



Corporate Identity Bougenvilleee Project

Putri Ananda

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Padang, Padang, Sumatera Barat, Indonesia

Hendra Afriwan

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Padang, Padang, Sumatera Barat, Indonesia

Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Kota Padang, Sumatera Barat

Korespondensi penulis: putriananda21maret@email.com

Abstract: *Bougenvilleee Project is a company that offers printing, convection and screen printing services such as printing invitations, flyers, mugs, t-shirts and other merchandise for organizations/communities/companies in large quantities. This company was founded by M. Arif Budiman and Marhayati in 2019, located on Jalan Kuini, Pekanbaru. The aim of this design is to make the company more professional, trustworthy and have a consistent corporate identity because the company's target market is more about the company's personal clients. Identity influences consumer shopping decisions, so identity can be a differentiator regarding consumer perceptions of the Bougenvilleee project's services from other competitors. The design method used is the 4D method, consisting of 4 stages, namely the Define, Design, Develop and Disseminate stages. The design analysis used is through SWOT analysis. The results of the Bougenvilleee Project corporate identity design in the form of this logo will be applied to the stationary office (invoice, letterhead, stamp, ID card, business card, t-shirt), then the main media in the form of the Brand Guideline and various supporting media for the company identity.*

Keywords: *Identity, Brand Guideline, Bougenvilleee Project, Corporate Identity, logo.*

Abstrak: *Bougenvilleee Project adalah perusahaan yang menawarkan jasa percetakan, konveksi dan sablon seperti cetak undangan, flyer, mug, t-shirt dan merchandise lainnya untuk suatu oraganisasi/komunitas/perusahaan dalam jumlah yang besar. Perusahaan ini didirikan oleh M. Arif Budiman dan Marhayati sejak tahun 2019 yang berlokasi di jalan Kuini, Pekanbaru. Tujuan perancangan ini adalah untuk membuat perusahaan menjadi yang lebih profesional, dipercaya dan mempunyai identitas perusahaan yang konsisten karena target pasar perusahaan lebih kepada personal perusahaan clien. Identitas mempengaruhi keputusan belanja konsumen, sehingga identitas mampu menjadi pembeda tentang persepsi konsumen terhadap jasa *Bougenvilleee project* ini dengan kompetitor lainnya. Metode perancangan yang digunakan yaitu metode 4D, terdiri dari 4 tahap yaitu *Define* (Pendefinisian), *Design* (Perancangan), *Develop* (Pengembangan), dan *Disseminate* (Penyebaran). Analisis perancangan yang digunakan yaitu melalui analisis SWOT. Hasil desain identitas perusahaan *Bougenvilleee Project* berupa logo ini akan diaplikasikan ke dalam *stationary office* (invoice, letterhead, stamp, id card, business card, t-shirt), kemudian media utama berupa *Brand Guideline* dan berbagai media pendukung identitas perusahaan.*

Kata kunci: *Identity, Brand Guideline, Bougenvilleee Project, Corporate Identity, logo.*

LATAR BELAKANG



Gambar 1 Logo Bougenvilleee Project saat ini
Sumber : Dokumen Bougenvilleee Project

Percetakan menjadi bisnis yang bagus untuk dikembangkan karena beriringan dengan perkembangan teknologi dan bisnis yang kebutuhannya semakin meningkat dikalangan masyarakat baik, untuk kebutuhan personal, bisnis, organisasi, komunitas, perusahaan besar dsb. Bisnis percetakan berhubungan dengan bisnis konveksi, karena perusahaan konveksi

Received Juli 30, 2023; Revised Agustus 20, 2023; Accepted September 13, 2023

* Putri Ananda, putriananda21maret@email.com

membutuhkan percetakan untuk kaos, jaket maupun sweater yang diproduksi. Salah satu bisnis Percetakan dan Konveksi ini Bernama “Bougenville Project” yang berlokasi di jalan Kuini, Pekanbaru, berdiri pada tahun 2019 dan didirikan oleh M. Arif Budiman (28 th) dan Marhayati (28 th).

