



LAPORAN KERJA PRAKTEK

**PERANCANGAN BRAND IDENTITY YAYASAN DARUSSALAM KRATON
SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**



Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Ilham Akbar Alfathehah

18420100071

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2023**

**PERANCANGAN BRAND IDENTITY YAYASAN DARUSSALAM KRATON
SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Menyelesaikan Mata Kuliah Kerja Praktik

Disusun Oleh :



Nama :Ilham Akbar Alfathehah
NIM :18420100071
Program :S1(Strata Satu)
Jurusan :Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2023**

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

"Sukses butuh proses dan Cara Terbaik untuk memulai yaitu Berhenti Bicara dan mulai Melakukan."

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

Saya persembahkan ilmu saya Ayah dan Ibu tercinta dan Bapak Ibu Dosen Desain Komunikasi Visual serta staf dan kawan-kawan mahasiswa Universitas Dinamika begitu juga pihak yang telah membantu dari awal hingga selesainya laporan ini


- Terima kasih -

LEMBAR PENGESAHAN
PERANCANGAN BRAND IDENTITY YAYASAN DARUSSALAM KRATON
SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Laporan Kerja Praktik oleh :
Ilham Akbar Alfathahah
NIM : 18420100071
Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 05 Juli 2023

Pembimbing



Setya Putri Erdiana, S.T., M.Ds.
NIDN. 0721099105

Penyelia



YADAKA
Yayasan
Darussalam
Kraton




Dr. Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom

Mengetahui,
Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Fakultas Desain dan Industri Kreatif
UNIVERSITAS
Dinamika



Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA
NIDN. 0720028701

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Ilham Akbar Alfathahah
NIM : 18420100071
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktek
Judul Karya : **PERANCANGAN BRAND IDENTITY YAYASAN
DARUSSALAM KRATON SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata- mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 04 Juli 2023


Il: 46104AKX40820600071 Ilham Akbar Alfathahah

NIM : 18420100071

ABSTRAK

Dalam dunia bisnis, pedoman merek dipahami sebagai pedoman standar untuk menetapkan dan mengidentifikasi merek. Panduan standar ini sangat dibutuhkan para pelaku bisnis, terutama yang baru memulai bisnis atau rebranding. Di dalamnya memuat aturan dan batasan terkait langkah-langkah branding perusahaan, yang terbagi menjadi beberapa elemen. Brand Identity memainkan peran penting dalam menciptakan konsistensi merek. Konsistensi dalam private label merupakan salah satu kunci keberhasilan bisnis. Keselarasan merek, jika dijelaskan, adalah ketika penyampaian pesan merek selaras dengan nilai merek, identitas, dan strategi bisnis dari waktu ke waktu. Dalam hal ini, target konsumen secara berulang-ulang menggambarkan semua elemen merek hingga terbentuk persepsi yang lengkap tentang merek tersebut dan mereka mengenalnya. Selain mengembangkan persepsi merek yang lengkap, konsistensi merek dapat memberikan banyak manfaat lainnya. Misalnya, menarik emosi positif dari konsumen, membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen, serta membedakan merek Anda dari merek lain yang menawarkan produk serupa.

Yayasan Darussalam Kraton merupakan Yayasan Pendidikan Islam yang Berlokasi di Krian, Sidoarjo. Dengan Visi Misi Membentuk generasi islam yang berakhlak Qur'ani.

Kata Kunci : Media Promosi *Digital*, *Brand Guidelines*, Islamic Institution

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “PERANCANGAN BRAND IDENTITY YAYASAN DARUSSALAM KRATON SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS”.

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika.

Melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika Surabaya
2. Bapak Dhika Yuan Yurisma M.D., ACA selaku Kaprodi S1 Desain Komunikasi Visual & dosen Universitas Dinamika Surabaya
3. Bapak Dr. Muh. Bahruddin, S.Sos., M.M. selaku pengurus Yayasan Kraton Darussalam
4. Ibu Setya Putri Erdiana, S.T., M.Ds. selaku wali dosen
5. Serta pihak-pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun material dalam penyelesaian laporan ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga laporan praktikum ini mudah dipahami dan dapat membawa manfaat bagi yang membacanya. Akhir kata penulis mohon maaf atas segala kesalahan penulisan atau tipografi, terima kasih.

