

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PAUDQU BUAH CINTA KABUPATEN BOGOR

Budiyana¹, Hadah Muallimah², Eko Bambang Wisnu Nugroho³

Departemen Desain Komunikasi Visual^{1, 2, 3}

Universitas Teknologi Bandung^{1, 2, 3}

budiyana9402@gmail.com¹, hadahmuallimah@utb-univ.ac.id², ekobambangwisnu@gmail.com³

Abstrak

Pertumbuhan lembaga pendidikan anak usia dini terjadi secara signifikan. Hal tersebut dapat menimbulkan persaingan diantara lembaga pendidikan anak usia dini. Salah satu faktor yang dapat menunjang keberhasilan suatu lembaga pendidikan anak usia dini dalam membangun citra positif adalah melalui identitas visual. Sebuah lembaga pendidikan anak usia dini yang tidak memiliki identitas visual dapat mengalami kesulitan dalam merepresentasikan citra merek secara konsisten kepada masyarakat. Selain itu, lembaga juga akan sulit dibedakan dengan kompetitor. PAUDQu Buah Cinta adalah lembaga pendidikan anak usia dini Al-Quran yang berada di Kabupaten Bogor. Saat ini, PAUDQu Buah Cinta belum memiliki identitas visual sebuah logo. Identitas visual yang digunakan selama ini tidak merepresentasikan citra merek dan tidak diterapkan secara konsisten. Hal tersebut menjadi landasan dibutuhkannya perancangan identitas visual PAUDQu Buah Cinta. Tujuan perancangan ini adalah untuk membantu PAUDQu Buah Cinta merancang identitas visual berupa logo yang dapat merepresentasikan citra merek PAUDQu Buah Cinta secara konsisten. Perancangan ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan data primer didapatkan dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder didapatkan dari studi literatur. Hasil data yang diperoleh dianalisis secara mendalam menggunakan 5W1H dan SWOT. Metode perancangan yang digunakan adalah metode RSVP yang dikemukakan oleh Surianto Rustan. Metode RSVP terdiri dari riset, strategi, visualisasi, produksi/penerapan. Dengan adanya perancangan ini, PAUDQu Buah Cinta dapat memiliki identitas visual yang sesuai dengan citra merek PAUDQu Buah Cinta dan *graphic standard manual* (GSM) sebagai pedoman dalam penggunaan identitas visual agar konsisten dalam penerapannya.

Kata kunci : Identitas Visual, Logo, PAUDQu

Abstract

The growth of early childhood education institutions has been significant. This can lead to competition among early childhood education institutions. One factor that can support the success of an early childhood education institution in building a positive image is through visual identity. An early childhood education institution without a visual identity may struggle to consistently represent its brand image to the public. Additionally, the institution may find it difficult to differentiate itself from competitors. PAUDQu Buah Cinta is an early childhood education institution focused on the Quran located in Bogor Regency. Currently, PAUDQu Buah Cinta does not have a visual identity in the form of a logo. The visual identity used so far does not represent the brand image and is not applied consistently. This has become the basis for the need to design a visual identity for PAUDQu Buah Cinta. The purpose of this design is to help PAUDQu Buah Cinta design a visual identity in the form of a logo that can represent the brand image of PAUDQu Buah Cinta consistently. This design uses a qualitative research method with primary data obtained from interviews, observations, and documentation. Secondary data is obtained from literature studies. The data obtained is analyzed in depth using the 5W1H and SWOT methods. The design method used is the RSVP method proposed by Surianto Rustan. The RSVP method consists of research, strategy, visualization, and production/implementation. With this design, PAUDQu Buah Cinta can have a visual identity that aligns with the brand image of PAUDQu Buah Cinta and a Graphic Standard Manual (GSM) as a guideline for the consistent application of the visual identity.

Keywords : Visual Identity, Logo, PAUDQu

I. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam masyarakat. Melalui pendidikan, masyarakat dapat memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dapat menjadi sarana dalam mengembangkan potensi diri, pembentukan karakter dan peningkatan peluang dalam pekerjaan. Di Indonesia, pendidikan diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional. Pada pasal 1 angka 1 menyatakan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengembangan diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Sejak usia dini, anak perlu mendapatkan pendidikan yang baik untuk menanamkan nilai-nilai kebaikan dan mengembangkan potensi anak. Pendidikan anak usia dini diselenggarakan oleh lembaga pendidikan anak usia dini.

Bentuk lembaga pendidikan anak usia dini terbagi menjadi lembaga formal dan non formal. Lembaga formal terdiri dari Taman kanak-kanak (TK), Raudatul Athfal (RA), Pendidikan Anak Usia dini (PAUD) dan Pendidikan Anak Usia Dini Al-Quran (PAUDQu), Taman Penitipan Anak (TPA), Kelompok Belajar (KB). Sedangkan lembaga non formal yaitu Satuan PAUD Sejenis (SPS). Lembaga pendidikan anak usia dini mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Berdasarkan data referensi kementerian pendidikan dasar dan menengah tahun 2025, terdapat 4145 lembaga pendidikan setingkat PAUD di Kabupaten Bogor dan 234 lembaga pendidikan setingkat PAUD di Kecamatan Gunungputri.

