

RE-DESIGN IDENTITAS PERUSAHAAN VICTORIA HOMESTAY DIPULAU UNTUNG JAWA

Muhammad Fauzi

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

Abstract

The phenomenon of communication is a very important human need. Communication is required to obtain or provide information from or to others. The need for information is increasing, so people need communication tools that can be used whenever and wherever they are. For that reason in community service can give suggestions and turning a good visual communication such as corporate identity is a communicative media campaign to introduce the identity of a company to the public. The goal is certainly improve the company's image. One need corporate identity Victoria Homestay is located in Untung Jawa Island. The house specialty is necessary to redesign the corporate identity to enhance the business potential of the manager of the inn and this design can be used as a reference or input for other accommodation so as to enrich the aesthetics of the island of Untung Jawa through art and design. Results The design is made with pop arts style starting from logo design, typography, signage and stationery. The location of this activity is in Untung Jawa Island Region, district South Thousand Islands, Thousand Islands regency, Jakarta with collection systems and design on April 7 to July 1, 2015 at 36 hours. This activity involves the owner of Victoria Homestay in Untung Jawa Island, writers and visual communication design Esa Unggul University Student.

Keywords: *corporate identity, Victoria Homestay, Untung Jawa Island*

Abstrak

Fenomena dalam komunikasi merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting. Komunikasi dibutuhkan untuk memperoleh atau memberi informasi dari atau kepada orang lain. Kebutuhan untuk mendapatkan informasi semakin meningkat, sehingga manusia membutuhkan alat komunikasi yang dapat digunakan kapanpun dan dimanapun mereka berada. Untuk itulah dalam pengabdian kepada masyarakat dapat memberi usulan dan merubah sebuah komunikasi visual yang baik seperti *corporate identity* yaitu sebuah media promosi yang komunikatif untuk memperkenalkan identitas dari sebuah perusahaan kepada masyarakat. Tujuannya sudah tentu meningkatkan citra perusahaan tersebut. Salah satu yang butuh *corporate identity* adalah *Victoria Homestay* yang berada di Pulau Untung Jawa. Rumah penginapan ini perlu dilakukan perancangan ulang *corporate identity* untuk meningkatkan potensi bisnis pengelola rumah penginapan dan perancangan ini dapat dijadikan sebagai acuan atau masukan untuk penginapan lainnya sehingga dapat memperkaya estetika pulau Untung Jawa melalui seni dan desain. Hasil Rancangan di buat dengan gaya desain *pop art* dimulai dari logo, tipografi, signage, dan stationery. Lokasi kegiatan ini berada di Wilayah Pulau Untung Jawa, kecamatan Kepulauan Seribu Selatan, Kabupaten Kepulauan Seribu, Jakarta dengan sistem pengumpulan dan perancangan pada tanggal 7 April – 1 Juli 2015 dengan waktu 36 jam. Kegiatan ini melibatkan pemilik *Victoria Homestay* di Pulau Untung Jawa, penulis, dan mahasiswa desain Komunikasi Visual Universitas Esa Unggul.

Kata kunci: identitas perusahaan, victoria homestay, pulau Untung Jawa

Pendahuluan

Banyak jenis komunikasi yang digunakan di masyarakat. Jika berbicara masyarakat maka aspeknya adalah jumlah. Komunikasi berdasarkan jumlah ini terdiri dari komunikasi perseorangan dan komunikasi massa. Komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat adalah komunikasi massa. Komunikasi massa

merupakan suatu proses melalui komunikator-komunikator diman menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan-pesan secara luas dan terus menerus menciptakan makna-makna serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam dengan melalui media-media komunikasi. Sedangkan media komunikasi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mempermudah dalam menyampaikan informasi

dari seseorang kepada orang lain dengan maksud tertentu. Media tersebut berbentuk media visual, audio, maupun audio visual yang sarannya dapat ke nirmasa maupun massa. Perusahaan pun tidak terlepas dari aktivitas komunikasi. Mereka menggunakan komunikasi tersebut untuk memasarkan produk. Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaannya. Dapat mempromosikan produk tentu saja merancang *corporate identity*-nya, agar apa yang ingin divisualisasikan perusahaan tentang produk tersebut sampai ke masyarakat.

