

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perancangan Ulang

Redesign merupakan kegiatan yang melibatkan perubahan dan pembaruan desain lama menjadi desain baru yang lebih baik, dengan tujuan positif serta peningkatan kualitas desain (Yusuf & Mutalib, 2021).

Sementara itu, menurut Rogahang, dkk (2015) Redesain adalah suatu perencanaan yang bertujuan untuk melakukan perubahan pada struktur dan fungsi suatu objek, bangunan, atau sistem, dengan harapan dapat menghasilkan manfaat yang lebih baik dibandingkan desain awal.

2.2 Identitas Visual

Menurut Kurniansyah (2021), identitas visual adalah citra visual yang terdiri dari logo dan elemen turunannya yang mencerminkan nilai-nilai, karakteristik, serta visi dan misi dari suatu perusahaan.. Identitas visual mencakup semua citra dan informasi grafis yang mengekspresikan identitas dari merek dan apa yang membedakannya dari yang lain (Levanier, 2020). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa identitas visual adalah citra visual yang dimiliki oleh merek yang bertujuan untuk membedakan diri dari merek lainnya, atau dapat diartikan sebagai ciri khas dari merek itu sendiri.

2.3 Brand Image

Menurut Keller dalam (Widyastuti & Said, 2017), *brand image* adalah persepsi yang dimiliki oleh seorang konsumen terhadap suatu merek, yang juga mencerminkan ingatan yang dapat digambarkan dan berhubungan dengan merek tersebut. Kemudian menurut (Khuong & Tran, 2018) *brand image* adalah sebuah situasi dimana konsumen berpikir dan merasa sebuah atribut dari sebuah merek sehingga konsumen dapat dengan baik merangsang niat pembelian konsumen dan meningkatkan nilai merek. Selain itu, menurut (Suhaily & Darmoyo, 2017),

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

hubungan antara citra merek dan keputusan pembelian adalah kondisi di mana merek dapat memengaruhi perilaku konsumen terhadap suatu produk dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Dengan demikian, semakin baik citra merek, semakin besar peluang untuk memengaruhi keputusan pembelian.

2.4 Desain Komunikasi Visual

Menurut Octosa (2017), desain komunikasi visual merupakan salah satu cabang ilmu desain yang mempelajari konsep komunikasi serta ekspresi kreatif, teknik, dan media dengan memanfaatkan elemen-elemen visual atau bentuk untuk menyampaikan pesan dengan tujuan tertentu, baik itu tujuan informasi maupun tujuan persuasi yang bertujuan untuk mempengaruhi perilaku.

2.4.1 Prinsip Desain Komunikasi Visual

Beberapa prinsip desain yang diakui oleh para ahli yaitu (Putra, 2021) antara lain:

1. *Unity* (Kesatuan)

Unity atau kesatuan merupakan bersatunya sebuah elemen-elemen dalam desain sehingga dapat melahirkan kesan harmonis pada satu elemen dengan elemen yang lainnya yang saling mendukung untuk menyampaikan suatu pesan dari desain yang dibuat (Putra, 2021).



Gambar 2.1 Contoh Gambar Unity
Sumber : <https://shorturl.at/1p215>

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. *Balance* (Keseimbangan)

Keseimbangan dalam desain grafis melibatkan distribusi visual yang merata dari elemen-elemen desain di seluruh karya. Terdapat dua jenis keseimbangan, yaitu keseimbangan simetris yang menghasilkan distribusi yang sama di kedua sisi, dan keseimbangan asimetris yang menciptakan keseimbangan dengan elemen-elemen berbeda namun tetap seimbang secara visual. Keseimbangan ini menciptakan perasaan harmoni dan stabilitas, memandu mata penerima melalui desain tanpa memberikan kesan yang tidak seimbang atau berat sebelah.



Gambar 2.2 Contoh Gambar Keseimbangan
Sumber: <https://shorturl.at/MZ7rF>

3. *Rhythm* (Irama)

Prinsip irama muncul dari pengulangan elemen-elemen yang serupa dengan cara yang konsisten, atau elemen-elemen yang berbeda (dari segi bentuk, ukuran, posisi, atau komponen) namun membentuk pola berirama dan menciptakan keseimbangan dalam aspek.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 2.3 Contoh Gambar Irama
Sumber: <https://shorturl.at/MZ7rF>

4. *Emphasis* (Penekanan)

Prinsip penekanan menonjolkan elemen yang dianggap paling penting yang melibatkan penggunaan kontras, warna, ukuran, dan penempatan untuk menarik perhatian, mendukung komunikasi pesan utama, atau menciptakan hierarki visual. Prinsip penekanan pada desain karakter aplikasi penerbit erlangga terdapat pada ukuran dan warna dari aset objek.



Gambar 2.4 Contoh Gambar Emphasis
Sumber : <https://shorturl.at/Q5Fps>

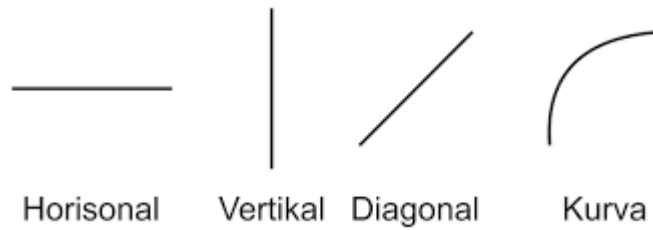
2.4.2 Elemen Desain Komunikasi Visual

Menurut Landa (2014), elemen desain dalam desain grafis yaitu :

1. Garis (*Line*): Elemen dasar yang menghubungkan dua titik dan dapat membentuk berbagai bentuk serta struktur dalam desain.

Hak Cipta :

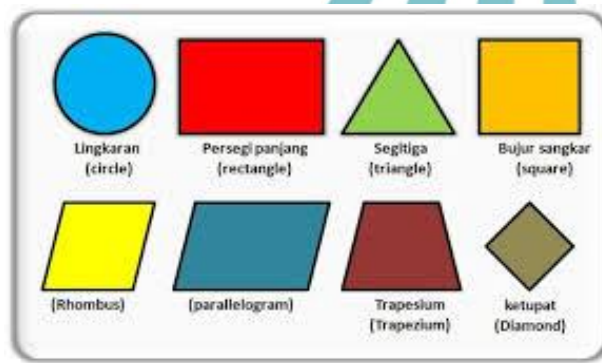
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 2.5 Contoh Gambar Elemen Garis

Sumber : <https://shorturl.at/oXW0S>

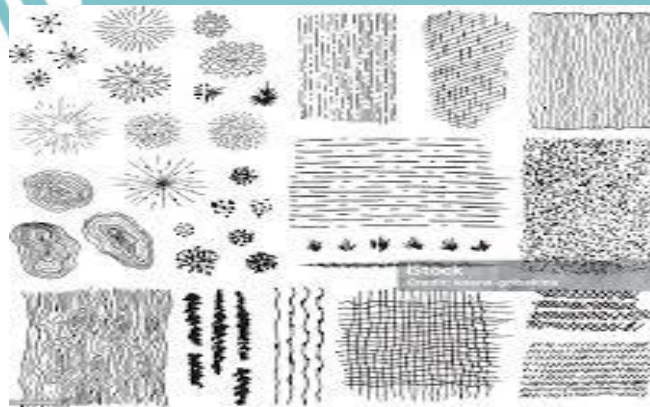
2. Bentuk (*shape*): area yang dibatasi oleh garis atau perbedaan warna, menciptakan wujud visual tertentu.



Gambar 2.6 Contoh Elemen Bentuk

Sumber : <https://shorturl.at/kXcfn>

3. Tekstur : Kualitas permukaan visual yang dapat memberikan kesan tertentu, baik secara nyata maupun imajinatif.



Gambar 2.7 Contoh Elemen Tekstur

Sumber: <https://shorturl.at/0nzsp>

4. Tipografi

Menurut Kanta & Artayasa (2022), istilah tipografi berasal dari bahasa Yunani, yaitu "typhos" dan "graphein," yang berarti bentuk tulisan. Oleh karena itu, tipografi dapat dipahami sebagai suatu disiplin ilmu yang mempelajari bentuk huruf serta seni dan desain karakter, termasuk simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi visual. Tipografi dalam sebuah desain memiliki peran penting dalam mencerminkan kinerja penjualan suatu perusahaan atau organisasi. Pemilihan dan penerapan tipografi yang tepat dapat memengaruhi daya tarik visual serta efektivitas komunikasi suatu merek, sehingga berkontribusi dalam menarik perhatian konsumen.

a. Jenis Tipografi

1. *Serif*

Menurut (Zainudin, 2021), Huruf serif merupakan jenis huruf yang ditandai dengan adanya tambahan garis kecil atau dekorasi pada setiap ujung karakter. Gaya huruf ini berasal dari abjad latin dan pertama kali digunakan dalam inskripsi yang diukir pada batu pada masa Romawi kuno. Kehadiran elemen tambahan pada ujung huruf tidak hanya memberikan kesan klasik dan elegan, tetapi juga meningkatkan keterbacaan, terutama dalam teks cetak dengan ukuran kecil. Hingga saat ini, huruf serif masih banyak digunakan dalam berbagai media, terutama pada publikasi cetak seperti buku dan surat kabar, karena mampu memberikan tampilan yang lebih formal dan mudah dibaca dalam blok teks panjang.

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890**

Gambar 2.8 Contoh Gambar Font Serif
Sumber: <https://shorturl.at/zIz3m>

Hak Cipta:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. *Sans serif*

Sans serif adalah tipe huruf yang tidak memiliki garis tambahan atau dekorasi pada ujung setiap karakternya, berbeda dengan huruf serif yang memiliki elemen tersebut. Kesederhanaan bentuk huruf sans serif memberikan kesan modern, minimalis, dan bersih, sehingga sering digunakan dalam berbagai media digital dan desain kontemporer. Seiring dengan perkembangan teknologi, jenis huruf ini menjadi pilihan utama dalam tampilan antarmuka digital, situs web, serta produk-produk yang mengutamakan inovasi dan kemudahan aksesibilitas. Kemampuannya dalam memberikan tampilan yang jelas dan mudah dibaca, terutama pada layar digital, menjadikan sans serif sebagai elemen penting dalam desain komunikasi visual masa kini. (Budiarta et al., 2023).

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890 ! @ # \$ % & * ? , ; :

Robust
Simple user
interface

Gambar 2.9 Contoh Font Sans Serif
Sumber: <https://shorturl.at/PzMjI>

3. *Script* atau *Handwriting*

Huruf *script* merupakan jenis tipografi yang terinspirasi dari goresan tinta yang dihasilkan oleh tulisan tangan. Karakteristik utama dari huruf ini adalah bentuknya yang mengalir dan menyerupai tulisan manual, sehingga memberikan kesan elegan dan artistik.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890
!@#%&*?;,;:\$£€

Gambar 2.10 Contoh Font Script
Sumber: <https://shorturl.at/NCOHE>

Secara umum, huruf *script* dapat dikategorikan ke dalam dua jenis utama, yaitu bentuk *formal* yang sering digunakan dalam dokumen resmi, undangan, atau sertifikat, serta bentuk *cursive* yang lebih kasual dan santai. (Zainudin, 2021). Penggunaan huruf *script* dalam desain grafis bertujuan untuk menciptakan nuansa estetis dan personal, namun tetap perlu diperhatikan keterbacaannya agar sesuai dengan konteks penggunaannya.

