

PERANCANGAN ULANG CORPORATE IDENTITY SHERLI SNORKELING DI PULAU UNTUNG JAWA

Ratih Pertiwi

Fakultas Desain & Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara, Tomang Tol, Kebon Jeruk, Jakarta Barat – 11510
ratih.pertiwi@esaunggul.ac.id

Abstract

Untung Jawa Island has a wealth and diversity of natural resources, one of which is a coral reef. May provide the potential in terms of opportunities in the field of tourism, especially nautical tourism consists of mapping zones of marine tourism potential such as snorkeling tours in Untung Jawa Island, it is necessary to redesign the corporate identity and is supported by the survey data. The need for information is increasing, so people need communication media that can be used by the public. for that we need a corporate identity that is a communicative media campaign to introduce the identity of a company to the public. The aim is to improve the company's image. One of the companies that will be appointed as a media campaign is Serli Snorkeling located in Untung Jawa Island.

Keywords : *Corporate Identity, Sherly Snorkeling, Untung Jawa Island*

Abstrak

Pulau Untung Jawa memiliki kekayaan dan keaneka-ragaman sumber daya alam yang baik, salah satunya adalah terumbu karang. Dapat memberikan potensi dalam hal kesempatan dibidang kepariwisataan, khususnya wisata bahari yang terdiri dari pemetaan zona-zona potensial wisata bahari seperti wisata snorkeling di Pulau Untung Jawa, maka perlu dilakukan perancangan ulang corporate identity dan didukung oleh data-data survei. Kebutuhan untuk mendapatkan informasi semakin meningkat, sehingga manusia membutuhkan media komunikasi yang dapat digunakan oleh masyarakat. untuk itulah diperlukan sebuah corporate identity yakni sebuah media promosi yang komunikatif untuk memperkenalkan identitas dari sebuah perusahaan kepada masyarakat. Tujuannya adalah meningkatkan citra perusahaan tersebut. Salah satu perusahaan yang akan diangkat sebagai media promosi adalah Serli Snorkeling yang berada di Pulau Untung Jawa.

Kata Kunci: *Corporate Identity, Sherly Snorkeling, Pulau Untung Jawa*

Pendahuluan

Menjelajahi dunia terumbu karang di dasar laut memiliki sensasi melihat kehidupan dibawah laut dengan cara menyelam bahkan snorkeling. Selam dan Snorkeling menjadi kegiatan bahari yang paling digemari. Hal ini dapat memberikan informasi bagi pecinta Snorkeling dan sebagai potensi dalam media promosi. Banyak jenis komunikasi yang digunakan oleh masyarakat, komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat adalah komunikasi massa. komunikasi massa merupakan suatu proses melalui komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan secara luas dan terus-menerus sehingga menciptakan makna-makna serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak luas dengan melalui media-media komunikasi. Sedangkan media komunikasi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mempermudah dalam menyampaikan informasi dari seseorang

kepada orang lain dengan tujuan tertentu. Media tersebut dapat berupa visual, audio, maupun audiovisual.

Perusahaan pun tidak lepas dari aktivitas komunikasi. Komunikasi digunakan untuk memasarkan produk. Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi serta dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaannya. Dalam mempromosikan produk tentu saja merancang corporate identity dengan tujuan ingin memvisualisasikan perusahaan tentang produk yang ditawarkan kepada masyarakat.

Tujuan Perancangan

Perancangan ini memiliki tujuan, antara lain:

1. Merancang corporate identity Serli Snorkeling agar informasi produk dapat tersampaikan ke khalayak umum

2. Menemukan cara yang efisien untuk membuat corporate identity Sherli Snorkeling
3. Untuk mendapatkan efek balik dari calon pelanggan sehingga ingin mengunjungi Sherli Snorkeling

Manfaat Perancangan

Perancangan ini memiliki manfaat bagi penyusun maupun pihak perusahaan. Manfaat bagi penulis adalah sebagai media untuk membagikan ilmu melalui perancangan desain ulang pada perusahaan tersebut, sehingga dapat menambah wawasan bagi penulis. Manfaat bagi masyarakat umum adalah memberikan kepuasan kepada konsumen terhadap produk yang ditawarkan dan memberikan pengenalan produk kepada masyarakat. Manfaat bagi profesional adalah sebagai acuan untuk membuat perancangan corporate identity.

