



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 I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pulau Jawa adalah salah satu pulau dengan populasi penduduk tertinggi di Indonesia. Data terakhir Badan Pusat Statistik Indonesia menunjukkan jumlah penduduk sebesar 138.000.000 jiwa atau 58% dari seluruh populasi Indonesia berdomisili di pulau Jawa menjadikannya pulau dengan populasi terbesar di dunia. Jakarta sebagai ibukota negara Indonesia dan kota terpadat di pulau Jawa tentunya memiliki berbagai permasalahan yang kompleks, terutama berkaitan dengan sarana transportasi. Ahmad Safrudin Direktur Eksekutif Komite Pemberantasan Bensin Bertimbal bahkan sempat mengatakan pada 2013 lalu bahwa dengan laju peningkatan jumlah kendaraan pribadi saat ini, kemacetan total di kota Jakarta pada 2014 terjadi lebih cepat dari yang diperkirakan sebelumnya (Kompas, 2013).

Perusahaan Otobus (PO) Benteng Jaya adalah salah satu perusahaan penyedia sarana transportasi umum di kota Jakarta. PO. Benteng Jaya yang didirikan pada tahun 1970 ini adalah salah satu perusahaan yang berupaya menjawab kebutuhan akan transportasi dari masyarakat kota Jakarta.

Sebagai entitas bisnis yang terus berkembang dan berusaha untuk menjadi lebih baik, PO. Benteng Jaya telah memutuskan untuk mengambil beberapa langkah untuk dalam rangka ekspansi perusahaan. Ekspansi ini dilakukan dengan mendirikan suatu armada bus baru sebagai anak perusahaan dari Benteng Jaya dengan segmentasi pasar dan kelas yang berbeda. Benteng Jaya saat ini yang menyediakan pelayanan dengan harga ekonomis untuk kalangan menengah dan ke bawah, sedangkan Excelsior sebagai armada yang baru akan memiliki konsep dan pelayanan yang lebih mewah, modern, dan eksklusif bagi kalangan menengah ke atas. Pendirian armada baru ini juga memerlukan suatu langkah penetrasi pasar dengan efektif, sehingga diputuskan untuk memberikan nama dan logoyang baru bari armada ini yakni Excelsior. Armada Excelsior diharapkan dapat memberikan persepsi dan citra yang baru bagi masyarakat sehingga dibutuhkanlah suatu bentuk logo yang dapat menjadi wajah bagi Excelsior. Persaingan dari berbagai entitas sejenis yang telah ada juga menjadi penyebab yang penting akan kebutuhan Excelsior terhadap logo sebagai bentuk identifikasi diri yang efektif.

Di dalam bukunya, *Logo Design Love* David Airey (2010) mengungkapkan pentingnya logokarena adanya kecenderungan pada konsumen untuk memilih suatu produk berdasarkan kesan yang mereka dapatkan dari produk tersebut dibandingkan nilai sesungguhnya (hal. 8). Sebagai wajah utama dari suatu *brand* tentunya keberadaan dari logo yang ada amat menentukan kesan yang akan didapat oleh konsumen maupun calon konsumen. Ini berarti kemampuan untuk memberikan citra dan persepsi yang sesuai terlebih lagi

krusial bagi armada baru seperti Excelsior untuk dapat menarik pelanggan serta membangun citra positif yang menghasilkan rasa percaya dan *brand loyalty* dari pelanggan.

Latar belakang diatas ini menghasilkan suatu kesimpulan utama akan adanya kebutuhan akan sebuah logo yang memadai bagi Excelsior sebagai ekstensi dari PO. Benteng Jaya. Perancangan logo bagi Excelsior ini tentunya diharapkan dapat berguna nantinya bagi armada yang akan diluncurkan dan dengan efektif dapat menjawab kebutuhan Excelsior.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana membuat Logo yang sesuai bagi kebutuhan Excelsior?

1.3. Batasan Masalah

1.3.1. Perancangan ini dibatasi pada pembuatan *brand identity* Excelsior dengan hasil akhir berupa Logo dan GSM (*Graphic Standard Manual*).

1.3.2. Perancangan ini dibuat dengan target utama perusahaan atau organisasi pengguna bus pariwisata dengan daya beli menengah dan ke atas.

1.4. Tujuan Perancangan

Membuat Logo yang sesuai bagi kebutuhan Excelsior.

1.5. Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan ini adalah memberikan Logo yang dapat mencerminkan kualitas Excelsior, menarik pelanggan dan memberikan citra yang positif bagi pelanggan sehingga meningkatkan keberadaan Excelsior di dalam persaingan bisnis dengan membangun identitas dan kesetiaan.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Penelitian dan perancangan redesign logo yang akan dilaksanakan ini dilengkapi dengan suatu proses pengumpulan data yang didasari kepada beberapa metode kualitatif, antara lain:

1.6.1. Studi Literatur

Studi literatur menjadi awal landasan penelitian secara teoritis serta menjadi titik tumpu perencanaan metode perancangan yang sesuai untuk mencapai tujuan utama membuat perancangan desain logo bagi Excelsior. Tahap ini dilakukan dengan membaca literatur dengan tema transportasi, *branding*, desain, dan logo.

