

PERANCANGAN LOGO 5 PRIMA SEBAGAI IDENTITAS VISUAL BUDAYA PERUSAHAAN DI PT. PELINDO DAYA SEJAHTERA

Gilang Mahardhika¹, Agus Setiawan²

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

Email : ¹gilangmahardhika52@gmail.com, ²agus.setiawan@dsn.dinus.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 8 Oktober 2021

Disetujui : 2 Desember 2021

Kata Kunci :

Logo, Identitas Visual, Distinctive Attitude, Pelindo Daya Sejahtera

ABSTRAK

PT. Pelindo Daya Sejahtera merupakan anak perusahaan dari PT. Pelabuhan Indonesia III yang terbentuk karena adanya komitmen perusahaan yang bertujuan untuk mensejahterakan pekerja alih daya melalui sumber daya manusia. PT. Pelindo Daya Sejahtera meluncurkan distinctive attitude yaitu 5 Prima (Perilaku Utama) dan logo yang bertujuan sebagai tindak lanjut dari inisiasi core value BUMN yaitu AKHLAK, 5 Prima tersebut adalah Senyum, Salam, Sapa, Terima kasih, serta Doa dan Harapan, Hal tersebut diharapkan dapat mengimplementasikan distinctive attitude sebagai perilaku pembeda yang dilakukan oleh insan PT. Pelindo Daya Sejahtera. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan logo ini menggunakan metode kualitatif yaitu dengan melakukan pengumpulan data dari wawancara, observasi, dokumentasi, studi pustaka dan internet. Metode analisis data menggunakan metode brainstorming dan 5W+1H, sehingga analisis tersebut sebagai acuan pada perancangan logo 5 Prima. Dalam perancangan ini terdapat Graphic Standart Manual sebagai media utama untuk panduan dalam penggunaan logo, selain itu terdapat media pendukung lainnya yang memiliki fungsi memberikan ingatan kepada insan perusahaan akan perilaku utama yang telah diterapkan.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : October 8, 2021

Accepted : December 2, 2021

Keywords:

Distinctive Attitude, Logo, Pelindo Daya Sejahtera, Visual Identity

ABSTRACT

PT. Pelindo Daya Sejahtera is a subsidiary of PT. Pelabuhan Indonesia III was formed due to the company's commitment to the welfare of outsourced workers through human resources. PT. Pelindo Daya Sejahtera has launched a distinctive attitude, namely 5 Prima (Main Behavior) and a logo that was the purpose as a follow-up to the initiation of BUMN core value, namely AKHLAK, the 5 Prima are Smile, Greetings, Greetings, Thank You, and Prayers and Hopes. Carry out a distinctive attitude as a differentiating behavior carried out by PT. Pelindo Daya Sejahtera. The data collection method used in designing this logo uses qualitative methods, namely collecting data from interviews, observations, documentation, literature studies, and the internet. The data analysis method uses brainstorming and 5w + 1h methods so that the analysis is used as a reference for designing the 5 Prima logo. In this design, there is a Graphic Standard Manual as the major of media for guidance in the use of the logo. besides that, other supporting media have the function of giving memories to company personnel about the main behaviors that have been applied.

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya perekonomian di Indonesia memberi dampak pada timbulnya penerapan sistem kerja alih daya (outsourcing) oleh perusahaan-perusahaan khususnya di bidang jasa. Dengan adanya outsourcing, sebagian kegiatan perusahaan akan diambil alih oleh perusahaan lain. Kontrak diterapkan dalam sistem kerja alih daya ini sehingga beberapa proses produksi tidak diadakan berkala, hanya sesekali saja. Sistem alih daya ini mempermudah perusahaan dalam memperhitungkan permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan tenaga kerja seperti hak cuti, persangon, karir, pensiun, dan penilaian kinerja pegawai. Sistem kerja alih daya memiliki manfaat lainnya yakni mempersingkat rentang kendali perusahaan serta memfokuskan perusahaan pada strategi-strategi perusahaan dalam hal meningkatkan kinerja bisnis perusahaan.

Industri BUMN (Tubuh Usaha Kepunyaan Negeri) salah satunya yang bergerak dibidang kepelabuhanan ialah PT Pelabuhan Indonesia III(Persero) mempunyai anak industri yang berfokus pada jasa alih energi buat industri induknya bernama PT Pelindo Energi Sejahtera. Anak industri tersebut tercipta sebab terdapatnya wujud komitmen PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) bertujuan mensejahterakan tenaga kerja alih energi yang bisa mewujudkan lewat pengelolaan sumber energi manusia secara baik serta handal dengan tetap mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku. Terakusisinya PT Persada Jasa Utama (PJU) yang merupakan industry kepunyaan Koperasi Perusahaan Indonesia III oleh PT Pelabuhan Indonesia III dihadapan Notaris Yatiningsih, SH., MH serta termuat dalam akta pergantian Nama Perseroan No 183 tanggal 19 Maret 2014 mampu menciptakan PT Pelindo Daya Sejahtera. Sehingga momen penting tersebut ditetapkan sebagai hari lahir PT Pelindo Daya Sejahtera. Dalam menjalankan kegiatan proses bisnis, PT Pelindo Daya Sejahtera berusaha dengan mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan cara mempunyai izin serta legalitas perusahaan sehingga kenyamanan bagi PT Pelindo Daya Sejahtera, pengguna jasa dan tenaga kerja bisa terjaga. Keabsahan ini menjadi dasar PT Pelindo daya Sejahtera dalam melakukan bisnis, baik dalam hal memberi gaji, memastikan kesejahteraan serta hak-hak karyawan.