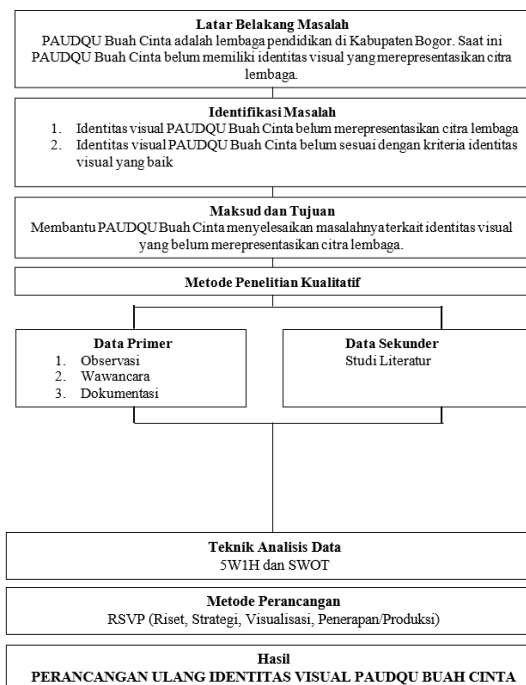
PAUDQu Buah Cinta adalah salah satu lembaga pendidikan anak usia dini di Kabupaten Bogor, tepatnya beralamat di Kampung Cikuda RT 30 RW 14, Desa Bojong Nangka, Kecamatan Gunung Putri. PAUDQu Buah Cinta mengutamakan pendidikan Al-Quran dan pendidikan akademik seperti baca, tulis dan hitung. PAUDQu Buah Cinta berada di bawah naungan kementerian agama. Pada awalnya, lembaga pendidikan dibawah naungan kementerian agama bernama Taman Kanak-kanak Quran (TKQ). Namun pada tahun 2021, terjadi peralihan nama menjadi Pendidikan Anak Usia Dini Al-Quran (PAUDQu). Dalam proses peralihan ini, PAUDQu Buah Cinta tidak memiliki waktu yang cukup dalam pembuatan identitas visual. Di tengah banyaknya lembaga pendidikan anak usia dini, identitas visual menjadi hal yang perlu dimiliki oleh suatu lembaga. Identitas visual dapat berupa logo, warna, tipografi dan elemen visual lainnya. Identitas visual PAUDQu Buah Cinta saat ini belum diterapkan secara konsisten dan tidak diterapkan pada seluruh media yang dimiliki oleh sekolah tersebut. Penerapan identitas visual harus konsisten di setiap media agar terciptanya identitas visual yang selaras dan harmonis.

Identitas visual harus sesuai dengan kriteria identitas visual yang baik agar dapat menonjol dari kompetitor dan juga memudahkan masyarakat dalam mengingat suatu lembaga. Kriteria sebuah logo adalah unik, sesuai kepribadian *brand*, simpel, beradaptasi, menarik dan panjang umur [1]. Berdasarkan apa yang dikemukakan Rustan, identitas visual PAUDQu Buah Cinta saat ini tidak memenuhi kriteria logo sehingga tidak dapat disebut sebuah logo. Adapun identitas visual yang digunakan selama ini adalah desain stempel. Hal tersebut dapat terjadi karena belum memahami kriteria sebuah logo dan perancangan yang tidak dilakukan oleh desainer.

Sebuah lembaga pendidikan yang tidak memiliki logo dapat mengalami permasalahan dalam merepresentasikan citra merek dan masyarakat akan sulit untuk membedakan dari lembaga lain. Identitas visual PAUDQu Buah Cinta tidak merepresentasikan citra merek, nilai-nilai dan karakter lembaga. Tidak ada elemen yang dapat merepresentasikan sekolah paud islam dan pendidikan Al-Quran. Sebuah identitas visual yang baik dapat membantu dalam pembentukan citra merek yang kuat dan positif. Berdasarkan latar belakang tersebut, perancangan identitas visual PAUDQu Buah Cinta diharapkan dapat membantu PAUDQu Buah Cinta dalam merancang identitas visual baik dan sesuai dengan citra merek. Selain itu dapat dirumuskan masalahnya adalah bagaimana merancang identitas visual yang dapat mewakili citra merek dari PAUDQu Buah Cinta dan identitas visual yang konsisten.

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Pemikiran





Kerangka pemikiran penelitian ini disusun berdasarkan permasalahan utama yang dihadapi oleh PAUDQu Buah Cinta di Kabupaten Bogor, yaitu belum optimalnya identitas visual lembaga dalam merepresentasikan citra dan nilai institusional. Identitas visual yang dimiliki saat ini dinilai belum sesuai dengan kriteria identitas visual yang baik, sehingga berpotensi menghambat upaya pembentukan citra lembaga yang profesional dan mudah dikenali oleh masyarakat. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini diawali dengan proses identifikasi



masalah yang menekankan pada dua aspek utama, yakni ketidaksesuaian identitas visual PAUDQU Buah Cinta dengan citra lembaga serta belum terpenuhinya prinsip-prinsip desain identitas visual yang efektif. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk membantu PAUDQU Buah Cinta dalam menyelesaikan permasalahan tersebut melalui perancangan ulang identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter, visi, dan nilai lembaga secara tepat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara dengan pihak terkait, serta dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang relevan dengan identitas visual dan desain komunikasi visual. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan pendekatan 5W1H dan SWOT guna memahami kondisi internal dan eksternal lembaga secara komprehensif. Tahap perancangan dilakukan dengan metode RSVP yang meliputi riset, penentuan strategi, proses visualisasi, serta tahap penerapan atau produksi. Hasil akhir dari penelitian ini adalah perancangan ulang identitas visual PAUDQU Buah Cinta yang diharapkan mampu memperkuat citra lembaga, meningkatkan konsistensi visual, serta mendukung efektivitas komunikasi lembaga kepada publik.


2. Kajian Proyek Sejenis

Berikut merupakan kajian-kajian proyek yang sejenis:

TABEL I
 KAJIAN PROYEK SEJENIS

No.	Judul, nama mahasiswa, Program Studi/Jurusan, Universitas, Tahun	Tujuan penelitian	Metode penelitian dan teori yang digunakan	Hasil penelitian
1	Perancangan Identitas Visual Paud Karya Ummat Jakarta Barat, Zaitun Y.A. Kherid, Indro Moerdisuroso, Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Jakarta, 2022	Perancangan ulang identitas visual PAUD Karya Umat untuk penguatan lembaga terkait.	Metode penelitian yang digunakan adalah pengumpulan informasi karakteristik lembaga, studi literatur, eksplorasi, seleksi, evaluasi, revisi, eksekusi.	Identitas Visual PAUD Karya Ummat yang diimplementasikan pada kop surat, amplop, kartu nama, kartu nama siswa, map dan neon box    

<p>2</p>	<p>Perancangan</p> <p>Ulang Identitas Visual Di Sekolah Islam Terpadu Luqmanul Hakim Kota Bandung, Ahmad Rumi Darmawan, Universitas Pendidikan Indonesia, 2023</p>	<p>Redesain identitas visual sekolah</p>	<p>Metode kualitatif dengan pengumpulan data dari wawancara, observasi dan kuisisioner.</p>	<p>Identitas Visual Sekolah Islam Terpadu Luqmanul Hakim yang diimplementasikan pada alat kantor, poster sosial media, x banner, dan baliho.</p> 
<p>3</p>	<p>Desain Identitas Visual Sebagai Media <i>Branding</i> Untuk Penerit Bintang Pendidikan, Najla Shabrina Febrianissa, Dina Martin, Nabila Fajrina, Desain Grafis, Teknik Grafika Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta, 2023</p>	<p>Perancangan identitas visual yang sesuai dengan citra perusahaan sehingga dapat meningkatkan kesadaran merek</p>	<p>Metode penelitian kualitatif,</p>	<p>Logo bintang pendidikan beserta elemen lainnya seperti warna, tipografi, dan supergraphics.</p> 