Proses komunikasi disini melalui eksplorasi ide-ide dengan penambahan gambar baik itu berupa foto, diagram dan lain-lain serta warna selain penggunaan teks sehingga akan menghasilkan efek terhadap pihak yang melihat. Efek yang dihasilkan tergantung dari tujuan yang ingin disampaikan oleh penyampai pesan dan juga kemampuan dari penerima pesan untuk menguraikannya. Dalam era globalisasi ini peran Desain Komunikasi Visual tidak terlepas dari kehidupan manusia sehari-hari dan menjadi sangat penting. Manusia dengan kesibukan sehari-hari yang menyita sebagian besar waktunya, cenderung mengutamakan efektivitas. Efektivitas dapat dicapai dengan mengkomunikasikan suatu informasi atau pesan secara visual.

Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah cara membuat perancangan corporate identity yang memvisualisasikan keunggulan dari Penginapan Victoria sehingga turis tertarik untuk menyewanya?
2. Bagaimanakah bentuk media yang baik dan benar untuk mempromosikannya dan bagaimana cara meningkatkan jumlah pengunjung dan omzet perusahaan dengan media promosi tersebut?

Tujuan

Perancangan ini memiliki tujuan untuk

1. Merancang *corporate identity* Penginapan Victoria agar informasi produk jasa yang ditawarkan dapat tersampaikan ke khalayak umum

2. Menemukan cara yang efisien dan benar untuk membuat *corporate identity* produk
3. Untuk mendapatkan efek balik dari konsumen sehingga mereka ingin mempergunakan jasa penginapan

Manfaat

Perancangan ini memiliki manfaat bagi penyusun maupun pihak perusahaan

- a) Manfaat sebagai penulis:
 - 1) Sebagai syarat kelulusan mata kuliah Desain Komunikasi Visual V
 - 2) Sebagai latihan menyusun untuk mempersiapkan laporan tugas akhir
 - 3) Menambah wawasan penulis
- b) Manfaat bagi masyarakat umum:
 - 1) Memuaskan konsumen terhadap produk jasa yang ditawarkan
 - 2) Masyarakat mengenal produk jasa yang dipromosikan
- c) Manfaat sebagai profesional
Sebagai acuan untuk membuat perancangan *corporate identity*

Metode Pelaksanaan

Dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, diperuntukkan bagi masyarakat Pulau Untung Jawa dengan melibatkan pemilik salah satu penginapan di pulau tersebut, *Victoria Homestay*. Lokasi kegiatan ini berada di Wilayah Pulau Untung Jawa, kecamatan Kepulauan Seribu Selatan, Kabupaten Kepulauan Seribu, Jakarta dengan sistem pengumpulan dan perancangan pada tanggal 7 April – 1 Juli 2015 dengan waktu 36 jam. Kegiatan ini melibatkan pemilik Victoria Homestay di Pulau Untung Jawa, penulis, dan 5-6 mahasiswa DKV FDIK UEU

Tabel 1
Jadwal Pelaksanaan dan Bahan Materi Ajar

Hari Pertama, 7 April 2015		Hari Ketiga, 9 April 2015	
Waktu	Nama Kegiatan	Waktu	Nama Kegiatan
08.30	Perjalanan menuju ke Pelabuhan Tanjung Pasir dari kampus UEU	08.30	Pencarian data Victoria Home Stay dan Pulau Untung Jawa
09.00		11.30	Istirahat dan Sholat
09.00	Perjalanan menuju Pulau Untung Jawa	13.00	
09.30		13.00	Pencarian data Victoria Home Stay dan Pulau Untung Jawa
09.30	Sampai di Pulau Untung Jawa dan melakukan briefing	17.30	Serta kembali menuju Tanjung Pasir dan pulang ke kampus UEU
11.30	Istirahat dan Sholat		
13.00			
13.00	Survei lapangan		
17.30			
Hari Kedua, 8 April 2015		Hari Keempat, 1 Juli 2015	
Waktu	Nama Kegiatan	Waktu	Nama Kegiatan
08.30	Survei Lapangan dan presentasi	08.30	Kembali menuju ke Pulau Untung Jawa dan memasang hasil perancangan ulang
11.30		11.30	<i>corporate identity</i> di Victoria Home Stay
11.30	Istirahat dan Sholat	11.30	Istirahat dan Sholat
13.00		13.00	Presentasi kepada pemilik Victoria Home Stay
13.00	Pencarian data Victoria Home Stay dan	17.30	