4. Decorative

Huruf dekoratif merupakan jenis tipografi yang memiliki karakteristik unik dan mudah dikenali. Setiap jenis huruf dalam kategori Ini memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari jenis huruf lainnya. Penggunaannya bertujuan memberikan penekanan pada suatu konten publikasi serta menciptakan tampilan yang lebih menarik dan bernilai estetis tinggi. Karena sifatnya yang mencolok dan mampu menarik perhatian. (Zainudin, 2021). Meskipun memiliki daya tarik visual yang kuat, penggunaannya perlu disesuaikan dengan konteks agar tidak mengurangi keterbacaan dan efektivitas pesan yang ingin disampaikan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 2.13 Contoh Font Decorative
Sumber: <https://shorturl.at/3HyCR>

5. Warna

Elemen yang memberikan nuansa dan emosi pada desain, serta membantu dalam penekanan informasi.



Gambar 2.14 Contoh Elemen Warna
Sumber : <https://shorturl.at/4FW7e>

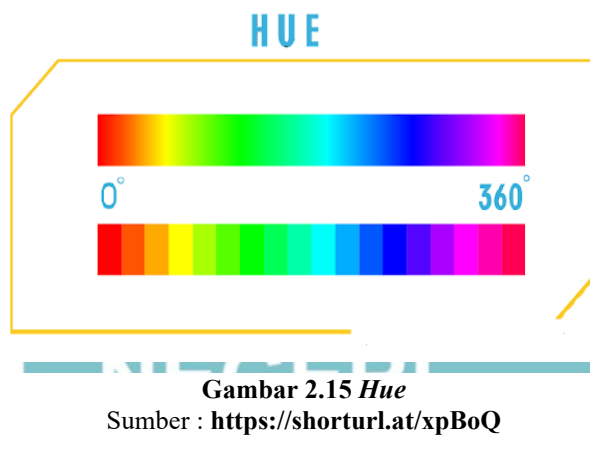
Yot (2020) menyatakan bahwa terdapat tiga komponen yang menjelaskan sebuah warna, yaitu *hue*, *saturation*, dan *intensity* atau *value*. Pengguna fitur pemilih warna dalam program grafis komputer umumnya sudah cukup akrab dengan ketiga komponen warna tersebut. Setiap warna memiliki presentasinya masing-masing dan semua itu diperlukan untuk mendeskripsikannya. Terkadang, warna memerlukan karakteristik tambahan, seperti *opacity*, namun yang paling penting adalah warna dapat dijelaskan melalui tiga konsep utama yaitu *hue*, *saturation*, dan *value*.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

a. *Hue*

Menurut Holtzschue (2017), *hue* berasal dari warna asli itu sendiri. Dalam konteks ilmiah, *hue* digambarkan sebagai warna cahaya yang dapat diukur (hlm. 64). Yot (2020) menyatakan bahwa *hue* adalah komponen yang tidak sepenting dua komponen warna lainnya dalam hal penglihatan. Berbeda dengan saturation yang dapat mendeskripsikan jarak dan ruang dalam objek, *hue* lebih bersifat subjektif dalam mendeskripsikan sebuah objek. Ada dua faktor yang mempengaruhi *hue*, yaitu pertama, *hue* dari objek asli yang juga dikenal dengan warna lokal, dan *hue* yang berasal dari sumber cahaya itu sendiri. Apabila cahaya memiliki warna *hue* yang kuat, semakin berpengaruh juga kepada warna objek yang diterangi cahaya tersebut.



Gambar 2.15 Hue

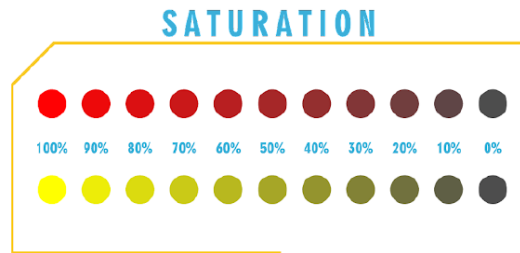
Sumber : <https://shorturl.at/xpBoQ>

b. *Saturation*

Holtzschue (2017) menyatakan bahwa fungsi nilai dan saturasi sangat mudah tertukar dan seringkali membingungkan. Banyak orang beranggapan bahwa semua warna gelap bersifat redup. Meskipun ada warna gelap yang redup, kenyataannya, *hue* suatu objek dapat dikurangi saturasinya tanpa mengubah nilai objek tersebut, seperti pada warna jingga dan merah yang dapat diredupkan menjadi warna tanah liat. Kedua warna tersebut memiliki *hue* dan nilai yang sama, tetapi saturasi yang berbeda.

Hak Cipta :

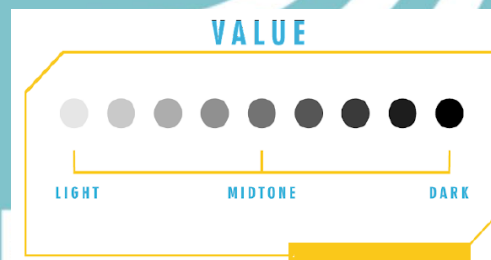
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 2.16 Saturation
Sumber: <https://shorturl.at/xpBoQ>

c. *Value*

Yot (2020) menyatakan bahwa nilai adalah komponen warna yang paling penting di antara ketiga komponen warna lainnya dalam hal menggambarkan suatu objek. Dengan adanya nilai, akan sangat mudah untuk memahami sebuah gambar meskipun semua informasi warna yang terdapat dalam gambar tersebut dihilangkan.



Gambar 2.17 Value
Sumber: <https://shorturl.at/xpBoQ>

2.5 Psikologi Warna

Tiap warna memiliki karakteristiknya masing-masing yang dapat diartikan dan digunakan dalam mendukung suasana yang berbeda juga. Tentunya kehadiran tiap warna mampu memberikan pengaruh besar terhadap psikologis manusia. Sensasi yang tercipta dan perasaan senang atau sedih sangat melekat pada penggunaan warna, sehingga faktor psikologis yang akan timbul dari warna harus diperhatikan sebelum pengembangan desain dilakukan (Sasongko et al., 2020). Terdapat pemaknaan warna menurut Goethe dan Itten (dalam Sasongko et al., 2020), sebagai berikut:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.5.1 Merah

Warna merah diartikan sebagai kekuatan, energi, emosi, aktif, tantangan, dan kegembiraan.

2.5.2 Kuning

Warna kuning dimaknai dengan sebuah kehangatan, perasaan semangat, bahagia, dan ceria.

2.5.3 Biru

Warna biru memiliki makna ketenangan, refleksi, kesejukan, integritas, kecerdasan, sensitif, protektif, kooperatif, keyakinan, logika, komunikasi, dan efisiensi.

2.5.4 Pink

Warna pink melambangkan kelembutan hati, feminim, romantisme, cinta, dan kasih sayang.

2.6 Logo

Asal kata "logo" berasal dari bahasa Yunani, yaitu "logos", yang memiliki arti kata, pikiran, pembicaraan, serta akal budi. Pada awalnya, istilah "*logotype*" lebih dikenal, namun seiring berjalannya waktu, istilah tersebut bertransformasi menjadi "logo". Logo pertama kali muncul antara tahun 1810 hingga 1840, dan diartikan sebagai tulisan nama pada entitas yang dirancang khusus dengan teknik lettering atau menggunakan jenis huruf tertentu.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *logotype* adalah elemen tulisan semata (Rustan, 2017: 12). Menurut Sriwitari dkk (2014: 97), logo adalah gambar atau simbol yang berfungsi sebagai identitas dalam menggambarkan citra karakter suatu lembaga atau perusahaan.

2.6.1 Logogram

Logogram berupa elemen gambar dari logo, sebuah elemen *symbol* yang bisa mewakili atau memberi makna pada sebuah kata logogram juga bisa disebut juga Ideogram adalah simbol yang merepresentasikan suatu maksud atau ide. Logo

berfungsi sebagai tanda tangan dari sebuah entitas yang berarti tanda, karakteristik yang diterapkan pada suatu objek (Rustan, 2017; 13).



Gambar 2.18 Contoh Logogram
Sumber: <https://shorturl.at/xaTk5>

2.6.2 Logotype

Menurut (Ibnu, 2021), *logotype* adalah elemen logo yang mencakup nama merek dalam bentuk teks yang dapat dibaca secara fisik. Penggunaan *logotype* sangat sesuai untuk *branding* yang baru muncul dan sedang berkembang, dengan tujuan untuk memperkenalkan nama merek tersebut agar dapat diingat oleh pembacanya. Tipografi merupakan aspek yang sangat penting dalam pembuatan desain grafis. Berbagai jenis font memiliki gaya dan fungsi penggunaannya yang berbeda. Font sans serif cenderung mencerminkan kesederhanaan, kemurnian, efisiensi, dan modernitas (Arviana, 2021). Fungsi dari *logotype* ini adalah:

- Identitas diri. Untuk membedakannya dari identitas orang lain.
- Tanda kepemilikan. Untuk membedakan miliknya dari milik orang lain.
- Tanda jaminan kualitas.
- Mencegah peniruan/pembajakan



Gambar 2.19 Contoh Logotype
Sumber: <https://shorturl.at/osDRL>

Hak Cipta :

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.7 Teori Desain Grafis Pada Logo

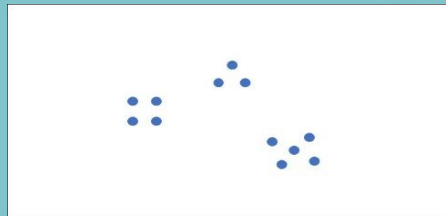
Menurut Purnomo (2020), desain grafis adalah suatu perpaduan yang rumit antara teks, gambar, grafik, foto, dan ilustrasi yang memerlukan pemikiran yang mendalam dari seorang individu.

2.8 Prinsip Gestalt

Dalam prinsip Gestalt, elemen visual yang berbeda dan terpisah ini saling terhubungan dan berkaitan satu sama lain sehingga akan dapat dipersepsikan sebagai sebuah kesatuan yang utuh (Yuwono, 2021). Beberapa prinsip desain yang sering digunakan dalam pengorganisasian elemen pada desain logo adalah:

1 : *Proximity*

Prinsip ini merupakan adanya kondisi dimana elemen visual berada saling berdekatan, sehingga mata manusia cenderung mengelompokkan elemen sebagai suatu bentuk yang saling menyatu, terhubung, dan berkaitan. Oleh sebab itu, audiens dapat dengan mudah dalam menangkap persepsi dari relasi suatu elemen dengan yang lainnya.



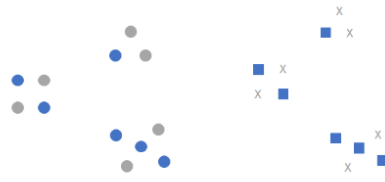
Gambar 2.20 *Proximity*
Sumber: <https://shorturl.at/THrpE>

2 : *Similarity (Kesamaan)*

Prinsip ini menjelaskan bahwa adanya keberadaan elemen yang memiliki kesamaan atau kemiripan visual pada bentuk, ukuran, warna, tekstur, orientasi, dan lain sebagainya. Maka keberadaan elemen ini memiliki kecenderungan untuk dilihat sebagai objek yang memiliki suatu kesatuan visual.

Hak Cipta :

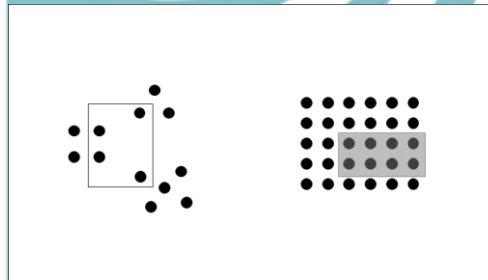
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 2.19 Similarity
Sumber: <https://shorturl.at/THrpE>

3 : Enclosure

Elemen atau objek yang secara fisik terkurung bersama merupakan kepunyaan suatu kelompok. Tidak perlu melingkupi yang kuat untuk mencapai hal ini. Dengan memanfaatkan kotak atau bayangan digital sudah cukup seperti yang ditampilkan pada slide di bawah ini.



