



## **BAB II. PEMBAHASAN LOGO TIDIART**

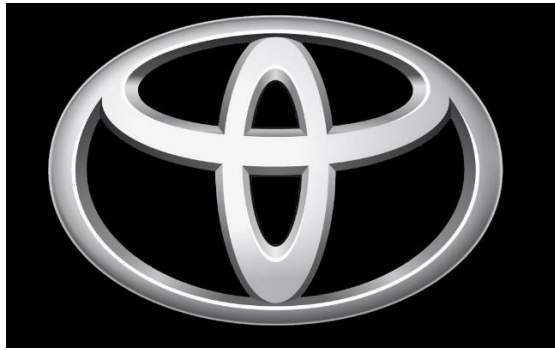
### **II.1 Landasan Teori**

#### **II.1.1 Identitas**

Menurut Ubaedillah, A. (2015), Identitas adalah suatu pengertian dengan menggunakan tanda yang menempel pada sebuah *brand* yang telah menjadi ciri khasnya dengan produk yang dibuatnya sehingga membuat produknya berbeda dengan yang lainnya. Bagi suatu perusahaan yang ingin lebih dikenal oleh masyarakat luas dan produknya maka perusahaan harus menciptakan sebuah konsep yang mencirikan dan mempunyai karakteristik yang mewakili perusahaan sehingga produk yang diciptakan oleh perusahaan dapat tersampaikan dengan jelas agar masyarakat dapat mengetahui produk yang dijualnya atau yang dipasarkannya.

#### **II.1.2 Logo**

Logo adalah gambar yang berbentuk sketsa atau digital, logo pada perusahaan sangatlah berguna logo ini dapat mewakili perusahaan dengan mempunyai arti makna yang mewakili perusahaan itu sendiri, logo dibagi dua jenis yaitu logo gram dan logo type, logo gram ialah berbentuk kotak, segi tiga, bulat, dan lain sebagainya, kedua logo ini mempunyai makna arti yang berbeda tergantung perusahaan yang menggunakannya, adapun logo yang mudah dan rumit dengan perkembangan zaman dari waktu ke waktu sedikit demi sedikit logo mulai berbentuk simpel dan mudah, peran logo dalam suatu perusahaan sangatlah penting, logo ini berperan dalam sebuah *branding* produk dengan hanya melihat logo sekilas orang dapat mengenal perusahaannya dan produk yang dijualnya (Murphy, John and Michael, 1998). adapun beberapa contoh logo gram dan type pada perusahaan ternama.



Gambar II. 1 Logo Toyota  
Sumber: (<https://picsart.com/i/sticker-toyota>)



Gambar II.2 Canon  
Sumber: ([https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Canon logo](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Canon_logo))



Gambar II.3 Logo Jaguar  
Sumber: (<http://bestcarslogos.blogspot.com/2013/09/jaguar>)

Logo yang diatas ini merupakan sebuah contoh logo yang digunakan oleh beberapa perusahaan ternama dunia.

### II.1.3 Fungsi Logo

Fungsi logo sebagai tanda pengingat dan tanda pengenalan bagi perusahaan, logo ini adalah perwakilan dari perusahaan yang mengidentitaskan suatu perusahaan dengan perusahaan yang lainya agar mempunyai ciri khas karakter yang berbeda. Fungsi logo ini juga bisa membedakan produk, membedakan merek dan menginformasikan keaslian produk yang diproduksi oleh perusahaan.

Fungsi logo ini juga dapat mencegah terjadinya pembajakan atau tiruan barang yang diproduksi oleh perusahaanya, oleh karena itu fungsi logo ini sangatlah penting yang mempresentasikan perusahaan karena adanya identitas bergambar maupun tulisan. Visual juga dapat menarik perhatian masyarakat luas sehingga suatu visual yang melekat pada perusahaan, fungsi logo juga dapat berperan sebagai komunikasi, menyampaikan citra yang baik kepada masyarakat atau pelanggan. dan berkualitas. (Rustan, S. 2014).

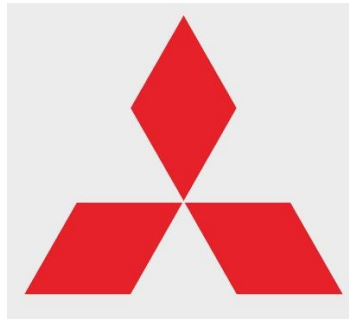
### II.1.4 Jenis Jenis Logo

Logo dapat menyampaikan pesan visual pada masyarakat luas, beberapa perusahaan dengan bermacam-macam bentuk logo, mulai dari logo gram hingga logo type. Seperti perusahaan Facebook menggunakan logo *Word mark*/tanda kata sebagai logo perusahaanya.



