

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang studi pustaka yang berisi tinjauan perancangan terdahulu, referensi karya yang menjadi inspirasi perancangan penulis, serta dasar teori yang menjadi acuan dalam melakukan perancangan ulang identitas visual Woodle Project.

2.1 Studi Pustaka

Pada bagian ini membahas studi pustaka terkait penelitian-penelitian yang telah dirancang, referensi karya, dan landasan teori yang masih relevan terhadap penelitian ini dan perkembangan zaman.

2.1.1 Jurnal dengan judul “Perancangan Media Promosi Indah Jaya Furniture Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*”

Jurnal dengan judul “Perancangan Media Promosi Indah Jaya Furniture Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*” ini disusun oleh In Mamal SI’in Fara D.P, dkk, dari STMIK STIKOM Surabaya 2014 [6]. Penelitian ini menjelaskan tentang perancangan media promosi perusahaan industri pengolahan kayu di Jember yaitu Indah Jaya Furniture untuk meningkatkan *brand awareness* konsumen. Strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan ini berupa logo, katalog, neon *box*, *banner*, *billboard*, iklan koran, brosur, radio, dan *website*. Perancangan ini menggunakan metode yang sama dengan penulis yaitu metode kualitatif. Yang membedakan perancangan ini dengan perancangan penulis adalah media utama yang dirancang, media utama dari perancangan ini adalah media promosi sedangkan media utama perancangan penulis adalah identitas visual. Selain itu, tujuan perancangannya juga berbeda. Perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* sedangkan perancangan penulis bertujuan untuk memperkuat citra *brand*.

2.1.2 Jurnal yang berjudul “Perancangan *Corporate Identity* Usaha Kerajinan Mebel Victoria Collection Di Gianyar”

Jurnal yang berjudul “Perancangan *Corporate Identity* Usaha Kerajinan Mebel Victoria Collection Di Gianyar” ini disusun oleh Ida Ayu Tri Eka Naka Putri, dkk, dari Institut Seni Indonesia Denpasar 2022 [7]. Penelitian ini menjelaskan tentang perancangan *corporate identity* usaha kerajinan mebel di Gianyar, Bali yaitu Victoria Collection yang bermuatan pada potensi usaha dan dapat menyampaikan tujuan perusahaan. Strategi kreatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu logo, buku pedoman identitas, dan papan nama. Perbedaan perancangan ini dengan perancangan penulis adalah konsep kreatif yang diterapkan. Konsep kreatif dari perancangan ini menggambarkan citra visual perusahaan yang natural dan autentik. Sedangkan konsep kreatif dari perancangan penulis menggambarkan citra perusahaan yang modern dan minimalis. Selain itu, dasar teori yang digunakan juga berbeda. Dasar teori yang digunakan oleh perancangan ini adalah teori *coorporate identity* dan teori desain komunikasi visual. Sedangkan dasar teori yang digunakan oleh perancangan penulis adalah teori citra *brand*, identitas visual, dan elemen visual.

2.1.3 Tugas akhir yang berjudul “Perancangan Ulang *Corporate Identity* Chandra Asri Furniture Di Situbondo”

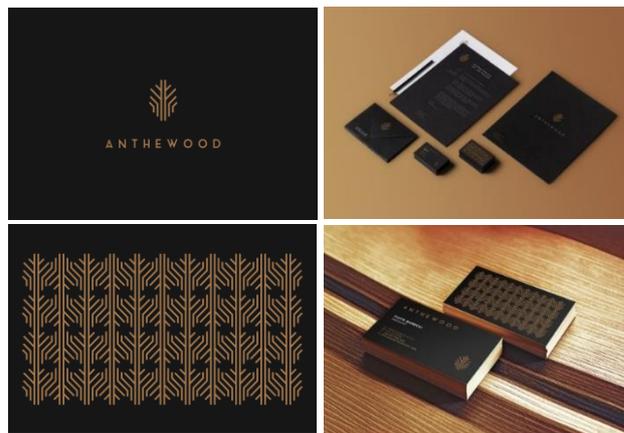
Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang *Corporate Identity* Chandra Asri Furniture Di Situbondo” ini disusun oleh Ellen Mannuela Tjandra, Obed Bima Wicandra, Aniendya Christianna Universitas Kristen Petra [8]. Penelitian ini menjelaskan tentang perancangan ulang *corporate identity* perusahaan pengolahan kayu di Situbondo yaitu Chandra Asri Furniture untuk mengenalkan tentang perusahaannya kepada masyarakat luas. Perancangan ini