Dalam perusahaan tentunya memiliki budaya perusahaan karena budaya perusahaan merupakan suatu kekuatan sosial yang tidak terlihat, budaya perusahaan bisa mempengaruhi orang-orang pada suatu perusahaan untuk melakukan aktivitas kerja. Tanpa disadari setiap orang yang berada di suatu perusahaan tersebut akan mempelajari budaya yang berlaku di dalam perusahaan. Dalam hal ini memberikan dukungan pada tujuan-tujuan perusahaan, jika tujuan-tujuan perusahaan itu bertentangan atau lemah maka budaya perusahaan tersebut belum memberikan dampak yang baik. Hal tersebut memberikan dukungan pada tujuan-tujuan perusahaan, jika tujuan-tujuan perusahaan itu bertentangan atau lemah maka budaya perusahaan tersebut belum memberikan dampak yang baik. Dari sisi fungsi, di perusahaan budaya dapat memperkuat beberapa fungsi, karena budaya memiliki beberapa peran pembeda yang menciptakan pembeda yang cukup signifikan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya dalam budaya kerja. Budaya dapat memberikan sebagai ciri dan identitas bagi anggota perusahaan. Pertumbuhan komitmen dapat dirasakan oleh adanya budaya perusahaan pada suatu hal yang lebih luas daripada kepentingan diri sendiri setiap karyawan. Budaya perusahaan dapat mempererat sosial yang membantu menghubungkan setiap organisasi itu dengan memberikan kebiasaan yang tepat untuk dilakukan oleh para karyawan.

Namun dengan adanya perubahan direktur perusahaan, Suroso Wahyu Prihartono selaku direktur utama berinisiatif menindak lanjuti dari inisiasi core value BUMN yaitu AKHLAK, maka perusahaan menciptakan perilaku pembeda atau distinctive attitude dan ada tanggal 27 juli 2020 bersamaan dengan diterimanya Sertifikat ISO 9001:2015 tentang Manajemen Mutu oleh PT. Pelindo Daya Sejahtera, dengan diterimanya sistem manajemen mutu tersebut, perusahaan telah mempersiapkan dan memberikan pelayanan yang terbaik untuk pengguna jasa tenaga alih daya dan berharap PT. Pelindo Daya Sejahtera menjadi salah satu

perusahaan alih daya yang terpercaya. Dengan adanya perilaku pembeda tersebut perusahaan ini menunjukkan dukungan keseluruhan karyawan perusahaan agar visi, misi dan mencapai tujuan-tujuan mempersatukan sosial yang memmbalikan kebiasaan budaya di perusahaan maka dalam rangka memberikan pelayanan dan solusi bisnis secara prima PT Pelindo Daya Sejahtera menerapkan 5 Prima (Perilaku Utama). *Pertama*, senyum dan ramah melaksanakan tugas dengan bahagia melambangkan optimisme, simpati, keceriaan, dan berpikir positif. *Kedua*, salam, ikhlas, bersahabat, kasih sayang, meningkatkan hubungan interpersonal. *Ketiga*, sapa, sapaan yang hangat, akrab dan bentuk kesiapan melayani. *Keempat*, terima kasih, bentuk apresiasi yang tinggi ungkapan hormat dan membangun ikatan emosional dengan pelanggan. *Kelima*, doa dan harapan, mendoakan kebaikan kesehatan keselamatan, kebahagiaan, kelancaran dan rezeki bagi pengguna jasa. Hal ini membuat perusahaan PT Pelindo Daya Sejahtera berkeinginan memiliki sebuah logo agar budaya perusahaan 5 Prima ini menjadi norma yang selalu diingat dan berlaku di perusahaan untuk setiap karyawan dalam kesiapan melayani bagi pengguna jasa.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka perlu adanya sebuah perancangan media untuk memperkuat identitas visual budaya 5 Prima. Karena hal tersebut penulis mencoba untuk merancang sebuah logo untuk memperkuat identitas visual budaya perusahaan di PT Pelindo Daya Sejahtera kepada seluruh karyawan. Penulis berharap melalui perancangan logo ini diharapkan dapat membantu para karyawan menerapkan atau mengimplementasikan budaya 5 Prima di perusahaan.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang di hadapi sebagaimana disebutkan di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya adalah : Bagaimana merancang logo 5 Prima sebagai identitas visual budaya perusahaan di PT Pelindo Daya Sejahtera?

1.2 Tujuan Masalah

Merancang logo 5 prima untuk membantu memperkenalkan kepada seluruh insan PT Pelindo Daya Sejahtera agar menerapkan budaya 5 perilaku utama di perusahaan.

