

BRANDING PERUSAHAAN PERCETAKAN HIMAMO SURAKARTA**BRANDING HIMAMO OFFSET CORPORATION SURAKARTA**

Oleh: Tunjung Ahdzi Dwiharjo, Pendidikan Seni Rupa
Pringwulung, Sleman, Yogyakarta (tunjungmrm@gmail.com)

Abstrak

Penulisan laporan Tugas Akhir Karya Seni bertujuan untuk membuat *branding* yang baik dan efektif sebagai media promosi bagi perusahaan HIMAMO. Penciptaan *branding* menggunakan metode observasi, dokumentasi, dan visualisasi. Observasi yaitu pengamatan secara langsung kondisi perusahaan HIMAMO dengan melihat potensi-potensi yang bisa dijadikan *branding*. Dokumentasi adalah kegiatan pengumpulan data visual sebagai acuan dalam pembuatan karya. Visualisasi merupakan tahap pengolahan data hingga menjadi hasil akhir yaitu *branding* dengan melalui tahapan *rough layout*, *comprehensive layout* dan *final design*. Konsep penciptaan media *branding* perusahaan himamo menggunakan desain *low poly*. Hasil dari perancangan media promosi berupa media utama (*prime media*) dan media pendukung (*supporting media*). Media utama yang digunakan adalah poster dan spanduk, sedangkan media pendukung (*supporting media*) adalah *merchandise*, brosur, topi dan baju karyawan, daftar harga cetak dan nota pembelian.

Kata kunci: *branding*, media promosi, *low poly*

Abstract

Final report writing Works of Art aims to create a good and effective branding as a media promotion for the company HIMAMO. Creation of branding using the method of observation, documentation, and visualization. Observation is a direct observation of HIMAMO company condition by looking at the potentials that can be used as branding. Documentation is the activity of collecting visual data as a reference in making works. Visualization is the stage of data processing to be the final result of the branding through rough layout stages, comprehensive layout and final design. The creation concept of HIMAMO branding media using low poly design. The result of media promotion design in the form of main media (prime media) and supporting media (supporting media). The main media used are posters and banners, while the supporting media (supporting media) are merchandise, brochures, hats and employee clothes, printed price list and purchase note.

Keyword: branding, promotion media, low poly

PENDAHULUAN

Seiring persaingan industri yang menciptakan berbagai pilihan tak terbatas, perusahaan mencari berbagai cara untuk berhubungan dengan pelanggan, sehingga menjadi tak tergantikan dan menciptakan hubungan jangka panjang. Merek dapat tampil kuat dan menonjol di dunia industri. Pelanggan yang tertarik dengan suatu merek akan mempercayai merek tersebut. Dengan demikian, bagaimana sebuah merek dipandang mempengaruhi keberhasilan merek tersebut.

Kesimpulannya bahwa merek adalah penanda satu produk atau jasa yang terdiri dari unsur visual (logo) dan unsur verbal (nama, *tagline*) yang membedakan dengan pesaing sejenis. Tidak hanya sebagai pemberian tanda, merek memiliki makna yang berkaitan dengan kinerja produk tersebut. Merek yang baik tentu saja dapat tertanam di benak konsumen.

Percetakan “Himamo” merupakan salah satu perusahaan percetakan yang berada di kota Surakarta. Sebelumnya perusahaan ini bernama “Bintang Fajar Offset” dan status kepemilikan perusahaan dimiliki oleh dua orang pemilik. Sekarang salah satu pemilik memutuskan untuk mendirikan perusahaan sendiri dan diberi nama Himamo. Perusahaan percetakan Himamo ini biasa menerima pesanan cetak dari perusahaan-perusahaan kecil maupun besar, meskipun perusahaan percetakan Himamo ini baru berdiri tetapi perusahaan ini sudah diisi oleh para karyawan yang sudah berpengalaman.

Sebelumnya perusahaan percetakan Himamo tidak memiliki *brand*, untuk mempromosikan perusahaannya, perusahaan Himamo hanya mengandalkan promosi dari

mulut ke mulut. Dibuatnya *branding* Himamo ini diharapkan dapat menjadi sarana promosi yang lebih baik dan efektif dibandingkan yang sebelumnya.

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.

