BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.

Pakaian yang seringkali digunakan adalah *t-shirt*, *t-shirt* ini memiliki kesan santai, *simple* dan sederhana hal ini membuat *t-shirt* digemari dari muda sampai tua di berbagai kalangan. *T-shirt* ditambah dengan grafis yang menarik atau melambangkan suatu komunitas menambah daya tarik yang lebih dari model pakaian yang lainnya hal ini yang membuat permintaan pasar meningkat sesuai dengan grafis pada *t-shirt* yang mengikuti jaman.

CV. GABAL INDUSTRY adalah perusahan *home industry* yang bergerak dalam bidang produksi atau pembuatan *t-shirt* yang pada awalnya menerima *makloon* (*Contract Manufacturing*) sablon saja dari perusahaan maupun perorangan sampai akhirnya memiliki peralatan produksi secara keseluruhan dari proses potong sampai proses akhir yaitu pengemasan sendiri. Penambahan aset pada bagian produksi membuat gabal leluasa untuk menambah dan membuat aset lebih besar dan luas dengan membuat tiga produk dengan konsep yang berbeda untuk memenuhi permintaan dan meramaikan pasar, antara lain adalah DEADSEVENTIES dengan konsep grafis *vintage*, SUPERDINGO dengan konsep grafis *hyperbola*, dan OVER dengan konsep grafis *superhero*nya.

Tiga *brand* tersebut pada akhirnya berdiri sendiri menjadi sub-perusahaan dengan system manajemen dan titik distribusi yang sudah ada dengan niat agar tidak mengganggu yang lain apabila ada masalah dalam *brand* tersebut. Gabal industry menjadi

perusahaan induk dan tempat produksi *t-shirt* dari ketiga sub perusahaan.

1.2. Identifikasi Masalah.

Sebagaimana dengan peninjauan yang telah dilakukan dapat diidentifikasikan masalah yang dihadapi Gabal Industry yaitu sebagai berikut:.

1. Perubahan struktur perusahaan dari makloon mejadi tempat produksi yang bisa memproses dari awal sampai akhir pembuatan *t-shirt.*
2. Gabal industry mengalami perubahan aset yaitu berpisahnya manajemen dari ketiga *brand.*
3. Gabal Industry menjadi perusahaan induk yang memiliki tiga sub perusahaan.

1.3. Fokus Permasalahan.

Berdasarkan uraikan diatas bahwa gabal industry mengalami peningkatan aset dan pelepasan aset. Pelepasan aset dilakukan agar mengurangi resiko dan tidak berdampak besar pada yang lain apabila salah satu dari sub perusahaan maupun induk perusahaan mengalami masalah manajemen.

Hal ini membuat Gabal industry memposisikan sebagai perusahaan induk yang mengawasi sub perusahaan yang lain sehingga dapat berjalan dengan baik dan peningkatan kinerja kerja pada setiap sub perusahaan.

1.4. Tujuan Perancangan.

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk membuat logo gabal industry yang baru agar dapat mencitrakan perusahan induk yang memiliki sub perusahaan di dalamnya.

1.5. Kata Kunci.

Logo merupakan simbol yang digunakan untuk menyampaikan citra perusahaan. Selain itu juga logo dapat menunjukan kegiatan dan fungsi perusahaan yang di wakilinya.

Asal kata logo dari bahasa yunani logos, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Logo adalah penyingkatan dari *logotype.* Istilah logo baru muncul tahun 1937. Logo juga bisa dibilang elemen gambar atau symbol pada identitas visual.

BAB II

TINJAUAN PERUSAHAAN GABAL INDUSTRY

2.1. Tinjauan Umum Perusahaan

2.1.1. Profil Gabal Industry

Nama perusahaan	: CV. GABAL INDUSTRY
Alamat headoffice dan workshop	: JL. Kalianget no. 21 Bandung
Alamat toko	: JL. Meruyahilir no. 2 Jakarta

2.1.2. Perusahan

Pada awalnya usaha ini didirikan atas dasar relasi yang dimiliki oleh pemilik perusahaan tidak jauh dari bidang *fashion*, pemilik *distro* dan toko grosir di daerah yang sering sekali meminta bantuan untuk menangani masalah produksi mereka di Bandung. Tahun 2004 memulai usaha tanpa badan hukum dan dengan dana yang relatif kecil. Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2007 dibuat membuat badan hukum dengan nama CV. GABAL INDUSTRY. Dengan visi misi sebagai berikut :

Visi :

Kepuasan konsumen prioritas utama.