Bougenville Project adalah perusahaan yang menawarkan jasa percetakan konveksi seperti cetak undangan, *flyer*, *mug*, *t-shirt* dan *merchandise* lainnya untuk suatu organisasi/komunitas/perusahaan dalam jumlah yang besar. Perusahaan memiliki target utama pasar yaitu perusahaan-perusahaan jasa sehingga dilakukan pendekatan secara personal perusahaan klien. Owner sadar perusahaan *Bougenville Project* ini belum memiliki identitas perusahaan atau alat perusahaan yang lengkap dan konsisten. Identitas berguna sebagai alat promosi dan pemasaran perusahaan. Saat ini perusahaan masih menggunakan kwitansi/faktur yang dijual dipasaran, belum adanya cap stempel *bougenville* juga desain kop surat sebagai penunjang surat kerjasama, serta adanya kepercayaan klien yang rendah terhadap jasa yang ditawarkan, owner menyampaikan ada beberapa klien yang pernah ragu untuk bekerjasama. Identitas perusahaan diperlukan untuk memenuhi Kerjasama dengan konsumen atau perusahaan klien sehingga akan mempengaruhi kualitas perusahaan, profesionalitas, loyalitas dan kepercayaan konsumen kedepannya. Juga logo *Bougenville* saat ini diperlukan *legibility* dan *readability* yang baik dan benar agar pesan tersampaikan dengan baik kepada target audiens. Logo merupakan pengenalan awal suatu identitas perusahaan, identitas perusahaan mencerminkan kepribadian perusahaan dan disinilah branding sebuah perusahaan tercipta.

Dapat disimpulkan, bahwa diperlukannya sebuah *Corporate Identity* seperti logo yang memvisualkan karakter perusahaan serta *Corporate Stationary* (*invoice*, *letterhead*, *stamp*, *id card*, *business card*, *t-shirt*) untuk membentuk perusahaan yang profesional dan meningkatkan kepercayaan klien, karena target pasar perusahaan yang besar. Kemudian hasil dari perancangan akan ditampilkan pada *Brand Guideline* sebagai panduan/pedoman *bougenville* dalam membuat perangkat perusahaan mereka sehingga terbangunnya konsistensi dalam pembuatan perangkat perusahaan mereka.

KAJIAN TEORITIS

Corporate Identity merupakan image tentang identitas suatu perusahaan yang disampaikan dalam bentuk visual, yang mencerminkan image atau citra perusahaan tersebut. *Corporate Identity* dibutuhkan perusahaan *Bougenville Project* untuk dapat membangun image perusahaan menjadi lebih baik, profesional dan positif sesuai visual yang ditampilkan. Perancangan dengan menciptakan *Corporate Identity* atau identitas perusahaan berupa segala *set stationery* dan *merchandise*, dengan media utama yang digunakan dalam perancangan karya

akhir ini adalah *Brand Guideline* yang berisi panduan sistem identitas seperti profil perusahaan, logo, warna, tipografi, asset grafis, *corporate stationery*, gambar/mockup dsb.

Rustan (2021:14) menyatakan, “Logo adalah pembeda visual berupa tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya, yang didesain khusus untuk mewakili sebuah brand”. Logo merupakan suatu identitas suatu brand, sedangkan identitas adalah sesuatu yang digunakan untuk menjadi pembeda dan pengenalan sebuah entitas/objek dengan karakteristiknya masing-masing.



Gambar 1 Logo Gofha Studio Parfume
Sumber : Jurnal DKV UNP (2021)

Perancangan logo ini penulis menggunakan rancangan karya relevan yang dirancang oleh Febri Ramadhani (2021) dengan jurnal yang berjudul “Redesain Visual Identity Gofha Studio Parfume”. Logo *Gofha Studio Parfume* terlihat simple, elegan dan tegas. *Logogram Gofha* terbentuk dari gabungan bunga mawar, daun mawar dan penggunaan huruf G diambil dari kata *Gofha* yang merupakan nama brand parfum ini. Dari jurnal diatas memiliki sedikit kesamaan dengan perancangan modifikasi Logo *Bougenvilleee Project*, yaitu kesamaan dalam merancang sebuah logo tetapi *Gofha Studio Parfume* menggunakan pendekatan karakter brand yang simple minimalis, sedangkan *Bougenvilleee Project* menggunakan pendekatan karakter yang professional, modern dan bersahabat.