Corporate Identity dalam suatu perusahaan, berperan dalam menjawab pertanyaan siapa Himamo itu, dalam arti dimata klien atau konsumen. Disini perusahaan menunjukkan rasa kebersamaan atau hubungannya kepada klien atau konsumen.

Seiring persaingan industri yang menciptakan berbagai pilihan tak terbatas, perusahaan mencari berbagai cara untuk berhubungan dengan pelanggan, sehingga menjadi tak tergantikan dan menciptakan hubungan jangka panjang. Merek akan tampil kuat dan menonjol di dunia industri. Pelanggan yang tertarik dengan suatu merek akan mempercayai merek tersebut. Dengan demikian, bagaimana sebuah merek dipandang mempengaruhi keberhasilan merek tersebut.

Percetakan Himamo merupakan salah satu perusahaan percetakan yang berada di kota Surakarta. Sebelumnya perusahaan ini bernama Bintang Fajar Offset dan status kepemilikan perusahaan dimiliki oleh dua orang pemilik. Sekarang salah satu pemilik memutuskan untuk

mendirikan perusahaan sendiri dan diberi nama Himamo. Perusahaan percetakan Himamo ini biasa menerima pesanan cetak dari perusahaan-perusahaan kecil maupun besar, meskipun perusahaan percetakan Himamo ini baru berdiri tetapi perusahaan ini sudah diisi oleh para karyawan yang sudah berpengalaman.

TEORI GESTALT

Desain grafis merupakan cabang ilmu dari seni visual yang tidak bisa lepas dari ilmu psikologi. Peran psikologi dalam desain grafis meliputi bagaimana seseorang secara psikis merespon tampilan visual disekitarnya. Oleh karena itu, mempelajari teori psikologi sangat dianjurkan bagi desainer grafis untuk menciptakan tampilan visual yang cerdas dan efektif. Salah satu teori psikologi yang paling populer dan banyak digunakan dalam desain grafis adalah teori Gestalt.

Gestalt merupakan sebuah teori psikologi yang menyatakan bahwa seseorang akan cenderung mengelompokkan apa dia lihat disekitarnya menjadi suatu kesatuan utuh berdasarkan pola, hubungan, dan kemiripan. Teori ini dibangun oleh 3 ilmuwan asal Jerman yaitu: Kurt Koffka, Max Wertheimer, and Wolfgang Köhler.

Gestalt banyak digunakan dalam desain grafis karena menjelaskan bagaimana persepsi visual bisa terbentuk. Prinsip-prinsip Gestalt yang banyak diterapkan dalam desain grafis antara lain adalah *proximity* (kedekatan posisi), *similarity* (kesamaan bentuk), *closure* (penutupan bentuk), *continuity* (kesinambungan pola), dan *figure Ground*.

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Desain komunikasi visual memiliki pengertian secara menyeluruh, yaitu rancangan sarana komunikasi yang bersifat kasat mata (Sanyoto,2006:8). Menurut Widagdo (1993:31) desain komunikasi visual dalam pengertian modern adalah desain yang dihasilkan dari rasionalitas yang dilandasi pengetahuan, bersifat rasional, dan pragmatis yang senantiasa dinamis, penuh gerak, dan perubahan.

MEDIA PROMOSI

Media promosi tidak lepas dari peranan Desain Komunikasi Visual yang jika dijabarkan perkata saling berkaitan yaitu Desain, Komunikasi dan Visual. Dari ketiga makna tersebut, kata komunikasi yang menjadi tujuan pokoknya. Komunikasi penting dalam kehidupan, manusia tidak dapat melangsungkan kehidupan tanpa adanya komunikasi. Begitupula pada dunia periklanan, menurut Prof. David K. Berlo dari *Michigan University*, komunikasi adalah sarana dan interaksi untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain serta mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan di dalam masyarakat itu sendiri.

LOGO

Logo pertama diciptakan pada kekaisaran Romawi yaitu *Senatus Papuluswue Romanus* (senat dan rakyat Romawi). Sejarahnya, perusahaan/ pemegang merek memiliki tulisan nama merek yang didesain khusus menggunakan *lettering* atau menggunakan jenis huruf tertentu. Sehingga pada awalnya logo berupa *logotype* atau hanya berupa tulisan.