4	Perancangan Ulang Identitas Visual Kopi Wuzz, Septi Fauzi Nurmudhiah, Fajar Ahmad Faizal, Eko Bambang Wisnu Nugroho, Desain Komunikasi Visual, Universitas Teknologi Bandung, 2024	Perancangan ulang identitas visual kopi wuzz agar sesuai citra <i>brand</i> .	Metode penelitian kualitatif dan metode perancangan RSVP	Identitas visual kopi wuzz yang diimplementasikan pada media pendukung dan pelengkap. 
---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3. Pendidikan Anak Usia Dini

Pendidikan anak usia dini merupakan sarana belajar anak usia 0-6 tahun untuk tumbuh dan berkembang sesuai dengan tingkatannya. Selain itu, pendidikan anak usia dini juga dilaksanakan untuk mempersiapkan anak untuk memasuki sekolah dasar. Pendidikan anak usia dini adalah suatu upaya pembinaan yang ditujukan kepada anak sejak lahir sampai dengan usia enam tahun yang dilakukan melalui pemberian rangsangan pendidikan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan jasmani dan rohani agar anak memiliki kesiapan untuk memasuki pendidikan lebih lanjut [2]. Tujuan dari pendidikan anak usia dini adalah untuk membentuk anak Indonesia yang berkualitas dan membantu anak dalam kesiapan belajar akademik di sekolah [3].

4. *Brand*

Brand adalah segala sesuatu yang melekat pada sebuah produk baik dalam wujud fisik maupun non fisik yang memiliki ciri khas tertentu untuk membedakannya dengan produk lain. Menurut referensi [4], *brand* adalah merek, logo, simbol atau nama yang terkait dengan produk agar menjadi pembeda dengan produk lain. *Brand* adalah wujud fisik dan asosiasi nonfisik yang mewakili atau merepresentasikan sebuah entitas dan membedakannya dengan entitas lain [1]. Fungsi *brand* adalah untuk memudahkan identifikasi, membedakan dengan pesaing dan mengungguli pasar.

5. *Branding*

Branding adalah kegiatan atau upaya yang dilakukan oleh perusahaan, organisasi maupun individu untuk menciptakan persepsi terhadap suatu *brand*, tujuannya adalah untuk mendapatkan respon positif dari pelanggan. Menurut referensi [5], *branding* merupakan sebuah upaya untuk mempengaruhi orang lain (*strategy*) dalam memilih *brand* tertentu dengan jaminan janji-janji dan nilai-nilai lebih (*positioning*) yang membedakan suatu *brand* dengan *brand* lainnya (diferensiasi) tujuannya ialah untuk mencapai ekuitas *brand*. Karenanya, *branding*

disebut sebagai inti (*core*) dari keseluruhan aktivitas pemasaran. Terdapat berbagai jenis *branding*, diantaranya adalah *corporate branding*, *personal branding*, *place branding*, *product branding*, *event branding*.

6. *Brand Identity*

Brand identity adalah segala bentuk yang dirancang untuk sebuah *brand*, baik berupa visual, suara, fisik dengan tujuan untuk membedakan dari *brand* lainnya. *Brand identity* biasanya dirancang dengan memperhatikan citra merek dari sebuah *brand*. *Brand identity* bersifat konkret dan dapat dilihat, disentuh, didengar dan bergerak [6]. Tujuannya adalah untuk mendorong pengenalan *brand*, memperkuat diferensiasi, membuat ide-ide besar serta makna dapat diakses.

7. Citra Merek

Citra merek atau *brand image* merupakan kumpulan asosiasi atau kesan yang dirasakan oleh pelanggan ketika mengingat suatu merek tertentu. Citra merek dengan sengaja dirancang untuk membuat kesan tertentu di benak pelanggan bukan dibiarkan tercipta dengan sendirinya. Menurut referensi [1], *brand image* atau citra merek adalah kesan, asosiasi, nilai-nilai emosional yang dirasakan publik atau pelanggan terhadap suatu *brand*. Ketika dilihat dari sisi pemilik *brand* maka citra merek adalah apa yang ingin orang pikirkan tentang suatu *brand*. Citra merek ini adalah rancangan, bukan dibiarkan terjadi dengan sendirinya di benak pelanggan. *Brand image* adalah kumpulan asosiasi yang terbentuk di pikiran konsumen ketika mereka mengingat suatu merek tertentu, dan persepsi konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas *brand image* tersebut [7].

8. Identitas Visual

Identitas visual adalah pembeda suatu *brand* yang berupa visual seperti logo, tipografi, warna dan aset grafis. Logo adalah simbol berupa visual, tulisan atau gabungan keduanya yang mewakili entitas tertentu. Pada sebuah logo terkandung makna, sifat, kepribadian dari sebuah entitas dengan tujuan sebagai pembeda dengan entitas lain. Menurut referensi [1], logo adalah pembeda visual berupa tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya, yang didesain khusus untuk mewakili sebuah *brand*. Logo adalah wajah *brand* yang memiliki filosofi, sifat/kepribadian, reputasi, dan jati dirinya. Logo adalah sebuah lambang baik dalam bentuk visual berupa gambar maupun tulisan. Pada sebuah logo terdapat nilai estetika dan makna tertentu guna mengkomunikasikan sisi positif dan sosok dari sebuah entitas [8].

9. Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang merancang sebuah desain yang efektif untuk menginformasikan pesan, mempengaruhi target *audience* sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Menurut referensi [9], desain komunikasi visual adalah proses kreatif yang memadukan seni dan teknologi untuk menyampaikan suatu ide. Desain komunikasi visual sebagai ilmu yang mempelajari segala upaya untuk menciptakan suatu rancangan desain untuk mengkomunikasikan maksud. Dalam buku desain komunikasi visual, dasar-dasar panduan untuk pemula, referensi [10] menjelaskan bahwa desain komunikasi visual merupakan seni dalam menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa rupa/visual yang disampaikan melalui media berupa desain. Dalam desain komunikasi visual terdapat elemen visual dan prinsip desain yang terdiri dari kesatuan, keseimbangan, ritme, penekanan, dan proporsi. Selain itu terdapat juga tagline, tipografi dan *layout*.