Gambar 2.20 Enclosure
Sumber : <https://shorturl.at/THrpE>

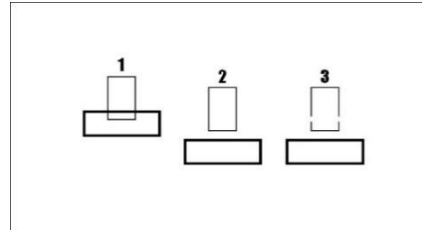
4 : Continuity

Prinsip kontinuitas serupa dengan penutupan. Elemen atau objek akan mencari jalur yang terdigital dan secara alami menciptakan kontinuitas dari apa yang terlihat, bahkan di area yang tidak terlihat secara eksplisit.

Seperti yang ditunjukkan pada slide di bawah ini, jika kita mengambil objek atau elemen kotak persegi bagian atas seperti yang terlihat pada gambar nomor 1 dan menariknya ke atas seperti yang tampak pada gambar nomor 2, maka dengan mudah dapat menjadi seperti yang ditampilkan pada gambar nomor 3.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

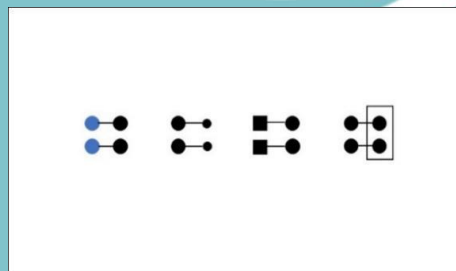


Gambar 2.21 Continuity
Sumber : <https://shorturl.at/THrpE>

5 : Connection

Prinsip Gestalt yang terakhir adalah koneksi. Elemen atau objek yang terhubung secara fisik sebagai bagian dari suatu kelompok. Elemen yang terhubung memiliki nilai asosiatif yang lebih kuat dibandingkan dengan warna, ukuran, atau bentuk yang serupa.

Perhatikan slide di bawah ini. Akan terlihat bentuk yang berpasangan yang terhubung dengan garis dibandingkan dengan bentuk yang memiliki warna atau ukuran yang sama. Itulah prinsip koneksi dalam praktiknya..



Gambar 2.22 Continuity
Sumber : <https://shorturl.at/THrpE>

2.9 Metode Perancangan

Menurut Sugiyono (2019:2), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam perancangan ini, digunakan metode design thinking, dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Sebelumnya, Bason & Austin (2020) dalam Brown (2020), menyebutkan bahwa design thinking menggambarkan proses, metode, dan alat untuk menciptakan produk-produk, jasa, solusi, dan pengalaman yang berpusat pada manusia.

Metode design thinking terdiri dari 5 tahapan, yaitu *Emphasize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Testing*. Tahapan desain dilakukan melalui teknik



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pengumpulan data secara kualitatif dengan wawancara, observasi, dokumentasi, kuesioner, dan studi pustaka. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan Metode SWOT.

2.9.1 *Emphatize*

Tahap *emphatize* adalah proses memahami pengguna secara mendalam melalui keterlibatan langsung, observasi, dan wawancara guna mengetahui kebutuhan, emosi dan pengalaman mereka (Stanford d.school. 2020).

2.9.2 *Define*

Menurut Stanford d.School (2020), tahap *define* adalah proses menyusun dan menyaring informasi dari tahap *emphatize* untuk merumuskan masalah utama yang dihadapi pengguna, dengan pendekatan yang berpusat pada manusia.

2.9.3 *Ideate*

Menurut Stanford d.school (2020), tahap *ideate* adalah proses menghasilkan berbagai alternatif solusi secara kreatif dan bebas. Fokus utamanya adalah kuantitas ide, bukan kualitas, untuk merangsang imajinasi dan inovasi.

2.9.4 *Prototipe dan Testing*

Menurut Dovetail (2023), *prototipe* adalah proses yang digunakan tim desain untuk mewujudkan konsep menjadi nyata. Ini melibatkan pembuatan model ekperimental sederhana dari suatu produk untuk mengumpulkan umpan balik selama proses pengembangan, sehingga membantu produk akhir.

2.9.5 *Final Artwork*

Final artwork adalah versi akhir dari desain yang telah diselesaikan dan siap untuk proses produksi atau publikasi. Ini mencakup desain yang telah disempurnakan dengan semua elemen seperti gambar, teks, dan warna diatur dengan presisi. Final artwork disimpan dalam format file yang sesuai (misalnya, PDF, TIFF, EPS) dan dalam resolusi tinggi untuk memastikan kualitas cetak yang optimal. Seluruh detail dan pengaturan warna telah diperiksa dan disetujui sebelum artwork dicetak atau dipublikasikan (Ramadhani, 2021).



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Metode Penelitian

3.1.1 Metode Riset Desain

Dalam Menyusun tugas akhir perancangan ulang identitas visual pada UMKM fesyen Cims Projects ini menggunakan **metode mix** yaitu **kuantitatif dan kualitatif** dengan pendekatan *design thinking*. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperoleh informasi yang spesifik guna mendukung perancangan identitas visual Cims Projects sebagai upaya untuk menampilkan citra merek. Metode design thinking, yang menekankan pada pemahaman kebutuhan pengguna, identifikasi masalah, serta pengembangan solusi kreatif secara sistematis. Pengumpulan data dilakukan dengan kuantitatif yaitu kuesioner dan kualitatif dengan wawancara, observasi dan studi literatur untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap objek yang diteliti.

3.1.1.1 Emphatize

Tahap *Emphatize* dilakukan untuk mengidentifikasi masalah dan kebutuhan yang diperlukan oleh Cims Projects. Oleh karena itu, data dapat dikumpulkan melalui wawancara, kuesioner, observasi dan studi literatur.

3.1.1.2 Define

Tahap *define* dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman eksternal yang sedang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Cims Projects. Pada tahap ini akan dibuat solusi yang menjadi jalan keluar dari inti permasalahan yang dihadapi dengan memanfaatkan antusiasme *audience* dengan melakukan sebuah perancangan ulang identitas visual meliputi logo dan konsep visual yang baru guna membantu konsumen lebih mudah mengenal atau mengingat Cims Projects.

3.1.1.3 Ideate

Pada tahap Ideate, berbagai gagasan kreatif dikembangkan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Proses ini mendorong eksplorasi berbagai

kemungkinan solusi tanpa membatasi ide-ide yang muncul, sehingga dapat menghasilkan pendekatan inovatif dan orisinal yang sesuai dengan kebutuhan pengguna atau klien. Beberapa langkah yang dilakukan dalam tahap ini antara lain:

1. Pembuatan *Mindmap*

Mindmap digunakan untuk menguraikan dan menghubungkan ide-ide secara visual berdasarkan permasalahan dan tujuan proyek. Dengan menggunakan *mindmap*, proses berpikir menjadi lebih terstruktur dan terbuka terhadap eksplorasi ide-ide baru.

2. Pembuatan *Moodboard*

Moodboard berfungsi sebagai alat visualisasi awal yang merepresentasikan suasana, gaya desain, warna, tipografi, dan elemen grafis lainnya yang relevan dengan konsep yang ingin dibangun. Ini membantu menjaga konsistensi arah visual selama proses perancangan.

3. Sketsa Manual

Sketsa awal dibuat secara manual untuk menuangkan ide secara cepat dan spontan. Sketsa ini menjadi dasar eksplorasi bentuk dan komposisi sebelum masuk ke tahap digital.

4. Sketsa *Digital*

Setelah sketsa manual dipilih dan dikembangkan, ide-ide tersebut dituangkan dalam bentuk digital menggunakan perangkat lunak desain grafis. Tahap ini memungkinkan visualisasi yang lebih akurat terhadap konsep desain yang telah dirancang.

3.1.1.4 *Prototipe dan Testing*

Tahap *Prototype* merupakan proses membuat model awal dari solusi desain yang telah dirancang. Model awal ini dapat berupa sketsa, *mockup digital*, atau bentuk fisik sederhana yang bertujuan untuk menguji dan mengevaluasi konsep desain sebelum diterapkan dalam bentuk akhir.

3.1.1.5 *Final Artwork*

Tahap *final artwork* merupakan tahap realisasi dari solusi desain ke dalam bentuk final. Desain yang telah dipilih dan disempurnakan diterapkan secara

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menyeluruh, baik dalam bentuk digital maupun cetak, sehingga siap untuk digunakan oleh pengguna sesuai dengan tujuannya.

3.1.2 Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Metode kuesioner dilaksanakan secara online menggunakan URL *google form* yang bertujuan untuk mengetahui *customer insight* tentang perancangan ulang.

2. Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara mengunjungi dan mengamati secara langsung UMKM Cims Projects pada hari Sabtu 26 April 2025 yang terletak di Bandung. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi aktual perusahaan, suasana kerja, serta berbagai elemen visual yang ada di dalam lingkungan fisik UMKM.

3. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan melalui pencarian berbagai sumber tertulis, seperti buku, artikel, jurnal, situs web, maupun dokumen-dokumen lain yang memiliki relevansi dengan permasalahan dalam perancangan identitas visual. Teori-teori yang diperoleh dari hasil studi literatur, seperti teori desain grafis dan teori mengenai logo, dijadikan sebagai dasar acuan untuk memperkuat data dan mendukung proses penyusunan tugas akhir ini.

4. Wawancara

Proses wawancara dilakukan melalui wawancara langsung dengan pemilik Cims Projects secara langsung pada hari Sabtu, 26 April 2025 di jam 08.30 WIB. Wawancara ini menghasilkan informasi mengenai profil Cims Projects, latar belakang berdirinya, produk, target *audience*, dan permasalahan yang dihadapi Cims Projects baik dari segi visual maupun bisnis (terdapat pada Lampiran 2). Data dari wawancara ini kemudian akan di analisis dan dijadikan landasan dalam menentukan *competitor*, *consumer insight*, dan juga matriks SWOT yang nantinya akan mendukung proses perancangan ulang identitas visual UMKM fesyen Cims Projects.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

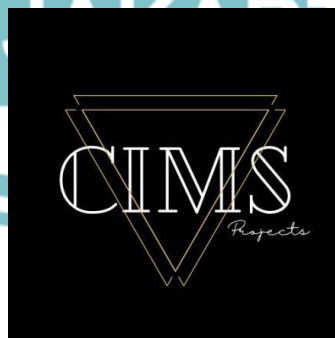
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2 Data dan Analisis

3.2.1 Profile Klien

Cims Projects merupakan UMKM fesyen lokal yang menjual baju anak dan keluarga. Produk yang dijual dominan berbahan jeans atau denim. Didirikan sejak tahun 2020 oleh Ibu Fita Eka Sahara. Cims Projects berlokasi di Kp. Lebakwangi No.26 Rt.3 Rw.3, Desa Sekarwangi, Soreang, Bandung, Jawa Barat. Saat ini, Cims Projects hanya berjualan lewat *marketplace* yaitu Shopee dan Tiktok Shop. Awalnya, Cims Projects muncul dari hobi ibu Fita yang suka jualan dan saat itu lingkungan kerja banyak mama muda sehingga ibu Fita berniat untuk jualan baju anak. Kemudian, nama Cims Projects diambil dari nama panggilan pemilik toko tersebut yaitu Fita dari kata “Fitacimin” dan disingkat menjadi “Cims”, kemudian “projects” yang berarti yaitu pemilik berharap akan memiliki lebih dari satu projects setelah membuka toko ini.

