



Redesain Identitas Visual SMK Taruna Bangsa Kota Bekasi

Muhammad Furqon Nurfikri

Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS, Universitas Negeri Padang

Fauzan Aulia

Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS, Universitas Negeri Padang

Alamat: Jln. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Padang, Sumatra Barat

Korespondensi penulis: furqonurfikri@gmail.com

Abstract. *SMK Taruna Bangsa, a Vocational High School, is poised to enhance its value and brand image in the field of education. However, the school faces shortcomings in implementing its visual identity across various activities. These include inconsistency in identity, an inapplicable identity system, suboptimal design principles, and a lack of interactivity aligned with the target audience. Consequently, the author undertakes a redesign of SMK Taruna Bangsa's visual identity, leveraging the existing concept developed over its more than 20 years of existence. The redesign follows the Research and Development 4D model, encompassing Define, Design, Develop, and Disseminate stages. Data analysis for this redesign employs the SWOT methodology (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats).*

Keywords: *Redesign, School Identity, Visual Identity.*

Abstrak. SMK Taruna Bangsa merupakan Sekolah Menengah Kejuruan yang telah siap menaikan nilai serta citra brandnya di dunia pendidikan. Meski begitu SMK Taruna Bangsa memiliki kekurangan dalam penerapan identitas visualnya dalam beragam kegiatannya. Sebagai contoh diantaranya konsistensi identitas, sistem identitas yang belum aplikatif, penerapan prinsip desain yang belum baik, serta belum interaktif dan sesuai dengan target audiens. Maka dari itu penulis melakukan perancangan ulang atau redesain identitas visual SMK Taruna Bangsa dengan menggunakan konsep identitas yang sudah ada selama lebih dari 20 tahun SMK Taruna Bangsa berdiri. Perancangan ini menggunakan metodologi *Research and Development* model 4D yang terdiri dari tahapan diantaranya: Define, Design, Develop, Dissaminate. Dalam menganalisis data perancangan ini menggunakan metodologi analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, & Threat).

Kata kunci: Identitas Visual, Identitas Sekolah, Redesain

LATAR BELAKANG

Percepatan perkembangan komunikasi dalam dunia ini membuat banyak sektor bisnis memerlukan sebuah citra atau *image* yang perlu dibangun secara baik agar memiliki pembeda terhadap kompetitor lain. Begitu juga dari dunia pendidikan yakni sekolah-sekolah yang terkena dampak perkembangannya seperti SMK Taruna Bangsa. SMK Taruna Bangsa memiliki 4 program keahlian di bidang teknik yakni diantaranya: Teknik Listrik, Kendaraan Ringan, Elektronika dan Rekayasa Perangkat Lunak.

Received Juli 30, 2023; Revised Agustus 22, 2023; Accepted Agustus 28, 2023

*Muhammad Furqon Nurfikri, furqonurfikri@gmail.com

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua Yayasan Pendidikan Nasional Taruna Bangsa Bapak H. Bagus Prasetyo, S.T, SMK Taruna bangsa saat ini hadir dengan kegiatan-kegiatan promosi terbarunya yang lebih banyak melakukan interaksi ke banyak lapisan masyarakat, seperti Sekolah Menengah Pertama (SMP), kompetisi, turnamen, hingga pameran. Dari banyaknya kegiatan promosi yang berinteraksi dengan masyarakat, SMK Taruna Bangsa membutuhkan sebuah wajah interaktif baru yang mampu memperkuat identitasnya dalam berinteraksi dengan masyarakat. Meskipun SMK Taruna bangsa ini sudah memiliki identitas visual berupa logo dan warna yang sudah diterapkan, akan tetapi masih memiliki kekurangan dalam pengaplikasian logo yang belum responsif ke berbagai media dari segi prinsip logo hingga bentuk dan konsistensinya dengan elemen desain lain.



Gambar 1. Logo SMK Taruna Bangsa
Sumber: Foto Profil Facebook SMK Taruna Bangsa

Dapat dilihat pada logo SMK Taruna Bangsa yang menggunakan jenis logo emblem segi lima ini memiliki beragam simbol atau lambang kompleks yang tertera sebagai identitasnya seperti simbol padi, simbol kapas, bintang, burung hantu, buku, dan pita yang memuat tulisan “Yayasan Pendidikan Nasional Taruna Bangsa”. Logo ini digunakan untuk 2 entitas yakni SMK dan Yayasan Pendidikan Taruna Bangsa. Logo juga masih memiliki kekurangan terutama dalam penerapannya yang begitu kompleks apabila diterapkan pada media yang diperkecil. Tertera juga pada penerapan logo pada desain di *feeds* Instagramnya yang memperkecil logo dan berakhir memiliki kejelasan dan keterbacaan yang rendah. Kekurangan logo SMK Taruna Bangsa ini didasari pada tingkat penerapan prinsip logo yang masih belum maksimal. Ditambah dengan elemen identitas visual lainnya seperti tipografi, warna, hingga penggunaan foto pada editorial desain yang diterapkan, masih belum konsisten secara visual. Ini disebabkan karena tidak adanya buku manual terkait identitas visual SMK Taruna Bangsa.