Metode Perancangan

Metode perancangan adalah cara yang digunakan dalam merancang sebuah corporate identity. Metode yang digunakan pada perancangan ini, antara lain:

Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik atau cara pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket), namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi dan kondisi). Teknik ini digunakan apabila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar. Pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi dilakukan secara langsung dengan menggunakan mata. Selain itu, pengertian observasi adalah pengamatan yang dilakukan dengan sengaja dan sistematis terhadap aktivitas individu atau objek lain yang diselidiki.

Metode Acuan Karya

Metode acuan karya adalah metode pengumpulan data yang didasarkan pada karya-karya yang telah ada, dengan melihat unsur-unsur yang ada didalamnya. Perancangan corporate identity ini akan mengacu pada unsur-

unsur karya yang telah dihasilkan sebelumnya. Juga mengacu pada buku-buku teori yang digunakan untuk merancang sebuah corporate identity.

Metode Analisa Data

Dengan melakukan teknik analisa yang sistematis dan mengikuti konsep-konsep ilmiah yang berupa pengumpulan data yang digunakan sebagai salah satu cara untuk mencari penyelesaian masalah dengan memperhatikan berbagai macam aspek. Salah satunya adalah analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats). Dengan SWOT maka suatu permasalahan dapat dilihat lebih jelas dan menyeluruh. Analisa ini melihat dari aspek SWOT yang tentunya diselaraskan dengan karakter Brand dan target audiens. Sehingga pada tahap akhirnya perancangan karya mampu menampilkan apa yang ingin divisualisasikan dari Sherly Snorkeling. Berikut analisa SWOT untuk memecahkan masalah perancangan corporate identity ini, antara lain:

Strength (Kekuatan)

Mengutamakan keamanan

1. Menawarkan guide interpersonal
2. Peralatan guna-tubuh yang lengkap dan menjamin keamanan
3. Harga yang bersahabat
4. Spot mencakup 3 pulau (Pulau Pari, Pulau Rambut, Pulau Untung Jawa)
5. Menawarkan fasilitas penginapan (dekat laut

Menawarkan 4 jenis permainan (*snorkeling*, banana boat, donut boat, hantu laut) dan 1 paket permainan yg mencakup semua jenis permainan kecuali hantu laut. Permainan jenis snorkeling banyak diminati oleh turis dan diminati oleh para pengunjung pantai yang berada di area pantai. Tenaga kerja yang ramah, ahli dan intuitif.

Weakness (Kelemahan)

1. Belum memiliki desain corporate yg matang
2. Belum memiliki fasilitas boat atau perahu sendiri
3. Lokasi penginapan, tempat penyimpanan perlengkapan, dan tempat permainan yang

- terpisah (belum secara konsisten tergabung dalam 1 lokasi)
4. Bisnis tergolong usaha menengah berskala kecil dengan jumlah pekerja dan karyawan yang sedikit
 5. Tidak memiliki tenaga kerja profesional yang resmi

Opportunity (Peluang)

Jumlah turis yang berkunjung ke pulau untung jawa yg kian meningkat, diiringi dengan fasilitas olahraga air yang tinggi. Memiliki tenaga kerja ahli yang berpengalaman, membuat keamanan turis terjamin selama permainan. Menawarkan apa yang tidak ditawarkan usaha watersport lainnya di untung jawa yaitu penginapan. Potensi pengembangan bisnis yang luas (bersumber dari koneksi, kerjasama sponsor, nature dari bisnis ini sendiri).

Threat (Ancaman)

1. Lahir/tumbuhnya pesaing baru dalam pulau.
2. Terancamnya eksotisme perairan sekitar pulau yang bersangkutan dalam waktu tertentu dapat menyebabkan penurunan demand pada bisnis-bisnis serupa watersport
3. Jenis bisnis yang bergantung berat terhadap cuaca dan kondisi laut
4. Ketergantungan terhadap sponsor boat/perahu
5. Sedikitnya jumlah tenaga kerja
6. Belum dilengkapi dengan tenaga pemasaran (yang layak)
7. Belum memiliki 1 lokasi usaha yang terpadu dan konsisten.

