan, dan laporan yang terkait dengan perancangan Tugas Akhir ini. Selain itu data sekunder dari penelitian serupa akan dipergunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

C. Wawancara

Penulis akan mewawancarai narasumber dari PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans, yaitu Bapak Rakhmat Karim (*Director*). Hal ini penulis lakukan untuk memperoleh data primer yang akan digunakan dalam Tugas Akhir ini. Data ini harus melalui narasumber yang bersangkutan, salah satu metode pengumpulan data primer secara aktif adalah wawancara langsung.

Wawancara adalah suatu teknik yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang kejadian yang oleh peneliti tidak dapat diamati sendiri secara langsung, baik karena tindakan atau peristiwa yang terjadi di masa lampau ataupun karena peneliti tidak diperbolehkan hadir di tempat kejadian itu [2].

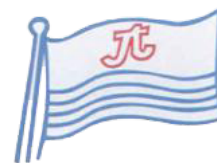
Kajian Teori

Dalam perancangan Identitas Visual ini diperlukan beberapa teori sebagai acuan dalam pengerjaannya. Adapun teori yang digunakan seperti Teori *Corporate Identity*, Teori *Company*

Profile, Teori *Website*, Teori Komunikasi, Teori *Marketing Mix*, Teori Visual, serta Teori Analisis.

Corporate identity adalah suatu bentuk visual dan ekspresi grafis dari *image* dan identitas suatu perusahaan [4]. Profil perusahaan (*company profile*) adalah produk tulisan praktisi *public relation* yang berisi gambaran umum perusahaan [5]. Media (medium) adalah kategori umum dari system pengiriman pesan yang mencakup media penyiaran (televisi dan radio), media cetak (surat kabar dan majalah), surat, iklan luar ruang (*outdoor advertising*), dan media pendukung lainnya [6]. Sebuah situs web atau cukup disebut situs, adalah sebuah lokasi pada computer tertentu di web yang memiliki alamat unik (disebut URL). Situs web tersebut adalah lokasi pada sebuah computer yang berada di internet [7]. Desain komunikasi visual memiliki peran mengkomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout dan sebagainya [8]. Logo merupakan suatu identitas merek yang mengkomunikasikan secara luas tentang produk pelayanan, dan organisasi dengan cepat [9].

Data Lembaga Terkait



PT. JATIDIRI TRANS

Gambar 1 Identitas Visual PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans Terdahulu
Sumber : (Dokumentasi Perusahaan)

PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans didirikan pada tanggal 25 Januari 1989 oleh beberapa anggota utama yang memiliki pengetahuan luas dan mahir di bidang industri pengiriman dan muatan lanjutan. PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans sudah mendapat ijin usaha ini pada tanggal 3 Mei 1989. Dengan nomor usaha, No. AL003/14/8/W.DKI.JKT.89.

Awalnya PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans memulai bisnis dalam bidang ekspor gabungan dari Jakarta ke Asia, Eropa dan Amerika Utara. Lalu perusahaan ini mulai mengimpor dengan kargo (FCL dan LCL dari Amerika Serikat, Eropa, Asia ke Jakarta). Di tahun 1998 dengan dukungan yang cukup besar dari pihak importir dan pembeli di Jakarta, PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans memulai impor gabungan dari Taiwan dan Hongkong ke Jakarta. Seiring dengan pertumbuhan dan permintaan pembeli serta importir di Jakarta. Untuk lebih banyak pelabuhan yang tersedia PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans memperluas

impor gabungan ini dari Busan, Shanghai, Osaka, Tokyo, Kobe, Yokohama, Singapura, Bangkok, New Delhi, Mumbai, Ho Chi Minh dan Manila ke Jakarta dan Semarang.

PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans sudah menjalani bisnis muatan lanjutan ini selama lebih dari 25 tahun, dan sudah lebih dari 500 konsumen yang pernah dilayani, serta sudah memiliki konsumen tetap. Dari pengalaman yang lama PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans mencapai kehandalan dalam kemampuan operasional. Dilengkapi dengan kemampuan operasional sebagai ujung tombak kompetisi PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans dapat menyediakan layanan muatan lanjutan pada pelanggan-pelanggannya.

