Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

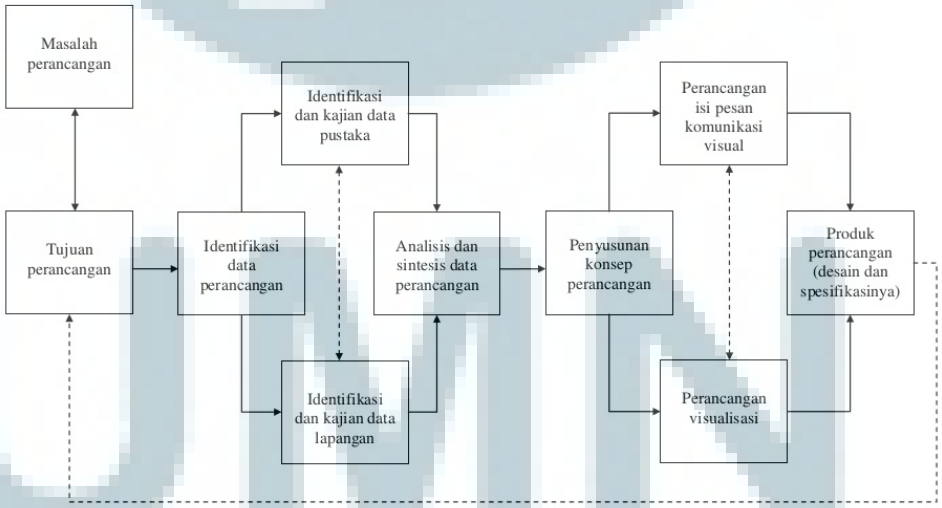
BAB III

METODOLOGI

3.1. Model Perancangan

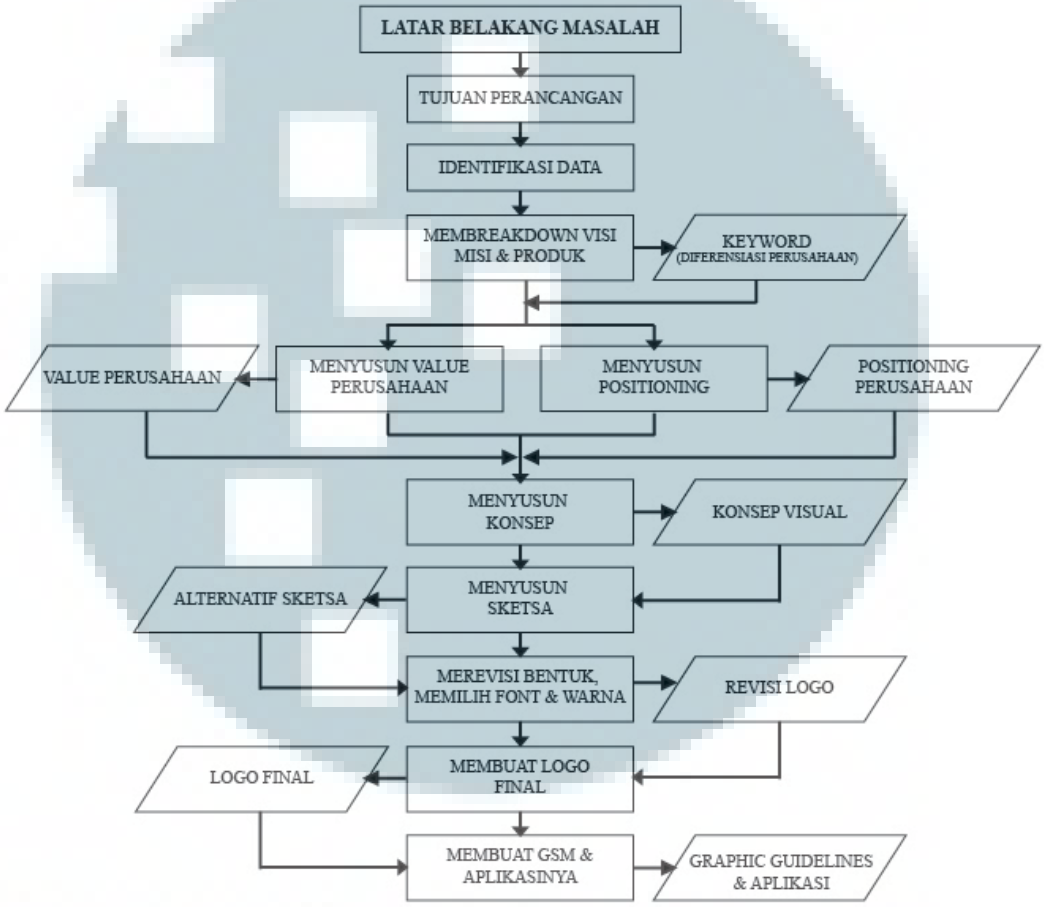
Pada perancangan visualisasi corporate identity PT. Sistelindo Mitralintas, akan digunakan model perancangan prosedural. Model perancangan ini mendeskripsikan bagaimana melakukan tugas-tugas untuk dapat menghasilkan sebuah produk (Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, 2010:37).

Pada perancangan logo PT. Sistelindo Mitralintas menggunakan model perancangan yang dikemukakan oleh Moeljadi Pranata pada bukunya berjudul *Metodologi Desain untuk Desain Komunikasi Visual*. Hal ini didasari pada pertimbangan bahwa model perancangan tersebut memiliki langkah kerja yang lebih dekat dengan proses perancangan logo PT. Sistelindo Mitralintas.



Gambar 3.1-1Model Perancangan Prosedural

Model perancangan disesuaikan kembali dengan kebutuhan perancangan logo PT. Sistelindo Mitralintas. Penyesuaian model ini melibatkan pengurian prosedur yang harus dilakukan. Model perancangan logo PT. Sistelindo Mitralintas disesuaikan seperti model di bawah ini.



Gambar 3.1-2 Skema Perancangan

Perancangan dimulai dengan memahami permasalahan yang sedang dihadapi oleh objek perancangan. Dalam hal ini, PT. Sistelindo Mitralintas sebagai entitas dalam proses perancangan.

Pada tahapan berikutnya, perlu adanya penetapan tujuan perancangan. Hal ini yang pada akhirnya menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perancangan. Jika perancangan sesuai dan memenuhi target, berarti perancangan dapat dikatakan sukses.