1.3 Tinjauan Teori

a. Desain Komunikasi Visual (DKV)

Desain Grafis juga kerap diistilahkan dengan Grafis Komunikasi atau Desain Komunikasi Visual. Perbedaan istilah tersebut menimbulkan pertanyaan karena tempat penggunaannya yang berbeda seperti perguruan tinggi yang mengaplikasikan istilah desain komunikasi visual sedangkan tempat-tempat kursus memilih istilah Desain Grafis. desain komunikasi visual didefinisikan sebagai bidang keilmuan dalam pemahaman konsep-konsep komunikasi serta cara mengungkapkan kreativitas dengan mengaplikasikannya melalui media-media komunikasi visual disertai pengolahan gambar, warna, huruf, komposisi dan layout sebagai bagian dari elemen desain grafis. (I. T. S. Tinarbuko, 2015:3)

b. Logo

Arti kata Logo bersumber dari Bahasa Yunani yakni *Logos* yang didefinisikan sebagai pemikiran, akal budi, kata, pembicaraan. Sebelumnya, *logotype* menjadi istilah yang lebih dikenal masyarakat yang memiliki arti tulisan nama entitas dengan desain khusus dari pengaplikasian jenis huruf tertentu atau kerap disebut teknik lettering. Seiring berkembangnya logo, keunikannya bisa terlihat dari penambahan elemen gambar di dalamnya. Kebutuhan tiap perusahaan terhadap logo timbul karena fungsinya dalam memberi tahu identitas serta menyebar citra. Keberadaan logo juga akan mempermudah konsumen dalam pencarian produk. (S. Rustan, 2009:23)

c. *Graphic Standart Manual*

- Grafic Standard Manual didefinisikan sebagai tahapan cara dalam merancang media komunikasi layaknya landasan identitas visual dengan penempatan *corporate identity* secara structural dan sistematis di setiap media komunikasi yang diperlukan. Pemakaian *Graphic Standard Manual* ini tercipta agar susunan logo sebagai identitas perusahaan terlihat sistematis sehingga miskomunikasi dalam pemakaian logo di tiap media bisa dihindari.
- d. Tipografi
Tipografi dikenal sebagai susunan huruf dalam suatu alfabet yang berperan sebagai media komunikasi visual. Media adalah yang membawa manusia dalam pertumbuhan metode berbicara. Komunikasi yang didasari oleh simbol-simbol yang merepresentasikan objek (*pictograph*), tumbuh jadi simbol-simbol yang lebih menggambarkan lingkungan dan konsep abstrak lainnya (*ideograph*). (G. Andika, E. K. A. Permana, 2020:20)
- e. Layout
Layout didefinisikan sebagai susunan penempatan unsur-unsur desain dalam media tertentu sehingga memperkuat konsep didalamnya. Kemudian ada beberapa prinsip-prinsip yang dikategorikan sebagai rumusan dalam pembuatan layout yang baik diantaranya:
1. *Sequence*
Prinsip yang dikenal juga sebagai hierarki atau *flow* ini mempunyai arti bahwa kerap kali informasi yang terkandung dalam sebuah karya melebihi dari apa yang ingin diutarakan. Oleh sebab itu, penting halnya untuk merancang skala prioritas untuk pesan yang harus dibaca pertama sampai akhir. Pandangan mata pembaca akan lebih mudah tersusun otomatis dengan keberadaan *Sequence* ini.
 2. *Emphasis Sequence*
Bisa terwujud dengan keberadaan *emphasis* yang berarti penekanan dengan melibatkan beberapa elemen seperti warna, letak, ukuran, dan bentuk.
 3. *Balance*
Didefinisikan sebagai pendistribusian berat yang seimbang pada suatu bidang layout. Hal ini bukan berarti seluruh bidang layout harus terpenuhi dengan elemen-elemen, tetapi mengkhusus pada kesan seimbang yang dihasilkan dengan penggunaan elemen sesuai keperluan dan penempatan yang tepat.
 4. *Unity*
Didefinisikan sebagai kesatuan seluruh elemen desain pada layout baik dari segi performa maupun keselarasan seluruh elemen secara fisik sehingga konsepnya bisa sesuai dengan pesan yang ingin diutarakan. (S. Rustan, *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008:)
- f. Warna
Pada dasarnya warna merupakan sesuatu kualitas sinar yang dipantulkan dari sesuatu objek ke mata manusia. Perihal ini menimbulkan kerucut-kerucut warna pada retina bereaksi, yang membolehkan munculnya indikasi warna pada objek-objek yang dilihat sehingga bisa mengganti anggapan manusia. Warna bertabiat subjektif sebab corak mempunyai ikatan yang sangat kokoh dengan tiap orang yang melihatnya. Dalam hubungannya dengan logo, warna menggambarkan elemen yang sangat berarti dalam peranannya bagaikan media pengingat. Warna pula ialah faktor yang sangat tajam buat memegang kepekaan penglihatan sehingga sanggup menstimuli perasaan, atensi, serta atensi seseorang (T. S. PRATIWI, 2015).

2. METODE

Pada dasarnya bagian ini menjelaskan bagaimana penelitian itu dilakukan. Materi pokok bagian ini adalah: (1) rancangan penelitian; (2) populasi dan sampel (sasaran penelitian); (3) teknik pengumpulan data dan pengembangan instrumen; (4) dan teknik analisis data. Untuk penelitian yang menggunakan alat dan bahan, perlu dituliskan spesifikasi alat dan bahannya. Spesifikasi alat menggambarkan kecanggihan alat yang digunakan sedangkan spesifikasi bahan menggambarkan macam bahan yang digunakan.