Surabaya, 04 Juli 2023

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan.....	2
1.5 Manfaat.....	2
1. Manfaat Teoritis	2
2. Manfaat Praktis.....	2
1.6 Detail Yayasan Dan Pelaksanaan kerja praktik ini:	3
1.6.1 Sistematika Penulisan	3
BAB I : PENDAHULUAN.....	3
BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	3
BAB III : LANDASAN TEORI	3
BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN	3
BAB V : PENUTUP	3
BAB II.....	4
GAMBARAN UMUM YAYASAN.....	4
2.1 Profil dan Perkembangan Yayasan.....	4
2.2 Visi dan Misi Yayasan	4
Visi Yayasan Darussalam Kraton	4
Misi Yayasan Darussalam Kraton	4
2.3 Alamat dan Kontak Yayasan Darussalam Kraton.....	4
2.4 Sambutan Ketua Yayasan.....	5
2.5 Lokasi Yayasan	6
BAB III	7
LANDASAN TEORI	7
3.1 Yayasan Pendidikan Islam	7
3.2 Brand Identity.....	7
3.2.1 Logo.....	7
3.2.2 Tipografi.....	7
3.2.3 Warna.....	8

3.2.4 <i>Graphic Standard Manual</i>	8
Implementasi Media	10
BAB IV	11
DESKRIPSI PEKERJAAN	11
4.1 Penjelasan Pekerjaan	11
4.2 <i>Creative Brief</i>	11
Tujuan Perancangan.....	11
Lokasi	11
Konsep.....	11
4.3 Konsep.....	12
4.4 Sketsa Alternatif.....	12
4.5 <i>Final</i> Desain Logo.....	12
4.6 GSM & Implementasi Media	13
Filosofi Logo	13
Warna Logo	14
Ukuran minimal Logo	15
<i>Grid System</i>	15
Tipografi	16
Aturan Peletakan Logo	17
Implementasi Media (Stationery Set, Souvenir & Merchandise).....	18
BAB V	19
PENUTUP.....	19
5.1 Kesimpulan.....	19
5.2 Saran.....	19
DAFTAR PUSTAKA	20
Will Kenton (2022). <i>Brand: Types of Brands and How to Create a Successful Brand Identity</i>	20
Yurista Andina (2022). <i>Apa Itu Graphic Standard Manual?</i>	20
Anggi (2022). <i>Creative Brief adalah Pedoman Singkat Sebuah Proyek Kreatif, Bagaimana Membuatnya?</i>	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Sambutan Ketua Yayasan	5
Gambar 2 Langgar Yayasan Darussalam Kraton.....	6
Gambar 3 Contoh Tipografi.....	7
Gambar 4 Contoh penggunaan warna pada logo	8
Gambar 5 Contoh penggunaan ukuran pada logo.....	9
Gambar 6 Contoh kesalahan penggunaan pada logo	9
Gambar 7 Contoh <i>Stationary</i>	10
Gambar 8 <i>Souvenir & Mercandise</i>	10
Gambar 9 Sketsa alternatif logo Yayasan Darussalam Kraton	12
Gambar 10 <i>Final</i> desain logo Yayasan Darussalam Kraton	12
Gambar 11 Filosofi logo Yayasan Darussalam Kraton	13
Gambar 12 Warna logo Yayasan Darussalam Kraton	14
Gambar 13 Ukuran minimal logo Yayasan Darussalam Kraton	15
Gambar 14 <i>Grid System</i> logo Yayasan Darussalam Kraton	15
Gambar 15 Pemilihan font logo Yayasan Darussalam Kraton	16
Gambar 16 Aturan peletakan logo sesuai dengan konsep ide Yayasan Darussalam Kraton	17



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis, Pedoman merek menurut Jojonomic (Karni Fadhilah, 2021) adalah pedoman untuk mengelola komposisi merek, desain, dan tampilan keseluruhan yang dilaporkan oleh HubSpot. Oleh karena itu, ketika sebuah merek memiliki panduan merek, ia dapat dengan mudah menentukan tampilan konten blog, konten media sosial, atau logo dan iklan. Dalam pandangannya, brand guide merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan dapat digunakan sebagai panduan bagi seluruh tim saat mewakili brand. Singkatnya, panduan gaya merek adalah seperangkat aturan yang menjelaskan seperti apa merek ketika ditampilkan ke publik. Aturan itu mencakup banyak hal. Misalnya, dari memilih palet warna untuk berbagai desain, memilih font, foto, susunan kata, dll. Dengan kata lain, brand guide merupakan acuan yang digunakan untuk membuat tampilan brand konsisten di mata publik.

Pasalnya sudah menjadi aturan dan sudah masuk dalam panduan gaya merek. Oleh karena itu, setiap tim harus menerapkannya agar selalu konsisten dan tidak berbeda di setiap platform. Ketika sebuah brand selalu bisa konsisten, baik itu konten atau metode pemasarannya, tentu publik akan lebih mudah mengingatnya. Saat merumuskan pedoman merek, jelas bahwa enam elemen penting harus disertakan. Keenam elemen tersebut adalah cerita merek, panduan logo, palet warna, tipografi dan panduan font, panduan gambar dan suara merek.