berfokus terhadap perancangan ulang identitas visual berupa logo dan pengaplikasiannya pada *corporate identity*. Perancangan ini memiliki persamaan dengan perancangan penulis yaitu menggunakan metode analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities dan Threaths*). Perbedaan perancangan ini dengan perancangan penulis adalah identitas visual perusahaan yang dirancang. Perancangan ini hanya merancang identitas visual sebuah logo yang diaplikasikan pada media *stationary* saja. Sedangkan perancangan penulis merancang identitas visual dan aturannya berupa *brand guideline* serta beberapa media pendukung berupa papan nama, apron, kaos, instagram, kartu nama, dan *stand banner*

2.2 Referensi Karya

Pada bagian ini membahas referensi karya yang menjadi referensi penulis dalam melakukan perancangan ulang identitas visual Woodle Project seperti bentuk, warna, konsep, dan implementasi karya.

2.2.1 Karya referensi berjudul “Perancangan Logo Anthewood Furnitur oleh SB Brands”



Gambar 2.1 Logo, *stationery kit*, dan *pattern* Anthewood Furnitur oleh SB Brands

(Sumber: Behance.net)

Karya referensi berjudul “Perancangan Logo Anthewood Furnitur” oleh SB Brands [9]. Hasil desain logo ini memiliki desain yang simpel tetapi elegan. Konsep desain logo Anthewood Furniture

menampilkan logo simbol dengan elemen garis-garis yang seperti membentuk tekstur kayu. Penggunaan garis-garis ini dapat merepresentasikan dan menggambarkan identitas Anthewood sebagai perusahaan yang bergerak di bidang furnitur kayu. Konsep desain yang digunakan pada perancangan ini akan penulis jadikan sebagai referensi dalam merancang identitas visual Woodle Project.

2.2.2 Perancangan Identitas Visual Rojokeling



Gambar 2.2 Logo, *graphic standard manual*, *stationery*, *merchandise*, dan *pattern super graphic* Rojokeling
(Sumber: Dedy Tri Hariyadi Rachmayanto, 2019)

Referensi karya jurnal perancangan dengan judul “Perancangan Perancangan Identitas Visual Rojokeling Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*” oleh Dedy Tri Hariyadi Rachmayanto mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya [10]. Hasil desain logo ini memiliki desain yang simpel dan minimalis. Penggunaan warna coklat menggambarkan identitas perusahaan sebagai perusahaan *furniture*. Warna yang digunakan pada karya ini akan penulis jadikan sebagai referensi dalam merancang identitas visual Woodle Project.

2.2.3 Karya referensi dari Uwitan



Gambar 2.3 Logo Uwitan
(Sumber: grab.com)

Karya referensi ini adalah logo dari *brand* Uwitan yang merupakan sebuah perusahaan kerajinan kayu dari Yogyakarta. Uwitan memiliki logo yang sangat menggambarkan nama perusahaan dan citra perusahaan sebagai perusahaan kerajinan kayu. Konsep logo ini menggunakan jenis logo monogram berupa tulisan “Uwitan”. Jenis tipografi yang digunakan pada logo Uwitan merupakan tipografi jenis *sans serif* dengan stuktur huruf yang cukup tebal sehingga akan mudah terbaca dengan jelas. Jenis tipografi yang digunakan oleh Uwitan ini akan penulis jadikan sebagai referensi dalam merancang identitas visual Woodle Project.

2.3 Dasar Teori

Pada bagian ini membahas dasar teori yang digunakan untuk pembuatan karya perancangan ulang identitas visual Woodle Project. Teori yang dibahas di antaranya adalah teori furnitur, citra *brand*, identitas visual, dan elemen visual.

2.3.1 Furnitur

Furnitur adalah fasilitas atau sarana penting yang oleh manusia dalam melakukan berbagai aktivitas di luar ruangan maupun di dalam ruangan [11]. Setiap hari manusia akan membutuhkan furnitur dalam melakukan aktivitasnya seperti membutuhkan kursi untuk duduk dan meja untuk menulis. Oleh sebab itu, furnitur menjadi salah satu hal penting dalam penataan ruang atau desain interior karena berperan untuk menunjang

kenyamanan manusia. Contoh furnitur adalah perlengkapan rumah yang sering dijumpai pada setiap rumah atau kantor seperti meja, kursi, lemari, tempat tidur, rak buku, dan lain-lain.