Dalam prosedur perancangan, identifikasi data tidak digunakan sebagai alat pembuktian mengenai objek perancangan, tetapi sebagai modal dasar bagi pemahaman objek. Data yang akan dipergunakan sebagai acuan dalam melakukan proses perancangan logo PT. Sistelindo Mitralintas diperoleh dengan metode pendekatan kualitatif melalui wawancara dan penyebaran kuesioner.

Data yang telah didapat dari PT. Sistelindo Mitralintasdan kompetitor mulai di-breakdown berdasarkan visi misi dan produk. Hal ini untuk mengetahui lebih dalam perbedaan satu perusahaan dengan lainnya. Pada proses ini, akan didapatkan output berupa kata kunci yang membedakan PT. Sistelindo Mitralintas dengan kompetitor lainnya.

Kata kunci tersebut kemudian dikembangkan lagi sehingga membentuk sebuah value perusahaan yang menjelaskan keunggulan produk dan servis dibandingkan kompetitor. Pembentukan positioning PT. Sistelindo Mitralintas juga dilihat dari hasil olah data pada proses *breakdown* produk, bagaimana PT. Sistelindo Mitralintas memposisikan produknya di antara kompetitor.

Dari *value* dan *positioning* perusahaan, diperoleh kata kunci yang kemudian akan di-*breakdown* kembali dalam proses penyusunan konsep.

Perancangan Visualisasi...., Prabhawa, FSD UMN, 2014

Penjabaran ini bertujuan untuk menghasilkan konsep visual tentang perancangan awal logo perusahaan.

Perancangan dilanjutkan dengan pembuatan sketsa berdasarkan konsep visual yang telah dipilih. Pembuatan sketsa yang semakin banyak dan variatif akan membuat perancangan logo menjadi lebih baik selama desain yang dihasilkan tidak melenceng dari konsep visual yang telah ditentukan.

Beberapa alternatif sketsa dipilih dan kemudian direvisi lagi secara bentuk. Pada tahapan ini, jenis tulisan dan warna mulai diselaraskan sesuai dengan konsep visual yang telah disusun. Logo tersebut kemudian direvisi kembali untuk mendapatkan sebuah logo final.

Setelah logo final terbentuk, dimulai pembuatan Graphic Standard Manual yang mengatur seluruh penggunaan logo baru meliputi *grid system*, *clear space*, penentuan tipografi, warna dan elemen grafis pada perusahaan. Selain itu, pembuatan desain aplikasi juga dilakukan sesuai dengan aturan yang ditetapkan pada *Graphic Standard Manual*.

3.2. PT. Sistelindo Mitralintas

PT. Sistelindo Mitralintas merupakan sebuah perusahaan penyedia jasa ICT yang telah berdiri sejak tahun 1994. Pada awal berdirinya, PT. Sistelindo Mitralintas berdiri di bawah pengaruh PT. Telekomunikasi Indonesia. Sampai saat ini, PT. Sistelindo Mitralintas terus mengembangkan jasa mulai dari *SNA & MPN, Internet, SI, MDN, E-VPN, Hosting, Cable Strucutre, Managed Services, UC,*

VoiP, *Seat Management*, hingga *Document Services Management and Application.*

Gambar 3.2-1 Perkembangan Produk PT. Sistelindo Mitralintas

Gambar 3.2-2 Produk PT. Sistelindo Mitralintas

PT. Sistelindo Mitralintas selalu mengutamakan kualitas dan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada seluruh klien. Klien seperti Telkom, PLN, Coca-Cola, Siemens, IBM, Panasonic, Indosat, Chevron, Pertamina, Nestle, Carrefour, Garuda Indonesia dan beberapa perusahaan lainnya telah bertahun-tahun menjalin kerja sama bersama PT. Sistelindo Mitralintas. Hanya beberapa perusahaan penyedia jasa ICT, termasuk PT. Sistelindo Mitralintas yang dapat menyediakan kuota internet dan *bandwith* sesuai dengan yang ditawarkan.

PT. Sistelindo Mitralintas mengalami perubahan kepemilikan pada tahun 2013. Hal ini menjadikan PT. Sistelindo Mitralintas sebagai sebuah perusahaan independen yang terlepas dari pengaruh PT. Telekomunikasi Indonesia. Susunan kepemilikan saham terbesar sekarang dimiliki oleh Sisindocom sebesar 40%, disusul dengan dana pensiun telkom sebesar 30%, Sentralindo Komputer Utama sebesar 11%, AT&T dan Koperasi Pegawai Telkom. Bersama dengan perubahan mayoritas kepemilikan tersebut, PT. Sistelindo Mitralintas mengubah struktur organisasi, visi-misi hingga budaya perusahaan.

Visi-misi PT. Sistelindo Mitralintas yang baru sebagai berikut:

1. VISI:
   - *To be a trusted company in providing internet, data communication services and ICT solution in Indonesia.*

Perancangan Visualisasi...., Prabhawa, FSD UMN, 2014

2. MISI:

- *Providing high quality and total services which is fully reliable and trustworthy to customers*
- *Continuously innovating to provide value added services as a highly competent system integrator*
- *Providing guarantee the Service Level Agreement as promised for customer satisfaction*
- *To put customer interests as our highest priority through service oriented performance*

PT. Sistelindo Mitralintas percaya bahwa kedisiplinan yang tinggi dan kerja keras menjadi kunci kesuksesan. Kepercayaan ini selalu dibawa oleh karyawan PT. Sistelindo Mitralintas sebagai budaya perusahaan. Sebagai nilai perusahaan, PT. Sistelindo Mitralintas mengadopsi "THINK" yang terdiri dari *trustworthy, honesty, innovative, neat* dan *keen thinker*.

Analisa SWOT dilakukan setelah pengumpulan data-data PT. Sistelindo Mitralintas selesai. Berdasarkan keadaan PT. Sistelindo Mitralintas, didapatkan SWOT sebagai berikut:

1. *Strengths*
   - Selain menyediakan jasa internet dan data komunikasi, PT. Sistelindo Mitralintas juga menyediakan jasa sistem integrasi.

Perancangan Visualisasi...., Prabhawa, FSD UMN, 2014

- Pengalaman PT. Sistelindo Mitralintas sebagai penyedia jasa ICT selama 19 tahun.
- PT. Sistelindo Mitralintas, sebagai perusahaan penyedia jasa internet, data komunikasi dan sistem integrasi yang selalu berinovasi.