Misi :

Memberikan kontribusi untuk perkembangan industry *clothing.*

2.1.3. Visi Misi Baru Perusahaan

Visi

Visi gabal Industry adalah menjadi perusahaan anak bangsa yang menyediakan produk berupa *t-shirt* yang berkualitas.

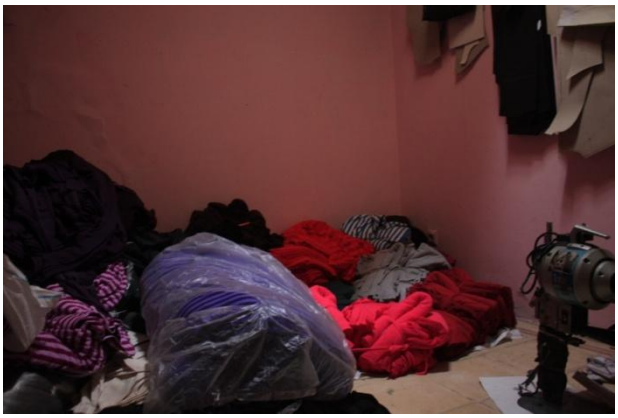
Misi

Gabal industry memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan kreativitas Indonesia.

2.1.4. Tempat Produksi dan Toko Pendistribusian Barang

- **Gudang Kain/Bahan Baku**

  Dalam hal usaha ini membutuhkan tempat yang cukup luas dan membutuhkan ruangan untuk penyimpanan bahan baku *t-shirt* yaitu kain untuk menjaga agar kain tidak lembab terkena air hujan, ruangan yang terlalu panas yang dapat membuat kain mudah lapuk dan ganguan serangga serta hewan pengerat yang dapat merusak kain.



Gambar 2.1 : Gudang bahan

Sumber: Dokumentasi pribadi

- **Ruang Potong Kain/Bahan Baku**

  Proses pembuatan *t-shirt* di awali dengan pemotongan bahan sesuai pola dan *patern* yang sudah dibuat. Tiap bagian pada *t-shirt* memiliki pola masing-masing diantaranya adalah pola badan depan yang sama dengan pola badan belakang, pola tangan dan pola karet untuk leher atau ujung tangan dan semua di potong oleh ahlinya pada ruangan potong.



Gambar 2.2 : Ruang potong kain di CV. Gabal Industry

Sumber: Dokumentasi pribadi

- **Ruang Sablon**

  Pengamplikasian grafis atau memindahkan grafis dari digital kedalam *t-shirt* melewati beberapa proses yaitu pebuatan *film* sablon pada kertas kalkir, pemindahan *film* kalkir pada *screen* sablon dan masuk kedalam proses sablon.



Gambar 2.3 : Ruang sablon di CV. GABAL industry

Sumber: Dokumentasi pribadi

- Embroidery

  Pemindahan gerafik pada *t-shirt* selain sablon ada juga embroidery dimana mesin ini bekerja memindahkan gerafis dari computer langsung dengan program tersendiri. Mesin ini bekerja mengikuti grafis yang sudah di minimalisasi warna grafis yang akan dipindahkan ke *t-shirt* dengan tusukan-tusukan jarum yang sudah di pasang benang sesuai dengan warna yang diinginkan.



Gambar 2.4 : Mesin *embroidery* di CV. Gabal Industry

Sumber: Dokumentasi pribadi

- **Ruang Jahit**

  Gabal industry memiliki ruang jahit dengan kapasitas mesin 14 mesin didalamnya, ruangan jahit ini di pisahkan dari aktivitas lainnya untuk menghindari dari kerusakan kain dan kehilangan.



