

PERANCANGAN ULANG *CORPORATE IDENTITY* WISATA PULAU UNTUNG JAWA

Jhon Viter M.

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

Abstract

Corporate identity design required for the development of tourism on the island of Java and the profit to build the company's image. The concept of corporate identity design Untung Jawa Island districts South Thousand Islands, Thousand Islands regency, Jakarta made in accordance with the identity of this island, that island with a variety of offerings beautiful natural charm as well as providing full facilities for travel needs at an affordable price. Through the corporate identity logo design with eye catching impression of the concept, of the elements that are applied as an attraction that shows the personality characteristic of the island, and then apply it on various media related promotions. In the design, method of designing a technique or method used in designing a corporate identity. The method used in this design, among others through observation and data collection of reference works, while the application of methods of data analysis using SWOT qualitative analysis to solve the problem of designing corporate identity Untung Jawa Island itself. Application of the concept is applied focusing on segmentation of natural tourism, where nature contained in Untung Jawa Island is a potential and have a strong appeal for the people of Indonesia and foreign tourists who want to try the potential of exotic island and its facilities are provided. This is the basic design concept of corporate identity, developed into a key to reveal the identity as a tourist attraction.

Keywords: *redesign, corporate identity, Untung Jawa Island, tourism information*

Abstrak

Desain *corporate identity* diperlukan untuk pengembangan pariwisata di pulau untung jawa dan untuk membangun citra perusahaan. Konsep perancangan *corporate identity* Pulau Untung Jawa kecamatan Kepulauan Seribu Selatan, Kabupaten Kepulauan Seribu, Jakarta dibuat sesuai dengan identitas dari pulau ini, yaitu pulau dengan berbagai sajian pesona alamnya yang indah serta menyediakan fasilitas lengkap untuk kebutuhan wisata dengan harga terjangkau. Melalui perancangan logo pada *corporate identity* dengan konsep kesan *eye catching*, dari elemen-elemen yang diterapkan sebagai daya tarik yang menunjukkan kepribadian ciri khas dari pulau tersebut, kemudian mengaplikasikannya pada berbagai media promosi yang terkait. Dalam perancangannya, metode perancangan merupakan teknik atau cara yang digunakan dalam merancang sebuah *corporate identity*. Metode yang dilakukan pada perancangan ini antara lain melalui pengumpulan data secara observasi dan acuan karya, sedangkan penerapan metode analisis datanya menggunakan analisa kualitatif SWOT untuk memecahkan masalah perancangan *corporate identity* Pulau Untung Jawa itu sendiri. Penerapan konsep yang diterapkan berfokus pada segmentasi pariwisata alamnya, dimana wisata alam yang terdapat di Pulau Untung Jawa sangat berpotensi dan memiliki daya tarik yang kuat bagi masyarakat Indonesia dan para turis asing yang ingin mencoba potensi pulau yang eksotis beserta sarana yang diberikan. Inilah yang menjadi dasar perancangan konsep *corporate identity*, yang dikembangkan menjadi kunci memunculkan identitas sebagai daya tarik pariwisata.

Kata kunci: Pulau Untung Jawa, perancangan identitas pulau

Pendahuluan

Komunikasi merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting. Komunikasi dibutuhkan untuk memberi atau memperoleh informasi dari orang lain. Kebutuhan untuk mendapatkan informasi semakin meningkat, sehingga manusia membutuhkan alat komunikasi yang dapat digunakan kapan pun

dan dimana pun mereka berada untuk memperoleh serta menyebarkan informasi. Sehingga adanya media komunikasi yang dapat digunakan kapan pun dan dimana pun mereka berada, dapat memudahkan antar manusia sebagai makhluk sosial untuk melakukan sebuah komunikasi.

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 dimana menggunakan media untuk menyebarkan 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 sasarannya dapat ke nirmassa 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. Cara memasarkan sebuah produk pun sangat dibutuhkan sebuah aktivitas komunikasi yang dibuat oleh perusahaannya, agar info yang terdapat pada produk tersampaikan.