Pengumpulan data primer dan data sekunder terpilih sebagai metode dalam studi ini. Dalam perancangan ini, penulis memperoleh data dan informasi yang didapat dengan cara metode kualitatif dengan melalui beberapa tahap yaitu wawancara, observasi, dokumentasi, sebagai data primer serta data sekunder akan menggunakan internet dan studi pustaka sebagai data sekunder. perancangan ini menggunakan metode tersebut bertujuan untuk memahami apa yang menjadi permasalahan di perusahaan. Kemudian, data tersebut akan dianalisis menggunakan metode brainstorming agar penulis bisa menerjemahkan ide kreatif dari konsep yang sesuai dengan keinginan perusahaan sehingga perancangan logo 5 prima ini dapat terwujud dengan baik.

2.1 Pengumpulan Data

A. Data Primer

Data didapatkan oleh penulis secara langsung dari perusahaan PT Pelindo Daya Sejahtera dengan keseluruhan informasi tentang permasalahan yang dipilih dalam perancangan ini. Terdapat 3 cara dalam memperoleh data primer menggunakan.

1. Wawancara

Penulis mewawancarai kepala biro hukum dan sekretaris perusahaan salah satu yang menangani logo 5 Prima ini yaitu Bapak Syaiful Anam untuk dimintai informasi dan keterangan mengenai distinctive attitude yang diwujudkan oleh PT Pelindo Daya Sejahtera. Perusahaan Pelabuhan Indonesia III (Persero) memiliki anak perusahaan yang bernama PT. Pelindo Daya Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penyediaan tenaga alih daya, asesmen, pelatihan, konsultasi dan layanan pendukung bisnis. Sebagian besar karyawan PT Pelindo Daya Sejahtera memiliki tugas pada garda depan pelayanan, maka perusahaan meluncurkan 5 Perilaku Utama (5 Prima) yang menjadi sebuah jati diri bagi perusahaan.

5 Perilaku Utama (5 Prima) merupakan pijakan perusahaan dalam merumuskan distinctive attitude atau perilaku pembeda bagi insan PT. Pelindo Daya Sejahtera yaitu senyum, salam, sapa, terimakasih, dan doa/harapan. Senyum sebagai bentuk ramah dan melaksanakan tugas dengan bahagia, Salam sebagai bentuk ikhlas dan bersahabat, kasih sayang, Sapa sebagai bentuk sapaan yang hangat dan akrab serta bentuk kesiapan melayani, Terimakasih sebagai bentuk apresiasi yg tinggi, ungkapan hormat dan membangun ikatan dengan pelanggan, Doa atau Harapan, mendoakan kebaikan pelanggan, doa kesehatan, keselamatan, kebahagiaan, kelancaran dan rezeki.

Perusahaan menarget distinctive attitude ini ke semua insan PT Pelindo Daya Sejahtera diberbagai cabang dengan perilaku 5 prima tersebut, karyawan perusahaan akan selalu diingat keramahan dan pelayanannya. Bapak Suroso Wahyu Prihartono sebagai direktur utama PT. Pelindo Daya Sejahtera juga menyampaikan dengan adanya distinctive attitude sebagai pembeda dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Perilaku suportif dan positif akan membentuk karyawan dengan kinerja terbaik. Great attitude atau sikap hebat berawal dari diri sendiri dan ditularkan kepada sekitar untuk menjadi role model bagi lingkungan sekitar. Setiap saat insan PDS harus selalu berperilaku suportif dan positif, berubah menjadi adaptif untuk menjadi lebih baik dan memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar, dengan adanya distinctive attitude diharapkan dapat

diterapkan disetiap lokasi PT Pelindo Daya Sejahtera, sebagai standar karyawan di 7 provinsi menggunakan 5 Prima dalam bekerja.

Mewujudkan perilaku pembeda 5 Prima ini bersamaan diterimanya Sertifikat ISO 9001:2015 tentang Manajemen Mutu oleh PDS pada bulan Juli 2020. Dengan adanya Sistem Manajemen Mutu tersebut, PT Pelindo Daya Sejahtera siap memberikan pelayanan terbaik bagi pengguna jasa dan menjadi perusahaan alih daya yang terpercaya. Perusahaan juga sudah mengadakan internalisasi sebagai launching 5 Prima, sikap hebat dimulai dengan mengimplementasikan nilai-nilai AKHLAK (Amanah, Komitmen, Harmonis, Loyal, Adaptif, Kolaboratif) dan 5 Prima (senyum, salam, sapa, terimakasih, dan doa/harapan).

2. Observasi

Dalam perancangan ini, penulis memperoleh data secara langsung dengan menggunakan cara pemahaman dan percobaan pada alur proses internalisasi distinctive attitude yang dilakukan PT Pelindo Daya Sejahtera dan penulis mengunjungi kantor serta memperoleh data perusahaan.

