

**TUGAS AKHIR**

**PEMBUATAN DESAIN LOGO *SECOND BRAND* DI  
PT SINERGI SELARAS INARA, SIDOARJO**



**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA  
BADAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA INDUSTRI  
POLITEKNIK ATK YOGYAKARTA**

**2024**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PEMBUATAN DESAIN LOGO SECOND BRAND DI  
PT SINERGI SELARAS INARA, SIDOARJO**

Disusun Oleh :  
Petrus Edy Suprasto  
NIM. 2102113

Program Studi Teknologi Pengolahan Produk Kulit

Dosen Pembimbing



**Yuafni, M. Ds**

**NIP. 198904012020122002**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir dan dinyatakan memenuhi salah satu syarat yang diperlukan untuk mendapatkan Derajat Ahli Madya Diploma III (D III) Politeknik ATK Yogyakarta  
Tanggal : 07 Agustus 2024

TIM PENGUJI  
KETUA



**Vertasius Sanjaya Nugraha, A.Md., S.Pd., M.Pd.**

**NIP. 196806191994031007**

Anggota



**Mochammad Charis Hidayatullah, S.T., M.Ds.**

**NIP. 199105262022021001**



**Yuafni, M.Ds.**

**NIP. 198904012020122002**

Yogyakarta, 07 Agustus 2024  
Direktur Politeknik ATK Yogyakarta



**Sonny Toufan, S.H., M.H.**

**NIP. 198402262010121002**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberikan berkat dan anugerah-Nya melalui orang-orang yang membimbing dan mendukung dalam berbagai cara, sehingga penulis dapat menulis dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rendah hati, penulis ingin menghهداء tugas akhir ini kepada:

1. Bapak, Mamak, Kakak, dan Adik yang selalu mendoakan dan memberi dukungan penuh untuk terselesainya tugas akhir ini.
2. Dosen Pembimbing Ibu Yuafni atas segala ilmu serta bimbingannya.
3. Keluarga PSM Suarekswa angkatan 2021,2022,2023 yang sudah menjadi keluarga kecil untuk saya selama berorganisasi.
4. Aida, Ranni, Zulfi, dan Mbak Riski yang telah memberikan dukungan selama magang dan menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak Tri P. Sumantri, Bapak Sugianto, Mbak Oliv yang telah memberikan bimbingan selama magang dan menyusun tugas akhir ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, berkat serta karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul "Pembuatan Desain Logo *Second brand* PT Sinergi Selaras Inara". Penulisan ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih Derajat Ahli Madya Diploma III (D3). Pada kesempatan ini, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Sonny Toufan, S.H., M.H. selaku Direktur Politeknik ATK Yogyakarta.
2. Dr. Ir. R. L. M. S. Ari Wibowo, S.PT, M.P. IPU., ASEAN Eng. selaku Pembantu Direktur 1 Politeknik ATK Yogyakarta, Dr. Prasetyo Hermawan, S.T., M.Si. selaku Pembantu Direktur 2 Politeknik ATK Yogyakarta, dan Drs. Sutupo S.Sn., M.Sn. selaku Pembantu Direktur 3 Politeknik ATK Yogyakarta
3. Anwar Hidayat, S.Sn., M.Sn. selaku Ketua Program Studi Teknologi Pengolahan Produk Kulit Politeknik ATK Yogyakarta.
4. Yuafni, M.Ds. selaku Dosen Pembimbing dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Pimpinan dan seluruh karyawan PT Sinergi Selaras Inara yang telah memberikan ilmu selama magang.
6. Keluarga, teman-teman dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini.

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Akhir kata Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Yogyakarta,

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
INTISARI.....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan.....	3
C. Tujuan.....	3
D. Manfaat Karya Akhir.....	4
1. Bagi Penulis.....	4
2. Bagi Politeknik ATK Yogyakarta.....	4
3. Bagi Perusahaan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. <i>Branding</i> .....	5
B. Desain.....	8
C. Corel Draw.....	21
BAB III METODE KARYA AKHIR.....	21
A. Materi.....	21
B. Metode Pelaksanaan Tugas Akhir.....	21
1. Observasi (Pengamatan).....	21
2. Studi Pustaka.....	21
C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan.....	22
1. Waktu Pengambilan Data.....	22

2. Tempat Pengambilan Data.....	22
D. Tahap Proses Penyelesaian Masalah .....	23
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>24</b>
A. Hasil.....	24
1. Konsep Desain .....	25
2. Sketsa Logo .....	26
3. Analisis Sketsa.....	26
4. Desain Digital.....	27
5. Pemesanan <i>Printing</i> Logo .....	27
6. <i>Finsishing</i> .....	28
B. Pembahasan .....	28
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>48</b>
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran.....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>49</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>51</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Breakdown</i> Sketsa Pertama.....	34
Tabel 2. <i>Breakdown</i> Sketsa Kedua.....	35
Tabel 3. <i>Breakdown</i> Sketsa Ketiga.....	36
Tabel 4. Pemilihan Desain Final.....	38