Dapat mempromosikan produk tentu saja merancang *corporate identity*-nya, agar apa yang ingin divisualisasikan perusahaan tentang produk tersebut sampai ke masyarakat

Tujuan Perancangan

Perancangan *corporate identity* memiliki tujuan untuk:

1. Agar masyarakat di luar pulau atau masyarakat yang berada di Ibu Kota yang mengenal keberadaan Pulau Untung Jawa sehingga pulau yang keindahannya tidak kalah dengan pulau lainnya.
2. Untuk mempromosikan dan menaikkan identitas Pulau Untung Jawa dengan penampilan baru yang lebih menarik

sehingga mengundang minat pengunjung untuk berwisata.

Metode Pelaksanaan

Dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, diperuntukkan bagi masyarakat Pulau Untung Jawa dengan melibatkan pemilik salah satu penginapan di pulau tersebut, Hiu 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 5-6 mahasiswa DKV FDIK UEU

Tabel 1

Jadwal Pelaksanaan dan Bahan Materi Ajar

Hari Pertama, 7 April 2015

Waktu	Nama Kegiatan
08.30 – 09.00	Perjalanan menuju ke Pelabuhan Tanjung Pasir dari kampus UEU
09.00 – 09.30	Perjalanan menuju Pulau Untung Jawa
09.30 – 11.30	Sampai di Pulau Untung Jawa dan melakukan briefing
11.30 – 13.00	Istirahat dan Sholat
13.00 – 17.30	Survei lapangan

Hari Kedua, 8 April 2015

Waktu	Nama Kegiatan
08.30 – 11.30	Survei Lapangan dan presentasi
11.30 – 13.00	Istirahat dan Sholat
13.00 – 17.30	Pencarian data Pulau Untung Jawa

Hari Ketiga, 9 April 2015

Waktu	Nama Kegiatan
08.30 – 11.30	Pencarian data Pulau Untung Jawa
11.30 – 13.00	Istirahat dan Sholat
13.00 – 17.30	Pencarian data Pulau Untung Jawa Serta kembali menuju Tanjung Pasir dan pulang ke kampus UEU

Hari Keempat, 1 Juli 2015

Waktu	Nama Kegiatan
08.30 – 11.30	Kembali menuju ke Pulau Untung Jawa dan memasang hasil perancangan ulang <i>corporate identity</i>
11.30 – 13.00	Istirahat dan Sholat
13.00 – 17.30	Presentasi kepada kepegawaian di Kecamatan setempat

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 Massa

Komunikasi massa 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

Media massa adalah channel, media/medium. Saluran, sarana atau alat yang dipergunakan 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.

Visual

Visual berhubungan erat dengan mata atau penglihatan. Menurut beberapa ahli, visual juga merupakan salah satu bagian dari aktivitas belajar. Dimana aktivitas belajar itu sendiri terdiri dari: somatic (belajar dengan bergerak dan berbuat), auditori (belajar dengan berbicara dan mendengar), intelektual (belajar dengan memecahkan masalah dan merenung), dan visual (belajar dengan cara melihat, mengamati, dan menggambarkan). Keempat aktivitas belajar tersebut harus dikuasai supaya proses belajar dapat berlangsung secara optimal.

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 tiga bagian yang digunakan dalam bermacam cakupan

- a. *Corporate visual* (logo dan *uniform*)
- b. *Corporate communication* (iklan, *public relations*, dan informasi)
- c. *Corporate behavior* (nilai-nilai internal dan norma-norma)

Copy writing

Copy writing merupakan pesan yang dibuat dalam bentuk tulisan dengan maksud agar target audience mudah untuk mengerti maksud dari isi pesan atau informasi yang sedang disampaikan. *Copy writing* terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:

- a. **Headline**
Headline merupakan judul yang membuka dan mewakili isi konten sebuah desain
- b. **Sub headline**
Sub headline merupakan penjelasan singkat tentang arti dan makna Headline yang ada, agar audience lebih mudah memahami isi tersebut.
- c. **Body copy**
Body copy diartikan sebagai pengurai informasi suatu produk secara detail sehingga diharapkan dapat membujuk dan memprovokasi pembaca untuk membeli produk yang diiklankan. Dalam hal ini perusahaan menggunakan media display dan cetak sebagai media massa dalam mempromosikan produknya.