Brand Identity memainkan peran penting dalam menciptakan konsistensi merek. Konsistensi dalam *private label* merupakan salah satu kunci keberhasilan bisnis. Keselarasan merek, jika dijelaskan, adalah ketika penyampaian pesan merek selaras dengan nilai merek, identitas, dan strategi bisnis dari waktu ke waktu. Dalam hal ini, target konsumen secara berulang-ulang menggambarkan semua elemen merek hingga terbentuk persepsi yang lengkap tentang merek tersebut dan mengenalnya.

Selain mengembangkan persepsi merek yang lengkap, konsistensi merek dapat memberikan banyak manfaat lainnya. Misalnya, menarik emosi positif dari konsumen, membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen, serta membedakan merek Anda dari merek lain yang menawarkan produk serupa. Yayasan Darussalam Kraton merupakan Yayasan Islam yang bergerak dalam bidang pendidikan berbasis agama Islam yang Berlokasi di Krian, Sidoarjo. Dengan Visi Misi Yayasan Darussalam Kraton Membentuk generasi islam yang berakhlak Qur'ani.

Oleh sebab itu, Yayasan Kraton Darussalam sebagai Yayasan menaungi banyak Pelajar, Dan juga termasuk menjaga kualitas Secara Branding, Yayasan Darussalam Kraton mencoba untuk mengupgrade *Brand Identity* menjadi lebih kekinian dan modern.

1.2 Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah dalam kegiatan ini adalah : bagaimana merancang Brand Identity Yayasan Darussalam Kraton untuk meningkatkan *Brand Awareness*?

1.3 Batasan Masalah

Agar dapat memudahkan dalam penyelesaian masalah yang telah dirumuskan, maka batasan kegiatan adalah sebagai berikut :

1. Menggunakan konsep desain yang modern atau *simplified* karena logo sebelumnya sudah tidak sesuai dengan kondisi saat ini.
2. Perancangan berfokus pada Logo & Graphic Standard Manual.
3. Mengimplementasikan ke media yang ada di Yayasan Darussalam Kraton seperti promosi dalam bentuk sosial media, *merchandise* dan media-media promosi lainnya.

1.4 Tujuan

Tujuan Kerja Praktik ini menjawab rumusan masalah untuk pengembangan *Brand Identity* Yayasan Darussalam Kraton untuk menarik minat masyarakat.

1. Sebagai pengalaman kerja, dan tempat untuk menerapkan materi yang didapat dalam perkuliahan, sekaligus menerapkan dan menambah ilmu di bidang desain di perusahaan di kemudian hari.
2. Untuk merancang Brand Identity Yayasan Darussalam Kraton agar lebih sesuai dengan kondisi saat ini.

1.5 Manfaat

Hasil kerja praktik diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai pihak diantaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis

Laporan kerja praktik dapat memberikan sumbangan pemikiran ilmiah terutama bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual khususnya dalam membuat Logo Perusahaan & GSM

2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi mahasiswa, diharapkan dapat menjadikan pengalaman yang berguna sebagai sarana pembelajaran dan bermanfaat ketika nantinya diterapkan dalam dunia kerja.
- 2) Bagi lembaga pendidikan, *Brand Identity* yang dibuat oleh mahasiswa dapat digunakan serta memberikan keuntungan terhadap Branding.

1.6 Detail Yayasan Dan Pelaksanaan kerja praktik ini:

Periode Waktu	: 05 September 2022 - 05 Oktober 2022
Hari dan Tanggal	: Senin - Jum'at, 05 September 2022–05 Oktober 2022
Tempat	: Yayasan Darussalam Kraton
Alamat	: Kraton, Krian Sidoarjo, East Java, Indonesia 61262
Email	: kompedar.kraton@gmail.com

Aktivitas yang dilaksanakan dalam praktik di Yayasan Darussalam Kraton adalah membantu merancang *Brand Identity* agar lebih berkesan modern.

1.6.1 Sistematika Penulisan

Laporan kerja terdiri dari 5 bab, yang terbagi atas sub bab dan tersusun secara sistematis meliputi:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang, rumusan, batasan masalah, tujuan yang diharapkan, manfaat kerja praktik yang berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis, dan sistematika penyusunan laporan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran umum Yayasan Darussalam Kraton sebagai tempat pelaksanaan kerja praktik.

BAB III : LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori dan konsep para ahli sebagai dasar referensi dalam laporan kerja serta perancangan *brand identity*.

BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab ini berisikan penjelasan kegiatan yang dilaksanakan dalam kerja praktik untuk menyelesaikan masalah *brand identity* Logo yang ditemukan Yayasan Darussalam Kraton serta penerapan rancangan yang telah dibuat.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari bagian kesimpulan yang berisi keseluruhan ringkasan mengenai permasalahan dan alternatif penyelesaian yang ditawarkan penulis dan bagian saran yang memuat anjuran penulis mengenai masalah yang dibahas dalam laporan kerja praktik.

