



SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI TERPADU NURUL FIKRI

**PERANCANGAN LOGO KONTER PULSA
ALL CELLULAR**

TUGAS AKHIR

**TIA MONIKA
0110119069**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
DEPOK
MARET 2023**



**STT TERPADU
NURUL FIKRI**

SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI TERPADU NURUL FIKRI

**PERANCANGAN LOGO KONTER PULSA
ALL CELLULAR**

TUGAS AKHIR


Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer.

STT NF
TIA MONIKA
0110119069

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
DEPOK
MARET 2023**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya penulis,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**



Nama : Tia Monika
NIM : 0110119069
Tanda Tangan :
Tanggal :

STT - NF

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Tia Monika

NIM : 0110119069

Program Studi : Sistem Informasi

Judul Tugas Akhir : Perancangan Logo Konter Pulsa ALL Cellular

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing

Suhendi, ST., S.Kom.,MMSI

Penguji

STT - NF

Dr. Amalia Rahmah, S.T, M.T

Ditetapkan di :

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi/Tugas Akhir ini. Penulisan skripsi/Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana komputer Program Studi Sistem Informasi pada Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi/tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT.
2. Orang tua dan semua anggota keluarga yang telah memberikan dorongan baik secara moril maupun materil dalam penyelesaian tugas ini.
3. Bapak Dr. Lukman Rosyidi, ST., MM., MT. selaku Ketua Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
4. Ibu Misna Asqia, M.Kom selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
5. Ibu Misna Asqia, M.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama perkuliahan di Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
6. Bapak Suhendi, ST., S.Kom., MMSI selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis dalam menyelesaikan penulisan ilmiah ini.
7. Para Dosen di lingkungan Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri yang telah membimbing penulis dalam menuntut ilmu yang telah diberikan.
8. Pemilik beserta responden yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan data yang diperlukan bagi penulisan ilmiah ini.

Dalam penulisan ilmiah ini tentu saja masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan yang mungkin disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Walaupun demikian, penulis telah berusaha menyelesaikan penulisan ilmiah ini sebaik mungkin. Oleh karena itu apabila terdapat kekurangan di dalam

penulisan ilmiah ini, dengan rendah hati penulis menerima kritik dan saran dari pembaca.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, 30 Maret 2023

Penulis



STT - NF

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tia Monika

NIM : 0110119069

Program Studi : Sistem Informasi

Jenis karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STT-NF **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty - Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Perancangan Logo Konter Pulsa ALL Cellular

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini STT-NF berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Konter ALL Cellular

Pada tanggal :

Yang menyatakan

(.....)

ABSTRAK

Nama : Tia Monika
NIM : 0110119069
Program Studi : Sistem Informasi
Judul : Perancangan Logo Konter Pulsa ALL Cellular

ALL Cellular adalah salah satu konter pulsa yang ada di daerah Subang. ALL Cellular sendiri merupakan usaha yang bergerak di bidang *provider sim gadget* atau penjualan *gadget*, yang kegiatan usahanya meliputi: jual-beli pulsa, jual-beli kuota, jual-beli *gadget*, penyediaan jasa pembayaran seperti pembayaran bpjs, token, listrik, pdam, pajak, transfer pulsa, dan layanan lainnya yang tersedia.

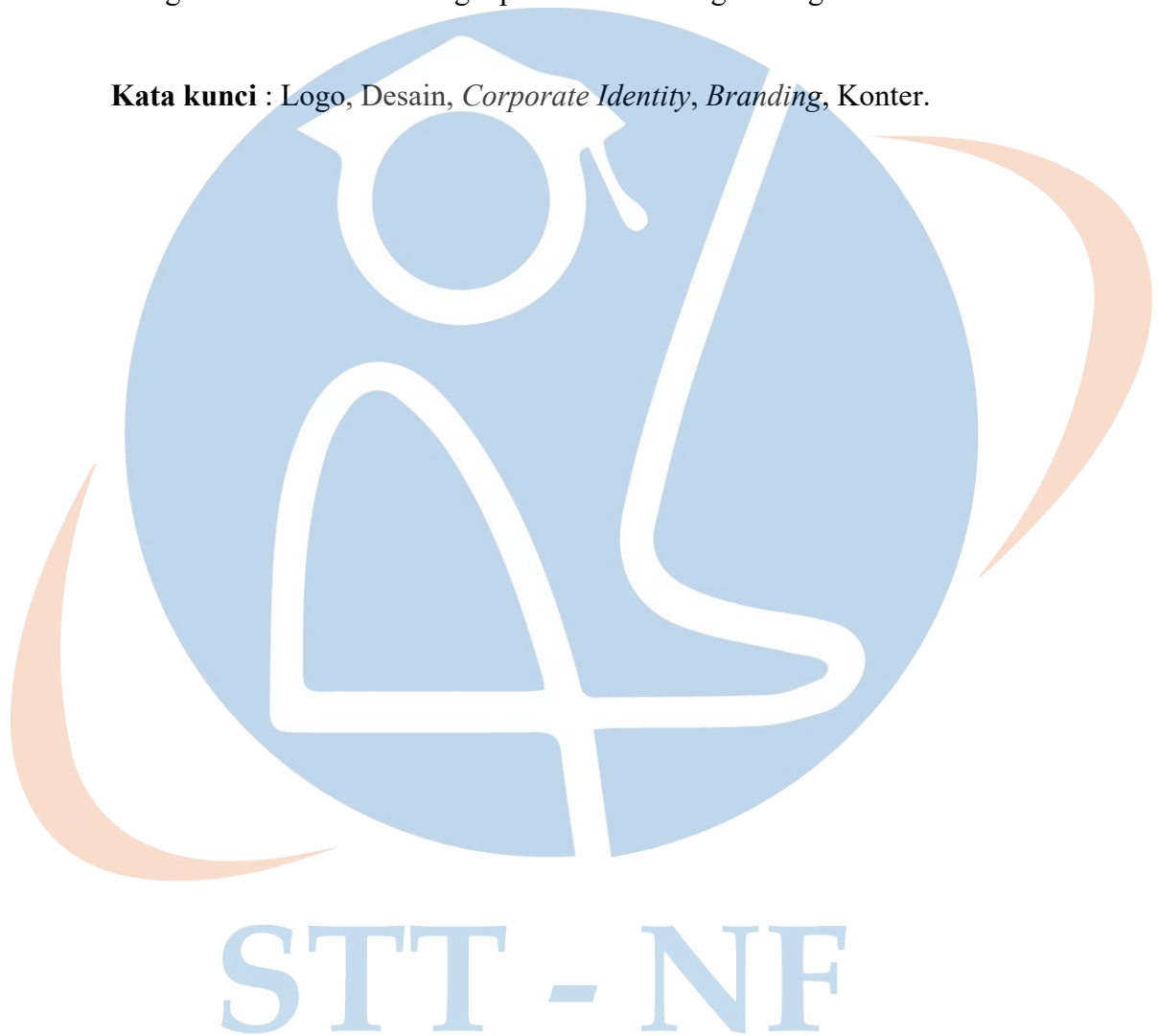
Siapa yang tidak ingin usahanya berkembang dan menjadi besar, semua perusahaan pasti ingin seperti itu tidak peduli bergerak pada bidang apapun atau besar kecilnya perusahaan tersebut, semua perusahaan pasti bermimpi mempunyai nama yang besar dan terkenal. Maka dari itu perlunya ALL Cellular mengembangkan konsep dan sistem identitas bagi suatu perusahaan hingga identitas tersebut dapat menjadi alat penjual yang handal dan menguntungkan

Logo merupakan identitas yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau *image* yang bisa menjadikan sebagai daya tarik dan untuk melambangkan identitas perusahaan agar tetap bisa bertahan dan *survive* dalam persaingan yang semakin keras ini.

Dalam pembuatan karya logo dihasilkan karya yang meliputi bentuk, warna dan *visual*. Ciri umum dari setiap penjualan adalah selalu menampilkan logo baru dari ALL Cellular dengan perpaduan warna hijau *army* dan putih setelah diberi stempel.

Dengan dirancangnya logo ALL Cellular yang diterapkan pada berbagai media yang mendukung dalam meningkatkan citra usaha, diharapkan hal ini dapat memberikan dampak positif bagi ALL Cellular dalam menjalankan usahanya serta dapat digunakan sebagai referensi oleh berbagai pihak dalam mengembangkan usaha.

Kata kunci : Logo, Desain, *Corporate Identity*, *Branding*, Konter.



ABSTRACT

Name : Tia Monika

NIM : 0110119069

Study Program : System Information

Title : Design Logo Counter Pulsa ALL Cellular.

ALL Cellular is one of the pulsa counters in the Subang area. ALL Cellular itself is a business engaged in the field of sim gadget provider or selling gadgets, whose business activities include: buying and selling pulsa, buying and selling quota, buying and selling gadgets, providing payment services such as payment of bpjs, token, electricity, PDAM, duty , pulsa transfer, and other available services.

Who doesn't want their business to grow and become big, all companies definitely want to be like that no matter what field they are engaged in or the size of the company, all companies must dream of having a big and famous name. Therefore, it is necessary for ALL Cellular to develop an identity concept and system for a company so that this identity can become a reliable and profitable sales tool

A logo is an identity that distinguishes one company from another, and can also function as an image that can be used as an attraction and to symbolize a company's identity so that it can survive and survive in this increasingly fierce competition.