Gambar II.4 Logo Facbook  
Sumber: (<https://icons8.com/icon/434/facebook>)

Perusahaan yang menggunakan logo gram dengan bentuk yang bermacam macam mulai dari bulat, kotak, segi tiga dan lain sebagainya. Adapun perusahaan yang menggunakan logo gram seperti sebuah berikut ini.



Gambar II.5 Logo Mitsubishi

Sumber: (<https://gudrilogo.blogspot.com/2018/11/logo-mitsubishi>)

Adapun logo gram dan logo type yang digabungkan antara logo yang berbentuk sketsa maupun digital dipadukan dengan logo type seperti perusahaan sepatu puma.



Gambar II.6 Logo Puma

Sumber: (<http://alllogoshere.blogspot.com/2013/02/logo-puma>)

Adapun beberapa logo yang menggunakan inisial dengan memotong awalan huruf seperti perusahaan otomotif Suzuki.



Gambar II.7 Logo Suzuki  
Sumber: (<https://www.ebay.co.uk/itm/Suzuki>)

### II.1.5 Tujuan Logo

Tujuan logo ialah suatu tanda visual yang menyampaikan identitas atau ciri khas perusahaan dengan bentuk berupa gambar dan tulisan yang mencirikan perusahaan tersebut. Logo dapat menarik perhatian konsumen, dengan logo yang mempunyai keunikan tersendiri dapat dilirik oleh masyarakat luas dengan hanya melihatnya sesaat, gaya logo sangatlah penting adanya *trend* atau gaya yang terdapat dalam logo akan mempengaruhi dan diminati masyarakat luas, dimana logo akan menjadi sebuah *brand* yang dikenal oleh banyak orang, sehingga banyak menarik perhatian orang yang melihat logo tersebut. Sebuah gaya pada logo dapat meningkatkan penjualan atau kualitas produk yang dihasilkannya suatu logo yang baik mempunyai keunikan tersendiri seperti memiliki karakter, efisien, praktis, simpel, dan menarik.

Sebuah logo bisa menjadi suatu *brand* yang terkenal dengan elegan dan eksklusif, ketika logo didesain dengan cara konsep yang baik dan sudah dirancang sedemikian rupa dengan memasukkan unsur-unsur perusahaan dengan target pasar yang dituju, ketika logo yang sederhana dan mencolok maka orang atau konsumen melirik atau tertarik dengan perusahaan tersebut.

### **II.1.6 Pengertian Identitas Visual**

Identitas visual ialah kata *identity* yang mewakili suatu perusahaan dengan visual yang berupa logo, adanya suatu identitas dapat mewakili dan mempresentasikan gambaran atau visual yang ada di perusahaan tersebut sehingga dapat menarik pandangan orang. Identitas membangun citra bagi perusahaan dan memberikan gambaran kepada masyarakat, sehingga dapat menarik *audience* dengan melalui identitas logo yang memiliki kepribadian yang lain dari perusahaan lainnya. Menurut Deni Albar. (2011). Media visual ialah sebagai objek yang dapat menyampaikan visual gambar dan pesan kepada masyarakat luas, sehingga visual yang disampaikan kepada masyarakat bisa dipahami dan dimengerti dengan hanya melihat suatu objek visual.

### **II.1.7 Identitas Tidiart**

Identitas Tidiart ialah membuat produk souvenir dan miniatur, Tidiart sendiri membuat berbagai macam produk salah satunya membuat miniatur gendang, salah satu ciri khas tidiart membuat souvenir yang berunsur tradisional dengan dipadukan unsur modern seperti menampilkan tampilan eksklusif minimalis dengan bentuk *flat* desain yang lebih elegan dengan dipadukan unsur tradisional berupa corak batik dengan motif yang memiliki ciri khas tersendiri. Adapun produk yang lebih modern menggunakan bahan dasar metal, untuk pembuatan souvenir dan miniatur seperti kuningan, besi putih, dan aluminium. Bahan-bahan ini digunakan hampir di semua produk Tidiart, tergantung permintaan pesanan konsumen, apabila konsumen menginginkan bahan yang baik dan berkualitas tinggi, maka bahan yang akan digunakan sebagai bahan dasar pembuatan produknya tersebut adalah metal. Ada juga produk yang menggunakan bahan dasar kayu, sama seperti halnya pembuatan berbahan dasar metal, hanya saja bahan dasar kayu ini pengerjaannya lebih mudah dan biaya produksinya lebih murah. Harga jual akan lebih mahal tergantung kerumitan produk yang dibuatnya. Produk Tidiart yang diminati banyak orang sebagai cendera mata salah satunya adalah angklung.