Dengan memanfaatkan *platform online*, saat ini Cims Projects memiliki jumlah *followers* sebanyak kurang lebih 7.000 *followers* shopee. Sedangkan rata-rata penilaian *brand* adalah 4.7/5 (data diambil dari Shopee 2025). Target pasar yang ingin dicapai Cims Projects yaitu kalangan keluarga. Pada saat ini desain produk Cims Projects didominasi oleh penggunaan motif polos namun pakaian berbahan jeans atau denim yang memiliki sifat tidak menerawang, lembut dan tidak gerah. Berikut adalah bentuk logo Cims Projects:

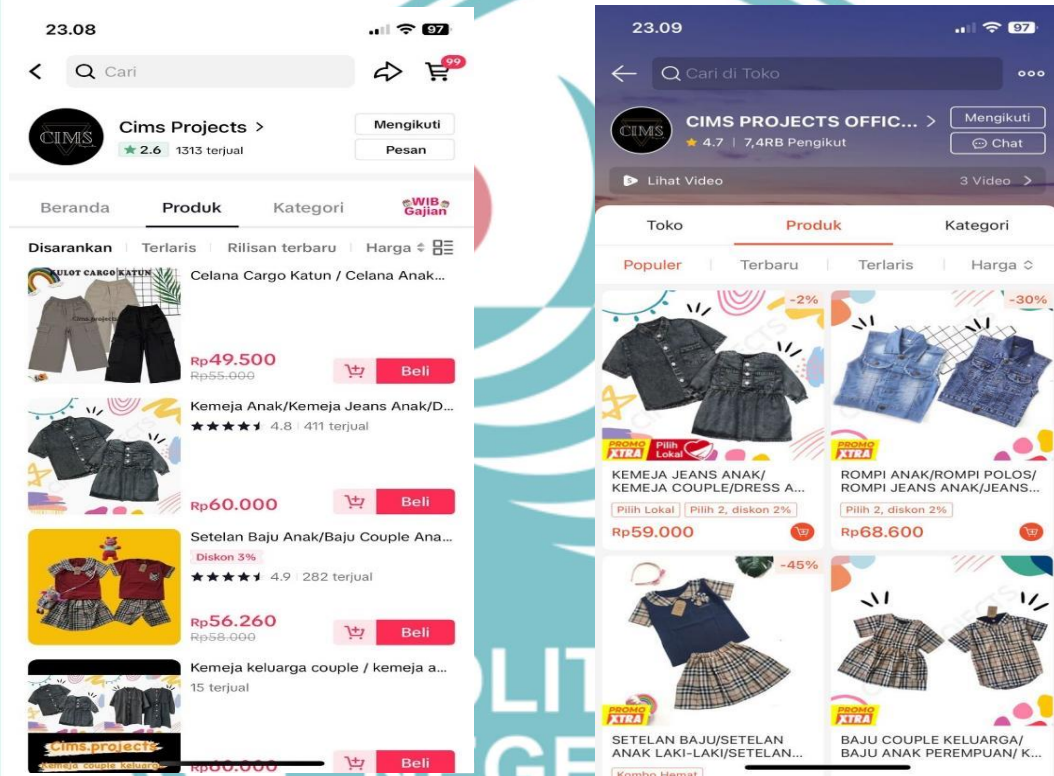


Gambar 3.1 Logo Klien
Sumber : Data Klien, 2025

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Selanjutnya, media branding yang dilakukan Cims Projects yaitu melalui Shopee dan Tiktok Shop. Cims Projects sudah memiliki akun di Instagram, namun belum digunakan secara maksimal. Berikut adalah akun Cims Projects di marketplace Tiktok Shop dan Shopee :



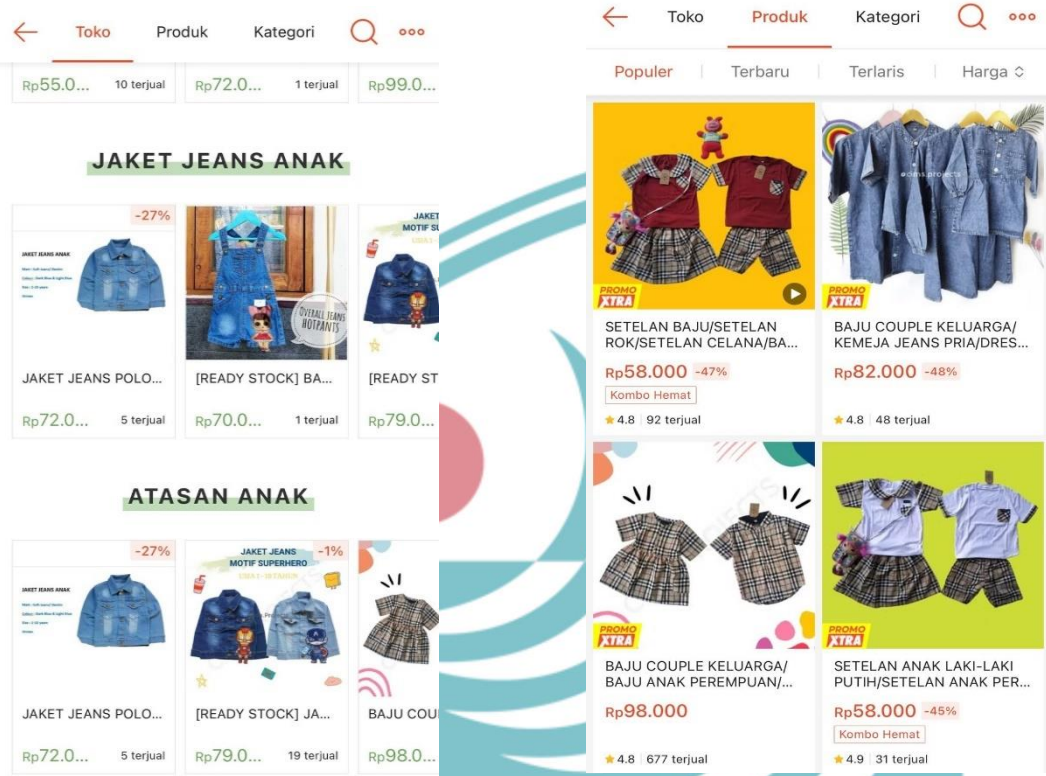
Gambar 3.2 Akun Klien di Marketplace Tiktok Shop dan Shopee
Sumber : <https://shopee.co.id/cims.projects>

3.2.2 Product Knowledge

Cims Projects adalah *brand* fesyen anak yang didirikan pada tahun 2020. Cims Projects menjual produk baju anak dan keluarga. Selain itu, Cims Projects juga menyediakan produk *couple* keluarga. Cims Projects memiliki produk unggulan dengan jumlah produk terjual paling banyak yaitu pada produk baju *snow black* anak perempuan dan laki-laki (*Couple*). Saat ini, Cims Projects sudah memiliki identitas visual tetapi logo-nya belum mempresentasikan citra *brand*-nya karena bentuknya yang terlalu *general* dan tidak bermakna. Menggunakan elemen lainnya dan penerapannya juga masih belum konsisten. Perancangan ulang identitas visual perlu dilakukan agar dapat dibedakan dari *competitor* lainnya.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 3.3 Beberapa Contoh Produk Klien
Sumber : <https://shopee.co.id/cims.projects>

3.2.3 Analisis Kompetitor

A. TuTiTu_Kidz



Gambar 3.4 Logo TuTiTu_Kidz
Sumber : https://www.instagram.com/tutitu_kidz?igsh=MTd1c3Z4ZThhcjZxbQ==

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 3.5 Contoh Produk TuTiTu_Kidz

Sumber : https://www.instagram.com/tutitu_kidz?igsh=MTd1c3Z4ZThhcjZxbQ==

Tabel 3.1 Analisis Kompetitor 1

Sumber : Data diolah, 2025

Identitas Visual	Logo	Warna	Tipografi
	Kompetitor : Menggunakan <i>logotype</i> sesuai dengan konsep anak dan adanya penambahan gambar sebagai simbol. Analisis : Logo mencerminkan kesan anak-anak dan lucu, cocok untuk target pasar ibu-ibu muda dan anak-anak. Sementara logo Cims Projects terkonsep lebih minimalis dan berwarna hitam.	Kompetitor : Cenderung memilih palet warna yang <i>earth tone</i> (seperti coklat dan krem). Analisis : Warna ini memberikan kesan kalem, feminim dan sederhana, serta konsisten di semua media.	Kompetitor : Memakai font <i>sans-serif</i> yang simpel dan feminim. Analisis : Memberi kesan moderen dan mudah dibaca. Jika Cims Projects memakai font yang terlalu dekoratif atau tidak konsisten antar <i>platform</i>, dapat mengurangi profesionalitas.
Penerapan Dalam	Media Sosial	Kemasan Produk	Marketplace
	Kompetitor :	Kompetitor :	Kompetitor :

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Media Branding	Konsisten dalam membuat konten, <i>tone</i> warna yang bervariasi, dan desain visual yang bersih. Analisis : Estetika <i>feed</i> mereka membangun persepsi profesional dan menarik secara visual. Cims Projects dapat meninjau apakah kontennya sudah seragam secara visual dan apakah sudah membentuk identitas yang kuat.	Menggunakan <i>packaging hardbox</i> (dus) dan disematkan tali. Analisis : Kemasan seperti ini dapat menambah minat pembeli. Cims Projects dapat mencontoh dalam penggunaan kemasan yang baik agar menarik konsumen.	Memiliki tampilan visual yang konsisten di Shopee, dan Tiktok Shop. Analisis : Identitas visual tetap terjaga meski berpindah <i>platform</i>.
-----------------------	---	---	---

B. Dezata Kids Wear

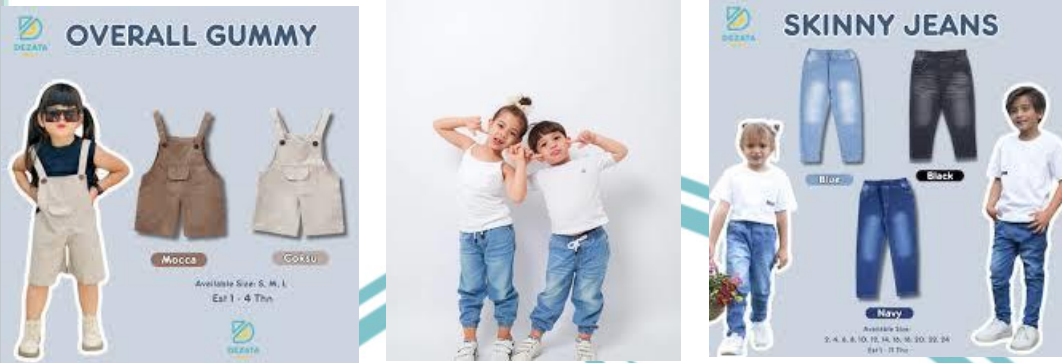


Gambar 3.6 Logo Dezata

Sumber : <https://shorturl.at/fyFQx>

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 3.7 Contoh Produk Dezata

Sumber : https://www.instagram.com/dezata_kidswear?igsh=Mmw3M2UxNXVxZ2hm

Tabel 3.2 Analisis Kompetitor 2

Sumber : Data diolah, 2025

Identitas Visual	Logo	Warna	Tipografi
	Kompetitor: Menggunakan logo <i>logogram</i> dan <i>logotype</i> (kombinasi) Analisis : Logo mencerminkan kesan minimalis, cocok untuk target pasar ibu-ibu muda yang menyukai trend jeans. Sementara logo Cims Projects terkonsep lebih minimalis dan berwarna hitam.	Kompetitor: Cenderung memilih palet warna yang agak redup (dominan warna biru denim). Analisis : Warna ini memberikan kesan bahwa toko ini menjual pakaian jeans dan konsisten di semua media.	Kompetitor: Memakai font <i>sans-serif</i> yang simpel dan minimalis. Analisis : Memberi kesan moderen dan mudah dibaca. Jika Cims Projects memakai font yang terlalu dekoratif atau tidak konsisten antar <i>platform</i>, dapat mengurangi profesionalitas.
Penerapan Dalam Media Branding	Media Sosial	Kemasan Produk	Marketplace
	Kompetitor : Konsisten dalam membuat konten, <i>tone</i>	Kompetitor : Menggunakan <i>packaging</i> plastik	Kompetitor : Memiliki tampilan visual yang konsisten