3. Dokumentasi

Dalam metode ini penulis mendapatkan data berupa penerapan dan beberapa foto sebagai data yang sebelumnya sudah dilakukan oleh PT Pelindo Daya Sejahtera.

B. Data Sekunder

Data Sekunder diperoleh penulis berisikan beberapa data yang berasal dari studi pustaka dan internet yang akan penulis butuhkan sebagai pendukung data primer yang telah dihasilkan.

a. Studi Pustaka

Penulis menggunakan studi pustaka untuk mendapatkan informasi dan literatur terkait perancangan logo dan penempatan logo diberbagai media pendukung. Mengutip dari beberapa sumber jurnal, buku, literatur, dan hasil perancangan yang sebelumnya sudah ada yang kemudian sebagai acuan penulis untuk memahami dasar dari perancangan logo, yang akan sangat berguna bagi penulis dalam Perancangan Logo 5 Prima Sebagai Identitas Visual Budaya di PT. Pelindo Daya Sejahtera.

b. Internet

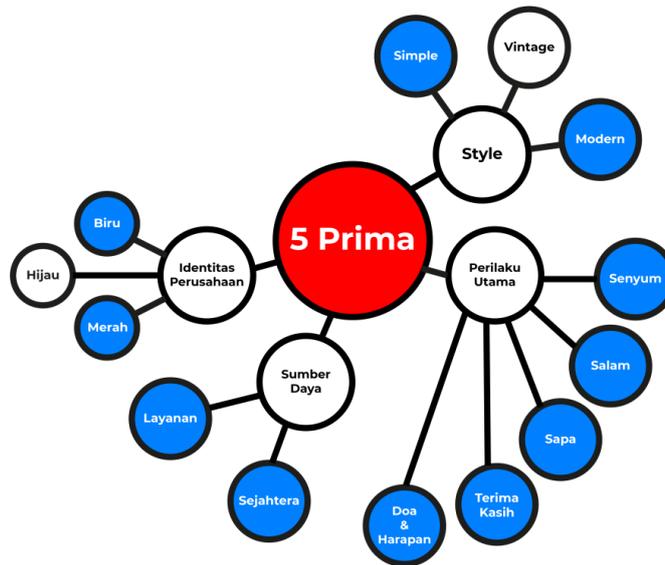
Penulis mendapatkan data melalui internet untuk mempermudah dan mencari sudut pandang lain dalam mendapatkan data, metode ini mampu memberikan penulis wawasan yang berhubungan dengan permasalahan yang akan di bahas dalam perancangan ini.

3. Metode Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data dari perusahaan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, langkah selanjutnya dilakukan brainstorming yang berupa mind mapping yang bertujuan untuk menemukan kata kunci yang diperlukan sebagai referensi dalam teknik perancangan berikutnya. Penulis melakukan 2 metode analisis pada perancangan logo 5 Prima sebagai berikut :

1. Brainstorming

Penulis melakukan analisis brainstorming untuk mengambil beberapa cara dalam memperoleh data yang valid. Dalam perancangan ini penulis menentukan beberapa point berdasarkan brief yang telah dilakukan, logo tersebut menggunakan warna merah dan biru sebagai identitas perusahaan, penggunaan gaya logo yang simple dan modern agar mudah dalam pengaplikasian di berbeagai media.



Gambar 3.1 Brainstorming
 Sumber : [Gilang Mahardhika]

Berdasarkan hasil dari brainstorming tersebut, didapatkan beberapa kata kunci yaitu perilaku utama, identitas perusahaan, sumber daya. Dari hasil kata kunci tersebut yang akan dibutuhkan sebagai petunjuk untuk melakukan perancangan konsep logo 5 Prima. “Perilaku Utama” menggambarkan sikap khas yang ditetapkan PT Pelindo Daya Sejahtera, “Identitas Perusahaan” menggambarkan ciri khas pada logo karena termasuk dalam identitas PT Pelindo Daya Sejahtera, “Sumber Daya” menggambarkan jenis jasa atau layanan yang diberikan oleh PT Pelindo Daya Sejahtera. Kata kunci tersebut menjadi acuan untuk digunakan dalam perancangan sebuah logo yang efektif dan sesuai dengan keinginan dari perusahaan.

3.1 Tabel

2. 5W + 1H

5W+1H	Pertanyaan	Jawaban
What	Apa yang menjadi masalah utama & Apa Itu 5 Prima ?	<ul style="list-style-type: none"> - Belum adanya Logo 5 Prima untuk menjadi acuan pada distinctive attitude - Pijakan PDS dalam merumuskan distinctive attitude atau perilaku pembeda berupa 5 Prima (5 perilaku utama) bagi insan PDS yaitu senyum, salam, sapa, terimakasih, dan doa/harapan
Who	Siapa yang bertanggung jawab dari masalah ini & Siapa target 5 Prima?	<ul style="list-style-type: none"> - Direksi PDS, menyampaikan adanya distinctive attitude sebagai pembeda dengan perusahaan-perusahaan lainnya. - Semua insan PT Pelindo Daya Sejahtera diberbagai cabang dengan perilaku 5 prima tersebut, pekerja PDS selalu diingat akan keramahan dan pelayanannya.