Data Khalayak Sasaran

Data khalayak sasaran yang menjadi target *audience* dalam *corporate identity* PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans yang akan dirancang oleh penulis dibagi dalam beberapa sasaran yaitu:

1. Geografis
Target *audience* dalam identitas visual PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans ini adalah untuk para perusahaan-perusahaan yang khususnya berada dalam wilayah Benua Asia.
2. Demografis
Segmentasi demografi ini dikhususkan untuk para konsumen (perusahaan). Dengan jenis perusahaan apa saja (namun yang sering ditangani PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans yaitu, perusahaan tekstil, garment, bahan mentah sepatu dan *hardware* elektronik) yang memiliki surat-surat lengkap atas barang yang ingin di kirim, dengan tujuan kiriman yang hampir keseluruhan Benua Asia.
3. Psikografis
Target dari perancangan Tugas Akhir ini adalah para konsumen (perusahaan) namun yang sering ditangani PT. JPT Jatidiri Trans yaitu, perusahaan penyedia bahan mentah seperti, tekstil, garment, bahan mentah sepatu dan *hardware* elektronik, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk perusahaan lain dari berbagai negara yang membutuhkan jasa ekspor maupun impor yang sangat dibutuhkan bagi pekerja bisnis maupun pengusaha, dari PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans.

Data Hasil Wawancara

PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans didirikan oleh Pak Rakhmat dan temannya dari nol hingga sebesar sekarang. Hingga mendapatkan izin dari berbagai pelabuhan dan bandara untuk keluar masuk pengangkutan barang

melalui jalur udara dan hingga dapat mendirikan kantor cabang di Surabaya, Semarang, dan Bali. Dengan pengalaman melayani konsumen, dengan jumlah kira-kira +- 500 perusahaan selama 25 tahun PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans berdiri, dengan perusahaan yang sering ditangani oleh PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans yaitu, perusahaan tekstil, garment, bahan mentah sepatu dan *hardware* elektronik dan konsumennya kebanyakan konsumen tetap. Serta memiliki berbagai macam alat berat untuk kebutuhan jasa dari perusahaan ini.

Kemudian pada urusan masalah promosi PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans memiliki orang marketing, (tapi bukan membuat promosi media cetak), bagian marketing perusahaan mendatangi kantor-kantor yang sudah PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans lihat bahwa mereka membutuhkan jasa ekspor-impor atau tidak dengan membawa portofolio perusahaan dan berpenampilan rapi (menggunakan jas) dengan sistem jemput bola. Dan biasanya konsumen kita yang sesama pekerja bisnis mereka tau kami secara (bisnis to bisnis). Seperti dari mulut ke mulut atau *word of mouth*.

Serta belum adanya penerapan identitas visual untuk peralatan yang digunakan pada perusahaan ini, bahkan untuk *containernya* yang besar masih warna warni biasa seperti warna asli saat baru beli, missal, hijau, merah, coklat. Tetapi pada truk *box* berwarna hitam pada mesin dan *box* berwarna silver, ada keterangan tentang jatidiri trans dan no teleponnya. Sedangkan filosofi pada lambang perusahaan, bentuk bendera melambangkan kemerdekaan atau kemakmuran untuk perusahaan, dengan gelombang pada bagian bawah menunjukkan jumlah pendiri perusahaan & simbol dalam bendera itu adalah inisial perusahaan yaitu huruf J dan T dengan dominan warna biru sebagai warna identitas.

Analisis

Berdasarkan hasil analisis matriks S.W.O.T. yang penulis kerjakan, dapat disimpulkan bahwa PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans akan menggunakan strategi terpilih yaitu strategi W-O sebagai acuan dalam perancangan Tugas Akhir ini. Dalam strategi W-O ini PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans berupaya perbaiki dan memanfaatkan peluang yang ada untuk meminimalisir kekurangan yang dimilikinya.