METODE PERANCANGAN

Pada perancangan ini penulis menggunakan metode perancangan yaitu, Model Pengembangan *Four D (4D)*. Penamaan model pengembangan *Four D (4D)* ini diambil dari empat tahap pengembangan yaitu *Define, Design, Develop, dan Disseminate*. Penamaan ini dikembangkan langsung oleh pencetusnya yaitu Sivasailam Thiagarajan, Dorothy Semmel, dan Melvyn Semmel pada tahun 1974 (Thiagarajan, 1974).

1. *Define (Pendefenisian)*

Tahap mendefenisikan, menganalisis, dan mengumpulkan informasi atas permasalahan yang ada dalam perusahaan *Bougenvilleee Project*. Ditemukan permasalahan pada perusahaan percetakan dan konveksi ini yaitu, Identitas perusahaan yang tidak lengkap dan kurang konsisten, kemudian kurangnya *legibility* dan *readability* logo *Bougenvilleee Project* saat ini, sehingga diperlukan modifikasi logo sesuai karakteristik perusahaan. Identitas perusahaan yang baik membentuk kepercayaan konsumen atas jasa yang

ditawarkan dan image/citra perusahaan dengan era banyaknya kompetitor disekitar *Bougenville Project*.

2. Design (Perancangan)

Tahap perancangan atau pendesainan pada perancangan *Corporate Identity Bougenville Project* ini dilakukan mulai dari pencarian ide modifikasi bentuk logo, dengan membuat beberapa alternatif sketsa logo dan *logotype* dari *Bougenville Project*. Perancangan logo ini memperhatikan fleksibilitasnya dalam sistem identitas dan kedisiplinan penerapan pada sistem identitas. Kemudian penerapan logo pada media atau *corporate stationary* yang berupa *invoice, letterhead, stamp, id card, business card* dan *t-shirt Bougenville Project*. Terakhir, mengumpulkan hasil final desain kedalam *Brand Guideline*.

3. Develop (Pengembangan)

Tahap pengembangan pada perancangan ini akan melewati tahap validasi, proses ini diperlihatkan kepada owner perusahaan *Bougenville Project*, ahli desain dan khalayak ramai (mahasiswa). Hasil dari validasi akan dikembangkan hingga mencapai final desain yang sudah sesuai dengan konsep dan tujuan dari perancangan logo ini.

4. Disseminate (Penyebaran)

Hasil perancangan *Brand Guideline* dan media pendukungnya disebarkan/diserahkan kepada owner dan masyarakat.

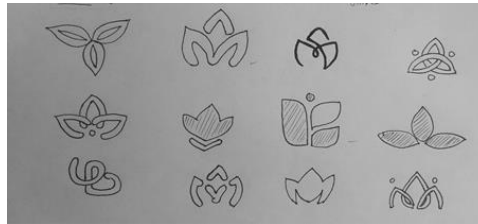
HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan *Corporate Identity* dimulai dengan pembuatan modifikasi logo *Bougenville Project* dengan pendekatan kata kunci dari professional, modern dan bersahabat. Logo *Bougenville Project* yang dirancang terdapat dua jenis logo diantaranya *logogram* dan *logotype*. Hasil dari perancangan logo sudah melewati tahap seleksi dan persetujuan dari dosen pembimbing, mulai dari sketsa kasar, digital dan final. Hasil rancangan dirancang mengikuti prinsip desain komunikasi visual dan prinsip layout yang baik. *Logogram* diadaptasi dari logo lama perusahaan *Bougenville Project*, menjadi lebih professional, modern dan bersahabat. Bentuk *logogram* diambil dari adaptasi bentuk bunga kertas (*Bougenville*) yang hanya memiliki 3 kelopak daun. Dengan penggunaan warna hijau yang lebih bersahabat, natural dan dekat. Sedangkan *logotype* yang terpilih adalah jenis font *Sans Serif*, penggunaan jenis font ini memiliki karakter yang tegas dan solid. Juga font sans serif memiliki ketebalan yang konsisten sehingga dapat terbaca dengan baik jika dilakukan fleksibilitas dalam sistem identitas, serta *legibility* dan *readability* tercipta dengan baik.

Perancangan media utama adalah *Brand Guideline Bougenville Project*, dengan elemen-elemen atau informasi mulai dari pengenalan, logo, warna, tipografi, aset grafis, layout,

penerapan/implementasi identitas dan penutup(kontak/informasi tambahan perusahaan). Perancangan dilakukan dengan menerapkan prinsip dan unsur desain komunikasi visual.