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

warna yang konsisten, dan desain visual yang bersih. Analisis : Estetika <i>feed</i> mereka membangun persepsi profesional dan menarik secara visual. Cims Projects dapat meninjau apakah kontennya sudah seragam secara visual dan apakah sudah membentuk identitas yang kuat.	polos (belum terdapat identitas visual didalamnya) Analisis : Belum ada perbandingan kemasan antara kompetitor dengan klien.	di Shopee, dan Tiktok Shop. Analisis : Identitas visual tetap terjaga meski berpindah <i>platform</i>.
---	--	--

C. Haplion Kidswear

hapLion IK

Gambar 3.8 Contoh Produk Haplion

Sumber : <https://www.instagram.com/haplion.kids?igsh=MXNyd3piNHV1enBmbQ==>



Gambar 3.9 Contoh Produk Haplion

Sumber : <https://www.instagram.com/haplion.kids?igsh=MXNyd3piNHV1enBmbQ==>

Tabel 3.3 Analisis Kompetitor 3

Sumber : Data diolah, 2025

Identitas Visual	Logo	Warna	Tipografi
	Kompetitor : Menggunakan <i>logotype</i> dengan konsep warna-warni. Analisis : Logo mencerminkan kesan ceria, cocok untuk target pasar ibu-ibu muda yang menyukai trend <i>colorful</i>. Sementara logo Cims Projects terkonsep lebih minimalis dan berwarna hitam.	Kompetitor : Cenderung memilih palet warna yang terang. Analisis : Warna ini memberikan kesan bahwa toko ini menjual pakaian anak-anak dan konsisten di semua media.	Kompetitor : Memakai font <i>serif</i> yang simpel dan minimalis. Analisis : Memberi kesan moderen dan mudah dibaca. Jika Cims Projects memakai font yang terlalu dekoratif atau tidak konsisten antar <i>platform</i>, dapat mengurangi profesionalitas.
Penerapan Dalam Media Branding	Media Sosial	Kemasan Produk	Marketplace
	Kompetitor : Konsisten dalam membuat konten, tone warna yang bervariasi, namun tetap terlihat simpel dan desain visual yang bersih. Analisis : Estetika <i>feed</i> mereka membangun persepsi profesional dan menarik secara visual. Cims Projects dapat meninjau apakah	Kompetitor : Menggunakan <i>packaging</i> plastik polos (belum terdapat identitas visual didalamnya) Analisis : Belum ada perbandingan kemasan antara kompetitor dengan klien.	Kompetitor : Memiliki tampilan visual yang konsisten di Shopee, dan Tiktok Shop. Analisis : Identitas visual tetap terjaga meski berpindah <i>platform</i>.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	kontennya sudah seragam secara visual dan apakah sudah membentuk identitas yang kuat.		
--	---	--	--

3.2.4 Hasil Data Observasi

Dalam melakukan observasi, penulis mendatangi lokasi *workshop* Cims Projects yang berada di Kp. Lebakwangi No.26 Rt.3 Rw.3, Desa Sekarwangi, Soreang, Bandung, Jawa Barat di hari Sabtu tanggal 26 April 2025. Pada observasi ini, penulis mengamati tempat *workshop*, gudang, dan proses kerja sampai *packing*. Di tempat *workshop* Cims Projects, segala jenis kegiatan dilakukan dari awal hingga akhir mulai dari alur kerja, cara sablon, *packing* produk, live produk, hingga *quality control* dilakukan di sana (terdapat pada lampiran 1).



Gambar 3.10 Foto Dengan Pemilik Cims Projects
Sumber : Data Pribadi, 2025

3.2.5 Consumer Insight

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan lewat *Google Form*, maka dapat disimpulkan bahwa yang mau berpartisipasi sebagai responden totalnya adalah 40 orang, dengan jenis kelamin wanita sebanyak 30 orang dan 10 orang laki-

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

laki, kemudian diduduki oleh orang berusia 25 - 34 tahun (74,4%%) dan pekerjaan atau statusnya mayoritas berstatus konsumen fesyen lokal (77,5%).

Dari 40 orang mengenal fesyen lokal disekitar mereka, mereka kadang-kadang mempertimbangkan desain logo saat membeli produk fesyen lokal, menurut mereka kualitas desain identitas visual sangat penting untuk memberikan kesan profesionalitas UMKM tersebut.

Penggunaan warna dan gaya desain juga sangat penting dalam membangun citra merek sebuah *brand*. Kemudian, menurut mereka elemen visual yang paling mudah diingat yaitu logo (77,5%) dan kemasan (42,5%) sisanya hanya 5% yaitu layout yang paling sedikit dipilih sebagai elemen visual. Jenis huruf yang menarik untuk digunakan pada identitas visual fesyen anak yaitu sans serif (32,5%) dengan warna kombinasi pastel (57,5%) dan penerapan logo tipografi simbolis dengan konsep colorful (42,5%).

Menurut mereka, konsep logo colorful dan unik (85%) yang cocok diterapkan dan mencerminkan merek fesyen lokal anak. Perbaikan yang perlu dilakukan pada logo Cims Projects sebelumnya yaitu penulisannya karena sulit terbaca, warna terlalu gelap tidak mencerminkan anak-anak, identitas logo masih belum bisa dikenali dan lain - lain.

Dalam konteks industri fesyen, *consumer insight* menjadi sangat penting karena keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh persepsi visual, gaya hidup, tren serta ketertarikan emosional dengan *brand*. Berdasarkan pada survei kuesioner yang telah dilakukan terdapat hasil dari 40 responden, sehingga dapat disimpulkan bahwa :

1. Konsumen ingin *brand* fesyen lokal anak dan keluarga lebih *colorful* dan unik.
2. Mereka menyukai warna-warna terang atau *colorful* yang mencerminkan gaya hidup anak dan keluarga.
3. Konsumen muda lebih tertarik pada brand yang memiliki citra *brand* visual yang kuat.

Berdasarkan *consumer insight* tersebut, maka perlu dilakukan *re-branding* :

1. Logo diubah menjadi ilustrasi *logotype* yang lebih ceria dan unik.

2. Warna diganti menjadi palet *colorful tone* (warna pastel)
3. Desain kemasan produk kini mencantumkan logo brand serta *tagline* yang menggambarkan *brand* tersebut.

3.2.6 Analisis SWOT

Tabel 3.4 Analisis SWOT

Sumber : Data diolah, 2025

	STRENGHT	WEAKNESS
	1. Pakaian yang disediakan selalu terbaru. 2. Pakaian di desain untuk <i>couple</i> anak atau <i>couple</i> keluarga. 3. Pelayanan ramah (terdapat pada lampiran) 4. Dominan menjual pakaian berbahan denim/jeans.	1. Identitas visual yang telah ada digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh Cims Projects, namun desainnya belum terkonsep. 2. Tidak adanya media promosi yang digunakan untuk lebih menarik perhatian calon konsumen. 3. Hanya menjual di <i>online shop</i>. 4. Anggaran produksi dan promosi tidak bisa meningkat sesuai dengan kebutuhan.
OPPORTUNITIES	STRATEGI S - O	STRATEGI W - O
Terdapat peluang untuk memperluas jaringan konsumen.	1. Merancang <i>brand identity</i> yang sesuai dengan visi dan misi. 2. Merancang <i>brand identity</i> dengan elemen visual yang mencerminkan citra Cims Projects.	1. Merancang brand identity berupa logo dengan elemen visual sederhana agar mudah diingat. 2. Merancang logo dengan menggunakan <i>corporate color</i> yang telah dipakai.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	3. Menggunakan elemen visual dengan komposisi seimbang pada logogram dan <i>logotype</i> .	3. Merancang kemasan sebagai salah satu media promosi yang selaras dengan desain logo.
THREATS	STRATEGIS - T	STRATEGI W -T
1. Kompetitor baru yang menerapkan konsep serupa akan mulai muncul.	1. Merancang desain logo sesuai dengan target <i>audience</i> dengan konsep <i>cheerful</i> dan <i>colorful</i> .	1. Merancang ulang logo dan media promosi yang tepat untuk audiens anak-anak dan keluarga.
2. Biaya Produksi yang tinggi pada percetakan memiliki harga yang variatif sesuai kebutuhan dan kuantitas.	2. Merancang desain logo dan media promosi yang menggunakan fitur sederhana namun menarik.	2. Merancang desain media promosi berupa kemasan dengan fitur menarik namun tetap terjangkau.

3.3 Arahan Kreatif

Tabel 3.5 Desain Brief
Sumber: Data diolah, 2025

<i>Project Background</i>	Cims Projects adalah brand UMKM fesyen lokal asal Bandung yang memproduksi berbagai pakaian anak dan keluarga. Seiring perkembangan pasar, Cims Projects membutuhkan perancangan ulang identitas visual pada logo dan kemasan untuk menambah citra merek.
<i>Product Knowledge</i>	Cims Projects adalah sebuah <i>brand</i> UMKM fesyen lokal yang menjual pakaian anak dan keluarga. Pakaian anak dan keluarga yang dijual yaitu dengan konsep <i>couple</i> dan dominan berbahan jeans atau denim.
Segmentasi dan Target Market	Demografi <i>Brand</i> fesyen skala UMKM yang sedang bertumbuh. Fokus pada manajemen produksi, pengiriman dan pelayanan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	Geografi Menjangkau konsumen dalam negeri. Fokus pada perbaikan promosi dan desain untuk menjangkau konsumen yang lebih luas lagi. Psikografi Klien cenderung berfokus menjual produk melalui <i>online platform</i>.
<i>Objective</i>	Merancang ulang dengan membuat logo, dan desain kemasan yang memiliki konsep unik dan <i>colorful</i> sesuai tema anak - anak yang dapat digunakan untuk berbagai jenis konten. Menciptakan identitas visual yang menarik dan konsisten.
<i>Target Audience</i>	Cims Projects menargetkan untuk ibu muda dan pasangan suami istri.
<i>Competitors Information</i>	TuTiTu_Kidz , Dezata Kidz, Haplion.
<i>Key Message</i>	Cims Projects adalah <i>brand</i> fesyen anak yang memiliki ciri khas ceria dan menarik.
<i>Design Tone & Manner</i>	Desain logo yang <i>cheerfull</i> tapi tetap unik dan simpel agar terkesan menarik oleh konsumen.
<i>Media Details/Design Interns</i>	-Logo -Desain kemasan -Thank you card

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB IV

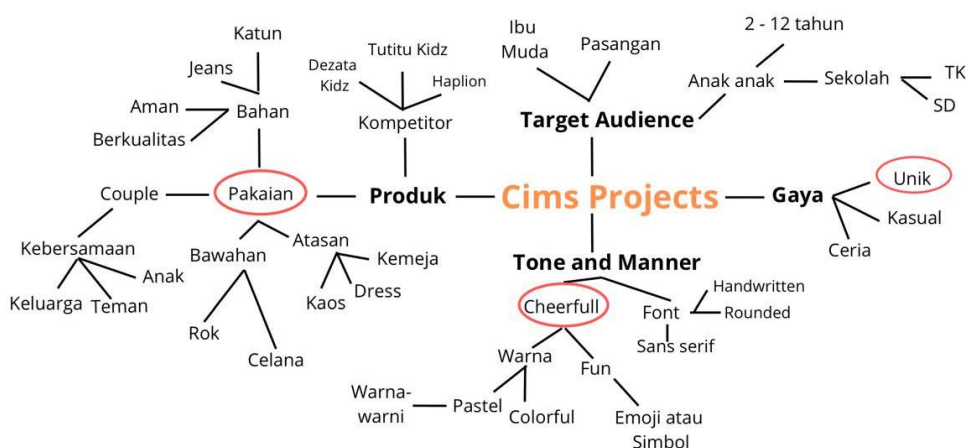
HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

4.1 Konsep Visual

Konsep visual adalah tahap awal dalam memvisualisasikan konsep untuk merancang suatu desain. Pada perancangan ulang identitas visual Cims Projects didasarkan pada konsep visual yang bertujuan untuk menampilkan citra *brand* pada UMKM Cims Projects. Konsep visual ini memiliki beberapa tahapan yaitu melakukan proses *mindmapping* untuk mengembangkan ide kreatif yang sesuai dengan pedoman kreatif. Hasil dari tahap ini adalah sebuah *key visual* guna menjadi panduan dalam menentukan elemen visual lainnya yang diterapkan pada *moodboard*.