2. *Weaknesses*
   - Perubahan logo perusahaan membuat persepsi baru kepada klien.
3. *Opportunities*
   - Kebutuhan akan internet yang semakin tinggi.
   - Lokasi di Jakarta yang dimana perusahaan memiliki daya beli yang tinggi.
4. *Threats*
   - Munculnya banyak kompetitor baru penyedia jasa internet.

Gambar 3.2-3 Logo PT. Sistelindo Mitralintas Eksisting

Hingga saat ini, PT. Sistelindo Mitralintas masih menggunakan logo lama yang mirip dengan logo PT. Telekomunikasi Indonesia. Pada kenyataannya, logo di atas dapat dikatakan bias dikarenakan tidak memiliki arti dan filosofi yang jelas. Hal tersebut diperparah dengan tidak adanya *Graphic Standard Manual* yang mengatur semua penggunaan elemen grafis pada perusahaan.

Logo PT. Sistelindo dibedah berdasarkan prinsip desain dan kesesuaian dengan visi misi perusahaan. Dengan menggunakan prinsip *Unity*, logo PT. Sistelindo Mitralintas menggambarkan sebuah huruf "S" yang mewakili huruf pertama dari Sistelindo. 2 bidang dinamis yang mengelilingi lingkaran di tengah melambangkan sebuah kondisi dimana PT. Sistelindo Mitralintas akan terus berkembang. Jika ditinjau dari buku *Nirmana* hasil tulisan Drs. Sadjiman Edji Sanyoto, penggunaan warna jingga melambangkan sebuah kemajuan. Bentuk lingkaran dengan warna biru dan pola serupa melambangkan globalisasi dan juga teknologi. Selain itu, gambar tersebut merupakan simbol pengaruh PT. Telekomunikasi Indonesia.

Penulisan huruf "ML" di pojok kanan bawah logo juga dianggap kurang sesuai. Huruf "ML" yang tertera pada pojok kanan bawah logo merupakan singkatan dari Mitralintas. Namun, kondisi penulisan "ML" dengan ukuran yang sangat kecil dibandingkan keseluruhan logo maupun tulisan "Sistelindo" membuat "Mitralintas" seakan tidak penting.

Perancangan Visualisasi...., Prabhawa, FSD UMN, 2014

3.2. Kompetitor

Pencarian data dan pengolahan data tidak terbatas pada PT. Sistelindo Mitralintas saja. Pencarian dan pengolahan data perlu dilakukan terhadap perusahaan kompetitor PT. Sistelindo Mitralintas untuk membandingkan baik visi misi, kultur dan produk perusahaan. Hal ini kemudian dikembangkan untuk menemukan positioning yang membedakan PT. Sistelindo Mitralintas dengan perusahaan kompetitor lainnya.

3.2.1. PT. Rahajasa Media Internet

PT. Rahajasa Media Internet atau yang dikenal dengan nama RADNET merupakan sebuah perusahaan penyedia jasa internet (ISP). Radnet telah berdiri sejak November 1994 di Jakarta. Radnet menyediakan jasa internet baik untuk perseorangan maupun perusahaan.

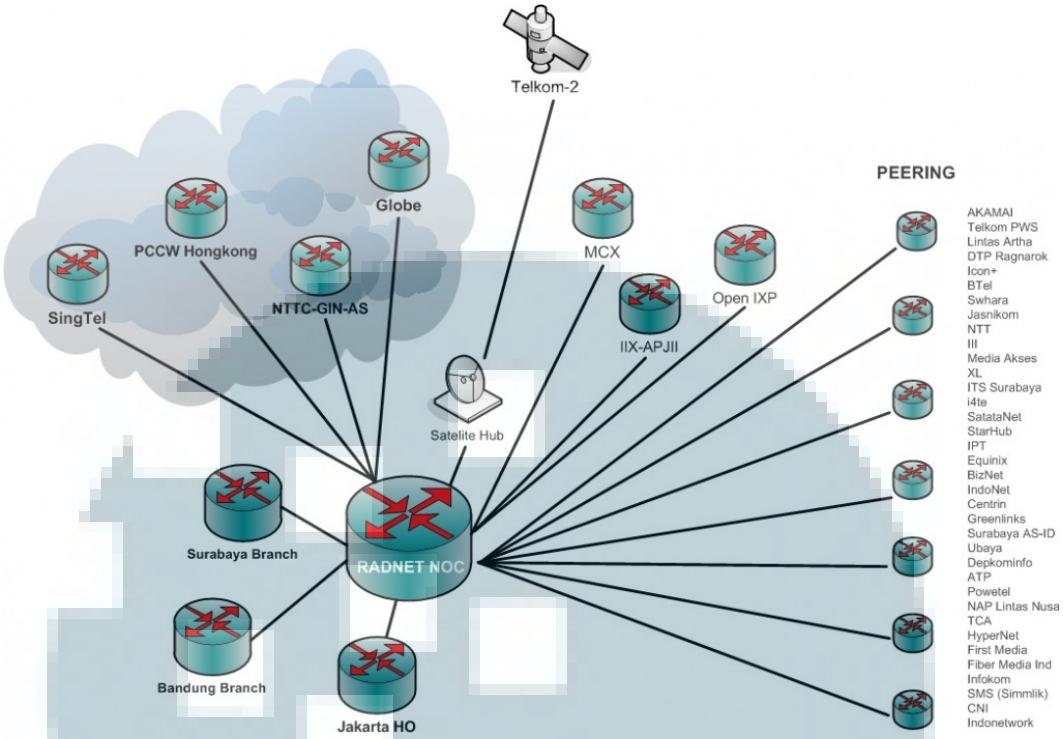
Adapun visi misi PT. Rahajasa Media Internet adalah:

1. VISI
   - *To be a sustainability market leader serves an ever-increasing quality service towards company's future growth as well as market demands.*
2. MISI
   - *To enhance customer's benefit across the globe by delivering internet solutions at the best value along with professionalism that is step above customer's expectations.*

Perancangan Visualisasi...., Prabhawa, FSD UMN, 2014

Radnet bekerjasama dengan PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) untuk pertukaran data regional dan penyedia telekomunikasi. Selain itu, Radnet juga bekerjasama dengan PT. Indosat sebagai *International Telecommunication Carriers*. Walaupun harga yang ditawarkan Radnet tidak terlalu murah, tapi Radnet bangga akan kualitas jaringan yang baik melalui servis WiMAX.