10. *Graphic Standar Manual*

Graphic Standard Manual merupakan pedoman komprehensif yang berisi ketentuan dan petunjuk teknis mengenai penggunaan logo, tipografi, warna, tata letak, serta elemen identitas visual lainnya. Pedoman ini disusun untuk memastikan konsistensi penerapan identitas visual di seluruh media komunikasi. *Graphic Standard Manual* berfungsi sebagai acuan resmi bagi seluruh pihak yang terlibat dalam pengelolaan dan penggunaan identitas visual organisasi. Dengan penerapan yang konsisten, identitas visual dapat membangun citra yang kuat, profesional, dan mudah dikenali oleh publik. Selain itu, *Graphic Standard Manual* membantu menjaga keselarasan identitas visual dengan nilai, visi, dan karakter organisasi.

11. Psikologi Warna

Setiap warna memiliki makna dan karakteristik tersendiri yang dapat memengaruhi persepsi visual. Secara umum, warna dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori utama, yaitu warna hangat dan warna dingin. Warna hangat yang meliputi kuning, jingga, dan merah cenderung memiliki sifat positif, agresif, aktif, serta mampu memberikan kesan dinamis dan merangsang. Sementara itu, warna dingin yang berasal dari kelompok hijau, biru, dan ungu mencerminkan sifat pertumbuhan, ketenangan, dan rasa aman. Selain itu, warna dingin juga sering diasosiasikan dengan kesan mundur, terisih, dan stabil dalam komposisi visual.

12. Komunikasi

Komunikasi adalah upaya penyampaian pesan atau informasi dari pembuat pesan kepada penerima pesan yang dapat disampaikan melalui simbol atau media tertentu. Komunikasi adalah suatu usaha yang dilakukan seseorang dalam proses penyampaian pesan menjadi sebuah informasi kepada orang lain, berdasarkan proses komunikasi primer. Sedangkan komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media [9]. Terdapat banyak jenis-jenis komunikasi, salah satunya adalah komunikasi visual yang menyampaikan pesan melalui media visual.

III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

1. Observasi

Secara umum, observasi dapat diasosiasikan dengan melihat, mengamati, meninjau dengan seksama suatu objek [11]. Observasi yang dilakukan adalah observasi partisipatif dengan datang langsung ke PAUDQu Buah Cinta dan mengikuti kegiatan belajar di PAUDQu Buah Cinta. Dari hasil observasi, perancang mendapatkan informasi terkait data sekolah, kegiatan belajar mengajar disana, identitas visual yang digunakan dan pengaplikasiannya pada media yang ada.

2. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi antara dua pihak atau lebih yang bisa dilakukan dengan tatap muka di mana salah satu pihak berperan sebagai pewawancara dan pihak lainnya berperan sebagai narasumber dengan tujuan tertentu [12]. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara mendalam atau *in depth interview*. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi secara mendalam terkait permasalahan identitas visual. Wawancara dilakukan dengan pendiri dari PAUDQu Buah Cinta yang saat ini menjabat sebagai sekretaris dan guru di PAUDQu Buah Cinta, baik secara langsung maupun secara *online*.

3. Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan mengacu pada buku logo 2021 yang ditulis oleh Surianto Rustan. Terdapat 4 tahap dalam metode perancangan tersebut, yaitu :

a. Riset

Riset adalah tahapan pertama dalam mendesain identitas visual. Riset dilakukan untuk menemukan solusi terbaik. Secara umum riset dilakukan pada 3 bagian, yaitu entitas, industri/pasar, target *audience*. Riset pada entitas dibutuhkan data-data seperti sejarah, visi-misi, sistem, harga dan sebagainya. Pada industri atau pasar dibutuhkan data seperti *trend* pasar, kompetitor dan sebagainya. Pada target *audience* dibutuhkan data seperti letak geografis, demografis dan psikografis. Hasil dari riset ini digunakan sebagai landasan dalam menyusun strategi perancangan identitas visual.

b. Strategi

Setelah tahap riset selesai, langkah selanjutnya adalah merancang strategi. Pada tahap ini dilakukan *mind mapping* untuk mendapatkan kata kunci, mencari referensi visual dalam bentuk *moodboard* dan *imageboard*, serta menentukan jenis logo yang akan digunakan.

c. Visualisasi

Tahap visualisasi adalah tahap mengkonkritkan rencana-rencana pada tahap strategi. Pada tahap ini dilakukan sketsa dari kata kunci yang ada, melakukan penyederhanaan bentuk dari *key visual* yang didapatkan dan membuat alternatif sketsa logo sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan sketsa yang paling sesuai dengan PAUDQu Buah Cinta.

d. Penerapan/Produksi

Pada tahap ini, identitas diterapkan pada media-media yang digunakan oleh PAUDQu Buah Cinta. Hasil dari tahap ini adalah pedoman identitas visual yang dapat digunakan untuk menjaga konsistensi dalam penggunaan identitas visual PAUDQu Buah Cinta.

4. Segmentasi

Target dari perancangan identitas visual PAUDQu Buah Cinta meliputi laki-laki dan perempuan berusia 25-35 tahun dengan status sosial menengah ke bawah yang tinggal di lingkungan sekolah PAUDQu Buah Cinta. Orang tua yang mengutamakan pendidikan Al-Qur'an dan akademik yang baik untuk anaknya serta yang dapat mendidik anaknya menjadi pribadi yang berkarakter dan berakhlak mulia. Selain itu, juga orang tua yang ingin menyekolahkan anaknya dengan biaya yang terjangkau.

5. Strategi Merek

Strategi merek adalah strategi yang digunakan suatu brand, institusi dan sebagainya untuk membangun dan menguatkan citra merek. Strategi merek digunakan untuk mengkomunikasikan citra merek melalui identitas visual, maka dari itu strategi yang digunakan adalah melalui pendekatan komunikasi visual dan citra merek atau *brand image*. Terdapat tiga komponen dalam citra merek yaitu *product attributes* yang merupakan hal-hal yang berkaitan dengan merek tersebut seperti, kemasan, isi produk, harga, rasa, dll., *consumer benefits* yang merupakan kegunaan produk dari merek tersebut. dan *brand personality* merupakan asosiasi (persepsi) yang membayangkan mengenai kepribadian sebuah merek apabila merek tersebut seorang manusia.