BAB II

GAMBARAN UMUM YAYASAN

2.1 Profil dan Perkembangan Yayasan

Yayasan Darussalam Kraton didirikan untuk mencapai tujuan mencerdaskan generasi muda agar tidak tertinggal dan berpikiran maju. Yayasan adalah badan hukum yang tujuannya dalam bidang Pendidikan agama dan kemanusiaan.

Fungsi-fungsi pembangun fondasi telah dijalankan, terutama dalam pengembangan sumber daya manusia (SDM), pengembangan manajemen kepala sekolah, dan manajemen keuangan. Selain pendampingan, yayasan juga membantu penyelesaian konflik yang timbul antar individu dan antar unit/yayasan.

2.2 Visi dan Misi Yayasan

Visi Yayasan Darussalam Kraton

1. Membentuk generasi islam yang berakhlak Qur'ani
2. Menjadi lembaga pendidikan Islam modern terkemuka yang mencerdaskan dan mencerdaskan kehidupan bangsa untuk membentuk masyarakat Indonesia yang beriman, berilmu, beramal, bertakwa, dan berilmu teknologi menjadi manusia yang baik.

Misi Yayasan Darussalam Kraton

3. Menyelenggarakan kegiatan pendidikan Islam yang bermutu melalui lembaga pendidikan formal dan non formal untuk mengembangkan peserta didik yang sehat, cerdas, mandiri, IPTEK
4. Menegakkan nilai-nilai pendidikan sesuai dengan kurikulum dan ajaran Islam.

2.3 Alamat dan Kontak Yayasan Darussalam Kraton

Tempat : Yayasan Darussalam Kraton
Alamat : Kraton, Krian Sidoarjo, East Java, Indonesia 61262
Phone : 081553080133
Email : kompedar.kraton@gmail.com

2.4 Sambutan Ketua Yayasan

Yayasan Darussalam Kraton didirikan untuk mencapai tujuan mencerdaskan generasi muda agar tidak tertinggal dan berpikiran maju. Berikut ini adalah Sambutan dari Dr. Muh. Bahruddin, S.Kom., M.M. Selaku Ketua dari Yayasan Darussalam Kraton yang sudah tidak perlu diragukan lagi dalam bidang pendidikan agama Islam dan juga Edukasi agama Islam.



SAMBUTAN KETUA YAYASAN

Dr. Muh. Bahruddin, S.Kom., M.M.

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamualaikum Wr. Wb.

Rahayu... Rahayu... Rahayu...

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kita kesempatan untuk terus melakukan inovasi dalam kegiatan pendidikan dan pengajaran di Yayasan Darussalam Kraton.

Sholawat serta salam tak lupa kami haturkan kepada baginda nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing ummat ini menuju jalan yang di ridho-Nya,



UNIVERSITAS
Dinamika

Kami memohon maaf kepada semua pihak yang terlibat, kiranya dalam proses rebranding ini terdapat kesalahan dan kekhilafan.

Wallahu muwafiq ila aqwamittariq
Wassalamualaikum wr.wb.

Gambar 1 Sambutan Ketua Yayasan

2.5 Lokasi Yayasan

Yayasan Darussalam Kraton merupakan Yayasan Islam yang bergerak dalam bidang pendidikan berbasis agama Islam yang Berlokasi di Krian, Sidoarjo.



Gambar 2 Langgar Yayasan Darussalam Kraton

BAB III LANDASAN TEORI

3.1 Yayasan Pendidikan Islam

Yayasan pendidikan untuk mencapai tujuan mendidik generasi muda agar tidak tertinggal dan menjadi berpikir maju. Yayasan merupakan suatu badan hukum yang mempunyai tujuan pada bidang sosial yaitu keagamaan dan kemanusiaan.

3.2 Brand Identity

Media Brand Identity dilansir dari Investopedia (Will Kenton. 2022) merupakan wajah dari brand itu sendiri. Berbeda dengan *brand* yang kami jelaskan diatas, *branding identity* adalah komponen visual dari sebuah brand itu sendiri. *Branding identity* mencakup logo, tipografi, warna, kemasan, dan pengiriman pesan.

Sama halnya dengan identitas diri sendiri, konsep *brand identity* tidak hanya berbicara di sekitar *brand*, atau visual brand seperti logo, warna, kemasan, dan tipografi. *Brand identity* juga terbentuk dari berbagai hal dalam brand.

3.2.1 Logo

Logo adalah tanda, lambang, atau simbol yang menjadi identitas sebuah organisasi, perusahaan, atau individu, agar mudah dikenal serta diingat. Sebuah logo memiliki fungsi untuk menggambarkan identitas diri pada suatu entitas, kepemilikan, jaminan kualitas, atau untuk menghindari adanya peniruan atau pembajakan. Namun, logo juga memiliki beberapa unsur didalamnya. Setiap logo pasti memiliki makna. Ini sudah termasuk arti dan filosofi dari logo tersebut, entah dari bentuk, ketebalan garis, warna, atau jenis *font*-nya. Logo memang sengaja dibuat untuk mewakili visi dan misi *brand* atau perusahaan, karena logo yang baik adalah logo yang mampu menjelaskan informasi seputar perusahaan.