Logo atau tanda gambar (*picture mark*) menurut Kusrianto (2009:232), merupakan identitas yang dipergunakan untuk

menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi.

LOW POLY

Low Poly Art adalah tren yang berkembang di dunia desain, dan semakin banyak desainer yang mulai bereksperimen dengan Lowpoly sebagai dasar dari desain yang dibuat. *Low Poly Art* terbuat dari *mesh* poligon dengan sejumlah kecil atau tinggi poligon. Mereka terdiri dari ratusan bentuk geometris kecil yang digabungkan untuk membentuk sebuah gambar abstrak. Awalnya, *Low Poly* adalah teknik untuk pemodelan 3D yang sekarang banyak digunakan oleh ilustrator dan desainer di seluruh dunia. karya *Low Poly Art* dapat diterapkan untuk dicetak poster, mug, t-shirt, digunakan sebagai wallpaper dan banyak lagi.

Low poly merupakan ide dasar yang diterapkan dalam pembuatan media promosi di perusahaan percetakan Himamo. Dalam pembuatan media promosi ini menggunakan *lowpoly* sebagai *background* dari desain media promosi.

PERCETAKAN HIMAMO

Himamo merupakan sebuah perusahaan yang terletak di kota Surakarta. Perusahaan ini bergerak dibidang percetakan. Selama ini perusahaan yang bergerak dibidang jasa percetakan ini menggunakan desain hanya memiliki sebuah logo yang kurang efektif dan perusahaan tidak memiliki *corporate identity* seperti pada perusahaan maju pada umumnya. Untuk itu perlu dilakukan desain atau perancangan *company profile* pada perusahaan percetakan Himamo.

Menurut bapak Didik Prasetyo (*owner* Percetakan Hiamamo), bahwa nama unik

Himamo ini diambil dari nama anak pertama Pak Didik yang artinya kebahagiaan dan kemerdekaan, yang diharapkan pada perusahaan Himamo ini dapat memberikan kebahagiaan untuk semua orang lewat pelayanan dan produk-produknya dan juga memberikan kemerdekaan untuk keluarga pemilik perusahaan maupun semua karyawan yang berkerja di perusahaan tersebut. Percetakan Himamo memiliki 2 mesin cetak *Hamada 25* yang beroperasi 8 jam setiap harinya. Percetakan ini juga memiliki 1 mesin potong yang mampu memotong hingga ketebalan lebih dari 1000 halaman. Memiliki 2 unit komputer yang digunakan untuk mengolah desain dari konsumen.

WARNA CMYK

CMYK adalah kependekan dari cyan, magenta, *yellow*-kuning, dan *black*-hitam, dan biasanya juga sering disebut sebagai 'warna proses' atau 'empat warna'. CMYK adalah sebuah model warna berbasis pengurangan sebagian gelombang cahaya (*subtractive color model*) dan yang umum dipergunakan dalam pencetakan berwarna. Istilah CMYK juga biasanya digunakan untuk menjelaskan proses pencetakan itu sendiri. Meskipun terdapat beberapa metode pencetakan yang diterapkan pada percetakan, operator cetak, pembuat mesin cetak dan urutan penintaan, proses pewarnaan umumnya berurutan sesuai dengan singkatannya, yaitu CMYK.

Warna CMYK merupakan warna dasar yang banyak dipakai oleh perusahaan percetakan untuk mendapatkan banyak warna pada hasil cetaknya. Karena TAKS saya tujuan akhirnya adalah agar perusahaan percetakan dapat membuat media promosinya sendiri sehingga

saya menyesuaikan desain saya sesuai dengan keadaan dari perusahaan Himamo.

KONSEP PERANCANGAN

Konsep ditekankan sebagai tujuan umum target yang dituju, dengan tujuan umum yaitu sebuah desain dengan tema *LowPoly* sebagai *Branding* dari perusahaan percetakan Himamo, serta *lowpoly* sebagai ide utama dari pembuatan media promosi secara lengkap untuk mempromosikan percetakan Himamo. Konsep disusun berdasarkan studi kelayakan terhadap estetika, efektif, kreatif dan komunikatif sesuai dengan target *audience*.