1) Logo



Gambar 1 Alternatif modifikasi logo
Sumber: Dokumen pribadi, Putri Ananda (2023)



Bougenvilleee Project

Bersahabat dan Layanan Berkualitas

Gambar 2 Logo Final vertical

Sumber: Dokumen Pribadi, Putri Ananda (2023)



Bougenvilleee Project

Bersahabat dan Layanan Berkualitas

Gambar 3 Logo Final Horizontal

Sumber: Dokumen Pribadi, Putri Ananda (2023)

2) Tipografi

Bougenvilleee Project

Bronova Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 1 Font Bronova Bold untuk Logotype

Sumber: Dokumen pribadi, Putri Ananda (2023)

Penggunaan font jenis sans serif yaitu *Bronova Bold*, memberikan kesan *logotype* yang modern, nyaman, ramah dan tegas. Font sans serif mempunyai tingkat keterbacaan yang cepat.

Bersahabat dan Layanan Berkualitas

Georgia

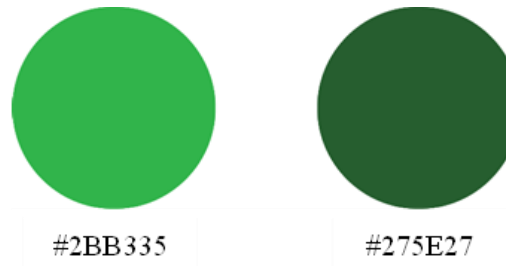
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 1 Font Georgia untuk Tagline

Sumber: Dokumen pribadi, Putri Ananda (2023)

Penggunaan font *Serif* pada tagline *Bougenvilleee Project* yaitu font *Georgia*, memberikan kesan klasik, luwes, keberanian dan professional.

3) Warna



Gambar 1 Warna

Sumber: Dokumen pribadi, Putri Ananda (2023)

Warna utama yang digunakan pada rancangan ini ada dua yaitu, warna True Green (R:43, G:179, B:53), (C:77%, M:0%, Y:100%, K:0%) merupakan warna yang diambil dari logo lama Bougenvilleee, yang memiliki makna ramah, aman, mitra yang dipercaya dan bersih. Yang kedua, warna Forest/Hijau tua (R: 39, G:94, B:39), (C:83%, M:38%, Y:100%, K: 33%) merupakan adaptasi dari warna true green yang diambil juga dari logo lama perusahaan,

4) Grid sistem logo



Gambar 4 Logo Grid

Sumber: Dokumen pribadi, Putri Ananda (2023)

5) Logo Size



Gambar 5 Logo Size Horizontal

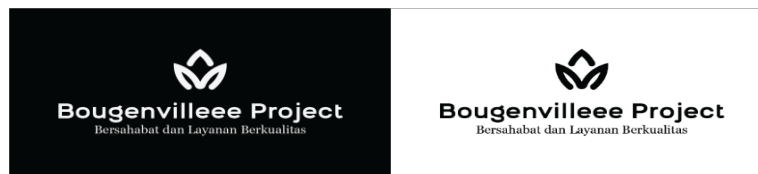
Sumber: Dokumen pribadi, Putri Ananda (2023)



Gambar 6 Logo Size Vertikal

Sumber: Dokumen pribadi, Putri Ananda (2023)

6) Aplikasi logo dalam warna



Gambar 7 Positif dan diapositif logo

Sumber: Dokumen pribadi, Putri Ananda (2023)

FINAL DESAIN

1. Media Utama



Sumber: Dokumen pribadi, Putri Ananda (2023)

Sumber: Dokumen pribadi, Putri Ananda (2023)

Final desain dari perancangan *Corporate Identity Bouenville Project* ini adalah *Brand Guideline*, merupakan petunjuk atau panduan perancangan logo dan *corporate stationary* pada perusahaan percetakan, konveksi dan sablon ini.

Brand guidelines ini memiliki 20 halaman dengan lembar timbal balik, brand guideline berisi tentang profil perusahaan, visi dan misi, tagline, logo, tipografi, warna, *pattern*, *corporate stationary*, *merchandise gift* dan promosi.