Why	Mengapa masalah ini bisa terjadi?	- Karena dengan perilaku suportif dan positif akan membentuk karyawan dengan kinerja terbaik. Great attitude atau sikap hebat berawal dari diri sendiri dan ditularkan kepada sekitar untuk menjadi role model bagi lingkungan sekitar.
When	Kapan masalah ini terjadi?	- 5 Prima ini diluncurkan berdasarkan diterimanya Sertifikat ISO 9001:2015 tentang Manajemen Mutu oleh PDS pada bulan Juli 2020. Dengan adanya Sistem Manajemen Mutu tersebut, PT Pelindo Daya Sejahtera siap memberikan pelayanan terbaik bagi pengguna jasa dan menjadi perusahaan alih daya yang terpercaya.
Where	Dimana permasalahan ini terjadi?	- Distinctive attitude diharapkan dapat diterapkan disetiap lokasi PT Pelindo Daya Sejahtera, sebagai standar karyawan di 7 provinsi menggunakan 5 Prima dalam bekerja. Di luncurkan di kantor pusat PT Pelindo Daya Sejahtera
How	Bagaimana cara menyelesaikan masalah tersebut?	- PT Pelindo Daya Sejahtera ini sudah mengadakan internalisasi sebagai peluncuran 5 Prima, sikap hebat dimulai dengan mengimplementasikan nilai-nilai AKHLAK (Amanah, Komitmen, Harmonis, Loyal, Adaptif, Kolaboratif) dan 5 Prima (senyum, salam, sapa, terimakasih, dan doa/harapan).

Tabel 3.1 Analisis 5W+1H
Sumber : [Gilang Mahardhika]

3.2 Hasil Analisis

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan penulis maka dalam Perancangan Logo 5 Prima Sebagai identitas Visual Budaya di PT. Pelindo Daya Sejahtera menghasilkan kesimpulan analisis, analisis brainstorming diatas menghasilkan kata kunci perilaku utama, identitas perusahaan, style logo yang akan digunakan penulis sebagai acuan dalam visual logo 5 Prima.

Kemudian analisis dari 5W+1H yang telah dilakukan penulis, maka dapat disimpulkan bahwa PT. Pelindo Daya Sejahtera membutuhkan sebuah logo 5 Prima sebagai identitas visual budaya yang akan diterapkan di berbagai media. Sehingga penulis menentukan bahwa perancangan logo 5 Prima merupakan media utama yang sangat efektif bagi insan perusahaan sebagai pengenalan dan pengingat akan adanya distinctive attitude.

Selain itu penulis juga memberikan media pendukung seperti video, kalender, totebag, seragam, id card, dan infografis yang dapat memberikan efektifitas dalam penggunaan logo 5 Prima agar dapat tersampaikan dengan maksimal. Selain itu analisis 5W+1H tersebut menghasilkan sebuah makna logo yang akan digunakan.

Penulis dapat menyimpulkan bahwa perancangan logo 5 Prima sebagai identitas visual budaya perusahaan di PT Pelindo Daya Sejahtera yang akan menghasilkan sebuah logo ini diharapkan dapat menjadi penerapan untuk setiap insan PT Pelindo Daya Sejahtera dalam melakukan distinctive attitude.

3.3 Konsep Kreatif

3.3.1 What to Say

Perancangan logo yang mampu memberikan pesan dalam merepresentasikan 5 Perilaku Utama dengan adanya perancangan logo distinctive attitude ini adalah perusahaan memiliki citra yang baik dalam budaya perusahaan, yaitu budaya perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan dengan keunikan perilaku utama yang diterapkan memiliki ciri khas tersendiri di perusahaan.

3.3.2 How To Say

Hal yang paling utama dalam perancangan logo tersebut adalah menerjemahkan core value perusahaan BUMN menjadi distinctive attitude yang efektif dan mudah diterapkan di perusahaan PT. Pelindo Daya Sejahtera sebagai jasa dan layanan. Proses perancangan logo mengacu pada hasil brainstorming dan 5W + 1H yaitu menggunakan logotype. logo menggunakan logotype 5 Prima sebagai pesan utama pada logo tersebut, dan penggunaan warna merah dan biru sebagai identitas yang dapat di ambil dari perusahaan. Teknik penyederhanaan bentuk pada logo tersebut menggunakan logotype 5 dan Prima sehingga bentuk logo terlihat lebih simple dan modern yang memudahkan penggunaan logo di berbagai media.

3.4 Konsep Visual

3.4.1 Studi Visual

Perancangan logo dalam studi visual digunakan dalam menentukan visualisasi yang nantinya akan digunakan dalam penggayaan visual dalam perancangan logo ini. Penulis menggunakan beberapa referensi desain logo yang akan dijadikan ide dasar visual logo 5 Prima, yaitu logo PT. Pelindo III dan logo PT. Pelindo Daya Sejahtera dengan berbagai desain alternatif yang sudah dilakukan yang dijadikan ide dasar bentuk logo 5 Prima.