Sumber :

http://pkspl.ipb.ac.id/redaktur/editor/gambar/Image/Berita/wisata/pulau_untung_jawa_1.gif.
September 2016. 14.00 WIB

Metode Pelaksanaan

Beberapa cara yang dipakai dalam mengumpulkan data untuk perancangan *corporate identity* adalah sebagai berikut:

a. Metode observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap responden (wawancara dan angket), namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi atau kondisi). Teknik ini digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar. Pengumpulan data dengan metode ini dilakukan secara langsung dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar. Dalam hal ini, penulis melakukan observasi terhadap bahan-bahan yang tersusun pada produk jasa, agar nantinya dapat divisualisasikan. Juga terhadap unsur-unsur desain yang nantinya menyesuaikan dengan produk jasa.

b. Metode acuan karya

Metode acuan karya adalah metode pengumpulan data yang didasarkan pada karya-karya yang telah ada, dengan melihat unsur-unsur yang ada di dalamnya. Perancangan produk 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 segi. Salah satunya adalah analisis SWOT (*Strength*, *weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*). Dengan SWOT maka suatu permasalahan dapat dilihat lebih jelas dan menyeluruh. Analisa ini melihat dari segi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang tentunya juga diselaraskan dengan karakter *brand* dan *target audiences*, sehingga pada akhirnya perancangan ini mampu menonjolkan

apa yang ingin divisualisasikan dari produk. Berikut analisa SWOT untuk memecahkan masalah perancangan *corporate identity* ini. Berikut analisisnya:

a) *Strength* (kekuatan)

Situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan/keunggulan dari Penginapan Victoria saat ini. *Strength* ini bersifat internal dari perusahaan.

1. Merupakan salah satu penginapan yang terletak di destinasi wisata yang cukup
2. dikunjungi wisatawan
3. Harga terjangkau bagi wisatawan
4. Dekat dengan pantai, rumah makan dan hutan mangrove
5. Bekerja sama dengan jasa *water sport*
6. Buka setiap hari, melayani hari kerja maupun hari libur.

b) *Weakness* (kelemahan)

Keadaan dari usaha yang tidak berjalan dengan baik dapat menjadi kelemahan tersendiri sehingga kadang tidak menguntungkan dan tidak dapat memajukan kegiatan usaha. Tidak hanya pada kegiatan namun juga bisa pada produknya. Berikut kelemahan dari Penginapan Victoria saat ini:

1. Desain interior yang kurang mendukung
2. Kurangnya karyawan sehingga pelayanan tidak maksimal
3. Tidak adanya media promosi yang memadai
4. Lokasi yang kurang menonjol dibandingkan penginapan-penginapan lain

c) *Opportunities* (peluang)

Faktor positif dari luar yang memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memanfaatkan kesempatan yang ada

1. Bisnis penginapan ini terletak di pulau wisata yang mudah dijangkau oleh masyarakat kota.
2. Wisatawan mencari penginapan yang nyaman dengan harga yang murah
3. Penginapan Victoria bekerja sama dengan *water sport*, dimana *water sport* adalah jasa sport yang diminati di wisata pantai

d) *Threats* (ancaman)

Faktor negatif yang berupa ancaman dari lingkungan yang memberi hambatan bagi berkembangnya atau berlanjutnya perusahaan

1. Terdapat banyak penginapan di sekitar penginapan sejenis Penginapan Victoria di Pulau Untung Jawa
2. Penginapan di sekitar penginapan Victoria memiliki lokasi dan interior yang mendukung

Tinjauan Pustaka Dalam Tahapan Perancangan Komunikasi

Komunikasi merupakan penyampaian pikiran atau gagasan yang dilakukan oleh seseorang yang mengandung pesan tertentu dengan bantuan media, sehingga orang yang menerimanya dapat memahami isi di dalamnya dan diharapkan memberikan umpan balik.

Dalam hal ini terjadi komunikasi antar perusahaan dengan konsumen. Dimana perusahaan sebagai produsen (komunikator) ingin mempromosikan produknya (pesan) melalui media visual maupun audio visual (media cetak/display/digital) terhadap para target /konsumen (komunikasikan) agar target/konsumen mengenal produk (efek) dan diharapkan dapat membeli/mengonsumsi produk tersebut (umpan balik/reaksi).