Gambar 2.5 : Ruang jahit di CV. Gabal Industry

Sumber: Dokumentasi pribadi

- **Ruang Steam**

  Kerapian dalam pengemasan *t-shirt* sangat dibutuhkan dan dalam hal ini gabal memiliki tempat *steam* atau setrika uap sendiri yang berfungsi sebagai alat untuk membuat *t-shirt* rapi dan mudah dimasukan ke dalam plastik kemasan.



Gambar 2.6 : Ruang *steam* di CV. Gabal Industry

Sumber: Dokumentasi pribadi

- Toko

  Toko dalam kondisi renovasi untuk menambah kapasitas *display* barang dan pemasangan citra tiga sub perusahaan.



Gambar 2.7. : *display* sebelah kanan toko.

Sumber: Dokumentasi pribadi.



Gambar 2.8 : *Wallpaper* deadseventies sebelah kanan toko.

Sumber: Dokumentasi pribadi.



Gambar 2.9 : *wallpaper* sebelah kiri.

Sumber: Dokumentasi pribadi.

2.1.5. Logo Sub Perusahaan



Gambar 2.10 : logo Deadseventies



Gambar 2.11 : logo Superdingo



Gambar 2.12: logo over.

2.1.6. Pesaing

Semakin tingginya permintaan pasar banyak bertumbuhan perusahan baru yang bergerak dalam bidang yang sama. Monster industry yang berlokasi di Antapani, Ocikawa yang berlokasi di Cikutra, Sindicate yang berlokasi di Muarajeun Lama dengan persaingan yang ketat.

2.2. Tampilan Logo Perusahaan



Gambar 2.12 : Logo perusahaan

Logogram dari logo gabal industry ini manampilkan pria dengan mahkota dan wanita dengan tarikan garis di ibaratkan rumah atau tempat bernaung. Typografi untuk GABAL kesan cepat dan penulisan alamat masih di alamat yang lama.

2.3. Analisa Permasalahan Gabal Industry (S.W.O.T).

- **Strength (kekuatan).**

  Produk utama dan tempat produksi yang hanya memproduksi *t-shirt* dan hal ini lebih memudahkan untuk membuat citra yang baru terhadap gabal industry.

- **Weakness (kelemahan).**

  Usia dan model dari *fashion* yang terus berkembang membuat persaingan yang dapat mengalihkan citra perusahaan di masyarakat.

- **Opportunity (peluang).**

  Kesetabilan pada produksi membuat para pencinta *t-shirt* menjadi sebuah komunitas dan citra perusahaan akan tertanam dengan baik.

- Treath (Ancaman)

  Ancaman akan pudarnya citra perusahaan di mata masyarakat akibat dari citra-citra pesaing.

2.4. Scenario Brand Architecture Dalam Sebuah Identitas

Dijelaskan oleh Rustan dalam buku mendesain logo bahwa hal yang perlu di ketahui sebelum membicarakan identitas visual atau logo adalah scenario *brand architecture* apa yang akan di terapkan.

Brand architecture adalah hirarki beberapa *brand* yang mempunyai hubungan satu dengan yang lainnya, misalnya antara perusahaan induk dengan anak perusahaan, divisi, produk dan servis. Merencanakan *brand architecture* sangat penting karena akan berdampak pada system identitas baik secara verbal maupun visual.

Brand architecture sendiri di bagi menjadi tiga, diantaranya yaitu :

1. *Monistic/Monolithic/Branded House/Standalone/Freestanding*

   Menggukan satu *brand*. Perusahaan dan produknya mengunakan satu *brand* yang sama. Tujuannya untuk memudahkan konsumen memiliki gambaran tunggal dan jelas tentang *brand* tersebut.
2. *Endorsed/House Blend*

   Menggukan dua nama *brand,* satu *brand* yang di dukung oleh *brand* induk yang lebih kuat dan kredibilitasnya sudah terkenal.
3. *Pluralistic/Product Brand/House Of Brand/Branded*

   Menggukana macam-macam nama *brand* yang berbeda untuk produknya. *Brand* induknya sendiri tidak terlalu di tonjolkan.