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Lingkaran <i>Branding</i> .....	7
Gambar 2. Contoh Logo.....	8
Gambar 3. Titik .....	12
Gambar 4. Garis .....	14
Gambar 5. Bidang .....	14
Gambar 6. Ruang .....	15
Gambar 7. Warna .....	19
Gambar 8. Gelap terang .....	19
Gambar 9. Tekstur.....	20
Gambar 10. Diagram Alir Penyelesaian Tugas Akhir .....	23
Gambar 11. Diagram Proses Pembuatan Logo .....	25
Gambar 12. Desain Sketsa Final.....	26
Gambar 13. Desain Digital.....	27
Gambar 14. Hasil Desain Logo.....	28
Gambar 15. <i>Brainstorming</i> .....	30
Gambar 16. <i>Imageboard</i> .....	31
Gambar 17. Analisis <i>imageboard</i> .....	32
Gambar 18. Sketsa pertama.....	33
Gambar 19. Sketsa kedua.....	34
Gambar 20. Sketsa ketiga.....	36
Gambar 21. Lembar Kerja Baru.....	39
Gambar 22. Sketsa Logo 73 .....	40
Gambar 23. Desain Logo 73 Teknik <i>Tracing</i> .....	41
Gambar 24. Ukuran dan Sudut Rotasi Desain Logo 73 .....	42
Gambar 25. Pewarnaan Desain Logo 73 .....	42
Gambar 26. <i>Bitmap</i> Logo 73 .....	43
Gambar 27. <i>Ekspor</i> JPEG .....	44



Gambar 28. Pemesanan <i>Printing</i> Logo.....	45
Gambar 29. Hasil <i>printing</i> logo .....	46



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Magang .....	51
Lampiran 2. Sertifikat Magang .....	52
Lampiran 3. Lembar Kerja Harian Magang .....	53
Lampiran 4. Penilaian Magang .....	64
Lampiran 5. Lembar Pertanyaan Kuisioner .....	65
Lampiran 6. Blangko Konsultasi Tugas Akhir .....	67



## INTISARI

Desain logo memiliki dampak yang signifikan terhadap *brand* perusahaan. Logo adalah simbol atau lambang yang mewakili suatu perusahaan, logo *brand* dapat membuat produk menjangkau pasar yang lebih luas. PT Sinergi Selaras Inara memiliki *brand* utama, namun perusahaan menciptakan *brand* kedua (*second brand*) untuk menjangkau pasar baru. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini bertujuan untuk merancang desain logo *second brand* PT Sinergi Selaras Inara. Logo *second brand* PT Sinergi Selaras Inara dibuat dengan menggunakan metode *logotype*. Metode ini digunakan karena menampilkan citra dan karakter suatu perusahaan dalam bentuk tulisan khas yang mengidentifikasi nama, brand dan karakter perusahaan. Pembuatan logo *second brand* PT Sinergi Selaras Inara dilakukan dengan cara mengidentifikasi masalah berdasarkan data yang didapat melalui observasi, wawancara dan studi literatur. Proses desain fokus pada pengolahan angka dan menggunakan huruf khas serta desain unik untuk menciptakan logo yang mewakili identitas perusahaan. Digitalisasi desain logo *second brand* dengan menggunakan *software* corel draw, menghasilkan logo 73 sebagai logo *second brand* PT Sinergi Selaras Inara.

**Kata Kunci:** Logo, *Second Brand*, *Logotype*, Digitalisasi

## **ABSTRACT**

*Logo design has a significant impact on a company's brand. A logo is a symbol or emblem that represents a company; a brand logo can make products reach a wider market. PT Sinergi Selaras Inara has a main brand, but the company creates a second brand to reach new markets. The final project aims to create and design the second brand logo of PT Sinergi Selaras Inara. The second brand logo of PT Sinergi Selaras Inara was created using the logotype method. This method is used because it displays the image and character of a company in the form of distinctive writing that identifies the name, brand, and characteristics of the company. The creation of the second brand logo of PT Sinergi Selaras Inara was carried out by identifying problems based on data obtained through observations, interviews, and literature studies. The design process focuses on processing numbers and using distinctive fonts and unique designs to create a logo that represents the company's identity. Digitalization of the second brand logo design using Corel Draw software, resulting in logo 73 as the second brand logo of PT Sinergi Selaras Inara.*