6. Konsep Verbal





Konsep verbal atau komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator dengan cara tertulis atau lisan [13]. Konsep verbal yang digunakan untuk PAUDQu Buah Cinta adalah bahasa semi formal. Bahasa semi formal dapat membantu untuk menginformasikan hal dengan baik dan ramah. Gaya bahasa yang digunakan memiliki kesan hangat, lembut dan ramah. hal tersebut disesuaikan dengan target *audience* yaitu orang tua dan anak agar merasa nyaman.

7. Konsep Visual

Konsep visual pada perancangan identitas visual ini mengacu pada *moodboard* dan *imageboard* yang sudah didapatkan. Dari hasil *mind mapping*, didapatkan *keyword* al-quran, cinta, anak usia dini dan prestasi. *Keyword* tersebut diimplementasikan ke dalam *key visual* yang selanjutnya di sederhanakan dan dirancang sketsa identitas visual PAUDQu Buah Cinta. Setelah melalui proses eksplorasi dan revisi, maka didapatkan sketsa logo final. Konsep logo yang digunakan adalah logo kombinasi antara *logogram* dan *logotype*. Pemilihan jenis logo ini agar memudahkan masyarakat dalam mengidentifikasi PAUDQu Buah Cinta.





a. *Key Visual*

TABEL II
 KEY VISUAL

Keyword	Key visual	Deskripsi
Al-Qur'an		Al-Qur'an dipilih sebagai representasi dari pendidikan Al-Qur'an yang menjadi nilai-nilai utama di PAUDQu Buah Cinta. Al-Quran yang terbuka memiliki arti pembelajaran Al-Qur'an seperti membaca iqro, do'a harian dan hafalan surat yang merupakan kegiatan di PAUDQu Buah Cinta. Bentuk Al-Quran juga dapat merepresentasikan sebuah kegiatan pembelajaran yang mendidik siswa menjadi pribadi yang berakhlak mulia.
Cinta		Dalam perancangan identitas visual PAUDQu Buah Cinta, <i>keyword</i> cinta dipilih untuk merepresentasikan kasih sayang orang tua dan guru kepada anak. Selain itu, cinta juga menggambarkan misi PAUDQu Buah Cinta dalam menumbuhkan kecintaan anak terhadap Al-Quran. Bentuk tangan menadah ke atas dimaknai sebagai merangkul dan melindungi yang sesuai dengan makna konotatif dari cinta.
Anak usia dini		Anak usia dini dipilih untuk menggambarkan peserta didik yang berusia 4-6 tahun. Anak-anak juga merupakan target utama dalam pendidikan di PAUDQu Buah Cinta.
Prestasi		Bintang dipilih untuk merepresentasikan <i>keyword</i> prestasi. Menurut referensi [14], simbol bintang dimaknai sebagai pelita dalam mencerdaskan anak. Bintang dapat merepresentasikan prestasi anak dari hasil pembelajaran yang dilaksanakan di PAUDQu Buah Cinta.

b. Studi Garis

TABEL III
 STUDI GARIS

Jenis	Bentuk	Kesan
Horizontal		Garis horizontal menciptakan kesan ketenangan, kedamaian.
Kurva		Garis lengkung atau kurva memberikan kesan ringan, dinamis, ekspresif.
Diagonal		Garis diagonal memberikan kesan gerakan, semangat, aman, kegesitan.
Gelombang		Memberikan kesan luwes, keindahan, kedinamisan.

c. Studi Bentuk

Studi bentuk pada perancangan identitas visual PAUDQu Buah Cinta adalah penyederhanaan bentuk dari *key visual* yang telah didapatkan. Berikut adalah studi bentuk dari *key visual*:

TABEL IV
 STUDI BENTUK

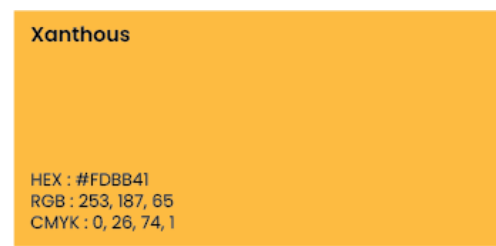
No	Keterangan Gambar	Gambar
1	Al-Quran	
2	Cinta	
3	Anak Usia Dini	
4	Prestasi	

d. Warna

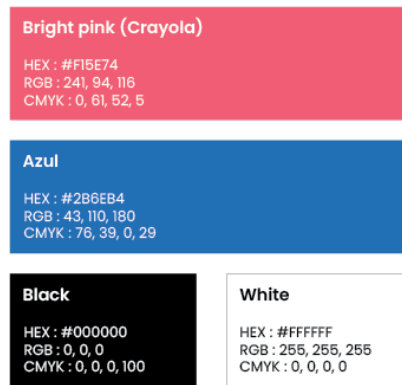
Warna pada identitas visual PAUDQu Buah Cinta terdiri dari warna utama, warna sekunder dan warna tersier/aksen. Warna utama yang digunakan adalah warna hijau. Warna hijau dapat memberikan kesan ketenangan, keseimbangan, pertumbuhan dan memberikan kesan islami. PAUDQu Buah Cinta ingin menjadi sekolah yang nyaman untuk pertumbuhan peserta didik dalam pendidikan Al-Quran dan pendidikan akademik. Warna sekunder yang digunakan adalah kuning. Warna kuning dapat memberikan kesan ceria, semangat dan kehangatan. Warna tersier yang digunakan adalah merah muda dan biru.