Selama lebih dari 15 tahun Radnet telah berkembang menjadi sebuah perusahaan yang kuat dan juga stabil. Radnet telah memperluas bisnis dan jaringan servis ke Asia-Pasifik. Radnet menggabungkan jaringan infrastruktur superior dengan *multi-home internet Backbone platform* untuk memastikan keadaan jaringan internet setiap saat.



Pengguna internet di Indonesia telah bertambah secara signifikan dalam lima tahun terakhir. Pengguna internet bertambah dari 8 juta penduduk pada tahun 2003 hingga 25 juta penduduk pada tahun 2007. Data tersebut berdasarkan statistik yang dikeluarkan oleh *Indonesian Internet Service Provider Association*.

Produk yang dikembangkan oleh Radnet dikelompokan menjadi produk *personal*, *business* dan produk lainnya. Kelompok produk personal terdiri dari Pembuatan *Web Blog Instant*, *NetDSL Premium* dan *NetDial*, *Broadband Wireless Access*, juga *Free Radio Streaming*. Sedangkan kelompok produk *businees* terdiri dari *Instant Corporate Site, Instant Online Shop, Dedicated Line and Dedicated Wireless, VSAT and POP Ether*. Untuk kelompok produk lainnya terdiri dari *Domain Registration, Web Hosting, Server Co-Locations, E-Goverment, IP VPN, WIMAX 2.3 GHZ, VOIP juga Indoor Coverage*.

Dalam perjalanannya, Radnet telah bekerja sama bersama Motorola, Sky Pilot Networks, Alvarion, Wavion, Ubuquiti Networks, MikroTik, BelAir Networks, Trango Systems Inc., sebagai *Broadband Wireless Access Partner*. Di lain produk, Radnet telah bekerja sama dengan XL, Telkom Indonesia, Indosat, Icon+, Jasnikom, Matrix dan juga Infokomelektrindo sebagai *Network Partner*. Kemkominfo dan APJII juga bekerjasama bersama Radnet.

3.2.2. PT. Telekomunikasi Indonesia

Telkom *Group* adalah satu-satunya perusahaan telekomunikasi dan penyedia jasa *network* yang dimiliki oleh pemerintah. Telkom melayani jutaan pelanggan di seluruh indonesia melalui jasa *fixed wireline, fixed wireless connections, mobile communications, networking-interconnection services* dan *data communication services.* Telkom *group* juga menyediakan beberapa servis lain di bidang informasi, media dan edutainment.

Gambar 3.2-1 Logo Baru PT. Telekomunikasi Indonesia

Di bidang telekomunikasi, telkom melayani *service plain ordinary telephone service* (POTS) *wireline connections, fixed wireless, data communication services, broadband, satelite, network*, dan telepon seluler melalui

Perancangan Visualisasi...., Prabhawa, FSD UMN, 2014

anak perusahaannya. Telkom *group* melayani seluruh segmen pasar termasuk personal hingga usaha kecil hingga menengah.

Di bidang informasi, telkom group menyediakan jasa informasi yang telah dikembangkan ke dalam sebuah *New Economy Business* (NEB). Servis ini dapat memfasilitasi bisnis proses beserta transaksinya yang meliputi *Value Added Services* dan *Managed Application.*

Di bidang media, telkom *group* menyediakan sajian televisi berbayar bernama Pay TV. Pay TV dibagi menjadi dua produk, UseeTV yang menyediakan saluran televisi melalui laptop maupun *smartphone*, dan Yes TV yang merupakan paket tayangan televisi berisi informasi, hiburan, olahraga dan pengetahuan.

Di bidang edutainment, telkom *group* berusaha menarik anak-anak muda sebagai target market mereka. Produk yang ditawarkan melalui bidang *edutainment* adalah Ring Back Tone (RBT), SMS contents, portal, dan lainnya.

Sebagai sebuah perusahaan telekomunikasi, Telkom *group* selalu berusaha untuk membuat sinergi antara produk, servis dan solusi. Dalam rangka meningkatkan *business value*, pada tahun 2012 Telkom *group* merubah portofolio bisnisnya menjadi TIMES (telekomunikasi, infomasi, media & edutainment, servis). Dalam prosesnya, Telkom *group* dibagi menjadi 4 anak perusahaan, PT. Telekomunikasi Indonesia Seluler, PT. Telekomunikasi Indonesia International, PT. Telkom Metra dan PT. Daya Mitra Telekomunikasi. Visi, misi, *positioning* dan *values* dari Telkom group sebagai berikut.

Perancangan Visualisasi...., Prabhawa, FSD UMN, 2014

VISI

To become a leading telecommunication, information, media, edutainment dan sevices (TIMES) player in the region

MISI

- *To Provide "more for less" TIMES services*
- *To be the role model as the best managed corporation in Indonesia*

BRAND *POSITIONING*

Life Confident

Keahlian dan dedikasi kami pada kemajuan akan memberikan keyakinan bagi semua stakeholder kami untuk mendukung kehidupan mereka di mana pun mereka berada.

BRAND VALUES

- *Expertise*

  Keahlian yang dicapai dari pengetahuan yan dalam dan pengalaman yang teruji.

- *Empowering*

  Memberdayakan stakeholders dalam menanggapi aspirasi mereka

- *Assured*

  Keyakinan dalam tindakan kita, nilai-nilai, dan jaringan yang meningkatkan kepercayaan dan loyalitas.

Perancangan Visualisasi...., Prabhawa, FSD UMN, 2014

- *Progressive*

  Progresif dan terdepan dalam teknologi, pemikiran, produk dan *customer service.*

- *Heart*

  Melayani dengan hati kebutuhan dalam segala hal yang kita lakukan untuk kebutuhan *stakeholders*.

3.3. Analisa Segmenting, Targeting & Positioning

Segmenting

Demografi : Jakarta dan Sekitarnya

Penggolongan menurut besar usaha:

- Usaha mikro dengan omzet per tahun maksimal 300 juta dan jumlah aset maksimal 50 juta.
- Usaha kecil dengan omzet per tahun antara 300 juta hinga 2 milliar dan jumlah aset antara 50 juta hingga 500 juta.
- Usaha menengah dengan omzet per tahun 2,5 milliar hingga 50 milliar per tahun dan jumlah aset antara 500 juta hingga 10 milliar
- Usaha besar dengan omzet lebih besar dari 50 milliar dan jumlah aset lebih dari 10 milliar.