**Keywords: Logo, Second Brand, Logotype, Digitalization**



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Industri Manufaktur semakin berkembang, setiap perusahaan bersaing untuk menunjukkan eksistensinya mulai dari peningkatan kualitas produk sampai membangun *branding* agar tetap eksis. Industri *fashion* nasional pada tahun 2022 meningkat sebesar 13,12% karena tingginya permintaan ekspor. Nilai ekspor untuk produk alas kaki sebesar 86%, produk barang jadi kulit 13%, dan kulit samak 1% (Kementerian Perindustrian 2022). Pesatnya permintaan mendorong perusahaan untuk meningkatkan daya tarik dari sebuah produk dengan melakukan pembuatan logo. Menurut Destriana et al., (2022) dengan adanya logo pada sebuah produk dapat meningkatkan *branding* pada perusahaan itu sendiri karena terdapat ciri khas tertentu dari sebuah produk. Menurut Kotler et al, (2006) *Branding* sendiri merupakan istilah kegiatan dalam membangun *brand* meliputi penciptaan identitas *visual*, komunikasi sampai pembentukan perilaku atau budaya usaha. Salah satu unsur penting dalam penciptaan identitas *visual* adalah logo. Pada era ini, *branding* produk sangatlah penting untuk meningkatkan pangsa pasar (*market share*) dan juga dapat membedakan industri yang dijalani dengan pesaing.

Perusahaan harus selalu berkembang dan berani berinovasi agar dapat bersaing di pasar. Salah satu bagian dari *branding* yaitu logo dan nama yang menarik. Menurut Jayanegara (2017) Logo adalah simbol atau lambang yang mewakili suatu produk, pembuatan logo produk dapat menjadikan produk yang

dihasilkan dapat menjangkau pasar yang lebih besar kedepannya. Logo harus menunjukkan identitas dari produk yang akan diproduksi dan melihat aspek-aspek seperti bahan baku yang dipakai, tampilan produk dan juga karakter yang ada pada sebuah produk. Dalam pembuatan logo harus memperhatikan estetika dan unsur-unsur desain yaitu garis, titik, warna dan lain sebagainya. Unsur itu semua harus diimplementasikan di dalam susunan yang menarik agar dapat mempresentasikan sebuah identitas *visual brand* produk perusahaan.

Dalam menerapkan unsur-unsur desain pada pembuatan logo tentu memerlukan sebuah media guna merealisasikannya, media dalam pembuatan desain logo yaitu corel draw. Corel draw merupakan sebuah *software editing* pada komputer yang mempunyai fungsi sebagai media pengolahan gambar dan digunakan untuk menyelesaikan *project* dibidang publikasi atau percetakan maupun bidang yang membutuhkan proses visualisasasi.

PT Sinergi Selaras Inara merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *fashion* dalam pembuatan produk yang berasal dari kulit. Perusahaan ini memproduksi tas, dompet, dan produk lainnya dengan berbagai model. PT Sinergi Selaras Inara mempunyai *brand* pertama yaitu Inara yang merupakan *brand* utama. Meskipun PT Sinergi Selaras Inara sudah mempunyai *brand* pertama namun perusahaan menciptakan *brand* kedua (*second brand*) yang merupakan strategi pemasaran untuk mengatasi kebutuhan yang belum terpenuhi yang berbeda dari *brand* saat ini. Selain itu dengan pembuatan *second brand* ini bertujuan untuk

meningkatkan penjualan dan pendapatan serta meningkatkan pangsa pasar dan membuka aliran pendapatan baru.

Pembuatan *second brand* ini sudah memiliki nama *brand* yaitu angka 73 yang merupakan nama dari *second brand*, namun perusahaan belum mempunyai logo sebagai bentuk identitas dari *brand* 73 itu sendiri. Permasalahan ini membuat pemasaran akan produk sulit untuk dikenali oleh pasar apabila tidak memiliki logo. Dengan adanya masalah tersebut, penulis mengambil judul “Pembuatan Desain Logo *Second Brand* Di Pt Sinergi Selaras Inara”.

#### **B. Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, diperoleh permasalahan pada pembuatan desain logo, antara lain:

1. Bagaimana merancang desain logo *second brand* PT Sinergi Selaras Inara?
2. Bagaimana digitalisasi logo *second brand* PT Sinergi Selaras Inara?

#### **C. Tujuan**

Tujuan dari Penulisan Tugas akhir ini ialah, sebagai berikut:

1. Membuat rancangan desain logo *second brand* PT Sinergi Selaras Inara.
2. Pembuatan desain digital logo *second brand* dari rancangan desain untuk PT Sinergi Selaras Inara.

#### D. Manfaat Karya Akhir

Manfaat dari karya akhir yang dilakukan memiliki beberapa manfaat yaitu sebagai berikut:

##### 1. Bagi Penulis

- a. Menambah wawasan, pengetahuan, dan ilmu baru mengenai desain logo.
- b. Perancangan desain logo *second brand* di PT Sinergi Selaras Inara.
- c. Dapat menerapkan ilmu yang didapat di bangku perkuliahan.

##### 2. Bagi Politeknik ATK Yogyakarta

Tambahan referensi bagi mahasiswa Politeknik ATK Yogyakarta mengenai proses desain logo khususnya untuk prodi Teknologi Pengolahan Produk Kulit.