Komunikasi dan Media Massa

Komunikasi masa adalah proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada publik. Dalam hal ini komunikasi massa terjadi antara perusahaan dengan target audiens/konsumen

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

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 identite* terdiri dari 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 mengharapkan adanya 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*, *hanging mobile*, *stand booth*, dan *rack display/corner display*.

Fotografi

Fotografi (dalam bahasa Inggris: *photography*, yang berasal dari kata Yunani yaitu *photos*, cahaya dan *grafa*, melukis/menulis) adalah proses melukis/menulis dengan menggunakan media cahaya. Sebagai istilah umum, fotografi berarti proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu objek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai obyek tersebut pada media yang peka cahaya. Alat yang paling populer untuk menangkap cahaya ini adalah kamera. Tanpa cahaya, tidak ada foto yang bis dibuat.

Hasil dan Pembahasan Konsep Perancangan

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

tentang kosep perancangan dari Penginapan Victoria ini antara lain:

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 harafiah, kata tersebut mempunyai arti pengantara atau pengantar, yaitu perantara sumber pesan dengan penerima pesan. Jadi dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media dibagi menjadi tiga 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 komunikan hanya mendengar informasi tanpa melihat kejadian yang sebenarnya, sehingga komunikan 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 diatas, maka dibuatlah perancangan media *corporate identity*, untuk Penginapan Victoria dalam bentuk media visual.

Tujuan dan Strategi 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* Penginapan Victoria adalah media ceta, media display, dan media audio visual.

Adapun tujuan dari media perancangan *corporate identity* Penginapan Victoria ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mempromosikan Penginapan Victoria di Pulau Untung Jawa
2. Menarik minat wisatawan Pulau Untung Jawa terhadap Penginapan Victoria
3. Membangun citra dari Penginapan Victoria agar tidak salah bersaing dengan penginapan lain di Pulau Untung Jawa.

Strategi media merupakan cara untuk mencapai tujuan media yang ditetapkan, yaitu dengan pemilihan dan prioritas media. Dalam strategi media harus sesuai dengan arah tindakan yang akan diambil dengan media tersebut.

Adapun strategi media perancangan *corporate identity* Penginapan Victoria ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi media yang digunakan yaitu media cetak seperti banner, brosur, leaflet, dan lain-ain. Memilih media cetak agar muda dibawa kemana saja dan informasinya akan selalu ada karena dapat disimpan
2. Strategi media display yaitu plang nama penginapan tersebut. Memilih media display supaya menarik perhatian wisatawan ketika berkunjung ke Pulau Untung Jawa dan dapat tertarik untuk mengunjungi penginapan Victoria
3. Strategi media audio yaitu video promosi penginapan tersebut. Memilih media ini supaya informasi tentang penginapan ini bisa disebarluaskan melalui internet, sehingga menarik perhatian wisatawan yang tengah berkunjung ke Pulau Untung Jawa, dan menginap di penginapan Victoria

Program Media dan Hasil Perancangan

a. Logo

Logo merupakan suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga dan hal lainnya, yang membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Logo harus memiliki filosofi dan kerangka dasar berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri. Logo lebih lazim dikenal oleh penglihatan atau visual,

seperti ciri khas berupa warna dan bentuk logo tersebut.

Logo pada Penginapan Victoria belum tersedia sehingga diperlukan sebuah logo baru. Logo yang berupa gabungan dari *logogram* dan *logotype*. Pada logo penginapan nantinya akan

terdapat gambar bundaran dengan poros ditengah simbolisasi dari matahari dan unsur laut yang menunjukkan bahwa penginapan ini merupakan penginapan yang terdapat di pulau wisata.



Gambar 1
Logo Victoria

b. Stationery

Stationery dalam desain grafis adalah peralatan kantor yang dicetak dan merupakan gambar yang harus didesain agar menarik dan menggambarkan citra perusahaan. Contoh: kartu nama, kop surat, amplop, dan *folder map*. Amplop dan kop surat sebagai alat berkomunikasi pesan ke klien. Perusahaan

biasanya menggunakan amplop dan kop surat untuk korespondensi, surat bisnis, balasan bisnis, undangan, pengumuman dan proposal. *Folder map* adalah suatu tempat untuk guna menyimpan surat-surat, file dan draft dalam perusahaan. Agar *folder map* untuk berbagai keperluan tidak bercampur baur. Maka dapat disimpan dalam *folder map* yang berbeda.



