

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Visual and Art Communication
Mega Rizkiah
44411010061

Corporate Identity Farida Butik Jakarta Barat
Jumlah halaman : (I-V) 86 halaman

ABSTRAK

Corporate Identity adalah salah satu cara perusahaan untuk bisa menampilkan interaksi di dalam eksistensi social. *Corporate Identity* merupakan identitas yang membedakan antara perusahaan satu dengan perusahaan yang lainnya sebagai pencitraan yang dapat dijadikan daya tarik maupun *image* perusahaan. Farida Butik merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang fashion atau butik baru yang belum memiliki *Corporate Identity* melalui logo yang mewakili identitas perusahaan.

Dalam sebuah logo yang baik, haruslah mempunyai unsur kesederhanaan, keindahan, keunikan, kelayakan, dan kejelasan. Di dalam menentukan sebuah perancangan sebuah logo diperlukan konsep-konsep yang jelas yang baik tidak lepas dari estetika desain yang ada, mewakili visi misi perusahaan, simpel dan mudah diingat. Di dalam menentukan sebuah perancangan sebuah logo diperlukan konsep-konsep yang jelas yang di dasari dari pengamatan tentang bidang yang digeluti oleh perusahaan tersebut. Kemudian dalam pemilihan dari type logo itu sendiri yaitu dapat dilihat bentuk logo dengan sentuhan simbol *long dress* dan *font Bickham Script Pro* pada kata Farida Butik dengan proposi yang semestinya agar terdapat keseimbangan pada logo tersebut dan tentunya agar logo yang dibuat akan mudah terbaca serta dikenali oleh khalayak yang melihat.

Pada teknis perancangan awal ini yaitu dengan menggunakan sketsa manual yang sudah pasti kemudian selanjutnya digitalisasi gambar yaitu proses gambar manual yang di tracing dengan menggunakan software *Adobe Photoshop CS6* sehingga menjadi gambar yang berbasis vector. Dan bentuk akhir dari perancangan logo tersebut harus sesuai dan mencerminkan dari bidang usaha itu sendiri tanpa menghilangkan visi dan misi dari butik tersebut. Kemudian segmentasi audiens dilihat dari demografis yaitu wanita yang berusia 20-45 tahun dan dari kalangan menengah ke atas, dilihat dari geografis yaitu untuk wilayah DKI Jakarta Barat dan sekitarnya, dilihat dari Psikografis yaitu berpikiran terbuka, berpendidikan, mandiri, serta fashionable.

Berdasarkan hasil perancangan logo Farida Butik diharapkan dapat mencerminkan identitas dan citra perusahaan yang sesuai dengan visi misi. Beserta Pedoman Penerapan Identitas yaitu sebagai media acuan untuk menstandarisasi identitas yang telah dibuat untuk menjaga konsistensi identitas (logo) tersebut agar tetap tampil baik dan tidak salah dalam penempatannya pada berbagai media.

Kata kunci : Corporate Identity, Logo, Media Promosi

