



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.

BAB III

HASIL PENELITIAN

3.1 Riset dan Pengumpulan Data

Penulis melakukan penelitian pada beberapa buku logo yang beredar dipasaran baik buku lokal maupun buku impor. Banyak buku-buku yang ditemukan dilapangan seperti *logo lounge*, *The Big Book 5*, *The Guide logo*, Setelah menemukan beberapa judul buku penulis kemudian mendapatkan hasil penelitian dan membaginya menjadi beberapa katagori sebagai berikut :

1. Buku yang berisi kumpulan logo:

- *Logo Lounge*

Buku logo ini berisi kumpulan logo terbaik dari berbagai negara yang kemudian disusun sesuai dengan bidang-bidang industri seperti maskapai penerbangan, jaringan, dot-com, bank, dan fashion. Buku ini dapat menjadi referensi pada saat pembuatan logo. Buku *Logo Lounge* sekarang sudah mencapai seri ketujuh.



Gambar 3.1.1

Buku Logo Lounge

(Sumber : <http://logoinspiration.blogspot.com/2011/01/logo-lounge-2.html>)



Gambar 3.1.2

Isi Buku Logo Lounge

(Sumber : <http://logoinspiration.blogspot.com/2011/01/logo-lounge-2.html>)

- *The Big Book of Logo 5*

Hampir sama dengan buku *Logo Lounge* buku logo yang berisi kumpulan logo-logo. Ribuan logo dan merek dagang yang terbaik digunakan di dunia saat ini telah dikumpulkan dan diterbitkan dalam buku ini. Buku karya David E. Carter sudah sampai seri kelima.



Gambar 3.1.3

Buku The Big Book Of Logos

(Sumber : http://books.google.com/books/about/The_big_book_of_logos_5.html?id=EG5LAQAAIAAJ)

- *Los Logos*



Gambar 3.1.4
Buku Los Logos

Buku ini juga merupakan kumpulan logo, lebih dari 1.700 dari mereka.

Ada dua poin yang perlu diperhatikan dalam buku ini seperti :

1. Desain yang benar-benar eksperimental. Ada banyak aplikasi logo yang tidak biasa. Sementara logo memiliki gaya, keanggunan mereka kekurangan, dan karenanya Anda tidak akan melihat contoh nama klien besar. Banyak saya kira dirancang untuk penggunaan jangka pendek, untuk acara, produk, dll
 2. logo simbol dari perusahaan desain yang sama memiliki gaya yang serupa. Sementara terlihat berbeda, dan dapat merasakan hal yang sama.
2. Kumpulan logo dan pengaplikasian logo pada berbagai media :
- *The Best Letterhead and logo design*
Buku ini berisi kumpulan desain kop surat dan logo koleksi ini mencakup identitas segala sesuatu, bentuk logo yang diaplikasikan desain kartu nama, amplop, dengan teknik-teknik kreatif dan penuh warna.



Gambar 3.1.5

Buku The Best Letterhead and logo design

(Sumber : <http://images.betterworldbooks.com/159/The-Best-of-Letterhead-LOGO-Design-9781592536306.jpg>)

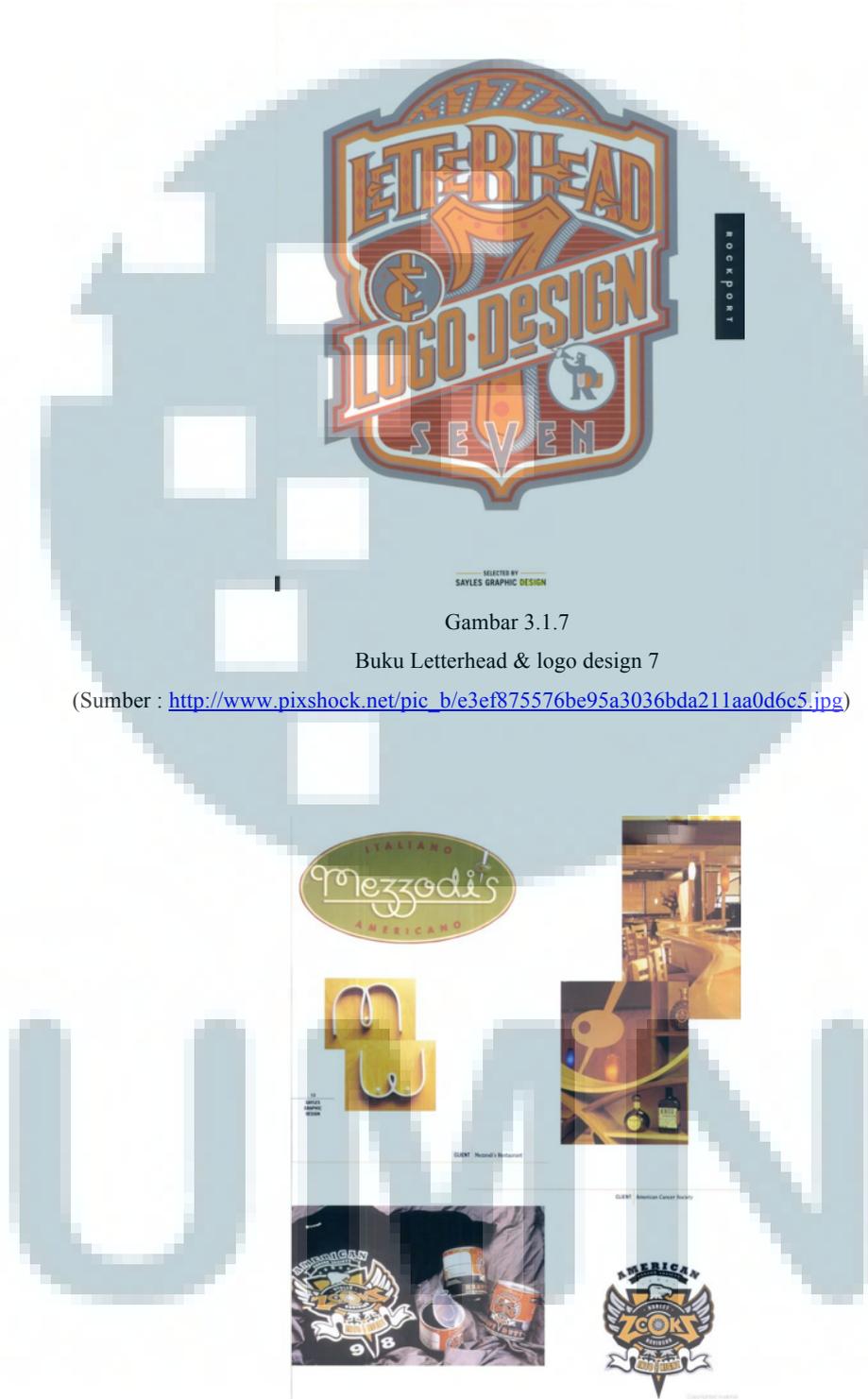


Gambar 3.1.6

Isi Buku The Best Letterhead and logo design

- *Letterhead & logo design 7*

Isi buku *Letterhead & logo design 7* hampir sama dengan *The Best Letterhead and logo design*, buku ini juga berisi kumpulan pengaplikasian logo pada Stationery.



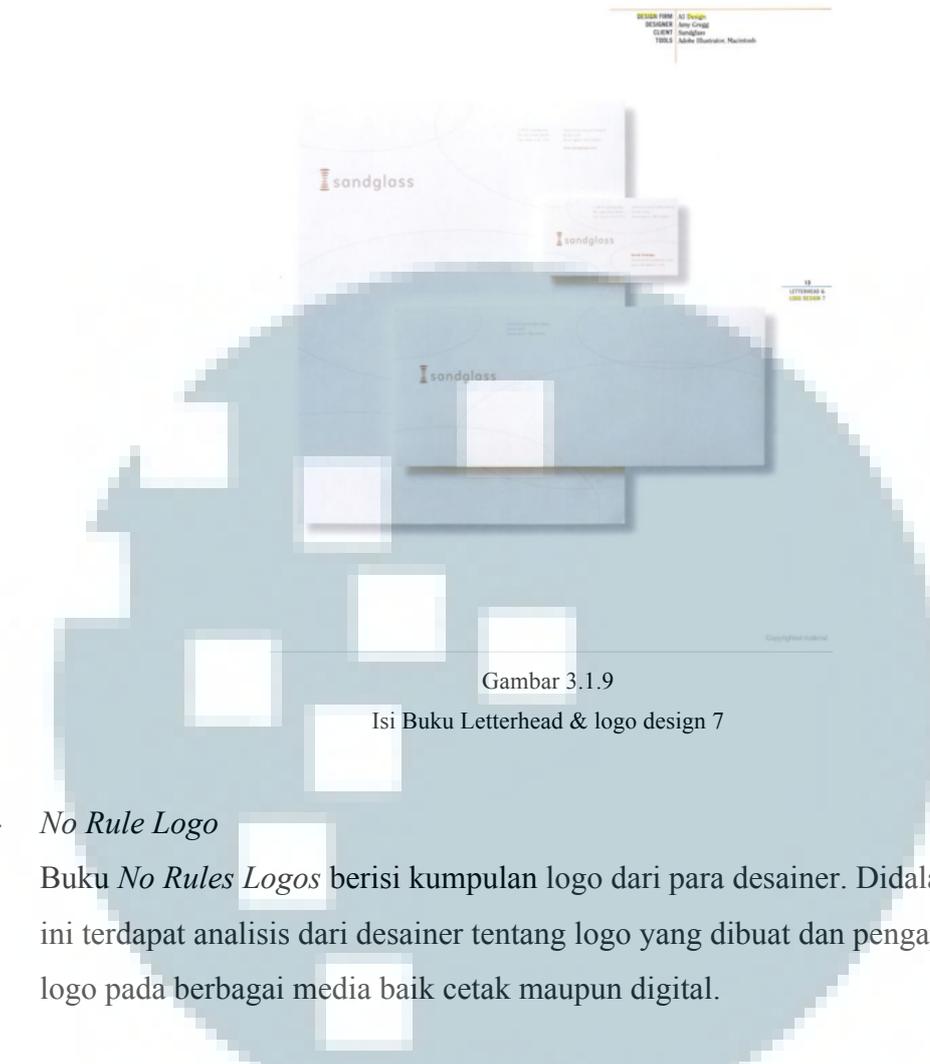
Gambar 3.1.7

Buku Letterhead & logo design 7

(Sumber : http://www.pixshock.net/pic_b/e3ef875576be95a3036bda211aa0d6c5.jpg)

Gambar 3.1.8

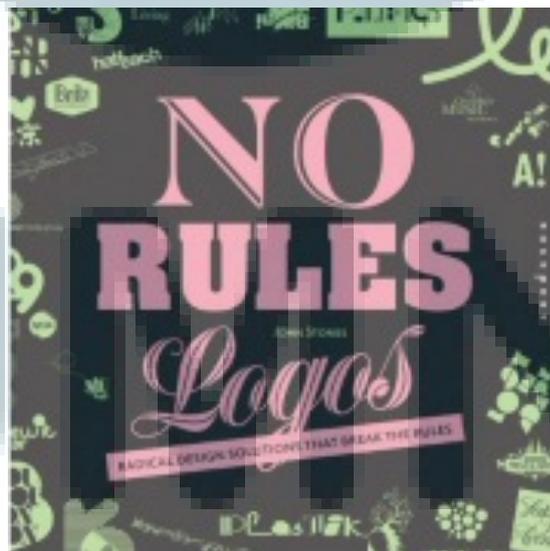
Isi Buku Letterhead & logo design 7



Gambar 3.1.9

Isi Buku Letterhead & logo design 7

- *No Rule Logo*
Buku *No Rules Logos* berisi kumpulan logo dari para desainer. Didalam buku ini terdapat analisis dari desainer tentang logo yang dibuat dan pengaplikasian logo pada berbagai media baik cetak maupun digital.



Gambar 3.1.10

Buku No Rules Logos

(Sumber : <http://www.graphics.com/modules.php?name=Sections&op=viewarticle&artid=822>)

3. Buku teori logo :

- *Logo Design Workbook*

Buku *Logo Design Workbook* menjadi yang pertama dalam serangkaian buku teori dan inspiratif yang mencakup semua bidang mendasar dari desain grafis. Setiap buku akan memberikan berbagai konten tentang subjek menyediakan point untuk membantu membuat desain yang lebih baik. Seri kedua ini tetap menampilkan ringkas dan to the point sehingga dapat mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dengan cepat dan mudah.

Buku ini menawarkan ide dan inspirasi pembaca dengan menampilkan ratusan logo kehidupan nyata dari seluruh dunia yang telah berhasil untuk klien, serta konten yang terfokus pada dasar-dasar termasuk:

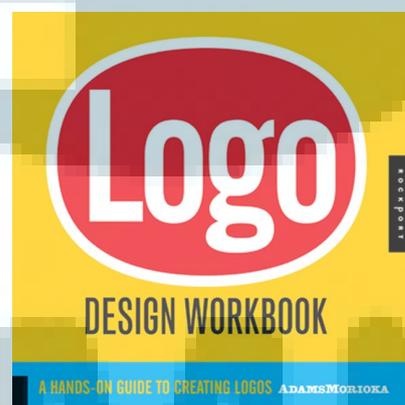
memilih warna?

Memilih jenis huruf yang tepat?

Bagaimana untuk memasukkan logo pada produk?

Kesalahan umum dalam desain logo?

Apa yang membuat logo sukses?



Gambar 3.1.11

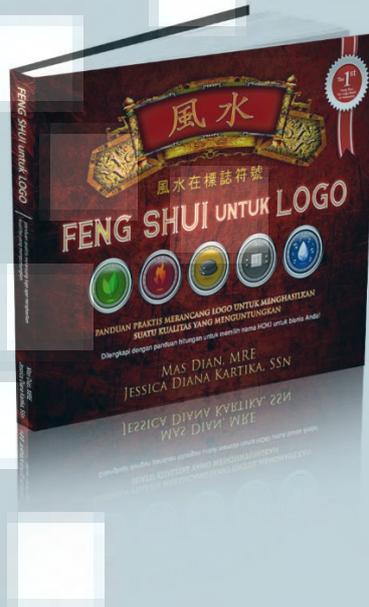
Buku Logo Design Workbook

(Sumber : <http://logoinspiration.blogspot.com/2011/01/logo-design-workbook-hands-on-guide-to.html>)

- *Mendesain Logo*

buku *mendesain logo* karya Surianto Rustan memberikan informasi yang berimbang kepada masyarakat luas termasuk para pelajar desain, dalam cara mendesain logo. Buku ini berisi teori-teori tentang logo, cara membuat logo, arti warna.

- b. Menyajikan informasi untuk mengaplikasikan Feng Shui dalam proses perancangan logo.
- c. Mengungkap rahasia perhitungan Feng Shui dalam logo secara logika.
- d. Memadukan konsep desain dan Feng Shui dalam mendesain logo.
- e. Memberikan analisis dan penjabaran untuk memilih nama yang tepat bagi perusahaan.



Gambar 3.1.14

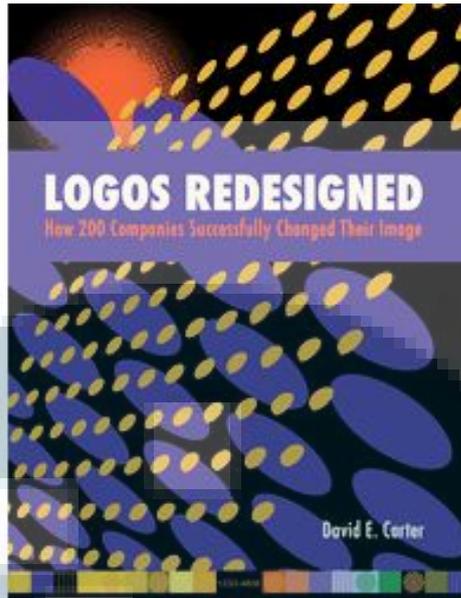
Feng Shui Untuk Logo

(Sumber : <http://dgi-indonesia.com/buku-baru-karya-surianto-rustan-mendesain-logo/html>)

3. Buku case study redesain logo :

- *Logos Redesigned*

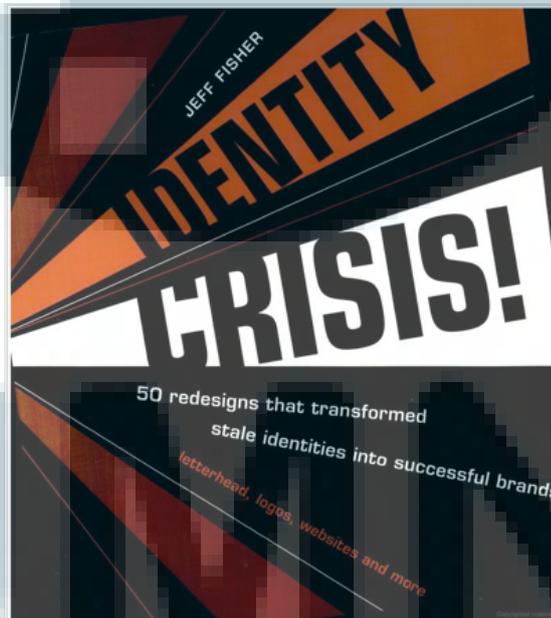
Logo Redesigned karya David E. Carter ini berisi tentang kumpulan logo-logo yang melakukan redesain. Terdapat 200 case studies logo yang telah melakukan redesain yang dibahas langsung oleh desainernya, serta alasan melakukan redesain logo.



Gambar 3.1.15
Buku Logos redesigned

- *Identity Crisis!*

Buku ini hampir sama dengan buku *Logo Redesigned* dalam buku ini hanya membahas 50 redesain logo yang sukses menjadi brand terkenal.



Gambar 3.1.16
Buku Identity Crisis!

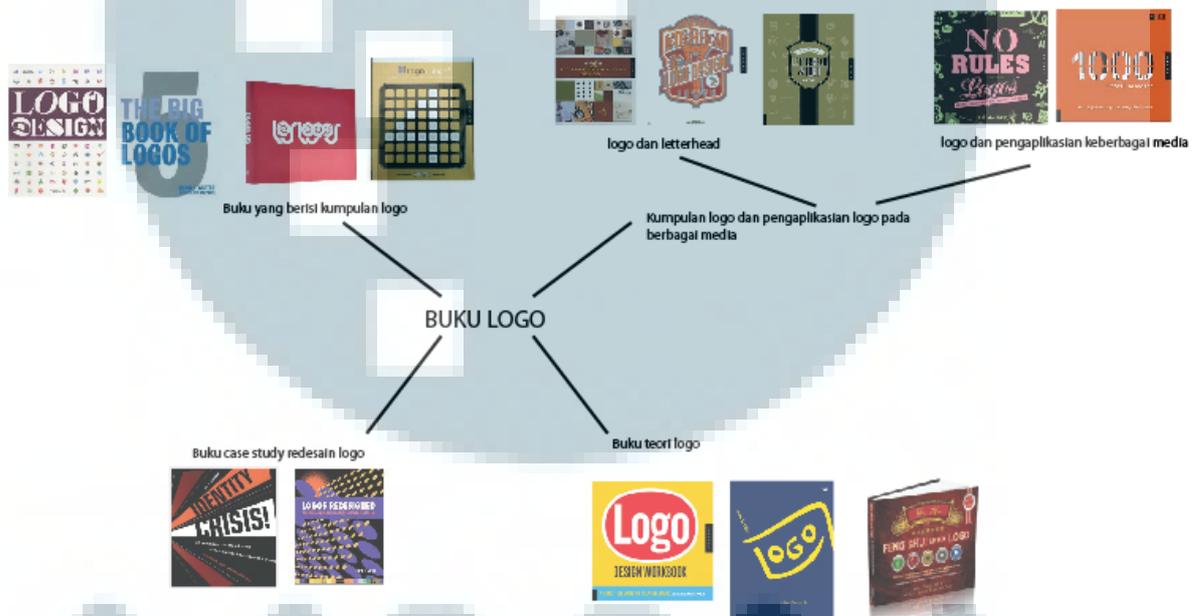
(Sumber :
http://cdx.designer.com/article/15699/Identity_Crisis_50_Redesigns_That_Transformed_Stale_Identities_Into_Successful_Brands.jpg)

3.2 Brainstorming

Penulis melakukan brainstorming dari hasil penelitian ditemukan kategori buku – buku seperti :

- Buku yang berisi kumpulan logo
- Kumpulan logo dan pengaplikasian logo pada berbagai media
- Buku teori logo
- Buku case study redesain logo

Ditemukan bahwa tidak ada buku yang membahas tentang proses seorang desainer membuat/mendesain sebuah logo dari tahap awal sampai finishing akhir. Buku yang ditemukan hanya pendapat desainer tentang logo yang dibuat dan pengaplikasian logo pada berbagai media. Buku yang banyak beredar adalah buku kumpulan logo karya para desainer, buku seperti ini dapat menjadi referensi dalam membuat logo.



Gambar 3.1.17
Brainstorming

3.3 Konsep

Penulis menemukan beberapa konsep yang sesuai untuk buku logo yang akan dibuat. Buku logo ini berisi kumpulan logo yang telah dibuat oleh penulis dan penulis membaginya menjadi beberapa bagian :

- Proses Pembuatan Logo
- Makna Logo
- Feedback Klien
- Kuisisioner Logo
- Redesain Logo
- Galeri Logo

Buku logo yang dibuat penulis tidak terfokus pada satu tema saja, buku ini merupakan gabungan dari beberapa buku logo seperti Logo Lounge, No Rules Logos, Logos Redesigned, The best Letterhead and logo design serta pengaplikasian teori yang terdapat dari buku Mendesain Logo.

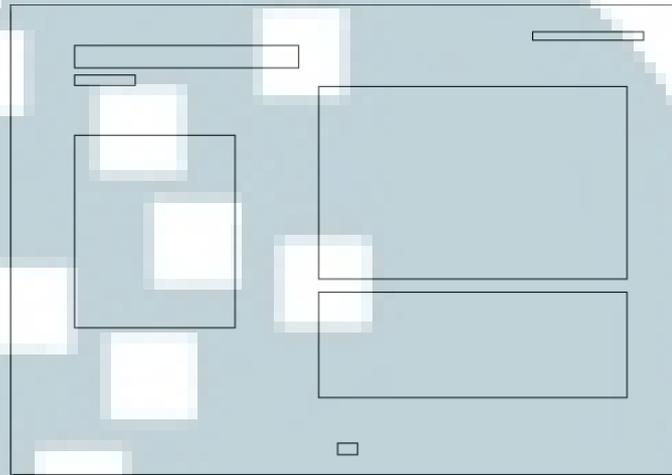


3.4 Pengembangan dan Eksplorasi

3.4.1 Pengembangan Komposisi Tata Letak

Penulis memilih bentuk layout yang simpel dan dapat mempermudah pembaca dalam mendapatkan informasi dari buku ini, karena buku ini bukan sekedar memamerkan logo tetapi lebih kepada informasi yang akan disampaikan. Penulis mendapatkan beberapa komposisi layout yang sesuai seperti:

1. Layout I



Layout I

Penulis memilih *two column grid*, dengan membagi dua bagian antara informasi dan gambar. Dengan menggunakan *two column grid* penulis lebih mudah untuk mengontrol isi dalam kolom dan pembaca dapat dengan mudah mendapatkan informasi. pada saat membaca.

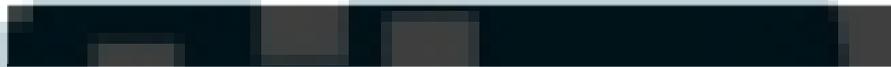
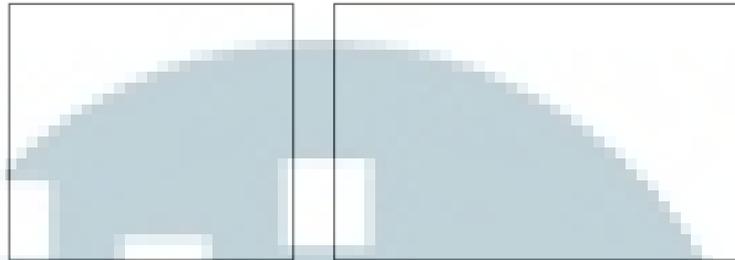
Pada bagian sisi kiri

- Nama Logo
- Tahun pembuatan
- Keterangan Nama Logo
- Keterangan Target Audience
- Keterangan pesan yang ingin disampaikan

Pada bagian sisi kanan

- Nama bab
- Logo
- Briefing yang diberikan
- Nomor halaman

2. Layout II



Layout II

Pada layout 2 penulis juga menggunakan *two column Grid*, dengan membagi dua bagian antara sisi kanan dan kiri. Pada sisi kiri memuat gambar logo dan pada sisi kanan memuat informasi dari logo.

Pada bagian sisi kiri

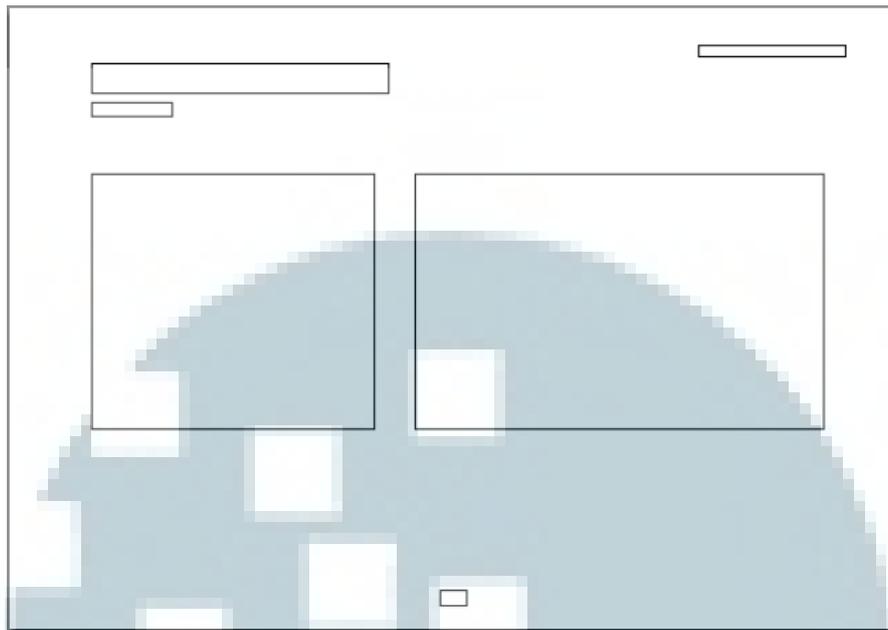
- Nama Logo
- Tahun pembuatan
- Logo

Pada bagian sisi kanan

- Nama bab
- Briefing yang diberikan
- Nomor halaman



3. Layout III



Layout III

Pada layout 3 penulis juga menggunakan *two column Grid*, dengan membagi dua bagian antara sisi kanan dan kiri. Pada sisi kiri memuat gambar logo dan pada sisi kanan memuat informasi dari logo.

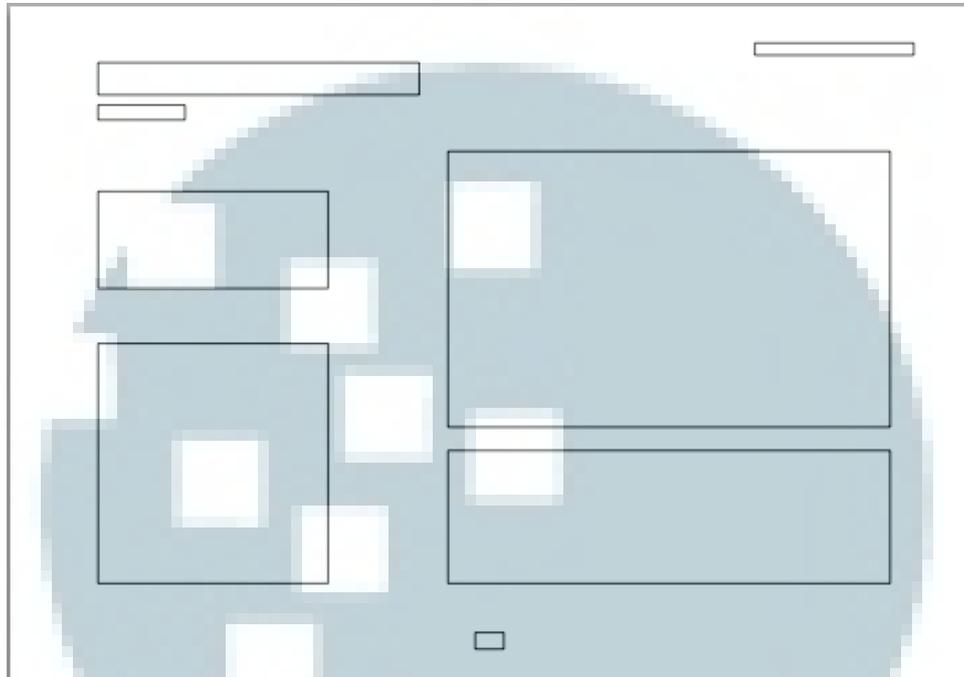
Pada bagian sisi kiri

- Nama Logo
- Tahun pembuatan
- Logo

Pada bagian sisi kanan

- Nama bab
- Briefing yang diberikan
- Nomor halaman

Penulis akhirnya menggunakan desain layout I yang lebih simpel dan gambar dapat diaplikasikan dengan mudah. Pembaca pun dapat dengan mudah menyerap informasi yang ingin sampaikan.



