



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI VISUAL

ABSTRAKSI

LEORINALDO ZULVY SAPUTRA (44405010002)

PERANCANGAN ULANG LOGO PT. REKAYASA BANGUNTAMA

xii hal + 83 Halaman

Bibliografi 15 bahan buku acuan (1999-2010)

Sebagai bagian dari perencanaan *corporate identity design*, logo ibarat bagian tubuh yang mampu mengutarakan isi hati produk atau perusahaan. Seperti yang di katakan Thames dan Hudson.

The successful designer of trademarks and logos needs to have basic intellectual and draftsmanship skills in addition to a sensitivity to the aesthetic elements of design.

Artinya adalah seorang perancang logo dan cap dagang yang sukses, perlu memiliki kepandaian dasar dan keterampilan dalam menggambar melalui hubungannya dengan kepekaan terhadap elemen estetika disain.

Dari sisi pemasaran logo mempunyai fungsi identitas yang membedakan sebuah produk dengan produk lainnya. Kesemuanya itu tak lepas dari hakikat logo itu sendiri, sebagai sebuah karya seni rupa yang biasa berupa *dwi matra* (dua dimensi) atau *tri matra* (tiga dimensi). Sebagai karya seni rupa, sebuah logo tidak bisa lepas dari elemen-elemen seni rupa dasar yang membentuknya seperti garis, bentuk, warna, ruang, dan tipografi.

Dengan ini logo tidak dapat dibuat tanpa perhitungan yang tepat, karena didalam suatu logo sudah terdapat citra dari perusahaan tersebut.