Metode Pelaksanaan

1. Nama Kegiatan : Perancangan Ulang Corporate Identity Serli Snorkeling di Pulau Untung Jawa.
2. Pelaksanaan Kegiatan ini dilaksanakan di Base Serli Snorkeling, yang berlokasi di Jalan Keroya RT/RW 002/001 Untung Jawa, Kepulauan Seribu Jakarta
3. Waktu pelaksanaan dengan sistem pengumpulan dan perancangan outdoor pada tanggal 29 Juni s/d 30 Juni 2016.
4. Jadwal Kegiatan
5. Kegiatan perancangan dengan pola 36 jam atau empat hari.

6. Penggunaan alat dan bahan harus sesuai dengan arah tindakan yang akan diambil dengan media tersebut. Adapun strategi media perancangan corporate identity Serli Snorkeling ini adalah sebagai berikut:

Strategi media yang digunakan yaitu dengan media-media cetak seperti banner, brosur, leaflet, dan lain-lain. Memilih media cetak agar mudah di bawa ke mana saja dan informasinya akan selalu ada karena dapat di simpan.

Strategi media display yaitu papan nama rumah makan tersebut. Memilih media display supaya menarik perhatian wisatawan ketika berkunjung ke Pulau Untung Jawa dan dapat tertarik untuk mengunjungi Serli Snorkeling.

Cara kerja dan analisa data yang dilakukan melalui perencanaan Copywriting, rancangan *headline*, Sub-headline, bodyCopy, perencanaan *Art Directing*, perancangan Bentuk dan perancangan Ruang.

Hasil dan Pembahasan Media Massa

Media massa adalah channel, media/medium, saluran, sarana, atau alat yang dipergunakan dalam komunikasi massa, yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak.

Dalam hal ini perusahaan menggunakan media display dan cetak sebagai media massa dalam mempromosikan produknya.

Corporate Identity

Corporate identity merupakan identitas yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau image yang bisa menjadi daya tarik. Identitas perusahaan berdasarkan filosofi organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda. Identitas mencerminkan kepribadian sebuah perusahaan dan dari sinilah branding perusahaan tercipta. Corporate identity terdiri dari 3 (tiga) bagian yang digunakan dalam bermacam cakupan:

1. *Corporate visual* (logo dan uniform)
2. *Corporate Communication* (iklan, public relations, dan informasi)
3. *Corporate Behavior* (nilai-nilai internal dan norma-norma)

Promosi

Promosi adalah upaya untuk menawarkan produk/jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkannya kenaikan angka penjualan.

Media Promosi

Media promosi adalah alat/sarana yang digunakan untuk mempromosikan produk. Dalam hal ini, media promosi yang digunakan berbentuk media cetak dan display seperti: brosur, leaflet, hangingmobile, standbooth, dan rackdisplay/corner display.

Snorkeling

Kegiatan berenang di permukaan air dengan mengenakan peralatan dasar selam berupa masker, snorkel dan kaki katak (*fins*).

Pembahasan dan Teori Karya

Identifikasi Data

Identifikasi data perusahaan diperlukan untuk mengetahui informasi dari produk yang akan dirancang corporate identity-nya. Berikut adalah identifikasi yang akan dijabarkan tentang *Serli Snorkeling*.

Data Perusahaan

Data perusahaan adalah data dari perusahaan yang dipilih yang meliputi nama perusahaan, manajemen perusahaan, produk yang dipasarkan, jangkauan wilayah, dan lokasi perusahaan.

Nama Perusahaan

Nama perusahaan adalah *Serli Snorkeling*.

Sejarah Perusahaan

Nama *Serli* diambil dari nama anak bungsu pemilik usaha snorkeling ini yakni "Serli" yang berarti "perempuan yang bebas dan pemberani". *Serli* lahir pada tanggal 21 April yang juga merupakan hari dimana kita memperingati perjuangan sosok pemberani yang memperjuangkan hak kaum wanita, yaitu R.A Kartini.