##### 3. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan dan saran untuk PT Sinergi Selaras Inara dalam penyelesaian permasalahan yang ada dalam perancangan desain logo *second brand*.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. *Branding*

Menurut Sulistio (2020) *branding* merupakan sebuah aktivitas yang bertujuan untuk membangun dan meningkatkan identitas suatu *brand* dengan cakupan yang luas, mencakup nama dagang, logo, karakter, dan persepsi konsumen terhadap *brand* tersebut. *branding* juga merupakan strategi penting bagi perusahaan dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Terdapat banyak manfaat dari *branding*, seperti memberikan identitas pada produk atau jasa yang ditawarkan, menyampaikan nilai-nilai dan yang terpenting menjalin konsumen.

##### 1. Pengertian *brand*

Menurut Knapp (2000) dalam dunia usaha dan dunia industri, istilah *brand* menjadi salah satu hal penting dalam dunia usaha dan industri. tetapi juga dengan berbagai upaya yang dilakukan oleh perusahaan. *Brand* adalah suatu nama, istilah, tanda, simbol rancangan dan kombinasi yang menjadi identitas dari suatu barang atau jasa dari penjual atau produsen agar dapat membedakan satu produk dengan produk lainnya.

Menurut Simamora (2001) *Brand* dapat bermanfaat bagi pelanggan, perantara, produsen maupun publik, contohnya adalah sebagai berikut sebagai berikut:

- a. Bagi konsumen, manfaat dari *brand* sendiri yaitu dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai kualitas dan membantu konsumen dalam mengenali produk yang akan di beli.
  - b. Bagi penjual atau produsen, manfaat dari *brand* sendiri yaitu dapat memudahkan penjual atau produsen dalam mengolah pesanan, memberikan perlindungan hukum yang berupa hak cipta, memudahkan produsen untuk menarik konsumen atau pelanggan dan serta membantu penjual atau produsen dalam melakukan segmentasi pasar.
2. Identitas *Brand* (*Brand Identity*)

Identitas *brand* (*identity brand*) merupakan sesuatu tentang yang di perjuangkan dan apa yang memberi arti atau makna serta apa yang menjadikannya menarik menjadi ciri khas dari *brand* tersebut. identitas *brand* terdiri dari berbagai hal yaitu dari sifat, manfaat, nilai, ciri khas, dan kepribadian; hal ini dapat dikatakan sebagai sesuatu yang diinginkan pemilik *brand* agar konsumen atau pelanggan diasosiasikan dengan *brand*nya (Roy dan Banerjee, 2007).

Menurut Aaker (1996) menjelaskan bagaimana suatu identitas *brand* (*brand identity*) dapat menjadi inti dari bisnis yang dapat diperluas untuk mencakup nilai tambah. Oleh karena itu, identitas *brand* harus terbuka terhadap perubahan jika diperlukan namun tetap memperhatikan kualitas dari *brand*.

Menurut Yuri Rahmadhani (2017) *brand identity* mempunyai peranan penting selain sebagai identitas, namun juga mempunyai peranan sebagai

patokan dari strategi perusahaan, sebagai landasan sistem operasional perusahaan dan media promosi kepada target pasar.



Gambar 1. Lingkaran *Branding*

### 3. Logo

Menurut Jayanegara (2017) logo merupakan sebuah identitas yang digunakan untuk mendeskripsikan identitas atau karakter dari *brand* pada perusahaan. Kata logo berasal dari bahasa Yunani yaitu "*logos*" yang mempunyai arti kata, pikiran, ucapan serta akal. Logo atau simbol bisa berupa suatu serangkaian huruf, gambar atau sekumpulan huruf dan gambar. Fungsi dan tujuan dari logo yaitu sebagai media promosi yang tidak bisa dipandang sebelah mata karena dapat menyampaikan pesan dan kesan yang akan berdampak positif bagi perkembangan dari suatu *brand* pada perusahaan. Berikut merupakan contoh logo pada Gambar 2.



Gambar 2. Contoh Logo  
(sumber: [www.dribbble.com](http://www.dribbble.com))

#### 4. *Logotype*

*Logotype* merupakan konsep desain logo yang menampilkan citra dan karakter suatu perusahaan atau organisasi dalam bentuk tulisan khas yang mengidentifikasi nama, *brand*, atau ciri-ciri perusahaan (Djara, 2012). *Logotype* sering digunakan oleh perusahaan yang ingin menekankan identitas *brand* melalui nama perusahaan.

### **B. Desain**

#### 1. Pengertian desain

Secara umum desain merupakan suatu bentuk rancangan atau desain yang dilakukan sebelum menciptakan suatu bentuk, sistem ataupun struktur yang diinginkan. Berdasarkan pengertian umum tersebut maka desain digunakan untuk perancangan yang melibatkan kreativitas dan inovasi manusia yang

bertujuan membuat suatu benda, sistem dan sejenisnya yang memiliki manfaat bagi manusia.