2.3.2 Citra Brand

Citra brand atau citra merek adalah asosiasi terhadap suatu merek yang tersimpan di benak konsumen atau masyarakat dan terorganisir dengan kesan yang mendalam [12]. Citra brand dapat mencerminkan bagaimana sebuah brand dilihat dan diinterpretasikan oleh konsumen atau masyarakat. Citra brand yang positif dan kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu brand dan mempengaruhi keputusan pembelian. Teori ini dijadikan acuan dalam proses perancangan ulang identitas visual dari perusahaan Woodle Project agar dapat memperkuat citra brand Woodle Project.

2.3.3 Identitas Visual

a. Identitas Visual

Identitas visual adalah sebuah identitas yang dapat mengubah *image* suatu perusahaan menjadi berbeda dibandingkan dengan perusahaan lainnya yang memiliki kesamaan [10]. Identitas visual yang baik tentunya akan meningkatkan *branding* perusahaan dan terlihat profesional dan berkompeten dalam usahanya. Teori ini akan dijadikan acuan dalam merancang identitas visual Woodle Project.

b. Logo

Logo mewakili apa yang digambarkan seseorang akan produk yang diinginkan. Logo harus mewakili perusahaan atau produk dengan ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan perusahaan atau produk lain agar mudah dikenali oleh

konsumen [13]. Logo yang baik juga harus memiliki prinsip dan makna filosofis yang baik sesuai visi misi perusahaan. Teori ini digunakan oleh penulis sebagai acuan dalam proses pembuatan logo yang dapat menggambarkan filosofis Woodle Project.

c. *Brand Guideline*

Brand Guideline adalah dokumen atau buku pedoman yang berisikan informasi detail sebuah brand mulai dari identitas brand, aturan komposisi, desain, serta contoh penggunaan identitas sebuah brand (logo) [14]. *Brand Guideline* dibuat agar sebuah logo dapat tersaji dengan baik dan tidak ada kesalahan saat diaplikasikan pada sebuah media desain. Teori ini akan menjadi acuan dalam membuat pedoman penggunaan identitas visual Woodle Project.

2.3.4 Elemen Visual

a. Warna

Mengutip dari penelitian Muhammad Nurcahyo Sasongko, dkk dalam jurnalnya [15]. Goethe membagi warna menjadi dua yaitu warna positif dan warna negatif, warna-warna positif diantaranya warna kuning, merah-kuning (jingga/oranye), dan kuning merah. Warna-warna tersebut memiliki makna ambisius dan semangat. Sedangkan warna-warna negatif adalah biru, biru-merah, dan merah-biru warna-warna tersebut melambangkan kegelisahan, rentan, dan kecemasan. Dalam perancangan ini akan menggunakan warna positif yang akan digunakan sebagai warna utama logo dan tipografi.

b. Tipografi

Pada sebuah identitas visual terdapat 2 macam tipografi, yaitu tipografi di dalam logo (*letter marks*) dan tipografi yang

digunakan pada media pengaplikasian logo (*corporate typeface*) [16]. Hal ini dikarenakan tipografi logo dan tipografi media logo memiliki fungsi yang berbeda. Teori tipografi ini akan digunakan sebagai dasar acuan untuk menentukan tipografi yang tepat dalam perancangan ulang identitas visual Woodle Project yang mana akan menggunakan 2 macam tipografi yang berbeda untuk logo utama dan untuk aplikasi media.

c. *Layout*

Layout merupakan sebuah tatanan elemen - elemen desain pada sebuah bidang media untuk mendukung konsep atau pesan dari sebuah desain [17]. Pada sebuah desain *layout* berperan penting untuk menampilkan elemen desain seperti gambar dan teks agar menjadi komunikatif sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan mudah oleh audiens. Teori ini akan dijadikan acuan dalam merancang identitas visual Woodle Project agar desain yang dihasilkan dapat dibaca dengan mudah oleh audiens.

d. *Flat Design*

Flat design merupakan salah satu gaya desain dengan tampilan minimalis yang menghilangkan unsur tiga dimensi (3D) seperti bayangan, gradasi, tekstur, *shading* serta menggunakan warna yang datar sehingga bernuansa dua dimensi (2D) [18]. Gaya *flat design* ini akan menciptakan kesan yang ringan, bersih, lega, dan modern. Dalam rancangan identitas visual Woodle Project penulis akan menggunakan elemen visual dengan *style flat design*.