

PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN BISNIS REKREASI UNIVERSITAS TELKOM

Syahma Kamilia Rahma¹, Nisa Eksa Nastiti² dan Ganjar Gumilar³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsong, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*

syahmakamilia@student.telkomuniversity.ac.id, nisaekan@telkomuniversity.ac.id,
ganjarqumilar@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Sektor pariwisata di Indonesia termasuk sektor penting dalam membangun perekonomian. Pariwisata bukan hanya berbasis situs seperti destinasi wisata alam dan rekreasi. Terdapat pariwisata berbasis peristiwa (*event*). Perkembangan teknologi juga menciptakan adanya pariwisata digital. Namun belum ada instansi pendidikan yang secara spesifik mempelajari hal tersebut. Melihat fenomena tersebut, Universitas Telkom hadir dengan membuka program studi baru yaitu S1 Manajemen Bisnis Rekreasi, yang fokus mempelajari keilmuan manajemen dan *leisure*. Program studi ini sudah memulai kegiatan belajar mengajar pada tahun 2022 namun sampai saat ini program studi ini masih kurang dikenal karena kurangnya informasi yang beredar. Selain itu, program studi ini belum memiliki identitas visual. Pada perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dan studi pustaka kemudian dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif, matriks, dan analisis SWOT. Perancangan ini akan menghasilkan rancangan *corporate identity* jenis *corporate visual* seperti logo, supergrafis, GSM, *stationary kit*, serta *brand collateral*. Dengan adanya identitas visual diharapkan dapat membantu proses pengenalan dan penyebaran informasi program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi ke masyarakat khususnya calon mahasiswa baru dan tentunya menjadi tanda pengenal bagi program studi ini.

Kata kunci: Pariwisata Peristiwa, *Leisure*, *Corporate Identity*

Abstract: *The tourism sector in Indonesia is an important sector in developing the economy. Tourism is not only site-based such as natural and recreational tourist destinations. There is event-based tourism. Technological developments have also created digital tourism. However, there is no educational institution that specifically studies this. Seeing this phenomenon, Telkom University came up with a new study program, namely Leisure Management Undergraduate study program which will focus on studying managerial and leisure science. This study program has started teaching and learning activities in 2022 but until now this study program is still not well known due to the lack of information circulating. In addition, because it is a new study program, Leisure Management does not yet have a visual identity. In this design using data collection methods of observation, interviews, and literature studies and analyzed using descriptive,*

matrix, and SWOT analysis method. This design will produce a corporate identity design of corporate visual types such as logo, supergraphics, GSM, stationary kit, and brand collateral. With the visual identity, it is hoped that it can help the process of introducing the Leisure Management Undergraduate study program to the public, especially prospective new students and of course become an identification mark for this study program.

Keywords: *Event-Based Tourism, Leisure, Corporate Identity*

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata di Indonesia termasuk sektor penting dalam membangun perekonomian. Indonesia terkenal dengan kekayaan dan keindahan alamnya. Namun pariwisata bukan hanya berbasis situs seperti destinasi wisata alam dan rekreasi. Terdapat pariwisata berbasis peristiwa (*event*) yang di Indonesia dikenal sebagai kegiatan konser, festival, pameran, pagelaran seni budaya, dan sebagainya.

Pada era perkembangan teknologi saat ini, jaringan internet semakin meluas dan fasilitas-fasilitas yang semakin canggih di Indonesia, membuat banyak sektor mulai melebarkan media ke media digital, Salah satunya sektor pariwisata. Terdapat istilah pariwisata digital atau *digital tourism* yang merupakan upaya pengelolaan dan pemasaran sektor pariwisata dengan memanfaatkan media digital.

Sebagai negara dengan potensi pariwisata yang melimpah, baik pariwisata berbasis situs maupun peristiwa (*event*), perlu menyiapkan sumber daya manusia kita agar sektor ini dapat dikelola oleh negara kita sendiri. Salah satu upayanya adalah dengan menyelenggarakan pendidikan pada bidang pariwisata. Pendidikan pariwisata berbasis peristiwa (*event*) dan pariwisata digital masih kurang dipelajari secara spesifik dan mendalam di Indonesia. Oleh karena itu, pariwisata berbasis peristiwa dan pariwisata digital ini juga bisa menjadi peluang bisnis pada sektor pendidikan.