4.1.1 Mindmapping

Pada ide pokok yang digunakan sebagai kata kunci utama terdiri dari tiga kunci kata yaitu pakaian, *cheerfull* dan unik . Kemudian, ide pokok tersebut dicabangkan sehingga menghasilkan beragam kata yang dapat dikembangkan menjadi *key visual*. Proses perancangan ulang identitas visual Cims Projects menghasilkan mindmap seperti gambar dibawah ini.



Gambar 4.1 Mindmapping

Sumber : Data diolah, 2025

Key visual yang diperoleh setelah melakukan *brainstorming* melalui *mindmapping* disebutkan pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Filosofi
Sumber: Data diolah ,2025

Elemen /Key Visual	Pakaian	<i>Cheerful</i>	Unik
Ilustrasi	<i>T-Shirt, Celana</i>	<i>Face</i>	
Bentuk			Dasi Kupu-Kupu
Warna		Warna Pastel	
Tipografi	Dekoratif Pakaian	Sans Serif	
<i>Layout</i>		Melengkung	Asimetris

Tabel 4.2 Key Visual
Sumber: Data diolah ,2025

Pakaian	<i>Cheerful</i>	Unik
Kaos	<i>Face</i>	Dasi Kupu-Kupu
Celana	Warna Pastel	Asimetris
Rok	Warna-Warni	Melengkung

4.1.2 Moodboard

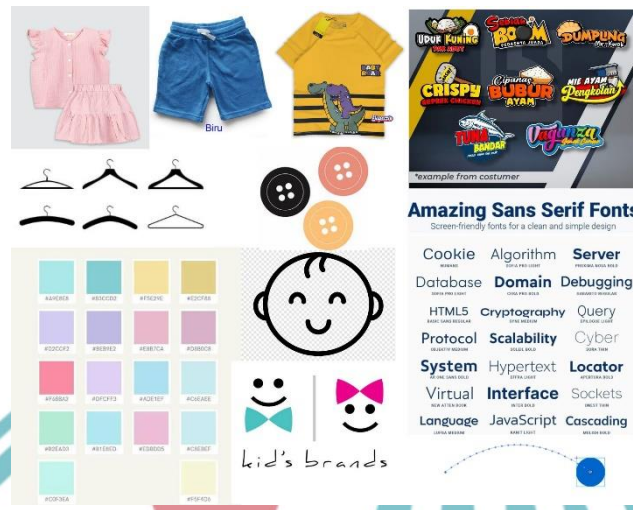
Moodboard digunakan sebagai pedoman dalam merancang melalui proses pengumpulan gambar-gambar yang berupa foto atau sketsa yang sesuai dengan tema dan kunci visual yang telah diperoleh pada *mindmapping*. *Moodboard* berupa pemilihan warna seperti warna-warna pastel yaitu pink, biru, kuning dan toska, kemudian jenis tipografi yang dipilih yaitu sans-serif, selanjutnya elemen visual yang digunakan yaitu gambar kaos serta adanya dekoratif pakaian, dengan gaya visual yang *flat design* dan *layout* berbentuk asimetris. Perancangan ulang identitas visual Cims Projects menghasilkan moodboard yang ditunjukkan gambar di bawah ini.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 4.2 Moodboard
Sumber : Dokumen Pribadi, 2025

4.2 Proses Desain

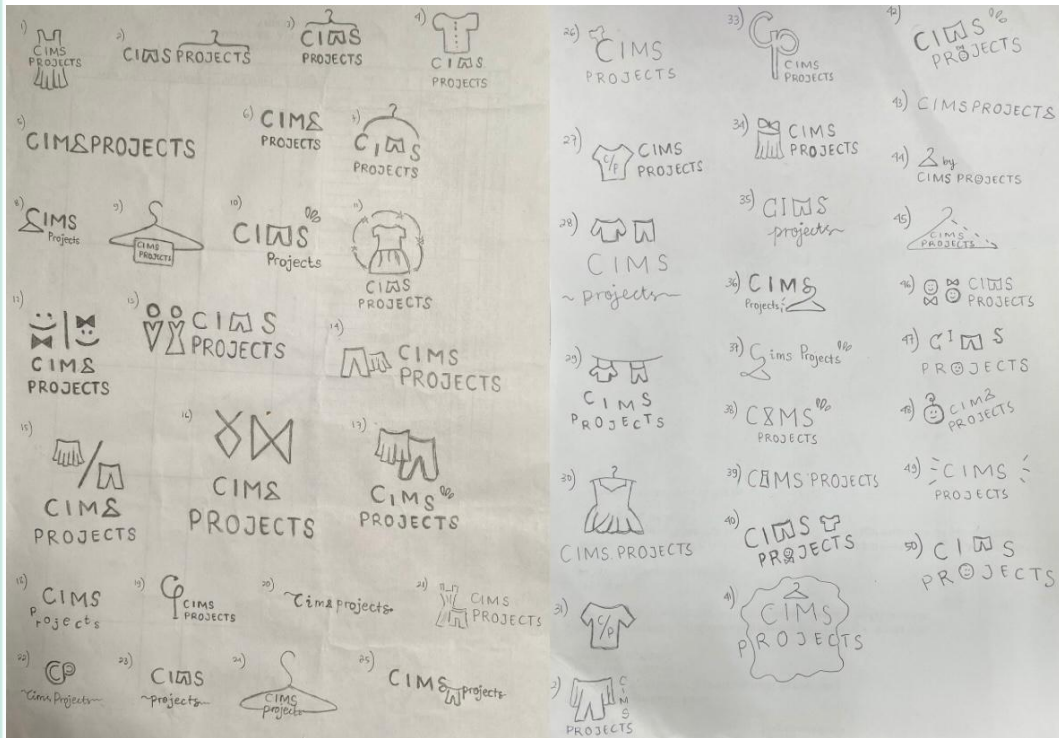
Setelah membuat *mindmapping* dan *moodboard*, Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah memulai proses desain. Hasil utamanya adalah logo untuk *brand* Cims Projects. Tahapan yang dilakukan meliputi pembuatan sketsa manual, sketsa digital, sketsa komprehensif digital, revisi logo dan desain terpilih.

4.2.1 Sketsa Manual

Langkah pertama dalam merancang desain logo adalah membuat sketsa manual. Sketsa manual biasanya disebut dengan sketsa kasar. Desain logo ini dibuat berdasarkan *key visual* yang sudah dihasilkan dari *moodboard*. Dalam proses ini, sketsa manual dibuat sebanyak mungkin sebelum akhirnya dipilih 4 terbaik untuk ketahap berikutnya yaitu sketsa digital atau sketsa digital. Berikut adalah beberapa hasil sketsa kasar yang telah dibuat:

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 4.2 Eksplorasi Sketsa Manual

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

4.2.2 Sketsa Digital

Setelah proses sebelumnya ditentukan empat sketsa manual terbaik, Langkah berikutnya adalah mentransformasikan sketsa tersebut menjadi sketsa digital. Proses ini dilakukan agar bentuk dari sketsa manual dapat terlihat dengan lebih jelas, sehingga mempermudah ke tahapan selanjutnya yaitu sketsa digital. Berikut adalah empat sketsa digital terbaik :

A. Sketsa Digital 1



Gambar 4.3 Eksplorasi Sketsa Digital 1

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sketsa digital yang pertama adalah kombinasi antara *logotype* dan logogram. Dimana *logotype* dengan menambahkan nama *brand* kemudian ditambahkan logogram gambar rok dan pita yang mencerminkan toko tersebut menjual pakaian.

B. Sketsa Digital 2



Gambar 4.4 Eksplorasi Sketsa Digital 2
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Sketsa digital yang kedua adalah kombinasi antara *logotype* dan logogram, dimana *logotype* dengan menambahkan nama *brand* kemudian ditambahkan logogram gambar celana untuk mencerminkan toko tersebut menjual pakaian. Kemudian, ditambahkan juga elemen visual berupa tanda petik yang mengartikan keceriaan.

C. Sketsa Digital 3



Gambar 4.5 Eksplorasi Sketsa Digital 3
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Sketsa digital yang ketiga adalah kombinasi antara *logotype* dan logogram, dimana *logotype* dengan menambahkan nama *brand* kemudian ditambahkan logogram gambar gantungan yang menyambung ke huruf C mengartikan bahwa toko tersebut menjual pakaian.

D. Sketsa Digital 4



Gambar 4.6 Eksplorasi Sketsa Digital 4
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

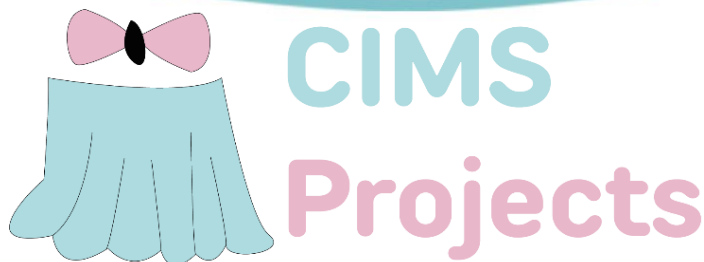
Sketsa digital yang keempat adalah kombinasi antara *logotype* dan logoram, dimana *logotype* dengan menambahkan nama *brand* kemudian ditambahkan logogram gambar celana sebagai arti bahwa toko tersebut menjual celana, dan logogram gambar anak yang artinya toko anak. Kemudian, ditambahkan elemen visual gambar baju sebagai elemen pendukung untuk meningkatkan kepercayaan konsumen bahwa toko tersebut menjual pakaian.

4.2.3 Sketsa Komprehensif Digital

Langkah selanjutnya yaitu sketsa komprehensif digital. Sketsa komprehensif digital adalah hasil dari sketsa digital yang sudah dibuat, kemudian dikembangkan kembali menjadi sebuah visual yang lebih jelas dan berwarna. Berikut merupakan desain komprehensif digital yang sudah dikembangkan :

A. Logo

1. Desain Komprehensif 1



Gambar 4.7 Desain Logo Komprehensif 1
Sumber : Data Pribadi, 2025

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pada desain komprehensif logo pertama dibuat dengan membuat ilustrasi rok dan pita seakan-akan *brand* ini menjual pakaian anak-anak dan tulisan nama *brand* dibuat dengan huruf agak bulat agar memberikan kesan kuat dan profesional. Ditambah dengan perpaduan warna pink dan biru agar memberikan kesan ceria, manis dan profesional.