3.2.2 Tipografi



Gambar 3 Contoh Tipografi

Bagaimana tipografi dan jenis *font* yang digunakan. Ini merupakan salah satu elemen yang juga berdampak besar untuk memperkuat identitas brand perusahaan. Misalnya untuk menulis teks, desainer menggunakan kombinasi jenis *font* Comfortaa dan Nunito. Berarti ketika klien melihat kedua huruf, mereka akan langsung teringat dengan *brand* atau perusahaan.

3.2.3 Warna



Gambar 4 Contoh penggunaan warna pada logo

Dalam membuat desain logo juga perlu memahami psikologi warna. Setiap warna dapat membentuk persepsi serta diasosiasikan pada emosi, simbol dan makna tertentu. Tetapi, persepsi dan pemaknaan warna juga terikat pada konteks dan budaya. Ketika memilih warna untuk logo usahakan selaras juga dengan karakter merek atau institusinya.

3.2.4 *Graphic Standard Manual*

Graphic Standard Manual diibaratkan sebagai cerminan dari sebuah *brand*. Di dalamnya terdapat visi, misi, dan nilai yang dimiliki oleh merek tersebut. *Brand guidelines* atau *Graphic Standard Manual* adalah buku yang berisikan tentang aturan logo, pemilihan jenis *font*, *layout*, dan segala elemen yang digunakan oleh sebuah *brand* atau perusahaan guna membangun identitas yang kuat.

Biasanya aturan ini digunakan sebagai panduan dasar untuk desainer supaya tidak keluar dari jalur alias konsisten dari apa yang terlihat, terdengar, dan terasa dari suatu merek. sebelum membuat GSM, ada beberapa elemen penting yang harus kamu cantumkan di dalamnya. Elemen ini sangat berguna, karena semuanya berhubungan dengan informasi logo dan keseluruhan *visual identity* yang dibangun oleh *brand* atau perusahaan.

A. Visi dan misi brand atau perusahaan

brand guidelines, pasti ada yang namanya visi dan misi guna mengingat kembali apa yang ingin dicapai oleh perusahaan. Kalau bisa, sampai ingat di luar kepala. Cantumkan visi dan misi perusahaan. Perkenalkan *brand perusahaan* ke jangkauan yang lebih Luas.

B. Ukuran tata letak logo



Gambar 5 Contoh penggunaan ukuran pada logo

Bertujuan menjaga konsistensi, beri aturan soal ukuran dan tata letak logo. Gunanya agar tidak ada ukuran-ukuran yang terlalu besar atau terlalu kecil dan juga kesalahan-kesalahan peletakan logo lainnya. Kegunaan lainnya adalah agar memastikan di manapun mengaplikasikan logo tersebut akan tetap jelas dan mudah dilihat oleh klien.

C. Kesalahan penggunaan logo



Gambar 6 Contoh kesalahan penggunaan pada logo

Merupakan hal-hal yang tidak boleh dilakukan saat menerapkan logo pada suatu media. Misalnya logo tidak boleh dicantumkan dalam bentuk pipih, *blur*, terpotong bagian bawahnya, diputar dengan sudut 45°, dan masih banyak lagi. Akan tetapi, sebagai desainer juga harus tahu kenapa beberapa hal itu tidak boleh dilakukan. Apakah akan merusak estetika desain logo atau hanya sekadar aturan yang dibuat-buat. Inilah kenapa kamu butuh *graphic standard manual*.

Implementasi Media

Media visual yang digunakan untuk melihat *preview* desain yang diberi efek visual agar menyerupai wujud yang sebenarnya. Gunakan *mock-up* untuk mendesain kelengkapan perusahaan.

A. Stationery



Gambar 7 Contoh *Stationery*

Stationery yaitu benda-benda fungsional yang biasa digunakan sekolah, kantor dan perusahaan. Misalnya untuk membuat kartu nama, amplop, kop surat, logo di alat tulis, dan masih banyak lagi. Untuk membuat seragam dan *souvenir* lainnya juga bisa.

B. Souvenir & Merchandise



Gambar 8 Souvenir & Merchandise

Souvenir & Merchandise yaitu benda-benda fungsional yang biasa digunakan untuk oleh-oleh dan juga berfungsi sebagai ajang memperluas jangkauan *Brand*.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Pada tahap awal perancangan Logo Branding Yayasan Kraton Darussalam, penulis diberikan pengarahan tentang pekerjaan yang perlu dilakukan dalam proses pengerjaan yang sebenarnya. Penulis mendapat tugas untuk merancang pedoman merek

Tahapan kerja meliputi:

1. Mencari referensi dan menyusun ide yang akan digunakan saat membuat desain.
2. Buat mode penulisan untuk memudahkan pembuatan Brand Guilines.
3. Sesuaikan desain yang akan digunakan dalam Logo
4. Penyesuaian konsep Logo

4.2 *Creative Brief*

Creative Brief menurut *Accurate.id* (Anggi. 2022) adalah Langkah metodologis komunikasi tatap muka untuk menggali informasi tentang perusahaan. *Creative Brief* memuat data-data penting tentang segala hal yang berkaitan dengan arah dan tujuan karya kreatif sesuai kebutuhan perusahaan. *Creative brief* juga biasanya menyebutkan target pasar, kondisi pasar dan kompetitor.