Manajemen Perusahaan

Serli Snorkeling merupakan usaha pribadi milik keluarga Pak Samsuli yang mana sudah di gelutinya selama lebih dari 2 tahun (sejak 2014).

Jasa/Produk Yang Ditawarkan

Permainan banana boat adalah perahu karet berbentuk pisang yang ditarik oleh speedboat dan dapat dinaiki oleh 7 orang. Untuk Rolling Donut atau biasa di sebut sebagai Donut Boat juga merupakan perahu karet yang berbentuk bulat seperti donat yang di tarik dengan speedboat dan dapat di naiki oleh 5 orang. Hantu Laut sendiri juga merupakan perahu karet yang di tarik dengan speedboat yang dapat menampung maksimal 3 orang. Ketiga permainan air ini sama-sama memiliki durasi permainan sepanjang 15 menit.

Untuk olahraga air serupa Snorkeling, *Serli Snorkeling* memiliki 2 spot reguler yang menyimpan banyak kekayaan laut untuk ditelusuri, yakni Pulau Untung Jawa dan Pulau Rambut yang tidak begitu jauh dari Pulau Untung Jawa. Selain 2 spot reguler, *Serli Snorkeling* juga memiliki spot VIP di sekitar Pulau Pari. Selain permainan dan olahraga air, *Serli Snorkeling* juga menyediakan fasilitas penginapan yang cukup nyaman dan terletak di pesisir pantai utara di Pulau Untung Jawa, yang juga termasuk dalam paket-paket pariwisata yang ditawarkan oleh *Serli Snorkeling*.

Jangkauan Wilayah Perusahaan

Serli Snorkeling hanya menjangkau wilayah sekitar Pulau Untung Jawa.

Lokasi Perusahaan

Lokasi *Serli Snorkeling* terletak tepat di pesisir pantai di sebelah kiri dermaga utama Pulau Untung Jawa. Harga yang ditawarkan pun cukup bersaing dari kompetitor-kompetitornya.

Data Produk

Data produk adalah data yang berisi informasi tentang produk yang dipasarkan oleh perusahaan, meliputi jenis-jenis produk, jenis produk yang dipromosikan, merk produk, spesifikasi produk, harga produk, positioning produk, target audiens dan foto-foto produk.

Jenis-Jenis Produk

Serli Snorkeling menyediakan ragam olahraga air. Diantaranya adalah:

- a. Snorkeling
- b. Banana Boat
- c. Donut Boat
- d. Hantu Laut

Harga Produk

Peralatan guna-tubuh yang lengkap menjamin keamanan secara optimal, pemandu yang ahli, tersedia penginapan di pinggir pantai dengan view laut dan aktivitas nelayan dan fasilitas tersedia untuk pemesanan on the spot (langsung) maupun by booking (reservasi). Untuk Banana Boat dan Donut Boat dikenakan tarif Rp.20.000/kepala, pada permainan Hantu Laut dikenakan tarif Rp. 25000/kepala, dan Snorkeling dikenakan Rp. 40.000/kepala termasuk kapal dan peminjaman seperti Life Vest, Snorkel Mask, dan sepatu karet.

Positioning Produk

Dari produk wisata dan permainan yang tersedia di *Serli Snorkeling* memberikan variasi permainan dan wisata. Menonjolkan aktif dan serunya permainan-permainan air yang ditawarkan oleh *Serli Snorkeling* dan bagaimana paket watersportnya dapat dibeli dengan harga yang bersahabat.

Target Audiens

Target atau sasaran yang dituju oleh usaha ini adalah para wisatawan luar pulau, baik individu maupun kelompok yang datang ke Pulau Untung Jawa untuk berlibur, baik itu wisatawan yang menetap untuk beberapa hari maupun wisatawan yang datang dan pergi di hari yang sama. Jenis usaha ini dimaksudkan untuk semua segmentasi terutama yang berusia 15-40 tahun baik itu pria maupun wanita yang mencari hiburan selama kunjungan mereka ke Pulau Untung Jawa, khususnya berupa olahraga air.