Kata “grafis” berasal dari kata *graphic* yang berasal dari bahasa latin *graphie*, yang berarti menulis, menggores atau menggambar diatas batu. Desain grafis adalah suatu proses komunikasi yang menggunakan unsur elemen *visual* seperti tulisan, bentuk, simbol ataupun gambar yang bertujuan untuk menciptakan persepsi akan suatu pesan yang akan ditampilkan dalam desain itu sendiri. Pesan *visual* yang akan ditampilkan misalnya produk, jasa ataupun gagasan kepada sasaran secara komunikatif dan persuasif dengan tujuan publikasi, promosi, dan pemasaran melalui media informasi.

Menurut Tiawan et al, (2020) desain grafis ialah suatu ilmu yang menggabungkan dan memadukan unsur *visual* menjadi keterangan yang dipahami oleh khalayak umum. Bidang desain grafis menangani konsep komunikasi grafis, merancang, dan menyelaraskan unsur yang ditampilkan dalam desain (Huruf, gambar, foto, elemen grafis, warna) sesuai dengan tujuan komunikasi dan mengawasi produksi (cetak).

Menurut Bylinsky et al, (2017) fungsi utama dari sebuah desain grafis atau visualisasi objek yaitu untuk mengkomunikasikan pentingnya elemen desain yang berbeda, sehingga penikmat karya mengetahui dimana harus memusatkan perhatian dan bagaimana menafsirkan desain. Dengan kata lain, desain harus memberikan pemahaman yang efektif kepada para penikmat karya.

## 2. Prinsip-prinsip desain

Berdasarkan pengertian secara umum prinsip desain yaitu suatu perpaduan yang dimana seluruh unsur desain disusun dan dipadukan untuk mendapatkan hasil tertentu. Menurut Ahmad et al. (2017) dalam prinsip-prinsip desain harus mencakup informasi *visual* dasar yang harus ada dalam sebuah desain yang dikehendaki. Untuk menciptakan komposisi desain yang indah terdapat banyak aspek yang perlu diperhatikan dalam membuat desain. Beberapa aspek tersebut disebut elemen desain. Pengertian komposisi sendiri berasal dari bahasa latin yaitu *componere* yang memiliki arti penggabungan dari banyak bagian menjadi suatu bentuk yang serasi. Secara umum pengertian dari komposisi sendiri yaitu penataan elemen desain yang digunakan dalam perencanaan komposisi, yang ditata atau di *layout* secara *harmony* sehingga tercipta kesatuan dari berbagai elemen-elemen desain dalam proses pembuatan desain yang dikehendaki.

Menurut Ahmad et al. (2017) terdapat 7 prinsip dalam desain ialah sebagai berikut:

### a. Keseimbangan

Keseimbangan dalam desain dapat dicapai dengan menampilkan unsur-unsur desain sehingga menciptakan kesan yang tepat sesuai dengan tempatnya. Keseimbangan dalam desain terbagi menjadi dua jenis yaitu keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris.



b. Irama

Irama dalam desain adalah pengulangan gerakan atau pengaturan bentuk secara berulang. Dalam desain, irama ini dapat berupa repetisi dan variasi.

c. Proporsi

Proporsi dalam desain merujuk pada hubungan antara ukuran, posisi, dan ruang yang saling terkait dengan satuan ukuran seperti panjang, lebar dan tinggi.

d. Kesatuan

Kesatuan dalam desain adalah penggabungan unsur desain dengan memperhatikan keseimbangan, irama, proporsi dan semua elemen tersebut dalam satu komposisi yang utuh.

e. Harmoni

Harmoni dalam desain adalah prinsip desain yang didefinisikan sebagai tatanan yang ada diantara komponen suatu karya. Harmoni merupakan suatu pola untuk memenuhi kaidah-kaidah estetik serta mengutamakan aspek keselarasan dan kepatasan.

f. Komposisi

Komposisi adalah elemen individu yang harus disatukan, gambar, teks, warna, dan grafik menjadi satu desain yang menyatukan semuanya. Dalam desain grafis, komposisi merupakan suatu proses kreatif dan bertujuan untuk menjamin keutuhan dan keselarasan seluruh elemen.

g. Kontras

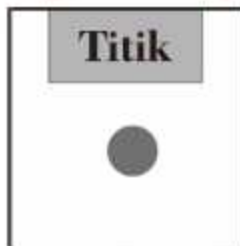
Penggunaan kontras dalam desain grafis dapat memperkuat pesan dan membuat elemen-elemen desain menjadi lebih jelas terlihat. Kontras dapat dihasilkan dari perbedaan warna, ukuran, bentuk, atau nilai.