Dalam hal ini perancang menentukan ide apa yang cocok dikembangkan untuk mencapai tujuan dan dapat menarik *audience* selain itu ide dapat sebagai identitas dari perusahaan.

Langkah pertama dalam konsep ialah menentukan pendekatan desain, yaitu membuat desain yang *simple*/sederhana dengan mengolah unsur garis dan bidang, menggunakan warna CMYK sebagai pendukung dari tema Percetakan Himamo yang diangkat, serta menampilkan produk cetak dan tempat yang ada dalam bentuk gambar/foto. Media promosi menggunakan bahasa yang formal sehingga mudah dipahami semua kalangan. Target *audience* dari perancangan media promosi ini adalah kalangan remaja hingga dewasa di Surakarta. Berdasarkan konsep perancangan tersebut maka dibuat perancangan media promosi berupa Media Utama (*Prime Media*) yang digunakan yaitu poster dan spanduk, sedangkan media Media Penunjang (*Supporting Media*), antara lain *Merchandise*, kaos dan topi karyawan, brosur, daftar harga cetak dan nota/bukti pembelian.

HASIL

Logo Perusahaan



Konsep logo dilihat dari tujuan latar belakang perusahaan dan bergerak dibidang apakah perusahaan tersebut mejadi alasan dibuatnya logo ini. Bentuk logo berupa tulisan nama perusahaan dan juga tulisan kecil keterangan tentang perusahaan.

Pada huruf O yang terdapat di tulisan Himamo diganti dengan bentuk segi 6 atau heksagon yang menggunakan gradasi kasar warna CMYK. Bentuk segi enam pada logo ini memiliki makna mirip dengan sarang lebah. Lebah menyimpan sumber makananya berupa madu disarang, sama halnya dengan perusahaan ini, owner dari perusahaan. Perusahaan ini adalah tempat dimana uang atau penghasilan didapatkan.

Media Utama

Media utama menjadi hal yang paling penting dalam perancangan ini. Prioritas ini produk yang akan digunakan sebagai media promosi mejadi target sasaran. Media utama yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah logo percetakan Himamo yang akan diterapkan pada setiap media promosi.

Spanduk



Gambar 1 : Spanduk

Ukuran : 3 x 1 m

Poster



Gambar 2 : Poster

Ukuran : 420 x 594 mm

Media Pendukung

Media pendukung disini adalah media yang digunakan untuk menegaskan *Branding* dari suatu perusahaan, *Branding* utama adalah logo, sedangkan media pendukung disini diselipkan kedalam produk yang dihasilkan ataupun ditaruh didalam kantor perusahaan sehingga ketika kustomer masuk bisa melihat produk-produk yang dihasilkan seperti apa, media pendukung adalah:

- 1) Brosur (*booklet*) Alat publikasi resmi dari perusahaan yang berbentuk cetakan, yang berisi berbagai informasi mengenai suatu produk, layanan, program dan sebagainya, yang dimana ditujukan kepada pasar sasaran atau sasaran tertentu.
- 2) Katalog sejenis brosur yang berisi tentang rincian jenis produk atau layanan usaha dan dilengkapi dengan gambar atau contoh cetakan.
- 3) *Stationery set* disini adalah Amplop, kop surat, dan alat tulis yang ditempatkan misalnya di meja *receptionist* ataupun di meja-meja yang digunakan untuk menerima pelanggan.
- 4) Sticker merupakan bahan promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang fleksibel bisa ditempel dimana saja.
- 5) *Merchandise* merupakan bentuk promosi yang bersifat tanda mata seperti jam dinding, kalender, kaos dan sebagainya.
- 6) Kaos dan topi karyawan yang akan dipakai setiap karyawan pada saat bekerja. Secara tidak langsung orang disekeliling memakai kaos bisa melihat logo perusahaan dan menjadikan media sebagai promosi
- 7) Nota / bukti pembayaran yang disertai logo alamat dan nomor telepon perusahaan.
- 8) Kartu nama pemilik perusahaan.

PROGRAM MEDIA

Program media promosi ini akan dilaksanakan dalam periode 1 tahun yaitu tahun 2017-2018. Produksi media baik utama dan penunjang pada awalnya akan dilakukan bersama-sama. Selanjutnya, beberapa media seperti kartu nama akan terus diproduksi sesuai

dengan frekuensi penggunaan media tersebut dan akan diatur melalui strategi yang tepat. Hal tersebut agar loyalitas pelanggan akan produk Percetakan Himamo Surakarta tetap terjaga.