Logo sebagai sebuah lambang yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberikan sebuah identitas, informasi, persuasi yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran. (Safanayong, 2009)

Berbicara mengenai logo atau identitas maka kita harus mengetahui 3 eleman penting , yaitu :

1. NAMA, kaitannya dengan word atau bunyi.
2. SIMBOL, kaitannya dengan bentuk visual.
3. WARNA, selain sebagai daya tarik visual, makna simbolik, juga berkaitan dangan pengaruh psikologi.

2.4.1. Fungsi Logo

Inovasi yang baik untuk meraih posisi tertentu di pasar, termasuk kedalam hal komunikasi kepada konsumen. Semua perusahaan yang bergerak dalam bidang apapun, menginginkan untuk selalu diingat oleh masyarakat terutama oleh konsumennya dalam menggunakan produk perusahaan.

Perusahaan gabal industry memiliki nilai lebih dimata masyarakat, mempunyai kelebihan dan keunikan yang tidak di miliki oleh perusahaan lain, terutama perusahaan yang berjalan di bidang yang sama. Dengan adanya logo yang baru konsumen gabal industry akan lebih mudah mengingat perusahaan atau citra yang baik terhadap perusahaan tersebut. Corporate identity sangat berkaitan dengan tampilan atau visual perusahaan.

Corporate identity atau logo diyakini sebagai salah satu persyaratan bisnis masa kini yang harus di ikuti, terlebih dalam era globalisasi yang mampu menyampaikan pesan dan kesan yang akan memberikan keuntungan dan popularitas bagi masa depan perusahaan dan juga sebagai unsur desain yang digunakan oleh perusahaan maupun gabal industry sendiri untuk menciptakan identitas diri yang berbeda dan konsisten.

2.4.2. Klasifikasi Logo

Rustan (2009) menjelaskan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- Alina Wheeler, penulis buku Designing Brand Identity, logo dapat dibagi menjadi beberapa kategori, namun batasan antara kategori itu sifatnya fleksibel. Satu logo bisa termasuk dalam beberapa kategori sekaligus.
- Yasaburo Kuwayama membagi trademark menjadi 4 jenis. Pertimbangan Kuwayama dalam membuat pengkategorian ini adalah semata-mata dilihat dari segi penampilan fisiknya, bukan dari maknanya yaitu sebagai berikut :

- Alphabet, yaitu berbentuk huruf.
- Symbols, numbers yaitu terdiri lambang-lambang atau angka-angka
- Concrete forms, yaitu bentuk yang serupa dengan objek aslinya.
- Abstract forms, yaitu bentuk yang abstrak.
-

2.4.3. Kajian visual

Beberapa unsur yang membuat kenapa mata dapat melihat menurut Safanayong (2009) dalam buku Desain Komunikasi Visual Terpadu menjabarkan unsur-unsur tersebut.

1. Warna

   Berkaitan dengan : cahaya, texture, ukuran, proporsi, material dan temperature.

   a. Additive atau subtractive
   b. Konstansi warna
   c. Tiga cara pendekatan warna
      - Metoda obyektif

        Secara sainsitifik dan karakteristik

        (dasar komponen warna : hue, value, intensitas/chroma, temperature)

- Metoda subyektif
- Metoda komparatif/assosiatif

d. Penggunaan secara sosiologis
e. Interaksi, Relatifitas, proporsi.

2. Bentuk
   a. Unsur-unsur bentuk : titik, garis, bidang, volume
   b. Karakteristik bentuk : ukuran, bentuk dua dimensi (segi empat, lingkaran, segi tiga), tekstur, warna
   c. Interaksi bentuk : posisi, arah ruang
3. Kedalaman

   Berkaitan dengan : ruang, ukuran (berkaitan dengan skala), warna, pencahayaan, tekstur, waktu, perspektif.
4. Gerak

   Berkaitan dengan : warna, bentuk, kedalaman
   a. Gerak nyata
   b. Gerak ilusi
   c. Gerak grafis dan motion

2.5. Solusi Permasalahan

Dalam hal ini gabal industy membutuhkan pencitraan yang sesuai dengan kondisi perusahaan hal tersebut membutuhkan pembuatan logo baru yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dan pesan yang di ingginkan dapat tersampaikan kepada masyarakat.