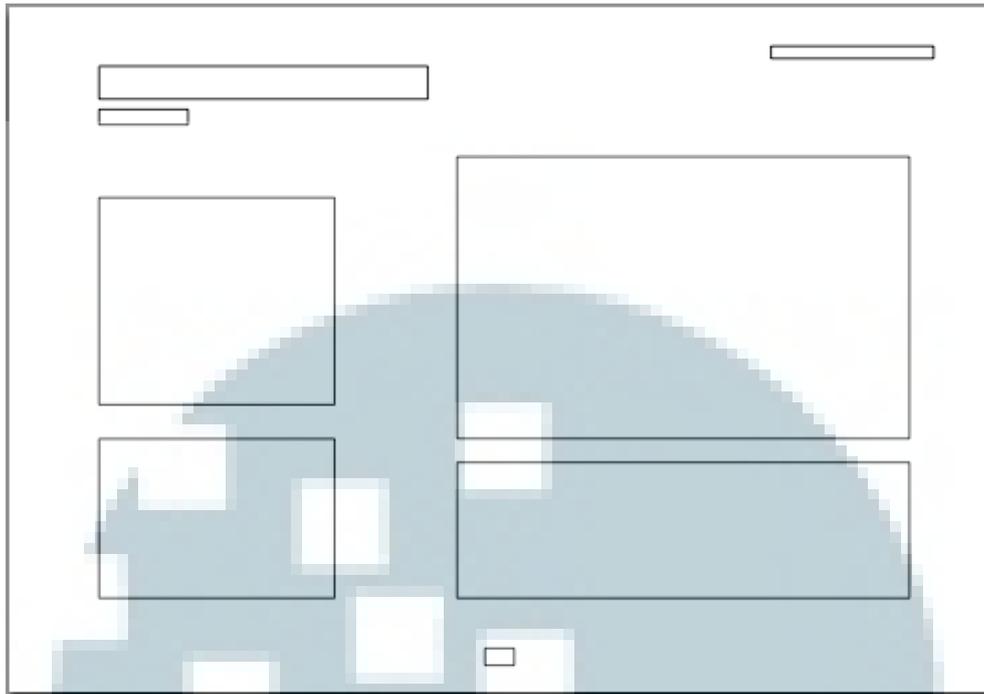
Versi I

Pada bagian sisi kiri

- Nama Logo
- Tahun pembuatan
- Keterangan bentuk
- Keterangan arti warna yang digunakan
- Keterangan arti font yang digunakan
- Warna logo

Pada bagian sisi kanan

- Nama bab
- Logo
- Keterangan logo
- Nomor halaman



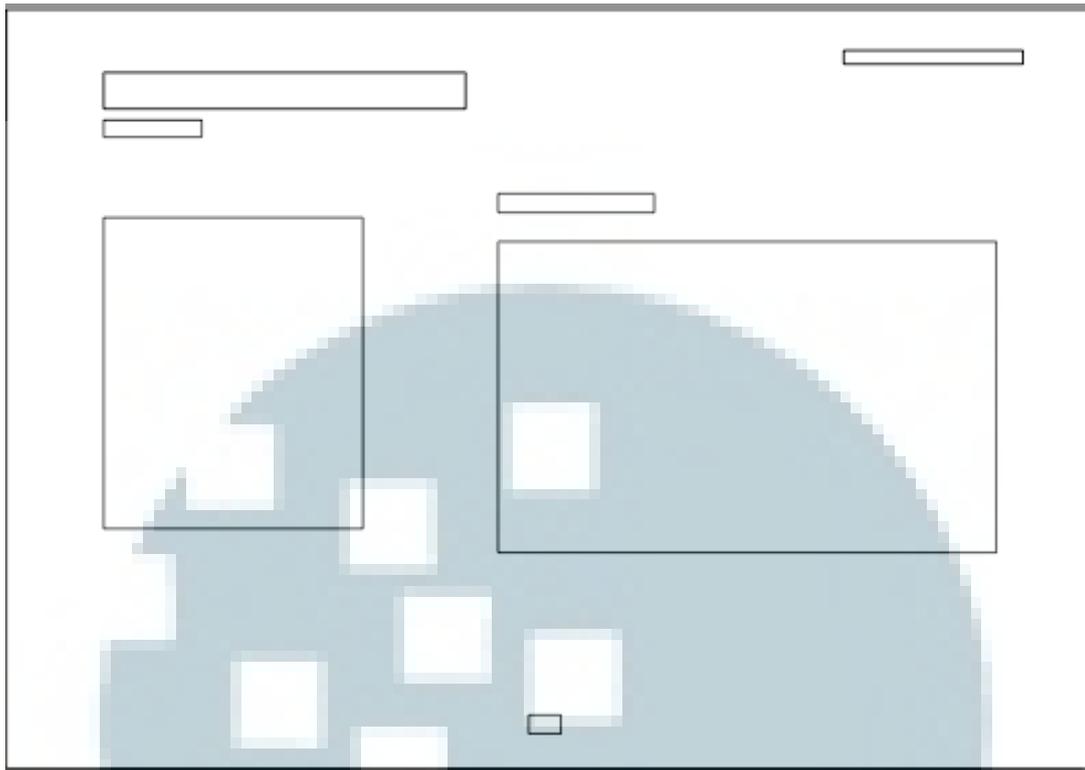
Versi II

Pada bagian sisi kiri

- Nama Logo
- Tahun pembuatan
- Keterangan bentuk
- Keterangan arti warna yang digunakan
- Keterangan arti font yang digunakan
- Warna logo

Pada bagian sisi kanan

- Nama bab
- Logo
- Keterangan logo
- Nomor halaman



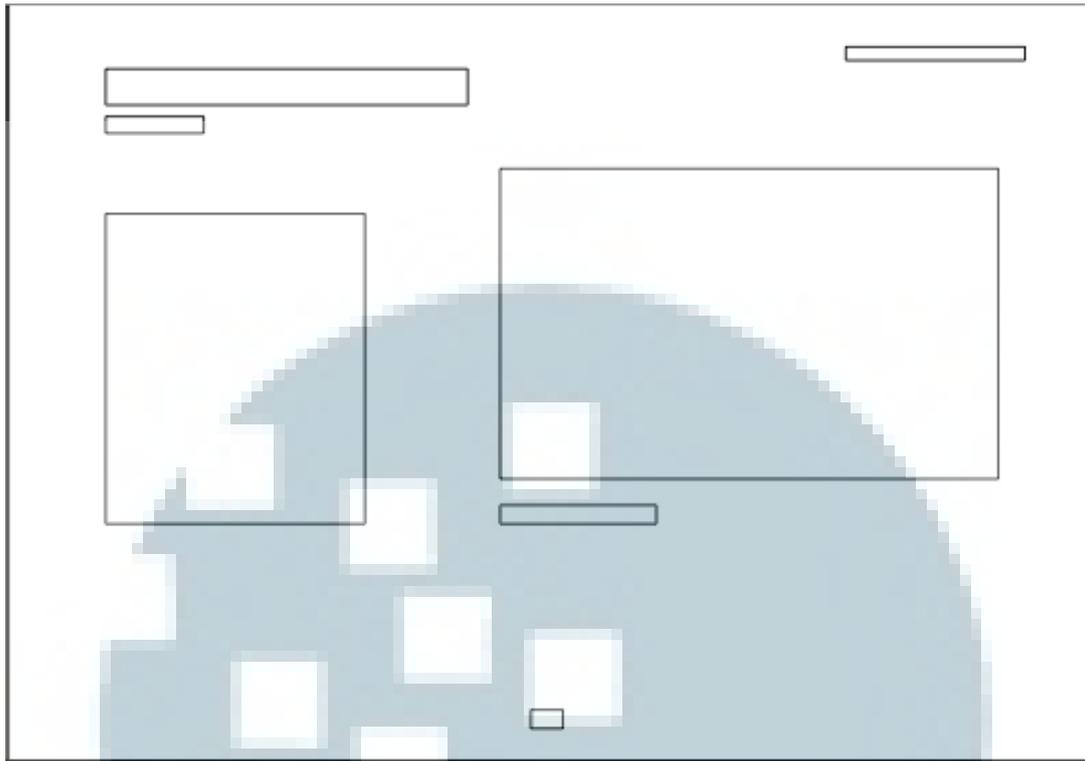
Versi III

Pada bagian sisi kiri

- Nama Logo
- Tahun pembuatan
- Keterangan bentuk
- Keterangan arti warna yang digunakan
- Keterangan arti font yang digunakan
- Warna logo

Pada bagian sisi kanan

- Nama bab
- Logo
- Keterangan logo
- Nomor halaman



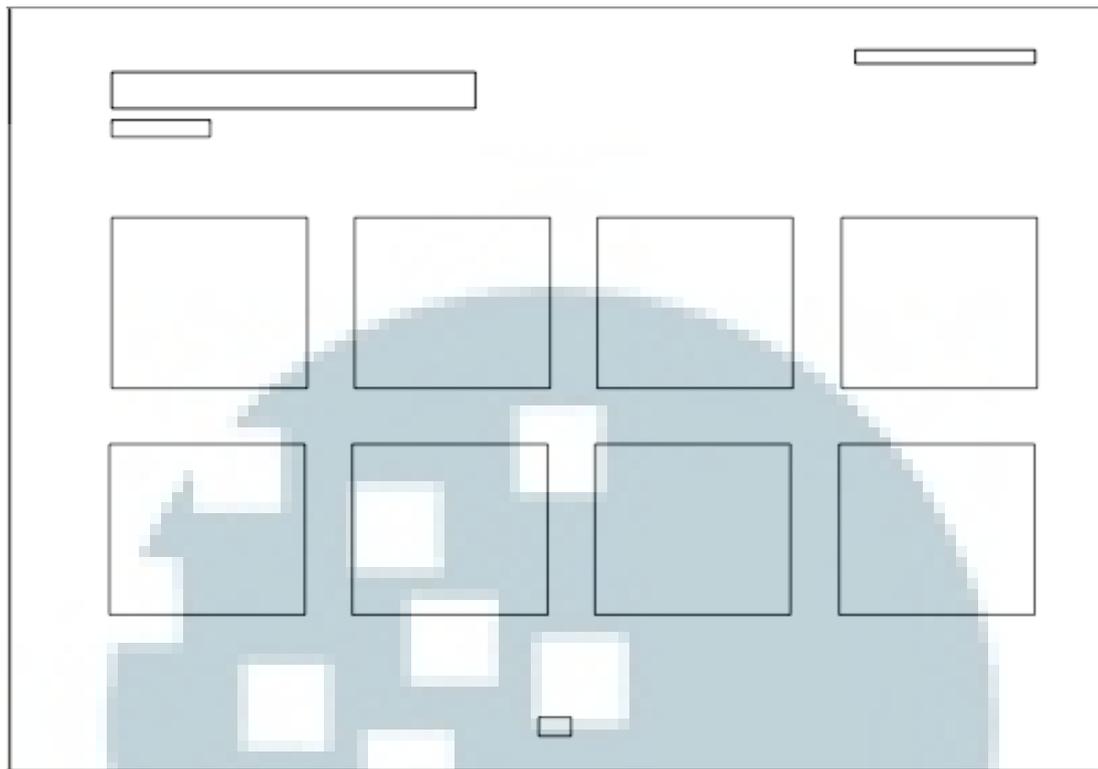
Versi IV

Pada bagian sisi kiri

- Nama Logo
- Tahun pembuatan
- Keterangan bentuk
- Keterangan arti warna yang digunakan
- Keterangan arti font yang digunakan
- Warna logo

Pada bagian sisi kanan

- Nama bab
- Logo
- Keterangan logo
- Nomor halaman



Versi V

Pada bagian sisi kiri

- Nama Logo
- Tahun pembuatan
- Kumpulan Logo

Pada bagian sisi kanan

- Nama bab
- Nomor halaman

UMN

Susunan Layout setelah dimasukkan data-data.



Susunan layout 1

Pada bagian sisi kiri

- Nama Logo
- Tahun pembuatan
- Keterangan Nama Logo
- Keterangan Target Audience
- Keterangan pesan yang ingin disampaikan

Pada bagian sisi kanan

- Nama bab
- Logo
- Briefing yang diberikan
- Nomor halaman

LOGO JAKARTA FASHION & FOOD FESTIVAL

PHASE PEMBUATAN LOGO

TAHUN 2010

KETERANGAN
Jakarta Fashion & Food Festival

KETERANGAN
Orang yang menyukai fashion dan kuliner
Usia :

KETERANGAN
Fashionable

BROWSING



14

Susunan layout 2

Pada bagian sisi kiri

- Nama Logo
- Tahun pembuatan
- Keterangan Nama Logo
- Keterangan Target Audience
- Keterangan pesan yang ingin disampaikan

Pada bagian sisi kanan

- Nama bab
- Browsings
- Nomor halaman

UMMN

LOGO JAKARTA FASHION & FOOD FESTIVAL

TAHUN 2010

PROSES PEMBUATAN LOGO



Logo ini berbentuk seperti tangan yang sedang memeluk pohon, yang berada ditengah

Logo ini berbentuk seperti tetes air yang didalamnya terdapat siluet pohon.

PEJELASAN LOGO 3

Susunan layout 3

Pada bagian sisi kiri

- Nama Logo
- Tahun pembuatan
- Keterangan Nama Logo
- Keterangan Target Audience
- Keterangan pesan yang ingin disampaikan

Pada bagian sisi kanan

- Nama bab
- Browsings
- Nomor halaman

U M M N

LOGO JAKARTA FASHION & FOOD FESTIVAL

PROSES PEMBUATAN LOGO

TAHUN 2010

KETERANGAN
Logo ini diibaratkan dengan bentuk siluet anak kecil yang berada didalam kotak, kotak ini diartikan sebagai bingkai.

KETERANGAN
Warna yang digunakan adalah warna - warna yang girly.
Masing masing warna melambangkan kreativitas, feminin, harmoni, dan elegan.

T **KETERANGAN**
Warna yang digunakan adalah warna - warna yang girly.
Masing masing warna melambangkan kreativitas, feminin, harmoni, dan elegan.



Aura Car Centre merupakan industri otomotif di Netherlands, Rotterdam. Usia target audience 18 - 35 tahun.

	C : 0 M : 100 Y : 0 K : 0	R : 257 G : 28 B : 255	#E62C2A
	C : 0 M : 0 Y : 0 K : 100	R : 128 G : 128 B : 128	#808080
	C : 0 M : 0 Y : 0 K : 100	R : 0 G : 0 B : 0	#000000

14

Susunan layout 4

Pada bagian sisi kiri

- Nama Logo
- Tahun pembuatan
- Keterangan bentuk
- Keterangan arti warna yang digunakan
- Keterangan arti font yang digunakan
- Warna logo

Pada bagian sisi kanan

- Nama bab
- Logo
- Keterangan logo
- Nomor halaman

UMMN

3.5 Eksekusi

Pada tahap ini berisi isi dari buku *About Logo*, Dalam buku ini, penulis menawarkan berbagai informasi yang bisa membantu pembaca dalam memahami dan membuat sebuah logo. Berikut ini penulis membaginya menjadi beberapa bagian :

3.5.1 Proses Pembuatan Logo

Dalam bab pertama membahas tentang proses pembuatan logo, bab ini terdapat 4 logo yang akan dibahas seperti:

1. Logo FKI (Festival Komputer Indonesia 2009)



Gambar 3.5.1
Logo FKI

- Pada bagian pertama dalam logo FKI membahas proses briefing yang diberikan oleh klien. Dalam briefing ini penulis mendapatkan informasi tentang nama logo, target audience, dan makna yang ingin disampaikan.

Informasi Briefing:

- a. Melakukan redesain ulang logo untuk event Festival Komputer Indonesia 2010.
 - b. Logo akan dibuat merupakan pengembangan/transformatasi dari logo yang sudah ada.
 - c. Terdiri dari 2 elemen : logogram (simbol) dan logotype, atau gabungan keduanya.
 - d. Sempel, mudah diingat dan mudah diaplikasikan ke berbagai media, baik 2 dimensi atau 3 dimensi.
- Halaman selanjutnya menjelaskan lebih detail dari briefing yang dijelaskan oleh klien. Penulis mengambil point-point penting dari brief yang diberikan klien.
 - a. Meredesain ulang logo.

- b. Terdiri dari 2 elemen.
 - c. Logo merupakan simple graphic, modern, flexible, colorful, fresh dan eye catching.
 - d. FKI adalah acara tahunan yang digelar diberbagai kota di Indonesia.
 - e. Perkiraan pengunjung adalah 180.000 visitor
 - f. Brand Personality : Economic, Affordable, Reasonable, Bargain, School Holiday, Family recreation, Happening, Up-to-date, Festive, Attractive.
- Kemudian pada halaman ketiga penulis memberikan kumpulan informasi logo yang didapat melalui browsing. Logo yang cari adalah logo yang biasa digunakan untuk logo komputer.
- a. Kumpulan logo-logo acara komputer yang ada di Indonesia.



Gambar 3.5.2

Logo Mega Bazzar 2008

(Sumber : http://ramdani1428.files.wordpress.com/2008/03/logo_mbc2008.jpg)



Gambar 3.5.3

Logo IndoComtech 2009

(Sumber : http://4.bp.blogspot.com/_Yx3vMNqcpV0/SvGLohYaE9I/AAAAAAAAAfk/n-7BAEtv138/s320/Logo%2BIndocomtech%2B2009%2Bweb.jpg)

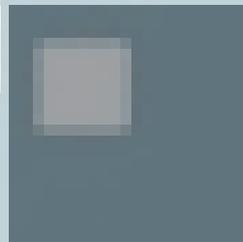


Gambar 3.5.4

Logo Mega Bazaar Komputer

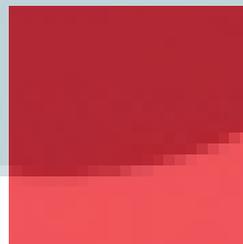
(Sumber : <http://festivalindonesia.files.wordpress.com/2010/02/logo-mbc2010.jpg>)

- b. Warna yang biasa digunakan untuk acara event komputer.



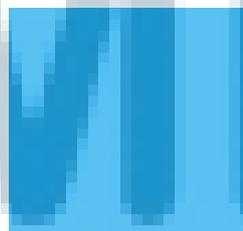
Gambar 3.5.5

Warna Abu-abu



Gambar 3.5.6

Warna Merah

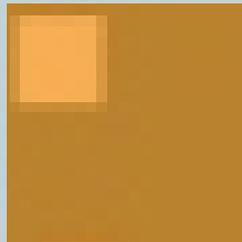


Gambar 3.5.7

Warna Biru

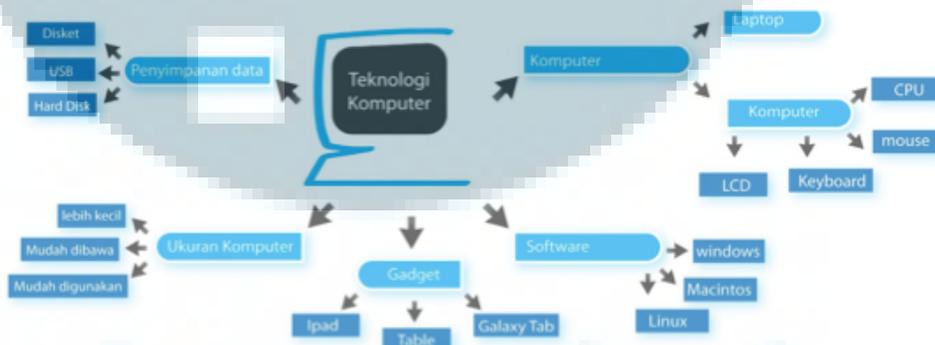


Gambar 3.5.8
Warna Hijau



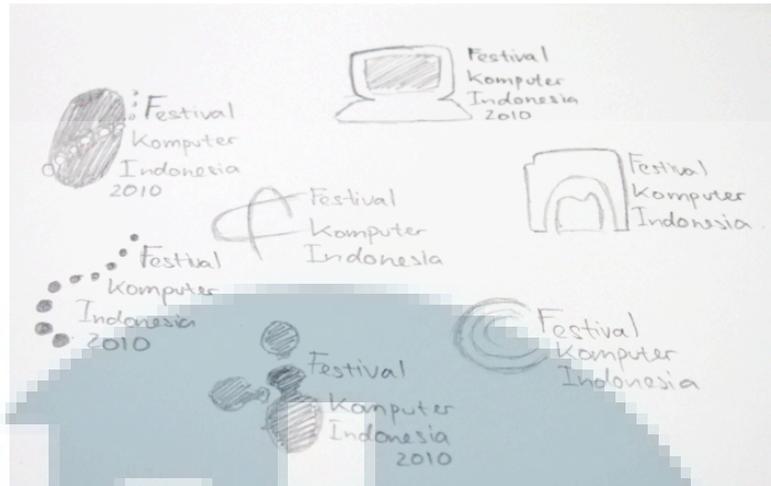
Gambar 3.5.9
Warna Orange

- Pada halaman keempat penulis membuat mindmapping yang berhubungan dengan teknologi dan komputer. Mindmapping ini membantu untuk mencari konsep logo.



Gambar 3.5.10
Mindmapping

- Halaman kelima memuat sketsa-sketsa logo yang telah dibuat oleh penulis.



Gambar 3.5.11
Sketsa logo

- Halaman keenam masuk kepada tahap menggunakan komputer.



Gambar 3.5.12
Tahapan Komputer

- Dalam tahap ini penulis memberikan alternatif-alternatif simbol yang akan digunakan sesuai dengan konsep yang diberikan oleh penulis.

a. Tiga konsep logo



Gambar 3.5.13
Tiga Konsep Logo

b. Penjelasan dari konsep logo

Logo 1 : Logo ini mencerminkan tentang kemajuan teknologi yang semakin hari semakin cepat. Bentuk logo ini seperti Mouse dan memiliki tiga ukuran yang berbeda. Mouse ini melambangkan dengan sekali klik pada komputer bisa melihat sesuatu yang baru, yang ditunjukkan dengan semakin cepat dan majunya teknologi zaman sekarang.

Logo 2 : Setelah melihat dari perkembangan komputer yang dari hari ke hari semakin maju. simbol menggambarkan kemajuan teknologi dengan sirkus lingkaran yang dari kecil menjadi besar, dari komputer yang dulunya besar dan memakan tempat sekarang menjadi lebih simple dengan berbagai fitur yang menarik.

Logo 3 : Logo ini berbentuk disk yang di dalamnya terdapat USB yang melambangkan kemajuan dalam penyimpanan data yang semakin mempermudah dalam bentuk ukuran.

- Halaman kedelapan logo final



Gambar 3.5.14

Logo FKI

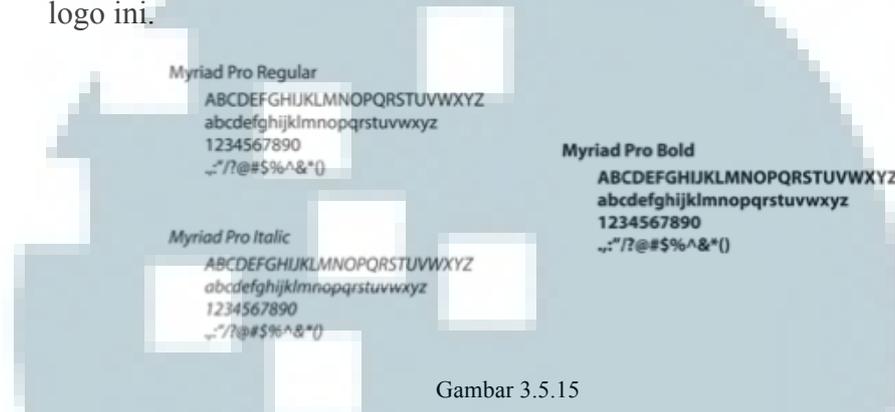
Logo ini mencerminkan tentang kemajuan teknologi yang semakin hari semakin cepat. Bentuk logo ini seperti mouse dan memiliki tiga ukuran yang berbeda. Mouse ini melambangkan dengan sekali klik pada komputer bisa melihat sesuatu yang baru, yang ditunjukkan dengan semakin cepat dan majunya teknologi zaman sekarang.

Arti Simbol : Mouse ini melambangkan dengan sekali klik pada komputer bisa melihat sesuatu yang baru, yang ditunjukkan dengan semakin cepat dan majunya teknologi zaman sekarang.

Arti Warna : Warna yang digunakan adalah warna - warna yang menunjukkan teknologi. Mouse yang berukuran besar berwarna biru laut mencerminkan kepercayaan, warna merah mencerminkan kekuatan dan dinamis, warna biru langit melambangkan keceriaan.

Arti Font : Font yang digunakan adalah font yang simple dan modern.

- Halaman kesembilan menunjukkan jenis font yang penulis gunakan pada logo ini.



Gambar 3.5.15
 Font FKI

- Halaman kesepuluh adalah warna yang digunakan dalam logo.



Gambar 3.5.16
 Warna FKI

- Kemudian masuk kedalam proses review.
 - a. Mengaplikasikan logo pada berbagai ukuran.



Gambar 3.5.17
 Review Logo

- c. Tes tampilan logo dengan meletakkannya diantara logo-logo perusahaan /kompetitor dan diantara logo-logo yang sudah terkenal.



Gambar 3.5.18
Review Logo

- d. Tes tampilan logo jika dikombinasikan dengan background yang variatif seperti background terang, gelap, maupun background bertekstur dan dengan gambar sebagai latar belakang.



Gambar 3.5.19
Review Logo

- Halaman kesepuluh adalah tahapan pengaplikasian logo.
 - a. Aplikasi logo pada poster FKI.



Gambar 3.5.20
Poster FKI

2. Logo Genberg Coaching

- Bagian pertama dalam logo Genberg Coaching membahas proses briefing yang diberikan oleh klien. Dalam briefing ini penulis mendapatkan informasi tentang nama logo, target audience, dan makna yang ingin disampaikan.

Informasi Briefing:

- Membuat Logo Baru
 - Terdiri dari dua elemen.
 - Mudah diaplikasikan ke berbagai media website, T-shirt, slide presentasi.
- Halaman selanjutnya menjelaskan lebih detail dari briefing yang dijelaskan oleh klien. Penulis mengambil point-point penting dari brief yang diberikan klien.
 - Membuat logo baru.
 - Terdiri dari 2 elemen.
 - Genberg Coaching adalah pelatihan sepeda untuk orang yang gemar berolahraga, seperti fitness yang menyukai bersepeda baik di gunung dan di jalan. Pelatihan ini dapat membantu melatih maupun menambah pengetahuan tentang bersepeda.
 - Target audiencenya adalah pelajar, remaja maupun dewasa.
 - Brand Personality : to help make them faster, fitter, better.
 - Kemudian pada halaman ketiga penulis memberikan kumpulan informasi logo yang didapat melalui browsing. Logo yang cari adalah logo yang biasa digunakan untuk pelatihan sepeda.
 - Kumpulan logo-logo pelatihan sepeda.
 - Kumpulan logo-logo grup sepeda.
 - Kumpulan logo-logo toko sepeda.

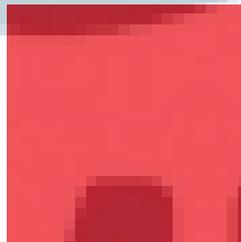


Gambar 3.5.21
Browsing logo

d. Warna yang biasa digunakan untuk logo sepeda.



Gambar 3.5.22
Warna Abu-abu

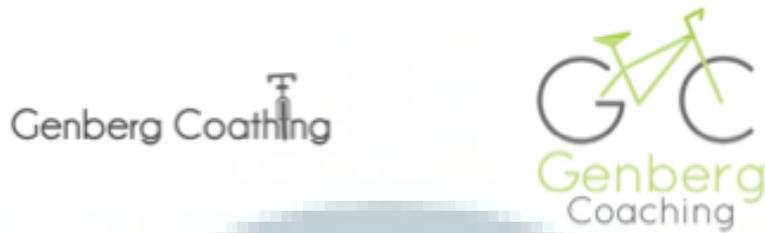


Gambar 3.5.23
Warna Merah



Gambar 3.5.24
Warna Biru

- Halaman selanjutnya masuk kepada tahap menggunakan komputer.



Gambar 3.5.28
Logo komputer

- Dalam tahap ini penulis memberikan alternatif-alternatif simbol yang akan digunakan sesuai dengan konsep yang diberikan oleh penulis.

a. Dua konsep logo



Gambar 3.5.29
Dua konsep logo

b. Penjelasan dari konsep logo

Logo 1 : Logo ini berbentuk sepeda pada bagian huruf i.

Logo 2 : Logo ini berbentuk sepeda, yang pada bagian bannya terdapat huruf G dan C. yang diambil dari kata Genberg Coaching.

- Halaman kedelapan logo final



Gambar 3.5.30
Logo Genberg Coaching

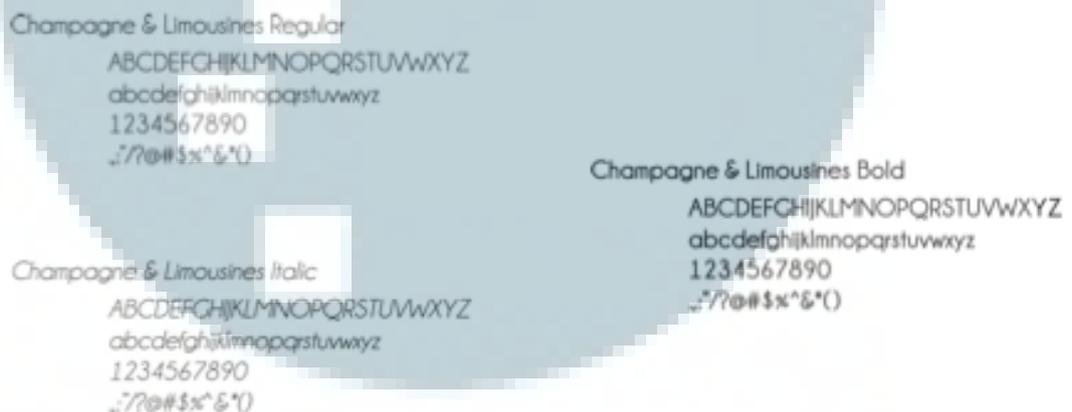
Genberg Coaching adalah pelatihan sepeda untuk orang yang gemar berolahraga, seperti fitness yang menyukai bersepeda baik digunung dan dijalan. Pelatihan ini dapat membantu melatih maupun menambah pengetahuan tentang bersepeda.

Arti Simbol : Logo ini dilambangkan dengan bentuk siluet dari sepeda, pada bagian ban roda bagian depan membentuk huruf G dan pada roda bagian bela- kang membentuk huruf C.

Arti Warna : Warna hijau melambangkan lingkungan. Warna abu-abu melambangkan dapat diandalkan dan stabil.

Arti Font : Font yang digunakan adalah font yang simpel. Menggunakan font Champagne & Limousines Regular.

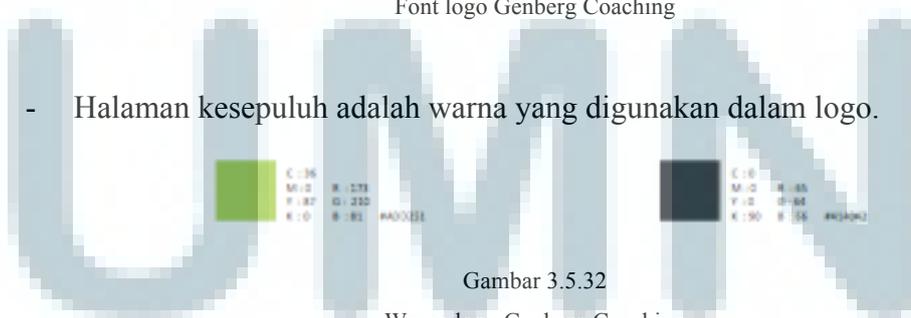
- Halaman kesembilan menunjukkan jenis font yang penulis gunakan pada logo.



Gambar 3.5.31

Font logo Genberg Coaching

- Halaman kesepuluh adalah warna yang digunakan dalam logo.



Gambar 3.5.32

Warna logo Genberg Coaching

- Kemudian masuk kedalam proses review.
 - a. Mengaplikasikan logo pada berbagai ukuran.



Gambar 3.5.33
Review logo

- b. Tes tampilan logo dengan meletakkannya diantara logo-logo perusahaan kompetitor dan diantara logo-logo yang sudah terkenal.



Gambar 3.5.34
Review logo

- c. Tes tampilan logo jika dikombinasikan dengan background yang variatif seperti background terang, gelap, maupun background bertekstur dan dengan gambar sebagai latar belakang.



Gambar 3.5.35
Review logo

- Halaman kesepuluh adalah tahapan pengaplikasian logo.
 - a. Aplikasi logo pada kartu member



Gambar 3.5.36
Kartu anggota Genberg Coaching

3. Logo Ijo Cafe

- Bagian pertama dalam logo Ijo Cafe membahas proses briefing yang diberikan oleh klien. Dalam briefing ini penulis mendapatkan informasi tentang nama logo, target audience, dan makna yang ingin disampaikan.

Informasi Briefing:

- Membuat Logo Baru.
- Terdiri dari dua elemen.
- Nama Logo : Ijo Cafe
- Target audiencenya adalah remaja, dewasa dan keluarga.
- Makna yang ingin disampaikan :
- Mudah diaplikasikan ke berbagai media 2 dimensi dan 3 dimensi.



Gambar 3.5.37
Kacang Ijo

- Bagian kedua menjelaskan lebih detail dari briefing yang dijelaskan oleh klien. Penulis mengambil point-point penting dari brief yang diberikan klien.

- Membuat logo baru.
- Terdiri dari 2 elemen.
- Logo merupakan simple graphic, modern, flexible, colorful, fresh dan eye catching.
- Ijo Cafe adalah restoran yang khusus menjual makanan yang berbahan dasar dari kacang ijo.

- Kemudian pada halaman ketiga penulis memberikan kumpulan informasi logo yang didapat melalui browsing. Logo yang cari adalah logo yang biasa digunakan untuk pelatihan sepeda.

a. Kumpulan logo-logo restoran.

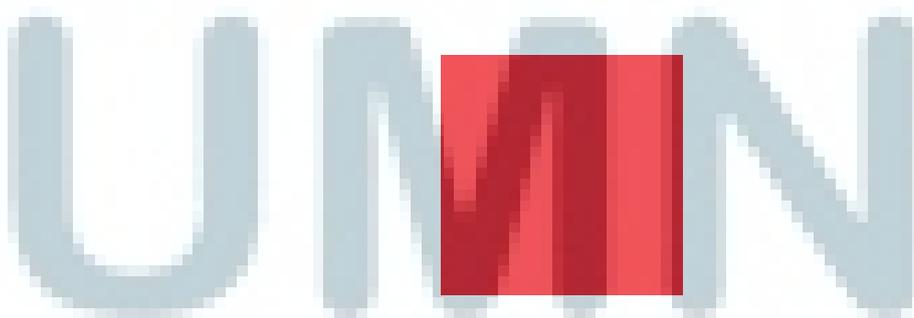


Gambar 3.5.38
Browsing logo restoran

b. Warna-warna yang biasa digunakan.



Gambar 3.5.39
Warna Abu-abu

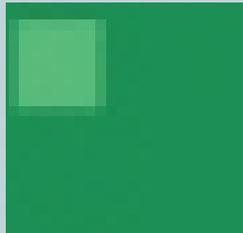


Gambar 3.5.40
Warna Merah



Gambar 3.5.41

Warna Biru



Gambar 3.5.42

Warna Hijau

- Pada halaman keempat penulis membuat mindmapping yang berhubungan dengan kacang ijo.



Gambar 3.5.43

Mindmapping kacang ijo

- Halaman kelima memuat sketsa-sketsa logo yang telah dibuat oleh penulis.



Gambar 3.5.44
Sketsa logo ijo cafe

- Halaman selanjutnya masuk kepada tahap menggunakan komputer.



Gambar 3.5.45
Komputer ijo cafe

- Dalam tahap ini penulis memberikan alternatif-alternatif simbol yang akan digunakan sesuai dengan konsep yang diberikan oleh penulis.
 - a. Tiga konsep logo



Gambar 3.5.46
Tiga konsep logo

c. Penjelasan dari konsep logo

Logo 1 : Logo ini berbentuk biji kacang ijo pada huruf O. Untuk menunjukkan bidang usaha dari restoran ijo cafe.

Logo 2 : Logo ini berbentuk biji kacang ijo pada huruf O. Untuk menunjukkan bidang usaha dari restoran ijo cafe.

Logo 3 : Simbol pada logo ini berbentuk kacang ijo. Untuk menunjukkan bidang usaha dari restoran ijo cafe.

- Tahap ke delapan logo final



Gambar 3.5.47

Logo Ijo Cafe

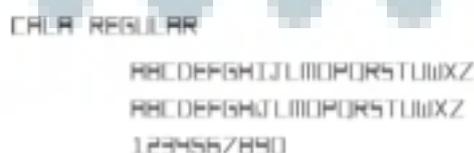
Ijo Cafe adalah restoran keluarga yang khusus menjual makan yang berbahan dasar kacang ijo.

Arti Simbol : Simbol pada logo ini berbentuk kacang ijo. Untuk menunjukkan bidang usaha dari restoran ijo cafe.

Arti Warna : Warna yang digunakan adalah warna ijo untuk melambangkan warna kacang ijo. Sedangkan warna coklat berasal dari warna bubur kacang ijo.

Arti Font : Font yang digunakan adalah font yang menunjukkan unsur Indonesia, yaitu Cala Regular. Font ini terinspirasi oleh Aksara Jawa.

- Halaman kesembilan menunjukkan jenis font yang penulis gunakan pada logo.



Gambar 3.5.48

Font Ijo Cafe

- Halaman kesepuluh adalah warna yang digunakan dalam logo.