2. Desain Komprehensif 2

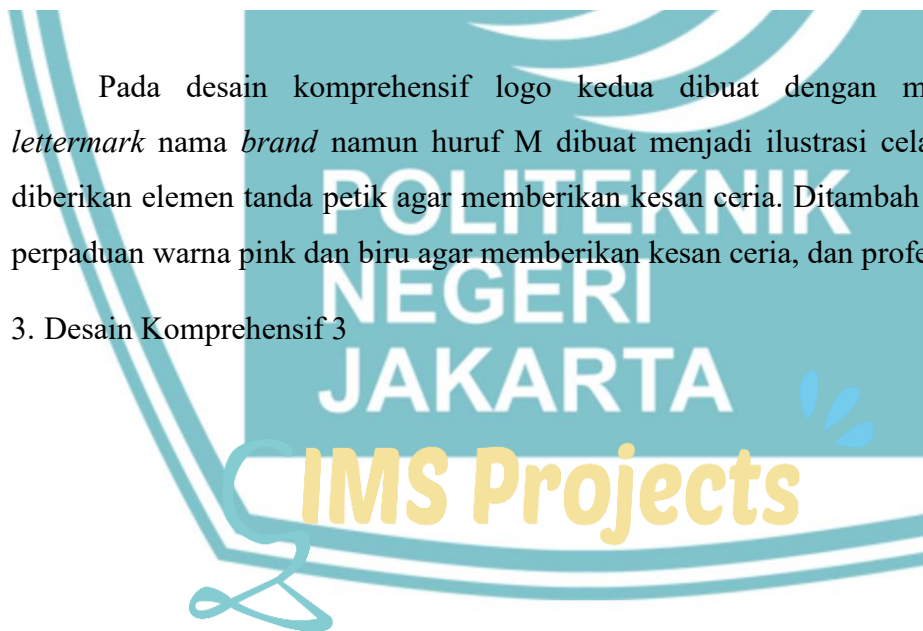


Gambar 4.8 Desain Logo Komprehensif 2

Sumber : Data Pribadi, 2025

Pada desain komprehensif logo kedua dibuat dengan membuat *lettermark* nama *brand* namun huruf M dibuat menjadi ilustrasi celana dan diberikan elemen tanda petik agar memberikan kesan ceria. Ditambah dengan perpaduan warna pink dan biru agar memberikan kesan ceria, dan profesional.

3. Desain Komprehensif 3



Gambar 4.9 Desain Logo Komprehensif 3

Sumber : Data Pribadi, 2025

Pada desain komprehensif logo ketiga dibuat dengan membuat *lettermark* nama *brand* namun huruf C dibuat menjadi ilustrasi gantungan agar konsumen dapat mengetahui bahwa *brand* menjual pakaian dan diberikan elemen tanda

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

petik yang merupakan *symbol* dari bunga dandelion, dimana bunga dandelion sendiri memiliki arti sebagai *symbol* perjuangan. Ditambah dengan perpaduan warna kuning dan biru agar memberikan kesan manis, dan hangat.

4. Desain Komprehensif 4



Gambar 4.10 Desain Logo Komprehensif
Sumber : Data Pribadi, 2025

Pada desain komprehensif logo keempat dibuat dengan membuat *lettermark* setengah melingkar agar terlihat tidak kaku, kemudian mengganti huruf 'M' dengan ilustrasi celana dan ditambahkan elemen ilustrasi baju agar konsumen percaya bahwa *brand* menjual pakaian, serta mengubah huruf 'O' menjadi ilustrasi anak-anak agar memberikan kesan bahwa *brand* ini menjual pakaian anak-anak dan juga diberikan warna pink dan biru agar terlihat *cheerful, colorful*. Dimana warna pink memberikan kesan ceria, dan biru memberikan kesan hangat, dan profesional.

B. Tipografi

Setelah pembuatan desain komprehensif pada logo, maka tahap selanjutnya adalah memberikan font atau tipografi yang tepat sesuai dengan logo dan citra *brand* Cims Projects. Tipografi yang dibutuhkan Cims Projects mengarah ke unik, tidak kaku dan kekinian. Tipografi yang cocok adalah jenis Sans-Serif karena karakter Sans-Serif kekinian, tidak kaku dan kasual. Berikut beberapa alternatif font yang telah terpilih :

1. Alternatif Tipografi 1



Gambar 4.11 Garbata Font Sans Serif
Sumber: <https://shorturl.at/hEPsN>

Pada alternatif tipografi pertama adalah *font* Garbata. Pada *font* Garbata terlihat bentuk yang cantik, tidak kaku sehingga sangat menarik dilihat oleh mata.

2. Alternatif Tipografi 2



Gambar 4.12 Font Poetsen One
Sumber : <https://shorturl.at/V61uF>

Pada alternatif tipografi kedua adalah font Poetsen One. Di mana pada font ini terlihat bulat, tidak kaku, dan kekinian. Terlihat menarik, memiliki keseimbangan antara bentuk geometris dan memberikan tampilan yang profesional.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Alternatif Tipografi 3



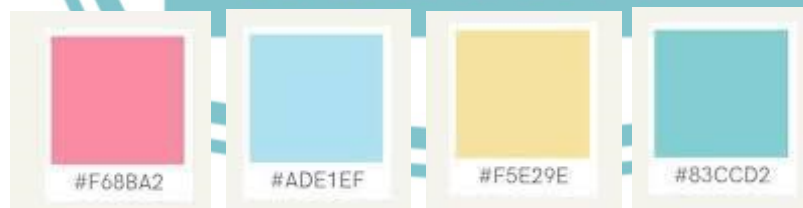
Gambar 4.13 Font Rounds Neue
Sumber : <https://shorturl.at/TXByP>

Pada alternatif tipografi ketiga adalah font Rounds Neue. Dimana font ini terlihat agak tipis namun tetap memberikan kesan profesional. Font ini juga terlihat kekinian dan mudah dibaca.

C. Warna

Adapun palet warna yang akan digunakan untuk menjadi *corporate colour* dari Cims Projects. Pemilihan palet warna ditentukan dengan mengembangkan kesamaan konsep dan psikologi warna guna menghasilkan persepsi atau pesan yang ingin disampaikan. Berikut ini merupakan warna-warna yang terpilih.

1. Alternatif Warna 1



Gambar 4.14 Alternatif Warna
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Alternatif warna yang pertama terdiri dari pink muda dan biru muda sebagai warna utama, dengan warna kuning sebagai warna pendamping dan warna toska sebagai pelengkap. Kombinasi warna ini menciptakan kesan yang sesuai dengan tone dan manner, yaitu keceriaan, kehangatan, dan manis.

D. Elemen Visual

1. Alternatif Elemen Visual 1



Gambar 4.15 Alternatif Elemen Visual 1

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Alternatif elemen visual yang pertama merupakan simbol gambar baju yang berarti bahwa toko klien merupakan toko yang menjual pakaian. Warna yang digunakan pada elemen visual tersebut adalah kuning yang berarti bahwa warna kegembiraan dan harapan.

2. Alternatif Elemen Visual 2



Gambar 4.16 Alternatif Elemen Visual 2

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Alternatif elemen visual yang kedua merupakan simbol gambar 'blink' yang merupakan simbol dari bunga dandelion, dandelion sendiri memiliki arti sebagai bunga perjuangan. Warna yang digunakan pada elemen visual tersebut adalah biru muda yang berarti bahwa warna kepercayaan, simbol kekuatan dan inovasi.

4.2.4 Desain Terpilih

Setelah sketsa manual, sketsa digital dan desain komprehensif dilakukan, kemudian tahap selanjutnya yaitu memilih desain dari tiga alternatif desain

komprehensif yang akan dijadikan bentuk identitas visual Cims Projects. Desain dipilih satu dengan desain terbaik secara langsung oleh pemilik Cims Projects dengan mempertimbangkan kesesuaian *creative brief* dan konsep.

A. Logo

Dari empat alternatif desain logo yang sudah dibuat sebelumnya, kemudian dipilih kembali desain logo yang sesuai dengan *creative brief* dan citra *brand* Cims Projects. Logo yang terpilih ialah logo alternatif keempat.



Gambar 4.17 Logo Terpilih

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Pada logo yang terpilih ini merupakan logo yang paling sesuai dengan citra *brand* Cims Projects. Menggunakan gaya *flat design* yang membuat desain ini terlihat modern, mudah dipahami, tipografi yang bersih dan mudah dibaca. Pada logo terdapat visualisasi *icon* celana dan baju yang mempresentasikan *brand* tersebut menjual pakaian, serta *icon* karakter anak yang mempresentasikan *brand* tersebut untuk anak-anak. Dengan adanya logo ini diharapkan calon *customer* mudah mengingat citra *brand* Cims Projects karena bentuknya yang unik, tingkat penggunaan visual *icon* yang jelas.

B. Brand Color

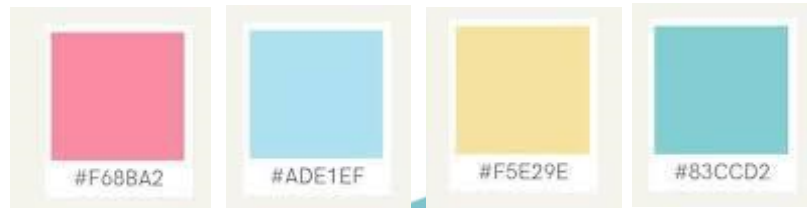
Dari palet warna sebelumnya, warna yang terpilih adalah *mixing color* yang tampak *soft*.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 4.18 Brand Color
Sumber: Dokumentasi Pribadi

C. Brand Tipografi

Selanjutnya, menentukan jenis huruf yang tepat untuk *brand* Cims Projects. Dari tiga alternatif *font* yang sudah disediakan, maka dipilihlah *font* alternatif kedua, yaitu Poetsen One. Font Poetsen One dipilih karena merupakan jenis huruf Sans-Serif yang memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi.



Gambar 4.19 Font Terpilih
Sumber : Dokumentasi Pribadi

D. Elemen Visual



Gambar 4.20 Elemen Visual Terpilih
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kemudian, elemen visual yang terpilih yaitu gambar baju karena gambar baju sangat mempresentasikan produk yang dijual oleh toko klien. Warna yang terdapat dalam gambar tersebut juga melambangkan kegembiraan dan harapan. Dimana yang membeli produk klien dapat merasakan kegembiraan.

4.3 Revisi Logo

Setelah desain terpilih, maka dilakukan diskusi bersama klien, dosen pembimbing dan dosen penguji mengenai kesesuaian desain yang terpilih dengan arahan kreatif serta keinginan klien. Dari hasil diskusi yang telah dilakukan, terdapat perubahan pada desain logo, yakni diubahnya desain celana pada huruf M dan dihilangkannya elemen visual ‘T-Shirt’. Menurut pendapat klien, dosen pembimbing, dan dosen penguji desain celana tersebut belum terlihat jelas seperti huruf M, sehingga harus diubah sehingga huruf M dapat memuat bentuk celana sekaligus mudah dibaca.