2.6. Pengertian Positioning

Positioning adalah sebuah strategi untuk menempatkan sebuah citra tertentu dalam imaginasi konsumen. Positioning dilakukan setelah mengkaji berbagai keunikan dan keungulan yang kita miliki dibandingkan dengan pesaing. Tujuannya agar supaya produk/jasa yang ditawarkan berbeda dengan produk/ jasa para pesaing.

Gabal industry ingin memposisikan perusahannya sebagai induk perusahaan yang memiliki tiga sub perusahaan.dimana gabal sebagai perusahaan induk yang bergerak dalam bidang produksi *t-shirt* dan tiga sub perusahaannya yang bergerak dalam bidang pendistribusian *t-shirt* dengan segmentasi keluarga

2.7. Identitas

Identitas adalah simbolisasi ciri khas yang mengandung diferensiasi dan mewakili citra organisasi. Identitas dapat berasal dari sejarah, filosofi/visi/cita-cita, misi/fungi, tujuan , strategi, program dan logo.

Identitas sangat di butuhkan oleh perusahaan, hal ini sama seperti kita menilai orang baru secara detail, mulai dari penampilan dan perilakunya untuk mendapatkan sebuah penilaian seperti apa orang tersebut, menurut Surianto Rustan dalam mendesain logo (2009: 54), dalam konteks identitas perusahaan disebut dengan identity mix, yang terdiri dari:

1. Visual. Contohnya: logo, tipografi, warna, packaging, seragam, signage, bangunan.
2. Komunikasi. Contohnya: iklan, laporan tahunan, press release, customer service, public relation.
3. Perilaku (behavior). Corporate value, corporate culture, norma.

2.8. Target Pasar

a. Segmentasi

1. *Demographic*
    - Semua golongan masyarakat Indonesia
    - Status sosial menegah ke atas
2. *Psycographic*
    - Sadar akan pengunaan produk
    - Memperhatikan industry kreatif
3. *Behavioral*
    - Berpendidikan dan terpelajar
    - Mengahargai karya desain dan seni
    - Mencintai produk anak bangsa

BAB III

STRATEGI DALAM PERANCANGAN LOGO CV. GABAL INDUSTRY

3.1. Strategi Perancangan

Dalam perancangan identitas dibutuhkan strategi yang tepat agar dapat menyelesaikan masalah dengan baik dan tepat sasaran tentunya. Strategi yang baik akan mempermudah dalam proses perancangan dan meminimalisasi kegagalan.

3.1.1 Strategi Komunikasi

Komunikasi dengan pihak gabal industry, hal ini dilakukan untuk mendapatkan permasalahan yang harus di tanggulangi melihat dari visi dan misi serta *positioning yang baru* untuk masuk kedalam proses kreatif visualisasi dan pemilihan media.

3.1.2 Strategi Kreatif

Mapping keterkaitan yang ada dalam gabal industry dari tempat produksi, *head office,store,* dan sub-perusahaan untuk mendapatkan *keyword* dan *visualword* sehingga memudahkan untuk membuat *thumbneils* yang.

3.1.3 Strategi media

Media yang dibutuhkan adalah media yang berperan penting dalam menerapkan citra perusahaan yang baru agar target perusahaan tercapai dengan sesuai yang di inginkan.

A. peralatan kantor / stationary

- Kop surat

  kertas surat berguna untuk menulis pesan penting kepada relasi.

- Amplop

  Amplop ini di gunakan untuk keperluan surat menyurat internal dan external perusahaan.

- Map

  Map ini berfungsi sebagai wadah agar document dapat tersusun dengan rapih di dalamnya.

- Kartu nama

  kartu nama berfungsi untuk media perkenalan audience kepada perusahan. baik itu nama perusahaan maupun staff dan crew dari perusahaan sendiri.

- ID CARD

  Tanda pengenal didalam perusahan yg memberikan informasi tentang jabatan dalam perusahaan.

- Memo

  memo berfungsi untuk mencatat berbagai kegiatan di kantor untuk meninggalkan pesan maupun untuk keperluan staf perusahaan lainnya.