Konsep Perancangan

Konsep perancangan merupakan hasil karya berupa pemikiran yang menentukan tujuan-tujuan dari perancangan sebuah desain. Dalam konsep perancangan ini akan dijabarkan

tentang konsep perancangan dari *Serli Snorkeling* ini.

Perancangan Media

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata "medium". Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti "perantara" atau "pengantar", yaitu perantara sumber pesan dengan penerima pesan. Jadi, dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media dibagi menjadi 3 yaitu media audio, media visual dan media audio visual. Media audio adalah bentuk saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dalam bentuk suara. Media jenis ini memungkinkan bagi para komunikator hanya mendengar informasi tanpa melihat kejadian yang sebenarnya sehingga komunikator hanya menerka-nerka suatu kejadian dari informasi yang mereka dengar.

Media visual adalah bentuk saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dalam bentuk gambar. Media ini menampilkan informasi dalam bentuk gambar dan tulisan. Media audio visual merupakan bentuk saluran informasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dalam bentuk gambar dan suara. Media ini memberikan pesan atau informasi dalam bentuk gambar yang bergerak dan suara seperti televisi. Dari kajian di atas, maka kami membuat perancangan media corporate identity untuk *Serli Snorkeling* ini dalam bentuk media visual.

Tujuan Perancangan Media

Tujuan perancangan media adalah menentukan sasaran media. Media sangat penting dalam proses komunikasi sebagai penyampaian pesan. Media yang digunakan dalam Perancangan corporate identity *Serli Snorkeling* adalah media cetak dan media display. Adapun tujuan dari media perancangan corporate identity *Serli Snorkeling* ini adalah sebagai berikut, Olahraga jenis watersport mengalami peningkatan demand yang signifikan dalam beberapa tahun belakangan, diiringi

maraknya budidaya laut dan pelestarian alam sebagai peran aktif masyarakat dalam menjaga kekayaan alam tanah air. Bersamaan dengan itu, tentunya pulau-pulau yang dijadikan pusat pariwisata seperti Pulau Untung Jawa meningkat dari segi pamor dan diperkirakan jumlah turis yang mendatangi pulau tersebut dalam waktu yang akan datang akan berlipat ganda. Untuk mengantisipasi ledakan turis dalam periode waktu tertentu dalam satu tahun, diperlukan sistem manajemen pemasaran yang baik untuk handle setiap situasi. Pengenalan bisnis kepada calon konsumen juga penting, oleh karena itu kehadiran sebuah media promosi berupa video profile dapat secara praktis menyampaikan pesan dan menarik perhatian calon penikmat watersport di Untung Jawa. Penanganan seperti ini dapat meraih banyak peminat jika dieksekusi secara tepat dan efisien.

Perancangan Kreatif

Perencanaan kreatif merupakan rencana penyampaian pesan dalam pembuatan rancangan media visual yang akan dibuat. Dalam media visual terdapat dua unsur yaitu art directing dan copy writing. Art directing merupakan unsur gambar yang mewakili pesan yang ingin disampaikan, sedangkan copy writing merupakan unsur kata yang kreatif yang mewakili pesan dari art directing.

Tujuan Perancangan Kreatif

Tujuan perencanaan kreatif corporate identity Sherli Snorkeling adalah membuat media visual yang baik dan benar sehingga dapat menarik minat wisatawan terhadap Sherli Snorkeling.

Strategi Perancangan Kreatif

Strategi perencanaan kreatif yang Hungrien Design gunakan adalah menyiapkan konsep kreatif yang terdiri dari copy writing dan art directing yang baik dan benar sehingga dapat menarik masyarakat yang melihatnya.

Konsep Kreatif

Konsep kreatif berisikan penjabaran dari konsep perencanaan media yang akan dibuat. Adapun penjabarannya sebagai berikut.

Perencanaan Copy Writing

Perencanaan *copy writing* yang Hungrien Design buat antara lain meliputi rancangan *headline*, *sub headline*, dan *body copy*. Adapun penjabarannya sebagai berikut :

Rancangan Headline

Headline adalah Informasi utama yang ingin disampaikan, biasanya diberikan ciri khusus agar mudah terlihat dan terbaca. Misalnya tulisan dicetak tebal dengan ukuran font yang besar dan menarik seperti yang terlihat pada kalimat “Coba Keseruannya!”.