Dari fenomena mengenai pendidikan pariwisata di Indonesia tersebut, Universitas Telkom melihat sebuah potensi atau peluang yang bisa dikembangkan dengan membuka program studi baru yaitu S1 Manajemen Bisnis Rekreasi atau *Leisure Management*. Program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi berbeda dengan program studi lain dibidang pariwisata ditinjau dari kurikulum pelajaran serta profil lulusan yang diinginkan. S1 Manajemen Bisnis Rekreasi memiliki 2 fokus peminatan yaitu *Leisure Specialist* dan *Event Management*. Pada peminatan *event management* akan mempelajari mengenai *game* dan *E-Sport*.

Program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi baru memulai kegiatan belajar mengajar pada tahun 2022. Hal ini menyebabkan program studi ini belum memiliki ciri khas atau karakter yang dapat dilihat secara visual. Padahal hal tersebut berperan sangat penting sebagai pembeda antar satu dengan yang lainnya atau biasa kita sebut identitas. Sebuah instansi, walaupun sudah memiliki nama, ia juga butuh identitas lain seperti tujuan instansi, visi dan misi, ruang lingkungannya, serta identitas secara visual atau biasa dikenal dengan *corporate identity*.

Corporate identity yaitu identitas yang dimiliki sebuah perusahaan atau instansi. Tanpa adanya identitas perusahaan, *audience* akan sulit membedakan perusahaan satu dengan yang lainnya. Selain itu, dengan identitas perusahaan dapat membantu untuk meningkatkan kesadaran *audience* serta membantu dalam proses promosi bagi perusahaan itu sendiri. *Corporate identity* harus mencerminkan *value*, karakter, dan selaras dengan pemasaran perusahaan (Mahdi dan Foroudi, 2022: 1, 20, 25, 45). S1 Manajemen Bisnis Rekreasi atau *Leisure Management* belum memiliki rancangan identitas visual *corporate identity*. Selain itu, informasi mengenai program studi ini juga masih sangat sedikit. pengenalan program studi ini ke masyarakat khususnya calon mahasiswa hanya sebatas definisi program studi dan gambaran mata kuliah yang akan dipelajari.

Perlu adanya perancangan identitas visual *corporate identity* untuk program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi dan juga perancangan media informasi untuk penyebar luasan informasi program studi ini sehingga mempermudah proses pengenalan program studi serta menarik minat calon mahasiswa baru untuk bergabung ke program studi ini.

Logo adalah *corporate visual* menjadi identitas visual yang penting karena melalui simbol-simbol yang ada didalamnya, dapat terlihat karakter dari perusahaan (Wahmuda dan Junaidi, 2020). Logo jenis monogram atau *lettermark* terdiri dari huruf-huruf inisial nama Perusahaan. Sedangkan supergrafis atau visual turunan logo berperan sebagai elemen visual yang memperkuat identitas visual (Dwitasari, Orta, Prasetyo, dkk, 2022) untuk digunakan pada media-media pendukung *corporate identity*.

Guna mengatur bagaimana mengaplikasikan identitas visual agar memudahkan desainer untuk tetap sesuai dengan konsep serta pemaknaan identitas visual tidak berubah apapun media yang digunakan, maka dibuatlah Panduan grafis dasar atau GSM atau *Graphic Standrads Manual* (Norma dan Surya, 2020).

Brand collateral atau media yang akan dibuat pada perancangan ini yaitu kartu nama, alat tulis kantor (*stationary kit*) seperti amplop, kop surat, stempel, buku catatan, pulpen, map, serta *merchandise* seperti *tote bag*, gelas, dan plakat. Selain itu, terdapat media *flyer*, *x-banner* dan poster dalam bentuk *feed Instagram*.