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 atau 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*.

Identifikasi Data

Identifikasi data perusahaan diperlukan untuk mengetahui informasi dan produk yang akan dirancang *corporate identity*-nya. Berikut adalah identifikasi yang akan dijabarkan mengenai Pulau Untung Jawa:

Data Perusahaan

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

Nama Perusahaan

Pulau Untung Jawa

Sejarah Perusahaan

Pada tahun 1930-an, penduduk dari Pulau Kherkor mengalami kondisi daratan pulau yang abrasi (terkikis oleh air laut) lalu mereka pindah ke Pulau Untung Jawa. Pada tahun 1940-an, penduduk Untung Jawa tertimpa kemalangan, yaitu datangnya serangan nyamuk besar-besaran. Akhirnya penduduk setempat bermukim ke Pulau Ubi Besar untuk menghindari bencana serangan nyamuk.

Namun demikian Pulau Ubi pun tak luput dari abrasi. Akhirnya para penduduk pun pindah untuk kedua kali ke Pulau Untung Jawa demi keselamatan merek untuk keberlangsungan hidup. Pada awalnya Pulau Untung Jawa ini pernah dikelola oleh seseorang pengusaha dan menjadikan Pulau Untung Jawa sebagai tempat wisata seperti Pulau Sepa, Pulau Marina, Pulau Macan dan pulau lainnya yang lokasinya dekat dengan Ancol. Seiring dengan waktu, pengusaha tersebut mempunyai sisi negatif yaitu memiliki sikap berkuasa terhadap lingkup Pulau Untung Jawa. Hal ini membuat dirinya tidak mau mengikuti peraturan pemerintah setempat. Walau sudah dikelola oleh pengusaha tersebut, Pulau Untung Jawa bukan sepenuhnya miliknya. Pengusaha tersebut hanya mempunyai kedudukan sebagai pengelola wisata saja. Akhirnya pemerintah setempat pun mencabut kedudukannya sebagai pengelola objek wisata Pulau Untung Jawa. Hal itu terlihat dari adanya loket Untung Jawa yang tidak aktif lagi sampai sekarang dan hanya berupa

bangunan usang, karena tidak ada yang mengelolanya lagi.

Manajemen Perusahaan

Manajemen Pulau Untung Jawa masih belum jelas sampai saat ini, karena setelah kejadian pengelolaannya yang dulu membuat para penduduk tidak mengambil keputusan lain untuk mengelola Pulau Untung Jawa sebagai objek wisata yang lebih menarik dan baik lagi. Manajemen Pulau Untung Jawa pun pada akhirnya dikelola oleh individu (yang juga penduduk setempat) seperti : penginapan/*homestay*, restoran, transportasi, maupun *watersport*.

Kedudukan pemerintah Pulau Untung Jawa adalah mengawasi aktivitas bisnis penduduk di Pulau Untung Jawa, sesuai dengan peraturan yang ada. Alasan pemerintah tidak menjadikan Pulau Untung Jawa sebagai pulau objek wisata lagi karena memang pulau tersebut bukan pulau yang dijadikan sebagai objek wisata, melainkan pulau sebagai lempat tinggal penduduk. Di samping alasan itu, pada kenyataannya, penduduk setempat pun mayoritas mengandalkan wisatawan atau pengunjung yang datang ke Pulau Untung Jawa sebagai mata pencahariannya. Maka dari itu, tidak ada salahnya, jika pemerintah setempat merancang ulang atau memperbaiki fasilitas pulau yang telah usang, karena masyarakat setempat pun akan mendapat efek dari perancangan ulang tersebut. Pengunjung pun lebih tertarik untuk datang ke Pulau Untung Jawa dan pendapatan penduduk setempat pun pasti naik.