Perancangan Visualisasi...., Prabhawa, FSD UMN, 2014

3.3.1. Positioning

"Sistelindo Mitralintas menyediakan jasa ICT yang lengkap, termasuk produk yang berbeda."

Saat ini perusahaan penyedia jasa internet semakin banyak. Namun, diantara perusahaan ICT yang menyediakan jasa internet sebagai servis utamanya, penyediaan servis system integrator termasuk langka. Padahal *system integrator* merupakan salah satu servis yang tergolong dalam servis di bidang ICT. Oleh karena itu, Sistelindo Mitralintas menyediakan produk yang berbeda dari kompetitornya, yaitu *system integrator*.

3.3.2. Targeting

Perilaku :

- Perusahaan yang membutuhkan jaringan internet yang cepat dan besar pada bisnisnya, baik untuk komunikasi maupun pencarian data untuk karyawanya.
- Perusahaan yang memperhatikan fasilitas, kualitas serta lingkungan kerja yang kondusif

Penggolongan Jenis Usaha:

Perusahaan yang termasuk dalam kategori usaha menengah ke atas.

3.4. Hasil Kuesioner

Untuk menentukan apakah logo PT. Sistelindo Mitralintas dapat digolongkan mirip dengan logo PT. Telekomunikasi Indonesia, perlu adanya pembuatan kuesioner seputar seberapa mirip logo, elemen apa yang membuat logo tersebut

Perancangan Visualisasi...., Prabhawa, FSD UMN, 2014

dapat dikatakan mirip dan bidang usaha PT. Sistelindo Mitralintas. Pembagian kuesioner kepada 40 masyarakat dewasa. Kuesioner dirancang sebagai berikut.

1/40

KUESIONER

Halo, perkenalkan saya Prabhowo, mahasiswa tingkat akhir Universitas Multimedia Nusantara. Dalam rangka penyusunan Tugas Akhir saya mengenai *Corporate Identity*, saya ingin meminta bantuan Saudara sekalian untuk mengisi kuesioner ini. Terima kasih atas bantuannya.

Berikut terdapat dua buah logo : Logo A dan B.

SISTELINDO ML — A

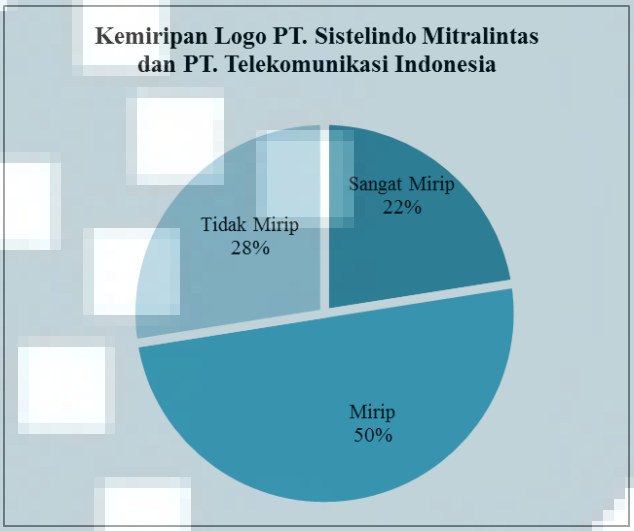
TELKOM INDONESIA — B

1. Apakah logo A dan B memiliki kemiripan?
   - ☐ Sangat Mirip ☐ Mirip ☐ Tidak Mirip
2. Aspek apa yang membuat logo A dan B mirip? (boleh lebih dari 1)
   - ☐ Warna logo
   - ☐ Bentuk logo
   - ☐ Warna tulisan
   - ☐ Jenis *font* tulisan
   - ☐ Tata letak antara logo dengan tulisan
   - ☐ *Pattern* atau pola pewarnaan logo
3. Menurut Saudara, perusahaan dengan logo A bergerak di industri apa? (pilih salah satu)
   - ☐ Restoran
   - ☐ *Department Store*
   - ☐ Otomotif
   - ☐ Telekomunikasi
   - ☐ *Tour & Travel*
   - ☐ *Furniture*

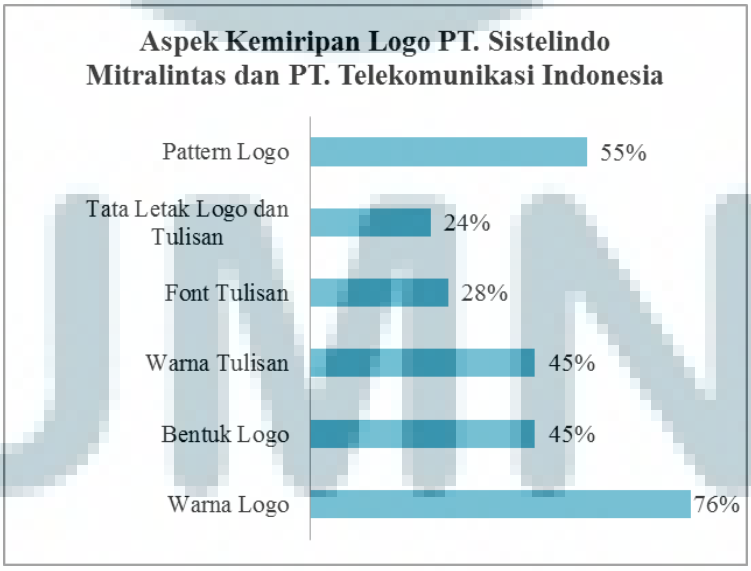
Gambar 3.4-1 Kuesioner Kemiripan Logo PT. Sistelindo Mitralintas dengan PT. Telekomunikasi Indonesia

Setelah seluruh kuesioner telah diisi, proses analisa dan penghitungan hasil kuesioner bisa dilakukan. Sebanyak 72% dari seluruh responden mengatakan bahwa logo PT. Sistelindo Mitralintas mirip dengan logo PT. Telekomunikasi Indonesia. Elemen yang membuat logo PT. Sistelindo Mitralintas terlihat mirip