2. Media Pendukung



Gambar 10 Stationary dan media pendukung Bougenvilleee Project

UJI KELAYAKAN

Uji kelayakan perancangan logo diuji melalui website Brandmark.io, yang merupakan fitur logo-rank berdasarkan *artificial intelligence* (AI). Didapatkan hasil 100 poin *uniqueness* yang artinya tidak ditemukan kemiripan dengan logo lainnya dan didapatkan hasil 88 poin *legibility* yang artinya logo memiliki keterbacaan yang sangat jelas.



Gambar 11 Hasil uji kelayakan logo melalui website Brandmark.io

Dilakukan juga uji kelayakan desain *corporate identity Bougenvilleee Project* melalui penyebaran form kuesioner secara online kepada owner, mahasiswa dan Masyarakat umum. Berikut tabel hasil uji kelayakan melalui form kuesioner yang sudah dilakukan :

Table 1 Hasil uji kelayakan karya Corporate Identity Bougenvilleee Project

No	Poin Penilaian	Kriteria Penilaian				
		1	2	3	4	5
		Sangat kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat baik
1.	Profesional				5	10
2.	Modern				5	10
3.	Mudah dikenali (Recognized)				3	12
Total Koresponden				15 Koresponden		

Hasil kesimpulan dari tabel uji kelayakan *corporate identity Bougenvilleee Project* melalui form kuesioner diatas, diperoleh 15 orang koresponden. Poin penilaian dari perancangan *corporate identity Bougenvilleee Project* yaitu, nilai visual professional, modern dan mudah dikenali (*recognized*).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan mengenai *corporate identity Bougenvilleee Project*, dapat disimpulkan bahwa perancangan logo dan *stationary office* sudah berdasarkan konsep dan karakter dari perusahaan percetakan, koveksi dan sablon *Bougenvilleee Project*. Karakter perusahaan *Bougenvilleee Project* yang professional, modern, bersahabat dan solutif dituangkan melalui pemilihan warna, tipografi, *shape, stationary office*, perancangan logo dan sebagainya. Dalam tahap analisis awal/*define* dijelaskan oleh owner bahwa fokus utama perusahaan *Bougenvilleee Project* ini adalah mendirikan perusahaan jenis B2B. Akan tetapi owner menyadari perusahaan *Bougenvilleee Project* belum memiliki identitas perusahaan yang lengkap dan kuat, juga memiliki pesaing yang banyak. Dalam perusahaan jenis bisnis B2B identitas perusahaan/*corporate identity* sangat dibutuhkan untuk membangun image yang baik, maka dari itu perancang melakukan perubahan atau adaptasi logo lama menjadi logo baru yang lebih professional, modern, bersahabat dan solutif berdasarkan konsep dan karakter yang dimiliki dari riset yang dilakukan. Kemudian mengaplikasikan logo yang sudah dirancang kedalam *stationary office*(*business card, invoice, letterhead, stamp, envelope, id card, t-shirt*) *Bougenvilleee Project* dan berbagai media pendukung yang dibutuhkan untuk melengkapi media promosi perusahaan percetakan, konveksi dan sablon *Bougenvilleee Project*.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan dalam perancangan *corporate identity Bougenvilleee Project* tersebut penulis memberikan beberapa saran diantaranya sebagai berikut ini:

1. Penulis menyarankan agar pihak perusahaan *Bougenvilleee Project* untuk tetap dapat mempertahankan *corporate identity* yang sudah dirancang sebagai identitas perusahaan sehingga dapat menjaga image dan karakter dari perusahaan.
2. Setelah proses perancangan *corporate identity* ini dilakukan, penulis sangat menyarankan pihak *Bougenvilleee Project* tetap dapat melakukan promosi yang baik kedepannya mengingat suatu merk tidak bisa melekat begitu saja di benak konsumen tanpa adanya promosi yang baik.

DAFTAR REFERENSI

Ramadhani, F. (2021). Redesain Visual Identity Gofha Studio Parfume. DEKAVE : Jurnal Desain Komunikasi Visual.

- Rustan, S. (2021). Dalam Logo 2021: Buku 1. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia.
- Rustan, S. (2021). Dalam Logo 2021: Buku 2. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia.
- Soewardikoen, D. W. (2021). Dalam B. Anangga, & F. Maharani, Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual - Edisi Revisi. Yogyakarta: PT. Kanisius.