3. Unsur-unsur desain

Terdapat beberapa hal penting yang perlu diketahui dalam membuat desain yang dapat menghasilkan komposisi yang harmonis, komunikatif, informatif dan menarik. Beberapa hal penting tersebut disebut unsur-unsur desain. Menurut Kusrianto (2007) terdapat tujuh unsur-unsur dalam desain diantaranya sebagai berikut:

a. Titik

Titik merupakan salah satu unsur atau elemen dasar dalam desain. Dalam individu maupun dalam kelompok, elemen pada titik menunjukkan suatu nuansa komunikasi yang bernilai didalam desain (Kusrianto, 2007). Dalam proses desain, titik memiliki peran atau tugas sebagai aksen yaitu sebagai elemen dekoratif, elemen emosional atau elemen *visual*.



Gambar 3. Titik



## b. Garis

Garis merupakan sebuah unsur desain yang terdiri dari sekelompok titik yang berurut dan runtut yang berfungsi sebagai elemen utama ataupun bagian dari penekanan komunikasi. Dalam proses desain, garis memiliki fungsi yang dapat sebagai simbol pada pembatas, kolom dalam desain dekoratif. Menurut Wicaksono dan Tisnawati (2015) dalam garis terdiri dari beberapa bentuk dan kesan yang dapat ditimbulkan antara lain:

### (1) Garis tegak lurus

Dalam garis tegak lurus mempunyai kesan yang ditimbulkan yaitu meninggi, kuat dan tegas, stabil, megah dan kaku.

### (2) Garis mendatar

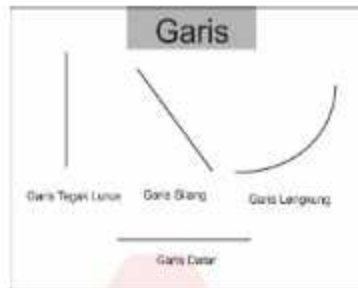
Dalam garis mendatar mempunyai kesan yang ditimbulkan yaitu menciptakan lingkungan yang rileks, ketenangan, kedamaian dan pasif.

### (3) Garis menyilang

Dalam garis menyilang mempunyai kesan yang ditimbulkan yaitu penuh gerak atau dinamis, meluncur, tetapi tampak seimbang.

### (4) Garis lengkung

Dalam garis melengkung mempunyai kesan yang ditimbulkan yaitu keagungan dan kelembutan, ringan, dinamik dan kuat.



Gambar 4. Garis

### c. Bidang

Bidang merupakan sebuah elemen atau unsur desain dimana bertemunya awal suatu garis dengan titik dari akhir garis sehingga membentuk suatu bidang atau bentuk (Wicaksono dan Trisnawati, 2015). Dalam desain ada dua jenis bidang dasar diantaranya bentuk geometris dan bentuk organik.



Gambar 5. Bidang

### d. Ruang

Ruang adalah sebuah elemen dalam desain yang merupakan rangkaian kelanjutan dari bentuk yang dikembangkan sehingga menciptakan dimensi imajiner yang dapat memberikan pengaruh sudut pandang pada

pengamat (Wicaksono dan Trisnawati, 2015). Ruang memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan nuansa tiga dimensi pada elemen komunikasi desain.



Gambar 6. Ruang

#### e. Warna

Warna adalah satu hal yang sangat penting dalam menentukan respons dari orang. Warna merupakan sebuah elemen yang dapat menciptakan suasana, tampilan, keunikan dan karakter tertentu didalam sebuah desain (Rustan, 2007). Oleh karena itu, dalam proses pembuatan desain seseorang harus memilih warna agar dapat menciptakan suasana, tampilan, keunikan dan karakter yang diinginkan dalam desain tersebut.

Warna dikelompokkan berdasarkan teori lingkaran warna menurut Albert Munsell dari Boston Massachusset, mulai dari warna primer, warna sekunder, dan warna tersier (Sulasm, 2002).

##### (1) Warna primer

Warna primer adalah warna-warna yang tidak dapat dihasilkan dari campuran warna lain. Warna ini disebut warna pokok karena dapat

digunakan sebagai bahan dasar untuk mencampur warna lainnya. Warna primer terdiri dari biru, merah, dan kuning.

(2) Warna sekunder

Warna sekunder, juga dikenal sebagai warna kedua, terbentuk dari pencampuran dua warna primer. Berikut adalah nama-nama warna sekunder

- (a) Jingga atau orange merupakan warna yang didapat dari pencampuran antara warna merah dan kuning
- (b) Ungu merupakan warna yang didapat dari pencampuran antara warna merah dan biru
- (c) Hijau merupakan warna yang didapat dari pencampuran warna kuning dan biru

(3) Warna tersier

Warna tersier adalah hasil dari pencampuran dua warna sekunder. Berikut adalah beberapa nama warna tersier

- (a) Coklat kuning, juga dikenal sebagai Siena Mentah, Kuning Tersier, Yellow Ochre, atau Olive, merupakan hasil dari pencampuran warna jingga dan hijau.
- (b) Coklat merah, juga dikenal sebagai siena bakar, merah tersier, burnt siena, atau red brown, merupakan hasil dari pencampuran warna jingga dan ungu.