Dalam pelaksanaan proses desain, *creative brief* sangat penting karena dengan melakukan proses *creative briefing*, desainer akan memperoleh data yang valid dari sumber utama yaitu pemilik perusahaan itu sendiri. Tujuan dari proses ini adalah untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam proses desain, termasuk menentukan konten desain seperti apa yang dibutuhkan untuk Yayasan Darussalam Kraton sesuai dengan kondisi pasar.

Setelah melakukan analisis data Yayasan Darussalam Kraton dari *Creative Brief* penulis mengambil beberapa data yang dibutuhkan untuk perancangan *Brand Guidelines* diantaranya :

Tujuan Perancangan

Dari proses analisa data, Yayasan Darussalam Kraton bertujuan untuk memodernisasi Logo agar terlihat lebih Mengikuti zaman.

Lokasi

Kraton, Krian Sidoarjo, East Java, Indonesia 61262 adalah lokasi dari Yayasan Darussalam Kraton, untuk memasarkan jasanya adalah wilayah Kota di Jawa Timur yaitu Sidoarjo dan Surabaya.

Konsep

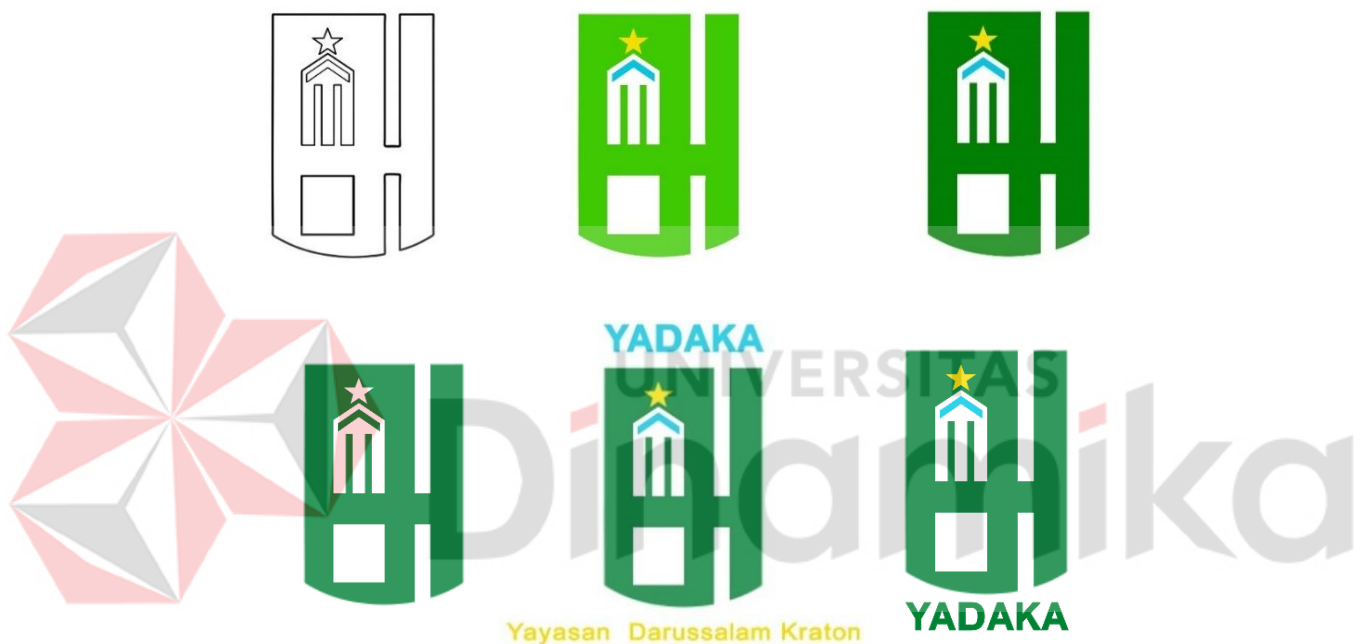
Brand Guidlines yang dapat mendeskripsikan Logo dengan tepat.

4.3 Konsep

Konsep adalah hal penting dalam desain. Saat mendesain Brand Identity Logo Yayasan Darussalam Kraton konsep desain diperoleh melalui pengarahan kreatif dan data dikumpulkan melalui forum diskusi kelompok, dengan tujuan untuk mendapatkan hasil diskusi dengan perusahaan seperti yang telah diputuskan bersama.