Branding merupakan segala upaya untuk mengenalkan sebuah produk atau instansi guna membesarkan *brand* atau merek sehingga terlihat perbedaan antara satu produk atau instansi dengan yang lain. *Branding* berperan untuk mengekspresikan wajah produk atau instansi melalui nama, slogan, simbol, desain, atau gabungan dari semuanya (Swasty, 2016: 14-16).

METODE PENELITIAN

Objek pada perancangan ini adalah *corporate identity* jenis *corporate visual*. Penelitian yang dilakukan mulai bulan Oktober tahun 2022 di Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Telkom ini menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dan studi pustaka. Observasi dilakukan dengan menganalisis *value*, visi dan misi, tujuan, serta profil lulusan program studi. Wawancara dilakukan dengan sesi tanya-jawab bersama pihak Fakultas Ekonomi Bisnis, Admisi Nasional Universitas Telkom, serta pengamat dan praktisi logo. Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data dari buku serta jurnal yang berkaitan dengan topik *corporate identity*. Selain itu juga buku serta jurnal yang menguatkan data fenomena mengenai pariwisata dan pendidikan pariwisata di Indonesia. Metode yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, matriks dan SWOT.

HASIL DAN DISKUSI

Konsep Pesan

Berdasarkan kepada latar belakang, data yang dikumpulkan, serta hasil analisis data, perancangan ini ingin menyampaikan pesan bahwa terdapat program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi di Universitas Telkom, dalam hal ini membangun kesadaran (*awareness*) melalui perancangan *corporate identity*. Selain itu perancangan ini juga ingin menyampaikan informasi tentang perbedaan program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi dengan instansi pendidikan pariwisata lainnya, dimana program studi ini merupakan sebuah pembaruan pada instansi pendidikan pariwisata di Indonesia karena fokus mempelajari keilmuan manajemen dan *leisure*. Informasi ini dikemas pada media informasi yang merupakan pendukung dari perancangan utamanya. Diharapkan melalui perancangan ini, target sasaran akan mengetahui, memahami, dan dapat

mengidentifikasi perbedaan antara program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi ini dengan instansi sejenisnya serta memiliki minat untuk melanjutkan pendidikan di program studi ini.

Kata Kunci : Membangun Kesadaran, Identifikasi, *Corporate Identity*

Konsep Kreatif

Membuat rancangan *corporate identity* yaitu identitas visual serta media-media pendukung untuk proses pengenalan dan pemasaran program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi. Identitas visual yang dirancang adalah logo, supergrafis, GSM.

Selanjutnya, perancangan akan dilanjutkan dengan membuat rancangan templat presentasi dan *brand collateral* berupa *stationary kit*, *merchandise*, poster, *flyer*, dan *x-banner*. Poster akan dibagikan melalui media sosial Instagram. Selain itu setelah meninjau hasil observasi, maka akan dirancang plakat. Hal ini karena program studi ini sering melakukan kegiatan kunjungan ke mitra-mitra yang berkaitan dengan pariwisata, rekreasi, serta bisnis kreatif lainnya. Melalui plakat diharapkan selain menjadi cendera mata atau kenang-kenangan, bisa sekaligus menjadi media promosi untuk program studi ini.

Konsep Media

Media yang digunakan merupakan media-media pendukung identitas program studi serta dapat menjadi media pemasaran bagi program studi ini. Pertama adalah media *stationary kit* yang terdiri dari *id card*, kop surat, stempel, map, amplop, pulpen, dan buku catatan. Terdapat *merchandise* berupa *tumbler*, *tote bag*, *lanyard*, dan *paper bag* sebagai wadah untuk mengemas *merchandise* yang lain. Media lainnya yang digunakan dalam perancangan ini adalah plakat, templat presentasi, *feed* Instagram, *x-banner*, dan *flyer*.