Gambar 2
Kartu Nama



Gambar 3
Stempel

c. Leaflet

Leaflet adalah sebuah informasi yang dicetak di selembar kertas kecil agar mudah dibagikan dan dibawa orang. Terkadang, selembar leaflet dilipat jadi dua atau tiga supaya

terlihat lebih ringkas dan praktis. Tujuan dari leaflet adalah untuk menyebar luaskan suatu informasi. Leaflet biasanya dicetak dalam jumlah banyak dan dibagikan ke masyarakat yang menjadi target penyimpanan informasinya.



Gambar 4
Brosur Leaflet

d. Buku Katalog

Buku katalog adalah daftar harga produk dan jasa yang terdapat di sebuah hotel atau penginapan.



Gambar 5

Salah Satu Lembar desain dari buku Katalog Muhammad Fauzi – 2015

e. Banner

Banner atau spanduk adalah kain membentang dan biasanya berada di tepi-tepi jalan yang berisi tulisan, warna dan gambar. Dengan melihat spanduk yang menarik, konsumen pun akan tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Spanduk memang menjadi media promosi yang murah dan efektif untuk saat ini



Gambar 6

Banner Muhammad Fauzi – 2015

f. Wallsticker

Sticker dinding adalah logo dari penginapan ini sendiri yang nantinya akan ditempel pada dinding sebagai pemanis interior.



Gambar 7

Wall Sticker Muhammad Fauzi – 2015

g. Hanging mobile dan flag chain

Hanging mobile adalah sebuah media promosi yang letaknya bergantung di atas dinding atap. Hanging mobile berisi sebuah image penvisualisasian sebuah produk, logo, dan kadang hanya berupa headline. Tidak jauh berbeda dengan hanging mobile hanya yang bentuknya saja yang bisa dilihat satu arah.



Gambar 8

Hanging Mobile Muhammad Fauzi – 2015

h. Bill paper

Bill paper atau kertas tagihan adalah kertas yang berisikan daftar tagihan penginapan yang disewa oleh konsumen. Bill paper ini pun juga harus didesain sedemikian rupa agar dapat meninggalkan kesan yang kuat, sehingga pengunjung pun tertarik untuk kembali lagi.



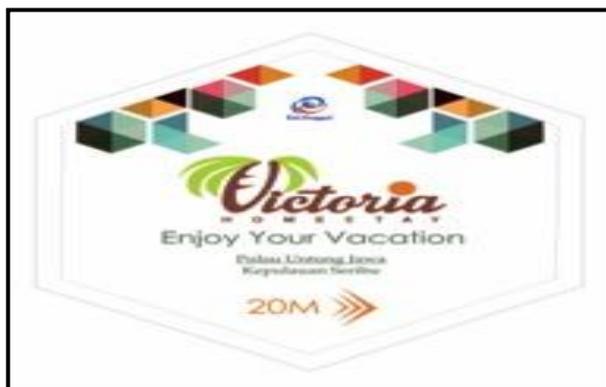
Gambar 9
Bill Layout Design

i. Seragam

Seragam atau *uniform* adalah seperangkat pakaian standar yang dikenakan oleh anggota atau organisasi sewaktu berpartisipasi dalam aktivitas organisasi tersebut. Para karyawan yang memakai seragam akan memberikan kesan profesionalitas kepada pengunjung yang datang.

j. Signage

Signage akan dibuat sebagai papan notifikasi akan keberadaan Penginapan Victoria. Plang akan dipasang didepan penginapan serta beberapa lokasi strategis lainnya di Pulau Untung Jawa.