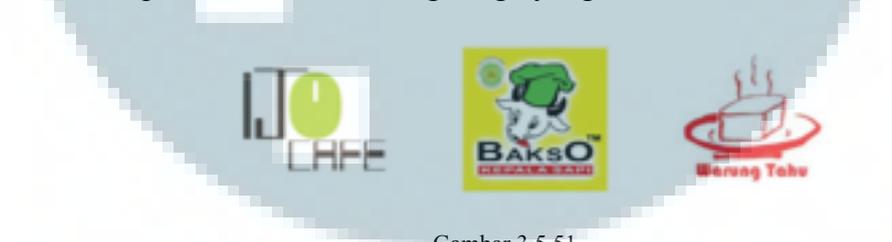
Gambar 3.5.49
Warna Ijo Cafe

- Kemudian masuk kedalam proses review.
 - a. Mengaplikasikan logo pada berbagai ukuran.



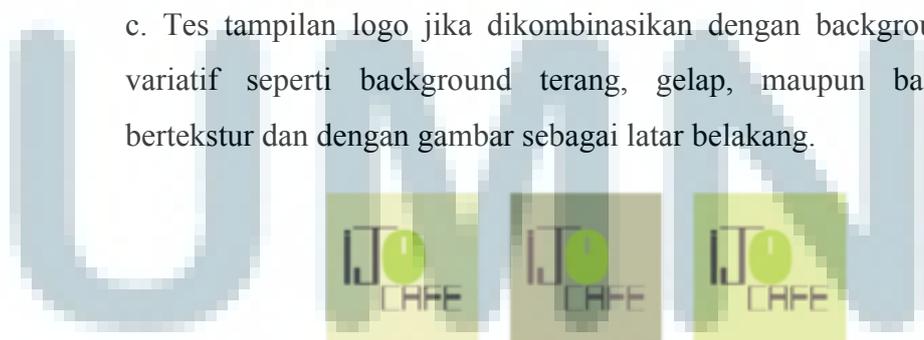
Gambar 3.5.50
Review Logo

- b. Tes tampilan logo dengan meletakkannya diantara logo-logo perusahaan kompetitor dan diantara logo-logo yang sudah terkenal.



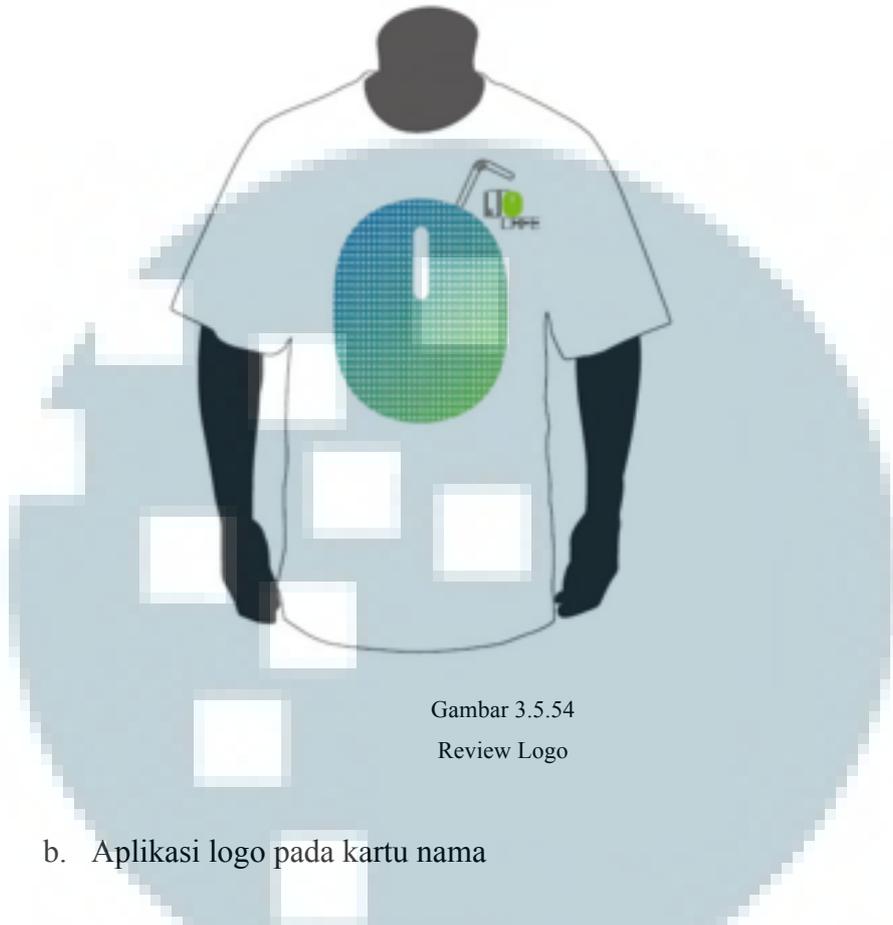
Gambar 3.5.51
Review Logo

- c. Tes tampilan logo jika dikombinasikan dengan background yang variatif seperti background terang, gelap, maupun background bertekstur dan dengan gambar sebagai latar belakang.



Gambar 3.5.52
Review Logo

- Halaman kesepuluh adalah tahapan pengaplikasian logo.
 - a. Aplikasi logo pada T-shirt kaos



Gambar 3.5.54
Review Logo

- b. Aplikasi logo pada kartu nama



Gambar 3.5.55
Kartu nama ijo café

4. Logo JFFF

- Pada bagian pertama dalam logo JFFF membahas proses briefing yang diberikan oleh panitia JFFF pada website dan poster lomba yang diberikan. Dalam briefing ini penulis mendapatkan informasi tentang nama logo, target audience, dan makna yang ingin disampaikan.



Gambar 3.5.56

Logo lama JFFF

Informasi Briefing:

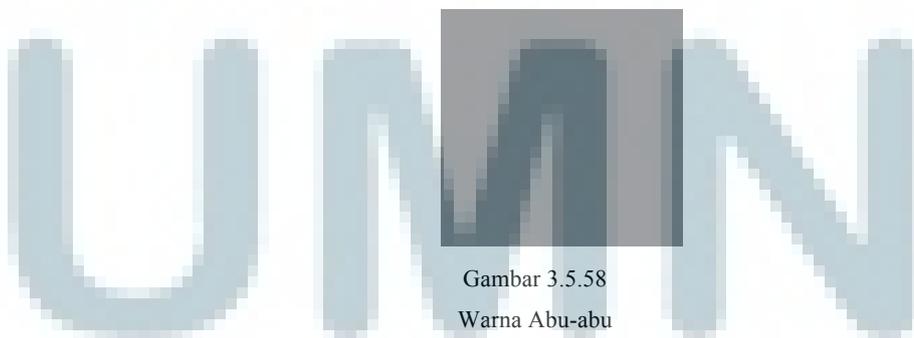
- Melakukan redesain ulang logo untuk event Jakarta Fashion and Food Festival.
 - Logo akan dibuat merupakan pengembangan/transformatasi dari logo yang sudah ada.
 - Terdiri dari 2 elemen : logogram (simbol) dan logotype, atau gabungan keduanya.
 - Simpel, mudah diingat dan mudah diaplikasikan ke berbagai media, baik 2 dimensi atau 3 dimensi.
- Halaman selanjutnya menjelaskan lebih detail dari briefing yang dijelaskan oleh klien. Penulis mengambil point-point penting dari brief yang diberikan klien.
 - Meredesain ulang logo.
 - Terdiri dari 2 elemen.
 - Mencerminkan semangat industri fashion Indonesia.
 - JFFF adalah event fashion tahunan yang dilaksanakan di Mal Kelapa Gading setiap tahun, selain fashion pada event ini juga mengadakan makanan kuliner yang digelar secara bersamaan.

- e. Brand Personality : Berstandar internasional, elegan, modern minimalis, bernilai jual.
- Kemudian pada halaman ketiga penulis memberikan kumpulan informasi logo yang didapat melalui browsing. Logo yang cari adalah logo yang biasa digunakan untuk logo fashion.
 - a. Kumpulan logo-logo event fashion.
 - b. Kumpulan logo-logo toko fashion.



Gambar 3.5.57
Browsing logo fashion

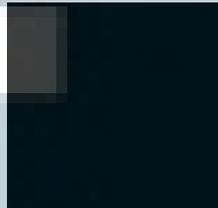
- c. Warna yang biasa digunakan untuk acara event fashion.



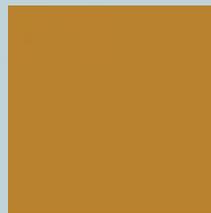
Gambar 3.5.58
Warna Abu-abu



Gambar 3.5.59
Warna Merah



Gambar 2.2.60
Warna Hitam



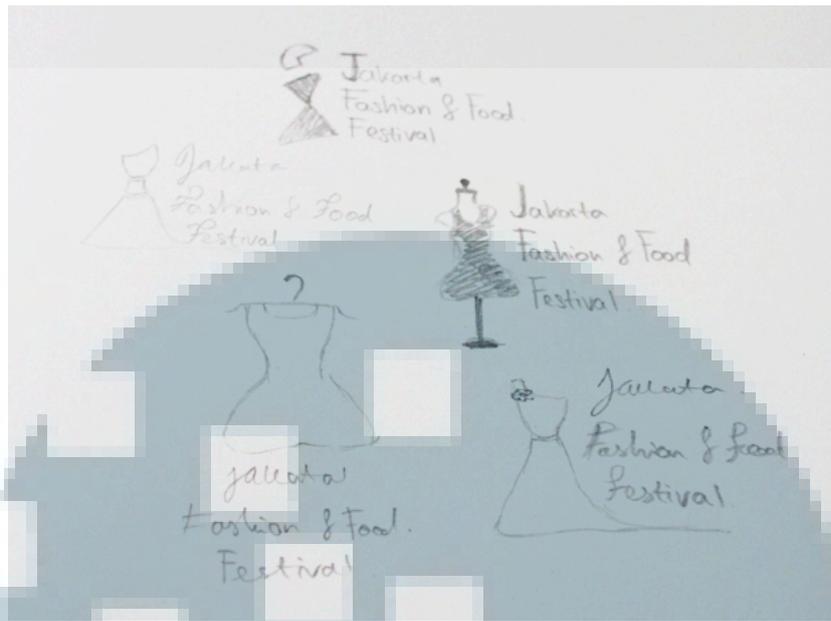
Gambar 2.2.61
Warna Jingga

- Pada halaman keempat penulis membuat mindmapping yang berhubungan dengan fashion. Mindmapping ini membantu untuk mencari konsep logo.



Gambar 3.5.62
Mindmapping Logo JFFF

- Halaman kelima memuat sketsa-sketsa logo yang telah dibuat oleh penulis.



Gambar 3.5.63
Sektsa Logo JFFF

- Halaman selanjutnya masuk kepada tahap menggunakan komputer.



Gambar 3.5.64
Komputer JFFF

- Dalam tahap ini penulis memberikan alternatif-alternatif simbol yang akan digunakan sesuai dengan konsep yang diberikan oleh penulis.

a. Tiga konsep logo



Gambar 3.5.65
Tiga konsep Logo JFFF

b. Penjelasan dari konsep logo

Logo 1 : Logo ini berbentuk seperti siluet seorang model, konsep logo ini adalah futuristic.

Logo 2 : Logo ini berbentuk seperti gaun yang terbagi menjadi tiga bagian, untuk menunjukkan bentuk lekukan badan, agar terlihat elegan.

Logo 3 : Logo ini berbentuk patung/manekin yang sangat familiar didunia fashion. Manekin tidak bisa lepas dari dunia Fashion, karena setiap busana yang telah dibuat oleh disainer akan pasangankan pada manekin untuk display.

- Tahap ke delapan logo final



Gambar 3.5.66
Logo JFFF

Logo ini berbentuk patung/manekin yang sangat familiar didunia fashion. Manekin tidak bisa lepas dari dunia Fashion, karena setiap busana yang telah dibuat oleh disainer akan pasangankan pada manekin untuk display. Kunci dalam logo ini adalah simpel. desain busana yang digunakan juga tidak terlalu glamor. Desain baju yang digunakan adalah mini dress.

Arti simbol : Logo ini dilambangkan dengan bentuk patung/ manekin yang sangat familiar didunia fashion. Manekin tidak bisa lepas dari dunia Fashion, karena setiap busana yang telah dibuat oleh disainer akan pasangankan pada manekin untuk display.

Arti warna : Warna merah melambangkan keberanian dalam dunia fashion. Warna coklat merah melambangkan elegan.

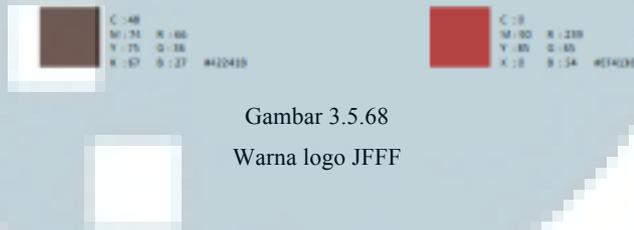
Arti font : Untuk perkembangan fashion yang sangat dinamis dan font ini terlihat simpel dan elegan.

- Halaman kesembilan menunjukkan jenis font yang penulis gunakan pada logo.



Gambar 3.5.67
Font logo JFFF

- Halaman kesepuluh adalah warna yang digunakan dalam logo.



Gambar 3.5.68
Warna logo JFFF

- Kemudian masuk kedalam proses review.
 - Mengaplikasikan logo pada berbagai ukuran.



Gambar 3.5.69
Review logo JFFF

- Tes tampilan logo dengan meletakkannya diantara logo-logo perusahaan kompetitor dan diantara logo-logo yang sudah terkenal.



Gambar 3.5.70
Review logo JFFF

- c. Tes tampilan logo jika dikombinasikan dengan background yang variatif seperti background terang, gelap, maupun background bertekstur dan dengan gambar sebagai latar belakang.



Gambar 3.5.71
Review logo JFFF

- Halaman kesepuluh adalah tahapan pengaplikasian logo.
 - a. Aplikasi logo pada topi



Gambar 3.5.72
Topi JFFF

- b. Aplikasi logo pada kaos



Gambar 3.5.73
Kaos JFFF

c. Aplikasi logo pada goodie bag



Gambar 3.5.74
Goodie bag JFFF

d. Aplikasi logo pada pin



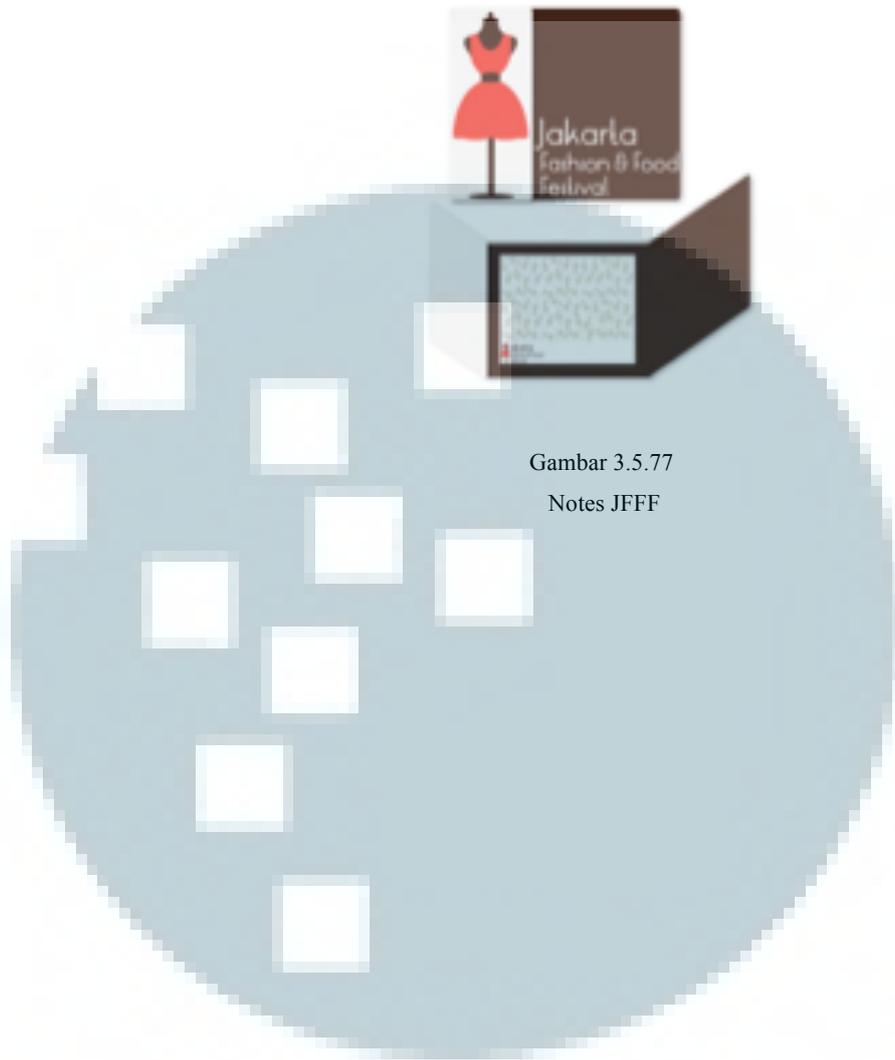
Gambar 3.5.75
Pin JFFF

e. Aplikasi logo pada mug



Gambar 3.5.76
Mug JFFF

f. Aplikasi logo pada notes



Gambar 3.5.77
Notes JFFF

UMMN

3.5.2 Makna Logo

Dalam bab ini terdiri dari 15 logo yang akan dijelaskan arti dari bentuk-bentuk simbol yang di dalam sebuah logo, serta proses pengaplikasian logo pada berbagai media yaitu :

1. Logo ARVO 2012



Gambar 3.5.78
Logo ARVO 2012

- Pada bagian pertama berisi tentang ARVO 2012,
Informasi : ARVO 2012 merupakan gathering, yang diadakan pada tanggal 06 -10 Mei di Fort Lauderdale, Florida. Gathering terbesar untuk internasional eye and vision researchs. Pertemuan ini adalah kolaborasi antara basic dan klinik sains yang membahas bagaimana penelitian dasar yang efektif, pencegahan, diagnosa dan pengobatan. Gathering tahunan ARVO akan diramaikan dengan 220 stand dan hampir 170 perusahaan memamerkan produk, layanan dan teknologi semua yang berhubungan dengan eye and vision researchs. Kemudian Masuk kedalam arti dari bentuk logo ARVO :
 - + Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk dari huruf A dan V yang bergabung. Didalamnya terdapat lingkaran bola mata.
 - + warna : Warna merah melambangkan semangat. Warna biru melambangkan kepercayaan. Warna abu-abu melambangkan dapat diandalkan.
 - + Font : Font yang digunakan adalah font sans serif agar terlihat simple dan modern.

- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo pada media



Gambar 3.5.79
Undangan ARVO 2012

2. Logo Aura Car Care



Gambar 3.5.80
Logo Aura

- Pada bagian pertama berisi tentang Aura Car Care,
Informasi : Aura Car Centre merupakan industri otomotif di Netherlands, Rotterdam. Usia target audience 18 - 35 tahun. Aura menjual berbagai macam onderdil mobi, dan tentu menjaga kualitas onderdil yang dipasarkan. Yang ini disampaikan logo ini adalah cepat, futuristik dan dinamis. Logo harus menjadi brand sendiri, dengan customer melihat logo sudah ada koneksi percayaan dengan Aura Car Centre. Kemudian Masuk kedalam arti dari bentuk logo Aura Car Care :

- + Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk huruf A yang terdapat didalam kotak. Pada huruf A terdapat
- + warna : Warna merah melambangkan kecepatan dan berani. Warna abu-abu melambangkan dapat diandalkan.
- + Font : Font yang digunakan adalah font sans serif agar terlihat simpel dan modern.
- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo pada media.
- + Variasi warna pada logo.



Gambar 3.5.81
Variasi warna logo

3. Logo Batik Art



Gambar 3.5.82
Logo batik art

- Pada bagian pertama berisi tentang event Batik Art, Informasi :
Batik Art merupakan sebuah event perlombaan yang diselenggarakan oleh LEGO. Event perlombaan ini diikuti oleh Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Bina Nusantara, Unindra. Pada lomba ini peserta hanya boleh menggunakan brick LEGO yang berwarna merah dan putih. Dengan Menggunakan bahan brick LEGO peserta harus membuat motif batik.
- Kemudian Masuk kedalam arti dari bentuk logo Batik Art :
 - + Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk brick LEGO yang bergabung menjadi bentuk bunga seperti pada motif batik.
 - + warna : Warna yang dipilih adalah warna brick LEGO yang digunakan dalam event LEGO Batik Art. Terdiri dari warna merah dan putih.
 - + Font : Font yang digunakan adalah font yang dipakai pada logo visit Indonesia. Untuk menunjukkan sisi Indonesia.
- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo pada media
 - + Desain Brosur batik Art



Gambar 3.5.83
Brosur Batik Art

4. Logo Doyle International



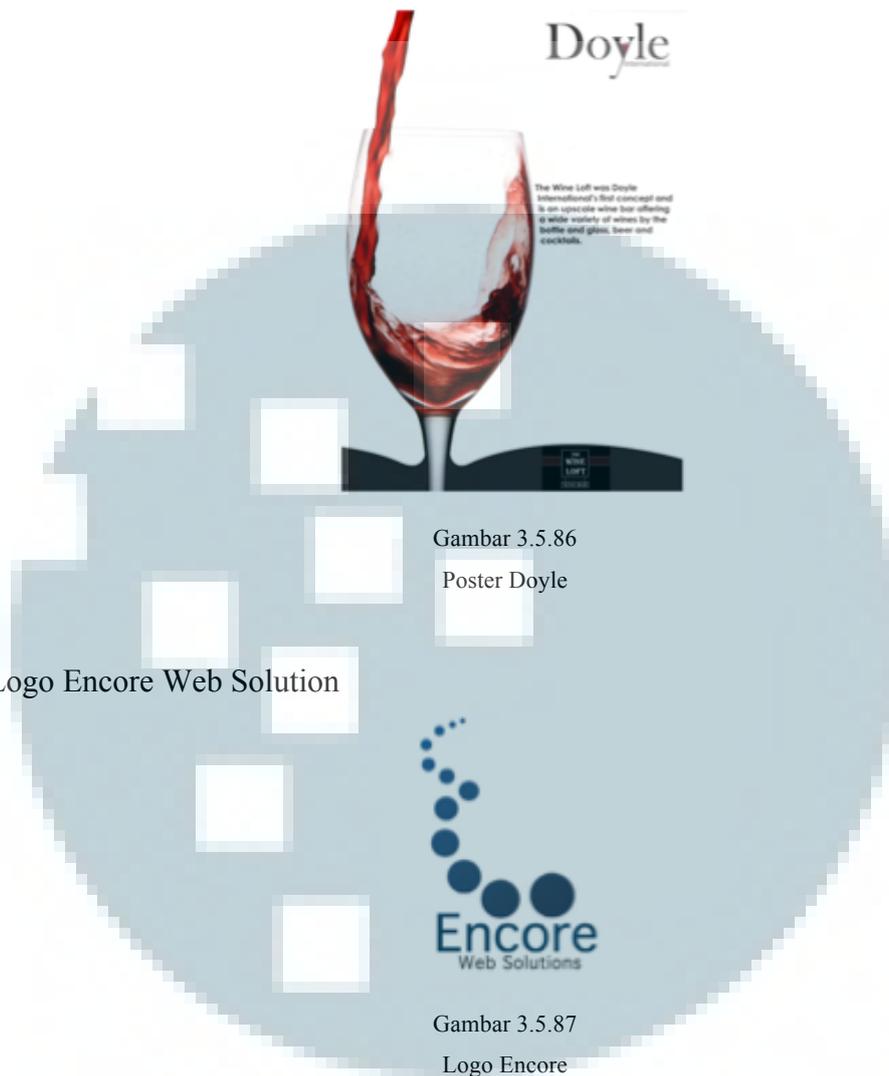
Gambar 3.5.84
Logo Doyle

- Pada bagian pertama berisi tentang Bar Doyle International,
Informasi : Doyle merupakan salah satu bar international. Bar ini menjual produk andalan seperti wine terbaik. Target audiencenya adalah dari kalangan atas atau eksekutif muda.
- Kemudian Masuk kedalam arti dari bentuk logo Doyle International :
 - + Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk pada huruf Y, seperti gelas wine dan didalamnya diisi dengan anggur wine.
 - + warna : Warna yang digunakan adalah warna - warna yang elegan. Masing-masing warna melambangkan dan elegan.
 - + Font : Font yang digunakan adalah font yang elegan dan simpel.
- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo pada media
 - + Packaging Doyle



Gambar 3.5.85
Packaging Doyle

+ Poster



Gambar 3.5.86
Poster Doyle

5. Logo Encore Web Solution

Gambar 3.5.87
Logo Encore

- Pada bagian pertama berisi tentang Encore Web Solution,

Informasi :

Usaha kecil yang ingin meningkatkan visibilitas Internet mereka melalui profil bisnis lokal pada mesin pencari seperti Google, Yahoo, Bing, Yelp dan Facebook. Profesionalisme, Keahlian, Layanan Pribadi

Kemudian Masuk kedalam arti dari bentuk logo Encore Web Solution :

+ Bentuk logo : logo ini terbentuk dari bulatan-bulatan yang membentuk huruf E.

+ warna : Warna yang digunakan adalah gradasi biru, yang melambangkan kepercayaan dan keamanan.

+ Font : Font yang digunakan adalah font yang simpel.

- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo pada media + website Encore



Gambar 3.5.88
Website Encore

6. Logo Fivehand



Gambar 3.5.89
Logo Fivehand

- Pada bagian pertama berisi tentang software development Fivehand, Informasi : Fivehand merupakan nama kelompok pembuatan game. Nama Fivehand muncul dari jumlah kelompok yang terdiri dari 5 orang, dengan keahlian yang berbeda-beda yang dimiliki tiap anggota.
- Kemudian Masuk kedalam arti dari bentuk logo Fivehand :
 - + Bentuk logo : simbol logo berbentuk tangan, yang memiliki warna yang berbeda-beda pada setiap jari-jarinya, sesuai dengan karakter tiap anggota.

+ warna : Logo ini menggunakan warna yang bervariasi untuk menunjukkan keahlian masing-masing anggota. Logo ini menggunakan banyak warna karena hanya digunakan pada website.

+ Font : Menggunakan dua font yang berbeda tingkat ketebalan.

- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo pada media
- + Aplikasi pada handphone Samsung



Gambar 3.5.90

Logo Fivehand pada handphone Samsung

7. Logo Investing Pits



Gambar 3.5.91

Logo InvestingPits

8. Pada bagian pertama berisi tentang Investing Pits

Informasi : InvestingPits adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang Investasi berupa saham.

- Kemudian Masuk kedalam arti dari bentuk logo Frenys :

- + Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk kotak yang berarti investing pits merupakan perusahaan yang kokoh dan dapat diandalkan dalam bidang investa- si. Pada bagian dalam terdapat bentuk segitiga yang merupakan tahap-tahap dalam kenaikan investasi menuju kesuksesan.
 - + warna : Makna warna gradasi biru tua dan biru muda dilambangkan dengan kepercayaan. Makna warna abu-abu dilambangkan keamanan dan dapat diandalkan.
 - + Font : Font yang digunakan adalah font yang simpel dan tegas.
- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo pada media
- + Website Investing Pits



Gambar 3.5.92
Website InvestingPits

9. Logo Joiney



Gambar 3.5.93
Logo Joiney

- Pada bagian pertama berisi tentang mobile application Joiney,
Informasi : Joiney merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang aplikasi mobile. Aplikasi mobile ini menyediakan layanan untuk mempermudah orang berbagi informasi lokasi mereka dengan teman-teman mereka. Jadi Setiap orang akan dapat mengetahui dimana tempat teman-teman mereka berada.
- Kemudian Masuk kedalam arti dari bentuk logo Joiney :
 - + Bentuk logo : logo dilambangkan dengan adanya pergerakan dari huruf J menuju huruf I kemudian kembali lagi ke huruf J. Jika diperhatikan membentuk huruf J.
 - + Warna : warna orange melambangkan keceriaan, warna biru melambangkan kepercayaan, dan warna abu-abu melambangkan modern.
 - + Font : font yang digunakan adalah font yang simpel dan modern.
- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo pada media
 - + Handphone Iphone



Gambar 3.5.94
Aplikasi Joiney

10. Logo Kabarbisnis.com

- Pada bagian pertama berisi tentang website Kabarbisnis.com.



Gambar 3.5.95
Logo Kabarbisnis.com

Informasi : Kabarbisnis.com adalah sebuah website berita baik didalam negeri maupun diluar negeri. Logo mampu mengkomunikasikan visi dan misi kabarbisnis.com (portal berita bisnis). Logo berupa gabungan antara logotype dan logogram. Tampilan logo sederhana, gampang diingat dan mudah diaplikasikan pada berbagai kemungkinan teknik dan media (2 dimensi ataupun 3 dimensi).

Kemudian Masuk kedalam arti dari bentuk logo Kabarbisnis.com :

- + Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk mouse untuk menunjukkan teknologi.
- + warna : Warna merah melambangkan Warna biru melambangkan Warna orange melambangkan Warna abu-abu melambangkan
- + Font : Font yang digunakan adalah font sans serif agar terlihat simple dan modern.

- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo pada media
 - + Website Kabar Bisnis



Gambar 3.5.96

Website Kabarbisnis.com

11. Logo Map It Out Media



Gambar 3.5.97

Logo Map It Out Media

- Pada bagian pertama berisi tentang aplikasi Map It Out Media.
Informasi : Map it out media merupakan perusahaan dalam bidang aplikasi yang memiliki kemampuan untuk memilih tempat iklan dengan melalui internet. Customer bisa memilih ruang iklan di mana saja, di setiap lokasi atau di dalam toko-toko yang memiliki segmentasi target audience. Kemampuan untuk memilih restoran, iklan bus, papan reklame, dan lain-lain.

Kemudian Masuk kedalam arti dari bentuk logo, Bentuk logo Map It Out Media :

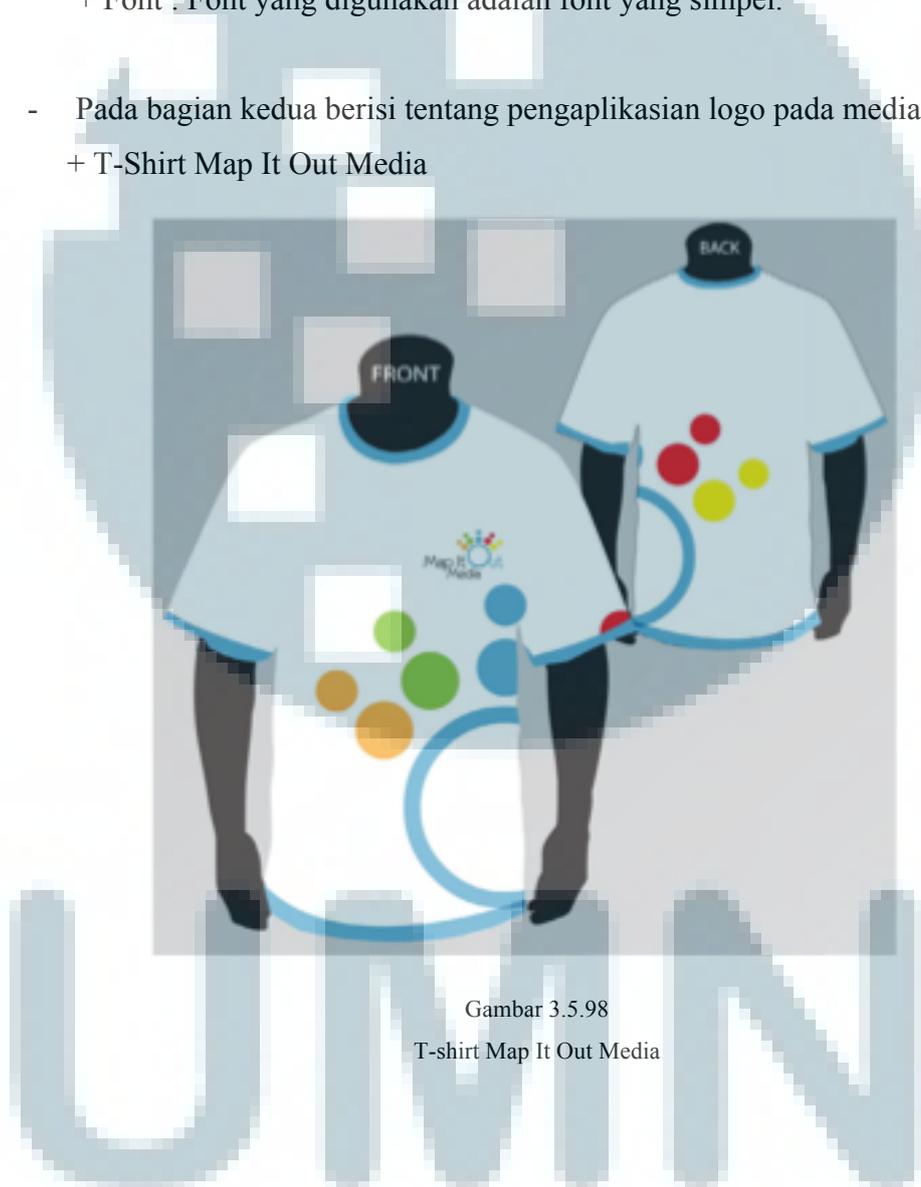
+ Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk huruf O yang seperti tombol dapat dan terdapat bulatan- bulatan yang menyebar disegala arah.