In making logo works, works are produced which include shapes, colors and visuals. A common feature of each sale is that it always displays the new logo from ALL Cellular with a mix of army green and white colors after being stamped

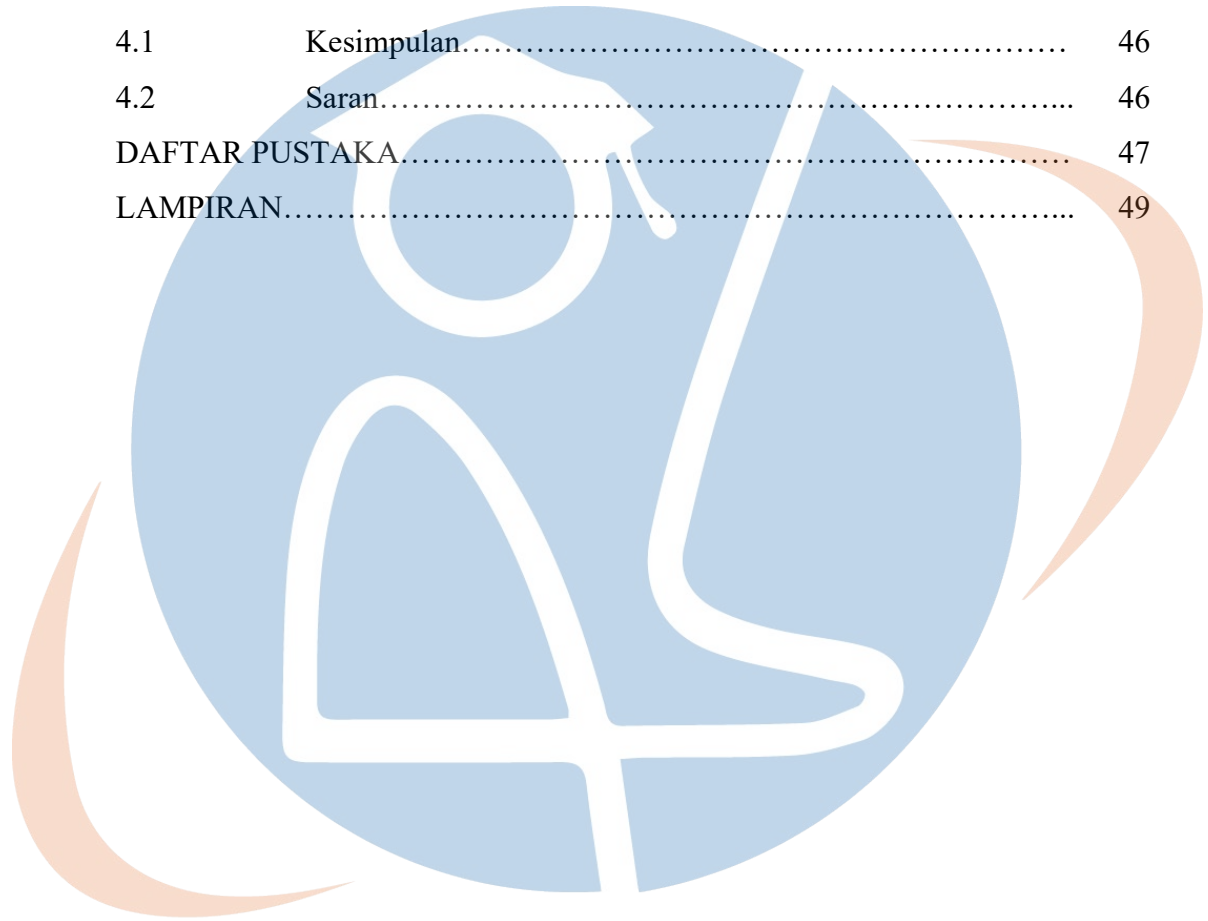
By designing the ALL Cellular logo to be applied to various media that support enhancing business image, it is hoped that this will have a positive impact on ALL Cellular in running its business and can be used as a reference by various parties in developing their business.

Key words : *Logo, Design, Corporate Identity, Branding, Counter.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	2
LEMBAR ORISINALITAS.....	3
LEMBAR PENGESAHAN.....	4
KATA PENGANTAR.....	5
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	7
ABSTRAK.....	8
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR TABEL.....	14
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	17
1.4 Batasan Masalah.....	18
BAB II KAJIAN LITERATUR.....	19
2.1 Teori Perancangan.....	19
2.2 Teori Desain Komunikasi Visual.....	19
2.3 Teori Logo.....	21
2.4 Teori <i>Corporate Identity</i>	23
2.5 Teori Konter Pulsa.....	24
BAB III HASIL PELAKSANAAN TUGAS AKHIR.....	27
3.1 Tahapan Penelitian.....	27
3.2 Rancangan Penelitian.....	28
3.2.1 Analisis Data dan Jenis Penelitian.....	28
3.2.2 Metode Pegumpulan Data.....	28
3.2.3 Lingkungan Penelitian.....	30
3.3 Perancangan Logo.....	32
3.3.1 Perumusan Ide.....	32
3.3.2 Pengembangan Logo.....	33

3.4	Hasil Penelitian.....	37
3.5	Evaluasi Hasil Penelitian.....	41
3.5.1	Pengujian Pada Target Konsumen.....	45
3.5.2	Orisinalitas Logo.....	45
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....		46
4.1	Kesimpulan.....	46
4.2	Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....		47
LAMPIRAN.....		49



STT - NF

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1: Alur penelitian</i>	26
<i>Gambar 2: Konter ALL Cellular</i>	28
<i>Gambar 3: Visualisasi bentuk persegi</i>	31
<i>Gambar 4: Font tulisan dengan font gulfs display dan montserrat</i>	32
<i>Gambar 5: Jenis warna yang digunakan</i>	32
<i>Gambar 6: Persegi yang di twist</i>	32
<i>Gambar 7: Pergantian warna dasar</i>	33
<i>Gambar 8: Gambar persegi bertumpuk 2</i>	33
<i>Gambar 9: Gambar persegi bertumpuk 3</i>	33
<i>Gambar 10: Penambahan teks pertama di persegi</i>	34
<i>Gambar 11: Penambahan teks kedua di persegi</i>	34
<i>Gambar 12: Pewarnaan pada teks</i>	34
<i>Gambar 13: Penambahan teks ketiga</i>	35
<i>Gambar 14: Penambahan teks keempat</i>	35
<i>Gambar 15: Logo yang sudah jadi</i>	35
<i>Gambar 16: Sketsa logo kasar</i>	36
<i>Gambar 17: Sketsa logo halus</i>	37
<i>Gambar 18: Skala logo</i>	37
<i>Gambar 19: Penerapan logo pada media abu putih</i>	38
<i>Gambar 20: Penerapan logo berwarna</i>	38
<i>Gambar 21: Papan nama lokasi</i>	39
<i>Gambar 22: Nota</i>	40
<i>Gambar 23: Stempel</i>	40
<i>Gambar 24: Kop surat</i>	41
<i>Gambar 25: Shopping bag</i>	41
<i>Gambar 26: Kaos</i>	42
<i>Gambar 27: Banner</i>	42
<i>Gambar 28: Media sosial</i>	43
<i>Gambar 29: Jumlah penilaian kuisioner</i>	46

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian terkait	24
Tabel 3 .1 : Hasil masukan dari kuisiner.....	44



STT - NF

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pekerjaan desain grafis erat hubungannya dengan seni. Seorang desainer juga merangkap seorang seniman. Banyak arti mengenai seni (bergantung pada sudut mana kita melihat). Arti seni secara umum adalah suatu usaha penciptaan bentuk yang menyenangkan (*sense of beauty*) dan harmoni bentuk yang baik. *Herbert Read* menyebutkan bahwa seni adalah menciptakan plus mengekspresikan bentuk-bentuk yang menyenangkan dan bentuk-bentuk itu menciptakan keindahan. Akan timbul kenikmatan bagi si penikmat seni yang kemudian akan memberikan penghargaan mulai dari empati sampai dengan apresiasi. Seni erat hubungannya dengan keindahan, kreativitas, dan keterampilan.^[9]

Salah satu bagian kesenian yang penerapannya berbentuk dua atau tiga dimensi, dikenal dengan istilah seni rupa. Seni rupa merupakan ungkapan gagasan dan perasaan manusia yang diwujudkan melalui pengolahan media dan penataan elemen (yang meliputi unsur titik, garis, warna, bidang, tekstur, gelap terang) serta prinsip-prinsip desain. Seni rupa merupakan realisasi dari sebuah imajinasi tanpa batas dan tidak ada batasan, sejatinya dalam berkarya seni tidak akan kehabisan ide dan imajinasi (*Pengantar Desain Grafis, 2016*).

Sering kali masyarakat melihat logo-logo yang unik dari suatu perusahaan, bisnis, komunitas, atau organisasi. Namun sebenarnya seberapa penting logo itu bagi organisasi bisnis maupun non bisnis sehingga harus mempunyai sebuah logo untuk mewakili suatu perusahaan.

Logo merupakan suatu identitas atau simbol khusus dalam bentuk gambar atau bentuk huruf dengan makna tertentu yang biasanya digunakan di berbagai perusahaan, juga dapat mewakili nilai-nilai perusahaan. Logo yang baik yaitu logo yang mudah diingat dan dipahami agar masyarakat dapat mengetahui. Sebuah desain logo yang baik

menggunakan pilihan warna yang mampu menarik perhatian konsumen dan diinginkan oleh klien.

Tujuan dari perancangan logo yang menarik adalah menempatkan suatu pesan ke dalam benak masyarakat, diharapkan masyarakat akan lebih mudah mengingat kembali pada usaha marketing atau jasa yang ditawarkan padanya. Logo yang dibuat unik dan tidak sama dengan logo perusahaan lain seperti layaknya sidik jari, semua perusahaan memiliki sidik jari namun tidak ada sidik jari yang sama meskipun ia saudara kembar. Sidik jari tersebut dapat memberikan keunikan bagi suatu perusahaan sehingga dapat menandakan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain.

Dalam hal ini ALL Cellular mengakui dalam bidang usahanya belum memiliki *corporate identity* yang jelas, dengan logo dan desain yang ada saat ini dirasa masih kurang cocok satu sama lain, sehingga *image/citra* yang ingin ditonjolkan terkesan kurang terlihat. Oleh karena itu perlu adanya perancangan desain logo dan identitas visual yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik usaha yang dikembangkan. Dalam pembuatan desain logo menggunakan bantuan *software* desain grafis.

ALL Cellular sendiri merupakan usaha yang bergerak di bidang *provider sim gadget* atau penjualan *gadget*, yang kegiatan usahanya meliputi: jual-beli pulsa, jual-beli kuota, jual-beli *gadget*, penyediaan jasa pembayaran seperti pembayaran bpjs, token, listrik, PDAM, pajak, transfer pulsa, dan layanan lainnya yang tersedia. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang *corporate identity* menjadikan ALL Cellular sangat memerlukan pihak-pihak yang berkompeten dalam bidangnya, untuk dapat mewujudkan *corporate identity* yang sesuai dengan citra dari usaha ALL Cellular, salah satunya dengan pembuatan logo dan identitas visual yang dapat membantu ALL Cellular dalam menonjolkan identitas dari usahanya.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana cara merancang logo sebagai *corporate identity*?
2. Bagaimana caranya agar dapat memperkenalkan logo konter “ALL Cellular” kepada masyarakat luas agar mudah diingat?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menghasilkan rancangan logo sebagai *corporate identity* dan juga mendapatkan *output* logo yang sesuai dengan kebutuhan usaha konter ALL Cellular
2. Untuk dapat lebih mengenalkan keberadaan konter ALL Cellular kepada masyarakat luas melalui pengenalan logo.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai maka batasan masalah yang akan dibahas meliputi:

1. Pembuatan logo hanya dalam bentuk logo 2 dimensi.
2. Logo diaplikasikan ke dalam media pendukung seperti pada papan nama, kop surat, *shopping bag*, sosial media, kaos.
3. Logo yang dibuat hanya dalam bentuk 2 warna.