Gambar 2. Warna utama identitas visual PAUDQu Buah Cinta

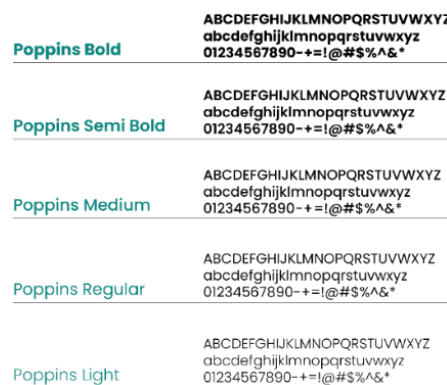


Gambar 3. Warna sekunder identitas visual PAUDQu Buah Cinta



Gambar 4. Warna tersier identitas visual PAUDQu Buah Cinta

e. Tipografi



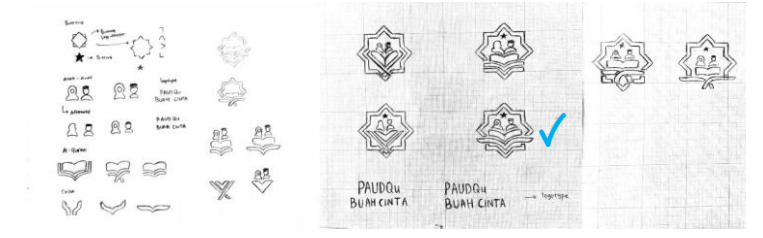
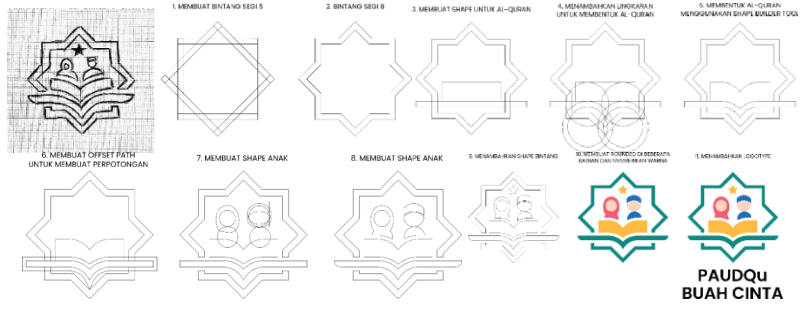
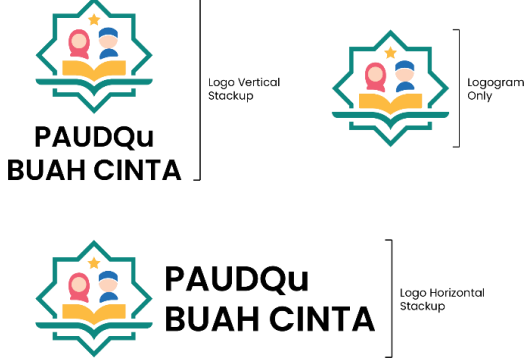
Gambar 5. Tipografi

8. Media Utama

a. Identitas Visual (Logo)

Logo dirancang sebagai identitas visual yang dapat mewakili citra merek dari PAUDQu Buah Cinta. Perancangan logo didasari oleh *keyword* dan *key visual* yang telah didapatkan. Setelah melalui proses eksplorasi dan revisi, maka didapatkan sketsa logo final. Tahap selanjutnya adalah digitalisasi dengan beberapa tahapan dan penyesuaian sehingga didapatkan logo PAUDQu Buah Cinta.

No	Keterangan Gambar	Gambar
1	Sketsa Logo	

		
2	Digitalisasi Logo	
3	Konfigurasi Logo	

Gambar diatas merupakan proses perancangan logo PAUDQu Buah Cinta yang diawali dengan eksplorasi bentuk logo, membuat alternatif logo hingga digitalisasi sketsa untuk menentukan logo final. Perancang menggunakan sistem grid agar bentuk logo terstruktur dengan baik. Setelah itu, perancang membuat konfigurasi logo yang terdiri dari *logo vertical stackup*, *logo horizontal stackup* dan *logogram only*. Konfigurasi logo berfungsi untuk menjaga konsistensi penggunaan logo dan memberikan fleksibilitas dalam implementasi logo yang sesuai dengan kebutuhan ruang dan format media.

b. *Graphic Standar Manual*

Graphic standard manual dirancang sebagai pedoman dalam penggunaan identitas visual PAUDQu Buah Cinta. *Graphic standard manual* berisi logo final, konsep logo, makna logo, sistem grid, area aman logo, konfigurasi logo, ukuran minimal logo, penggunaan logo yang salah, huruf, warna primer, warna sekunder, warna tersier, penggunaan warna pada logo dan supergrafis. Selain itu juga berisi penerapan identitas visual dalam media yang telah ditentukan.