Jasa atau Produk yang Ditawarkan

Penduduk setempat menyediakan fasilitas wisata seperti : *homestay* / penginapan dengan variasi harga yang relative terjangkau, restoran yang menyajikan menu seafood maupun wahana air / *watersport*.

Jangkauan Wilayah Perusahaan

Wilayah sekitar Pulau Untung Jawa

Lokasi Perusahaan

Pulau Untung Jawa berlokasi di Jl. Pulo Untung Jawa, kecamatan Kepulauan Seribu

Selatan, Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu.

Data Produk

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

Jenis-jenis Produk

Produk yang akan dipublikasikan ke dalam media promosi tentunya sebagai suatu unggulan yang dapat disajikan kepada calon konsumen, diantaranya adalah

1. Cagar Alam

Pulau Untung Jawa mempunyai empat pantai yang indah sebagai objek wisata, antara lain adalah

- a. Pantai Pasir Putih
- b. Pantai Amiterdam
- c. Pantai Mangrove/ bakau
- d. Pantai ASRA
- e. Hutan bakau

2. Watersport/wahana air

Pengunjung dapat menikmati bermacam-macam *watersport* yang telah disediakan oleh penduduk setempat sebagai fasilitas di Pulau Untung Jawa, seperti:

- a. *Banana boat*
- b. *Dunkin jump*
- c. *Speedboat traveling*
- d. *Snorkeling*

Harga Produk

Untuk cagar alam sendiri di Pulau Untung Jawa, pengunjung dapat dengan leluasa alias gratis memasuki cagar alam Pulau Untung Jawa. Hal itu dikarenakan pulau tersebut tidak sepenuhnya sebagai pulau wisata, melainkan pulau penduduk yang mayoritas mata pencahariannya adalah mengandalkan wisatawan atau pengunjung yang datang. Water sport ini, pengunjung dikenakan biaya berkisar Rp 100.000,- s/d 1.000.000

Positioning Produk

Dari fasilitas wisata yang tersedia meliputi cagar alam dan *water sport*/wahana air mempunyai variasi macam jenisnya, seperti jenis-jenis pantai yang berbeda alam satu pulau dan kegiatan wahana airnya, sehingga pengunjung yang datang bisa menjelajahi dan menikmati area wisata di Pulau Untung Jawa tanpa rasa jenuh.

Target Audiens

Target Pengunjung Pulau Untung Jawa meliputi perseorangan ataupun kelompok (keluarga/organisasi) yang dapat dinikmati oleh semua umur.

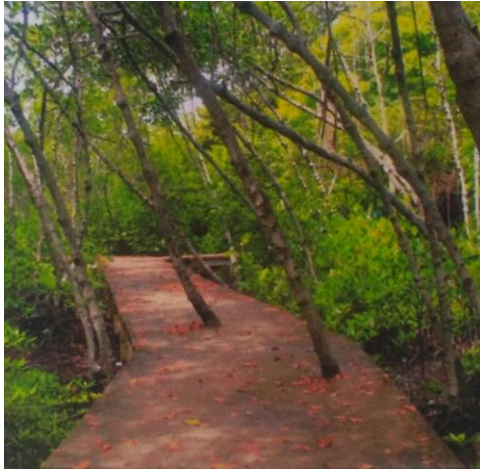
Foto Produk



Gambar 1
Pantai Pasir Putih



Gambar 2
Pantai Mangrove



Gambar 3
Hutan bakau



Gambar 4
Pantai Amterdam

Pembahasan dan Teori Karya 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 Pulau Untung Jawa 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 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 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 dibuatlah perancangan media *corporate identity*, untuk Pulau Untung Jawa 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* Pulau Untung Jawa adalah media cetak, media display, dan media audio visual.