STT - NF

BAB II KAJIAN LITERATUR

2.1 *Teori Perancangan*

Perancangan merupakan penentuan proses dan data yang diperlukan oleh sistem baru. Manfaat tahap perancangan sistem ini memberikan gambaran rancangan bangun yang lengkap sebagai pedoman pembuatan karya. Menurut *Sommerville* dalam buku *Agus Mulyanto (2009 : 259)* proses perancangan bisa melibatkan pengembangan beberapa model sistem pada tingkat *abstraksi* yang berbeda-beda.^[1]

Menurut *Soetam Rizky (2011 : 140)* perancangan adalah sebuah proses untuk mendefinisikan sesuatu yang akan dikerjakan dengan menggunakan teknik yang bervariasi serta di dalamnya melibatkan *deskripsi* mengenai *arsitektur* serta detail komponen dan juga keterbatasan yang akan dialami dalam proses pengerjaannya.^[6]

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa perancangan adalah tahapan setelah analisis sistem yang tujuannya untuk menghasilkan rancangan yang memenuhi kebutuhan yang ditentukan selama tahap analisis.

2.2 *Teori Desain Komunikasi Visual*

Arti dari masing-masing kata "*Desain Komunikasi Visual*" memiliki makna yang berbeda. Desain merupakan kata yang berasal dari bahasa *Italia*, *designo* yang artinya adalah gambar. *Komunikasi* adalah menyampaikan suatu pesan dari komunikator atau penyampai pesan pada komunikan atau penerima pesan menggunakan suatu media dengan maksud tertentu. Sementara *Visual* merupakan semua hal yang bisa dilihat dan direspon indera penglihatan. Pengertian Desain Komunikasi Visual (DKV) secara umum adalah seni untuk menyampaikan pesan yang ditujukan kepada suatu kelompok (*target audience*) dengan memakai bahasa rupa yang disampaikan dengan media dan dalam bentuk sebuah desain.^[7]

Apa saja yang dipelajari dan dilakukan oleh seorang desainer komunikasi visual ketika sudah turun ke *industri* kerja? Desainer komunikasi visual kebanyakan bekerja berdasarkan kebutuhan yang diarahkan oleh *clien*, sehingga ia tidak bisa semauanya sendiri saat menentukan ukuran, media, warna, teknik dan material. Produk atau karya DKV dapat dijumpai di mana-mana dalam kegiatan sehari-hari, seperti iklan (media massa cetak atau *elektronik*), *internet*, *poster*, *signboard*, *katalog*, *brosur*, kartu nama, kemasan, *baliho* hingga *animasi* dan lain-lain.^[11]

Terdapat beberapa unsur unik yang dimiliki desain komunikasi visual, diantaranya^[8]:

1. *Layout*

Layout adalah struktur pengaturan yang mengayomi suatu tampilan informasi, seperti pada buku, majalah, *website* dan media lainnya. *Smith (1985)* dalam *Sutopo (2002: 174)* mengatakan bahwa proses membuat *layout* berarti merangkaikan unsur rupa menjadi susunan yang baik, sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

2. *Tipografi* (ilmu dalam penulisan huruf)

Tipografi adalah tatanan huruf yang dirancang agar proses komunikasi dalam bentuk teks tersampaikan dengan baik melalui keterbacaan yang baik dan estetika yang apik. Seperti yang diungkapkan oleh *Frank Jefkins (1997, hlm. 248)* *Tipografi* yang baik mengarah pada keterbacaan dan kemenarikan, desain huruf tertentu dapat menciptakan gaya dan karakteristik yang sesuai untuk subjek iklan.

3. *Ilustrasi*

Ilustrasi dibagi menjadi dua, yaitu *ilustrasi* yang dihasilkan dengan tangan atau gambar, dan *ilustrasi* yang dihasilkan oleh kamera atau *fotografi* (*Wirya, 1999: 32*). Terkadang ahli lain memecah unsur ini menjadi 2, yaitu *ilustrasi* dan *fotografi*.

4. *Symbolisme*

Symbolisme berarti menyatakan sesuatu secara tidak langsung melalui suatu hal lain yang dapat mewakilinya. Contohnya: Logo perusahaan yang berbentuk grafis atau lambang negara. Ilmu mengenai simbol disebut sebagai *semiotika*.

5. Warna

Warna merupakan elemen penting yang berdampak besar pada suatu desain. Pemilihan warna yang harmonis akan menghasilkan kesan tertentu dan tampak indah.

6. Suara

Suara adalah elemen pendukung yang dapat digunakan untuk lebih menghidupkan suasana, terutama pada gambar bergerak dan media *interaktif*. Musik juga merupakan salah satu media yang selalu digunakan dalam suatu desain *interaktif*.

2.3 *Teori Logo*

Menurut *Adams Morioka (2009, 16)* logo adalah simbol khas dari sebuah perusahaan, jasa, objek, ide, *publikasi*, orang, atau layanan.^[12]

1. Definisi Logo

Menurut *teori* buku *Katz* dalam *Wheeler (2009)* mengatakan bahwa logo harus merepresentasikan visi dan misi perusahaan, *segmentasi* yang dituju sesuai target kepada masyarakat. Setiap merek mencerminkan karakter dari merek tersebut. Logo yang merupakan bagian dari *re-branding*, bisa dibuat menarik dan sederhana, memudahkan manusia untuk lebih mudah mengingat dan dikenali. Menurut *teori David E. Carter (1986)* “Logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual, selain itu fungsi logo yaitu sebagai *trademark* identitas suatu badan usaha dan merupakan ciri khas perusahaan/ jasa”.

Sebuah logo diperoleh maknanya dari suatu kualitas yang disimbolkan melalui *history, corporate culture, positioning*, atau *aspirasi*. Apa yang diartikan atau dimaksudkan adalah lebih penting daripada seperti apa rupanya. Penekannya pada makna diluar atau dibalik wujud logo itu (*Rustan, 2009:8*)

2. Fungsi Logo

Logo pada dasarnya adalah identitas pada sebuah perusahaan, dimana logo akan membedakan perusahaan satu dengan perusahaan lain. Dalam pembuatan logo disarankan membuat logo yang sederhana tetapi memiliki makna yang jelas, mudah di ingat, dan mudah di terapkan ke dalam berbagai media. Logo juga harus menggambarkan atau mencitrakan perusahaan tersebut.

3. Nilai Branding

Brand berasal dari kata lama bahasa Jerman atau Norwegia yang berarti “burn” atau pembakaran. Namun sekarang ini *brand* memiliki arti yang sangat penting. *Brand* dapat berarti nama produk atau jasa, *brand* juga dapat berarti merek dagang, atau pun kepercayaan pelanggan. Arti *brand* sebenarnya menurut *Marty Neumeier (2006: 2)* adalah perasaan individu terhadap *produk, service, jasa* atau perusahaan.

Dengan adanya kompetisi dengan perusahaan lain membuat pilihan tidak terbatas sehingga perusahaan mencari jalan untuk membuat sesuatu hubungan emosional dengan konsumen, agar dapat tidak tergantikan, dan menciptakan hubungan yang erat dengan konsumen, sehingga muncul kata *branding*. *Branding* adalah sebuah proses mengelola nilai-nilai suatu *brand* agar terjadi sebuah jalinan emosional antara *brand* dengan audiensnya.

2.4 Teori Corporate Identity

Corporate Identity merupakan identitas yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau *image* yang bisa menjadikan sebagai daya tarik. Identitas perusahaan berdasarkan *filosofi* organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda. Identitas mencerminkan kepribadian sebuah perusahaan dan dari sinilah *branding* perusahaan tercipta.^[13]

Corporate Identity dalam suatu perusahaan, berperan dalam menjawab pertanyaan seperti “*siapa kita?*” dalam arti di mata klien atau konsumen. Di sini perusahaan menunjukkan rasa kebersamaan atau hubungannya kepada klien atau konsumen. Menentukan arah, desain, nyawa dari sebuah *korporasi* tidaklah mudah. Penentuan arah dimulai dari tujuan didirikannya perusahaan atau bisnis, bidang industri yang dipilih, serta *market* yang dituju, perusahaan juga harus memiliki arah *kreasi corporate identity* yang berhubungan dengan *branding* perusahaannya.^[13]

Menjalankan bisnis berkembang dan *produktif* dalam bukan tentang menjadi beruntung. Tapi tentang bagaimana membuat pilihan yang akan mempengaruhi orang dan meningkatkan pendapatan. Sebuah identitas bisnis melakukan hal ini dengan meningkatkan daya tarik pasar untuk produk atau jasa bisnis.

Logo merupakan identitas yang paling utama selain dari *slogan*, lagu dan lainnya. Hanya dengan melihat logo salah satu bisnis, orang bisa langsung mengenal organisasi bisnis tersebut dan mengetahui reputasinya. Pembuatan logo tampak seperti sederhana, namun tahukah bahwa seberapa keras tim desainer logo yang mempersiapkan sebuah logo untuk pelanggannya? Sebuah tim desainer *corporate identity* ketika tahap awal melakukan *riset*, tahap berikutnya melakukan penggalian ide utama serta *visualisasi* ide tersebut.^[3]

Langkah berikutnya mendesain sedemikian rupa sehingga didapat visual yang baik serta (mungkin) beberapa alternatif ide. Begitu panjangnya langkah tersebut hingga di dapat identitas yang tepat untuk *brand* perusahaan tersebut. Maka wajar bila biaya desain *corporate identity* cukup mahal (sebenarnya tidak, karena sebanding dengan *output* yang dihasilkan).^[4]

Corporate Identity terdiri dari tiga bagian yang digunakan dalam bermacam cakupan:

1. *Corporate Visual* (logo, dan *uniform*)
2. *Corporate Communication* (iklan, *public relations*, dan informasi)
3. *Corporate Behavior* (nilai-nilai internal, dan norma-norma)

Corporate Identity menjadikan *branding* lebih kuat karena *branding* menunjukkan karakter suatu identitas dimana logo, iklan dan *behavior* mempunyai peranan dalam menggambarkan atau melukiskan sebuah perubahan. Sehingga *corporate identity* menjadi penting dalam menyampaikan nyawa dari perusahaan itu sendiri.