- Stempel perusahaan

  stempel digunakan oleh pimpinan dari perusahaan untuk menyetujui sesuatu yang berhubungan yang berhubungan bisnis dengan perusahaan

B. Seragam crew

- seragam crew dibuat 2 macam karena di bedakan dari jenis pekerjaan yang mereka kerjakan, yaitu :
    - seragam poloshirt digunakan untuk staf
    - *t-shirt*

C. Merchandise

Semua *marchendise* ini bisa didapatkan dengan berbelanja dengan nominal minimal yang sudah di tentukan dari pihak perusahaan.

- Gantungan kunci

  Media ini dapat digunakan sebagai gantungan kunci mobil, motor, lemari, rumah, kosan dan lainnya.

- Ballpoint

  Ballpoint ini hamper setiap hari digunakan dan logo gabal akan terlihat jelas.

- Jam Meja

  Jam meja menjadi media yang menarik, bentuk serta fungsinya yang dapat di jadikan wadah ballpoint ini menambah kesan elegan perusahaan.

- *T-shirt*

  Sesuai dengan produk utama dari Gabal ini dapat lebih mencitrai perusahaan.

3.2. Konsep Visual

Dalam perancangan logo perusahaan gabal industry, telah mendapatkan acuan perancangan sehingga mempermudah untuk masuk dalam proses eksekusi visual.

3.2.1. Proses Penyederhanaan Logo Gram

Proses penyederhanaan ini agar mempermudah pengenalan dan memudahkan masyarakat dalam mengingat logo tersebut. Logo yang berbobot lebih cenderung sederhana. Memberikan warna yang lebih kontras. Penyederhanaan bentuk dari produk inti perusahan yaitu *t-shirt.*



Gambar 3.1 : Penyederhanaan logo gram

3.2.2. Logo Type

Perancangan logo type di adaptasi dari benang. Benang bagian dari *t-shirt* yang mempunyai peranan besar. Bahan setengah jadi ini pengikat bagian satu dengan yang lain. Membentuk sebuah kata yaitu gabal yang berwarna warna biru dengan kontur berwarna hitam, dinamis serta mencitrakan ke harmonisan dalam sebuah hubungan.



Gambar 3.2 : Penyederhanaan logo type

3.3. Eksekusi Visual

3.3.1. Hasil Akhir Logo



Gambar 3.3 : Hasil akhir logo utama

3.3.2. Penjabaran Visual

Logo gram di ambil dari bentuk sederhana produk inti perusahan yaitu *t-shirt* yang merupakan kebutuhan sehari-hari manusia mulai balita sampai tua. Tiga baju di adopsi dari baju anak-anak, ibu dan ayah yang di ibaratkan sebagai keluarga dan ini bersangkutan dengan gabal industry dimana memiliki tiga sub perusahaan.

Pemilihan warna geradasi dari jingga ke warna kuning bagaikan sinar matahari yang menyinari bumi, hangat, nyaman dan salah satu sumber inti kehidupan di dunia.

Rotasi 60 derajat di gambarkan sebagai sebuah grafik peningkatan yang terus meningkat atau dengan kata lain berlahan tapi pasti.