4.4 Sketsa Alternatif

Sketsa *alternative* dimaksudkan untuk mencari alternatif bentuk sesuai dengan kemampuan dalam berkreasi. Alternatif bentuk tersebut tentunya sesuai dengan *Brief*



Gambar 9 Sketsa alternatif logo Yayasan Darussalam Kraton

4.5 Final Desain Logo

Berlandaskan konsep desain digital yang kreatif, Brand Guidelines Logo Yayasan Darussalam Kraton akan digunakan untuk keperluan memodernisasi Logo dengan pemilihan konsep YADAKA yaitu kependekan dari Yayasan Darussalam Kraton itu sendiri dan sesuai dengan keputusan bersama.



Gambar 10 Final desain logo Yayasan Darussalam Kraton

4.6 GSM & Implementasi Media

Dibawah ini merupakan Graphic Standard Manual dan juga Implementasi Media dari semua proses dan hasil akhir Logo dari Yayasan Darussalam Kraton yang sudah disepakati bersama.

Filosofi Logo

unsur logo yang tidak boleh dihilangkan. Logo akan menjadi mahal bukan karena desainnya semata, namun juga serangkaian unsur yang ada didalamnya meliputi, desain, filosofis, maupun riset yang sebelumnya telah dilakukan guna menciptakan sebuah logo. Kepandaian dan kreativitas designer logo menuangkan filosofis dalam bentuk visual yang didasarkan pada riset merupakan inti dari sebuah pembuatan logo. Fisosofi pada umumnya diaplikasikan dalam bentuk maupun warna. Itulah sebabnya logo memiliki istilah "big messages in the small object". Artinya adalah banyak pesan yang termuat dalam sebuah logo.



Gambar 11 Filosofi logo Yayasan Darussalam Kraton

Warna Logo

Warna memang memiliki arti filosofis masing-masing. Warna biasanya akan memberikan efek psikologis tertentu bagi siapapun yang melihatnya. Biasanya bisa disebut dengan istilah kesan. Jadi, ketika digunakan untuk logo, pasti ada maksud tertentu yang ingin direpresentasikan oleh tiap-tiap warna dan desain yang digunakan. Selain memberikan arti yang lebih dalam, peran warna dalam logo juga menjadi pemanis yang menghidupkan desain dan konsep secara keseluruhan.

008037



PRIMARY COLOR R: 0 G: 128 B: 55



F9DF00



**SECONDARY COLOR
R: 249 G: 223 B: 0**

00C7E5



**SECONDARY COLOR
R: 0 G: 199 B: 229**

Gambar 12 Warna logo Yayasan Darussalam Kraton

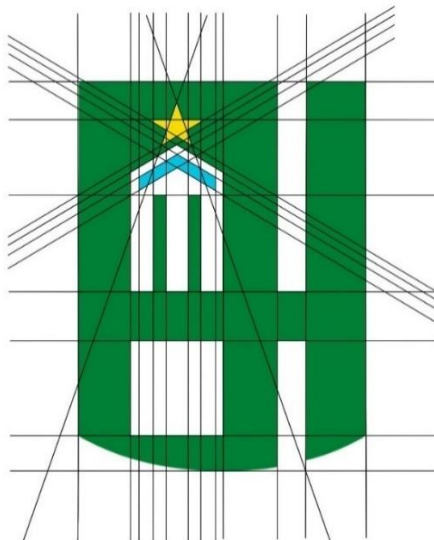
Ukuran minimal Logo



Gambar 13 Ukuran minimal logo Yayasan Darussalam Kraton



Grid System dalam desain adalah sistem yang mengatur tata letak gambar yang bisa bermanfaat dalam pembuatan buku, majalah, web atau halaman aplikasi. Terdiri dari kotak atau persegi panjang dengan komponen desain di dalamnya.



Gambar 14 Grid System logo Yayasan Darussalam Kraton

Tipografi

Menurut dari buku Pengantar Tipografi (2010) karya Adi Kusrianto, tipografi merupakan ilmu atau kemampuan menata huruf atau aksara untuk publikasi visual, baik cetak ataupun non cetak. Harapannya dengan menerapkan tipografi, pembaca bisa mendapatkan kesan tertentu serta merasa nyaman ketika membacanya. Tipografi tidak hanya menekankan penataan huruf, namun juga termasuk penyebaran huruf tersebut pada ruang yang tersedia.