2.5 Teori Konter Pulsa

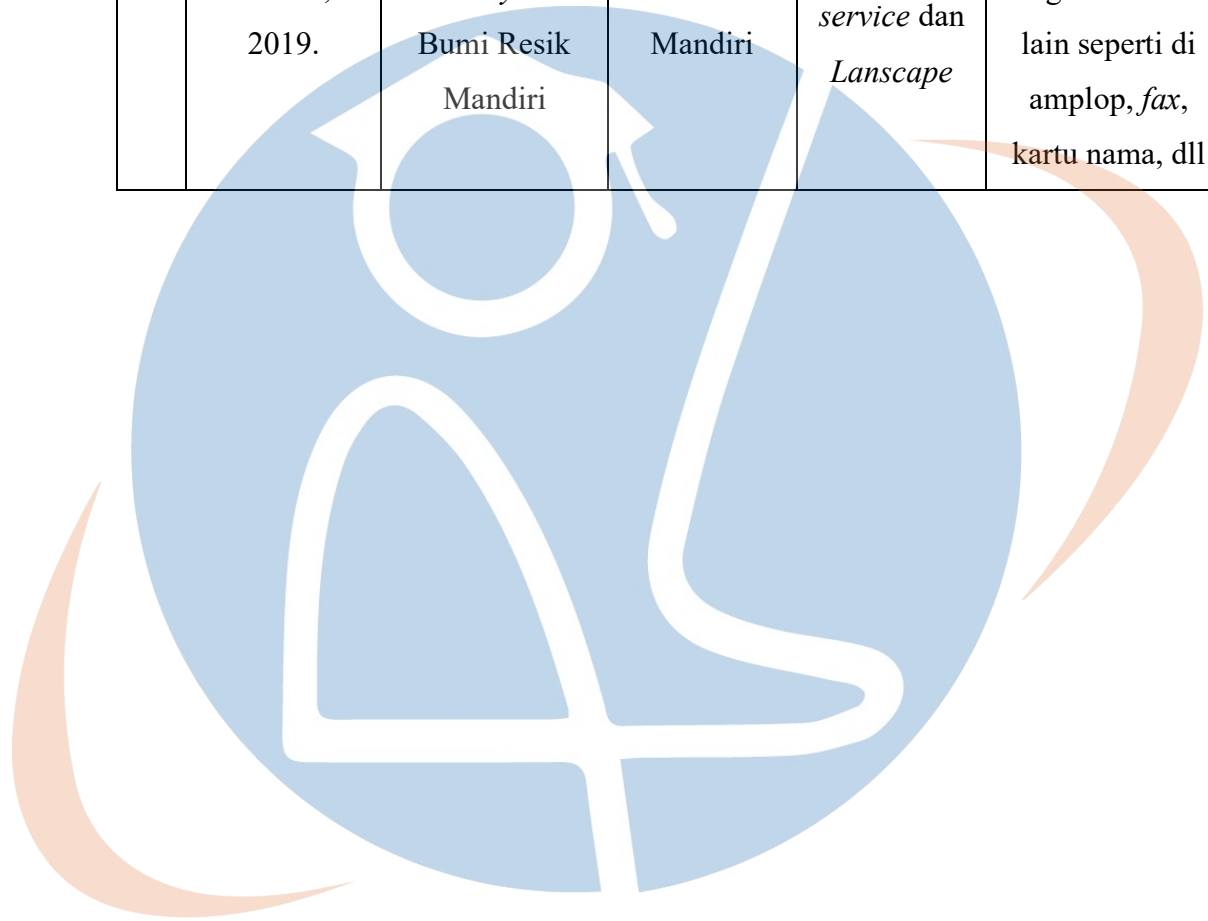
Dalam KBBI, konter diartikan menantang/menghujat yang justru jauh dari arti yang kita inginkan yaitu tempat menjual pulsa.^[14] sedangkan kios berarti toko kecil, jadi dari sini dapat disimpulkan kalau sebutan yang benar untuk *outlet* pulsa, *counter* pulsa, konter pulsa atau kios pulsa adalah kios pulsa, yang digabungkan artinya menjadi toko kecil tempat berjualan pulsa. (*Blogspot, 2011*)

STT - NF

Tabel 2.1 : Penelitian terkait

No	Nama dan Tahun	Judul	Topik	Subjek	Hasil
1	Dedy Setyawan, 2019.	Perancangan Ulang Logo <i>Corporate Identity Twofa Collection</i>	Pembuatan Logo Twofa Collection	Toko aksesoris tas kulit, tas rotan	Logo twofa collection disertai pengaplikasian logo di media lain seperti di <i>note, stample, name tag, dll.</i>
2	Arfiansyah Adhy Laksono, 2020.	Perancangan Logo dan Identitas Visual UD. Baqoroh Joyo	Pembuatan Logo UD. Baqoroh Joyo	Perusahaan peternakan sapi dan kambing	Menghasilkan logo perusahaan disertai pengaplikasian logo di media lain seperti di kartu nama kop surat, papan nama, dll.
3	Miftahur Rozak, 2019.	Perancangan Logo Lawang Rizqi Desain	Pembuatan Logo Lawang Rizqi Desain	Perusahaan desain dan percetakan	Menghasilkan logo perusahaan disertai pengaplikasian logo di media lain seperti di kop surat, papan nama, amplop, dll.

4	Abdullah Reka Sahara, 2019.	Perancangan Ulang Logo dan <i>Corporate Identity</i> PT. Bumi Resik Mandiri	<i>Re-desain</i> Logo PT Bumi Resik Mandiri	Perusahaan jasa <i>cleaning service</i> dan <i>Landscape</i>	Menghasilkan logo perusahaan disertai pengaplikasian logo di media lain seperti di amplop, <i>fax</i> , kartu nama, dll
---	--------------------------------------	---	--	---	--

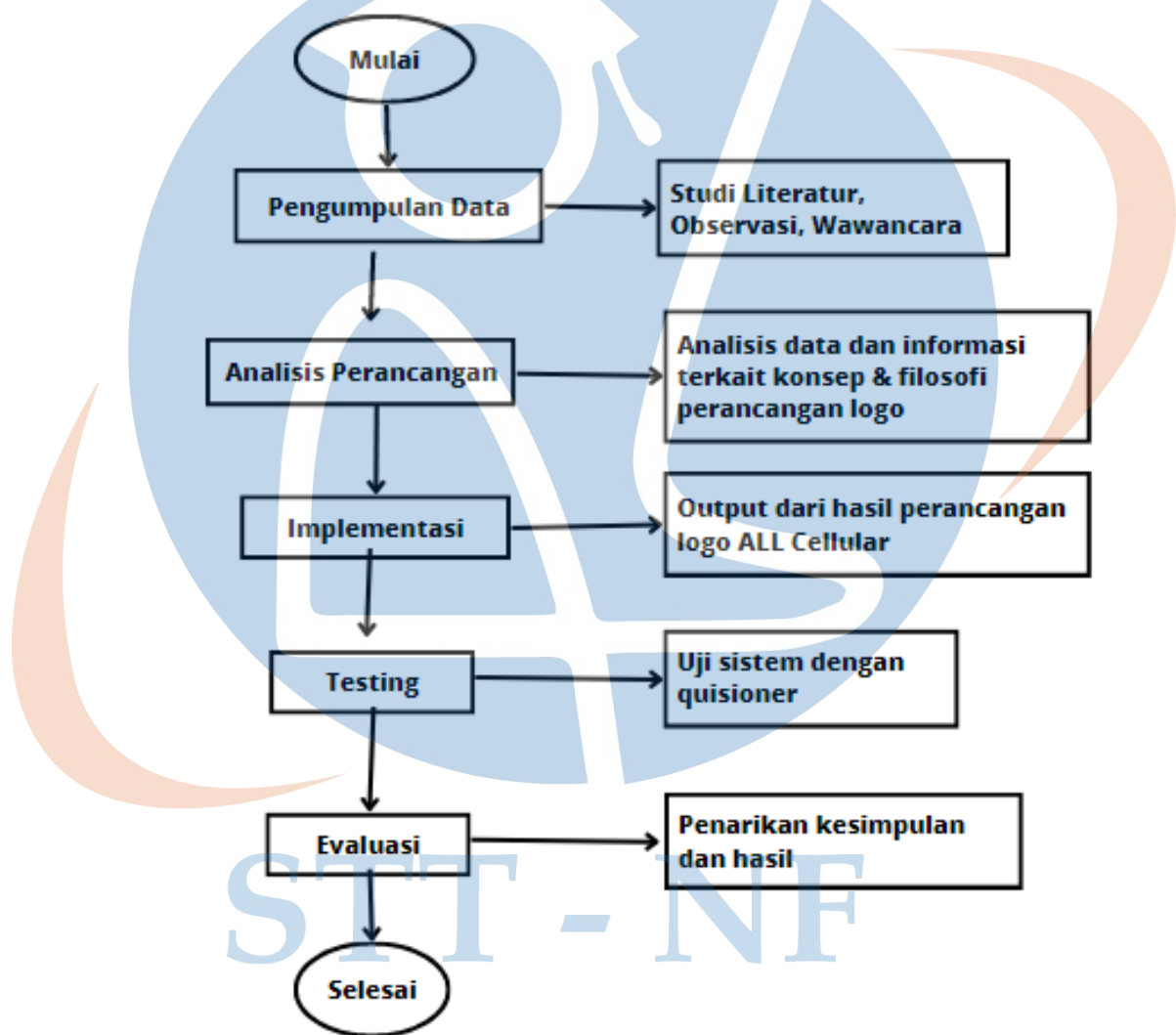


STT - NF

BAB III
HASIL PELAKSANAAN TUGAS AKHIR

3.1 Tahapan Penelitian

Pada tahap penelitian perancangan desain logo mempunyai alur dan beberapa tahapan yang dilakukan oleh peneliti, diantaranya:



Gambar 1: Alur penelitian

3.2 Rancangan Penelitian

3.2.1 Analisa Data dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode ini dipilih karena bersifat *deskriptif* dan lebih menggunakan analisis atau pemahaman sehingga tidak bisa diukur dengan angka. Penelitian kualitatif dimulai dengan melakukan wawancara dengan pemilik usaha kemudian di lanjut dengan merancang konsep untuk pembuatan logo yang akan dibuat. Selanjutnya dengan menentukan *icon* apa saja yang akan dibuat untuk membuat logo dari konter pulsa ALL Cellular dilanjutkan dengan mendiskusikan hasil rancangan dengan pemilik usaha dan dengan dosen pembimbing hingga rancangan ini selesai beserta dengan laporan dari rancangan ini.

3.2.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi dan bahan masukan penelitian dengan menggunakan data *primer* maupun data *sekunder*, adapun metode yang dilakukannya adalah sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Studi Literatur merupakan metode pengumpulan data yang bersumber pada buku, jurnal, dan sumber bacaan lainnya. Metode ini dilakukan dengan cara mencari, membaca, menelaah dan membandingkan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan konsep pembuatan logo dan cara penelitiannya.

Salah satu media yang digunakan sebagai rujukan pembuatan Tugas Akhir ini yaitu *e-book* penelitian dari hasil penelitian *Miftahul Rozak* mahasiswa Program Studi D3 Teknik Elektronika Konsentrasi Desain Komunikasi Visual Politeknik Harapan Bersama. *E-book* ini menjelaskan tentang tata cara pembuatan logo, teori desain perancangan logo, *managemen* perancangan logo, *managemen* perancangan desain yang dibutuhkan sebagai rujukan perancangan logo.