+ Warna : Warna yang digunakan adalah warna - warna yang bervariasi. Untuk mewakili berbagai lokasi iklan yang berbeda-beda.

+ Font : Font yang digunakan adalah font yang simpel.

- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo pada media

+ T-Shirt Map It Out Media



Gambar 3.5.98
T-shirt Map It Out Media

12. Logo Marval

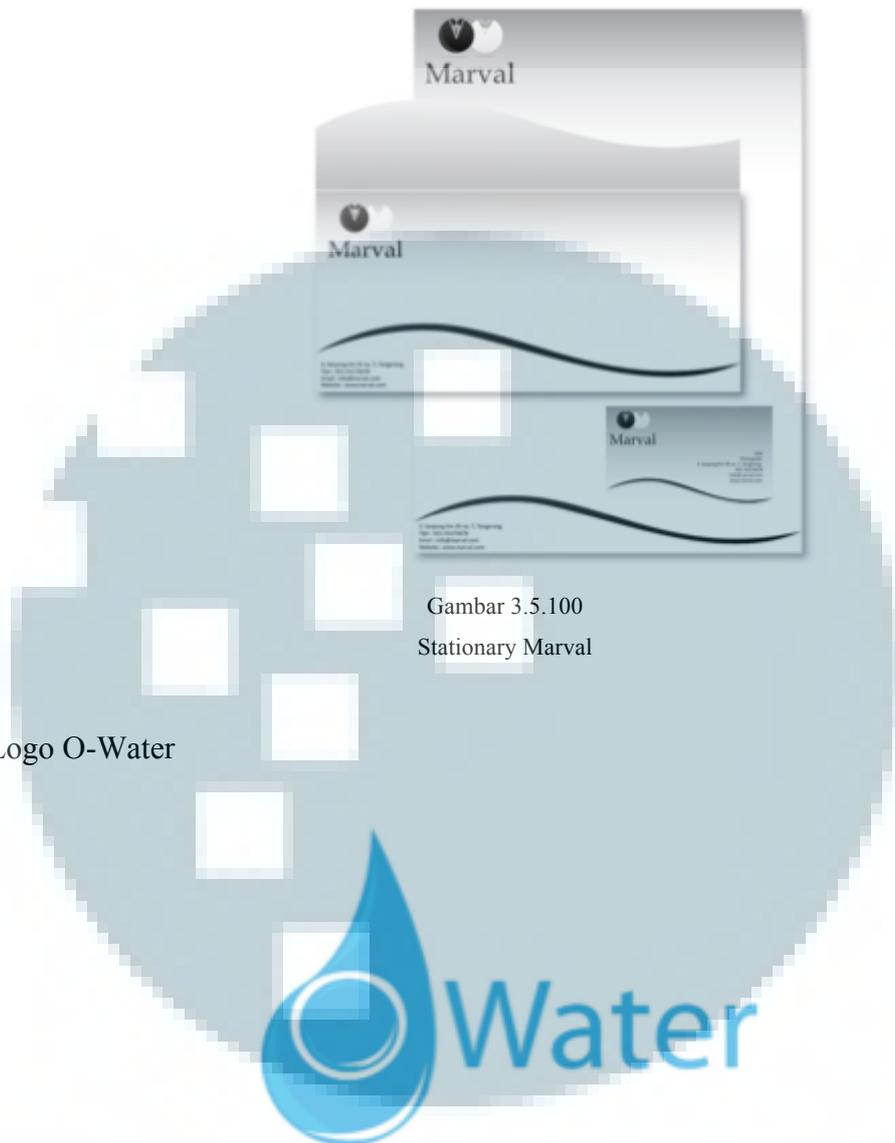


Gambar 3.5.99

Logo Marval

- Pada bagian pertama berisi tentang Marval.
Informasi : Marval adalah sebuah butik pakaian yang khusus menyewakan baju- baju untuk acara pre wedding, wedding dan acara keluarga. Logo harus mencerminkan kreativitas, profesional dan dapat dipercaya.
 - + Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk dua ling- karan seperti sepasang pengantin.
 - + warna : Warna yang digunakan adalah warna - warna yang elegan. Seperti pada warna jas dan gaun pengan- tin yaitu hitam dan putih.
 - + Font : menggunakan font yang elegan.

- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo :
 - a. Kartu nama
 - b. Amplop
 - c. Kop surat



Gambar 3.5.100
Stationary Marval

13. Logo O-Water

Gambar 3.5.101
Logo O-Water

- Pada bagian pertama berisi tentang O-Water.
Informasi : O-Water merupakan air mineral kemasan yang mengandung oksigen. Setiap tetesannya berasal dari sumber mata air pegunungan pilihan yang terlindung dan dikemas melalui langkah-langkah cermat untuk memastikan kualitas dan telah melewati tahapan-tahapan pengujian.
- Kemudian Masuk kedalam arti dari bentuk logo :
+ Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk tetes air, yang didalamnya terdapat huruf O yang berarti didalam tetesan air mengandung oksigen.

+ warna : Warna yang digunakan adalah warna gradasi biru. Melambangkan kejernihan air.

+ Font : Font yang digunakan font yang menunjukkan kesan simpel dan tegas.

- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo :

a. Desain kemasan



Gambar 3.5.102
Kemasan O-Water

b. Kemasan



Gambar 3.5.103
Kemasan O-Water

14. Logo Rock Your Tutu



Gambar 3.5.104

Logo Rock Your Tutu

- Pada bagian pertama berisi tentang event Rock Your Tutu.
Informasi : Rock Your Tutu merupakan acara event foto tahunan yang digelar untuk menggalang dana sosial untuk yayasan kanker. Tema yang diusung adalah Rock Your Tutu. Target audiencenya adalah anak-anak usia 3 - 15 tahun. Dalam event foto ini setiap peserta foto harus menggunakan pakaian balet sesuai dengan tema event “Rock Your Tutu”.
 - + Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk siluet anak kecil yang berada didalam kotak, kotak ini dilambangkan sebagai bingkai.
 - + warna : Warna yang digunakan adalah warna - warna yang girly. Masing-masing warna melambangkan kreativitas, feminim, harmoni, dan elegan.
 - + Font : font yang digunakan adalah font yang terkesan kekanak-kanakan.
- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo :
 - a. Brosur



Gambar 3.5.105
Psoter Rock Your Tutu

b. Umbul - umbul



Gambar 3.5.106
Umbul-umbul Rock Your Tutu

15. Logo Tea Berri

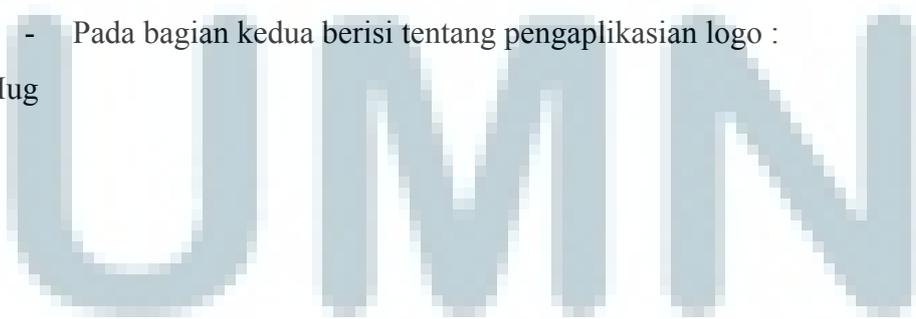
The logo for Teaberri features the word "Teaberri" in a bold, sans-serif font. The letters "Tea" are in a brown color, and "berri" is in a green color. A stylized green leaf is integrated into the letter "b".

Gambar 3.5.107

Logo Teaberri

- Pada bagian pertama berisi tentang event Rock Your Tutu.
Informasi : Teaberri merupakan salah satu kedai teh yang khusus menjual teh dari berbagai pilihan rasa. Target sasaran adalah mereka yang menyukai teh dan akan sadar kesehatan. Kebanyakan pelanggan berasal dari kalangan profesional perkotaan antara usia 18-42 tahun, yang ingin di sampaikan pada logo Teaberri adalah sesuatu yang bahagia, dingin, menyenangkan, modern.
- + Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk huruf b yang didalamnya terdapat bentuk daun. Untuk melambangkan kesegaran daun teh.
- + warna : Warna coklat melambangkan warna teh. Warna hijau melambangkan warna daun teh.
- + Font : Font yang digunakan adalah font yang memiliki sudut siku/sudut tajam.

- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo :
 - a. Mug

A large, light blue, semi-transparent watermark of the Teaberri logo is overlaid on the page. It shows the word "Teaberri" in the same font and color scheme as the main logo, with a stylized leaf in the letter "b".



Gambar 3.5.108
Mug Teaberri

b. Poster



Gambar 3.5.109
Poster Teaberri

16. Logo SnapACH



Gambar 3.5.110
Logo SnapACH

- Pada bagian pertama berisi tentang SnapACH.

Informasi :

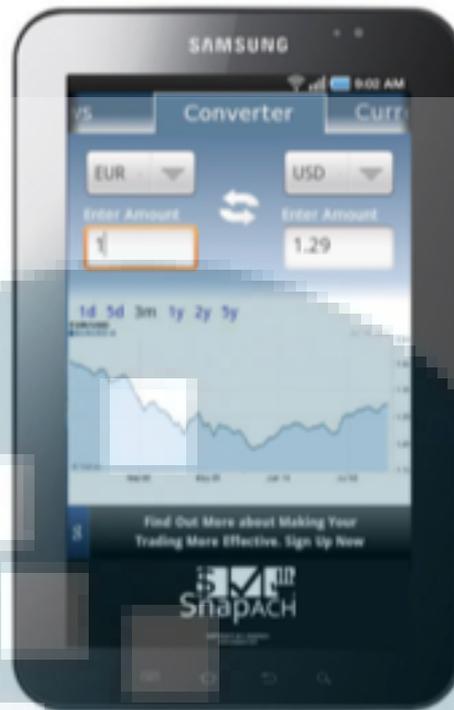
SnapACH merupakan mobile aplikasi untuk mata uang. Aplikasi ini mempermudah pengguna mengecek perubahan kenaikan atau penurunan kurs mata uang. Aplikasi SnapACH akan digunakan oleh bank dan customer. Yang ingin ditunjukkan oleh SnapACH adalah keamanan, kepercayaan, kecepatan dan kemudahan yang dapat dirasakan oleh para customer pengguna mobile aplikasi ini.

+ Bentuk logo : Logo ini melambangkan kelebihan yang dimiliki oleh SnapACH. Menggunakan bentuk-bentuk \$, cek point, dan tangan. Simbol \$ melambangkan uang, cek point melambangkan kecepatan dan kemudahan. Tangan melambangkan kemudahan dalam proses transaksi.

+ warna : Warna hijau melambangkan uang. Warna orange melambangkan kemudahan. Warna biru melambangkan keamanan dan kepercayaan.

+ Font : Font yang digunakan adalah font sans serif agar terlihat simple dan modern.

- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo :
 - a. Aplikasi SnapACH



Gambar 3.5.111
Aplikasi SnapACH

b. Aplikasi SnapACH



Gambar 3.5.112
Aplikasi SnapACH

3.5.3 Feed back Klien

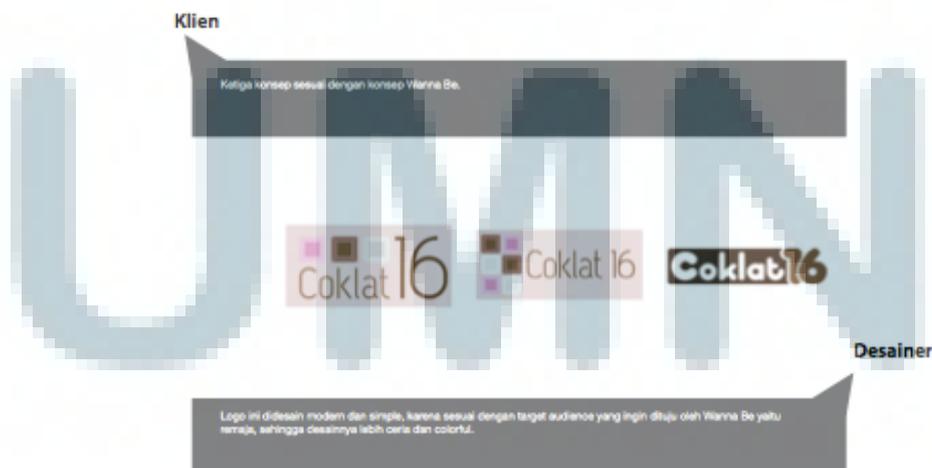
Dalam bab ini terdapat empat logo yang akan dijelaskan tahapan proses konsultasi dengan klien. Dari tahap awal briefing sampai tahap akhir. Dari bab ini penulis memberikan proses konsultasi dengan klien. Seperti :

1. Logo Coklat 16



Gambar 3.5.113
Logo Coklat 16

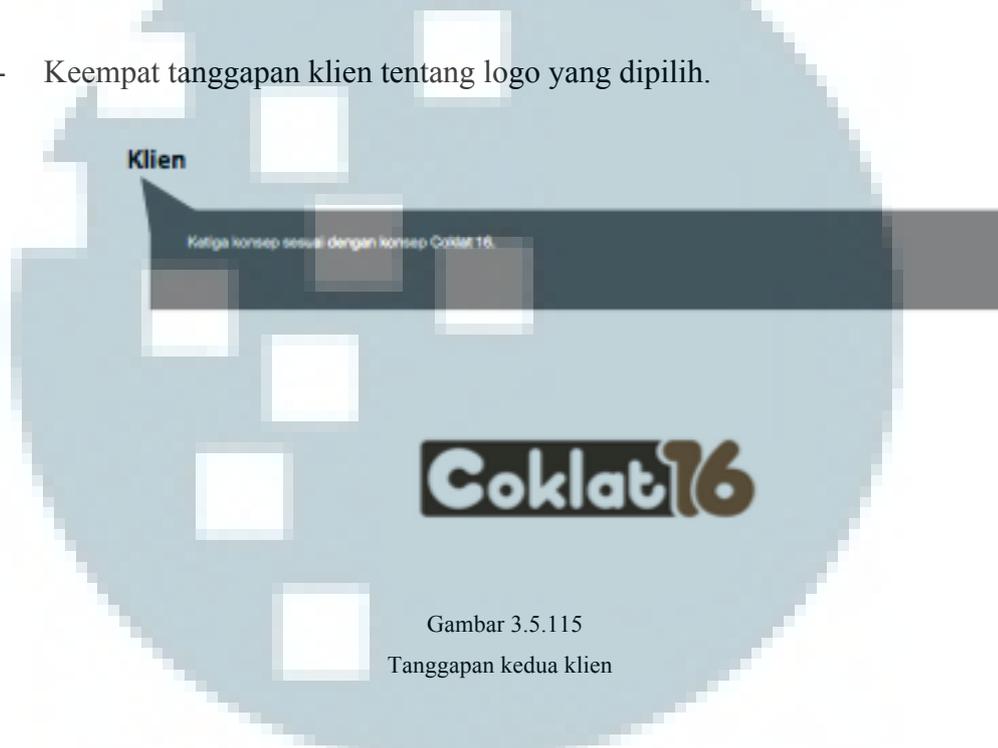
- Pada bagian pertama berisi Briefing yang disampaikan oleh klien.
Informasi Briefing :
 - a. Meredesain logo coklat 16.
 - b. Terdiri dari 2 elemen : logogram (simbol) dan logotype, atau gabungan keduanya.
 - c. Simpel, mudah diingat dan mudah diaplikasikan ke berbagai media.
- Bagian kedua berisi tanggapan klien tentang tiga konsep logo yang diberikan.



Gambar 3.5.114
Tanggapan pertama klien

- Ketiga berisi tentang penjelasan dari konsep masing-masing logo.
 Logo 1 : Logo ini berbentuk coklat batangan yang memiliki berbagai warna. Coklat 16 merupakan coklat yang diperuntuhkan untuk remaja dengan target sasaran berusia 15 - 24 tahun.
 Logo 2 : Logo ini berbentuk coklat batangan yang memiliki berbagai warna. Coklat 16 merupakan coklat yang diperuntuhkan untuk remaja.
 Logo 3 :Logo ini berbentuk batangan coklat.

- Keempat tanggapan klien tentang logo yang dipilih.



Gambar 3.5.115
Tanggapan kedua klien

- Terakhir berisi tentang penjelasan logo
 Informasi :Logo ini berbentuk coklat batangan yang memiliki berbagai warna. Coklat 16 merupakan coklat yang diperuntuhkan untuk remaja dengan target sasaran berusia 15 - 24 tahun.
 + Bentuk logo : Logo ini melambangkan
 + warna : Warna hijau melambangkan uang. Warna orange melambangkan kemudahan. Warna biru melambangkan keamanan dan kepercayaan.
 + Font : Font yang digunakan adalah font sans serif agar terlihat simple dan modern.

2. Logo Hand For Earth

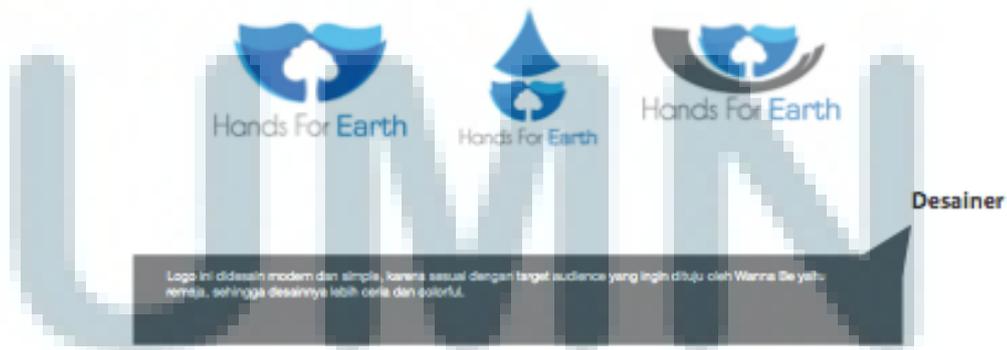


Gambar 3.5.116
Logo Hand For Earth

- Pada bagian pertama berisi Briefing yang disampaikan oleh klien.
Informasi Briefing :
 - a. Membuat logo baru untuk acara Hand For Earth
 - b. Logo terdiri dari 2 elemen : logogram (simbol) dan logotype, atau gabungan keduanya.
 - c. Logo ini akan digunakan dalam media 2 dan 3 dimensi.
 - d. Logo colorful, fresh dan eye catching, flexible, modern, simple graphic.
- Bagian kedua berisi tanggapan klien tentang tiga konsep logo yang diberikan.

Klien

Ketiga konsep sesuai dengan konsep Wanna Be.



Logo ini didesain modern dan simple, karena sesuai dengan target audience yang ingin diuju oleh Wanna Be yaitu remaja, sehingga desainya lebih ceria dan colorful.

Gambar 3.5.117

Tanggapan pertama klien

- Ketiga berisi tentang penjelasan dari konsep masing-masing logo.

Logo 1 : Logo ini berbentuk seperti tangan yang sedang memeluk pohon, yang berada ditengah

Logo 2 : Logo ini berbentuk seperti tetas air yang didalamnya terdapat siluet pohon.

Logo 3 : Logo ini berbentuk seperti tangan yang sedang melindungi pohon.

- Keempat tanggapan klien tentang logo yang dipilih.



Gambar 3.5.118
Tanggapan kedua klien

- Terakhir berisi tentang penjelasan logo

Informasi :

Hand For Earth merupakan acara yang digelar oleh salah satu UKM di UMN, yaitu UKM Rencang. Event merupakan event yang peduli terhadap lingkungan.

+ Bentuk logo : : Logo ini berbentuk seperti tangan yang sedang melindungi pohon.

+ warna : Warna yang digunakan adalah warna biru untuk melambangkan air.

+ Font : Font yang digunakan adalah font sans serif agar terlihat simple dan modern.

3. Logo Teknopreneur UMN



Technopreneur
UMN

Gambar 3.5.119

Logo Teknopreneur

- Pada bagian pertama berisi Briefing yang disampaikan oleh klien.
Informasi Briefing :
 - a. Membuat logo baru untuk Teknopreneur UMN.
 - b. Logo terdiri dari 2 elemen : logogram (simbol) dan logotype, atau gabungan keduanya.
 - c. Logo ini akan digunakan dalam media 2 dan 3 dimensi.
 - d. Logo colorful, fresh dan eye catching, flexible, modern, simple graphic.
- Bagian kedua berisi tanggapan klien tentang tiga konsep logo yang diberikan.



Gambar 3.5.120

Tanggapan pertama klien

- Ketiga berisi tentang penjelasan dari konsep masing-masing logo.

Logo 1 : logo ini berbentuk gestalt orang yang saling berpegangan tangan.

Logo 2 : logo ini berbentuk gestalt orang yang saling berpegangan tangan.

Logo 3 : logo ini berbentuk gestalt orang yang saling berpegangan tangan.

- Keempat tanggapan klien tentang logo yang dipilih.



Gambar 3.5.121

Tanggapan kedua klien

- Terakhir berisi tentang penjelasan logo

Informasi :

Technopreneur UMN bergerak di bidang wirausaha mahasiswa. Technopreneur UMN merupakan sekelompok mahasiswa yang memiliki suatu ide atau usaha dagang yang belum maupun telah terealisasi.

+ Bentuk logo : Logo ini melambangkan gestalt orang yang berpegangan tangan,

+ warna : menggunakan warna yang bervariasi, untuk mewakili masing-masing bidang usaha.

+ Font : Font yang digunakan adalah font sans serif agar terlihat simple dan modern.

4. Logo Villana



Gambar 3.5.122

Logo Villana

- Pada bagian pertama berisi Briefing yang disampaikan oleh klien.
Informasi Briefing :
 - a. Membuat logo baru untuk toko patung rohani Villana.
 - b. Logo terdiri dari 2 elemen : logogram (simbol) dan logotype, atau gabungan keduanya.
 - c. Logo ini akan digunakan dalam media 2 dan 3 dimensi.
 - d. Logo colorful, fresh dan eye catching, flexible, modern, simple graphic.
- Bagian kedua berisi tanggapan klien tentang tiga konsep logo yang diberikan.

Klien

Ketiga konsep sesuai dengan konsep Wanna Be.



Gambar 3.5.123

Tanggapan pertama klien

- Ketiga berisi tentang penjelasan dari konsep masing-masing logo.

Logo 1 : Pada huruf V yang diambil dari kata Villana, terdapat dua sayap yang sedang terbang menggunakan sayap.

Logo 2 : Untuk menunjukkan kesan rohani, menggunakan siluet malaikat.

Logo 3 : Pada logo ini menggunakan burung gereja sebagai simbol rohani.

- Keempat tanggapan klien tentang logo yang dipilih.



- Terakhir berisi tentang penjelasan logo

Informasi :

Villana merupakan toko patung rohani yang terdapat di Semarang, toko ini menjual patung-patung target audience dari toko ini adalah kristiani.

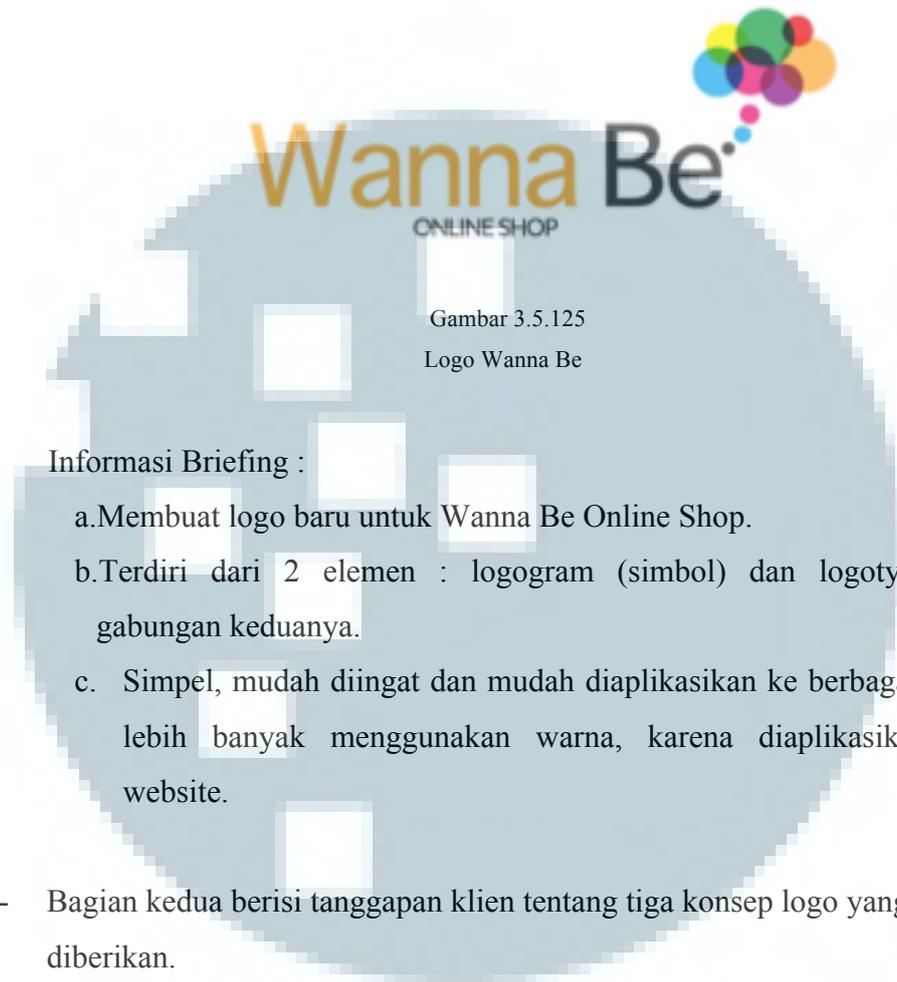
+ Bentuk logo : Pada logo ini menggunakan burung gereja sebagai simbol rohani.

+ warna : Warna biru melambangkan kepercayaan, dan warna abu-abu melambangkan elegan.

+ Font : Font yang digunakan adalah font yang terlihat dinamis.

5. Logo Wanna Be

- Pada bagian pertama berisi Briefing yang disampaikan oleh klien.



Gambar 3.5.125
Logo Wanna Be

Informasi Briefing :

- Membuat logo baru untuk Wanna Be Online Shop.
 - Terdiri dari 2 elemen : logogram (simbol) dan logotype, atau gabungan keduanya.
 - Simpel, mudah diingat dan mudah diaplikasikan ke berbagai media, lebih banyak menggunakan warna, karena diaplikasikan pada website.
- Bagian kedua berisi tanggapan klien tentang tiga konsep logo yang diberikan.



Gambar 3.5.126
Tanggapan pertama klien

- Ketiga berisi tentang penjelasan dari konsep masing-masing logo.
 Logo 1 : Logo ini berbentuk bubble text yang terbentuk dari bulatan-bulatan pada bagian belakang, seperti impian yang ingin diwujudkan.
 Logo 2 : Logo ini berbentuk seperti text box pada huruf Be, yang memiliki arti setiap orang ada impian ingin menjadi sesuatu.
 Logo 3 : Logo ini berbentuk bulatan-bulatan yang terdiri dari berbagai warna. Bulatan memiliki arti dinamis, dan dapat diandalkan.

- Keempat tanggapan klien tentang logo yang dipilih.



Gambar 3.5.127
Tanggapan kedua klien

- Terakhir berisi tentang penjelasan logo

Informasi :

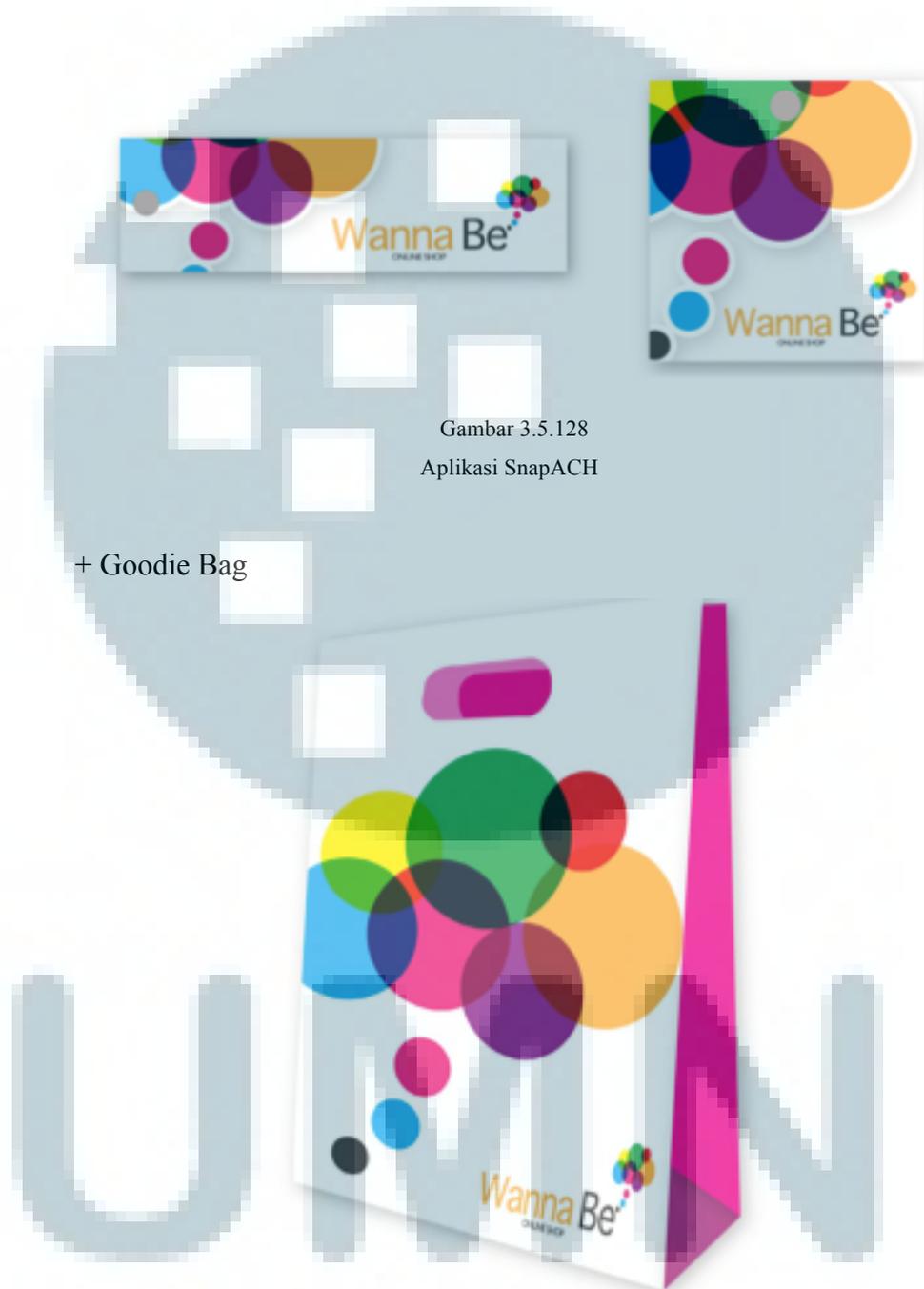
Wanna Be adalah sebuah online shop yang menjual sovenir-sovenir seperti Agenda, notes, pembatas buku, word book, yang berhubungan dengan K-pop.

+ Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk Logo ini berbentuk bubble text yang terbentuk dari bulatan-bulatan pada bagian belakang, seperti impian yang ingin diwujudkan.

+ warna : Warna yang digunakan adalah warna - warna yang girly. Masing-masing warna melambangkan kreativitas, feminim, harmoni, dan elegan.

+ Font : Warna yang digunakan adalah warna - warna yang girly. Masing-masing warna melambangkan kreativitas, feminim, harmoni, dan elegan.

- Pengaplikasian logo
- + Pada tagname



Gambar 3.5.128
Aplikasi SnapACH

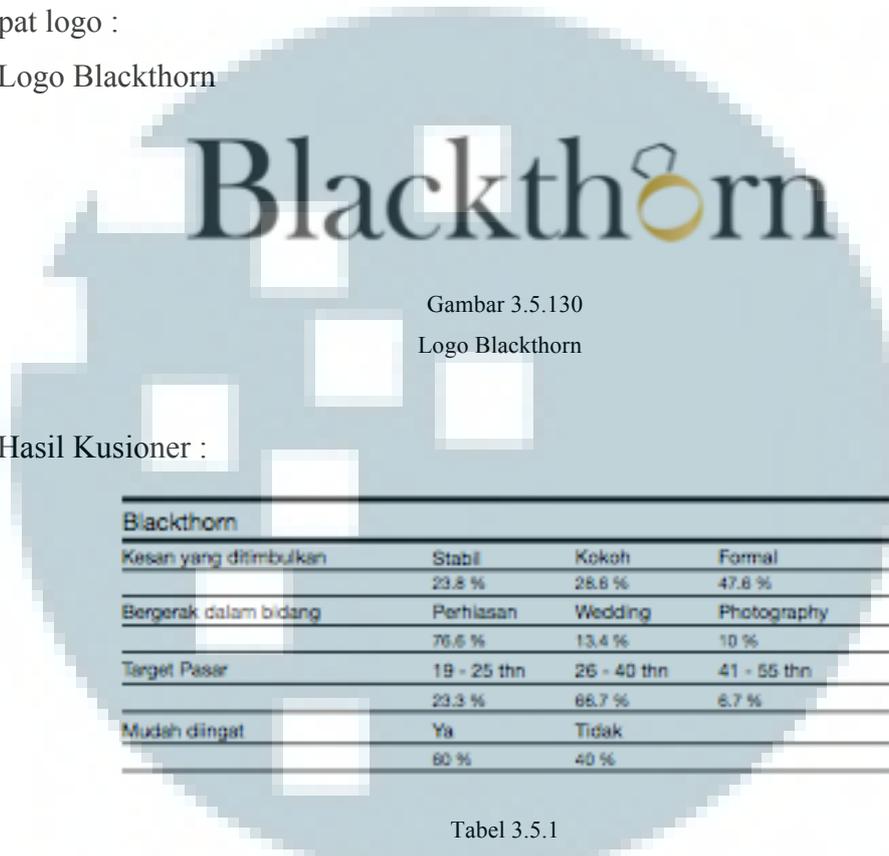
+ Goodie Bag

Gambar 3.5.129
Aplikasi SnapACH

3.5.4 Kuisisioner

Bab kuisisioner ini penulis meletakkan setelah feedback dari klien, karena setelah melihat dari respon/tanggapan dari sisi klien. Penulis juga ingin menyampaikan tanggapan yang diberikan oleh masyarakat/target audience yang sesuai dengan logo. Pada bab ini akan memuat isi dari tanggapan masyarakat tentang logo. Bab ini terdiri dari empat logo :

1. Logo Blackthorn



Informasi :

Blackthorn adalah sebuah toko jual-beli perhiasan, Black thorn menjual cincin berlian, perhiasan, jam tangan, koin langkah. Berlian hitam merupakan salah satu andalan dari toko Blackthorn.

+ Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk cincin berlian pada huruf o dari kata Blackthorn.

+ warna : arna yang digunakan adalah warna - warna yang elegan. Warna abu-abu melambangkan elegan. Warna emas melambangkan cincin.

+ Font : Font yang digunakan font yang menunjukkan kesan classic dan elegan.

2. Logo Cherepik



Gambar 3.5.131

Logo Cherepik

Hasil Kuisiner :

Cherepik			
Kesan yang ditimbulkan	Stabil	Keunggulan	Dinamis
	29.1 %	25 %	45.9 %
Bergerak dalam bidang	Restoran	Software	Mobile Application
	86.6 %	8.7 %	6.7 %
Target Pasar	19 - 25	26 - 40	41 - 55
	83.4 %	16.6 %	0
Mudah diingat	Ya	Tidak	
	86.6 %	13.4%	

Tabel 3.5.2

Hasil kuisiner Cherepik

Informasi :

Cherepik adalah restoran yang khusus menjual makanan berbahan dasar buah cherri, makanan yang menjadi favorit di restoran ini adalah pancake dan ice cream cherri. Restoran ini menyediakan kurang lebih 100 menu yang berbahan dasar buah cherri. Selain menjual makanan Cherepik juga menjual sirup cherri dan selai cherri yang bisa disantap di rumah.

+ Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk buah cherri yang terbentuk dari huruf C.

+ warna : Warna merah melambangkan buah cherri. Warna hijau melambangkan kesegaran/fresh.

+ Font : Font yang digunakan adalah font yang simple dan modern.

3. Logo Child Care



Gambar 3.5.132

Logo Childcare

Hasil Kuisiner :

ChildCare			
Kesan yang ditimbulkan	Keamanan	Dapat Diandalkan	Dinamis
	29.1 %	25 %	45.9 %
Bergerak dalam bidang	Toko Mainan	Penitipan anak	Mobile Application
	6.7 %	70 %	23.3 %
Target Pasar	8 - 12	19 - 25	26 - 40
	26.7 %	16.6 %	56.7 %
Mudah diingat	Ya	Tidak	
	90 %	10 %	

Tabel 3.5.3

Hasil kuisiner Childcare

Informasi :

Child Care adalah sebuah aplikasi perangkat lunak yang memungkinkan orang tua dan pusat penitipan anak untuk berkomunikasi dengan satu sama lain sepanjang hari.

+ Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk siluet wajah yang sedang tersenyum.

+ warna : Warna orange melambangkan keceriaan. Warna abu-abu melambangkan dapat diandalkan.

+ Font : Font yang digunakan adalah font yang terlihat childish.

4. Logo Economaney



Gambar 3.5.133
Logo Economaney

Hasil Kusioner :

Economaney.com			
Kesan yang ditimbulkan	Terarah	Progres	Dinamis
	34.4 %	32.8 %	32.8 %
Bergerak dalam bidang	Web Bisnis	Web Saham	Web Berita
	56.6 %	33.3 %	6.7 %
Target Pasar	19 - 25	26 - 40	41 - 55
	20 %	70 %	10 %
Mudah diingat	Ya	Tidak	
	76.7 %	23.3 %	

Tabel 3.5.4
Hasil kuisisioner Economaney

Informasi :

Economaney adalah sebuah website bisnis. mempunyai tagline “Connecting the dots of the economic future”. Tiga hal yang ingin dikomunikasikan dalam logo Economaney.com:

1. Connecting the dots of the economic future.
2. User-friendly.
3. Inovatif.

+ Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk bulatan yang membentuk pergerakan dari bawah menuju keatas, untuk menunjukkan peningkatan dalam bidang ekonomi.

+ warna : Warna yang digunakan adalah warna gradasi orange ke kuning, yang melambangkan keseim- bangan dan cerdas.

+ Font : Font yang digunakan adalah font yang memberikan kesan teknologi.

3.5.5 Redesain Logo

Pada bab kelima ini berisi tentang redesain logo, pada bab ini terdapat empat logo yang akan dibahas, terdiri dari :

1. Logo Creative Studio

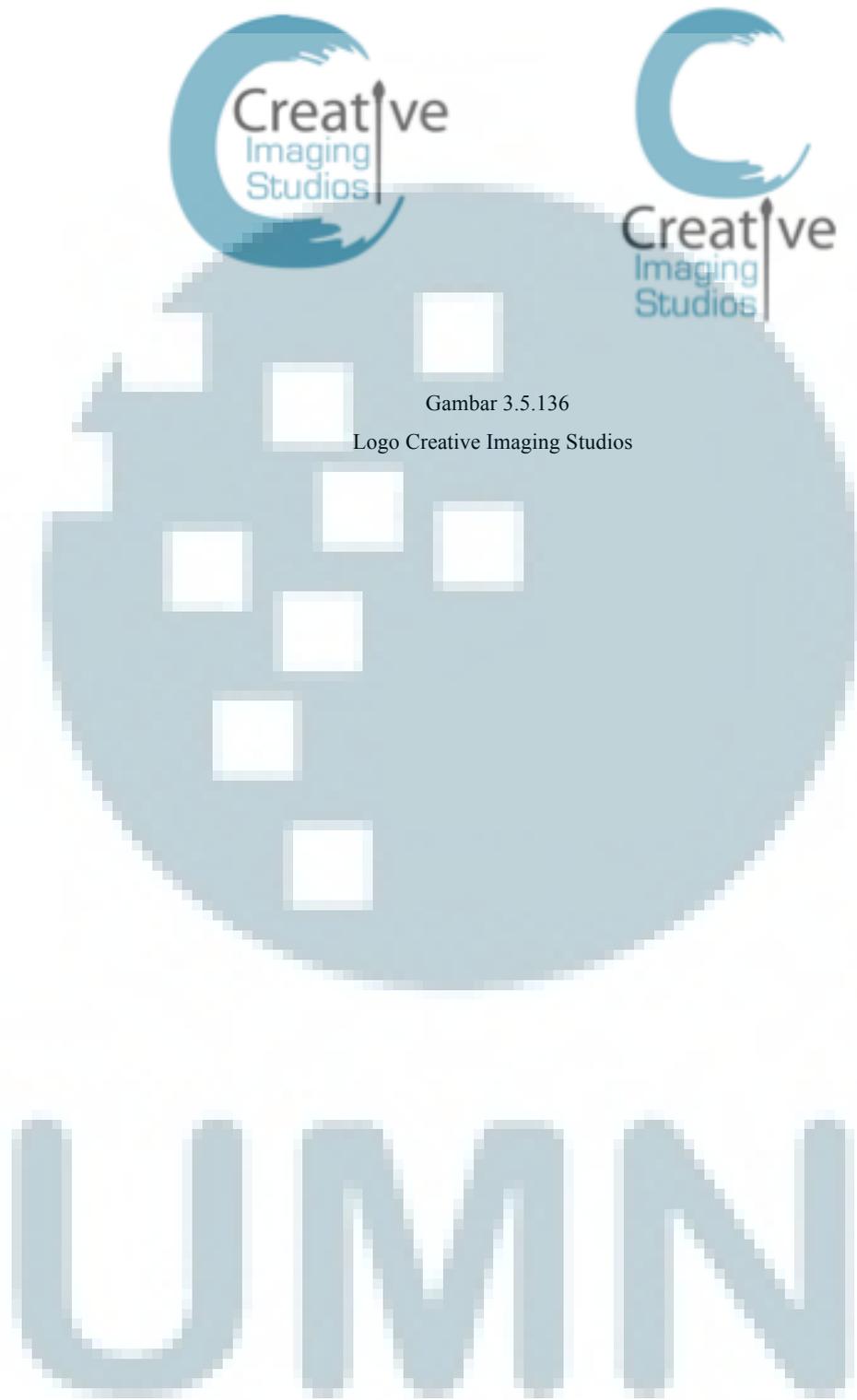


Creative Imanging Studios merupakan toko online shop yang dapat diakses melalui google dan website lainnya. Toko online shop ini menjual jasa cetak foto dengan media kanvas, editing foto, dan lukisan. Pesan yang ingin disampaikan dari logo ini progressive thinking, modern, creative, dan artistik.

+ Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk huruf C yang menggunakan sapuan kuas dan huruf i yang berbentuk seperti kuas.

+ warna : Warna biru melambangkan kesatuan dan keharmonisan. Warna abu-abu melambangkan stabil dan dapat diandalkan.

- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo :



Gambar 3.5.136
Logo Creative Imaging Studios

2. Logo DriveChicago.com



Gambar 3.5.137

Logo baru DriveChicago.com

Informasi :



Gambar 3.5.138

Logo Lama DriveChicago.com

Drive Chicago.com merupakan showroom mobil online. Jadi pembeli dapat memilih / melihat mobil yang diinginkan tanpa harus datang ke showroom. Dengan begitu pembeli dapat menghemat waktu dan memilih mobil dengan teliti.

+ Bentuk logo : Logo ini dilambangkan dengan bentuk outline mobil pada bagian ban mobil, diganti dengan kata DriveChicago.com yang menjadi pondasi pada awal pemilihan mobil.

+ warna : Warna yang digunakan adalah warna - warna yang dulu digunakan pada logo lama.

U M M N

- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo :
 - a. Website



Gambar 3.5.139
Website DriveChicago.com

UMMN

3. Logo Naild



Gambar 3.5.140
Logo baru NAILD

Informasi :



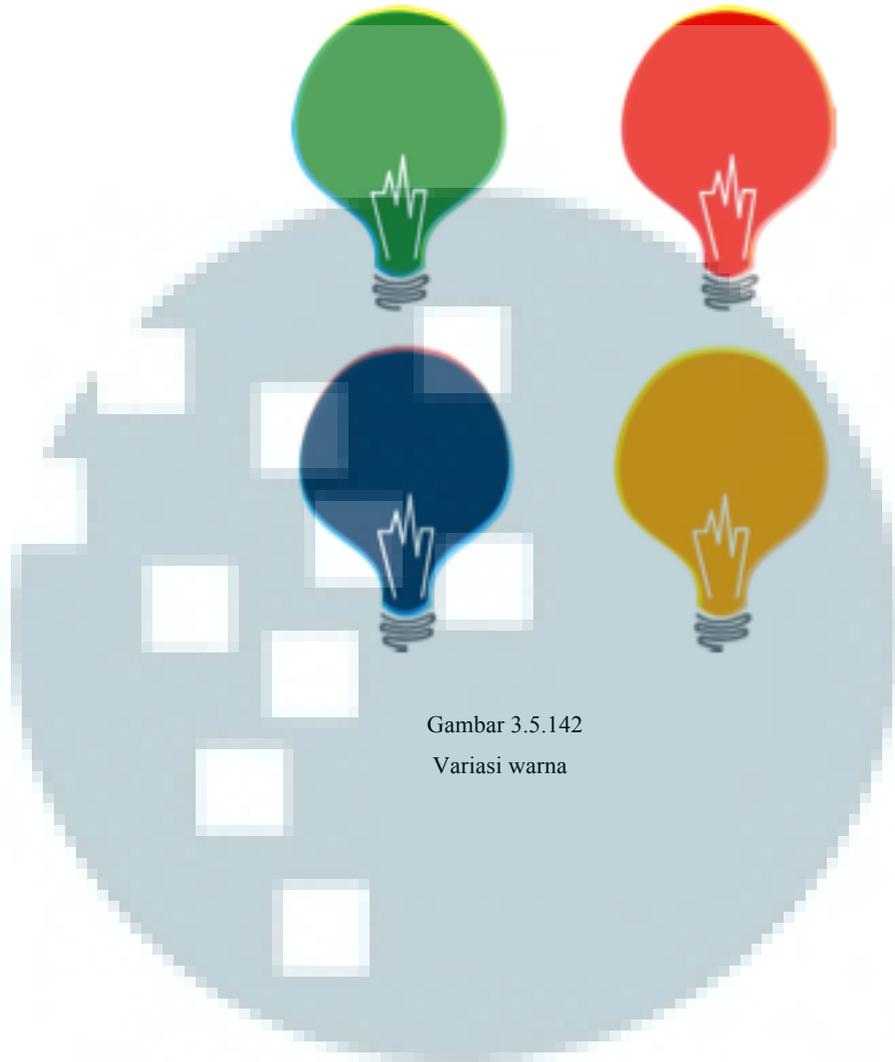
Gambar 3.5.141
Logo NAILD

The National Association of Independent Lighting Distributors (NAILD) adalah asosiasi pencahayaan yang anggotanya distributor dan vendor yang melayani pasar. NAILD saat ini dalam keadaan evolusioner untuk kembali mengidentifikasi diri dan memperluas ruang lingkup. Keanggotaan di masa depan, mungkin tidak terbatas pada desainer pencahayaan, konsultan cahaya. Sebuah logo baru diperlukan untuk menandai ulang identifikasi ini dan masa depan dari NAILD.

+ Bentuk logo : Bentuk logo masih menggunakan bentuk bohlam lampu, seperti pada logo lama.

+ warna : Warna yang digunakan adalah warna gabungan dari warna biru dan kuning, sehingga yang muncul adalah warna hijau. Warna biru melambangkan keamanan dan warna kuning melambangkan sinar matahari.

- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo :



Gambar 3.5.142
Variasi warna

UMMN

4. Logo TO GO Bar



Gambar 3.5.143
Logo baru TO GO Bar

- Pada bagian pertama berisi tentang TOGO Bar Informasi :



Gambar 3.5.144
Logo lama TO GO Bar

TO GO Bar Food sebuah kafe yang berada ditengah-tengah Rosedale disebelang Summerhill. TO GO Bar juga menyediakan layanan katering yang untuk yang berlokasi di Toronto. Menu yang biasa menjadi favorit dicafe ini adalah sandwich, sup and roti yang dibuat fresh setiap harinya. Setiap menu yang berada di TO GO menerima layanan delivery order. Pada logo TO GO yang baru ingin mencerminkan kualitas, style dan fresh

+ Bentuk logo : Simbol pada huruf TO berbentuk seperti jam yang jarum-jarum jam terbentuk dari sendok, garpu, dan pisau. Yang dimaksudkan pada jam apapun waktu makan makanlah di TO GO Cafe. Pada huruf GO adanya pergerakan pada huruf O.

+ warna : Warna merah melambangkan energi. Warna hitam melambangkan Klasik.

- Pada bagian kedua berisi tentang pengaplikasian logo :
 - a. Website



Gambar 3.5.145
Logo Economaney

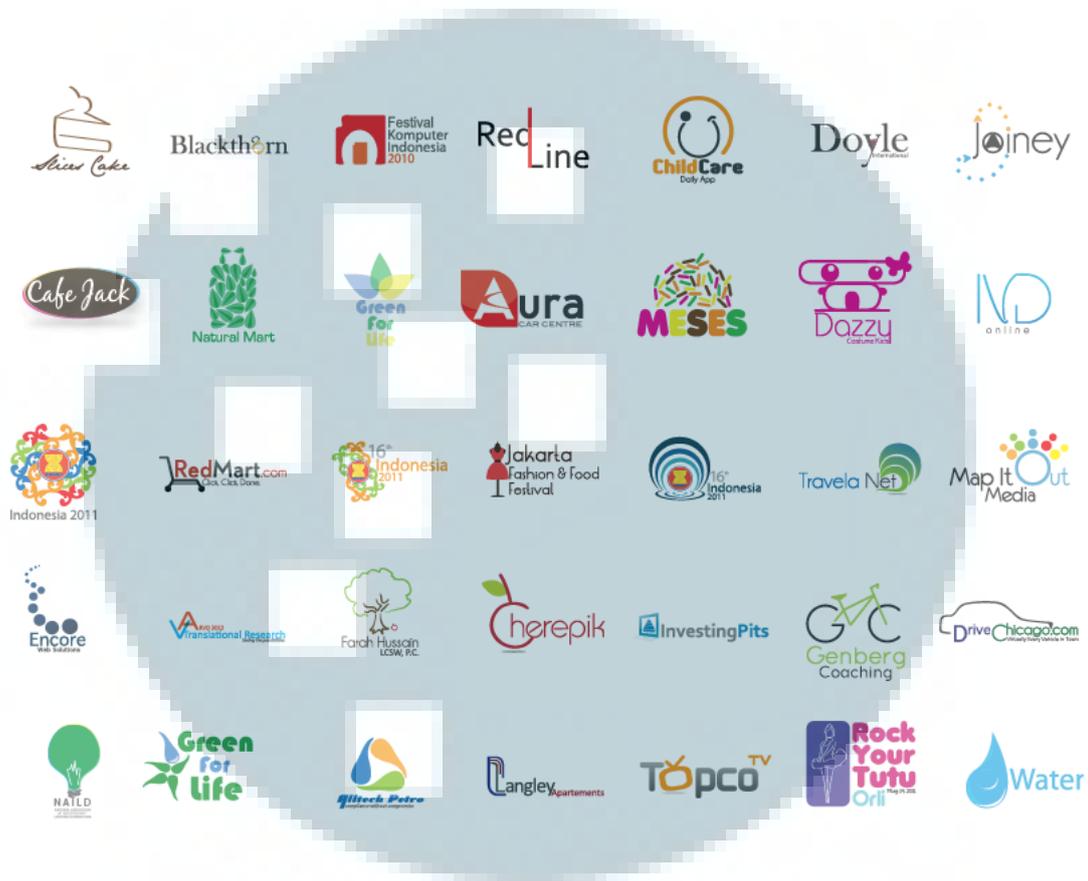
- b. Restoran



Gambar 3.5.146
Logo Economaney

3.5.6 Galeri logo

Galeri logo merupakan bab terakhir dalam buku, Karena galeri logo merupakan kumpulan logo yang dapat menjadi referensi desain pada saat membuat logo. Logo-logo yang terdapat dalam buku ini adalah logo karya penulis yang telah dibuat dari tahun 2009 sampai tahun 2011.



Gambar 3.5.147
Kumpulan logo

UMN

3.6 Komposisi Layout

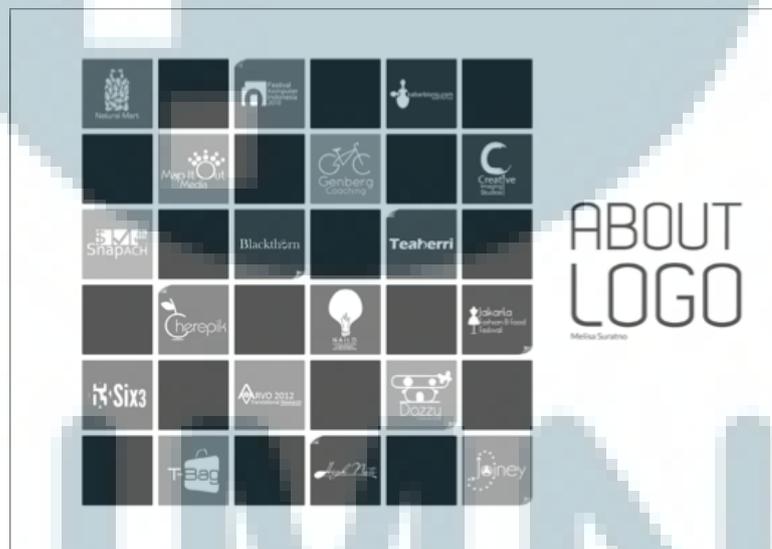
Susunan/urutan yang digunakan penulis dalam buku ini terdiri dari:

1. Desain Cover



Gambar 3.6.1
Cover 1

2. Cover 2



Gambar 3.6.2
Cover 2

3. Daftar Isi

DAFTAR ISI

PROSES PEMBUATAN LOGO

Festival Komputer Indonesia	12 - 20	Investing Pits	12 - 20
Genberg Coaching	12 - 20	Joiney	12 - 20
Ijo Cafe	12 - 20	KabarBisnis.com	12 - 20
Jakarta Fashion & Food Festival	12 - 20	Map It Out Media	12 - 20

MAKNA LOGO

ARVO 2012	12 - 20	Marval	12 - 20
Aura Car Centre	12 - 20	O-Water	12 - 20
Batik Art	12 - 20	Rock Your Tutu	12 - 20
Doyle International	12 - 20	Teaberri	12 - 20
Encore Web Solutions	12 - 20	SnapACH	12 - 20
FiveHand	12 - 20		

Gambar 3.6.3
Daftar Isi

DAFTAR ISI

FEEDBACK KLIEN

Coklat 16	12 - 20
Hand For Earth	12 - 20
Technopreneur UMN	12 - 20
Vilanna	12 - 20
Wanna Be Online Shop	12 - 20

RE-DESAIN LOGO

Creative Imaging Studios	12 - 20
DriveChicago.com	12 - 20
NAILD	12 - 20
TO GO Bar	12 - 20

KUISIONER

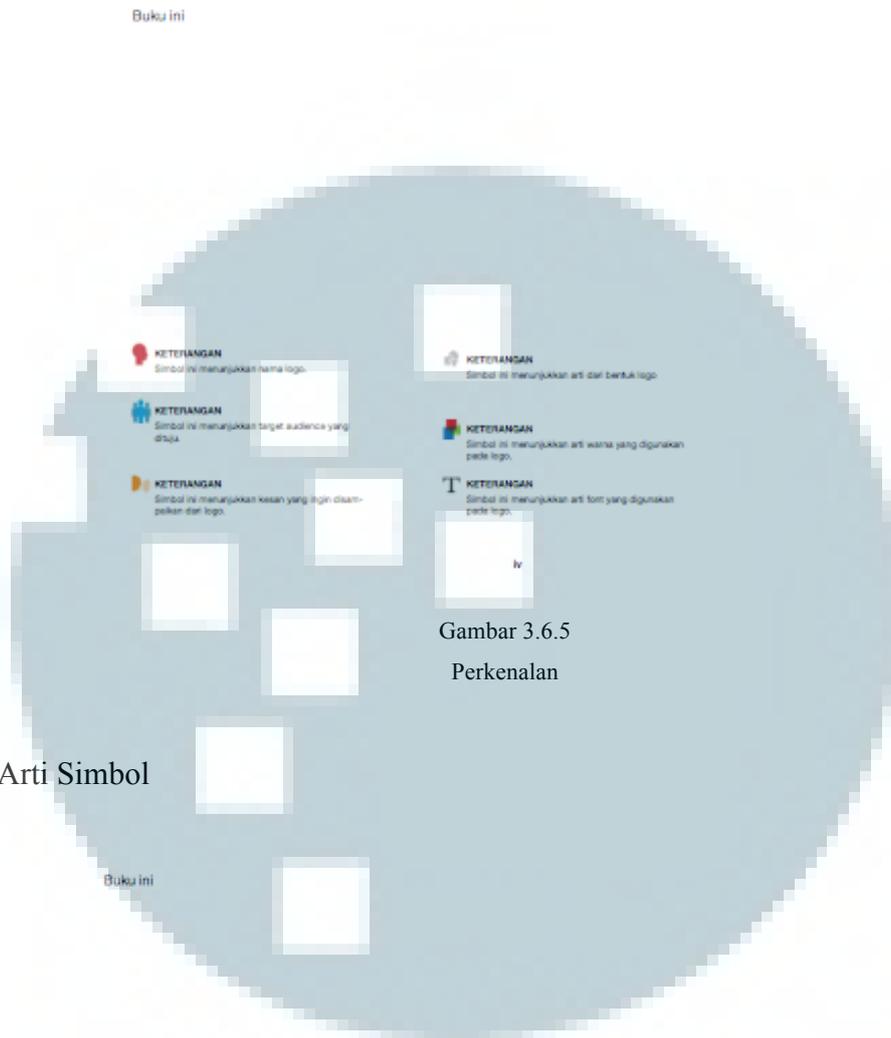
Blackthorn	12 - 20
Chereplik	12 - 20
Child Care	12 - 20
Economoney	12 - 20

GALERI LOGO

Galeri Logo	12 - 20
-------------	---------

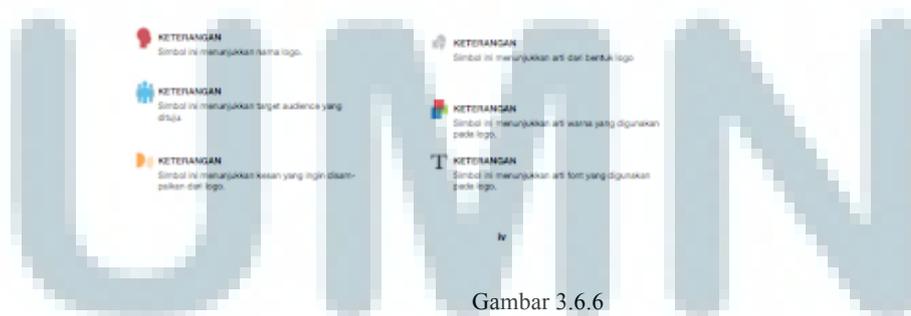
Gambar 3.6.4
Daftar Isi

4. Introduction



Gambar 3.6.5
Perkenalan

5. Arti Simbol



Gambar 3.6.6
Arti simbol

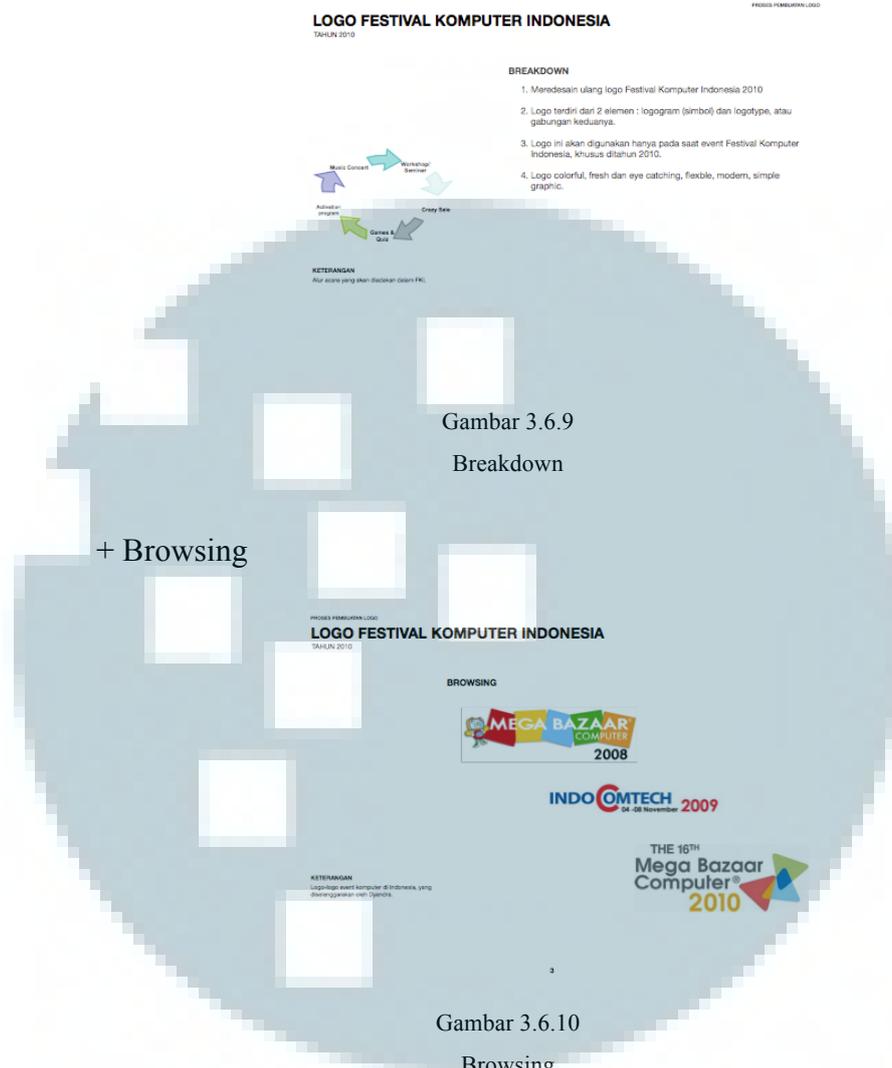
6. Bab 1

- Sub Bab 1 (Proses Logo)



Gambar 3.6.8
Briefing Logo FKI

+ Breakdown



+ Browsing

+ Mind Mapping



+ Sketsa Logo



KETERANGAN
Kumpulan sketsa logo FKI

Gambar 3.6.12
Sketsa Logo

+ Komputer

LOGO FESTIVAL KOMPUTER INDONESIA

TAHUN 2010

KOMPUTER



KETERANGAN
Kumpulan logo yang lebih mewakili konsep komputer

Gambar 3.6.13
Komputer

+ Konsep Logo

PROSES PEMBUATAN LOGO
LOGO FESTIVAL KOMPUTER INDONESIA
TAHUN 2010



Logo ini menyorotkan tentang kemajuan teknologi yang semakin hari semakin cepat. Bentuk logo ini seperti Mouse dan memiliki tiga ukuran yang berbeda. Mouse ini melambangkan dengan sekali klik pada komputer bisa melihat sesuatu yang baru yang ditunjukkan dengan semakin cepat dan majunya teknologi zaman sekarang.



Setelah melihat dari perkembangan komputer yang dari hari ke hari semakin maju, simbol menggambarkan kemajuan teknologi dengan siklus lingkaran yang dari kecil menjadi besar, dari komputer yang diunya besar dari memakan tempat sekarang menjadi lebih simple dengan berbagai fitur yang menarik.



Logo ini berbentuk disk yang di dalamnya terdapat USB yang melambangkan kemajuan dalam penyimpanan data yang semakin mempermudah dalam bentuk ukuran.

Gambar 3.6.14
Konsep Logo

+ Logo Final

LOGO FESTIVAL KOMPUTER INDONESIA TAHUN 2010

PROSES PEMBUATAN LOGO

- KETERANGAN**
Mouse ini membaringkan dengan sekali klik pada komputer bisa melihat sesuatu yang baru yang dibuktikan dengan tampilan esotik dan majunya teknologi email sekarang.
- KETERANGAN**
Warna yang digunakan adalah warna - warna yang menunjukkan teknologi. Mouse yang berwarna besar berwarna biru laut menunjukkan kecerdasan, warna merah menunjukkan keuletan dan semangat, warna biru langit menunjukkan kecerdasan.
- KETERANGAN**
Font yang digunakan adalah font yang simple dan modern.



Logo ini mencerminkan tentang kemajuan teknologi yang semakin hari semakin cepat. Bentuk logo ini seperti mouse dan memiliki tiga ukuran yang berbeda. Mouse ini melambungkan dengan sekali klik pada komputer bisa melihat sesuatu yang baru, yang ditunjukkan dengan semakin cepat dan majunya teknologi zaman sekarang.

Gambar 3.6.15

Logo Final

+ Font

LOGO FESTIVAL KOMPUTER INDONESIA TAHUN 2010

FONT

Myriad Pro Regular
ABCDEFGHIJKLMNQRSTUWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
~!@#%&*()

Myriad Pro Bold
ABCDEFGHIJKLMNQRSTUWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
~!@#%&*()

Myriad Pro Italic
ABCDEFGHIJKLMNQRSTUWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
~!@#%&*()

KETERANGAN
Font yang digunakan font yang simple dan modern. Menggunakan font Myriad Pro.

Gambar 3.6.16

Font

+ Warna

LOGO FESTIVAL KOMPUTER INDONESIA TAHUN 2010

PROSES PEMBUATAN LOGO

WARNA



KETERANGAN
Warna yang digunakan adalah warna - warna yang menunjukkan teknologi. Mouse yang berwarna besar berwarna biru laut menunjukkan kecerdasan, warna merah menunjukkan keuletan dan semangat, warna biru langit menunjukkan kecerdasan.