Rancangan Sub Headline

Sub headline berfungsi untuk melengkapi serta memperjelas pengertian headline dan untuk membagi dan sebagai penyela teks berikutnya. Biasanya ukurannya lebih kecil daripada judul dengan warna yang berbeda. Dalam hal ini Hungrien Design menggunakan sub headline “Saatnya bermain di lautan Kepulauan Seribu! Nikmati olahraga-olahraga air yang menantang di perairan Pulau Untung Jawa, Pulau Rambut dan Pulau Pari”.

Rancangan Body Copy

Teks ini digunakan untuk menerangkan produk atau maksud secara detail, lebih detail dari judul atau sub judul dan menjelaskan kandungan dalam produk. Dalam hal ini, body copy terdapat pada buku menu, leaflet, spanduk, bill paper dan lain-lain.

Perencanaan Art Directing

Perencanaan art directing merupakan perencanaan yang meliputi setiap unsur dalam art directing. Perencanaan yang meliputi unsur dalam art directing adalah sebagai berikut.

Perancangan Bentuk

Bentuk adalah segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Bentuk dasar yang dikenal orang adalah kotak (rectangle), lingkaran (circle), dan segitiga (triangle). Bentuk terdiri dari 2 yaitu bentuk 2 dimensi dan bentuk 3 dimensi. Bentuk 2 dimensi merupakan bentuk dari benda yang memiliki panjang dan lebar dan hanya dilihat dari 1 arah. Sedangkan bentuk 3 dimensi merupakan karya seni rupa yang memiliki dimensi panjang, lebar dan

tinggi, atau karya yang memiliki volume dan menempati ruang. Bentuk 3 dimensi bisa dilihat dari segala arah.

Bentuk dari perancangan corporate identity Serli Snorkeling ini adalah 2 dimensi dan bentuk 3 dimensi yaitu bentuk 2 dimensi dapat dilihat pada karya media cetak seperti, leaflet, buku menu, stiker, foto, dan lain-lain. Sedangkan bentuk 3 dimensi dapat dilihat pada seragam.

Perancangan Ruang

Ruang adalah jarak antara suatu bentuk dengan bentuk lainnya. Ruang sebenarnya tidak dapat dilihat (khayalan) atau hanya bisa dihayati. Ruang baru dapat dihayati setelah kehadiran benda atau unsur garis dan bidang dalam kekosongan atau kehampaan.

Pada unsur ruang yang terlihat pada perancangan corporate identity Serli Snorkeling ini terdapat pada logo, namun dapat dilihat pada media Brosur. Dimana Brosur tersebut difoto dengan background laut sehingga tercipta kesan ruang.



Gambar 1 Brosur tampak depan



Gambar 2 Brosur tampak Belakang

Karya Desain Logo

Logo Serli Snorkeling merupakan gabungan dari logogram dan logotype. Logogram adalah logo yang berbentuk gambar Putri Duyung dan logotype Serli Snorkeling.



Gambar 3 Logo Serli Snorkeling

Stationery

Stationery yang dibuat adalah kartu nama. Kartu nama digunakan sebagai informasi identitas perusahaan ataupun pemilik perusahaan. Kartu nama berisikan antara lain nama, jabatan, alamat dan nomor telepon perusahaan. Materi yang digunakan untuk membuat kartu nama adalah art carton 260 gram-doff laminated. Berukuran 8,5 cm x 5,5 cm.