### II.1.8 Produk Tidiart

Perusahaan Tidiart bergerak dibidang usaha, industri rumah tangga seperti membuat kerajinan tangan, membuat plakat nama, membuat logam dengan berbagai bentuk dan membuat karya yang unik. Perusahaan Tidiart sendiri membuat berbagai macam produk kreatif, unik, menarik dan lain sebagainya sehingga banyak orang yang melirik karyanya dan ingin memiliki karya tersebut. Beberapa produk yang telah dibuat oleh Tidiart sebagai berikut ini.



Gambar II. 8. Gantungan kunci untuk hadiah ulang tahun dan pernikahan.  
Sumber :.kliktidiart.com. (2019)

- Gantungan kunci, seperti gantungan kunci cepot, angklung, wayang, dan lain sebagainya. Mengapa demikian gantungan kunci ini berbeda dengan gantungan kunci pada umumnya, gantungan kunci ini mewakili ciri khas budaya dari Jawa Barat yaitu dari suku Sunda atau ciri khas budaya Sunda yang dituangkan dalam produk yang dihasilkan oleh Tidiart.





Gambar II. 9. Piagam kujang miniatur Tugu Monas  
Sumber : kliktidart.com (2019)

- Piagam dan pajangan seperti perabotan rumah tangga juga memiliki ciri khas yang mewakili budaya Sunda salah satunya kujang atau senjata tradisional Sunda, senjata ini biasa juga dibuat sebagai piagam, pajangan, atau gantungan kunci.



Gambar II. 10. Alat musik tradisional dan modern  
Sumber : kliktidart.com (2019)

- Alat musik miniatur modern dan tradisional juga adalah salah satu produk yang dihasilkan oleh Tidiart, seperti gitar, drum, piano, bass, trompet dan alat musik modern lainnya, sedangkan alat musik tradisional seperti angklung, gendang, suling dan alat musik tradisional lainnya.

### **II.3 Sejarah Tidiart**

Tidiart salah satu industri kreatif Bandung, Tidiart ini juga sudah terdaftar di TDUM atau yang disebut Tanda Daftar Usaha Mikro. pendiri Tidiart adalah Wendi, tahun 2010 awal berdirinya rumah industri kreatif Bandung, ini secara tidak sengaja, tepatnya hanya berniat untuk menghemat biaya pernikahan mereka dengan cara membuat souvenir, miniatur alat musik dan undangan yang unik untuk acara pernikahan mereka sendiri, selang beberapa minggu kemudian banyak yang tertarik dengan karya yang mereka buat dan dari situlah permintaan mulai berdatangan. Tidiart sendiri berdiri berdasarkan hanya mencoba membuat suatu produk yang unik dan menarik, dari situlah ide pembuatan industri ini mulai.

### **II.4 Visi dan Misi**

Visi :

Melestarikan budaya daerah sebagai bagian dari upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia dan pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan padat karya.

Misi :

- Mengembangkan daya tarik wisata Jawa Barat.
- Meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat dengan membangun sentra produksi miniatur dan souvenir khas Jawa Barat dengan memperdayakan 1000 pemuda/I daerah.

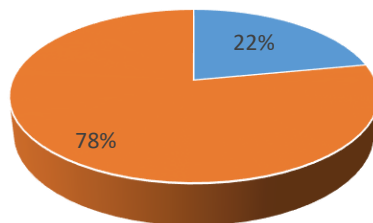
Untuk visi dan misi sekarang belum akan dirubah hingga tercapainya visi dan misi tersebut, ketika visi dan misi tercapai akan digantikan dengan visi dan misi yang baru, ujar sang pemilik Tidiart Wendi Setiawan.

## II.5 Wawancara

Wawancara pertama dilakukan kepada Wendi selaku pemilik rumah industri Tidiart yang berlokasi di Bandung. Data yang didapat sebagai berikut:

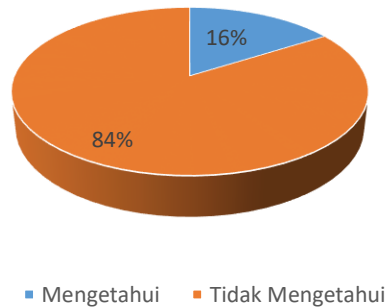
Wawancara dilakukan pada Wendi pemilik perusahaan Tidiart. Menurut hasil wawancara dan pemaparan data kepada Wendi pemilik perusahaan menunjukkan bahwa identitas menjadi hal yang cukup sulit untuk dilakukan oleh Tidiart, karena belum adanya tim yang menangani masalah ini. Wendi, selaku pemilik perusahaan mengungkapkan juga kesulitan dalam memasarkan produknya dikalangan masyarakat umum sehingga produknya hanya dibutuhkan ketika orang sedang membutuhkannya saja, seperti acara ulang tahun, pernikahan, pemerintahan dan lain sebagainya. Tidiart juga berkeinginan produk yang dihasilkan oleh perusahaannya bisa dijangkau oleh masyarakat luas dan juga bukan hanya dikalangan tertentu. Opini Wendi juga mengatakan tidak menutup kemungkinan apabila dikemudian hari Tidiart mempunyai identitas yang jelas bahwa masyarakat akan mengetahuinya secara langsung. Sedangkan wawancara kepada masyarakat umum rata-rata menyatakan kurang mengetahui Tidiart dan sisanya mengatakan mengetahui Tidiart, adapun juga mengatakan lebih mengenal produknya daripada Cv.Tidiartnya.