Gambar 3.6.17

Warna

+ Review



Gambar 3.6.18
Review

+ Penerapan Logo



Gambar 3.6.19
Penerapan Logo

b. Logo Genberg Coaching

+ Brefing

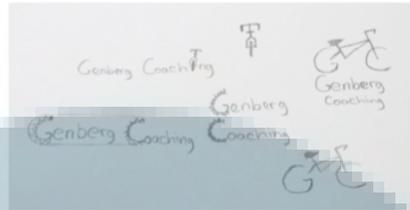


Gambar 3.6.20
Briefing Logo

+ Sketsa Logo

PROSES PEMBUATAN LOGO
LOGO GENBERG COACHING
TAHLUN 2010

SKETSA LOGO



Gambar 3.6.24
Sketsa Logo

+ Komputer

LOGO GENBERG COACHING
TAHLUN 2011

KOMPUTER

Genberg Coaching



Gambar 3.6.25
Komputer

+ Konsep Logo

PROSES PEMBUATAN LOGO
LOGO GENBERG COACHING
TAHLUN 2011

Genberg Coaching

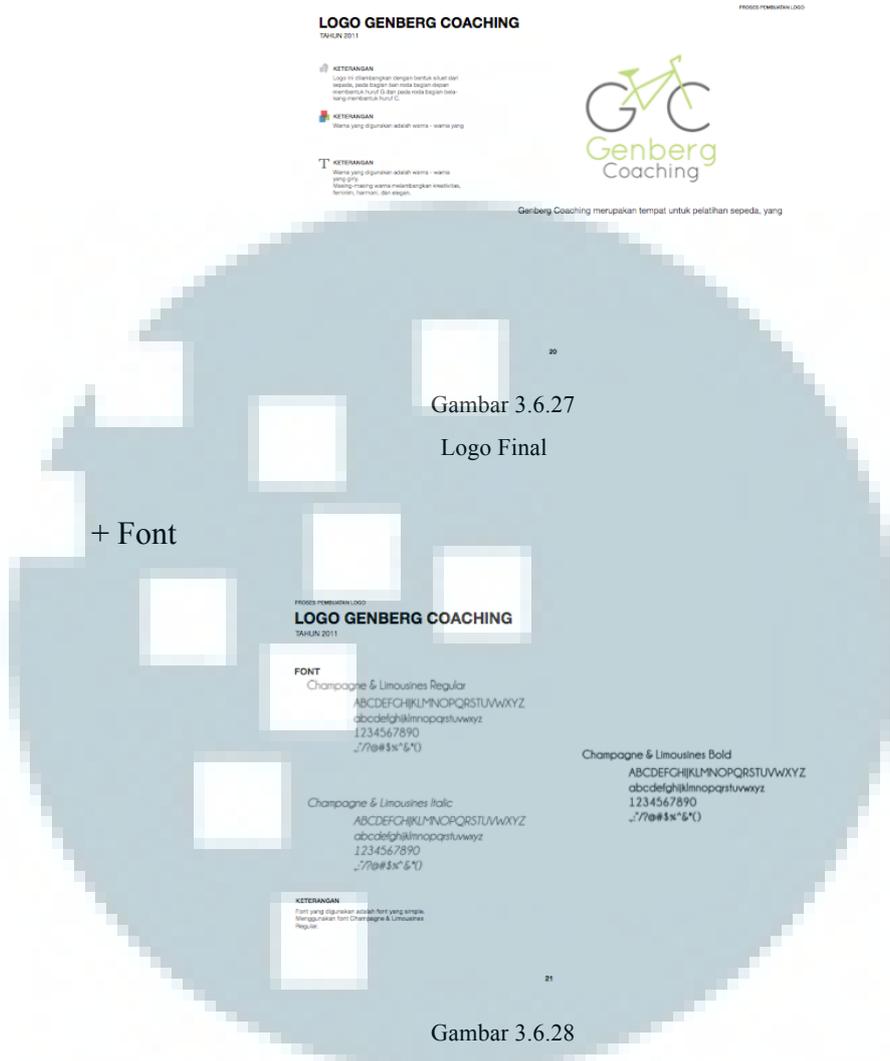
Logo ini berbentuk sepeda pada bagian huruf G.



Logo ini berbentuk sepeda, yang pada bagian belakangnya terdapat huruf G dan C, yang diambil dari kata Genberg Coaching.

Gambar 3.6.26
Konsep Logo

+ Logo Final



Gambar 3.6.27
Logo Final

+ Font

PROSES PEMBUATAN LOGO

LOGO GENBERG COACHING
TAHUN 2011

FONT
Champagne & Limousines Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
.,?@#%*^&'()<

Champagne & Limousines Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
.,?@#%*^&'()<

Champagne & Limousines Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
.,?@#%*^&'()<

KETERANGAN
Font yang digunakan adalah font yang simple. Menggunakan font Champagne & Limousines Regular.

Gambar 3.6.28
Font

+ Warna

PROSES PEMBUATAN LOGO

LOGO GENBERG COACHING
TAHUN 2011

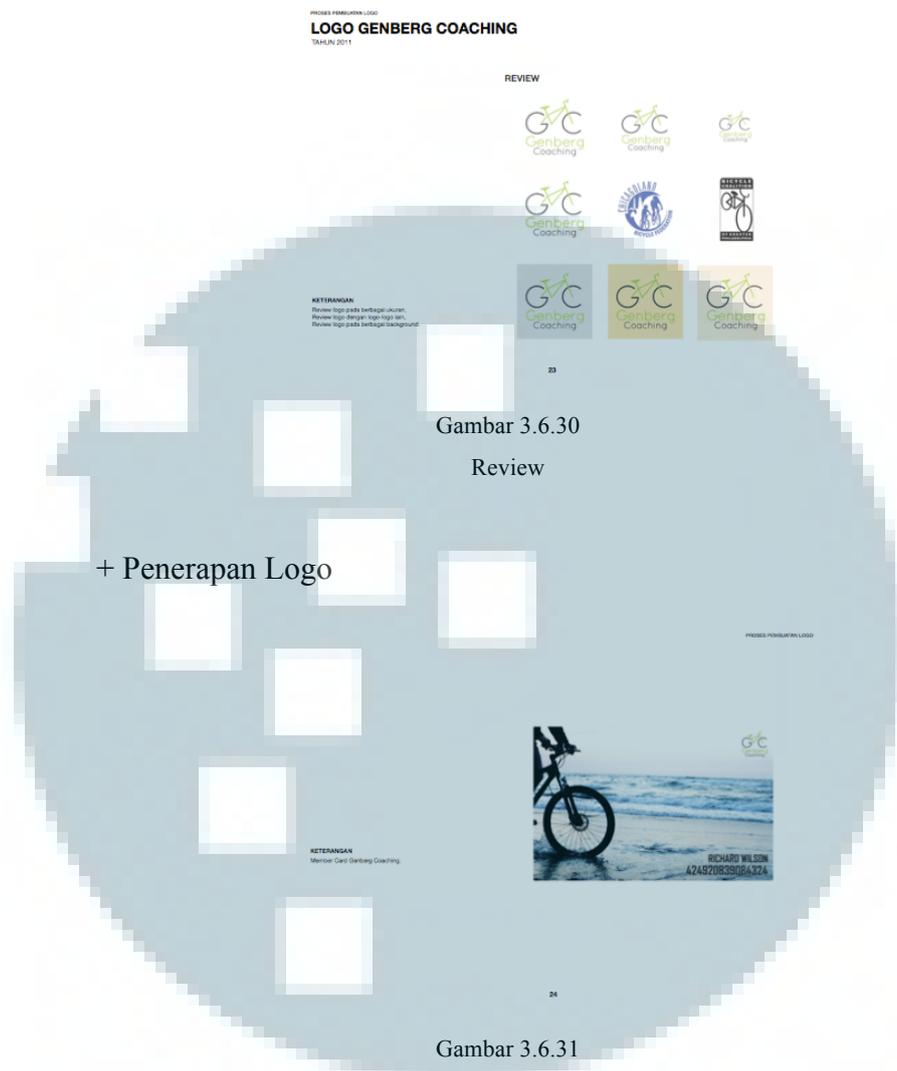
WARNA

0. 20
1. 40
2. 60
3. 80
4. 100
5. 120

KETERANGAN
Warna yang menggunakan kombinasi warna yang sederhana dan menarik.

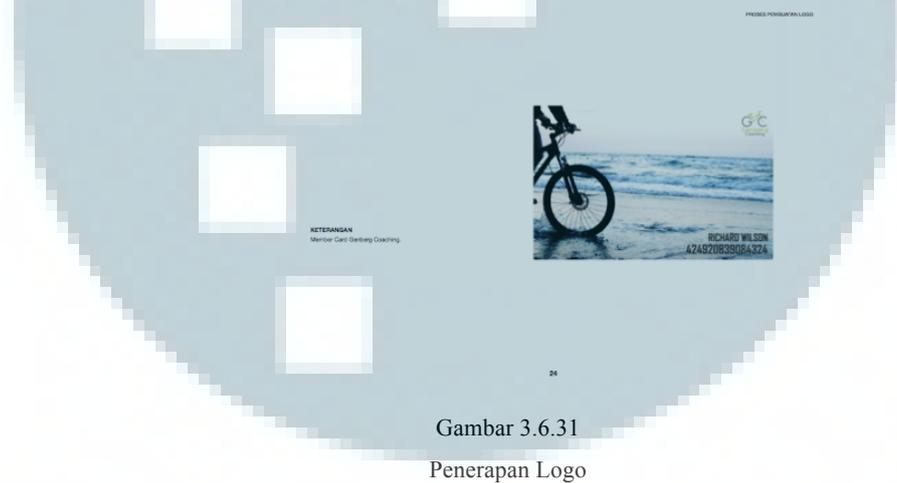
Gambar 3.6.29
Warna

+ Review



Gambar 3.6.30
Review

+ Penerapan Logo



Gambar 3.6.31
Penerapan Logo

c. Logo Ijo Cafe

+ Briefing



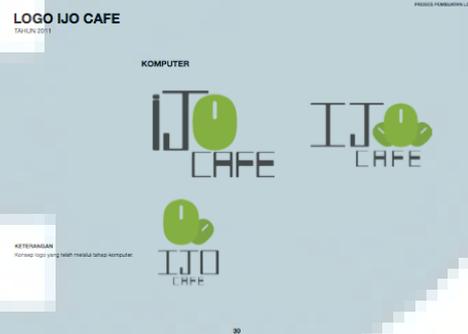
Gambar 3.6.32
Briefing Logo

+ Sketsa Logo



Gambar 3.6.36
Sketsa Logo

+ Komputer



Gambar 3.6.37
Komputer

+ Konsep Logo



Gambar 3.6.38
Konsep Logo

+ Logo Final

LOGO IJO CAFE

TAHLIN 2011

- KETERANGAN**
 Simbol pada logo ini berbentuk kacaang (o) Untuk menunjukkan bahwa warna dasar restoran ini putih.
- KETERANGAN**
 Warna yang digunakan adalah warna (o) untuk menunjukkan warna kacaang (o). Sedangkan warna yang digunakan warna kacaang (o).
- KETERANGAN**
 Font yang digunakan adalah font bucar sendiri.



(o) cafe adalah restoran keluarga yang khusus menjual makanan yang berbahan dasar kacaang (o). Hampir

Gambar 3.6.39
Logo Final

+ Font

LOGO IJO CAFE

TAHLIN 2010

FONT
 CALA REGULAR
 PHE.DEPHMT.I.I.BE.PHNS.TUBXZ
 PHE.DEPHMT.I.I.BE.PHNS.TUBXZ
 I.ePshs/PHEI

KETERANGAN
 Font yang digunakan adalah font yang merupakan font umum Indonesia, yaitu Cal Regular. Font ini terinspirasi dari Aneka Jasin.

Gambar 3.6.40
Font

+ Warna

LOGO IJO CAFE

TAHLIN 2010

WARNA



KETERANGAN

Warna yang digunakan adalah warna (o) untuk menunjukkan warna kacaang (o). Sedangkan warna yang digunakan warna kacaang (o).

Gambar 3.6.41
Warna

+ Review



Gambar 3.6.42
Buku Logo Lounge

+ Penerapan Logo



Gambar 3.6.43
Pengaplikasian Logo

d. Logo Jakarta Fashion & Food Festival

+ Briefing



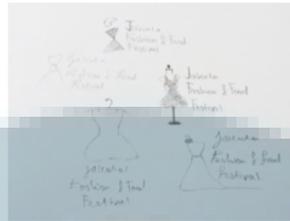
Gambar 3.6.44
Buku Logo Lounge

+ Sketsa Logo

LOGO JAKARTA FASHION & FOOD FESTIVAL TAHUN 2010

PROSES PEMBUNYUAN LOGO

SKETSA LOGO



Gambar 3.6.48
Sketsa Logo

+ Komputer

LOGO JAKARTA FASHION & FOOD FESTIVAL TAHUN 2010

PROSES PEMBUNYUAN LOGO

KOMPUTER



KETERANGAN

Konsep logo yang telah melalui tahap komputer.

Gambar 3.6.49
Komputer

+ Konsep Logo

LOGO JAKARTA FASHION & FOOD FESTIVAL TAHUN 2010

PROSES PEMBUNYUAN LOGO



Logo ini berbentuk seperti siluet seorang model. Konsep logo ini adalah futuristic.



Logo ini berbentuk seperti gaun.



Logo ini berbentuk patung/manekin yang sangat familiar di dunia fashion... Manekin tidak bisa lepas dari dunia Fashion, karena setiap busana yang akan dibuat oleh desainer akan dipasangkan pada manekin untuk display.

Gambar 3.6.50
Konsep Logo

+ Logo Final

LOGO JAKARTA FASHION & FOOD FESTIVAL TAHUN 2010

PROSES PEMBUATAN LOGO

- KETERANGAN**
Logo ini dikembangkan dengan bentuk outline/ manekin yang sangat familiar di dunia fashion. Manekin tidak bisa lepas dari dunia Fashion, karena setiap busana yang telah dibuat oleh desainer akan dipasangkan pada manekin untuk display.
- KETERANGAN**
Warna merah melambangkan keberanian dalam dunia fashion. Warna coklat merah melambangkan elegan.
- T** **KETERANGAN**
Lurus pertengahan fashion yang sangat dinamis dan baik di terlihat simpel dan elegan.



Logo ini berbentuk patung/manekin yang sangat familiar di dunia fashion. Manekin tidak bisa lepas dari dunia Fashion, karena setiap busana yang telah dibuat oleh desainer akan dipasangkan pada manekin untuk display. Kunci dalam logo ini adalah simpel, desain busana yang digunakan juga tidak terlalu glamor. Desain baju yang digunakan adalah mini dress.

Gambar 3.6.51

Logo Final

+ Font

LOGO JAKARTA FASHION & FOOD FESTIVAL TAHUN 2010

PROSES PEMBUATAN LOGO

FONT

Uj Okwana Regular
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
~ ! @ # \$ % ^ & * []

Uj Okwana Bold
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
~ ! @ # \$ % ^ & * []

Uj Okwana Italic
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
~ ! @ # \$ % ^ & * []

KETERANGAN
Font yang akan dipakai adalah font yang simpel dan fashion. Menggunakan font Uj Okwana.

45

Gambar 3.6.52

Font

+ Warna

LOGO JAKARTA FASHION & FOOD FESTIVAL TAHUN 2010

PROSES PEMBUATAN LOGO

WARNA



KETERANGAN
Warna merah melambangkan keberanian dalam dunia fashion. Warna coklat merah melambangkan elegan.

45

Gambar 3.6.53

Warna

+ Review



Gambar 3.6.54
Review

+ Penerapan Logo



Gambar 3.6.55
Pengaplikasian Logo

7. Bab 2

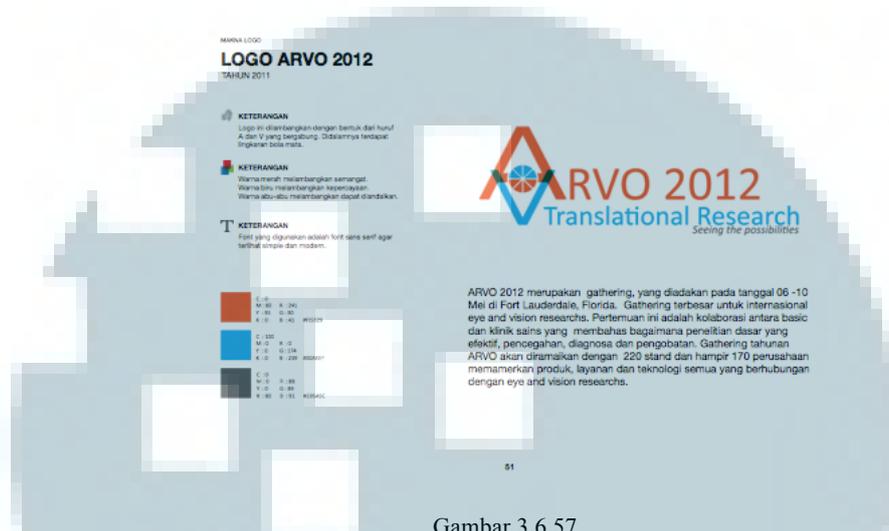
- Sub Bab 2 (Makna Logo)



Gambar 3.6.56
Sub bab II

- a. Logo Arvo 2012
- Cerita singkat perusahaan ARVO

- + Logo
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna



Gambar 3.6.57
Penjelasan Logo ARVO

- Aplikasi Logo
- + Pada Undangan ARVO 2012



Gambar 3.6.58
Pengaplikasian Logo ARVO

b. Logo Aura Car Care

- Cerita singkat perusahaan Aura Car Care

+ Logo

+ Arti bentuk logo

+ Tabel warna



Gambar 3.6.59
Penjelasan Logo Aura

- Aplikasi Logo

+ Logo variasi warna



Gambar 3.6.60
Pengaplikasian Logo Aura

- c. Logo Batik Art
 - Cerita singkat event Batik Art
 - + Logo
 - + Arti bentuk logo
 - + Tabel warna



Gambar 3.6.61
Penjelasan Logo Batik Art

- Aplikasi Logo
 - + Desain layout Batik Art untuk majalah



Gambar 3.6.62
Pengaplikasian Logo Batik Art

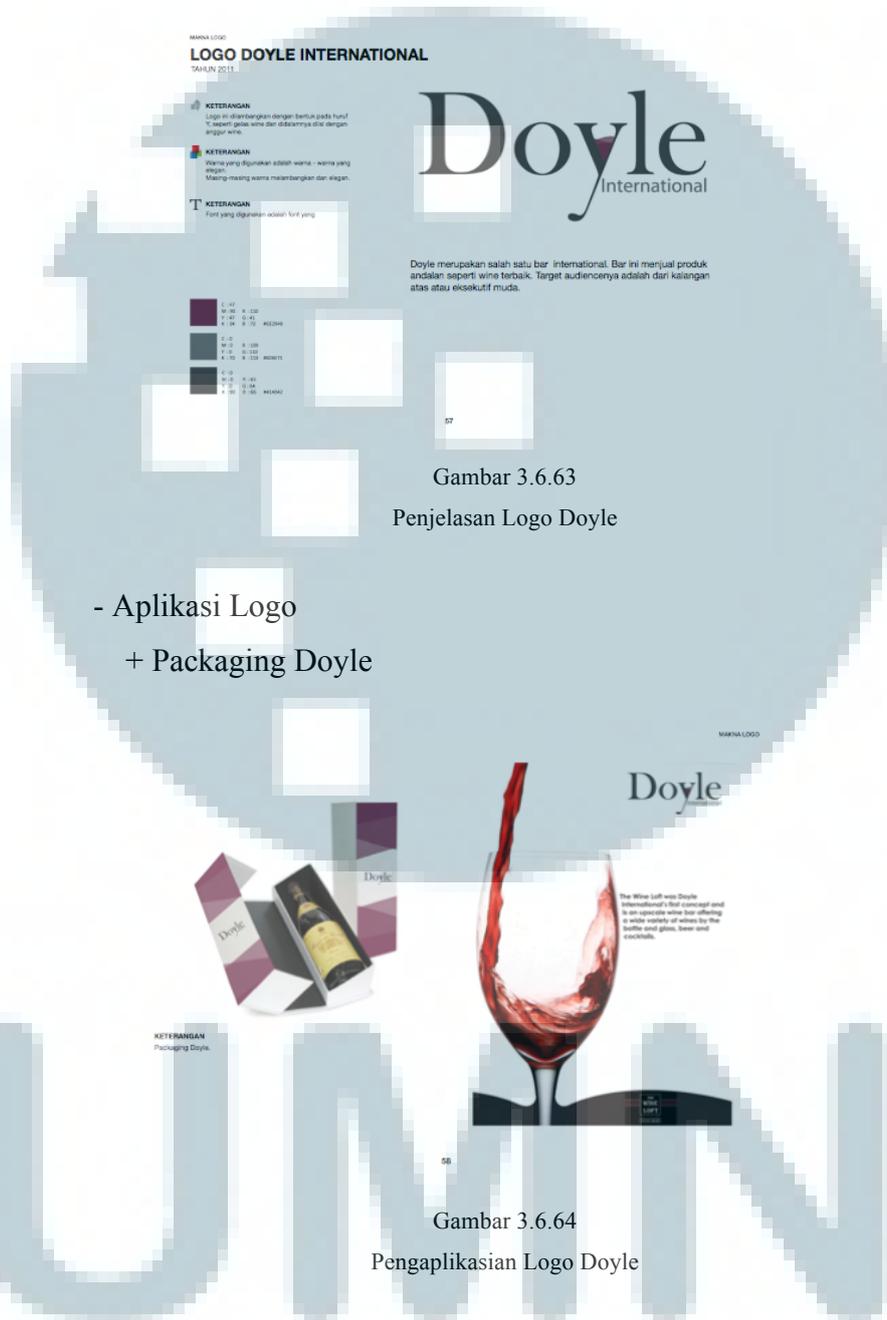
d. Logo Doyle International

- Cerita singkat perusahaan Aura Car Care

+ Logo

+ Arti bentuk logo

+ Tabel warna



Gambar 3.6.63
Penjelasan Logo Doyle

- Aplikasi Logo

+ Packaging Doyle

Gambar 3.6.64
Pengaplikasian Logo Doyle

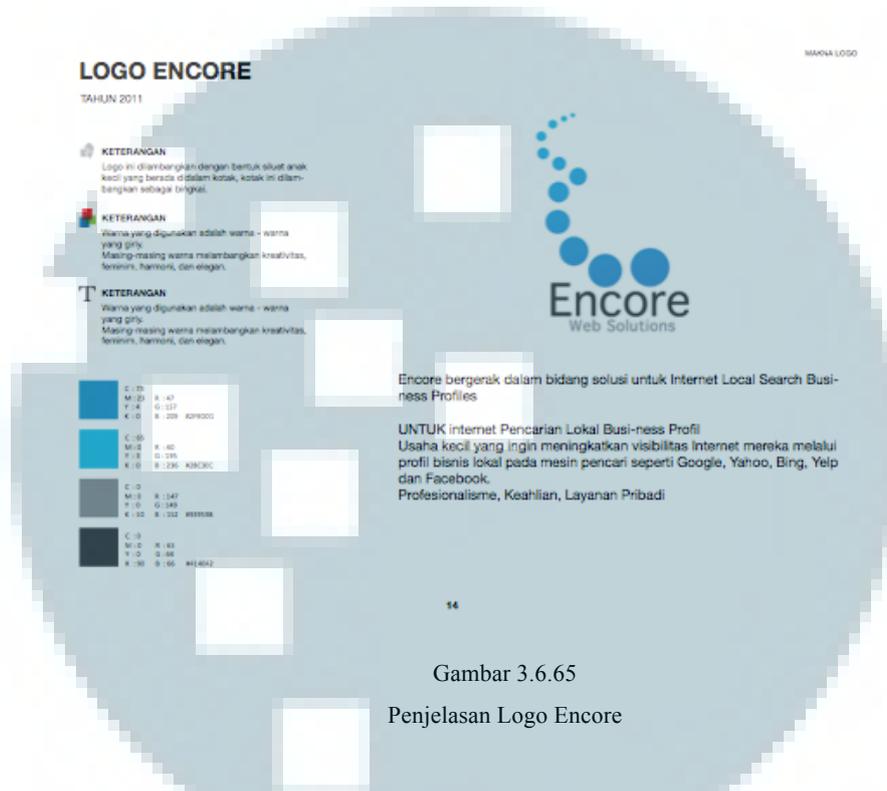
e. Logo Encore Web Solutions

- Cerita singkat perusahaan Encore Web Solutions

+ Logo

+ Arti bentuk logo

+ Tabel warna



Gambar 3.6.65
Penjelasan Logo Encore

- Aplikasi Logo

+ Website Encore Web Solutions



Gambar 3.6.66
Pengaplikasian Logo Encore

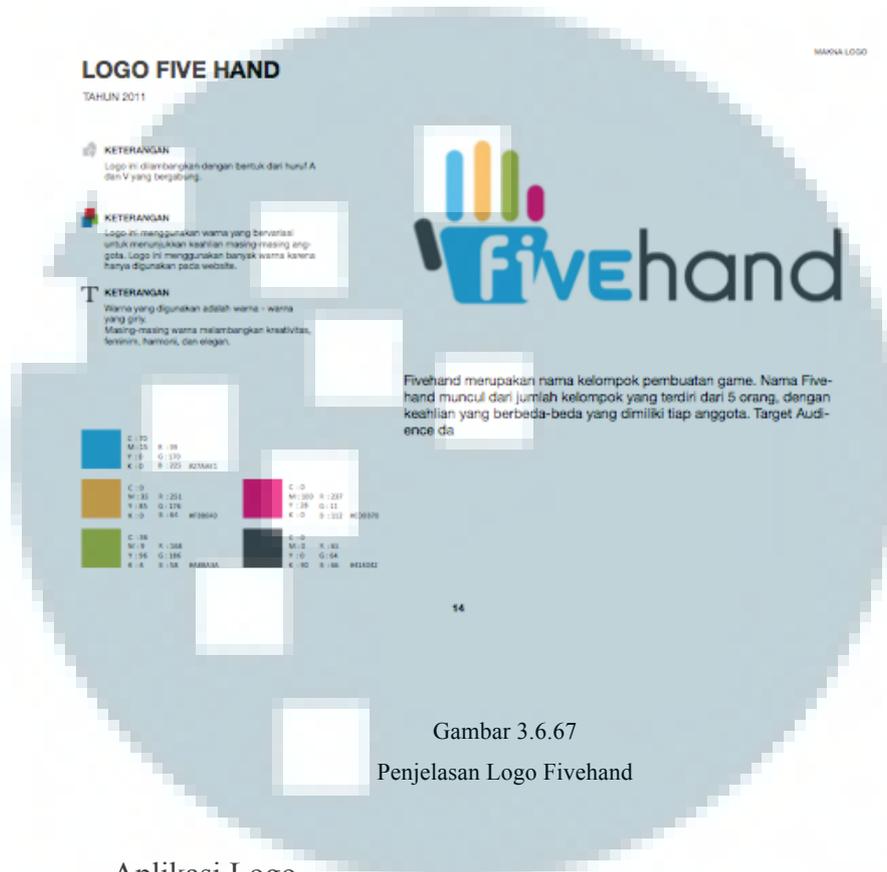
f. Logo Five Hand

- Cerita singkat perusahaan Aura Car Care

+ Logo

+ Arti bentuk logo

+ Tabel warna



Gambar 3.6.67
Penjelasan Logo Fivehand

- Aplikasi Logo

+ Aplikasi Logo handphone

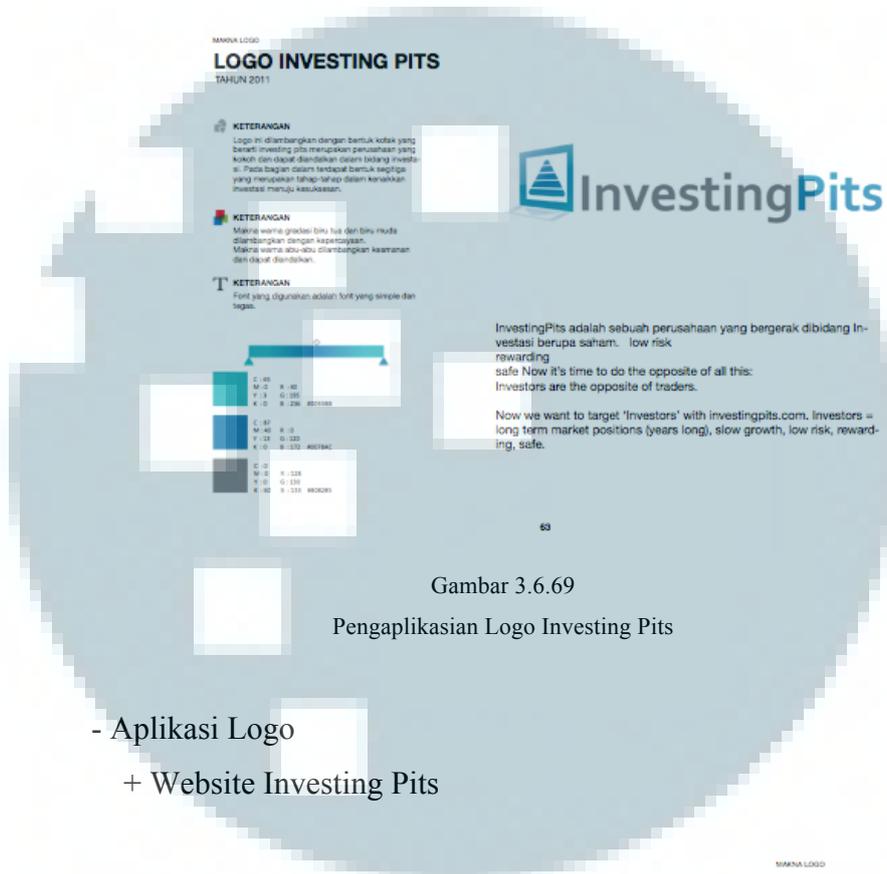


Gambar 3.6.68
Pengaplikasian Logo Fivehand

g. Logo Investing Pits

- Cerita singkat perusahaan Investing Pits

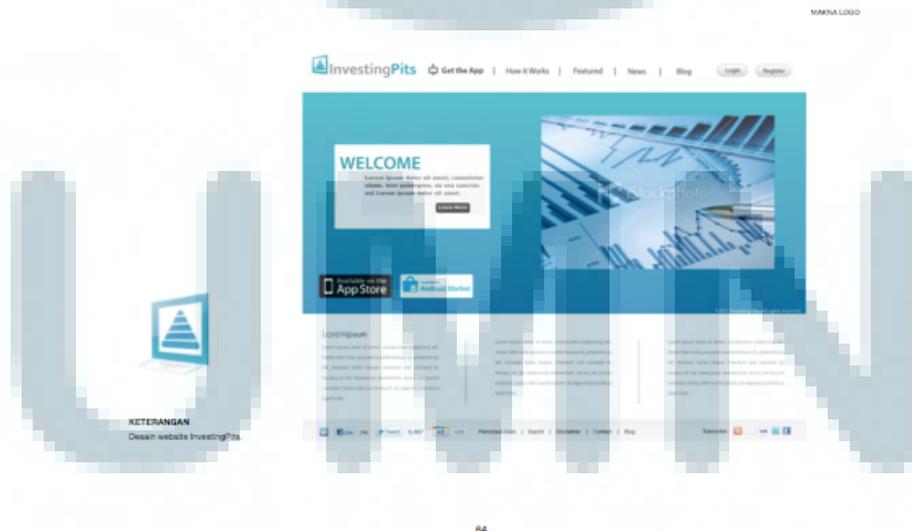
- + Logo
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna



Gambar 3.6.69
Pengaplikasian Logo Investing Pits

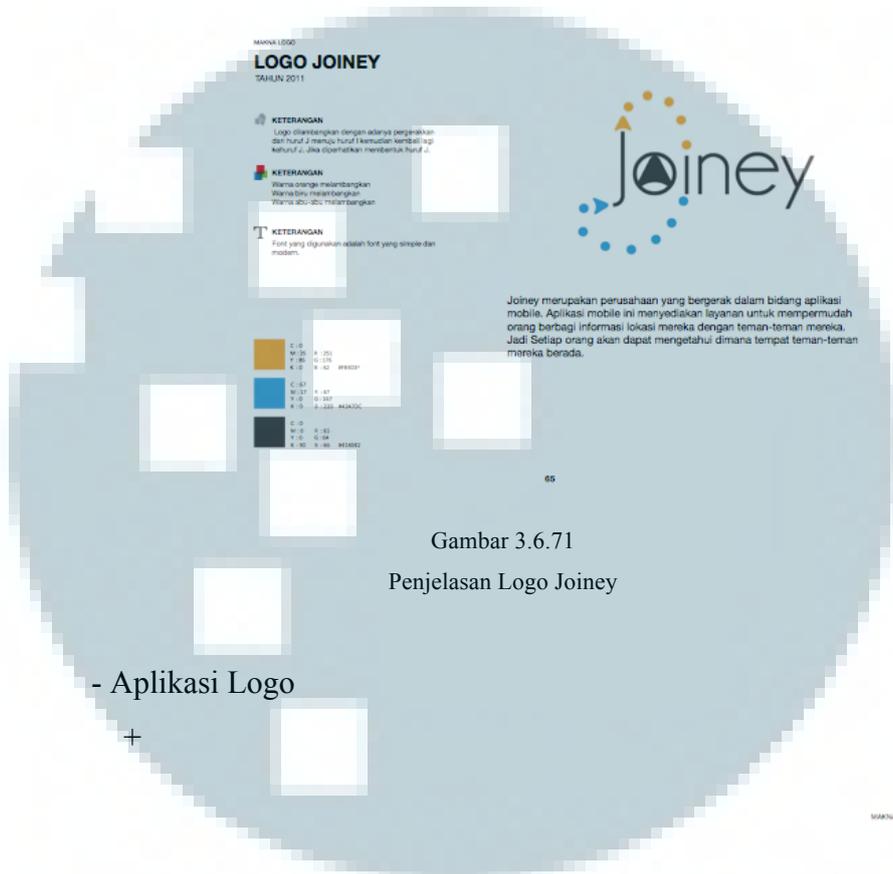
- Aplikasi Logo

- + Website Investing Pits



Gambar 3.6.70
Pengaplikasian Logo Investing Pits

- h. Logo Joiney
 - Cerita singkat perusahaan Joiney
 - + Logo
 - + Arti bentuk logo
 - + Tabel warna