Pelaksanaan program media Percetakan Himamo Surakarta dilaksanakan dengan estimasi waktu dalam jangka satu tahun dengan pengaturan pengedaran agar tercipta komunikasi yang efektif dan efisien.

Media poster yang akan dipakai berjumlah ada 3 poster. Ketiga poster direncanakan akan diletakan di tiga tempat berbeda. Poster pertama dipasang di dinding toko/perusahaan sebagai informasi kepada konsumen yang datang. Kemudian poster kedua dipasang di papan pengumuman lingkungan komplek yang berada di area tempat area berkumpul warga saat melakukan aktivitas. Selain papan pengumuman komplek poster kedua ini nantinya akan dipasang juga di papan pengumuman masjid terdekat dari lokasi perusahaan. Poster ketiga diletakkan di tempat-tempat yang sudah disepakati oleh perusahaan dan juga pemilik tempat, perusahaan akan bekerja sama dengan konsumen dari berbagai instansi yang telah menjadi pelanggan tetap perusahaan untuk melakukan promosi di dalam instansi tersebut.

Media pendukung di atas direncanakan untuk digunakan oleh perusahaan sendiri sebagai penunjuk jati diri perusahaan. Media-media pendukung diatas akan dipajang di *front office* perusahaan maupun tempat-tempat yang strategis, sehingga konsumen bisa lebih cepat mengingat tentang perusahaan. *Merchandise* nantinya akan diberikan kepada konsumen yang sudah setia

menggunakan jasa cetak di perusahaan Himamo sebagai hadiah.

KESIMPULAN

Dari hasil perancangan *branding* dan media promosi perusahaan percetakan Himamo Surakarta yang telah dibuat maka dapat diambil kesimpulan yaitu : Konsep ditekankan sebagai tujuan umum target yang dituju. Konsep dengan tujuan umum yaitu sebuah desain dengan tema *LowPoly* sebagai *branding* dari perusahaan percetakan Himamo, serta *lowpoly* sebagai ide utama dari pembuatan media promosi secara lengkap untuk mempromosikan percetakan Himamo. Konsep disusun berdasarkan studi kelayakan terhadap estetika, efektif, kreatif dan komunikatif sesuai dengan target *audience*. Dalam hal ini perancang menentukan ide apa yang cocok dikembangkan untuk mencapai tujuan.

Teknik perancangan desain menggunakan perangkat manual seperti pensil, *table tracing* dan *drawing pen*. Selain itu juga menggunakan perangkat komputer diantaranya *hardware* (perangkat keras) berupa computer/laptop, *digital camera* dan *scanner*, serta *software* (perangkat lunak) berupa program grafis *Adobe Photoshop CS7*, *Corel Draw X7* dan *software Microsoft Word*. Proses *finishing* dilakukan dengan sistem *digital printing*.

Hasil dari perancangan media promosi berupa media utama (*prime media*) dan media pendukung (*supporting media*). Media utama yang digunakan adalah poster dan spanduk, sedangkan media pendukung (*supporting media*) adalah *merchandise*, brosur, topi dan baju karyawan, daftar harga cetak dan nota pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

a. Dari buku teks:

Ardhi, Yudha. 2013. Merancang Media Promosi Unik dan Menarik. Yogyakarta: Taka Publisher.

Susanto, Mikke. 2011. Diksi Rupa: Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa. Yogyakarta: DictiArt Lab & Djagad Art House

Swasty, Wirania. 2015. Branding : Memahami dan Merancang Strategi Merek. Bandung : penerbit Rosda

b. Dari skripsi/tesis/desertasi

Dyah, Afriani (2013). Maskot Peajurit Nyutro sebagai Branding Paket Wisata Kerajinan PT.Mitra Persada Travelindo Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta..

c. Dari internet

<https://www.sessions.edu/notes-on-design/whats-the-deal-with-low-poly-art/>

diakses pada tanggal 28 Mei

<http://www.desainstudio.com/2010/06/perbedaan-rgb-dan-cmyk-menghindari.html>

diakses pada tanggal 28 Mei