1. Tipografi

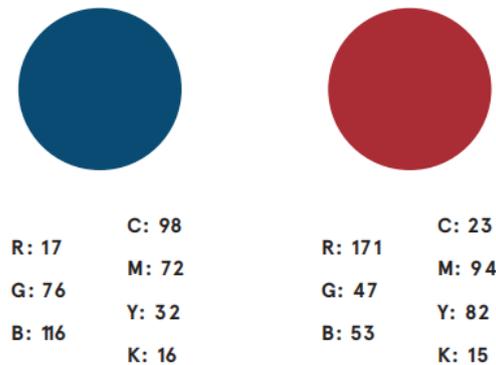
Pemilihan huruf tetap mengacu pada konsep modern dan simple dalam penggunaan logo, font yang digunakan dalam logo tersebut harus memiliki *legibility* yang jelas, karena agar masyarakat yang tertuju dapat mudah mengenali dan konsisten pada penggunaan ciri khas desain oleh perusahaan. Jenis font yang digunakan berasal dari asset desain milik perusahaan.



Gambar 3.2 Tipografi
Sumber : [Gilang Mahardhika]

2. Warna

Penggunaan warna biru dan merah dipilih karena PT. Pelindo Daya Sejahtera memiliki palet warna yang sudah ditentukan terkait dengan warna utama. Warna merah pada logo merepresentasikan sumber daya yang dihasilkan oleh PT. Pelindo Daya Sejahtera, dan warna biru pada logo sebagai identitas bahwa PT Pelindo Daya Sejahtera sebagai anak perusahaan PT. Pelabuhan Indonesia III.



Gambar 3.3 Color Palette
Sumber : [Gilang Mahardhika]

3.5 Penjaringan Ide Bentuk Logo

Proses perancangan logo dalam pengembangan ide visual tersebut akan melalui ide visual yang memiliki perhatian dalam penggunaan 2 warna, penggunaan warna yang berasal dari identitas perusahaan akan memberikan kesan atau ciri khas perusahaan yang telah ada. Hasil analisis dari brainstorming antara lain simple, modern, perilaku utama, alih daya dan 2 warna tersebut menjadi kata kunci yang diperoleh penulis untuk membuat komposisi yaitu logotype yang telah akan diajukan ke perusahaan yang kemudian akan dikaji, dan menentukan beberapa desain logo yang telah dikemukakan.



Gambar 3.4 Sketsa Logo Alternatif
Sumber : [Gilang Mahardhika]

Penentuan hasil pada analisis brainstorming, kemudian dikerjakan menjadi sketsa kasar yang saling berhubungan dengan ide visual, huruf "P" sebagai representasi akan tenaga alih daya yang dilakukan pada insan perusahaan sebagai bentuk manusia yang mencirikasikan siap dan siaga dalam bertindak untuk menyelesaikan pekerjaan untuk

mencapai satu tujuan yang terdepan dalam memberikan pelayanan tenaga alih daya yang kompeten serta termasuk pada sikap pembeda atau perilaku utama.

Logo tersebut merupakan sketsa desain alternatif menyeluruh yang kemudian akan diajukan penulis kepada perusahaan untuk dapat dianalisis secara bersama-sama, sehingga hasil perancangan tersebut dapat ditentukan logo yang akan terpilih, dengan mempertimbangkan penggunaan logo dengan tepat serta memiliki ciri identitas visual perusahaan. langkah yang dilakukan penulis selanjutnya merupakan pemilihan warna sesuai dengan analisis. Proses selanjutnya, perancangan logo akan dianalisis dan diuji oleh penulis dan pihak perusahaan, berdasarkan hasil wawancara dan brainstorming penulis dengan pemilik, mendapatkan hasil akhir pada perancangan logo termasuk sketsa menyeluruh, yang nantinya logo tersebut akan digunakan.

3.6 Final Desain



Gambar 3.5 Logo fix 5 Prima
Sumber : [Gilang Mahardhika]

Perancangan Logo 5 Prima menggunakan 2 warna pada logotype dengan tata letak simetris. logotype menggunakan font milik perusahaan yang memberikan kesan ciri khas pada perusahaan PT.Pelindo Daya Sejahtera, pada logotype terdapat elemen huruf "P" yang membentuk siluet manusia yang menggambarkan siap dan siaga sehingga memberikan kesan pada arti 5 perilaku utama (5 Prima). Jenis font yang digunakan pada logotype mampu memberikan kesan yang simple dan modern, perpaduan 2 warna merah dan biru yang dapat memperkuat identitas perusahaan. Secara keseluruhan logo tersebut mampu menunjukkan citra serta ciri khas pada visual perusahaan dan daya ingat insan PT Pelindo Daya Sejahtera akan distinctive attitude.

3.7 Visualisasi

a. Media Utama



Gambar 3.6 Logo fix 5 Prima
Sumber : [Gilang Mahardhika]

1. Video



Gambar 3.7 Video 5 Prima



Gambar 3.8 Video 5 Prima
Sumber : [Gilang Mahardhika]



Gambar 3.9 Kalender
Sumber : [Gilang Mahardhika]



Gambar 3.10 Logo fix 5 Prima
Sumber : [Gilang Mahardhika]

3. Totebag



Gambar 3.11 Totebag
Sumber : [Gilang Mahardhika]

4. Seragam



Gambar 3.11 Seragam
Sumber : [Gilang Mahardhika]

5. Id Card



Gambar 3.12 Id Card
Sumber : [Gilang Mahardhika]