1.6.2. One-on-one interview

One-on-one interview akan dilakukan kepada pemilik dari PO. Benteng Jaya, Bapak Albertus sebagai sumber informasi primer yang relevan dan dibutuhkan untuk perancangan brand identity nantinya. Pihak-pihak lain yang bersangkutan seperti pelanggan maupun pemilik entitas sejenis juga akan digunakan sebagai sumber informasi tambahan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut.

1.6.3. Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan untuk mengetahui lebih jauh kondisi saat ini berkaitan dengan tema perancangan. Studi ini meliputi proses komparasi perusahaan Excelsior dengan berbagai entitas sejenis, dan observasi terhadap interaksi antara perusahaan dengan pelanggan.

1.7. Metode Perancangan

Metode perancangan akan dilakukan secara bertahap untuk melengkapi proses pengerjaan sehingga memberikan hasil yang maksimal dari penelitian dan perancangan. Tahap-tahap ini antara lain terdiri dari:

1.7.1. Riset Pendahuluan

Tahap penelitian dimulai dengan melakukan eksplorasi tema yang tersedia dan menjalankan riset pendahuluan akan tema yang telah dipilih

1.7.2. Latar Belakang

Penelitian dilanjutkan dengan pembuatan latar belakang akan tema yang telah dipilih. Ini akan membahas proses pemilihan tema dan alasan pemilihan serta penjelasan lebih jauh mengenai masalah yang akan dibahas seperti latar belakang perusahaan terkait dan perkembangan bisnis serupa di Indonesia.

1.7.3. Perumusan Masalah

Tahap yang dilalui setelah pembuatan latar belakang adalah tahap perumusan masalah dimana hal yang menjadi pokok permasalahan diidentifikasi dan bagaimana permasalahan tersebut akan dapat dipecahkan.

1.7.4. Tujuan Perancangan

Masalah yang telah ditentukan pada tahap sebelumnya akan menjadi dasar untuk dapat ditentukannya tujuan perancangan yang akan menentukan arah penelitian dan perancangan. Setiap langkah penelitian dan perancangan yang diambil harus bergerak menuju tujuan akhir dari karya yaitu membuat suatu desain logo yang sesuai bagi Excelsior.

1.7.5. Tinjauan Pustaka

Tahap ini adalah tahap dilakukannya riset kepustakaan untuk menjadi landasan teoritis dari karya yang nantinya akan dibuat. Solusi yang akan dihadirkan untuk dapat menyelesaikan suatu masalah secara efektif haruslah memiliki landasan riset terhadap teori-teori yang relevan.

1.7.6. Analisa Lapangan

Tahap Kepustakaan akan dilengkapi juga dengan tahap analisa lapangan dimana riset pada berbagai pihak yang relevan dilakukan secara langsung. Metode pengumpulan data ini dapat dikerjakan dengan cara wawancara, survei, observasi entitas sejenis, observasi pelanggan, dan beberapa cara lainnya.

1.7.7. Studi Kasus

Dasar teori dan analisa yang dilakukan pada tahap pencarian data juga akan dilengkapi dengan studi kasus akan tema dan permasalahan serupa dengan berbagai solusinya.

1.7.8. Konsep Kreatif

Landasan teoritis yang lengkap dan data berdasarkan analisa lapangan yang mendukung akan menjadi dasar untuk diciptakannya konsep kreatif dari karya yang akan dibuat. Tahap ini akan dilakukan dengan pembuatan *mindmapping* dan *moodboard* untuk melakukan eksplorasi konsep. Konsep yang ada akan diseleksi secara hati-hati dengan disertai konsultasi pada pihak-pihak yang relevan untuk menentukan konsep dasar pembuatan perancangan logo.

1.7.9. Sketsa Awal

Proses eksplorasi konsep akan diikuti dengan proses pengaplikasian konsep ke dalam bentuk sketsa awal logo. Pada tahap ini akan dilakukan eksplorasi bebas dengan menghadirkan berbagai alternatif logo yang relevan dan mungkin digunakan nantinya. Logo yang paling sesuai dengan kriteria yang ditentukan akan dipilih pada tahap ini.

1.7.10. Digitalisasi

Logo yang terpilih akan dibuat dalam bentuk digital dengan menggunakan *software* yang sesuai. Tahap ini memberikan perkiraan bentuk akhir dari logo yang akan dibuat

1.7.11. Eksplorasi Bentuk, Tipografi, dan Warna

Logo pada sketsa awal yang telah menjadi bentuk digital akan melalui proses eksplorasi bentuk alternative logo dasar, disertai eksplorasi dalam penggunaan tipografi logo dan warna logo. Pada tahap ini bagian-bagian logo menjadi satu kesatuan dan pilihan yang paling sesuai akan menjadi dasar pembuatan logo final.

1.7.12. Percobaan Aplikasi

Tahap ini adalah tahap dimana logo yang telah dipilih melalui tahap *proofing*. Dalam tahap ini akan dilakukan berbagai tahap pengujian logo dalam aplikasi baik secara digital maupun cetak. Tahap ini akan memperlihatkan kesalahan-kesalahan kecil yang mungkin ada pada logo sebelum logo siap digunakan.

1.7.13. Revisi Final

Kesalahan yang ditemukan atau perbaikan yang dapat dilakukan dari hasil pengujian logo akan dilakukan pada tahap ini untuk memastikan kualitas logo.

1.7.14. Karya Akhir

Setelah melalui tahap revisi akhir untuk setiap permasalahan yang telah ditemukan logo akan siap untuk digunakan.

1.8. Skematika Perancangan