- (c) Coklat biru, juga dikenal sebagai siena sepia, biru tersier, zaitun, atau navy blue, merupakan hasil dari pencampuran warna hijau dan ungu.

Menurut Rustan (2007) warna memiliki berbagai karakteristik yaitu sebagai berikut:

(1) Merah

Warna merah memiliki kemampuan untuk memberikan dorongan atau energi untuk melakukan tindakan. Warna merah juga dapat diartikan sebagai simbol dari kehidupan, seperti darah dan memberikan rasa hangat.

(2) Orange

Warna orange dapat diartikan sebagai keinginan untuk berpetualang, pemikiran positif, keterampilan berkomunikasi dan kepercayaan pada diri sendiri.

(3) Kuning

Warna kuning secara psikologis diartikan sebagai warna yang paling menggambarkan rasa bahagia seperti rasa hangat, pikiran positif, gairah, senang dan rasa sukacita. Warna kuning juga sering digunakan karena mampu menarik perhatian banyak orang.

(4) Biru

Warna biru memiliki kemampuan untuk memberikan pesan komunikasi dan ekspresi artistik. Dalam konteks bisnis warna biru dapat memberikan kesan profesional, kepercayaan dan kekuatan.

(5) Hijau

Warna hijau sering dikaitkan dengan warna yang mencerminkan alam. Secara psikologis, warna ini dapat digunakan untuk membantu seseorang dalam mengatur emosi dan memberikan perasaan terbuka dalam komunikasi.

(6) Coklat

Warna coklat sering dikaitkan dengan unsur seperti tanah atau bumi. Warna ini dapat memberikan perasaan kehangatan, kenyamanan dan keamanan

(7) Ungu

Warna ungu dapat digambarkan sebagai rasa mewah, anggun dan bijaksana. Selain itu warna ungu juga dapat menggambarkan kreativitas dan keunikan.

(8) Putih

Warna putih melambangkan kesucian dan kebersihan. Warna ini juga sering digunakan sebagai warna yang melambangkan rasa bebas dan terbuka.



Gambar 7. Warna

#### f. Gelap terang

Penggunaan elemen gelap dan terang merupakan salah satu cara dalam desain grafis untuk menarik perhatian pada elemen utama dalam desain itu sendiri (Kusrianto, 2007). Penggunaa gelap elemen gelap dan terang yang tepat dapat menjadi fokus utama desain sehingga lebih menarik minat *visual*. Sebagai contoh desain sponsor dengan latar belakang yang menggunakan efek gelap dan terang yang tepat akan membuat pesan yang terkandung dapat tersampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti.

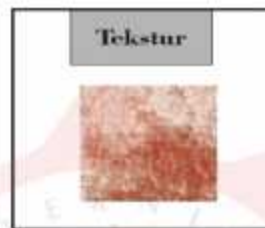


Gambar 8. Gelap terang

#### g. Tekstur

Menurut Kusrianto (2007) tekstur merupakan tampilan pada suatu fitur permukaan dalam desain. Permukaan dapat bertekstur polos, kasar, licin,

halus pudar dan lain sebagainya. Tekstur memiliki elemen seni yang unik karena secara langsung mengaktifkan dua proses penginderaan pada penikmat karya yaitu penglihatan dan sentuhan.



Gambar 9. Tekstur

#### 4. Estetika

Estetika merupakan perspektif interdisipliner yang menggabungkan disiplin ilmu lain yang berkaitan dengan komunikasi visual. Estetika merupakan integrasi dari filsafat keindahan, ilmu-ilmu pengetahuan, dan seni, yang mempengaruhi bagaimana seseorang merespon citra-citra visual dan memicu rasa senang atau ketertarikan. Guralnik dan Neufeldt (2005) mendefinisikan estetika sebagai teori dan praktik studi tentang keindahan.

Menurut Smith (2005), estetika merupakan salah satu bagian paling penting dari media presentasi secara visual. Terdapat tiga disiplin penting yang membangun estetika, yaitu filsafat keindahan, ilmu-ilmu pengetahuan, dan seni. Filsafat keindahan berkaitan dengan seni, kreativitas, dan efek yang ditimbulkan oleh seni dan kreativitas tersebut.



Ilmu-ilmu pengetahuan seperti psikologi, komunikasi, dan pendidikan, mempelajari respon individu terhadap stimulus keindahan tertentu. Dalam konteks media presentasi, kemajuan teknologi informasi dan komputer grafis telah meningkatkan daya tarik informasi dengan desain yang estetik. Penggunaan prinsip-prinsip estetika dalam desain dapat meningkatkan daya tarik.

### C. Corel Draw

Corel draw adalah suatu program pada komputer untuk melakukan proses editing pada garis vector yang kegunaannya yaitu sebagai media pengolahan gambar yang digunakan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan di bidang publikasi atau percetakan maupun bidang lainnya yang membutuhkan proses visualisasi dan juga desain digital (Prasetyo et.al., 2023).