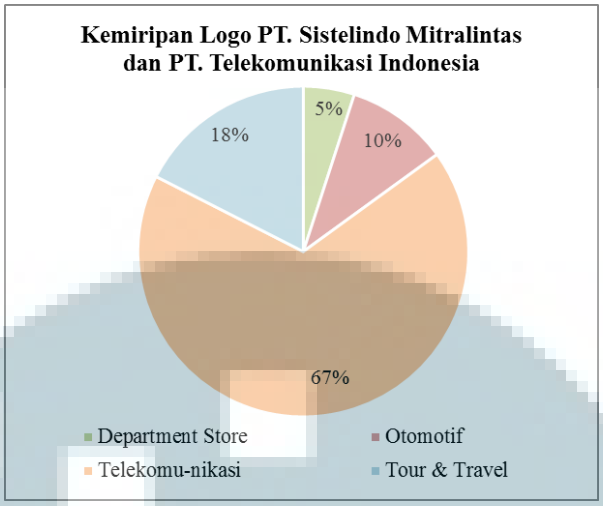
dengan logo PT. Telekomunikasi Indonesia adalah warna logo sebanyak 76% dari total responden yang mengatakan logo terkait mirip disusul dengan pola logo sebanyak 55%. Sebagian besar responden dapat mengatakan bahwa PT. Sistelindo Mitralintas bergerak di bidang Telekomunikasi. Namun, sebagian besar responden mengatakan bahwa cerminan bidang telekomunikasi tidaklah terlihat dari simbol logo, melainkan dari huruf "tel" pada kata Sistelindo.



Gambar 3.4-2Hasil Kuesioner 1



Gambar 3.4-3 Hasil Kuesioner 2



Gambar 3.4-4 Hasil Kuesioner 3

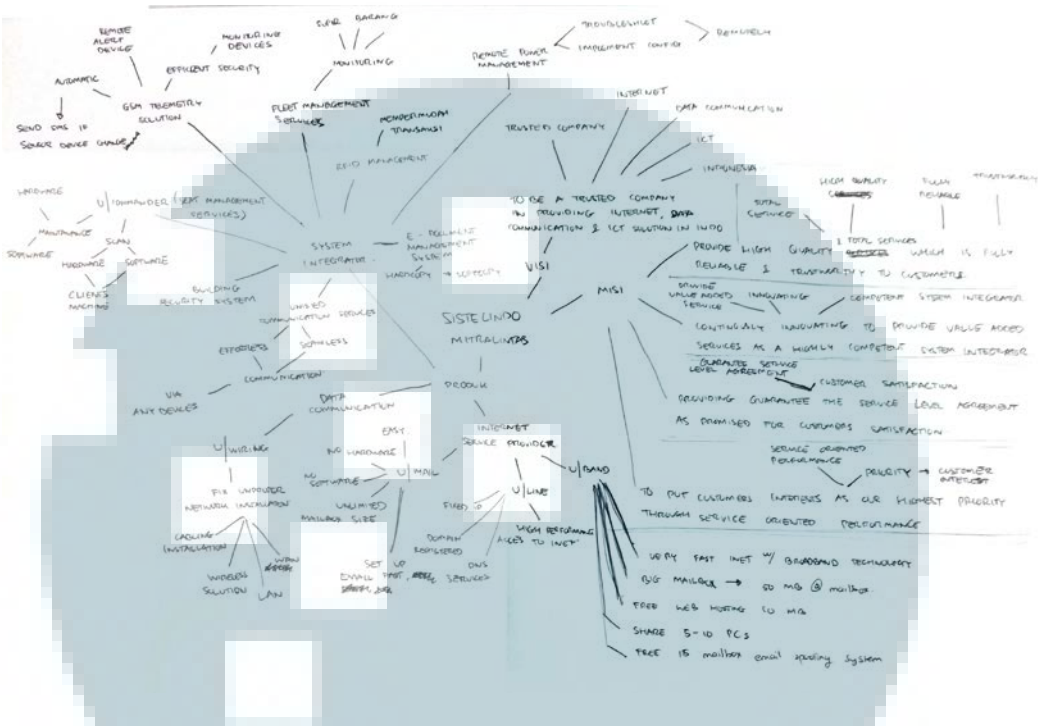
Dapat disimpulkan bahwa ikon lingkaran berwarna biru pada logo PT. Sistelindo Mitralintas didapati mirip dengan logo PT. Telekomunikasi Indonesia. Hal tersebut ditambah dengan penggunaan pola pada lingkaran tengah logo PT. Sistelindo Mitralintas yang dianggap mirip dengan logo PT. Telekomunikasi Indnoesia. Bahwa logo PT. Sistelindo Mitralintas mencerminkan perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi adalah benar, simbol dari logo tersebut tidak terlalu mewakili telekomunikasi.

3.5. Mind Mapping

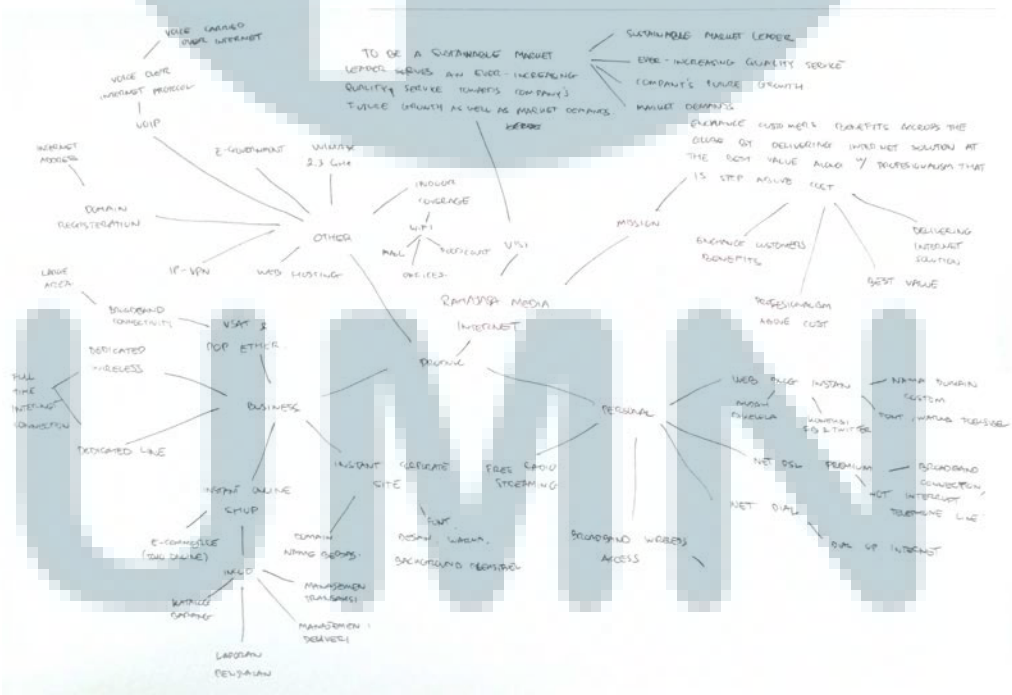
Mind map adalah sebuah diagram yang menghubungkan semua informasi yang ada ke sebuah kata kunci yang terletak di tengah-tengah. *Mind map* membantu pengelompokan konsep dan membawa ide baru dari kata kunci yang ada. *Mind map* merupakan salah satu cara terbaik untuk menangkap buah pikiran dan membawa mereka ke dalam bentuk visual.