Dari hasil strategi W-O yang disebutkan :

1. PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans perlu melakukan perancangan identitas visual yang menunjukkan bidang usaha dan mudah diingat oleh konsumen agar tidak tergeser oleh pendaatang-pendaatang baru, dan melakukan pengaplikasian identitas visual terhadap fasilitas-fasilitas peralatan dan perlengkapan perusahaan agar tertanam di

benak konsumennya.

2. PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans perlu melakukan perancangan dalam pengelolaan media promosi dengan memberikan informasi-informasi tentang perusahaan, serta kelebihan-kelebihan dan fasilitas-fasilitas yang dimiliki perusahaan, kepada target konsumen sehingga nantinya pesan yang tersampaikan membuat target konsumen lebih tertarik dan lebih mengenal bidang usaha dari PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jati Diri Trans. Sehingga nantinya akan berkembang lebih pesat lagi, serta mampu meningkatkan jumlah pendapatan dan jumlah konsumennya.

Konsep Komunikasi

Dari hasil analisis yang telah penulis lakukan dan kerjakan pada bab sebelumnya, Perancangan Tugas Akhir ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaan-perusahaan (konsumen) terhadap PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jati Diri Trans, baik perusahaan yang sudah menggunakan maupun akan menggunakan jasa dari PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jati Diri Trans tersebut. Berikut rincian perancangan konsep komunikasi untuk PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jati Diri Trans.

Konsep Kreatif

Dalam perancangan Tugas Akhir ini diperlukan konsep kreatif, oleh karena itu untuk dapat menarik perhatian khalayak maka diperlukan suatu strategi kreatif yang sesuai dengan target sasaran yang ingin dicapai. Pada dasarnya PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans memiliki karakter perusahaan layanan jasa dengan alat-alat beratnya untuk ekspedisi kargo ekspor maupun impor barang melalui jalur laut, sehingga gambaran mengenai bidang perusahaan tersebut akan digunakan didalam konsep perancangan identitas visual yang berupa logo dan media sarana promosinya.

Pendekatan tersebut tentunya akan mempengaruhi dalam pemilihan gaya dalam pembuatan logo perusahaan, oleh karena itu penulis mengkonsepkan logo PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans akan dibuat dengan menunjukkan secara langsung jenis bidang perusahaan dari PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans, sehingga garis, bentuk, warna, *icon*, *texture* dan *tipografi* yang digunakan dalam perancangan visual dapat diketahui dengan analisa *mind mapping* yang telah penulis lakukan.

Dari hasil analisis diatas ada beberapa *keyword* yang sangat berhubungan dengan jenis bidang perusahaan dari PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans yaitu kapal laut, air, dan cepat. Dengan hasil analisa tersebut penulis dapat menentukan unsur apa saja yang dapat digunakan

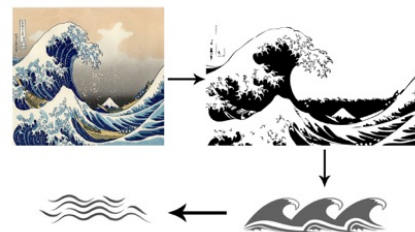
untuk perancangan identitas visual yang berupa logo dan media sarana promosi PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans.

Unsur Konsep Kreatif

1. Unsur Laut

Unsur laut merupakan obyek inti dalam perancangan identitas visual ini. Karena dalam proses beroperasinya perusahaan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans yang 80% pelayanannya mengutamakan penggunaan jalur laut, baik berupa pelayanan ekspor maupun impor. Unsur laut yang dimaksud bisa berupa kapal laut, warna biru, dan lain sebagainya yang nantinya akan dipilih untuk mewakili karakteristik dari perusahaan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans.

Oleh karena itu unsur laut akan diambil untuk diaplikasikan pada seluruh identitas visual dan media promosi PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans. Dalam perancangan konsep visual ini penulis mengambil referensi ornamen dan bentuk dari bentuk khas jepang dimana bentuk itu berupa ombak yang bernama "*wave off kanagawa*", bentuk ombak akan di destilasi menjadi siluet. Hal ini dipilih karena sebagian besar konsumen dari PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans terletak di Benua Asia dan Negara Jepang termasuk di dalamnya.