Berikut ini merupakan rangkuman dari wawancara yang dilakukan peneliti dengan pemilik usaha ALL Cellular adalah sebagai berikut :

1. Pemilik konter menginginkan pembuatan logo yang baru.
2. Pemilik konter menginginkan logo yang berbentuk *word mark logo* (logo teks nama atau gambar nama)
3. Pemilik konter menginginkan logo yang menarik dan sesuai dengan citra konter ALL Cellular.

3.2.3 Lingkungan Penelitian

Lingkungan penelitian adalah tahapan yang dilakukan penulis untuk memenuhi penelitian yang akan dilaksanakan.

1. Tempat/Lokasi

Penulis melakukan penelitian di konter ALL Cellular yang beralamat di Jalan Raya Binong Dusun Krajan RT 02 RW 01 Desa Binong, Kecamatan Binong, Kabupaten Subang, Jawa Barat, 41253.

2. Bahan dan Alat

Penelitian ini dilakukan untuk membangun citra *merk* atau *branding* bisnis ALL Cellular dengan cara pembuatan logo yang menjadi ciri utama. Adapun bahan dan alat yang dibutuhkan yaitu sebagai berikut :

- *Laptop Asus K43E*
- *Processor : Intel core i3*
- *Ram : 2 GB*
- *System Type : 64 bit Operating System*

3. *Windows 10*

Sistem operasi yang digunakan yaitu *windows 10* untuk membantu Menyusun penelitian tugas akhir.

4. Ponsel Oppo A3s

- *Dimensi/bobot : 156.2 x 75.6 x 8.2 mm/168 gram*
- *Layar : 6.2 inci (720x1.520 piksel) corning gorilla glass 3*
- *Chipset : Snapdragon 450*
- *Ram dan Memori internal : 2GB, 16 GB*
- *Sistem operasi : Android 8.1, custom UI Color OS 5.1*
- *Baterai : 4.230 mAh*

5. Canva

Canva adalah *platform* desain grafis dan konten *publikasi* yang sangat mudah dan lebih cepat dalam pengoperasiannya daripada *software* lain. Dalam pemanfaatannya, canva dapat digunakan untuk membuat desain gambar, membuat video, membuat *power point*, hingga menyusun *mind map*, *infografis*, *kolase foto*, dan *planner*.^[16]

Fitur utama canva adalah untuk membuat desain gambar dengan berbagai *template* yang telah disediakan dan dapat diakses menggunakan berbagai alat seperti *pc*, *laptop* maupun *smartphone*. Alasan menggunakan canva adalah karena sesuai dengan tujuan dalam sejarah canva yaitu, canva ingin membuktikan bahwa membuat desain itu tidak hanya harus menggunakan *hardware high-spek* tapi bisa juga menggunakan *hardware low-spek*.^[16]

Disebutkan juga dalam sejarah canva bahwa pembuatan aplikasi canva ini bertujuan agar semua orang bisa memiliki *skill* desain melalui aplikasi canva ini dengan *fitur tools* yang mudah *dioperasikan*, dan semua orang bisa membuat desain di manapun dan kapanpun dengan hanya menggunakan ponsel. Dan aplikasi canva ini pula telah membuktikan bahwa membuat desain itu tidak harus menggunakan *pc* atau *laptop* yang *high-spek* saja tapi bisa juga dengan menggunakan ponsel.^[16]

3.3 Perancangan Logo

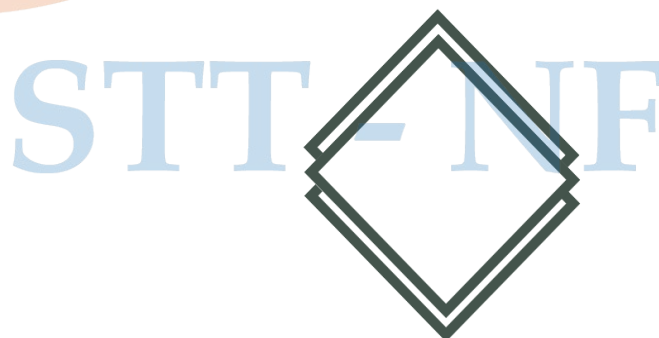
3.3.1 Perumusan Ide

Perumusan ide dilakukan dengan mengambil ciri khas konter pulsa ALL Cellular yang akan dibuat menjadi logo.

1. Ciri Khas Konter Pulsa ALL Cellular

Bentuk ciri khas yang diambil atau digunakan untuk membuat sebuah logo adalah bentuk persegi yang di *twist* (di putar) sebesar 45 derajat, dan di *duplikasi* menjadi 3 buah lalu di desain sejajar 3 buah bertumpuk. Memiliki makna *teknologi* yang kokoh dan dinamis, artinya memberikan makna ke kokohan pada usaha konter ALL Cellular karena sistem kerjanya memanfaatkan *teknologi* seperti jual-beli pulsa dan pelayanan lainnya.^[10]

Dan kedinamisannya ditandai dengan perubahan nilai/harga yang ditawarkan namun tetap stabil, karena diusahakan setiap perubahan itu diminimalisir kenaikan harganya. Hal ini cukup untuk menciptakan kepercayaan pelanggan pada usaha konter ALL Cellular, ataupun perubahan *teknologi* yang berubah cepat agar bisa terkejar dalam perubahannya atau kedinamisannya. Dan juga bentuk persegi sering digambarkan tentang ide *proporsi*, keseimbangan, dan *profesionalisme* ataupun bahkan bermakna dapat dipercaya untuk menciptakan kepercayaan pelanggan ketika konsumen mencari produk dengan kekuatan dan keamanan yang stabil.



Gambar 3: Visualisasi bentuk persegi

2. Tipe huruf

Huruf yang digunakan untuk nama konter ALL Cellular adalah jenis huruf *gulfs display* pada tulisan AC, dan *montserrat classic* pada tulisan dibawahnya.^[15]



Gambar 4: Font tulisan dengan font *gulfs display* dan *montserrat*.

3. Warna

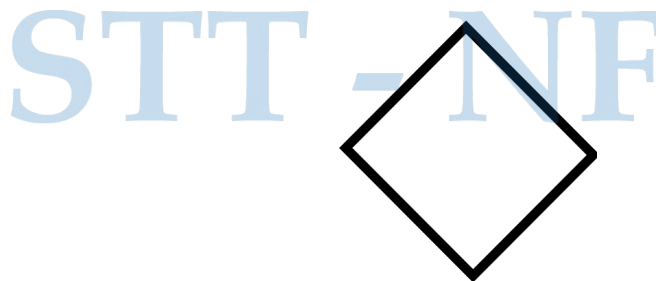
Warna yang digunakan di logo dan media *stationary set* yang digunakan untuk *pembrandingan* konter ALL Cellular terdiri dari warna hijau *army* dan putih, yaitu sebagai berikut:



Gambar 5: Jenis warna yang digunakan

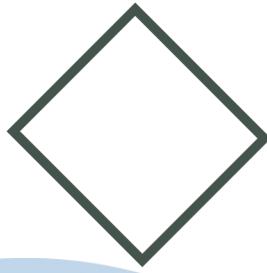
3.3.2 Pembuatan Logo

1. Membuat gambar persegi yang di *twist* (diputar) sebesar 45 derajat.



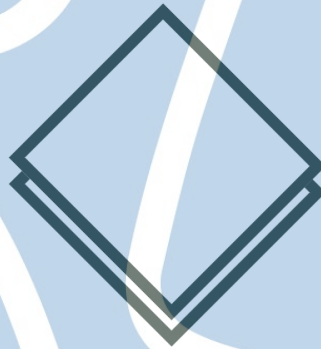
Gambar 6 : Persegi yang di *twist*

2. Lalu diganti warnanya dengan warna hijau *army*.



Gambar 7 : Pergantian warna dasar

3. Lalu duplikat persegi menjadi 2, dan letakan sejajar bertumpuk dibawah seperti gambar dibawah ini.



Gambar 8 : Gambar persegi bertumpuk 2

4. Lalu duplikat lagi persegi menjadi 3, dan letakan sejajar bertumpuk diatas seperti gambar dibawah ini.



Gambar 9 : Gambar persegi bertumpuk 3

5. Lalu tambahkan teks ditengah persegi berupa huruf A, dan warnai hurufnya dengan warna hijau army, dan ganti jenis huruf dengan tipe teks gulfs display.



Gambar 10 : Penambahan teks pertama di persegi

6. Lalu tambahkan juga teks di tengah peregi dengan menyerupai huruf C, dan ganti tipe huruf dengan tipe teks gulfs display juga, dan letakan sejajar.



Gambar 11 : Penambahan teks kedua di persegi

7. Lalu buat gambar persegi yang dimodifikasi, dan warnai dengan warna putih lalu letakan melintang diatas teks AC.



Gambar 12 : Pewarnaan pada teks

8. Lalu tambahkan pula teks dibawah huruf AC, dengan tipe teks montserrat classic lalu modifikasi dan sesuaikan penempatannya.



Gambar 13 : Penambahan teks ketiga

9. Selanjutnya tambahkan pula teks nama “konter pulsa” dibawah teks ALL CELL, dengan tipe teks montserrat classic lalu modifikasi dan sesuaikan penempatannya.



Gambar 14 : Penambahan teks keempat

10. Selesai

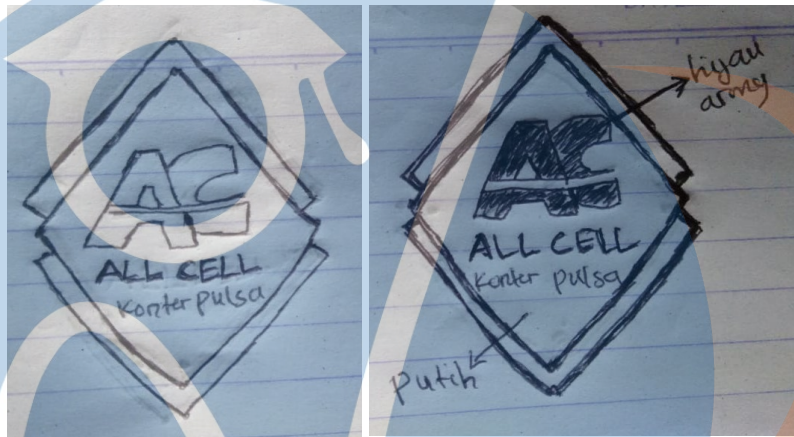


Gambar 15 : Logo yang sudah jadi

3.3.3 Pengembangan Logo

1. Sketsa kasar

Sketsa kasar berupa rancangan dari beberapa logo *alternatif* yang dibuat tetapi masih dalam sketsa kasar atau masih dalam bentuk sketsa menggunakan pensil atau pulpen.