6. Infografis



Gambar 3.12 Id Card
Sumber : [Gilang Mahardhika]

3.8 Ucapan Terima Kasih

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran penulis dalam mengerjakan penyusunan laporan Tugas Akhir.
2. Orang Tua yang senantiasa selalu mendoakan agar proses ini diberi kelancaran
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Edi Noersangsongko M.Kom selaku rektor Universitas Dian Nuswantoro.
4. Bapak Dr. Guruh Fajar Shidik S.Kom, Mcs selaku dekan fakultas ilmu komputer.
5. Ibu Ir. Siti Hadiati Nugraini M.Kom, Ph.D selaku kepala program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Dian Nuswantoro.
6. Bapak Agus Setiawan M. Sn selaku dosen pembimbing tugas akhir.
7. Bapak Godham Eko Saputro S.Sn., M.DS selaku dosen wali.
8. Bapak Syaiful Anam SH, MIntTrdeComLaw, CLA selaku kepala biro hukum dan sekretariat perusahaan PT.Pelindo Daya Sejahtera atas segala informasi yang penulis perlukan untuk menyelesaikan perancangan ini.

4. Penutup

4.1 Kesimpulan

Perancangan logo 5 Prima Sebagai Identitas Visual Budaya di PT. Pelindo Daya Sejahtera ini dilatar belakangi oleh adanya distinctive attitude yang menjadikan perilaku pembeda di perusahaan, perilaku pembeda tersebut bernama 5 prima atau 5 Perilaku Utama. Selain itu bentuk logo yang mencerminkan identitas visual perusahaan sesuai dengan visi dan misi yang telah dilakukan, logo tersebut memiliki ciri elemen yang merepresentasikan manusia dengan sigap dan siap akan menjalankan tugas sebagai tenaga alih daya serta penggunaan elemen visual lainnya yang menjadikannya 5 prima mudah diingat akan kehadiran perilaku utama tersebut. Dalam perancangan logo 5 Prima perlu dirancangnya sebuah buku pedoman logo atau graphic standart manual yang menjadi acuan logo 5 Prima dalam memudahkan pengaplikasian di berbagai media cetak maupun online dengan baik.

Dengan perancangan logo 5 prima ini diharapkan mampu memberikan daya ingat kepada insan perusahaan akan perilaku utama tersebut yang kemudian dilakukan dilingkungan perusahaan, sehingga penciptaan perilaku utama tersebut menjadi lebih baik dan dikenal sebagai identitas visual budaya di PT.Pelindo Daya Sejahtera.

4.2 Saran

Diharapkan dalam perancangan logo ini dapat memberikan manfaat kedepannya, maka adanya saran yang diberikan kepada PT Pelindo Daya Sejahtera yaitu :

perlu nya perhatian akan pengaplikasian logo di berbagai media baik media cetak maupun media online, serta penggunaannya harus konsisten karena pengaplikasian logo tersebut dapat memberikan ingatan oleh insan perusahaan.

5. Daftar Pustaka

1. T. S. Tinarbuko, *DEKAVE:Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: CAPS, 2015.
2. S. Rustan, *Mendesain LOGO*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
3. T. Kuspriyono, S. Bakhri, Y. Nuryamin, and A. Fauzi, "Analisis Filosofi Logo Web Alibaba. Com," *J. SIMNASIPTEK BSI*, vol. 1, no. 1, pp. 127–135, 2014.
4. G. Andika, E. K. A. Permana, F. Teknologi, D. A. N. Informatika, and U. Dinamika, "PERANCANGAN BRAND IDENTITY MASTER PRINT SURABAYA SEBAGAI PENINGKATAN BRAND AWARENESS," 2020.
5. K. A. Perdana and W. Murwonugroho, "Gaya Ilustrasi Indies (Studi Perbandingan Poster Film Tiga Dara Versi Orisinal Dan Restorasi)," *Dimens. DKV*, vol. 2, pp. 185–200, 2017.
6. S. Rustan, *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
7. T. S. PRATIWI, "Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Logo Calais Tea," vol. 2, no. 3, p. 108,

- 2015, [Online]. Available:
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/104472/slug/analisis-semiotika-roland-barthes-terhadap-logo-calais-tea.html>⁹<https://core.ac.uk/download/pdf/299904072.pdf>.
- J. Siwalankerto, "Dhisti Cookies Sebagai Camilan Di Kota Solo," no. Cenadi 94, 1980.
- "PERANCANGAN LOGO SEBAGAI IDENTITAS VISUAL PERUSAHAAN CHERUBIM PRODUCTIONS JAKARTA PUSAT (Jl . Jendral Sudirman Kav . 32 , Central Jakarta) Email : kertaspucat@gmail.com."
- A. Listya and A. K. Dawami, "Perancangan Logo Organisasi Forum Komunikasi Masyarakat Peduli Difabel (FKMPD) Klaten," *J. Desain*, vol. 5, no. 02, p. 61, 2018, doi: 10.30998/jurnaldesain.v5i02.2195.
- B. A. Hananto, "Perancangan Logo Dan Identitas Visual Untuk Kota Bogo," *Titik Imaji*, vol. 2, no. 1, pp. 19–32, 2019, doi: 10.30813/.v2i1.1525.