Gambar 2 Proses Stilasi Bentuk "*Wave off Kanagawa*"

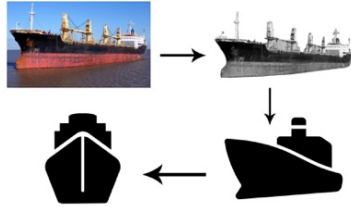
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

2. Unsur Alat Berat

Salah satu unsur lainnya yang digunakan dalam perancangan identitas visual dan media promosi adalah unsur alat berat dalam perusahaan ini bisa berupa kapal laut, *container*, pesawat, dan truk *box* namun penulis akan memilih melalui hasil analisa *mind mapping* dan dari hasil data yang penulis peroleh untuk unsur alat berat apa yang paling dominan di perusahaan ini.

Dari hasil analisa *mind mapping* dan dari hasil data yang penulis dapatkan untuk unsur alat berat apa yang paling dominan di perusahaan ini adalah kapal laut. Penggambaran alat berat terpilih akan

ditampilkan melalui ilustrasi dalam pembuatan identitas visual dan melalui fotografi produk maupun layanan untuk media promosi terpilih yang mewakili karakter dari PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans.



Gambar 3 Proses Stilasi Bentuk Kapal Kargo
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

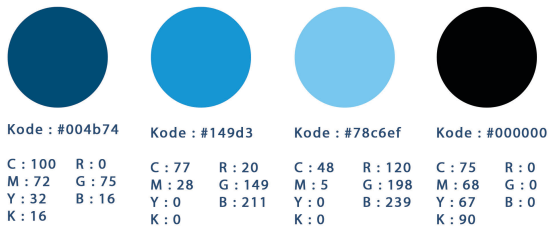
Konsep Visual

Pada perancangan Identitas Visual PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans ini, penulis menggunakan gaya gambar ilustratif dengan pendekatan sesuai dengan bentuk dari bidang perusahaan yang diangkat dari konsep kreatif pada objek yang di maksud.

Warna yang digunakan dalam perancangan Identitas Visual PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans ini adalah warna-warna yang sesuai dengan konsep perancangan Identitas Visual itu sendiri. Penulis menggunakan 2 warna utama yaitu turunan warna biru dan hitam sesuai dengan konsep kreatif yang ada.



Gambar 4 Proses Sketsa dan Konstruksi Identitas Visual
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)



Gambar 5 Proses Sketsa dan Konstruksi Identitas Visual
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)



Gambar 6 Font Dream MMA
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

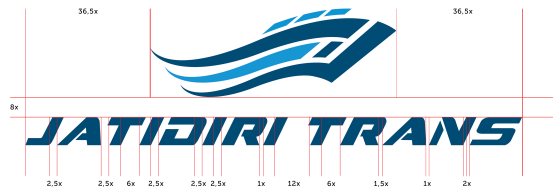
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Gambar 7 Font Myriad Pro
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

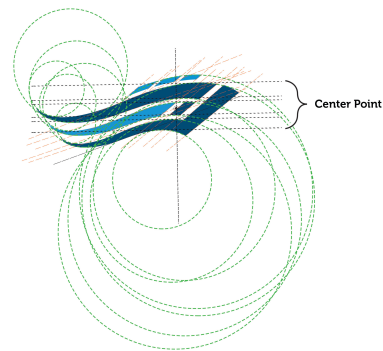
Hasil Perancangan Identitas Visual



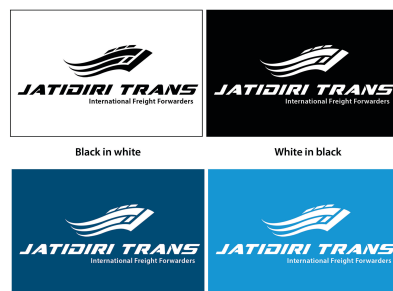
Gambar 8 Konstruksi Identitas Visual dengan Bayline
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)



Gambar 9 Konstruksi Identitas Visual tanpa Bayline
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)



Gambar 10 Konstruksi Logogram Identitas Visual
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)