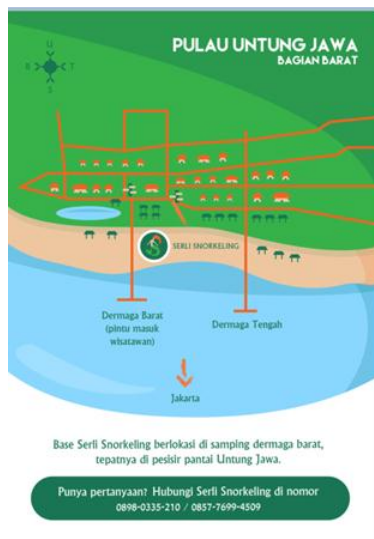
Gambar 4 Kartu Nama (Serli Snorkeling)

Flyer

Flyer adalah leaflet yang hanya terdiri dari satu lembar, flyer umumnya memiliki ukuran tidak lebih dari A5 untuk mempublikasikan acara, event atau produk. Pada dasarnya, flyer memiliki bentuk yang mirip dengan leaflet, yaitu lembaran kertas kecil. Bedanya, flyer biasanya menggunakan kertas jenis murah misalnya kertas tipis atau kertas buram. Tulisan atau gambar yang dicetak pun tidak banyak warnanya.



Gambar 5
Flyer tampak depan



Gambar 6
Flyer tampak belakang

Spanduk

Spanduk adalah suatu kain rentang yang isinya propaganda, slogan ataupun berita yang perlu diketahui oleh umum. atau spanduk yaitu kain membentang yang biasanya berada di tepi jalan yang berisi text, berwarna serta bergambar.



Gambar 7
Spanduk Serli Snorkeling

Seragam

Seragam yang digunakan adalah kaus polo berwarna abu-abu yang terdapat logo Serli Snorkeling di bagian depan dan belakangnya tertulis "Coba Keseruannya! OFFICIAL".



Gambar 8
Seragam Serli Snorkeling

Signage sistem

Signage adalah istilah umum untuk setiap jenis tampilan grafik dimaksudkan untuk menyampaikan informasi kepada penonton. Bentuk lain yang selalu ada signage adalah jalan-signage dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada pejalan kaki atau pengemudi kendaraan. Dengan tujuan untuk mengkomunikasikan lokasi yang cenderung berfokus pada keterbacaan atas segalanya. Biasanya diletakkan di tempat yang ramai pengunjung. Ukuran papan bervariasi, namun yang digunakan 160 cm x 40 cm x 60 cm.



Gambar 9
Signage Serli Snorkeling

Kesimpulan

Berdasarkan rumusan perancangan, penulis memperoleh kesimpulan, antara lain : Dalam membuat rancangan *Coporate Identity*, Serli Snorkeling memvisualisasikan keunggulan produk-nya melalui tampilan rancangan headline yaitu tulisan dicetak tebal dengan ukuran font yang besar dan menarik seperti yang terlihat pada kalimat “Coba Keseruannya!”. Diikuti dengan penawaran fasilitas permainan yang diberikan oleh Serli Snorkeling, antara lain; snorkeling, banana boat, donut boat, dan hantu laut. Pada perancangan media promosi, Serli Snorkeling membuat media visual yang baik dan benar sehingga dapat menarik minat wisatawan terhadap *Serli Snorkeling*. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung Serli Snorkeling, dilakukan dengan media promosi, antara lain: brosur, flyer, spanduk, kartu nama dan *signage* sistem.

Daftar Pustaka

- Ali,Mat. (2014). 30 Menit Mahir Membuat Ide Kreatif dan Desain Logo. Jakarta: Techno Publishing.
- Cenadi, C.S. (1999). Elemen-elemen dalam desain komunikasi visual. *NIRMANA*, 1/1: 1 – 11.
- _____. (1999). Corporate identity, Sejarah dan aplikasinya. *NIRMANA*, 1/2: 71 – 78.
- Hendi, Martinus. (2010). *Desain Ulang Logo CV. D&E Security System*.
- Kusmiati, R. Artin Pujiastuti, Sri. Dan Pamudji, Suptandar. (1999). *Teori Dasar Komunikasi Visual*. Jakarta : Djambatan.
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Lillian, Garreth. (1986). *Disain Visual. Penerjemah Budihardjo Wiryodirdjo dan Bambang Dwiantoro*. Yogyakarta : Fakultas Senirupa dan Disain ISI.
- Napoles, Veronica. (1988). *Corporate Identity Design*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Rustan, Suriyanto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyono, Rahmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Andi.