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 - !@#\$%^&*()

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 - !@#\$%^&*()

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 - !@#\$%^&*()

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 - !@#\$%^&*()

Gambar 15 Pemilihan font logo Yayasan Darussalam Kraton

Aturan Peletakan Logo

Adapun aturan dalam peletakan Logo sesuai dengan konsep ide Yayasan



Tidak diperbolehkan menggunakan outline pada logo



Tidak diperbolehkan menggunakan warna yang tidak sesuai pada logo



Tidak diperbolehkan memiringkan bentuk logo ke bawah maupun ke samping



Tidak diperbolehkan melakukan stretch yang tidak proporsional

Gambar 16 Aturan peletakan logo sesuai konsep ide Yayasan Darussalam Kraton

Implementasi Media (Stationery Set, Souvenir & Merchandise)



Berikut adalah *stationery* yaitu benda-benda fungsional yang biasa digunakan sekolah, kantor dan perusahaan. Dalam Yayasan Darussalam Keraton terdapat 3 *stationery kit* yang terdapat logo Yayasan, yaitu Map, Amplop dan Kop Surat.



Berikut adalah *Souvenir & Merchandise* yaitu benda-benda fungsional yang biasa digunakan untuk oleh-oleh dan juga berfungsi sebagai ajang memperluas jangkauan *Brand*. Dalam hal ini Yayasan Darussalam Keraton terdapat 5 *Souvenir & Merchandise* yang terdapat logo Yayasan, yaitu Mug, Tas, Gantungan Kunci, Pin dan Jam Dinding.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Yayasan Darussalam Kraton didirikan untuk mencapai tujuan mencerdaskan generasi muda agar tidak tertinggal dan berpikiran maju. Yayasan adalah badan hukum yang tujuannya dalam bidang Pendidikan agama dan kemanusiaan.

Fungsi-fungsi pembangun fondasi telah dijalankan, terutama dalam pengembangan sumber daya manusia (SDM), pengembangan manajemen kepala sekolah, dan manajemen keuangan. Selain pendampingan, yayasan juga membantu penyelesaian konflik yang timbul antar individu dan antar unit/yayasan.

Perancangan Brand Guidelines Yayasan Darussalam Kraton membutuhkan *creative Brief* dari pemilik perusahaan agar ide dan konsep sesuai dengan keinginan Yayasan.

1. Tujuan perancangan Brand Identity Logo adalah untuk memodernisasikan Logo agar lebih menarik perhatian masyarakat.
2. Logo diimplementasikan ke media promosi yang berkaitan.
3. Bertujuan untuk menjangkau konsumen lebih luas.
4. Implementasi dari Brand Guidelines menggunakan *Software Adobe Illustrator, Adobe Photoshop*.

5.2 Saran

Berdasarkan penjelasan laporan kerja praktik diatas, adapun saran yang dikemukakan oleh penulis setelah melakukan kerja praktik di Yayasan Darussalam Kraton yang meliputi :

1. Bagaimanapun suatu Identitas suatu perusahaan mau tidak mau harus mengikuti perkembangan zaman..
2. Saat memilih suatu Project Pekerjaan, pastikan untuk menyesuakannya dengan pengetahuan profesional Anda sendiri, yang merupakan langkah bijak untuk mencapai efek maksimal.
3. Pastikan *Briefing* berulang kali agar tidak terlalu banyak hal yang harus direvisi
4. Riset dan Observasi wajib dilakukan berulang kali.
5. Tidak ada salahnya jika ingin meminta saran kepada yang lebih berpengalaman untuk menjadi lebih berkembang lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Island Media, (2020). Desain Grafis: Mengapa Harus Menerapkan Visual Brand Guideline?

Will Kenton (2022). Brand: Types of Brands and How to Create a Successful Brand Identity

Yurista Andina (2022). Apa Itu Graphic Standard Manual?

Anggi (2022). Creative Brief adalah Pedoman Singkat Sebuah Proyek Kreatif, Bagaimana Membuatnya?

Pengantar Tipografi (2010) karya Adi Kusrianto

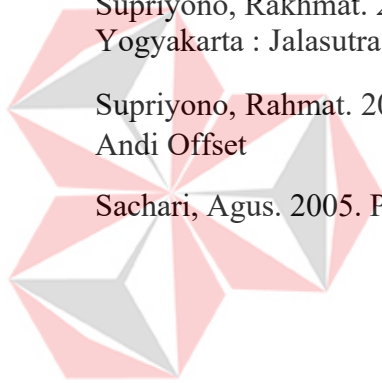
Rustan, Surianto. (2008). Layout Dasar & Penerapannya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama. (Suproyono, 2010:58).

Rustan, Surianto. 2017. Huruf Font Tipografi. Jakarta: Gramedia Pustaka. Rustan, Surianto. 2017. Mendesain Logo . Jakarta: Gramedia Pustaka.

Supriyono, Rakhmat. 2010. Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : Jalasutra

Supriyono, Rahmat. 2010. Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi, Yogyakarta: Andi Offset

Sachari, Agus. 2005. Pengantar Metodologi Penelitian Budaya Rupa, Jakarta: Erlangga.



UNIVERSITAS
Dinamika