8. Tentang



9. Makna logo



10. Konfigurasi logo



11. Sistem grid



12. Sistem grid



13. Sistem grid



14. Area aman logo



15. Ukuran minimal logo



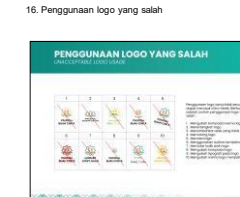
16. Penggunaan logo yang salah



17. Huruf



18. Warna primer



19. Warna sekunder



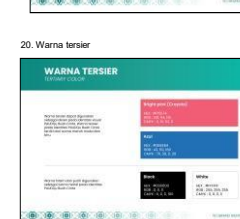
20. Warna tersier



21. Penggunaan warna pada logo



22. Penggunaan warna pada logo



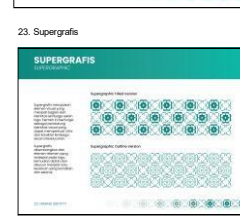
23. Supergrafis



24. Cover media application



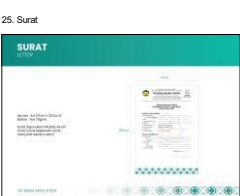
25. Surat



26. Surat



27. Amplop



28. Amplop



29. Map



30. Map



31. Stempel



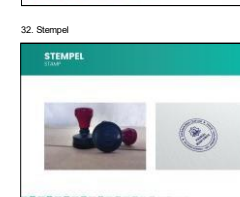
32. Stempel



33. Buku raport



34. Buku raport



35. Set tanda pengenal



36. Set tanda pengenal



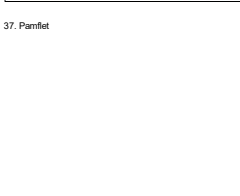
37. Pamflet



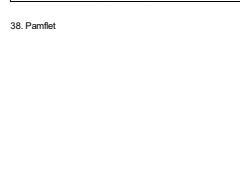
38. Pamflet



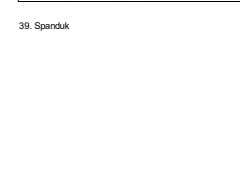
39. Spanduk



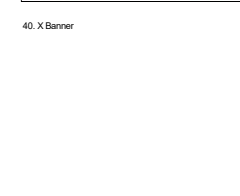
40. X Banner



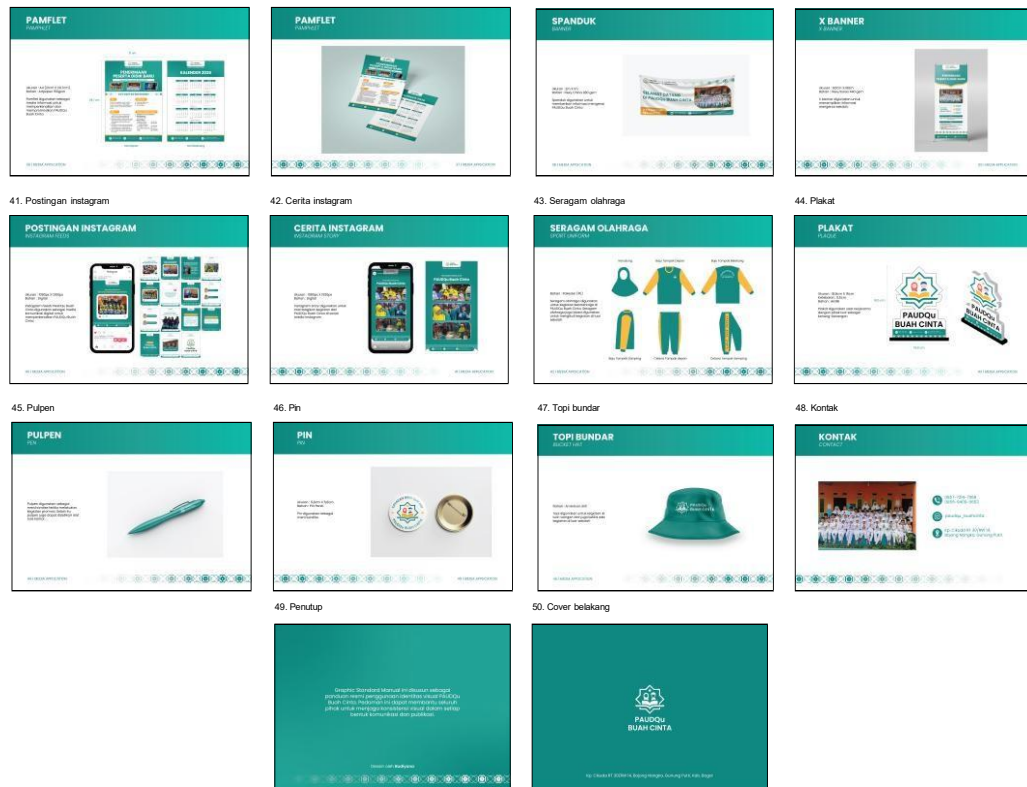
41. X Banner



42. X Banner



43. X Banner










Gambar 12. Graphic Standard Manual

9. Media Pendukung


Media pendukung adalah media yang berfungsi untuk menyampaikan pesan utama dari identitas visual PAUDQu Buah Cinta. Dalam perancangan identitas visual PAUDQu Buah Cinta media pendukung berkaitan dengan kegiatan komunikasi, promosi maupun administrasi.

TABEL IV
 MEDIA PENDUKUNG

No	Nama Media	Desain	Deskripsi
1.	Surat		Surat dapat digunakan PAUDQu Buah Cinta untuk keperluan surat menyurat secara resmi seperti pada formulir, surat keputusan dan lain sebagainya. Surat dicetak menggunakan hvs 70gsm dengan ukuran A4. Hal tersebut bertujuan untuk memudahkan penggunaan surat yang dicetak secara berkala.
2.	Amplop		Amplop surat digunakan sebagai pelindung dalam menyampaikan surat resmi dari sekolah kepada orang tua, siswa atau instansi lain. Amplop surat dicetak menggunakan kertas hvs 80 gsm dengan ukuran 23cm X 11cm. Kertas hvs 80gsm dapat menjaga surat yang berada didalam amplop.

3.	Map		<p>Map digunakan untuk menyimpan dokumen resmi dari PAUDQu Buah Cinta dan membantu merapikan dan mengorganisir dokumen. Map dicetak menggunakan bahan <i>artpaper</i> 230gsm agar dapat melindungi dokumen yang berada di dalam map.</p>
4.	Pamflet		<p>Pamflet digunakan sebagai media informasi untuk memperkenalkan dan mempromosikan PAUDQu Buah Cinta. Pamflet dicetak dengan bahan <i>artpaper</i> 150gsm 2 sisi, sisi belakang dicantumkan kalender sebagai strategi agar audiens dapat menyimpan pamflet tersebut dalam jangka waktu yang lama</p>
5.	Stempel		<p>Stempel digunakan untuk keperluan legalitas dokumen dan sebagai penanda dokumen resmi. Jenis stempel yang digunakan adalah stempel flash yang mudah untuk digunakan.</p>
6.	<i>ID Card Set</i>		<p><i>ID Card Set</i> terdiri dari <i>ID Card</i>, <i>Sleeve</i>, dan lanyard. <i>ID Card</i> digunakan sebagai tanda pengenal resmi guru dan pengurus PAUDQu Buah Cinta. <i>ID Card</i> dicetak menggunakan bahan PVC yang memiliki daya tahan tinggi, anti air sehingga cocok untuk jangka panjang.</p>
7.	Spanduk		<p>Spanduk digunakan untuk memberikan informasi mengenai PAUDQu Buah Cinta. Spanduk dicetak menggunakan bahan <i>flexy china</i> 280gsm untuk keperluan luar ruangan.</p>