Gambar 4.21 Revisi Desain Terpilih
Sumber : Dokumentasi Pribadi

4.4 Prototipe dan *Testing*

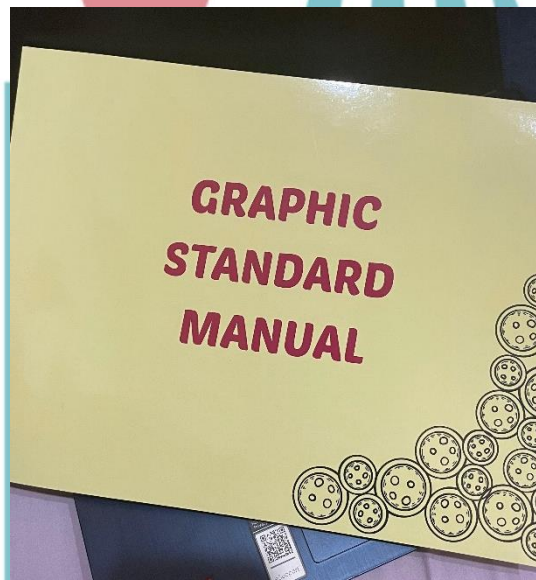
Tahap berikutnya, diperlukan adanya uji coba pada desain terpilih dalam bentuk *mockup* digital agar tidak terjadi kesalahan pada desain dan memberikan gambaran bentuk yang sesuai saat dicetak nantinya. Berikut adalah *prototype Graphic Standard Manual* dan desain kemasan Cims Projects :

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 4.22 *Prototype Graphic Standard Manual*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025



Gambar 4.23 *Testing Cetak Graphic Standard Manual*
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Sebelum desain kemasan dicetak secara keseluruhan, perlu adanya uji coba pada ukuran, jenis kertas, ketebalan kertas dan *finishing* cetak. *Testing* cetak dilakukan agar bisa menyesuaikan ukuran, warna dan tekstur pada kertas cetak. *Testing* cetak pada *Graphic Standard Manual* dan juga label *packaging* menggunakan jenis kertas art paper 150 gram dengan *finishing glossy*.

Pada hasil *testing* cetak *Graphic Standard Manual* warna sudah sesuai yaitu kuning *soft* dan tidak terlalu kontras. Pada hasil *testing* cetak *Graphic Standard Manual* ukurannya sudah sesuai tidak terlalu kecil dan tidak terlalu besar yaitu 27,94 x 21,59 cm.

CIMS
projects

Gambar 4.24 Prototype

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025



Gambar 4.25 Testing Similarity

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Berikut analisis test similarity untuk logo 'Cims Projects' dengan logo-logo yang mirip lainnya :

A. Elemen Desain :

Pada warna : warna pink, biru, kuning juga ditemukan dalam beberapa logo lain, yang mengidentifikasi potensi kesamaan dalam elemen warna yang digunakan.

B. Komposisi dan Tata Letak :

Desain setengah lingkaran (melengkung) dengan karakter celana sebagai pengganti huruf 'M' dan karakter orang sebagai pengganti huruf 'O' tidak ditemukan pada logo disebelah kanan. Hal ini menunjukkan bahwa tata letak sudah cukup unik.

C. Kesan Visual :

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Meskipun ada perbedaan dalam detail dan gaya ilustrasi, Kesan keseluruhan logo Cims Projects mirip dengan logo lain karena warna nya hampir sama. Hal ini dapat menimbulkan kebingungan diantara konsumen jika tidak dibedakan dengan cukup baik.

D. Tipografi :

Meskipun tidak semua logo memiliki teks yang terlihat, *font* pada logo "Cims Projects" memiliki karakter yang cukup khas. Namun, jika *font* ini terlalu mirip dengan yang ada di logo lain, itu bisa menjadi masalah dalam membedakan identitas merek.

E. Konsep dan Makna :

Karena ada logo lain yang menggunakan konsep ilustrasi baju untuk mewakili bisnis fesyen, penting bagi 'Cims projects' untuk memastikan bahwa elemen lain (seperti gaya ilustrasi, warna, atau tipografi) benar-benar unik dan mencerminkan identitas mereka secara khusus.

Kesimpulan :

Untuk memastikan bahwa logo 'Cims Projects' benar-benar unik dan tidak menimbulkan kebingungan dengan logo lain, diperlukan beberapa perubahan atau penyesuaian. Bisa berupa modifikasi elemen visual, penggunaan warna yang berbeda, atau perubahan dalam gaya ilustrasi atau tipografi. *Testing similarity* ini membantu mengidentifikasi area, dimana logo mungkin perlu diubah agar lebih menonjol dan berbeda dari logo lain yang ada di pasaran.

4.5 Final Artwork

Setelah mendapatkan visual dari desain terpilih, tahap selanjutnya adalah *final artwork* dengan membuat buku *brand guidelines* atau *Graphic Standard Manual* untuk identitas Cims Projects. :

4.5.1 Media Utama (*Graphic Standard Manual*)

Pada *Graphic Standard Manual* yang juga dikenal sebagai pedoman sistem identitas, adalah sebuah dokumen dalam format buku yang memuat pedoman atau aturan mengenai identitas visual merek Cims Projects. Agar tidak mengubah gaya ataupun bentuk pada elemen visual, serta untuk memastikan konsistensi visual pada

brand Cims Projects. Isi dari buku *Graphic Standard Manual* adalah sebagai berikut:

a. *Background Brand Cims Projects*



Gambar 4.26 Background *Brand Cims Projects*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Pada bagian ini menjelaskan tentang latar belakang dari *brand* Cims Projects mengenai kebutuhan yang diinginkan oleh klien.

b. Konsep Logo



Gambar 4.27 Konsep Logo *Cims Projects*
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Pada bagian ini menjelaskan tentang konsep pembuatan logo yang baru dimana sesuai dengan *consumer insight* dan sesuai dengan kebutuhan klien.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

d. Konstruksi Logo

Pada bagian ini menjelaskan aturan penyamaan skala, sehingga tidak ada logo yang terlihat renggang atau tidak sesuai dengan ketetapan.

Graphic Standard Manual

Konstruksi Logo

Konstruksi Logo

Konstruksi logo adalah untuk menjaga ukuran keseluruhan logo agar tetap konsisten dan tertata sesuai dengan proporsional sesuai dengan ukuran aslinya. Ukuran yang digunakan yaitu 15 x 7 kotak.



15

7

Gambar 4.28 Konstruksi Logo

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

e. Minimum Size Logo

Graphic Standard Manual

Minimum Size Logo

Minimum Size Logo

Minimum size logo digunakan untuk print media. Hal yang perlu diperhatikan agar logo tetap dalam tingkat keterbatasan yang tinggi. Tidak ada ukuran maksimal logo selama masih memperhatikan proporsi bentuk logo.



Gambar 4.29 Minimum Size Logo

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Pada bagian ini menjelaskan ukuran paling minimal yang bisa digunakan saat menggunakan logo diberbagai media cetak agar hasil yang didapatkan tetap terlihat jelas.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

f. Logo *Clear Space*

Pada bagian ini dijelaskan jarak spasi minimal atau ruang kosong yang bisa disesuaikan agar logo tidak terganggu dengan objek disekitarnya, pemberian jarak dengan objek huruf 'S'.



Gambar 4.30 Logo *Clear Space*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

g. Penempatan Logo



Gambar 4.31 Penempatan Logo Gelap dan Terang
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Pada bagian ini menjelaskan penggunaan logo yang benar untuk diberbagai tempat misalkan ditempat *background* gelap maupun *background* terang.

i. *Incorrect Logo Usage*

Pada pengaplikasian logo dibawah ini sangat tidak dianjurkan karena akan merubah makna dan citra yang ingin ditampilkan pada logo aslinya.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 4.32 Inccorect Logo Usage
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

j. Logo *Black* dan *White*

Pada bagian ini menjelaskan tentang pengaplikasian logo apabila penggunaannya terbatas hanya sebatas hitam dan putih.



Gambar 4.33 Logo Black dan White
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

k. *Corporate Color Brand*

Pada *corporate* warna didefinisikan sebagai suatu gambaran visual dan konseptual yang merepresentasikan suatu perusahaan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 4.34 Corporate Color Brand Cims Projects
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Palet warna di atas menawarkan alternatif warna, yaitu pink muda dan biru muda sebagai warna utama, kuning sebagai warna pendamping, serta tosca sebagai pelengkap. Warna-warna ini menciptakan kesan yang sesuai dengan nada dan cara, yaitu keceriaan, kehangatan, dan manis.

1. Corporate Tipografi

Selanjutnya untuk corporate tipografi yang digunakan oleh brand Cims Projects sebagai identitas visual yaitu font Poetsen One.



Gambar 4.35 Font Poetsen One
Sumber : Dokumentasi Pribadi

m. Supergrafis

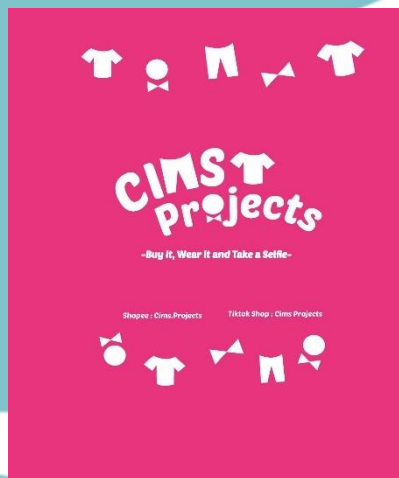


Gambar 4.36 Supergrafis
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada bagian ini menjelaskan tentang pola grafis yang terbentuk dari gambar kancing kemudian di susun sehingga membentuk grafis tersendiri.

4.5.2 Media Turunan

1. Kemasan



Gambar 4.37 Preview Desain Kemasan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain kemasan dibutuhkan sebagai pembeda dengan kemasan toko lain. Kemasan berwarna pink sebagai tanda bahwa toko memiliki keceriaan.

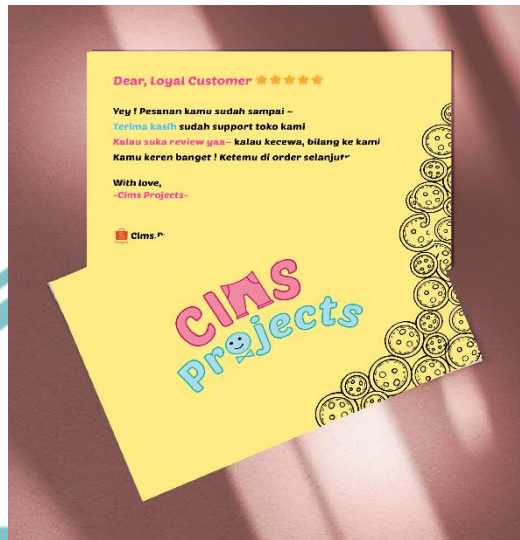
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. *Thank You Card*



Gambar 4.38 *Mockup Thank You Card*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Thank you card digunakan sebagai sebuah bentuk apresiasi yang diberikan kepada klien untuk *customer* karena telah membeli produk dan diharapkan agar *customer* dapat mengulang kembali pembelian di toko klien.

4.6 Pertimbangan Produksi

1. *Graphic Standard Manual*

Graphic Standard Manual atau buku pedoman logo merupakan media yang digunakan sebagai pedoman atau aturan untuk identitas visual Cims Projects dan tidak diproduksi secara masal. Jadi, untuk pertimbangan produksinya menggunakan kertas *Artpaper* 150 gram dengan ukuran 27,94 x 21,59 cm.

2. Kemasan

Kemasan Cims Projects dicetak dengan bahan plastik *polymer* dengan desain khusus yang berukuran 20 x 30 cm.

3. *Thank you card*

Thank you card dicetak dengan bahan *artpaper* 150 gram dengan ukuran 7 cm x 5 cm.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