Tabel 1 Media Strategi

Tujuan Pesan	AISAS	Pesan	Media	Output
--------------	-------	-------	-------	--------

<i>Inform</i>	<i>Attention</i>	Informasi mengenai program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi	Kartu nama, <i>id card</i> , kop surat, amplop	cetak
		Pengenalan program studi	<i>Feed Instagram</i> <i>x-banner</i>	Digital Cetak
	<i>Interest</i>	Penjelasan perbedaan dengan program studi lain dibidang yang sama	<i>Feed Instagram</i>	Digital
			<i>Flyer</i>	Cetak
<i>Persuade</i>	<i>Search</i>	Informasi mengenai pendaftaran dan prospek kerja program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi	<i>Feed Instagram</i>	Digital
	<i>Action</i>	Melakukan pendaftaran dan menjadi mahasiswa program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi, kemudian mengunggah ke media sosial (<i>twibbon</i>)	<i>Feed Instagram</i>	Digital
<i>Remind</i>	<i>Sharing</i>	Melakukan sosialisasi	Templat presentasi	Digital
		Membagikan <i>merchandise</i>	Pulpen, buku catatan, <i>tumbler</i> , <i>tote bag</i> , <i>lanyard</i> , <i>paper bag</i>	Cetak
		Memberikan plakat kepada mitra	Plakat	Cetak
		Melakukan <i>re-post</i> unggahan <i>twibbon</i>	Instagram	Digital

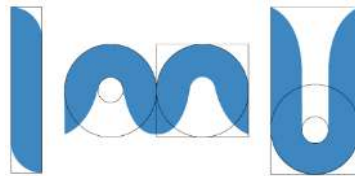
sumber: dokumentasi penulis

Konsep Visual

Berdasarkan pada hasil observasi dan wawancara, program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi ingin menunjukkan *value CIA (Creative, Initiative,*

Agile) atau kreatif, inisiatif, dan proaktif. Oleh karena itu, konsep visual akan berlandaskan pada hal tersebut.

Bentuk yang digunakan pada perancangan identitas visual ini adalah bentuk geometri yang memiliki sifat atau karakter fleksibel, tidak kaku, atau luwes.



Gambar 1 Konsep Bentuk
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023

Warna yang digunakan adalah warna biru, orange, dan ungu. Warna biru bermakna ketenangan dan profesionalitas. Warna orange melambangkan *value* kreatif dan bermakna kegembiraan. Warna ungu yang bermakna dinamis atau *agile* (proaktif).



Gambar 2 Konsep Bentuk
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023

Tipografi yang digunakan yaitu tipografi jenis sans serif yaitu Nunito. Nunito memiliki struktur yang sederhana sehingga keterbacaannya tinggi, serta pada bagian ujung-ujung hurufnya berbentuk *rounded* sehingga menciptakan kesan tidak kaku.