Adapun tujuan dari media perancangan *corporate identity* Pulau Untung Jawa ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mempromosikan Pulau Untung Jawa di Pulau Untung Jawa
- b. Menarik minat wisatawan Pulau Untung Jawa terhadap Pulau Untung Jawa
- c. Membangun citra dari Pulau Untung Jawa agar tidak salah bersaing dengan penginapan lain di Pulau Untung Jawa.

Strategi Media

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* Pulau Untung Jawa 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 Pulau Untung Jawa
3. Strategi media audio yaitu video promosi penginapan tersebut. Memilih media ini supaya informasi tentang penginapan ini bisa disebarluarskan melalui internet, sehingga menarik perhatian wisatawan yang tengah berkunjung ke Pulau Untung Jawa, dan menginap di Pulau Untung Jawa

Program Media

Program Media yang akan dibuat antara lain:

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 Pulau Untung Jawa 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.



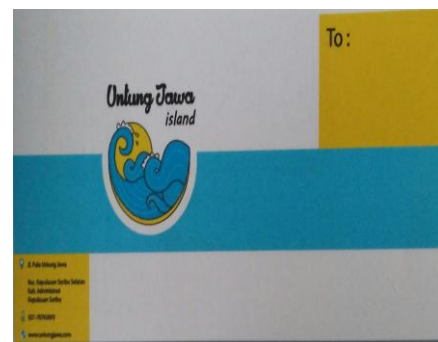
Gambar 5
Logo

b. Stationery

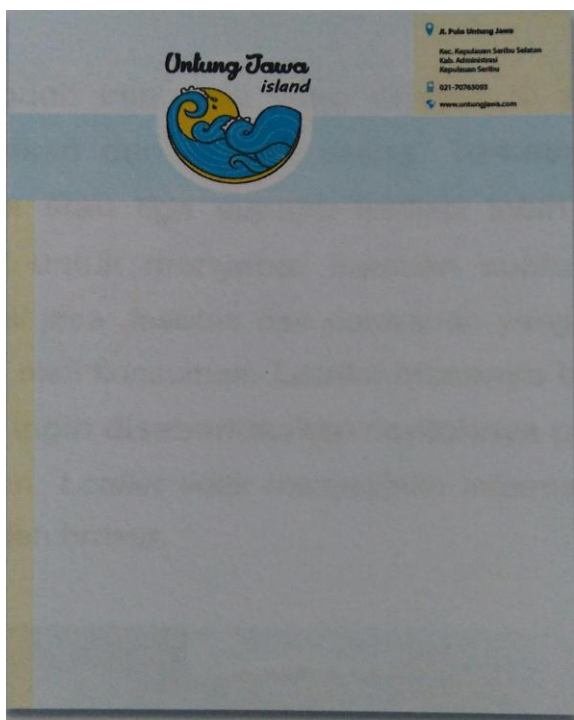
Stationery dalam desain grafis adalah peralatan kantor yang dicetak dan merupakan gambar yang harus didesain agar menarik dan menggambarkan citra perusahaan. Contoh: kartu nama, kop surat, amplop, dan *folder map*. Amplop dan kop surat sebagai alat berkomunikasi pesan ke klien. Perusahaan biasanya menggunakan 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 6
Kartu nama