Gambar 16: Sketsa logo kasar

Sketsa logo ini dibentuk menggunakan bentuk persegi diputar sebesar 45 derajat membentuk seperti belah ketupat, berikut ini adalah penjelasannya^[5]:

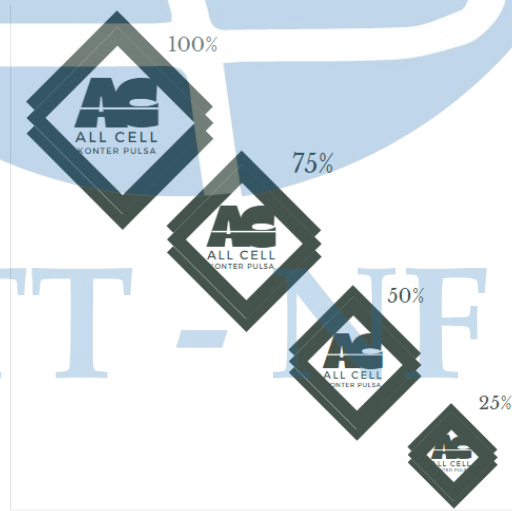
- Pada bentuk persegi belah ketupat memiliki makna *teknologi* yang kokoh dan dinamis, agar pencapaian usaha lebih berkembang pesat sejalan dengan berkembangnya zaman.
- Pada warna persegi berwarna hijau *army* memiliki arti usaha yang penuh keberuntungan, kesehatan, dan kesadaran lingkungan. Artinya melambangkan agar ALL Cellular mendapatkan keberuntungan dalam usahanya.
- Pada penulisan dan warna AC melambangkan kesan bersih, terstruktur, dan mudah dibaca. *Font gulfs display* dan *montserrat classic* adalah pilihan *font* yang sangat baik untuk desain dengan nuansa *modern* dan *minimalis*. *Font* ini banyak digunakan untuk *proyek* seperti logo atau *branding*, dan diharapkan ALL Cellular agar lebih berkembang jauh ke depan.

2. Sketsa Halus

Sketsa halus merupakan hasil dari sketsa kasar setelah melalui proses diskusi antara peneliti dan pemilik perusahaan. Logo ini dipilih berdasarkan pertimbangan dengan pemilik konter ALL Cellular, karena sesuai dengan lambang yang bermakna dan membentuk persegi bertumpuk 3 buah memiliki makna teknologi yang kokoh dan dinamis, agar pencapaian usaha lebih berkembang pesat sejalan dengan berkembangnya zaman.^[2]



Gambar 17: Sketsa logo halus



Gambar 18: Skala logo

3. Penyajian Logo Positif-Negatif

Penyajian logo di bidang hitam-putih bertujuan sebagai contoh penerapan logo di *background* berwarna gelap maupun terang penerapan logo di bidang ini berguna untuk penerapan di media yang mempunyai warna cerah maupun gelap seperti kaos berwarna hitam/abu dan kaos berwarna putih.



Gambar 19: Penerapan logo pada media abu putih

4. Penyajian Logo Berwarna

Penyajian ini bertujuan untuk menerapkan logo disalah satu dari waran logo. Penerapan logo di bidang ini berguna untuk penerapan di media yang mempunyai warna dari salah satu warna logo seperti kaos berwarna hijau *army* atau putih.



Gambar 20: Penerapan logo berwarna

3.4 Hasil penelitian

Berikut ini adalah hasil dari penerapan logo di media pendukung yang mudah di ingat untuk melakukan sistem *branding* di konter ALL Cellular.

1. Papan nama

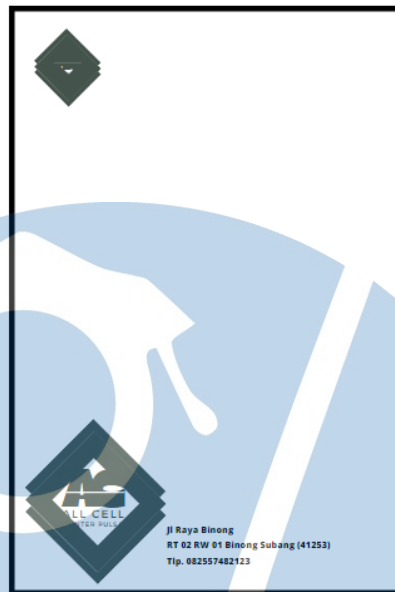
Papan nama digunakan sebagai penanda lokasi atau tempat usaha berada



Gambar 21: Papan nama lokasi

STT - NF

4. Kop Surat



Gambar 24: Kop surat

5. *Shopping bag*



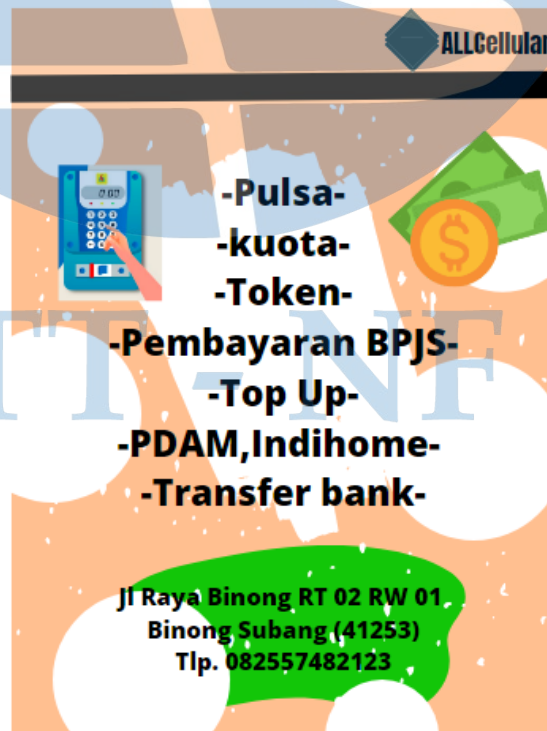
Gambar 25: Shopping bag

6. Kaos



Gambar 26: Kaos

7. Banner



Gambar 27: Banner

8. Media Sosial

Media yang dibuat untuk mempromosikan produk dari konter ALL Cellular adalah media sosial *facebook*, *whatsapp*, *instagram*, dan media lainnya. Karena mempromosikan produk lewat media online jauh lebih mudah dan menghemat biaya pengeluaran daripada harus membuat selebaran *poster*. Gambar di bawah ini bisa di *post* di media sosial guna melakukan promosi.



Gambar 28: Media sosial

3.5 Evaluasi Hasil Penelitian

Untuk mengevaluasi hasil penelitian sudah sesuai atau belum, maka dilakukan juga tahap pengujian. Pengujian ini dilakukan adalah, untuk memastikan bahwa apa yang dibuat telah sesuai dengan tujuan penelitian dan apa yang diinginkan oleh konter ALL Cellular. Pengujian di konter ALL Cellular dilakukan pada tanggal 16 Maret 2023

secara online dengan sistem kuisisioner. Sistem pengujian kuisisioner dilakukan untuk mempermudah melihat keberhasilan dari perancangan logo yang sudah dibuat. Kuisisioner terdiri dari 10 pertanyaan dengan sistem penomoran *drop-down* dan dibagikan kepada 10 orang, didapatkan 1 jawaban kuisisioner dari pemilik dan 9 jawaban dari kustomer yang sering belanja di konter ALL Cellular.

Keterangan bobot nilai jawaban pilihan ganda:

1 : Sangat Setuju

2 : Setuju

3 : Kurang Setuju

4 : Tidak Setuju

Hasil masukan dari kuisisioner setelah perancangan ditunjukkan pada tabel di bawah:

Tabel 3.1 : Hasil masukan dari kuisisioner

Pertanyaan	Jawaban (orang)				
Nomer	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Jumlah
1	2	7	1	0	10
2	2	8	0	0	10
3	3	7	0	0	10
4	2	8	0	0	10
5	2	8	0	0	10
6	4	6	0	0	10
7	3	7	0	0	10
8	4	4	2	0	10
9	3	7	0	0	10
10	5	3	2	0	10
Jumlah	30	65	5	0	100

Untuk memudahkan perhitungan hasil pengujian dan mendapatkan hasilnya, maka perhitungan dibuat ke dalam *persen* dengan cara:

$$\text{Jumlah Total} = 30 + 65 + 5 + 0 = 100$$

$$\text{Jumlah SS} = 30$$

$$= 30 : 100$$

$$= 0,30$$

$$= 30\%$$

$$\text{Jumlah S} = 65$$

$$= 65 : 100$$

$$= 0,65$$

$$= 65\%$$

$$\text{Jumlah KS} = 5$$

$$= 5 : 100$$

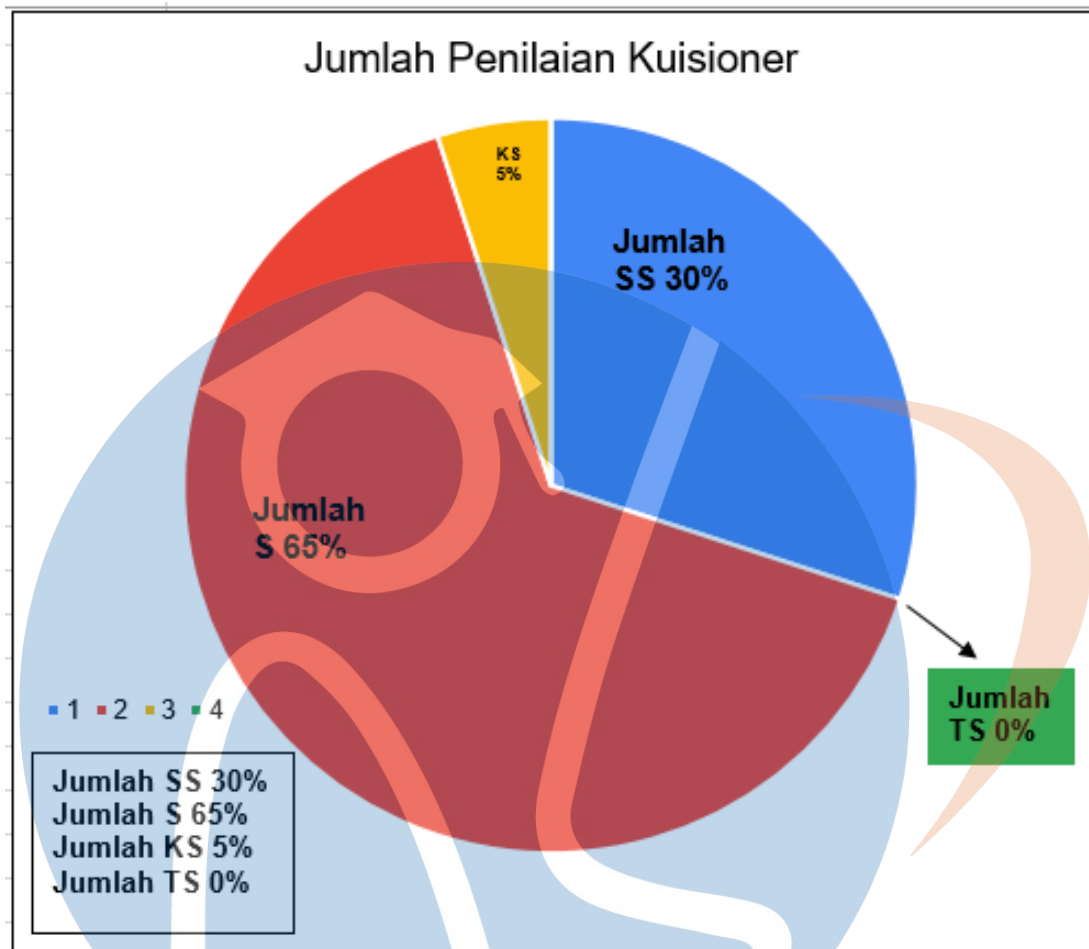
$$= 0,5$$

$$= 5\%$$

$$\text{Jumlah TD} = 0\%$$

Persentase hasil pengujian kuisisioner jika digambarkan dalam *diagram value* akan terlihat seperti pada Gambar 19.

STT - NF



Gambar 29: Jumlah penilaian kuisisioner

Berdasarkan *grafik* pada Gambar 19 dapat dijelaskan bahwa sebanyak 65% menjawab setuju, 30% menjawab sangat setuju, 5% menjawab kurang setuju, dan 0% menjawab tidak setuju. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa perancangan logo konter ALL Celular dan pengaplikasiannya pada *corporate identity* telah berhasil, sesuai dengan konsep sejak awal perancangan dan sudah sangat sesuai dengan apa yang diinginkan konter ALL Cellular.

3.5.1 Pengujian Pada Target Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Logo sangat penting dalam sebuah usaha
- Hasil rancangan logo konter ALL Cellular sudah sesuai
- Penyesuaian tulisan dan gambar sudah sesuai
- Logo mudah di ingat dan di mengerti
- Perpaduan warna yang sesuai
- Logo cukup menggambarkan jenis usaha konter ALL Cellular

3.5.2 Orisinalitas Logo

Dari awal penelitian dan semua yang berhubungan dengan perancangan logo sampai hasil jadi dari logo dan pengaplikasiannya pada *corporate identity* konter ALL Cellular, tidak ada unsur meniru atau menjiplak dari perusahaan atau organisasi lain yang sudah ada.



STT - NF

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, perancangan dan pengujian yang dilakukan, maka dapat di tarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Agar bisa merancang logo sebagai corporate identity diperlukan beberapa tahapan yang dilalui dan sudah dijabarkan di bagian hasil desain sehingga mendapatkan output yang sesuai dengan tujuan konter.
2. Cara yang tepat untuk memperkenalkan konter yaitu dengan cara pengaplikasian hasil desain logo pada media pendukung yang dibuat oleh konter.

4.2 Saran

Adapun berikut ini adalah saran yang dapat penulis usulkan untuk pengembangan selanjutnya:

Perancangan ini hanyalah salah satu *alternatif* desain yang masih perlu di kembangkan lagi. Untuk penulis berikutnya diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa dilakukan untuk tahapan selanjutnya yaitu perancangan promosi, misalnya perancangan *website* sebagai media promosi ataupun perancangan re-desain jika ingin merekontruksi logo dengan tampilan yang baru.

STT - NF

DAFTAR PUSTAKA

1. Laksono, Ardiansyah Adhy. (2020). *Perancangan Logo dan Identitas Visual UD. Baqoroh Joyo*, 52, 15-20.
2. Rozak, Miftahul. (2019). *Perancangan Logo Lawang Rizqi Design*, 65, 50-62.
3. Setyawan, Dedi. (2019). *Perancangan Ulang (Redesign) Logo Corporate Identity Twofa Collection*, 20, 10-20.
4. Sahara, Abdullah Reka. (2019). *Perancangan Ulang Logo dan Corporate Identity PT. Bumi Resik Mandiri*, 118, 19-25.
5. Djara, Tangnga. (2012). *Perancangan Logo untuk Corporate Identity Percetakan Gradea Yogyakarta dengan Menggabungkan Gaya Logotype (Word Mark) dan Logogram (Picture Mark)*, 97, 61-72.
6. Universitas Islam Indonesia research. (2011). *"Perancangan Sistem Informasi Akuntansi"*, 15, h.1.
7. Kusrianto, (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
8. Cenadi, Christine Suharto. (1999). *Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: UKP.
9. Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga
10. Wirya, Iwan. (1999). *Kemasan yang Menjual*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
11. Thabroni, G. (2019, Juli 27). *Desain Komunikasi Visual (DKV): Penjelasan Lengkap*. Diakses 18 Maret 2023, dari <https://serupa.id/desain-komunikasi-visual-dkv-penjelasan-lengkap/>
12. Setiadi, H. (2016). *Perancangan Rebranding Logo*. 20, h.9-10.
13. Noviaji. (2012, February 15). *Corporate Identity Menjadikan Branding Lebih Kuat*. Diakses pada 18 Maret 2023, dari <https://www.becakmabur.com/corporate-identity-menjadikan-branding-lebih-kuat/>
14. Raihan, Intania. 16 November 2017. *Pengertian Kios*. Diakses 18 Maret 2023, dari <https://brainly.co.id/tugas/13254225>

15. Sekarningrum, Anisa. (2022, September 02). *15+ Rekomendasi Font Canva yang Bagus*. Diakses 18 Maret 2023, dari <https://www.ekrut.com/media/font-canva-yang-bagus>
16. SMAN 13 Semarang. (2022, Oktober 19). *Memfaatkan Canva Sebagai Alat Bantu Pembelajaran*, h.1.



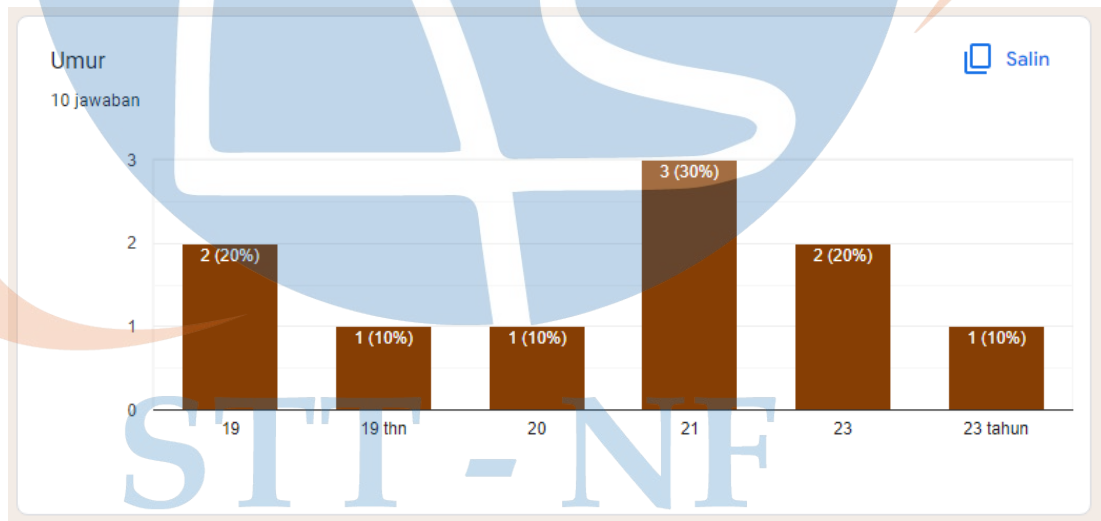
STT - NF

LAMPIRAN

Berisi antara lain: instrumen penelitian, surat keterangan telah melakukan penelitian dari obyek penelitian, dan lain-lain yang keterangan yang relevan.

Pertanyaan	Jawaban (orang)				
Nomor	SS	S	KS	TS	Jumlah
1. Konter ALL Celular memiliki citra baik di masyarakat?	2	7	1	0	10
2. Saya sudah mengenal lama konter ALL Celular?	2	8	0	0	10
3. Saya sering membeli pulsa atau paket data di konter ALL Celular?	3	7	0	0	10
4. Produk di konter ALL Celular memiliki harga yang dapat dijangkau oleh konsumen?	2	8	0	0	10
5. Konter ALL Celular harus memiliki logo sendiri?	2	8	0	0	10
6. Konter ALL Celular harus memiliki logo agar identitasnya banyak dikenal oleh masyarakat?	4	6	0	0	10

7. Apakah tampilan logo sesuai dengan citra konter ALL Celular?	3	7	0	0	10
8. Apakah tampilan warna dalam logo sesuai dengan citra ALL Celular?	4	4	2	0	10
9. Apakah kalian setuju jika logo ini dipakai di konter ALL Celular	3	7	0	0	10
10. Silahkan berikan penilaian pada logo baru konter ALL Celular	5	3	2	0	10
Jumlah	30	65	5	0	100

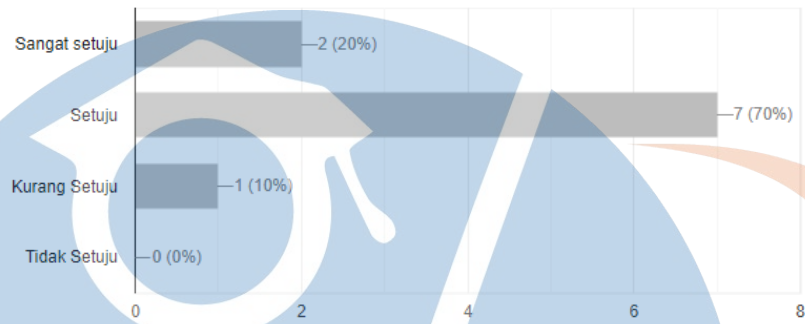


Penilaian logo konter ALL Celular milik Nana Rojali (Ali)