Apakah anda mengetahui tentang Tidiart ?



■ Mengetahui ■ Tidak Mengetahui

Apakah anda mengetahui produknya ?



Gambar II 11. Diagram survei Tidiart

Sumber : Data Pribadi (2019)

## II.6 Logo Tidiart

Salah satu logo yang pernah digunakan Tidiart adalah jenis logo type. Logo ini mewakili perusahaan dengan bermacam-macam bentuk font yang tidak konsisten di elemen Tidiart menggunakan beberapa macam font antara lain sebagai berikut ini :

# Tidiart

Gambar II.12 Logo Tidiart sebelumnya

Sumber: Pribadi



Gambar II.13 Logo sebelumnya pada invoice perusahaan

Sumber: Pribadi

Terbukti dalam pemaparan gambar diatas, Tidiart menggunakan logo type yang tidak konsisten disemua element Tidiart. Kekurangan logo Tidiart atau kelemahan logo ini adalah tidak dapat menarik perhatian orang dan tidak sesuai dengan produk yang dijualnya dari sudut pandang logo ini tidak mempunyai makna atau konsep yang mewakili perusahaan tersebut karena pemiliknya membuat tanpa landasan dan filosofi desain sama sekali bahkan logo ini hanya dibuat dengan menggunakan font yang sudah dan logo ini tidak didesain secara konsep yang sesuai dengan perusahaan Tidiart dengan target pasar masih membingungkan, dalam hal ini perlu adanya logo yang mewakili perusahaan Tidiart dengan konsep desain yang mewakili perusahaan agar identitas yang diberikan dapat menyampaikan pesan dan kesan yang menarik konsumen, sehingga masyarakat lebih tahu lagi perusahaan ini karena adanya identitas yang memiliki ciri khas tersendiri.

## **II.7 Resume**

Tidiart ialah produsen souvenir dan miniatur yang ada dikota Bandung perusahaan ini bergerak dibidang industri kreatif, memproduksi berbagai kebutuhan acara pernikahan, ulang tahun, instansi pemerintah, perusahaan nasional, multinasional, dan lain sebagainya Tidiart ingin memasarkan produknya lebih luas lagi dan bisa dijangkau kalangan umum. Pentingnya identitas atau merek dapat mengetahui perusahaan dan mengenalnya, sehingga orang tahu perusahaan itu bergerak dibidang apa saja.

Permasalahan yang paling utama ialah belum adanya identitas yang jelas sehingga Tidiart masi menggunakan logo yang masih berubah ubah pada semua elemet Tidiart. Oleh karena itu dibutuhkan identitas yang jelas dan konsisten terhadap perusahaan, karena hal ini sangat penting bagi perusahaan apabila perusahaan dapat memiliki identitas yang jelas maka perusahaan akan dilirik banyak orang, maka perlunya adanya visual identitas logo yang menyampaikan pesan dan kesan yang ada di Tidiart agar masyarakat lebih mengetahuinya lagi.

## **II.8 Solusi Perancangan**

Sesuai landasan teori diatas dan berdasarkan hasil wawancara yang telah dikemukakan pemilik perusahaan Tidiart, maka dibuatlah strategi yang untuk menyampaikan informasi perusahaan kepada masyarakat luas dalam bentuk visual identitas logo diharapkan dalam pembuatan identitas logo ini perusahaan dapat menyampaikan pesan yang mewakili identitas perusahaan. Perancangan logo ini juga bertujuan untuk media promosi perusahaan dengan cara sebagai berikut:

- Logo akan menjadi daya tarik untuk para konsumen.
- Akan lebih mudah mendapatkan kesetiaan pelanggan dalam hal penjualan produk/jasa perusahaan.
- Akan menjadi pembeda/ciri-khas daripada perusahaan lainnya.
- Memberikan perusahaan kesempatan untuk menetapkan harga jual yang lebih tinggi dari perusahaan lain yang serupa.
- Memberikan perusahaan kesempatan untuk membedakan produknya dari produk lain yang serupa.