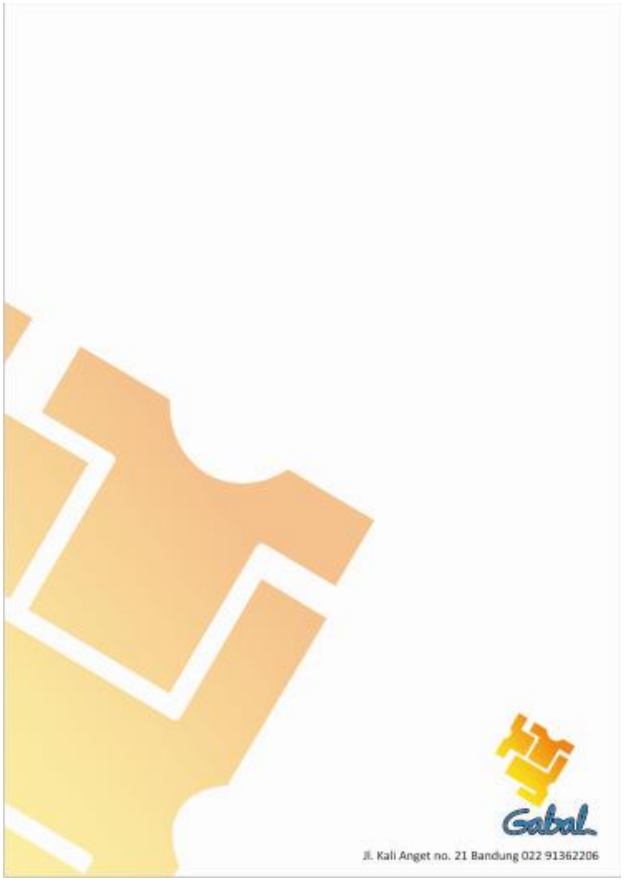
Logo type di adaptasi dari benang sulam yang berwarna biru bertemu dengan dengan kontur berwarna hitam, dinamis serta mencitrakan ke harmonisan dalam sebuah hubungan.

BAB IV

Media dan Teknis Produksi

4.1. Kop Surat

Kop surat ini berguna untuk surat menyurat kepada konsumen dan pihak rekan kerja yang lain, dengan menggunakan kopsurat yang baru ini membuat pihak lain yang berhubungan langsung dengan perusahaan dapat mengenali citra perusahaan yang baru.



Ukuran : 210 mm X 297 mm
Material : HVS 80gram
Teknis : Cetak *offset*

4.2. Amplop

Dengan amplop yang terdapat logo Gabal Industry yang baru membuat citra Gabal industry semakin kuat.



Ukuran : 240 mm X 110 mm

Material : HVS 80gram

Teknis : Cetak *offset*

4.3. Kartu Nama

Kartu nama ini berfungsi untuk memberikan informasi *contact pearson* kepada pihak yang akan bekerjasama.



Ukuran : 95 mm X 55 mm

Material : counstruck paper 310gram

Teknis : Cetak *offset,* laminasi *dove*

4.4. Map

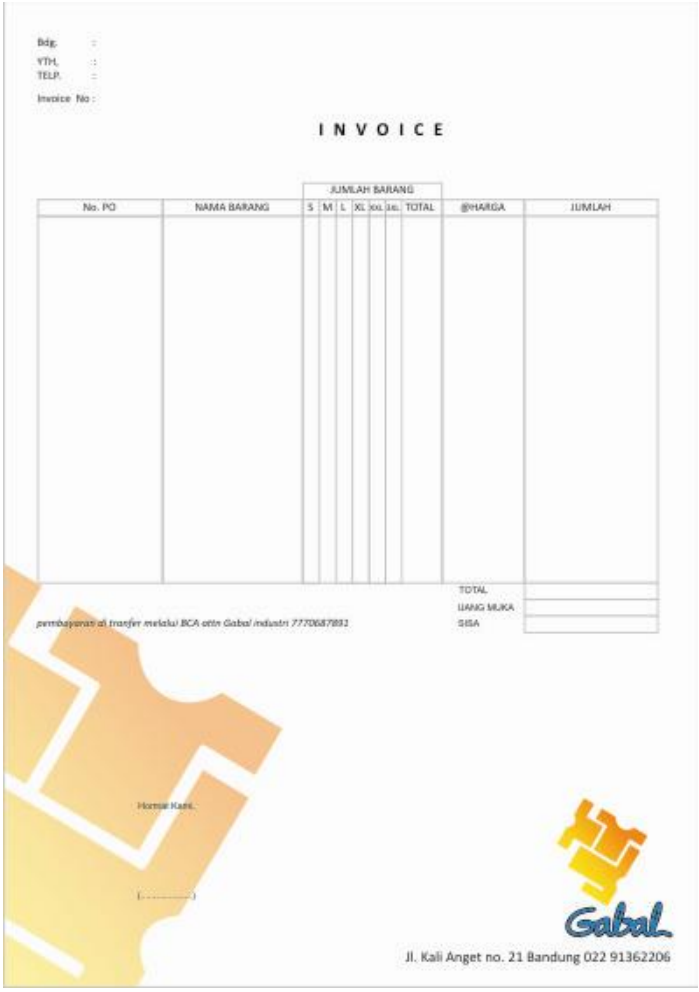
Map ini berfungsi sebagai wadah penyimpanan kertas atau apabila ada pengajuan kepada pihak lain map ini membuat lebih ekslusif.



