



## PERANCANGAN REDESAIN LOGO SEBAGAI IDENTITAS VISUAL PT DANAS PUTRA MANDIRI

Metta Aryani Jaya, Robby Usma, Tedy Wiraseptya

Universitas Putra Indonesia UPTK

Email: [jayacancer99@gmail.com](mailto:jayacancer99@gmail.com)

### Abstract

*The company's identity is displayed through a logo. Corporate identity is believed to be related to the culture promoted by the organization/company and the company's image as a determining factor for the success of a company. One of the company choose for redesign is PT. Danas Putra Mandiri. This company has logo cannot represent the company image as a c mining company. Hope from redesign based on observation and interview, as well as SWOT method will produce logo with image of this company. The other, the result of redesign logo may use for supporting media as note, car's company, name card, and etc.*

**Keywords:** Logo, Redesign, Corporate Identity, PT Danas Putra Mandiri

### PENDAHULUAN

Saat ini, masih banyak perusahaan yang memiliki logo yang belum bisa menggambarkan citra perusahaannya. Padahal logo merupakan salah satu sarana penting untuk menggambarkan citra perusahaan. Selain itu, logo juga menjadi identitas dari suatu perusahaan dan pembeda dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya. Logo dapat menggambarkan citra perusahaan dari bentuk logo yang bisa mengandung simbol dari bidang perusahaan. Selain itu logo juga bisa mengandung warna dan tulisan yang memiliki makna bagi perusahaan.

PT Danas Putra Mandiri merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan Galian C. PT Danas Putra Mandiri telah memiliki izin angkut secara nasional yang berlaku digunakan di seluruh Indonesia, sehingga target pasar perusahaan ini bisa dicapai secara maksimal. Alasan perusahaan ini didirikan yaitu untuk memenuhi kebutuhan di bidang tambang dari perusahaan BUMN dan membuka lapangan kerja baru di bidang pertambangan. Perbedaan antara PT Danas Putra Mandiri dengan perusahaan lainnya adalah PT Danas Putra Mandiri hanya bergerak di bidang tambang berdasarkan kebutuhan pasar yang ada target dari perusahaan serta untuk memaksimalkan proyek pembuatan bahan baku semen untuk kebutuhan konstruksi terutama di Kota Padang.

PT Danas Putra Mandiri telah menjalin kerja sama dengan beberapa perusahaan lain dalam bidang tambang terutama Galian C mulai dari trass, clay, sirtu, dan pasir. Bahkan saat ini PT Danas Putra Mandiri telah masuk ke bagian sektor perdagangan besar semen, kapur, pasir, dan batuan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan BUMN yang ada di Indonesia. Saat ini, PT Danas Putra Mandiri juga melakukan pengembangan untuk masuk ke limbah B3 (bahan bahaya beracun) yang biasa digunakan untuk mengikat struktur pasir ke semen. Target pasar PT Danas Putra Mandiri saat ini adalah memperluas kerja sama ke perusahaan BUMN di Indonesia (khususnya Sumatera Barat, Riau, dan Jambi) dan ikut serta dalam pembangunan jalan tol *Fly Over* Sitinjau.

Logo yang dimiliki oleh PT Danas Putra Mandiri saat ini merupakan logo dengan warna yang dominan pink. Selain itu, logo PT Danas Putra Mandiri hanya bertuliskan nama perusahaan itu sendiri. Penulis merasa bahwa logo dari PT Danas Putra Mandiri

belum cukup untuk menggambarkan tentang citra perusahaan. Logo tersebut belum menggambarkan bahwasanya perusahaan ini bergerak di bidang tambang. Oleh karena itu penulis memilih perusahaan ini untuk diredesain logo. Hasil dari redesain logo ini diharapkan dapat lebih menggambarkan citra perusahaan yang bergerak di bidang tambang galian C serta lokasi yang berada di daerah Limau Manis, Padang, Sumatera Barat.