Gambar 10
Plang Nama

Konsep Perancangan Kreatif

Perancangan kreatif merupakan rencana penyampaian pesan dalam pembuatan rancangan media visual dan audio 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 dan *art directing*

Tujuan perancangan kreatif *corporate identity* Penginapan Victoria adalah membuat media visual dan media audio visual yang baik dan benar sehingga dapat menarik minat wisatawan terhadap Penginapan Victoria. Strategi perencanaan kreatif yang penulis 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 berisikan penjabaran dari konsep perencanaan media yang akan dibuat. Adapun penjabarannya sebagai berikut:

a. Perencanaan copy writing

Perencanaan *copy writing* yang dibuat antara lain meliputi rencana *headline*, *sub headline*, dan *body copy*. Adapun penjabarannya sebagai berikut:

b. Rancangan Headline

Headline adalah informasi utama yang ingin disampaikan, biasanya diberikan ciri khusus agar mudah terlihat dan terbaca. Misalnya tulisan dicetak tebal dengan font yang besar dan menarik. Dalam hal ini digunakan *headline* "Victoria Homestay".

c. Rancangan Sub Headline

Sub headline berfungsi untuk melengkapi serta memperjelas pengertian *headline* dan untuk membagi dan sebagai menyela teks berikutnya. Biasanya ukurannya hurufnya lebih kecil daripada judul dengan warna yang berbeda. Dalam hal ini *sub headline*-nya adalah "Kenyamanan di Pulau Wisata".

d. 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-lainnya.

e. Perencanaan Art Directing

Perencanaan *art directing* merupakan perencanaan yang meliputi setiap unsur dalam *art directing*.

f. Perencanaan Estetika Filosofi

Estetika filosofi adalah salah satu cabang ilmu filsafat yang secara sederhana, ilmu yang membahas segala sesuatu yang berkaitan dengan keindahan, merupakan konsep pemikiran yang diambil dalam perancangan media. Gaya gambar yang digunakan dalam perancangan media ini adalah modern, dikarenakan menyesuaikan dengan interior dan eksterior penginapan yang modern.

g. Penentuan Gaya Desain

Pemakaian gaya desain dilakukan sebagai bentuk kekhasan dan keunikan oleh sebuah karya desain yang dihasilkan. Dengan dipilihnya gaya desain yang sesuai agar tidak adanya kesamaan di setiap karya yang ada. Untuk perancangan *corporate identity* Penginapan Victoria ini, gaya desain yang digunakan adalah gaya desain *pop art*. Gaya desain ini dipertegas dengan *vector art*. Gaya desain *pop art* merupakan gaya desain yang memiliki karakter utama yaitu dekoratif, menggunakan warna-warna komplementer, cerah dan terang yang mencolok dan menggunakan unsur visual dari karya lain tetap dipertahankan.

Pembahasan Unsur-unsur Desain dalam Corporate Identity Victoria Home Stay

Garis merupakan gerakan dari suatu titik sehingga terbentuk suatu goresan. Garis adalah unsur dasar untuk membangun bentuk atau konstruksi desain. Garis yang digunakan dalam perancangan ini adalah garis yang bersifat maya atau semu dan garis diagonal. Hal tersebut dapat dilihat dari bentuk logo dan juga *copy writing*-nya.

Bidang adalah himpunan garis-garis yang anggotanya terdiri dari lebih dari satu buah garis. Jadi, pada sebuah bidang terdapat banyak sekali garis. Dalam perancangan *corporate identity* Penginapan Victoria ini, terdapat bidang lengkung yang menggambarkan laut dan bunga. Bentuk adalah segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Bentuk dasar yang

dikenal adalah kotak (*rectangle*), lingkaran (*circle*) dan segitiga (*triangle*). Bentuk terdiri dari dua yaitu bentuk dua dimensi dan bentuk tiga dimensi. Bentuk dua dimensi merupakan bentuk dari benda yang hanya memiliki panjang dan lebar dan hanya bisa dilihat dari satu arah. Sedangkan bentuk tiga dimensi merupakan karya seni rupa yang memiliki dimensi panjang, lebar dan tinggi, atau karya yang memiliki volume dan menempati ruang. Bentuk tiga dimensi bisa dilihat dari segala arah. Bentuk dari perancangan *corporate identity* Penginapan Victoria ini adalah dua dimensi dan tiga dimensi. Pada bentuk dua dimensi dapat dilihat pada karya media cetak seperti *leaflet*, buku katalog, sticker, dan lain-lain. Sementara tiga dimensi dapat dilihat pada seragam.