1. Konter ALL Celular memiliki citra baik di masyarakat?

Salin

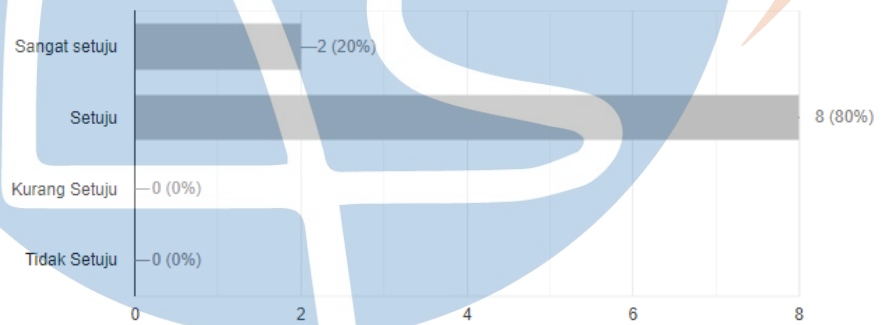
0 / 10 jawaban yang benar



2. Saya sudah mengenal lama konter ALL Celular?

Salin

0 / 10 jawaban yang benar

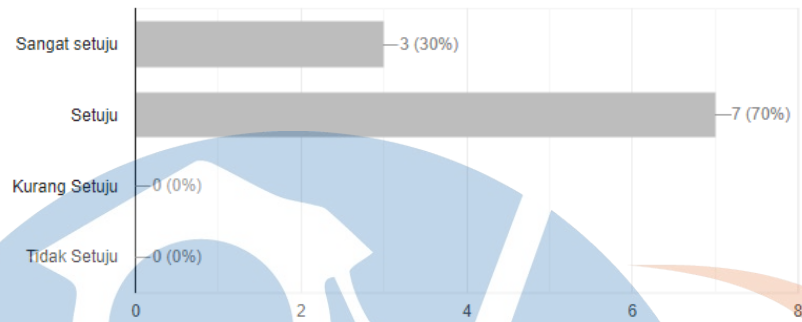


STT - NF

3. Saya sering membeli pulsa atau paket data di konter ALL Celular?

Salin

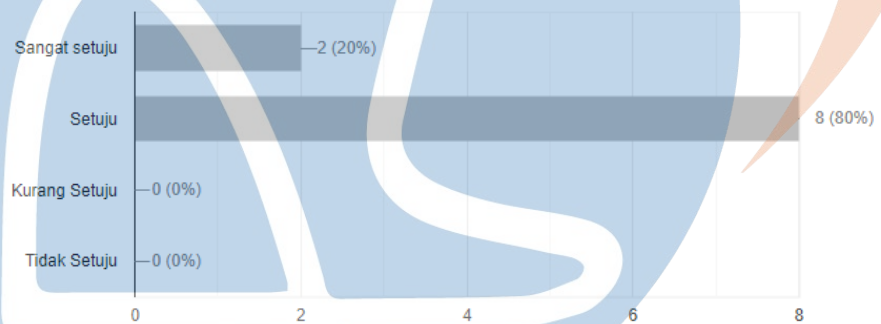
0 / 10 jawaban yang benar



4. Produk di konter ALL Celular memiliki harga yang dapat dijangkau oleh konsumen?

Salin

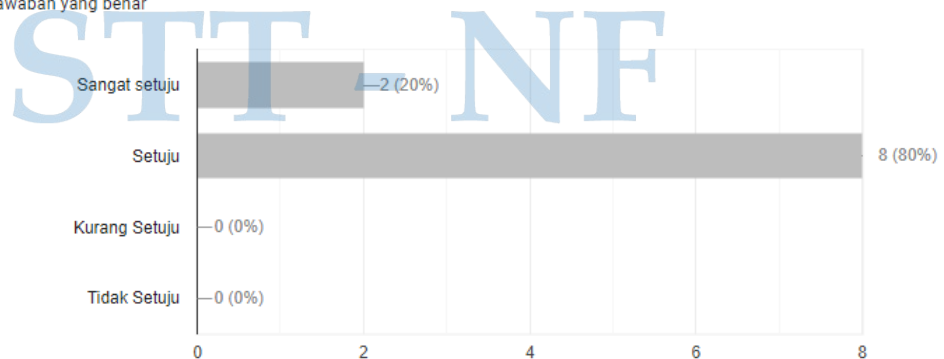
0 / 10 jawaban yang benar



5. Konter ALL Celular harus memiliki logo sendiri?

Salin

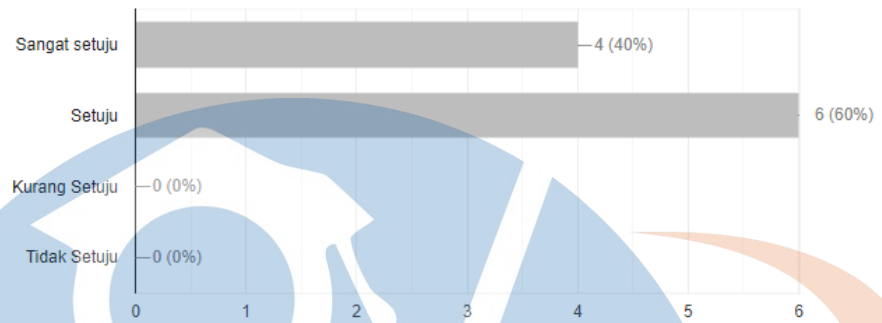
0 / 10 jawaban yang benar



6. Konter ALL Celular harus memiliki logo agar identitasnya banyak dikenal oleh masyarakat?

Salin

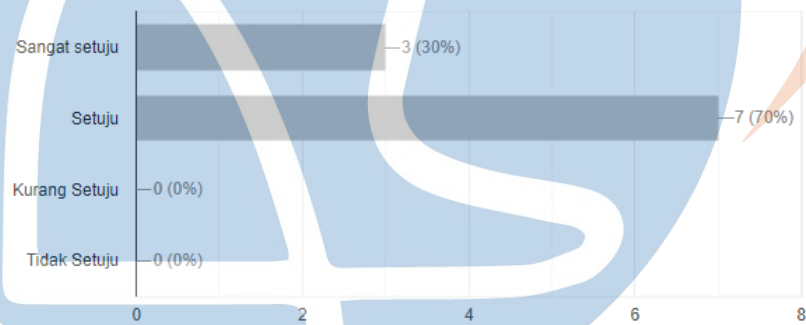
0 / 10 jawaban yang benar



7. Apakah tampilan logo sesuai dengan citra konter ALL Celular?

Salin

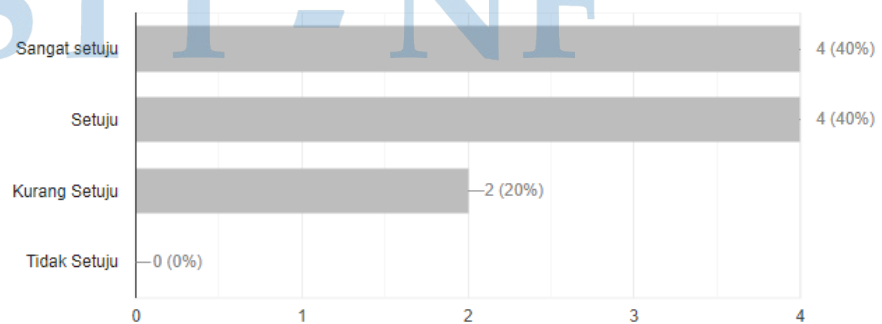
0 / 10 jawaban yang benar



8. Apakah tampilan warna dalam logo sesuai dengan citra ALL Celular?

Salin

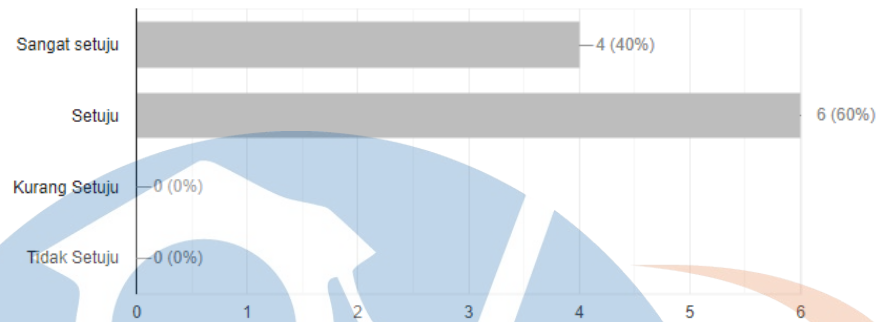
0 / 10 jawaban yang benar



9. Apakah kalian setuju jika logo ini dipakai di konter ALL Celular

Salin

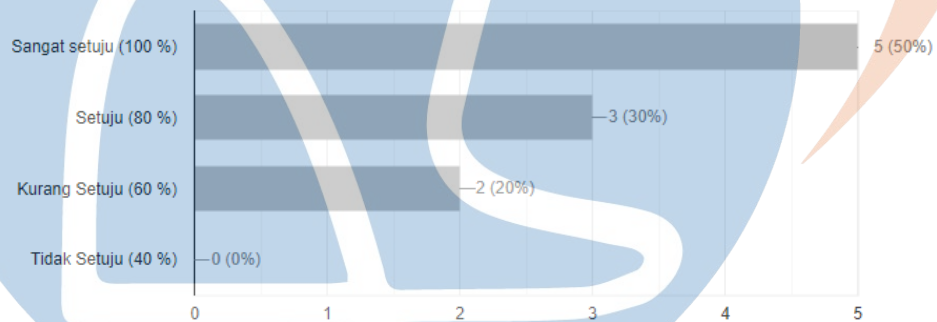
0 / 10 jawaban yang benar



10. Silahkan berikan penilaian pada logo baru konter ALL Celular

Salin

0 / 10 jawaban yang benar



3/18/2023 9:39:27	0 Ali	Pertanyaan	Jawaban Pemilik (Nana Rojali/ ALI)			
Nomor	SS	S	KS	TS	Jumlah	
1. Konter ALL Celular memiliki citra baik di masyarakat?	0	1	0	0	1	
2. Saya sudah mengenal lama konter ALL Celular?	0	1	0	0	1	
3. Saya sering membeli pulsa atau paket data di konter ALL Celular?	0	1	0	0	1	
4. Produk di konter ALL Celular memiliki harga yang dapat dijangkau oleh konsumen?	1	0	0	0	1	
5. Konter ALL Celular harus memiliki logo sendiri?	0	1	0	0	1	
6. Konter ALL Celular harus memiliki logo agar identitasnya banyak dikenal?	1	0	0	0	1	
7. Apakah tampilan logo sesuai dengan citra konter ALL Celular?	1	0	0	0	1	
8. Apakah tampilan warna dalam logo sesuai dengan citra ALL Celular?	1	0	0	0	1	
9. Apakah kalian setuju jika logo ini dipakai di konter ALL Celular	1	0	0	0	1	
10. Silahkan berikan penilaian pada logo baru konter ALL Celular	1	0	0	0	1	
Jumlah	6	4	0	0	10	