Gambar 3.6.71
Penjelasan Logo Joiney

- Aplikasi Logo
- +



Gambar 3.6.72
Pengaplikasian Logo Joiney

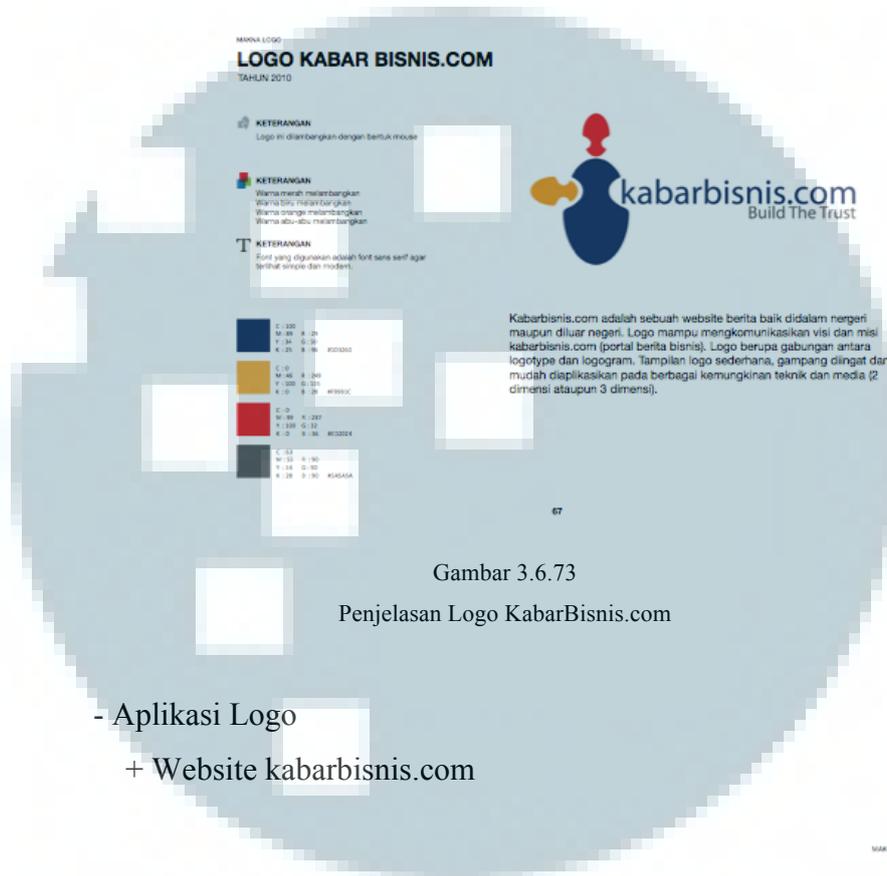
i. Logo Kabar Bisnis.com

- Cerita singkat perusahaan Aura Car Care

+ Logo

+ Arti bentuk logo

+ Tabel warna



Gambar 3.6.73
Penjelasan Logo KabarBisnis.com

- Aplikasi Logo

+ Website kabarbisnis.com

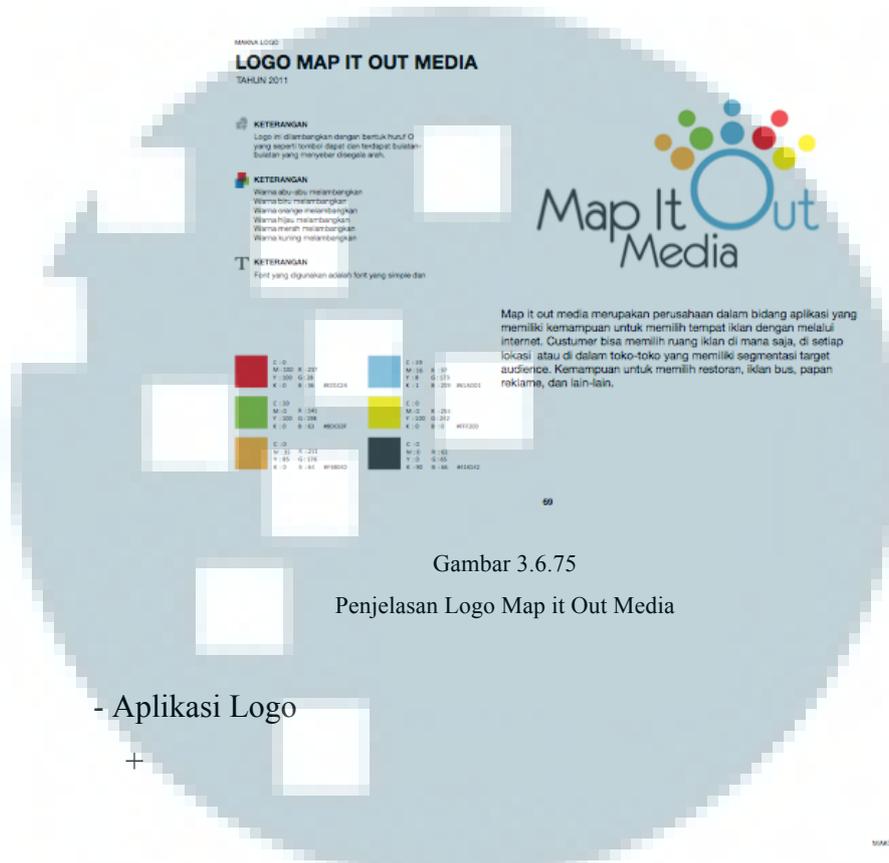


Gambar 3.6.74
Pengaplikasian Logo KabarBisnis.com

j. Logo Map it Out Media

- Cerita singkat perusahaan Aura Car Care

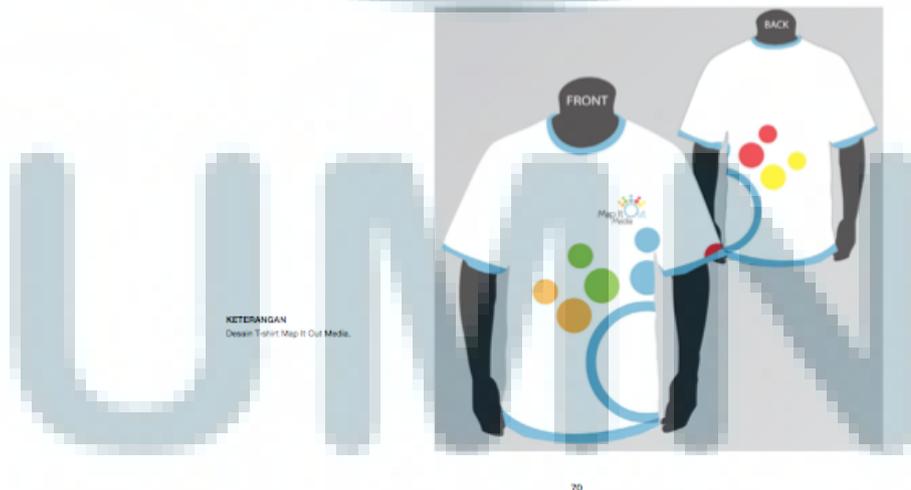
- + Logo
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna



Gambar 3.6.75
Penjelasan Logo Map it Out Media

- Aplikasi Logo

+

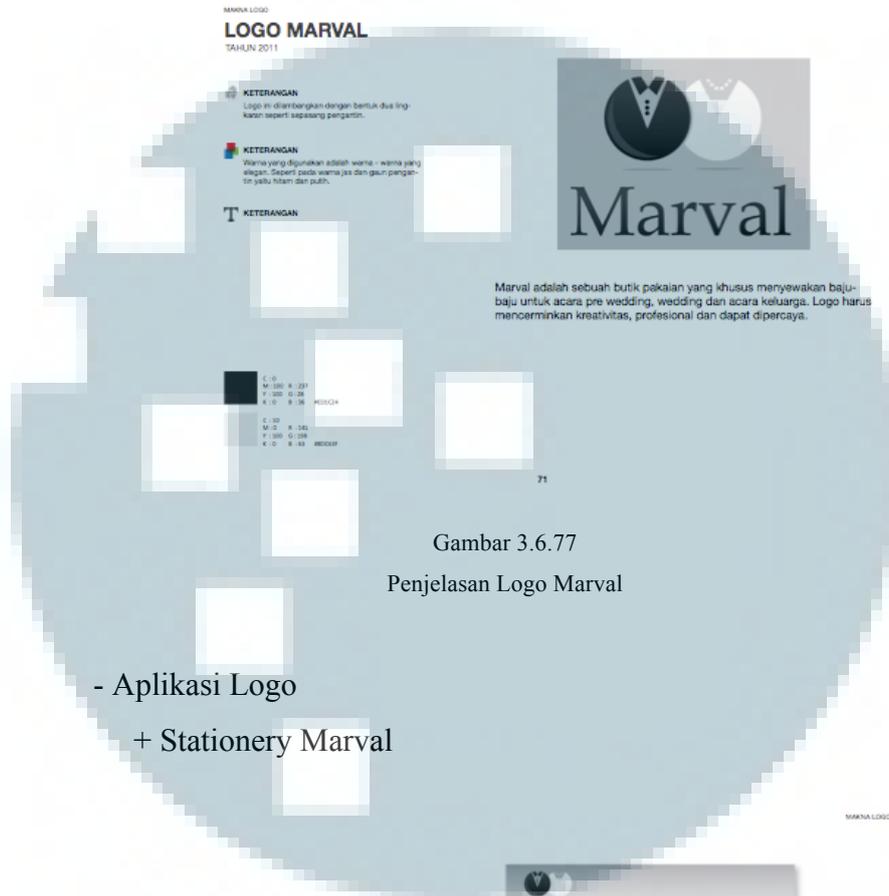


Gambar 3.6.76
Pengaplikasian Logo Map it Out Media

k. Logo Marval

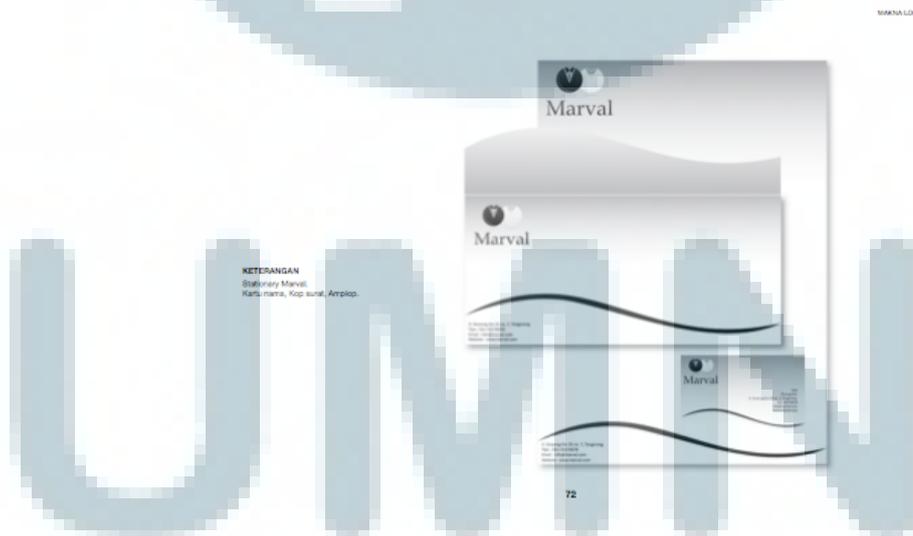
- Cerita singkat perusahaan Marval

- + Logo
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna



Gambar 3.6.77
Penjelasan Logo Marval

- Aplikasi Logo
- + Stationery Marval

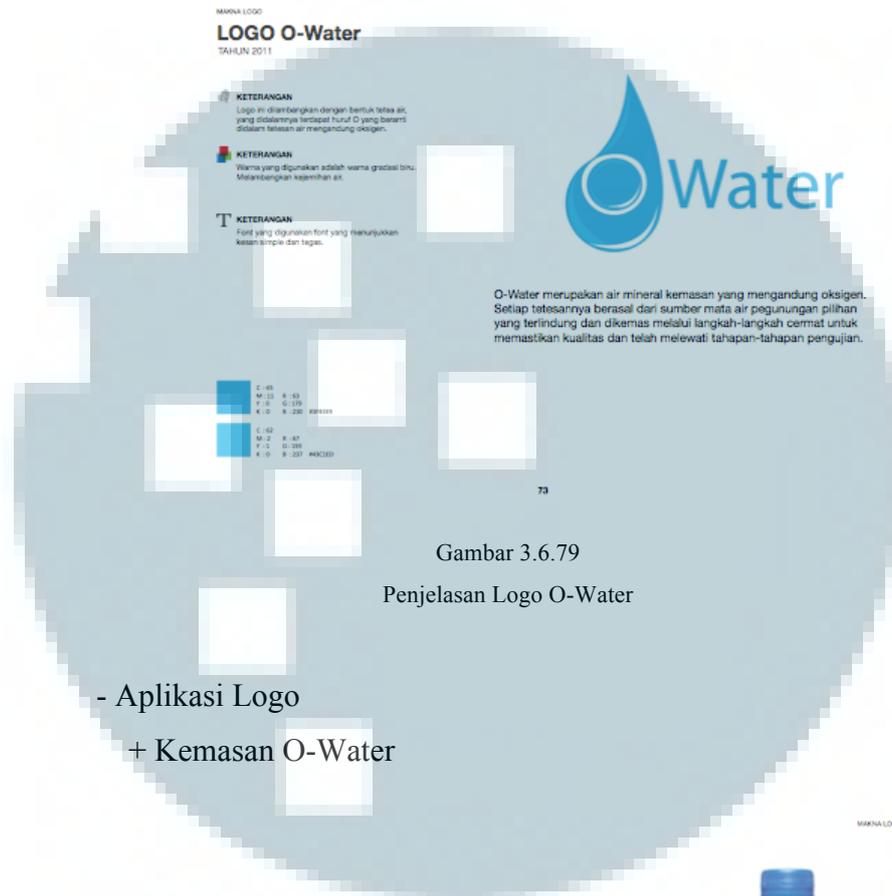


Gambar 3.6.78
Pengaplikasian Logo Marval

1. Logo O-Water

- Cerita singkat O-Water

- + Logo
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna



Gambar 3.6.79
Penjelasan Logo O-Water

- Aplikasi Logo
- + Kemasan O-Water

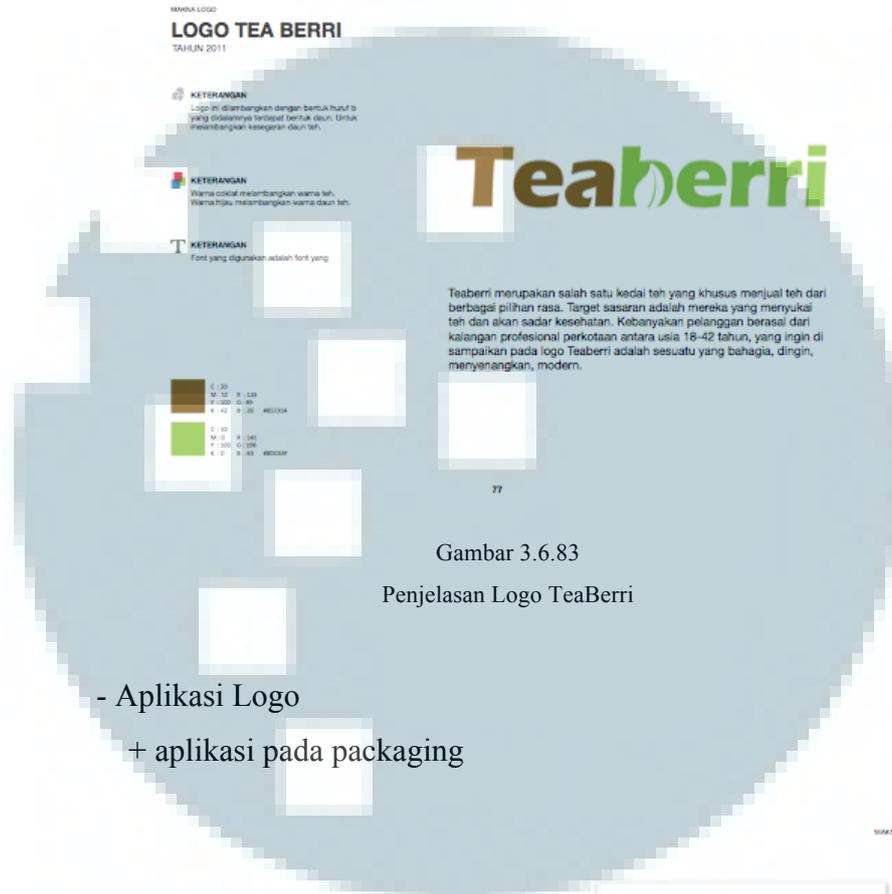


Gambar 3.6.80
Pengaplikasian Logo O-Water

m. Logo Rock Your Tutu

- Cerita singkat Teaberri

- + Logo
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna



Gambar 3.6.83
Penjelasan Logo TeaBerri

- Aplikasi Logo

- + aplikasi pada packaging

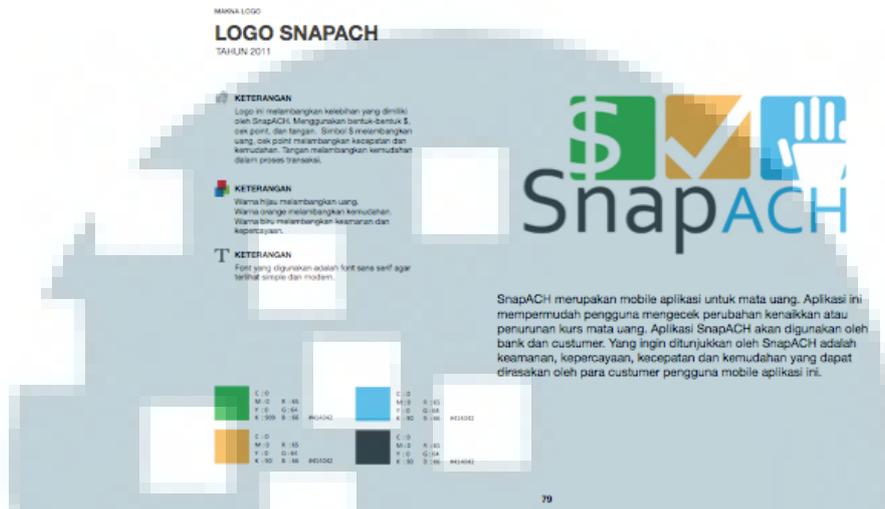


Gambar 3.6.84
Pengaplikasian Logo TeaBerri

o. Logo SnapACH

- Cerita singkat aplikasi SnapACH

- + Logo
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna



Gambar 3.6.85
Penjelasan Logo SnapACH

- Aplikasi Logo

- + aplikasi pada Galaxy Tabs



Gambar 3.6.86
Pengaplikasian Logo SnapACH

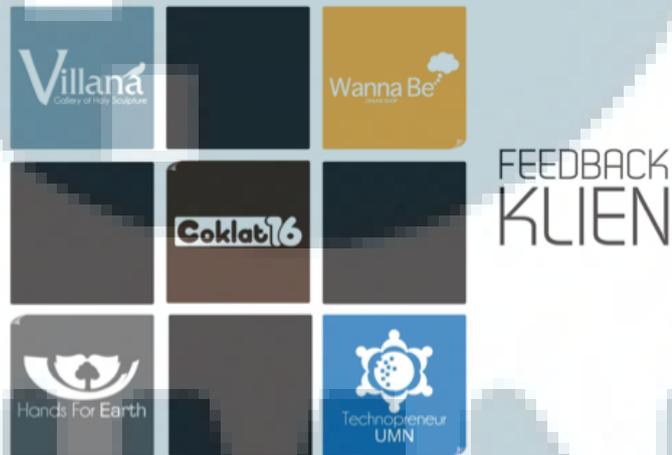


KETERANGAN
Aplikasi SnapACH pada Galaxy Tab

81

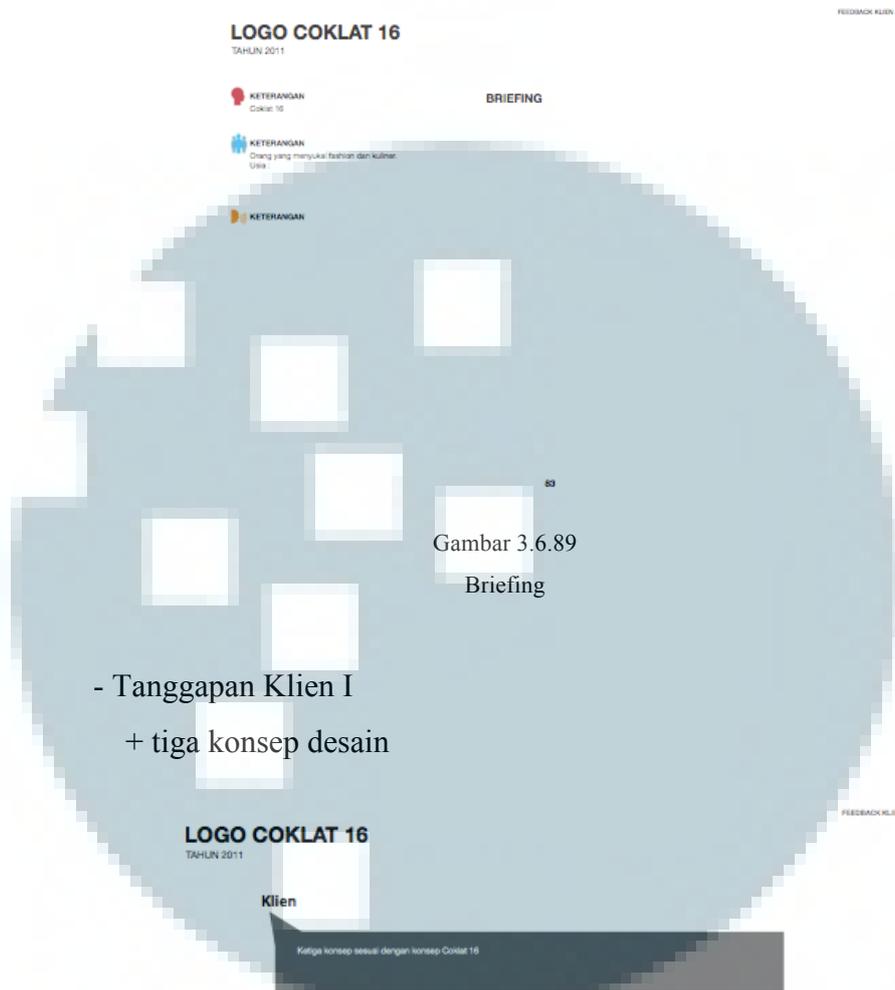
Gambar 3.6.87
Pengaplikasian Logo SnapACH

- 8. Bab 3
- Sub Bab 3 (FeedBack Klien)



Gambar 3.6.88
Sub bab III

a. Coklat 16
- Briefing



Gambar 3.6.89
Briefing

- Tanggapan Klien I
+ tiga konsep desain



Gambar 3.6.90
Tanggapan Klien I

- Penjelasan tiga konsep

+ Logo 1

+ Logo 2

+ Logo 3

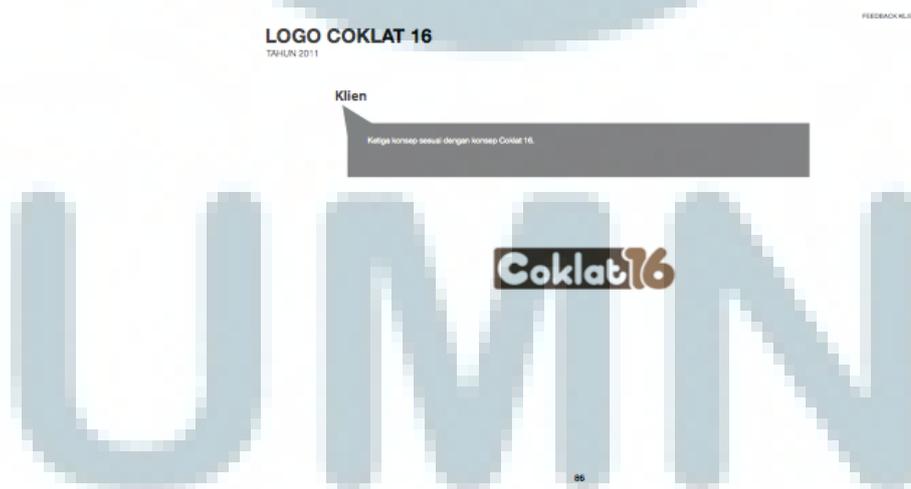


Gambar 3.6.91

Konsep Logo

- Tanggapan Klien II

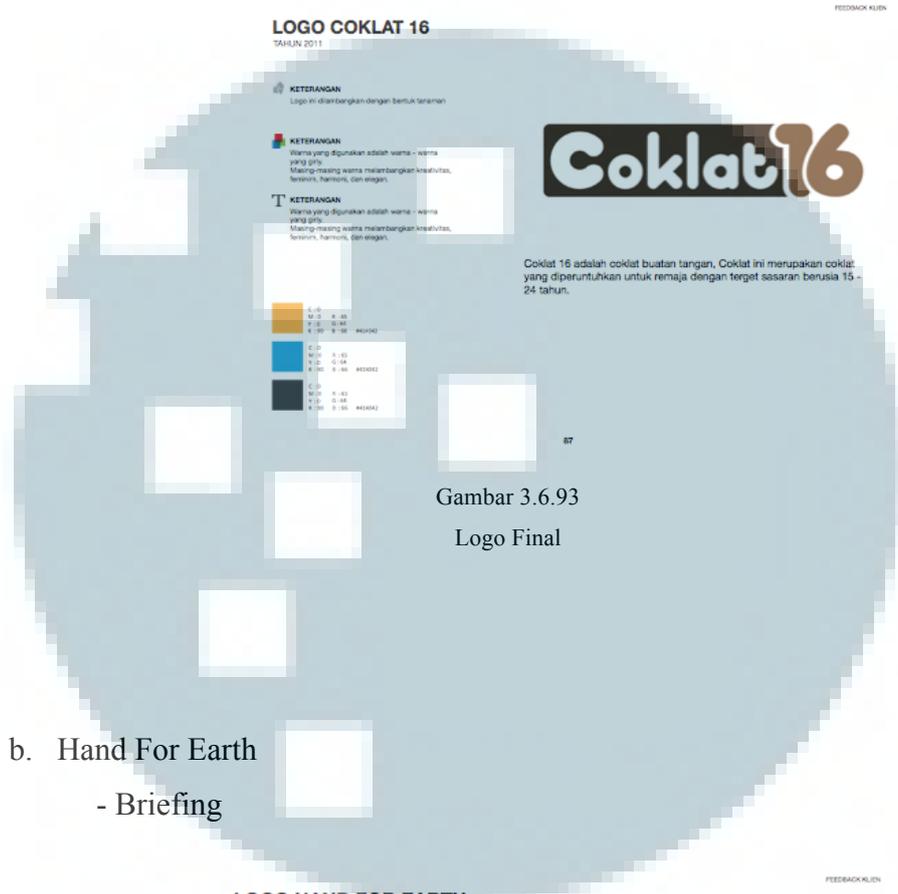
+ Logo yang dipilih klien



Gambar 3.6.92

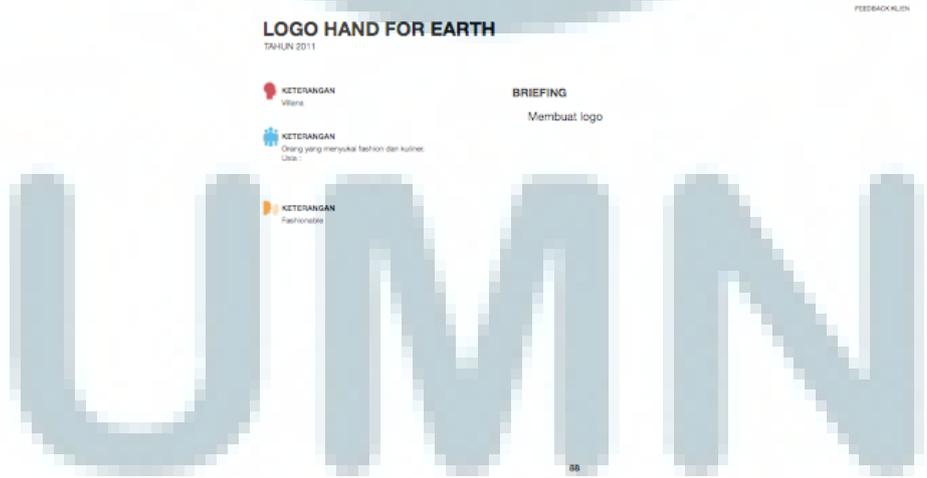
Tanggapan Klien II

- Cerita singkat Coklat 16
- + Logo
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna



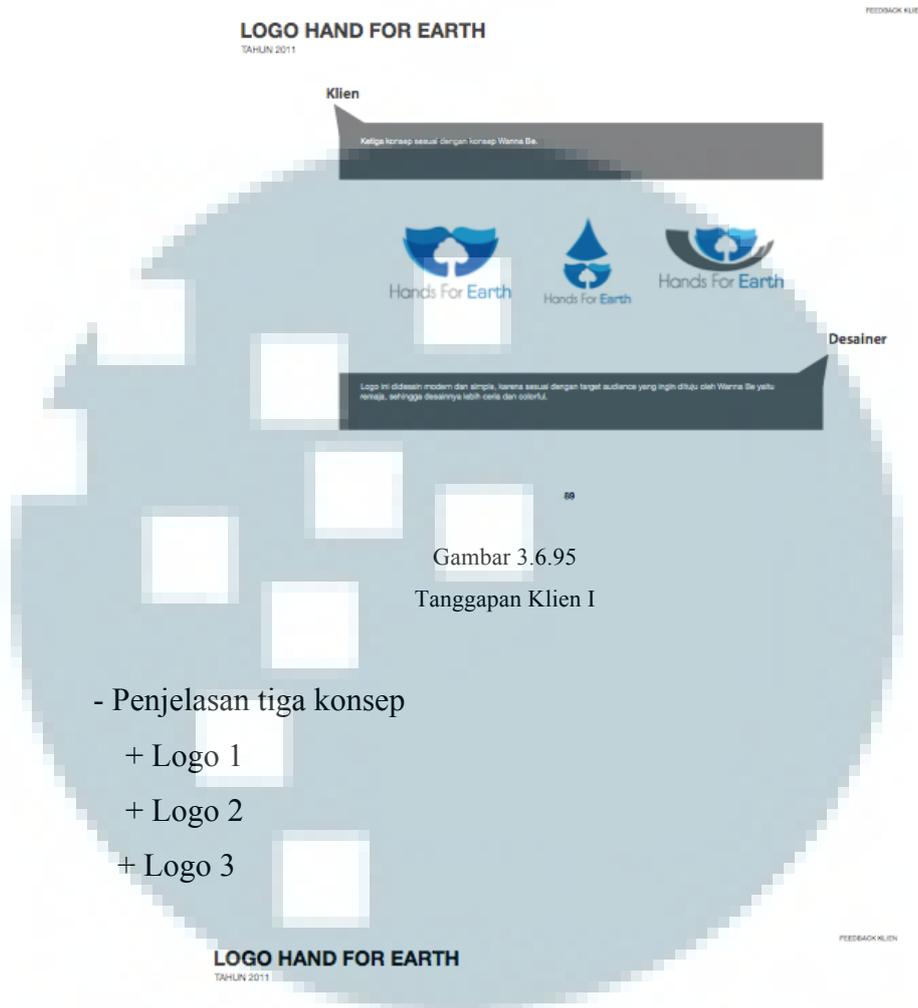
Gambar 3.6.93
Logo Final

b. Hand For Earth
- Briefing



Gambar 3.6.94
Briefing

- Tanggapan Klien I
- + tiga konsep desain



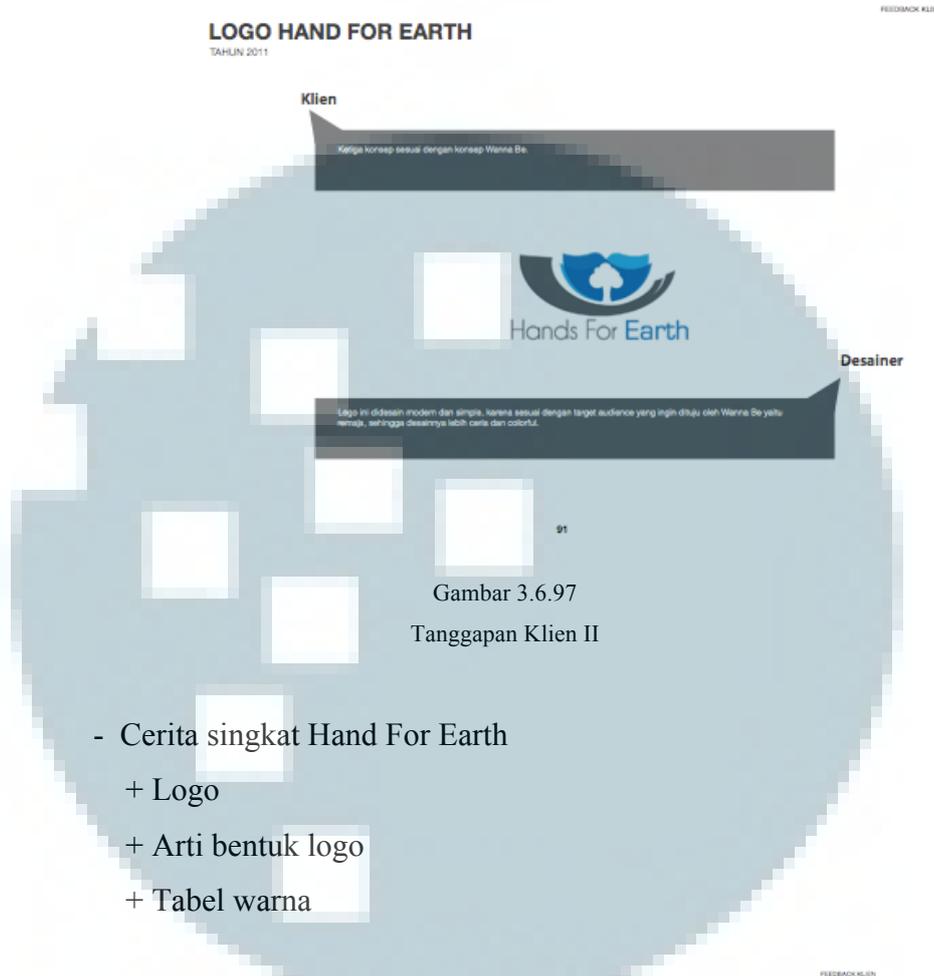
Gambar 3.6.95
Tanggapan Klien I

- Penjelasan tiga konsep
- + Logo 1
- + Logo 2
- + Logo 3



Gambar 3.6.96
Konsep Logo

- Tanggapan Klien II
- + Logo yang dipilih klien



Gambar 3.6.97
Tanggapan Klien II

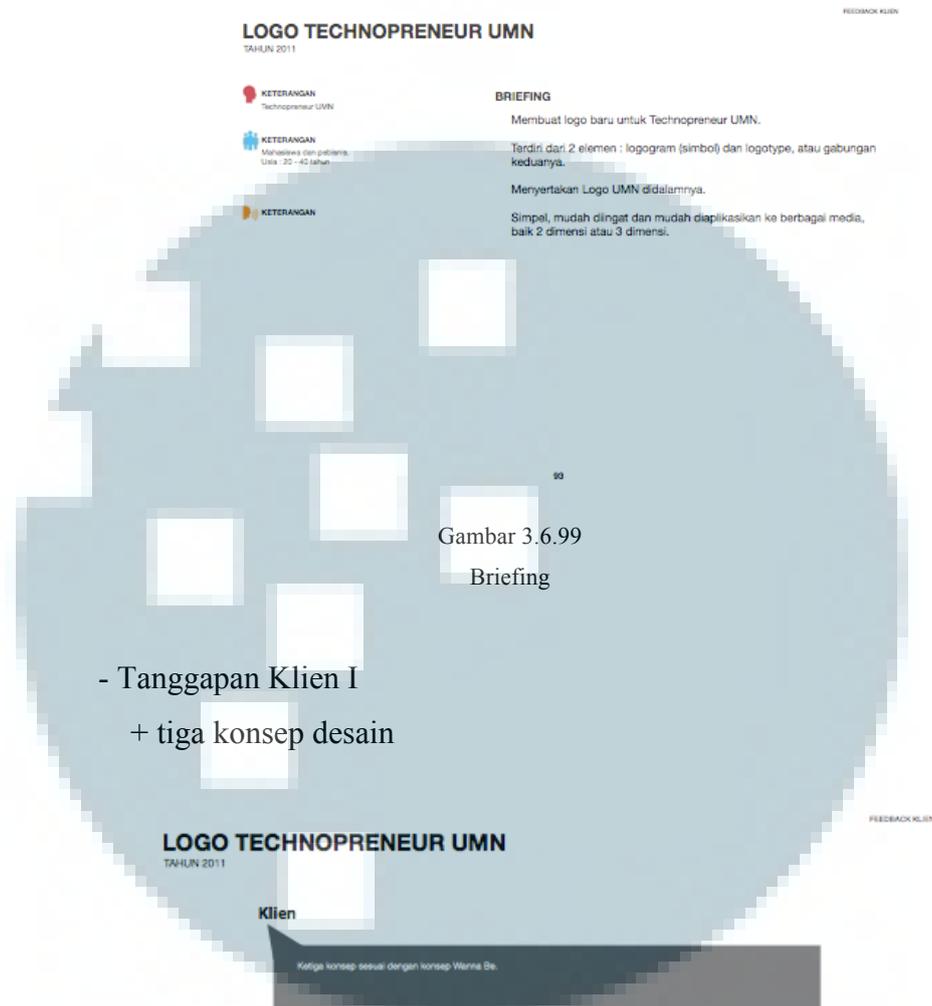
- Cerita singkat Hand For Earth
- + Logo
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna



Gambar 3.6.98
Logo Final

c. Technopreneur UMN

- Briefing



Gambar 3.6.99
Briefing

- Tanggapan Klien I + tiga konsep desain



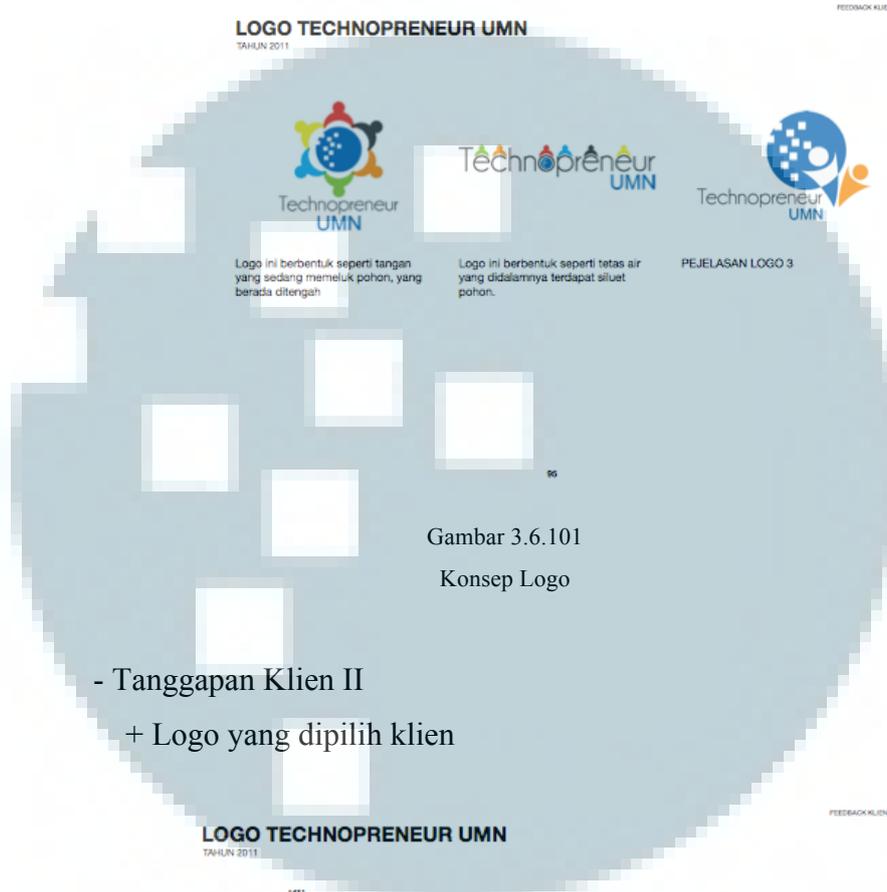
Gambar 3.6.100
Tanggapan Klien I

- Penjelasan tiga konsep

+ Logo 1

+ Logo 2

+ Logo 3



Gambar 3.6.101

Konsep Logo

- Tanggapan Klien II

+ Logo yang dipilih klien



Gambar 3.6.102

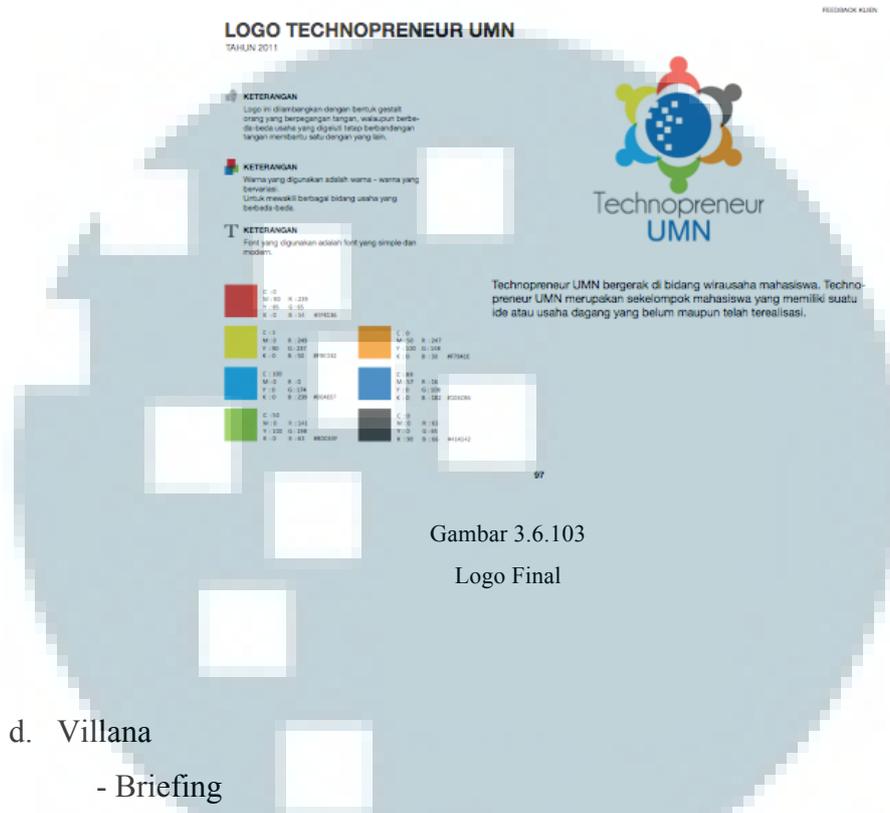
Tanggapan Klien II

- Cerita singkat Tecnopreneur UMN

+ Logo

+ Arti bentuk logo

+ Tabel warna

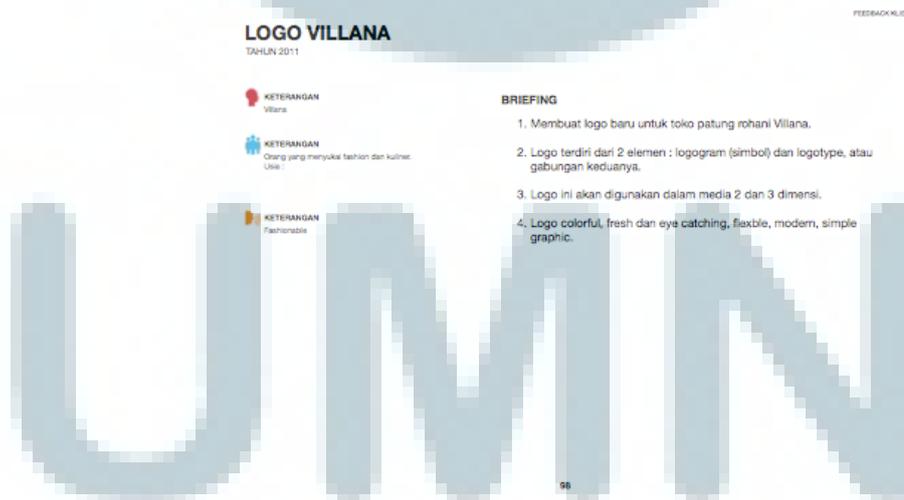


Gambar 3.6.103

Logo Final

d. Villana

- Briefing



Gambar 3.6.104

Briefing

- Tanggapan Klien I
- + tiga konsep desain

LOGO VILLANA
TAHLUN 2011

FEEDBACK KLIEN

Klien

Kalga konsep sesuai dengan konsep Wanna Be.



Desainer

Logo ini didesain modern dan simpel, karena sesuai dengan target audience yang ingin diju oah Wanna Be yaitu remaja, sehingga desainnya lebih cerah dan colorful.

99

Gambar 3.6.105
Tanggapan Klien I

- Penjelasan tiga konsep
- + Logo 1
- + Logo 2
- + Logo 3

LOGO VILLANA
TAHLUN 2011

FEEDBACK KLIEN



Pada huruf V yang diambil dari kata Villana, terdapat dua sayap yang sedang terbang menggunakan sayap.



Untuk menunjukkan kesan rohani, menggunakan siluet malaikat.

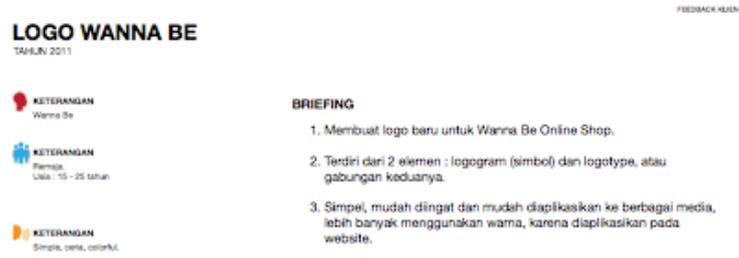


Pada logo ini menggunakan burung gereja sebagai simbol rohani.

100

Gambar 3.6.106
Konsep Logo

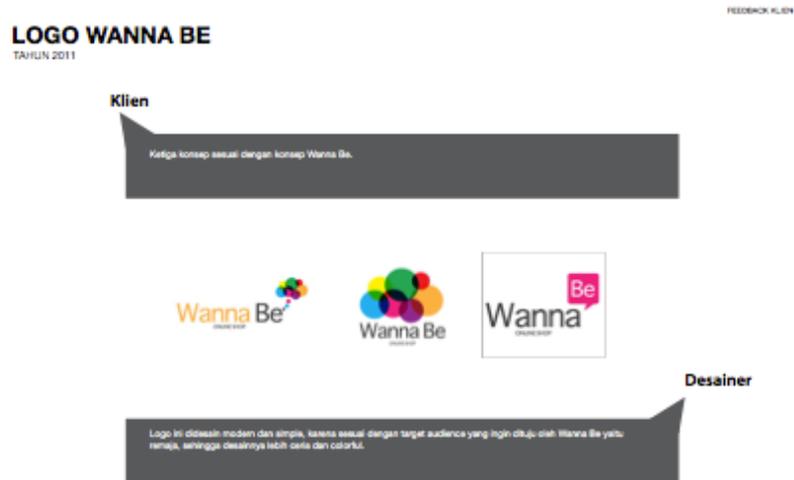
e. Wanna Be Online Shop
- Briefing



103

Gambar 3.6.109
Briefing

- Tanggapan Klien I
+ tiga konsep desain



104

Gambar 3.6.110
Tanggapan Klien I

- Penjelasan tiga konsep

+ Logo 1

+ Logo 2

+ Logo 3

LOGO WANNA BE
TAHLIN 2011

FEEDBACK KLIEN



Logo ini berbentuk bubble text yang terbentuk dari bulatan-bulatan pada bagian belakang, seperti impian yang ingin diwujudkan.



Logo ini berbentuk seperti text box pada huruf Be, yang memiliki arti setiap orang ada impian ingin menjadi sesuatu.



Logo ini berbentuk bulatan-bulatan yang terdiri dari berbagai warna. Bulatan memiliki arti dinamis, dan dapat diandalkan.

105

Gambar 3.6.111

Konsep Logo

- Tanggapan Klien II

+ Logo yang dipilih klien

LOGO WANNA BE
TAHLIN 2011

FEEDBACK KLIEN

Klien

Konsep Logo pertama sesuai dengan konsep Wanna Be. Jadi saya memilih logo konsep logo pertama.

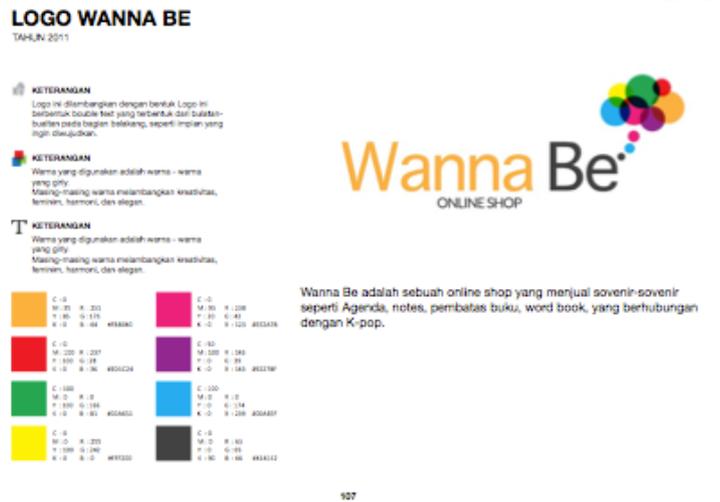


108

Gambar 3.6.112

Tanggapan Klien II

- Cerita singkat Wanna Be
- + Logo
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna



Gambar 3.6.113
Logo Final

- Aplikasi logo pada berbagai media



Gambar 3.6.87
Pengaplikasian logo

9. Bab 4

- Sub Bab 4 (Kuisisioner)

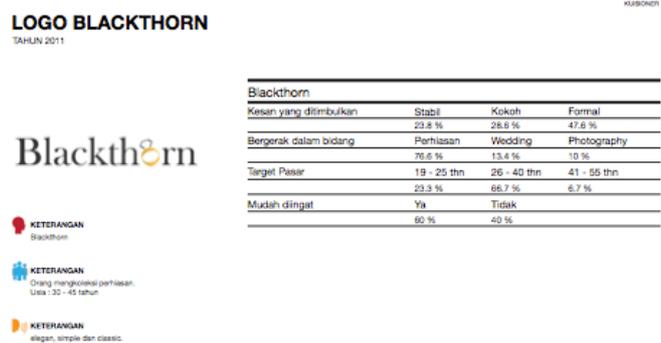


Gambar 3.6.114

Sub bab IV

a. Blackthorn

- Hasil kuisisioner Blackthorn



Gambar 3.6.115

Hasil Kuisisioner

- Cerita singkat Blackthorn

- + Logo lama
- + Logo Baru
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna



Blackthorn

Blackthorn adalah sebuah toko jual-beli perhiasan. Black thorn menjual cincin berlian, perhiasan, jam tangan, koin langkah. Berlian hitam merupakan salah satu andalan dari toko Blackthorn.

112

Gambar 3.6.116
Logo Final

- Aplikasi Logo

- + Poster



KETERANGAN
Poster Blackthorn.



113

Gambar 3.6.117
Pengaplikasian Logo

b. Cherepik
 - Hasil Kuisisioner Cherepik



Cherepik			
Kesan yang ditimbulkan	Stabil	Keunggulan	Dinamis
	29.1 %	25 %	45.9 %
Bergerak dalam bidang	Restoran	Software	Mobile Application
	86.6 %	6.7 %	6.7 %
Target Pasar	19 - 25	26 - 40	41 - 55
	83.4 %	16.6 %	0
Mudah diingat	Ya	Tidak	
	86.6 %	13.4%	

114

Gambar 3.6.118
 Hasil Kuisisioner

- Cerita singkat Cherepik
- + Logo lama
- + Logo Baru
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna



Cherepik adalah restoran yang khusus menjual makanan berbahan dasar buah cherri, makanan yang menjadi favorit di restoran ini adalah pancake dan ice cream cherri. Restoran ini menyediakan kurang lebih 100 menu yang berbahan dasar buah cherri. Selain menjual makanan Cherepik juga menjual sirup cherri dan selai cherri yang bisa disantap di rumah.

115

Gambar 3.6.119
 Logo Final

- Aplikasi Logo
- + aplikasi pada Galaxy Tabs



Gambar 3.6.120
Pengaplikasian Logo

- c. Child Care
- Hasil Kuisisioner Child Care

LOGO CHILDCARE
TAHUN 2011

KUISISIONER

ChildCare			
Kesan yang ditimbulkan	Keamanan	Dapat Diandalkan	Dinamis
Bergerak dalam bidang	29.1 %	25 %	45.9 %
	6.7 %	70 %	23.3 %
Target Pasar	8 - 12	19 - 25	26 - 40
	26.7 %	16.8 %	56.7 %
Mudah diingat	Ya	Tidak	
	90 %	10 %	

KETERANGAN
Child Care

KETERANGAN
Pusat penelitian anak dan orang tua.
Usia : 25 - 40 tahun.

KETERANGAN
Teknologi, dan children.

Gambar 3.6.121
Hasil Kuisisioner

- Cerita singkat Child Care
- + Logo lama
- + Logo Baru
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna

KUSONEN
LOGO CHILDCARE
 TAHUN 2011

- KETERANGAN**
 Logo ini dibayangkan dengan bentuk siluet wajah yang sedang tersenyum.
- KETERANGAN**
 Warna oranye melambangkan keceriaan.
 Warna abu-abu melambangkan cepat dlandakan.
- T** **KETERANGAN**
 Font yang digunakan adalah font yang terlihat childish.



Child Care adalah sebuah aplikasi perangkat lunak yang memungkinkan orang tua dan pusat penitipan anak untuk berkomunikasi dengan satu sama lain sepanjang hari.

	C : 0 M : 30 Y : 2009 K : 0	A : 347 G : 244 B : 50	#F79433
	C : 0 M : 0 Y : 0 K : 50	A : 65 G : 65 B : 65	#666666

118

Gambar 3.6.122

Logo Final

- Aplikasi Logo
- + Brosur Child Care

KUSONEN

KETERANGAN
 Brosur Child Care



119

Gambar 3.6.123

Pengaplikasian Logo

d. Economaney.com
 - Hasil Kuisisioner Economaney.com

LOGO ECONOMANEY.COM
 TAHUN 2011

KUISISIONER



Economaney.com			
Kesan yang ditimbulkan	Terarah	Progres	Dinamis
	34.4 %	32.8 %	32.8 %
Bergerak dalam bidang	Web Bisnis	Web Saham	Web Berita
	56.6 %	33.3 %	6.7 %
Target Pasar	19 - 25	26 - 40	41 - 55
	20 %	70 %	10 %
Mudah diingat	Ya	Tidak	
	76.7 %	23.3 %	

- KETERANGAN**
Economaney.com
- KETERANGAN**
Mahasiswa, dosen, dan pengusaha
Usia : 20 - 40 tahun.
- KETERANGAN**
Connecting the dots of the economic future.

120

Gambar 3.6.124
 Hasil Kuisisioner

- Cerita singkat Economaney.com
- + Logo lama
- + Logo Baru
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna

LOGO ECONOMANEY.COM
 TAHUN 2011

KUISISIONER

- KETERANGAN**
Logo ini dibedakan dengan bentuk bulatan yang membentuk persegi dan bawah menuju keatas, untuk menunjukkan perkembangan dalam bidang ekonomi.
- KETERANGAN**
Warna yang digunakan adalah warna gradasi oranye ke kuning, yang melambangkan kesambungan dan cerdas.
- KETERANGAN**
Font yang digunakan adalah font yang memberikan kesan teknologi.



C : 0	M : 11	R : 246
Y : 82	O : 123	
K : 0	R : 167	WASAKO
C : 1	M : 27	K : 232
T : 86	O : 202	
K : 0	R : 167	WASAKO

Economaney adalah sebuah website bisnis, mempunyai tagline "Connecting the dots of the economic future".
 Tiga hal yang ingin dikomunikasikan dalam logo Economaney.com :
 1. Connecting the dots of the economic future.
 2. User-friendly.
 3. Inovatif.

121

Gambar 3.6.125
 Logo Final

- Aplikasi Logo
- + Kartu Nama

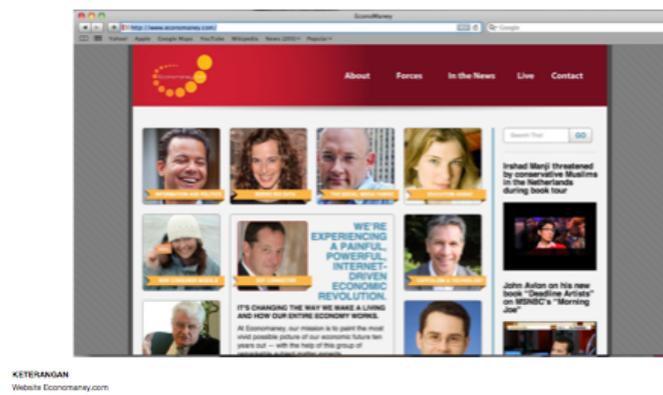
KUSIONER



122

Gambar 3.6.126
Pengaplikasian Logo

- + Website



123

Gambar 3.6.127
Pengaplikasian Logo

10. Bab 5

- Sub Bab 5 (Redesain Logo)



Gambar 3.6.128

Sub bab V

a. Creative Imaging Studios

- Cerita singkat NAILD

- + Logo lama
- + Logo Baru
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna

LOGO CREATIVE IMAGING STUDIOS

TAHUN 2011



KETERANGAN
Logo ini dikembangkan dengan bentuk huruf C yang menggunakan konsep krus dan huruf I yang berbentuk seperti krus.

KETERANGAN
Warna biru melambangkan kesatuan dan keharmonisan.
Warna abu-abu melambangkan stabil dan dapat diandalkan.

C	#42
M	#22
R	#38
K	#33
D	#38
	#2238C
C	#0
M	#44
R	#55
D	#66
	#330
	#4442



Creative Imaging Studios merupakan toko online shop yang dapat diakses melalui google dan website lainnya. Toko online shop ini menjual jasa cetak foto dengan media kanvas, editing foto, dan lukisan. Pesan yang ingin disampaikan dari logo ini progressive thinking, modern, creative, dan artistik.

125

Gambar 3.6.129

Logo Final

- Aplikasi Logo
 - + aplikasi pada Galaxy Tabs



126

Gambar 3.6.130
Pnegaplikasian Logo

- b. Drive Chicago.com
 - Cerita singkat Drive Chicago.com
 - + Logo lama
 - + Logo Baru
 - + Arti bentuk logo
 - + Tabel warna



127

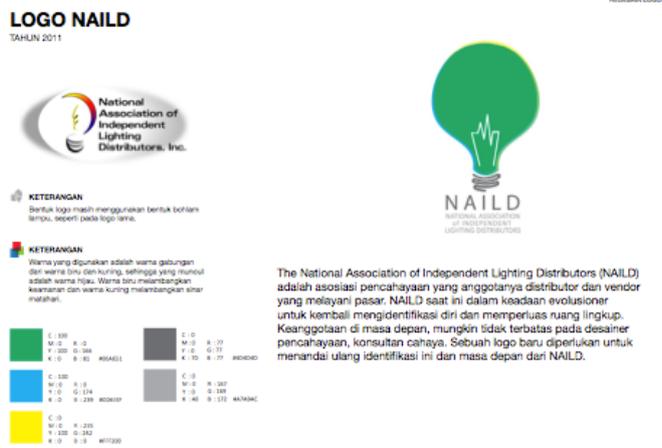
Gambar 3.6.131
Logo Final

- Aplikasi Logo
- + aplikasi pada Galaxy Tabs



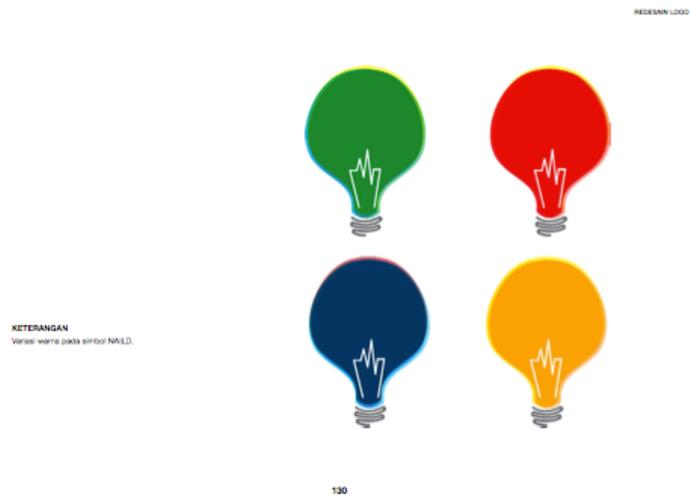
Gambar 3.6.132
Pneplikasian Logo

- c. NAILD
- Cerita singkat NAILD
- + Logo lama
- + Logo Baru
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna



Gambar 3.6.133
Logo Final

- Aplikasi Logo
- + aplikasi pada Galaxy Tabs



Gambar 3.6.134
Pnegaplikasian Logo

- d. TO GO Bar
- Cerita singkat TO GO Bars
- + Logo lama
- + Logo Baru
- + Arti bentuk logo
- + Tabel warna



Gambar 3.6.135
Logo Final

- Aplikasi Logo
- + Website

REDESIGN LOGO



KETERANGAN
Website TOGO.



132

Gambar 3.6.136
Pnegaplikasian Logo

- + Restoran

KETERANGAN
To Go Bar.



133

Gambar 3.6.137
Pnegaplikasian Logo

11. Bab 6

- Sub Bab 6 (Galeri Logo)



Gambar 3.6.138

Sub bab VI



Gambar 3.6.139

Galeri Logo



BATIK ART



BLACKTHORN



BLUE ZONES LABS



BOOMERANGER



BUSINESS INCUBATOR



CAFE JACK

136

Gambar 3.6.140
Galeri Logo



CHEREPIK



CHILD CARE



COKLAT 16



CREATIVE IMAGING STUDIOS



DAZZY



DOYLE INTERNATIONAL

137

Gambar 3.6.141
Galeri Logo

LOGO
TAHUN 2009 - 2011

GALERI LOGO

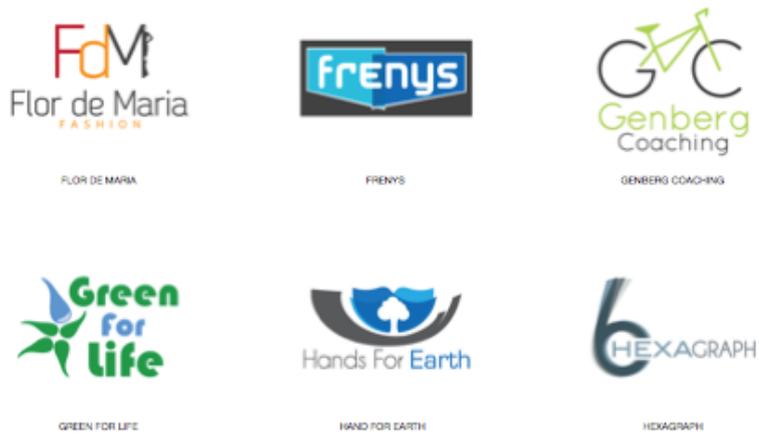


138

Gambar 3.6.142
Galeri Logo

LOGO
TAHUN 2009 - 2011

GALERI LOGO



139

Gambar 3.6.143
Galeri Logo

LOGO
TAHLIN 2009 - 2011

GALERI LOGO



HIGH NOTE



IJO CAFE



KATAN ALUMNI UMN



INVESTINGPITS



NO ONLINE



JAKARTA FASHION AND FOOD FESTIVAL

140

Gambar 3.6.144
Galeri Logo

LOGO
TAHLIN 2009 - 2011

GALERI LOGO



JOINERY



KABAR BISNIS.COM



LANGLEY APARTMENTS



MAP IT OUT MEDIA



MARVAL



MESES

141

Gambar 3.6.145
Galeri Logo

LOGO
TAHLIN 2009 - 2011

GALERI LOGO

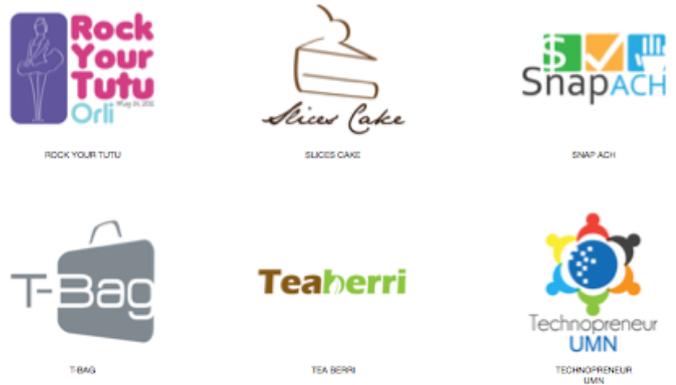


1

Gambar 3.6.146
Galeri Logo

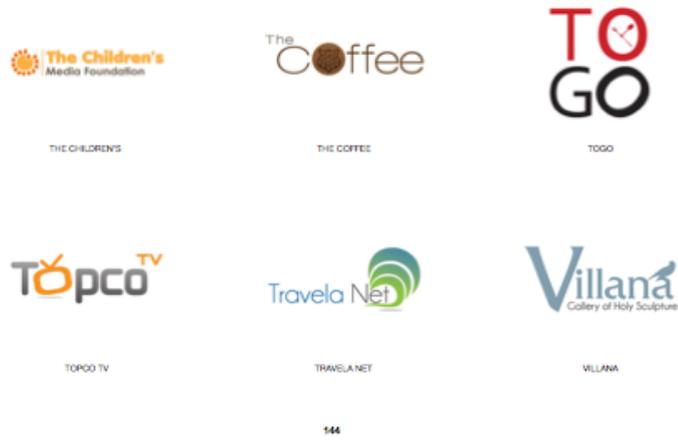
LOGO
TAHLIN 2009 - 2011

GALERI LOGO



143

Gambar 3.6.147
Galeri Logo



Gambar 3.6.148
Galeri Logo

12. Cover Belakang



Gambar 3.6.149
Cover belakang