Warna adalah salah satu yang sangat penting dalam menentukan respon dari orang. Warna berdasarkan sistemnya dibagi menjadi tiga yaitu RGB, CMYK, dan warna Brewster. Sistem RGB (*Red, Green, Blue*) merupakan warna yang digunakan pada benda elektronik yang dapat menampilkan citra atau gambar seperti televisi dan computer. Sistem CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow Key*) merupakan sistem warna yang sering digunakan dalam percetakan berwarna. Sistem Brewster adalah pencampuran warna dengan pigmen. Berdasarkan sistem warna yang digunakan dalam perancangan *corporate identity* Penginapan Victoria adalah mengacu pada sistem warna CMYK. Pemakaian warna yang dominan adalah warna biru. Berikut penjelasan warna dari perancangan *corporate identity* Penginapan Victoria. Warna biru memiliki makna kepercayaan diri dan memberikan inspirasi. Biru bila dikaitkan dengan usaha tersebut menandakan bahwa penginapan ini terletak di pulau wisata terutama di pinggir pantai.

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 perancangan *corporate identity* Penginapan Victoria ini tidak terdapat logo. Tekstur adalah tampilan atau rasa dari setiap permukaan. Pada perancangan *corporate*

identity Penginapan Victoria ini terdapat tekstur yang menggambarkan penginapan alami dekat pantai. Gelap terang adalah unsur yang dibuat untuk memberikan kesan tiga dimensi. Pada perancangan *corporate identity* Penginapan Victoria, gelap terang terdapat pada suasana unsur yang ditampilkan. Komposisi adalah bagian terpenting dalam sebuah karya desain, karena dengan adanya komposisi sebuah karya yang akan memiliki perbedaan atau keunikan tersendiri dengan karya desain lainnya. Komposisi pada perancangan *corporate identity* Penginapan Victoria dapat dilihat dari keseluruhan desain yaitu komposisi asimetris. Tujuannya supaya terlihat lebih dinamis dan tidak kaku.

Tipografi atau tata huruf merupakan suatu ilmu dalam memilih atau menata huruf dengan pengaturan penyebaran pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Font yang dipakai belum ditentukan. Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda-tanda. Dalam perancangan *corporate identity* Penginapan Victoria ingin menampilkan penginapa yang terletak di sebuah pulau wisata dengan daya tarik pemandangan yang tidak jauh dari pantai. Gambar merupakan perpaduan titik garis, bidang dan warna yang dikomposisikan untuk mencitrakan sesuatu. Gambar merupakan unsur penting yang sering digunakan dalam komunikasi sebuah desain karena sering dianggap sebagai bahasa universal yang dapat menembus rintangan yang ditimbulkan oleh perbedaan bahasa dan kata-kata. Dalam perancangan *corporate identity* Penginapan Victoria, digunakan jenis gambar yaitu gambar vektor. Gambar vektor merupakan gambar yang dibentuk melalui kombinasi titik-titik dan garis. Gambar vektor dapat dilihat pada logo serta ornament yang digunakan.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Pulau Untung Jawa Khususnya progress pengembangan identitas perusahaan melalui desain di *Victoria Homestay* ini dapat disimpulkan bahwa pentingnya merancang ulang identitas perusahaan karena merupakan

salah satu faktor potensial dalam industri pariwisata dan dapat meningkatkan *image* wisata pulau untung jawa. Merancang Ulang *Corporate Identity Victoria HomeStay* melibatkan beberapa aspek-aspek desain yang terkait dimulai aspek semiotika, elemen desain hingga konsep rancangan yang memiliki gaya desain modern *pop art*. Pemakaian gaya desain dilakukan sebagai bentuk kekhasan dan keunikan oleh sebuah karya desain yang dihasilkan. Dengan dipilihnya gaya desain yang sesuai agar tidak adanya kesamaan di setiap karya yang ada. Untuk perancangan *corporate identity* Penginapan Victoria ini, gaya desain yang digunakan adalah gaya desain *pop art*. Gaya desain ini dipertegas dengan *vector art*. Gaya desain *pop art* merupakan gaya desain yang memiliki karakter utama yaitu dekoratif, menggunakan warna-warna komplementer, cerah dan terang yang mencolok dan menggunakan unsur visual dari karya lain tetap dipertahankan.

Pengabdian kepada masyarakat dalam kasus ini juga memiliki peran penting dalam meningkat masyarakat Ekonomi yang baik dari peluang usaha yang butuh diperbaiki *corporate identitynya* melalui bidang keahlian seni dan desain.

Daftar Pustaka

- 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