FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

Bidang studi *Visual and Art Communication*

FRENDY SUSANTO

44409010045

(76 halaman, 16 gambar ; 1 tabel; 1 lampiran; 2 artikel internet; 8 buku (1998-2012)

ABSTRAK

Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis percetakan, pelayanan pada pelanggan sangat penting untuk meningkatkan daya saing perusahaan jasa. Maka perancangan logo dianggap semakin dibutuhkan bagi perusahaan yang mengedepankan visi dan misi perusahaan pelangi grafika. Tujuan dari perancangan logo adalah untuk membangun identitas perusahaan serta meningkatkan karakteristik citra perusahaan.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui identitas sebuah perusahaan melalui logo, citra perusahaan dapat diterima oleh konsumen terkait dengan perancangan logo pelangi grafika sebagai *Corporate Identity Brand* dengan menggunakan landasan teori yang ada didalam buku *Kevin Lane Keller*, yaitu *Strategic Brand Management : Building, Meauring, and Managing Brand Identity.* Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penelitian deskritif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai arti sebuah logo yang menjadi citra perusahaan untuk dapat diterima oleh masyarakat seperti identifikasi masalah yang dilakukan, pembuatan rencana agenda kegiatan, implementasi dan monitoring pelaksanaan, hingga segmentasi dari kalangan remaja hingga orang tua dan pada tahap evaluasi akhir dari setiap agenda. Dengan demikian peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai perancangan logo bagi perusahaan pelangi grafika.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perancangan logo bagi perusahaan sangat diperlukan dan mengindikasikan logo sebagai corporate identity, terlibat secara penuh dalam mengidentifikasikan masalah dalam pencapaian tujuan serta mencari solusi permasalahan melalui program perancangan sebuah logo yang bermanfaat