Penggunaan corel draw dalam pembuatan desain digital, langkah awal yang harus dilakukan adalah menetapkan konsep desain, media desain, ide atau gagasan, dan persiapan data pendukung. Beberapa media yang dibutuhkan untuk mendesain secara digital antara lain:

1. Laptop dan komputer, sebagai alat utama bagi seorang penggiat fashion.
2. *Drawing pad*, yang memungkinkan seseorang untuk mendesain langsung di dalam *software* desain tanpa menggunakan mouse, sehingga hasil desain lebih detail dan sesuai dengan yang diinginkan.
3. Buku gambar, digunakan oleh beberapa penggiat fashion untuk mendesain secara manual sebelum melanjutkan dengan desain digital.

4. *Scanner*, digunakan untuk memindai berbagai bentuk dan sifat benda seperti dokumen, foto, gambar, dan sebagainya. Hasil pemindaian tersebut akan diubah menjadi format digital dengan menggunakan *software* corel draw



## BAB III

### METODE KARYA AKHIR

#### A. Materi

Materi yang diamati dalam penyelesaian tugas akhir yaitu Desain Logo *Second brand* PT Sinergi Selaras Inara Sidoarjo.

#### B. Metode Pelaksanaan Tugas Akhir

Metode yang digunakan penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini adalah metode *logotype*. Metode ini digunakan untuk merancang pembuatan desain logo *second brand* PT Sinergi Selaras Inara. Metode-metode pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam menyusun tugas akhir yaitu sebagai berikut:

##### 1. Observasi (Pengamatan)

Menurut Waruwu (2023) observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan untuk mengetahui tentang penelitian yang berkenaan dengan perilaku dan proses kerja. Observasi merupakan suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan menganalisa pada suatu proses tahapan kerja, yaitu pada proses pembuatan logo *second brand* divisi Research and Development (RnD) di PT Sinergi Selaras Inara.

##### 2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah rangkaian kegiatan melalui pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelola bahan penelitian yang sudah ada berdasarkan jurnal, literatur, dan buku-buku (Zed, 2008). Metode ini

dilakukan untuk mencari data dan informasi dari literatur yang berkaitan dengan permasalahan tugas akhir.

### 3. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara penulis memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh staf dan karyawan PT Sinergi Selaras Inara. Dalam tugas akhir ini, penulis melakukan pembagian kuesioner secara langsung mengenai pemilihan desain sketsa logo.

## **C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan**

### 1. Waktu Pengambilan Data

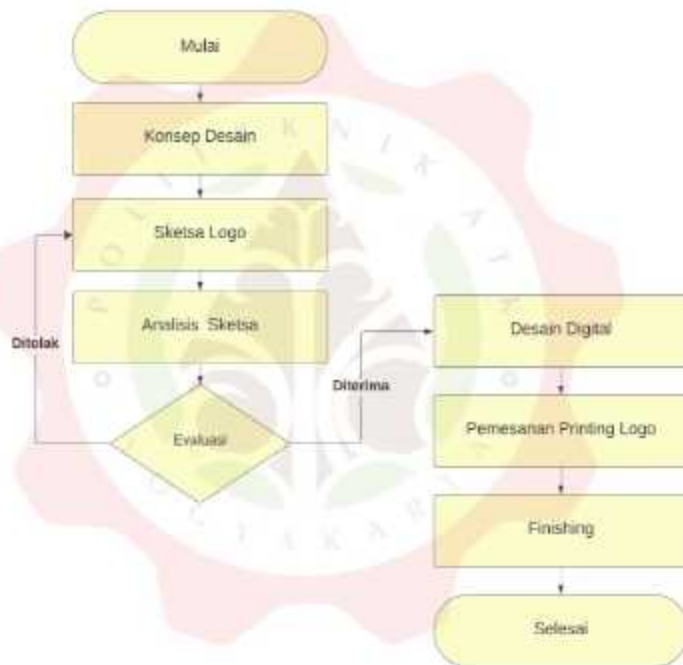
Pelaksanaan pengambilan data dilakukan pada saat magang industri yang dilaksanakan selama kurang lebih 6 bulan, dimulai tanggal 1 November 2023 – 30 April 2024.

### 2. Tempat Pengambilan Data

Lokasi pengambilan data Tugas Akhir dilaksanakan di PT Sinergi Selaras Inara yang berlokasi di Ruko Monroe Grove No. 73 Kahuripan Nirwana, Kec. Buduran, Kab. Sidoarjo, Jawa Timur. Selama pelaksanaan magang penulis di tempatkan di departemen RnD.

#### D. Tahap Proses Penyelesaian Masalah

Tahapan penyelesaian masalah dilakukan setelah data yang diinginkan diperoleh. Adapun diagram alir pemecahan masalah dalam pembuatan desain logo *second brand* terdapat pada gambar 10.



Gambar 10. Diagram Alir Penyelesaian Tugas Akhir