Aa

Nunito Regular *Nunito Italic*
Nunito ExtraBold Nunito Bold

Gambar 3 Tipografi
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023

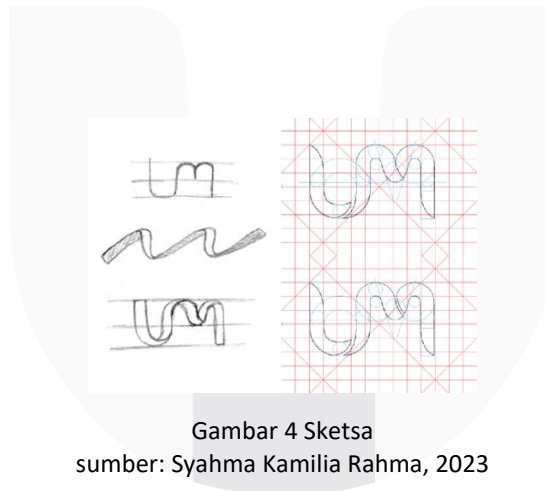
Biaya Media

Tabel 1 Media Strategi

Media	Spesifikasi	Harga
GSM	29,7 cm × 21 cm	Rp125.000,00 /buku
Kartu Nama	9 cm × 5,6 cm	Rp500,00 /pcs
ID Card	8,7 cm × 5,7 cm	Rp15.000,00 /pcs
Kop Surat	21 cm × 29,7 cm	Rp1.000,00 /lembar
Stempel	3,5 cm × 3,5 cm	Rp35.000,00 /pcs
Amplop	23 cm × 11 cm	Rp3.000,00 /box
Map	44 cm × 30,5 cm	Rp22.500,00 /pcs
Pulpen	1,1 cm × 1,2 cm × 14 cm	Rp3.000,00 /pcs
Buku Catatan	14,8 cm × 21 cm	Rp18.000,00 /buku
Tumbler	22 cm × 16 cm	Rp37.500,00 /pcs
Tote Bag	30 cm × 40 cm	Rp22.000,00 /pcs
Lanyard	90 cm × 2 cm	Rp15.000,00 /pcs
Paper Bag	29,7 cm × 21 cm × 8 cm	Rp30.000,00 /pcs
Plakat	10 cm × 20 cm	Rp65.000,00 /pcs
Flyer	14,8 cm × 21 cm	Rp1.250,00 /lembar
x-banner	160 cm × 60 cm	Rp100.000,00 /pcs

sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023

Perancangan



Gambar 4 Sketsa

sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 5 Logo

sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 6 Supergrafis
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 7 GSM
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 8 Kartu Nama
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 9 Id Card
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 10 Kop Surat
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 11 Stempel
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 12 Amplop
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 13 Map
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 14 Pulpen
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 15 Buku Catatan
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 16 *Tumbler*
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 17 *Tote Bag*
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



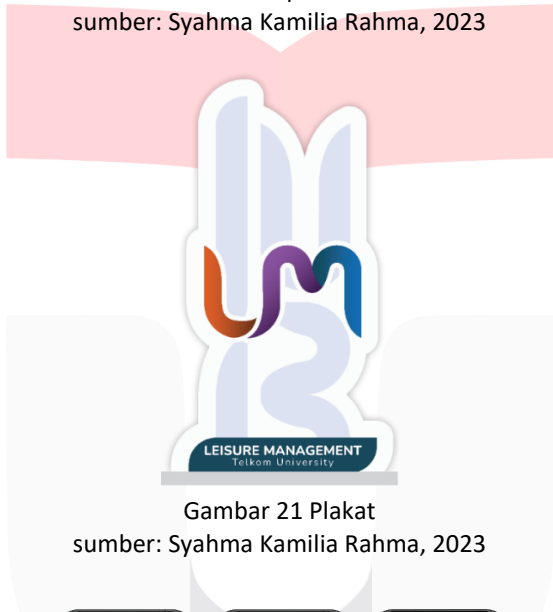
Gambar 18 *Lanyard*
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 19 *Paper Bag*
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



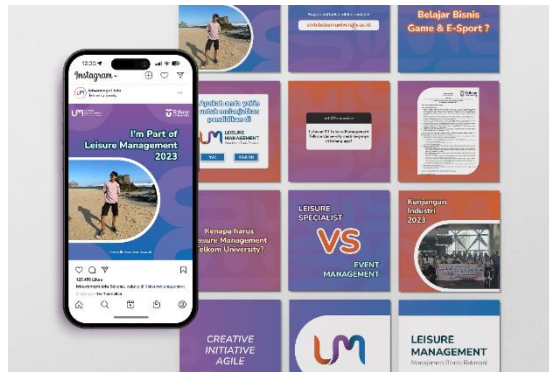
Gambar 20 Templat Presentasi
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 21 Plakat
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 22 Feed Instagram
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 23 Feed Instagram
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 24 X-Banner
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023



Gambar 25 Flyer
sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023

KESIMPULAN

Perancangan Tugas Akhir ini dibutuhkan untuk menyelesaikan permasalahan belum adanya rancangan identitas visual serta kurangnya informasi

tentang program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi untuk diketahui oleh masyarakat terutama calon mahasiswa baru. Pada perancangan ini dihasilkan logo, supergrafis, serta dilengkapi dengan *Graphic Standard Manual*. Identitas visual yang dihasilkan ini kemudian diterapkan pada *brand collateral* berupa *stationary kit* dan *merchandise*. Selain itu, identitas visual ini juga diterapkan pada media informasi berupa templat presentasi, *x-banner*, *flyer*, dan poster dalam bentuk *feed instagram*, sehingga media untuk menyebarkan informasi tentang program studi ini bertambah. Hasil perancangan *corporate identity* dan media pendukungnya diharapkan dapat membantu proses pengenalan serta penyebarannya informasi program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi ke masyarakat khususnya calon mahasiswa baru dan tentunya menjadi tanda pengenal bagi program studi ini.