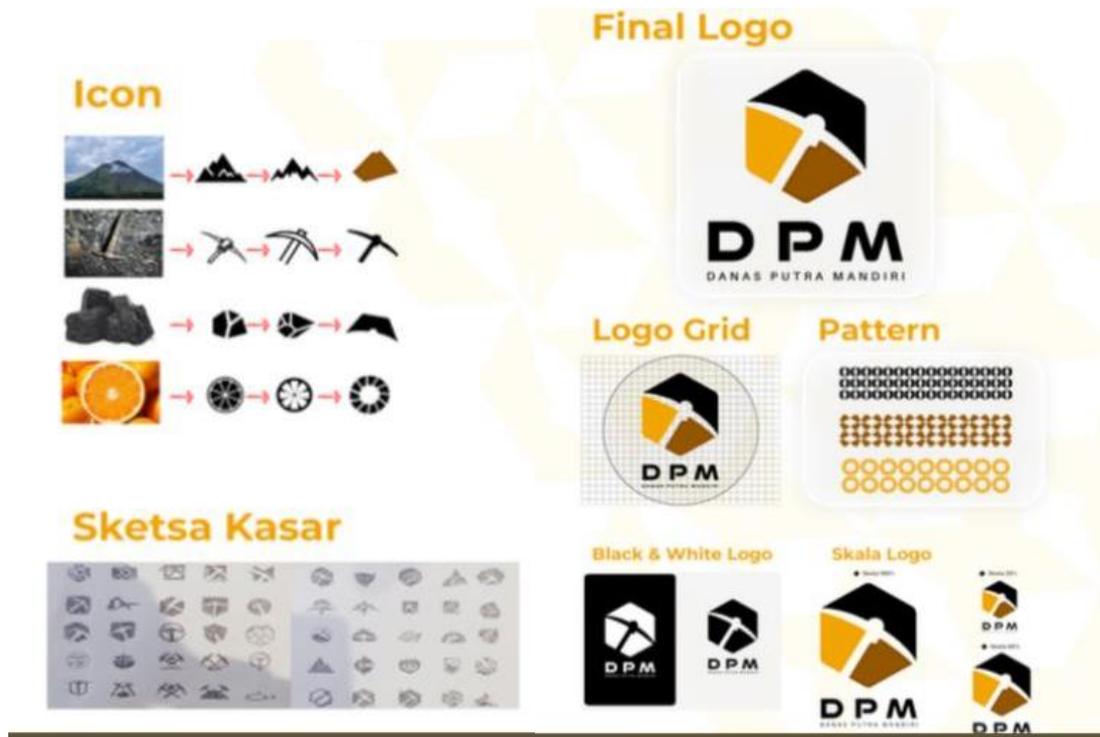
## METODE PENELITIAN

Hal pertama yang dilakukan adalahh mengumpulkan sejumlah data yang dibutuhkan dengan melekukan observasi dengan mengunjungi PT Danas Putra Mandiri dan melakukan wawancara secara langsung dengan Owner PT Danas Putra Mandiri. Setelah data diperoleh barulah penulis melakukan analisis data sehingga dapat menyusun rancangan logo baru yang mungkin dapat digunakan sebagai opsi untuk ditindaklanjuti.

## HASIL DAN DISKUSI

Melalui Metode Analisis SWOT diperoleh hasil analisis data bahwa logo lama hanya dibuat untuk memenuhi kebutuhan administrasi saja tanpa memikirkan fungsi dari logo itu sendiri, sehingga belum menggambarkan karakter perusahaan sebagaimana seharusnya. Oleh sebab itu dibutuhkan adanya redesain logo.







## KESIMPULAN

*Visual identity* penting dikarenakan mempengaruhi citra perusahaan. Salah satu caranya dengan melakukan redesain logo. Hal ini dipilih dikarenakan logo sebelumnya tidak menggambarkan citra dari perusahaan PT Danas Putra Mandiri yang berada di bidang tambang dan berlokasi di Limau Manis. Selain redesain logo, dilakukan pembuatan desain untuk barang lainnya seperti faktur, neon box, kartu nama, faktur, dan sejenisnya sebagai supporting.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Sejumlah ucapan terima kasih di hanturkan kepada pihak keluarga penulis, terutama sekali kepada kedua orang tua, serta para tetua lainnya yang selalu mensupport penulis untuk terus berkarya. Tak lupa pula ucapan terima kasih kepada para dosen yang selalu memberikan bimbingan dan nasihat terbaiknya, juga kepada rekan-rekan yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian dan penulisan naskah sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik sebagaimana mestinya.



## BIBLIOGRAFI

- Adi, K. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Cetak V*. Bandung: Nuansa.
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian (Cetakan kedua)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Couto, N. (2010). *Pisikologi presepsi Dalam Kawasan Desain Komunikasi Sosial*. Padang: UNP Press.
- Desain komunikasi Visual:  
<http://aliciaos.blogspot.com/2016/11/desainkomunikasi-visual.html>
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Piliang, Y.A. (2008). *Multiplisitas dan Diferensi: Redefinisi Desain, Teknologi dan Humanitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- PT Gramedia Pustaka Utama. Sachari, Agus. 2000. *Pengantar Metoda-metoda Tinjauan Desain*. Bandung: Departemen Desain Fakultas Seni Rupa dan desain Institut Teknologi Bandung.
- Rustan, Suripto. 2008. *Layout Dasar Dan Penerapannya*. Jakarta:
- Sarwono, Jonathan. Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andis
- Tinarbuko, I. T. (2015). *DEKAVE : Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: CAPS.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CAPS.
- Wahyuningsih, S. (2015). *Desain Komunikasi Visual*. Madura: UTM PRESS.