Pembuatan *mind map* dimulai dari PT. Sistelindo Mitralintas sendiri sebagai sebuah perusahaan yang diikuti dengan kompetitornya, yaitu PT.

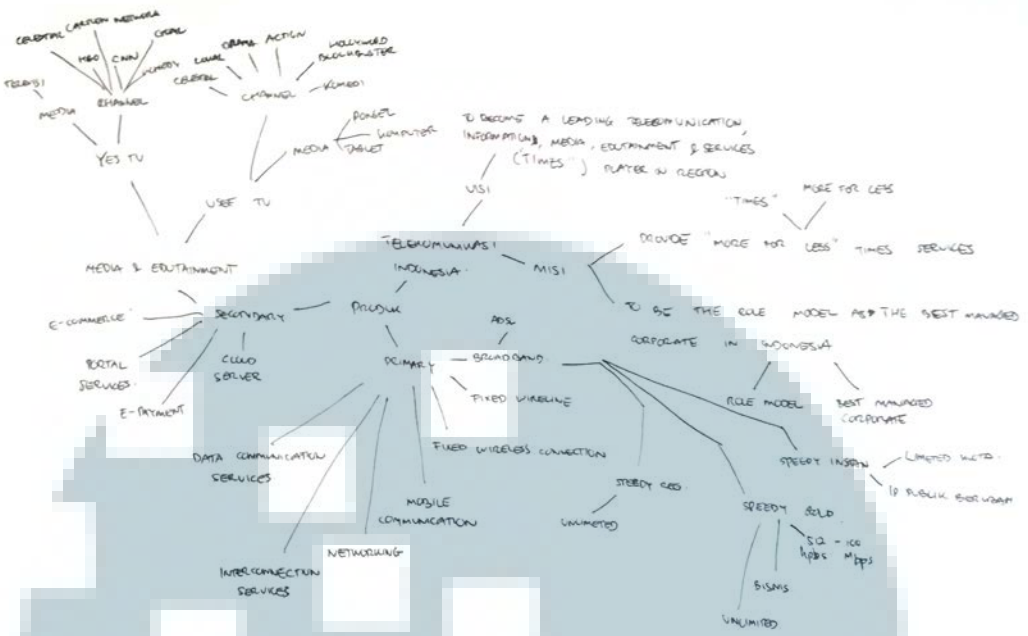
Rahajasa Media Internet dan PT. Telekomunikasi Indonesia. Pembuatan *mind map* memudahkan penentuan *positioning* PT. Sistelindo Mitralintas.



Gambar 3.5-1*Mind Map* PT. Sistelindo Mitralintas



Gambar 3.5-2 *Mind Map* PT. Rahajasa Media Internet



Gambar 3.5-3 *Mind Map* PT. Telekomunikasi Indonesia

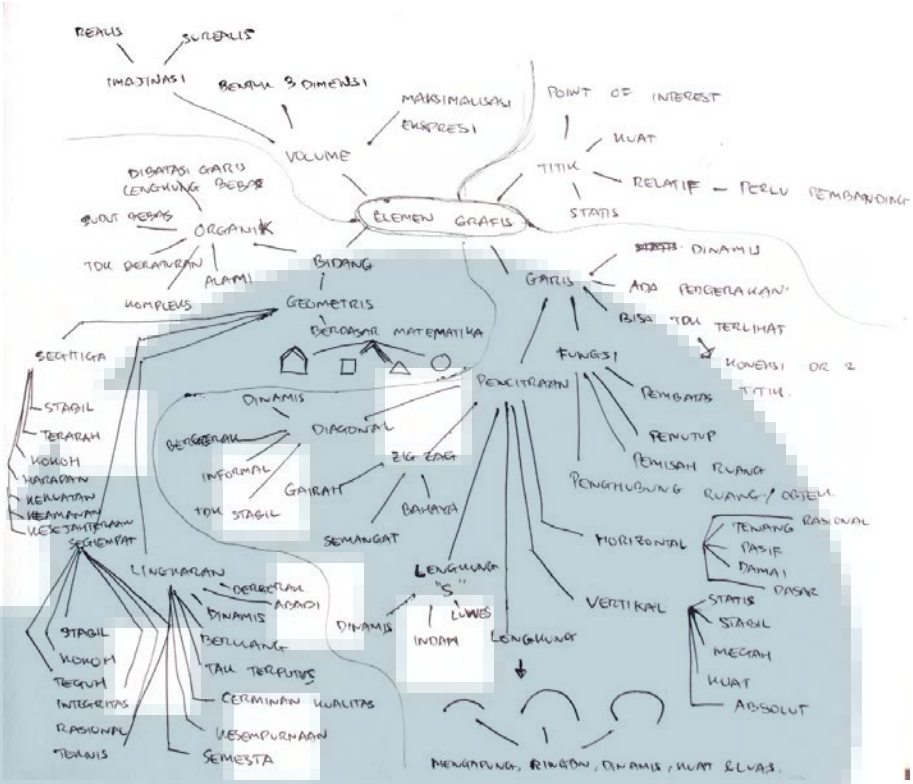
Berdasarkan *mind map* yang telah dibuat mengenai masing-masing perusahaan, perlu ditentukan *value* perusahaan dari PT. Sistelindo Mitralintas. *Value* di sini menjelaskan keunggulan produk dan servis dari para kompetitor. Setelah penentuan *value*, pembuatan matriks perlu dilakukan untuk memudahkan proses pencarian *positioning*. Hasil dari perbandingan dari produk perusahaan akan membentuk beberapa kata yang pada akhirnya disusun menjadi sebuah *positioning*.