Gambar 11 Secondary Identitas Visual
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Perancangan Pengaplikasian Identitas Visual

Application | Stamp & Stationary

PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans
Brand Book



Application | Stationary 1

PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans
Brand Book



Gambar 12 Stamp, Stationary, dan Element Estetis
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

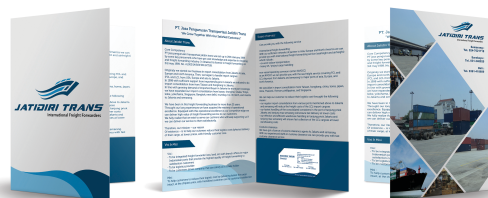
Application | Mug & Stationary 2

PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans
Brand Book



Application | Map Folder

PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans
Brand Book



Gambar 13 Stationary, Mug, Map Folder dan Element Estetis

Application | Office Uniform

PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans
Brand Book



Application | Outdoor Activities Uniform

PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans
Brand Book



Gambar 14 Seragam Kantor, Seragam Lapangan, dan Element Estetis
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Application | Box Truck

PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans
Brand Book



Application | Container Truck

PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans
Brand Book



Gambar 15 Truk Box, Truk Container, dan Element Estetis
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)



Gambar 15 E-book Presentation, UI Website, dan Element Estetis
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Kesimpulan

Perancangan identitas visual yang meliputi pengaplikasian identitas visual ke berbagai media ini menggunakan beberapa elemen dalam bauran promosi yang diharapkan dapat menarik target *audience* sehingga PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans mampu mengembangkan sayapnya hingga ke jenjang International yang lebih luas lagi di masa depan.

Selain itu berdasarkan hasil pengamatan dan perancangan Tugas Akhir yang telah penulis kerjakan, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan terkait objek penelitian, yaitu :

1. Pengaplikasian identitas visual pada media-media yang tepat terhadap PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans, diharap dapat menjadikannya sebagai sebuah perusahaan jasa yang memiliki citra yang baik dimata *internal* dan *eksternal* perusahaan, serta baik dimata para konsumennya.
2. Pengelolaan pengaplikasian identitas visual terhadap media-media perusahaan yang minim membuat PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans kurang terlihat maupun kurang menonjol keberadaannya dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan lain. Hingga saat ini, kegiatan pemberian informasi yang masih aktif dan yang hanya diandalkan oleh PT. Jasa

Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans ialah teknik *Word Of Mouth* yang melibatkan antara pebisnis dengan rekan-rekan bisnis lainnya, Sehingga hal tersebut menyebabkan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans hanya memiliki konsumen-konsumen tetap saja. Dengan adanya perancangan identitas visual serta pengaplikasian identitas visual terhadap media yang tepat bagi PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans yang penulis lakukan ini, diharapkan mampu membantu untuk memberikan circa dan karakteristik yang tepat terhadap PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans untuk bisa lebih memperkenalkan dirinya dan memberikan informasi mengenai keberadaannya, sehingga pada akhirnya dapat terjadi peningkatan jumlah konsumen dan layanan serta pengembangan usaha dapat dilakukan secara meningkat di masa yang akan datang.

Daftar Pustaka

- [1] Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi*. ANDI, Yogyakarta.
- [2] Rohidi, Tjetjep Rohendi. (2011). *Metodologi Penelitian Seni*. Cipta Prima Nusantara, Semarang.
- [3] Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2013). *Metodologi Penelitian Visual*. CV Dinamika Komunika, Bandung.
- [4] Cenadi, Christine Suharto. (1999). *Corporate Identity, Sejarah Dan Aplikasinya*. FSRD UK PETRA.
(<http://www.researchgate.net/publication/43330427> , diakses tanggal 20 Februari 2015, 15:45)
- [5] Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- [6] M.A., Morrissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- [7] Williams, Brian K dan Stacy C Sawyer. (2007). *Using Information Technology*. ANDI, Yogyakarta.
- [8] Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi*. ANDI, Yogyakarta.
- [9] M. Suyanto. (1999). *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. ANDI, Yogyakarta.