8.	Seragam olahraga		<p>Seragam olahraga digunakan untuk kegiatan berolahraga di PAUDQu Buah Cinta. Seragam olahraga juga biasa digunakan untuk mengikuti kegiatan di luar sekolah.</p>
9.	<i>Instagram story</i>		<p><i>Instagram story</i> digunakan untuk membagikan kegiatan dari PAUDQu Buah Cinta di sosial media instagram. <i>Instagram story</i> dibuat dengan ukuran 1080px X 1920px.</p>
10.	<i>Instagram Feeds</i>		<p><i>Instagram Feeds</i> PAUDQu Buah Cinta digunakan sebagai media komunikasi digital untuk memperkenalkan PAUDQu Buah Cinta. <i>Instagram feeds</i> PAUDQu Buah Cinta dibuat dengan perbandingan rasio 4:5 dengan ukuran 1080px X 1350px.</p>
11.	Buku Raport		<p>Buku raport digunakan untuk menyampaikan capaian pembelajaran peserta didik. Buku raport dicetak menggunakan kertas <i>artpaper</i> 230gsm untuk bagian cover dan hvs 80gsm untuk bagian isi. Hal ini bertujuan agar buku raport dapat terjaga dalam waktu yang lama.</p>
12.	Plakat		<p>Plakat digunakan saat kerjasama dengan pihak luar sebagai kenang-kenangan dan digunakan sebagai <i>brand activation</i> yang menciptakan interaksi mendalam dengan konsumen. Plakat dicetak menggunakan bahan akrilik dengan ukuran 18,5cm X 14,8cm dan ketebalan 0,5cm.</p>

13.	<i>X Banner</i>		<p><i>X banner</i> digunakan untuk menampilkan informasi mengenai sekolah. <i>X banner</i> dicetak menggunakan bahan <i>flexy korea 440</i> gsm agar <i>x banner</i> tidak mudah rusak dan tetap terjaga untuk keperluan diluar ruangan.</p>
-----	-----------------	-----------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

10. Medi Pelengkap

Media pelengkap adalah media yang berguna untuk membangun kesan emosional dan mendukung pengalaman pengguna. Media pendukung dalam perancangan identitas visual PAUDQu Buah Cinta terdiri dari pulpen yang dapat digunakan untuk alat tulis, pin yang dapat digunakan sebagai *merchandise* dan topi yang dapat digunakan untuk kegiatan anak di luar ruangan.

TABEL IV
 MEDIA PELENGKAP

No	Nama Media	Desain	Deskripsi
1.	Pulpen		<p>Pulpen digunakan sebagai <i>merchandise</i> ketika melakukan kegiatan promosi dan sebagai alat tulis kantor.</p>
2.	Pin		<p>Pin digunakan untuk <i>merchandise</i>. Jenis pin yang digunakan adalah pin peniti</p>
3.	Topi		<p>Topi digunakan untuk kegiatan di luar ruangan dan juga ketika ada kegiatan di luar sekolah.</p>

IV. KESIMPULAN

Perancangan ini bertujuan untuk merancang identitas visual PAUDQu Buah Cinta agar memiliki identitas yang sesuai dengan citra lembaga. Identitas visual yang sesuai dengan citra lembaga dapat merepresentasikan nilai-nilai, karakter dan identitas lembaga. Selain itu, identitas visual yang sesuai citra lembaga juga dapat memudahkan audiens dalam mengenali PAUDQu Buah Cinta. Identitas visual yang dimiliki PAUDQu Buah Cinta belum merepresentasikan citra lembaga. Pada perancangan ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang menjadikan wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai data primer dan studi literatur sebagai data sekunder. Dengan adanya perancangan ini, PAUDQu Buah Cinta memiliki identitas visual yang mencakup logo, warna, tipografi dan supergrafis. Identitas visual yang telah dibuat disusun kedalam *graphic standard manual* sebagai pedoman dalam penggunaan identitas visual PAUDQu Buah Cinta. Penggunaan identitas visual perlu memperhatikan konsistensi dalam penerapannya, baik dalam media cetak maupun media digital. Konsistensi dalam penerapan identitas visual dapat membantu lembaga lebih mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat. Perancang menyadari akan keterbatasan terkait waktu, sehingga masih banyak

aspek yang perlu dibuat agar identitas visual PAUDQu Buah Cinta semakin konsisten. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan aspek promosi yang masih minim di PAUDQu Buah Cinta dengan menggunakan identitas visual yang sudah tersedia.

REFERENSI

- [1] S. Rustan, *Logo 2021*. Jakarta, Indonesia: Nulis Buku Jendela Dunia, 2021.
- [2] Indonesia, *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Jakarta, Indonesia: Pusat Data dan Informasi Pendidikan, Departemen Pendidikan Nasional, 2004.
- [3] Kutsiyyah, "Peran lembaga PAUD bagi kesiapan siswa untuk memasuki sekolah dasar," *Kariman*, vol. 6, no. 1, pp. 63–84, 2018.
- [4] B. D. Prasetyo and N. S. Febriani, *Strategi Branding*. Malang, Indonesia: UB Press, 2020.
- [5] R. Rizkiyah, I. Istikomah, and N. Nurdyansyah, "Strategies to build a branding school in efforts to improve the competitiveness of Islamic education institutions," *J. Res. Innov. Educ. Stud.*, vol. 7, no. 3–4, pp. 3–4, 2020.
- [6] A. Wheeler, *Designing Brand Identity*. Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons Inc., 2013.
- [7] R. Juliantoni and S. Ashfahani, "Strategi komunikasi dalam meningkatkan citra merek Komik Jopa Jopi melalui Instagram," *J. Ilmu Komunikasi dan Sosial*, vol. 1, no. 4, pp. 143–157, 2023.
- [8] F. Aulia, H. Afriwan, and D. Faisal, "Konsistensi logo dalam membangun sistem identitas," *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, vol. 10, no. 2, 2021.
- [9] R. W. Putra, *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit ANDI, 2021.
- [10] Angraini, L. dan Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung. Penerbit Nuansa Cendekia.
- [11] N. Nimatuzahroh dan S. Prasetyaningrum, *Observasi: Teori dan Aplikasi dalam Psikologi*. Malang, Indonesia: UMM Press, 2018.
- [12] R. A. Fadhlallah, *Wawancara*. Jakarta Timur, Indonesia: UNJ Press, 2021.
- [13] Parianto dan S. Marisa, "Komunikasi Verbal dan Non Verbal dalam Pembelajaran," *Analytica Islamica*, vol. 11, no. 2, 2022.
- [14] R. K. Anwar, I. A. Hapsari, and D. Sinaga, "Analisis semiotik Charles Sanders Pierce mengenai logo baru Perpustakaan Nasional Republik Indonesia," *J. Kajian Informasi & Perpustakaan*, vol. 6, no. 2, pp. 123–138, 2018.