Gambar 7
Amplop



Gambar 8
Kop Surat



Gambar 9
Stempel

c. Leaflet

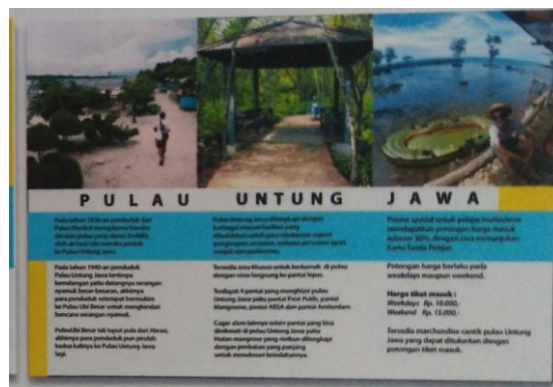
Leaflet adalah sebuah informasi yang dicetak di selembar kertas kecil agar mudah dibagikan dan dibawa orang. Terkadang, selembar *leaflet* dilipat jadi dua atau tiga supaya terlihat lebih ringkas dan praktis. Tujuan dari *leaflet* adalah untuk menyebar luaskan suatu informasi. *Leaflet* biasanya dicetak dalam jumlah banyak dan dibagikan ke masyarakat yang menjadi target penyimpanan informasinya.



Gambar 10. Leaflet

d. Brosur

Brosur adalah bagian yang penting dari sebuah media promosi karena di dalam brosur terdapat banyak informasi penting tentang detail jasa, fasilitas, dan pelayanan yang merupakan keunggulan yang harus diketahui oleh konsumen. Namun, karena isi informasi yang cukup banyak, brosur harus didesain dengan komposisi yang dinamis disertai dengan elemen desain yang menarik, sehingga menaikkan minat baca konsumen



Gambar 11. Brosur

e. Merchandise

Merchandise merupakan segala bentuk produk yang ditujukan sebagai hadiah. Dalam hal ini *merchandise* diberikan secara cuma-cuma kepada orang yang telah mengikuti atau melaksanakan kegiatan yang diwajibkan oleh produsen produk tersebut atau dari pihak

Untung Jawa tersebut. Fungsi merchandise sebagai media promosi akan dijabarkan dibawah ini:

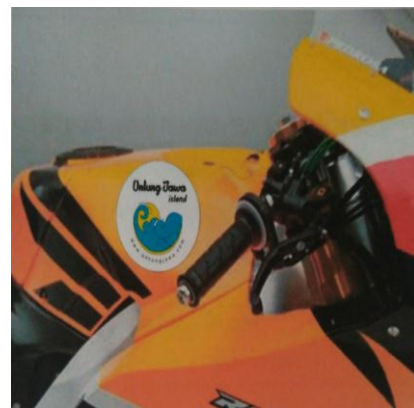
1. Sebagai branding sebuah perusahaan tertentu. Misalnya mug promosi yang disablon dengan logo perusahaan dan pada saat digunakan atau diletakkan di meja klien, maka akan mengingat perusahaan pemberi produk promosi tersebut.
2. Sebagai senjata pemasaran dari satu klien ke calon klien baru lainnya juga pembeda dengan perusahaan lainnya dan sebagai pembeda dengan perusahaan lain. Di jaman persaingan dalam bidang usaha saat ini sangatlah ketat, maka perusahaan yang cenderung berbeda, baik dalam hal promosi atau hal lainnya akan mengisi *top of mind brand* dalam benak klien atau konsumen.



Gambar 14
Kaos



Gambar 12
Mug



Gambar 15
Sticker



Gambar 13
Gantungan kunci

Dokumentasi



Kesimpulan

Perancangan yang dilakukan berdasarkan hasil data dari daerah setempat, yang dikembangkan dari data-data sebelumnya. Sehingga menghasilkan sebuah rancangan *corporate identity* yang tepat dan menarik. Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di Pulau Untung Jawa, dapat disimpulkan bahwa sebuah produk pariwisata daerah ternyata memerlukan sebuah perancangan *corporate identity* yang sangat berguna bagi masyarakat Untung Jawa itu sendiri. Kegiatan pengabdian masyarakat berupa perancangan *corporate identity* yang dilakukan ini berguna bagi masyarakat Pulau Untung Jawa untuk memperkenalkan produk pariwisata daerah setempat.

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 : Andi.