Tabel 3.5-1 Matriks Komparasi Kompetitor PT. Sistelindo Mitralintas

	PT. SISTELINDO MITRALINTAS	PT. RAHAJASA MEDIA INTERNET	PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA
VISI	Trusted company providing: internet, data communication, ICT solution in Indonesia	Be sustainable market leader, increasing quality service's & company future; increasing market demands.	Leading Telecommunication, information, media, edutainment and services in Regional

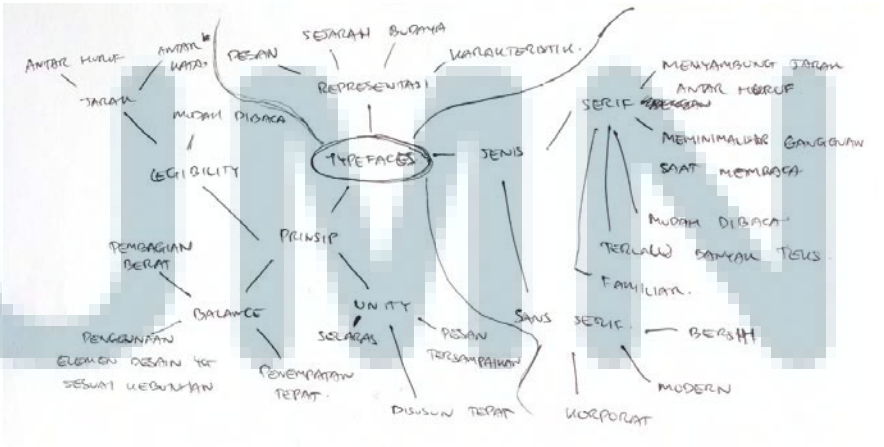
MISI	High Quality, Total Services, Fully Reliable, Trustworthy. Innovating, providing value added services , a competent system integrator Guarantee service level aggrement, Guarntee customers satisfaction Priority: Customers interests, Service oriented performance	Increasing customer benefits by delivering internet solutions with best value. Professionalism over cost.	Provide "TIMES" more for less Become a role model sebagai post managed corporate in Indonesia
CULTURE	High Discipline & Hard Work as key of success		Beliefs : Always the best Core Value : Solid, speed, smart Behaviour : Imagine, focus, actions
PRODUK	Internet Service Provider Data Communication System Integrator	Personal -Wireless, web personal, net adsl & dial Business Instant corporate site, instante online shop, VSAT & POP Ether, dedicated lines & wereless	Fixed wireline & wireless mobile communication networking intercomunication services data communication media & edutainment

Untuk memperluas ide dan detail dari elemen grafis, dirancang juga *mind map* tentang beberapa kategori desain meliputi elemen grafis, tipografi juga arti warna. *Mind map* dimulai dengan pembedahan elemen grafis menjadi empat kelompok, yaitu titik, garis, bidang dan volum. Keempat kelompok tersebut dikembangkan lagi sesuai dengan tinjauan pustaka pada bab 2.

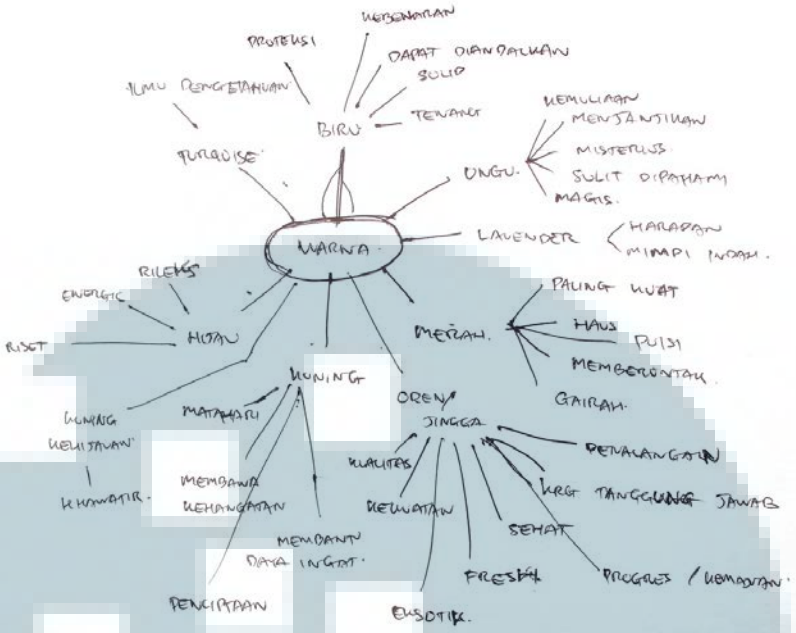


Gambar 3.5-4 *Mind Map* Psikologi Bentuk

Pemilihan warna dan jenis tipografi juga sangat penting dalam pembuatan sebuah logo. Hal ini dikarenakan setiap warna dan tipografi merepresentasikan arti dan kesan yang berbeda. Oleh karena itu, dilakukan pembedahan tipografi dan warna sehingga dihasilkan *mind map* seperti di bawah.



Gambar 3.5-5 *Mind Map* Tipografi



Gambar 3.5-6 *Mind Map* Warna

3.6. Konsep Kreatif

Perancangan konsep kreatif merupakan gambaran umum tentang bagaimana logo PT. Sistelindo Mitralintas yang baru akan dirancang. Perancangan logo baru didasari pada hasil analisa kondisi PT. Sistelindo Mitralintas. Analisa kondisi PT. Sistelindo Mitralintas meliputi filosofi logo, visi-misi, nilai, kultur juga tampak visual logo sekarang. Pembuatan konsep juga didukung dengan analisa studi pustaka dan hasil kuesioner.

Berdasarkan hasil kuesioner, logo PT. Sistelindo Mitralintas dapat dikatakan mirip dengan logo PT. Telekomunikasi Indonesia dikarenakan adanya kemiripan pada warna, pola visual, bentuk dan warna tulisan. Oleh karena itu, penggunaan warna logo dan pola visual serupa sebisa mungkin dihindari. Begitu juga dengan bentuk logo, penggunaan bentuk lingkaran akan dihindari.

Kedua, penulisan nama perusahaan pada logo PT. Sistelindo Miralintas harus diperjelas. Penulisan pada logo dari “Sistelindo ML” diubah menjadi Sistelindo Mitralintas”. Sans serif tetap digunakan sebagai jenis tulisan “Sistelindo Mitralintas” untuk menekankan prinsip *legibility*.

UMN