Adapun saran penulis untuk mengembangkan penelitian ini pada penelitian selanjutnya yaitu membuat perancangan media penyebaran informasi program studi berbasis video, melakukan riset yang lebih mendalam mengenai media informasi apa yang paling efektif agar informasi tersampaikan kepada target primer, melakukan upaya *branding* yang mengikuti perkembangan tren namun tetap memperhatikan *value* dan target, serta bagi akademik, institusi dan lembaga untuk lebih terbuka terhadap tren desain saat ini dan tidak terpaku pada templat desain institusi yang terlalu formal dan kaku.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Anggraini, Lia. & Nathalia, Kirana. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Dasar- Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendikia.

Corbin, Juliet. & Strauss, Anselm. (2015). *Basics of Qualitative Research*. California: Sage.

- Mahdi, Mohammad. & Foroudi, Pantea. (2022). *Corporate Brand Design*. New York: Routledge.
- Martin, James. (2021). *Made By James: The Honest Guide to Creativity and Logo Design*. Beverly: Rockport.
- Mujib, Fathul. & Saptiningsih, Tutik. (2020). *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sihombing, Danton. (2017). *Tipografi dalam desain grafis*. Jakarta: Gramedia.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Kanisius.
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Jurnal

- Andriani, R., Rahman, A., & Widyasari. (2022). Perancangan Logo Sebagai Identitas Visual Wisata Edukasi Gerabah (WEG) di Bojonegoro. *Deskovi Art and Design Journal*, 5(1), 64. [Diakses 4 Mei 2023] <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/deskovi/article/view/1711/1025>
- Dwitasari, P., Orta, N., Prasetyo, D., & dkk. (2022). Pengembangan Desain Visual Kemasan IKM Keripik Bonggol Pisang "Si Bonggi" dengan Tema Budaya dan Kearifan Lokal Jombang untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk serta Potensi Desa. *Jurnal Desain Idea*, 21(1), 18. [Diakses 4 Mei 2023] <https://iptek.its.ac.id/index.php/idea/article/view/12642/6597>
- Eka, K. (2021). Perancangan *Corporate Identity* dan Media Promosi Pantai TanjungPinggir Batam. [Diakses 2 November 2022] <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/171648/slug/perancangan-corporate-identity-dan-media-promosi-pantai-tanjung-pinggir-batam.html>

Norma, Riantika., & Surya, A. (2020). Perancangan *Brand Identity* Serbuk Bawang Dayak Bunic. *Jurnal Barik*, 1(2), 250. [Diakses 2 November 2022] <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/35999/32100>

Wahmuda, F., & Junaidi, M. (2020). *Redesign* Logo dan Media Promosi Sebagai Citra Produk Makanan Ringan UKM Benok. *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(2), 149. [Diakses 2 November 2022] <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/article/view/3307>

Skripsi

Nisa, E. 2015. *Perancangan Sistem Tanda pada Museum Lampung di Bandar Lampung*. (Skripsi, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom: Bandung). Diakses dari <https://core.ac.uk/reader/299901380>

Website

Akademi Pariwisata Bunda Mulia. [Diakses 19 Agustus 2023] <https://www.ubm.ac.id/>

Kemendparekraf.go.id. 18 September 2021. Strategi *Digital Tourism* dalam Menggaet Wisatawan. Diakses pada 17 Agustus 2023, dari <https://kemendparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Strategi-Digital-Tourism-dalam-Menggaet-Wisatawan>

Manajemen Resort dan Leisure – Universitas Pendidikan Indonesia. [Diakses 9 Mei 2023] <https://mrl.upi.edu/>

Politeknik Internasional Bali. [Diakses 19 Agustus 2023] <https://pib.ac.id/id/>

School of Economics and Business - Telkom University. [Diakses 21 November 2022] <https://seb.telkomuniversity.ac.id/en/>