Ukuran : 420 mm X 297 mm
Material : counstruck paper 310gram
Teknis : Cetak *offset,* laminasi *dove*

4.5. Invoice

Invoice dengan penempatan logo Gabal yang baru memastikan bahwa pihak tertagih mendapatkan informasi tagihan dari pihak Gabal Industry dan citra perusahaan terlihat jelas.



Ukuran : 420 mm X 297 mm

Material : counstruck paper 310gram

Teknis : Form Cetak *offset,* print

4.6. Notes

Membuat catatan kecil dalam pekerjaan terkadang sering terjadi dan membutuhkan media khusus untuk hal ini. Dengan notes yang di buat dengan logo Gabal Industry.



Ukuran : 150 mm X 100 mm
Material : HVS 70gram
Teknis : Cetak *offset*

4.7. Kartu Pengenal

Kartu pengenal in berfungsi untuk mengenalkan jabatan dan *jobdesk* masing-masing karyawan di dalam perusahaan Gabal Industry dan sebagai identitas keryawan Gabal Industry kepada masyarakat dan konsumen.



Ukuran : 95 mm X 55 mm
Material : PVP
Teknis : *Print digital*

4.8. Seragam Karyawan

Seragam kerja berfungsi untuk lebih mencitrakan perusahaan Gabal Industry di dalam dan di luar perusahaan. Ini dapat berfungsi juga sebagai bentuk penyeragaman pada karyawan sehingga tidak ada perbedaan.



Ukuran : S M L XL

Material : Kain katun

Teknis : Sablon

4.9. Kendaraan Oprational

Logo baru perusahaan pada kendaraan operational membantu membangun citra perusahaan dan juga menjadi media iklan *mobile* untuk mengenalkan pada masyarakat bahwa Gabal Industry memiliki identitas baru.



Ukuran : sesuai kebutuhan

Material : *stiker outdoor*

Teknis : *Print digital outdoor*

4.10. Gantungan Kunci

Media ini di harapakan dapat berada di sekitar konsumen dan masyarakat yang didapat dari transaksi pada pihak Gabal Industry. Dengan adanya gantungan kunci ini dapat menanamkan citra perusahaan di masyarakat.



Ukuran : 40 mm X 32 mm
Material : akrilik, rubber sintetik
Teknis : *cutting lazer, hotpress*

4.11. T-shirt

Sesuai dengan produk utama dari perusahaan, *marchendise* ini membantu lebih untuk pembangunan citra perusahaan didalam konsumennya.



Ukuran : S M L XL
Material : Kain katun
Teknis : Sablon

4.12. Bollpoint

Kebutuhan alat tulis didalam masyarakat sangat di butuhkan dan pemilihan media *ballpoint* atau pulpen diharapkan para pengguna dapat mengingat nama perusahaan Gabal Indutry .



Ukuran : 140mm

Material : bollpoint jadi

Teknis : print digital vinil stiker

4.13. Jam Meja

Untuk menambah kemewahan pemberian dari Gabal untuk konsumen, media jam meja ini sesuai dan dapat di letakkan di meja kerja sehingga citra Gabal terus terlihat.



Ukuran : diameter 85 mm, tinggi : 110 mm
Material : jam jadi
Teknis : sablon

DAFTAR PUSTAKA

Rustan, Surianto. (2009). *Mendisain Logo.* Jakarta: Gramedia

Rustan, Surianto. (2009). *Layout.* Jakarta: Gramedia

Safanayong, Yongky. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu.* Jakarta: Arte Intermedia

Suherman, Eman. (2008). *Business Entrepreneur.* Bandung: Alfabeta

http://id.wikipedia.org