KAJIAN TEORITIS

1. Identitas Visual

Identitas visual merupakan sebuah cara mudah sebuah identitas dapat dikenali dengan mudah melalui visual/gambar yang dibangun. Menurut Victor Adihulung (2018) identitas visual memiliki makna sebagai segala bentuk identitas sebuah brand atau produk yang dapat diidentifikasi secara visual, merupakan wajah pertama yang akan dikenal oleh masyarakat. Menurut Rustan (2009) elemen-elemen yang dapat dijabarkan dari identitas visual ialah:

a. Nama

Menurut Rustan (2009, p. 75) adapun yang menjadi unsur pembangun sebuah identitas visual seperti logo, tipografi, warna, dan gambar semua berlandaskan serta berbasis pada nama. Maka dari itu nama merupakan bagian yang penting dalam identitas visual yang melibatkan proses yang tidak mudah.

b. Logo

Menurut Rustan (2009, p. 27) berasal dari bahasa Yunani, Logo berasal dari kata Logos yang memiliki makna pikiran, kata, pembicaraan, dan akal budi. Logo menjadi istilah yang muncul di tahun 1937 yang diawali melalui istilah logotype. Memiliki fungsi yakni sebagai tanda kepemilikan, jaminan kualitas, serta identitas diri. Logo dapat digunakan dengan elemen berupa tulisan, gambar, ilustrasi dan lainnya.

Perlu dipahami Logo merupakan sebuah lambang mulai dari bentuk gambar visual maupun tulisan. Dalam logo terdapat makna serta nilai estetika dalam mengkomunikasikan sosok dan sisi positif dari entitas tertentu. Hal ini menggambarkan fungsi dari sebuah logo dalam merepresentasikan visi dan nilai dari penggunaannya (Aulia, F., Afriwan, H., & Faisal, D, 2021).

c. Tagline

Menurut Rustan (2009, p. 85) Tagline menjadi sebuah atribut dalam identitas visual yang berupa kata-kata yang mewakili nilai atau esensi dari sebuah kepribadian brand. Tak hanya sekedar menjadi pemanis di kalangan publik dan masyarakat saja, Tagline dapat membentuk sebuah brand image. Sehingga keefektifannya sangat diperhitungkan dalam merangkainya.

d. Warna

Rustan (2009, p.87) menjelaskan pentingnya peran yang diwakili oleh warna dalam pengambilan keputusan pada konsumen. Warna meningkatkan *Brand Recognition* sebesar 80% berdasarkan penelitian pada University of Loyola Chicago. Maka diperlukan riset mendalam saat menentukan warna baik dalam mempertimbangkan aspek psikologi, komunikasi dan budaya.

e. Tipografi

Dikutip dari sampoernauniversity.ac.id(2022), Tipografi merupakan teknik penyusunan huruf dan teks dalam suatu perancangan visual agar memudahkan keterbacaandan menjadi menarik. Tipografi berkaitan erat juga dengan seni dalam menciptakan font.

f. Layout

Perancangan identitas visual ini tak lepas dari kebutuhanakan penerapan layout. Layout merupakan sebuah cara untuk memadukan dan menyusun unsur-unsur desain dengan prinsip desain yang baik. Menurut Surianto Rustan dalam bukunya “Layout dasar dan penerapannya 2008), layout merupakan tata letak tiap elemen desain dalam sebuah bidang pada media yang membawa konsep sebuah pesan.

METODE PENELITIAN

1. Metode Pengumpulan Data

Pada perancangan ini metode pengumpulan data dalam memperoleh data primer menggunakan metode wawancara dengan Ketua Yayasan Pendidikan Nasional Taruna Bangsa Bapak H. Bagus Prasetyo, S.T.. Kemudian dilanjut dengan observasi tidak langsung melalui media resmi website dan akun Instagram resmi SMK Taruna Bangsa. Sedangkan data Sekunder yang diperoleh melalui kajian teori yang didapat dari buku, jurnal, internet dan lainnya.

2. Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam redesain identitas visual ini ialah implementasi dari metode *Research and Development* dengan menggunakan modelnya yaitu 4-D. Dalam metode 4D terdapatempat tahapan yang diantaranya:

a. Define (Pendefinisian)

Secara sederhana tahapan *define* merupakan tahapan pendefinisian terkait syarat yang diperlukan akan sebuah pengembangan. Pada tahapan ini akan memuat apa saja kebutuhan yang diperlukan dalam redesain identitas visual SMK Taruna Bangsa.

b. Design (Perancangan)

Tahapan ini memuat kegiatan perancangan redesain identitas visual SMK Taruna Bangsa sesuai dengan permasalahan yang telah ditemukan pada tahapan pendefinisian.

c. Develop (pengembangan)

Pengembangan hasil dari tahapan perancangan ini dilakukan agar desain identitas visual yang ada menjadi identitas visual yang aplikatif dalam beragam media, konsistensi sistem identitas, dan mampu menarik perhatian masyarakat banyak.

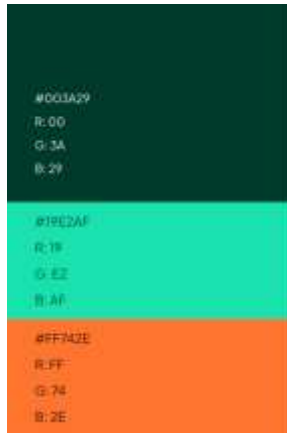
d. Dissaminate (Penyebaran)

Tahap ini memuat hasil uji kelayakan redesain identitas visual SMK Taruna Bangsa Kota Bekasi ini akan diukur dari segi feedback pada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada perancangan ini, memiliki output buku panduan standar grafis identitas visual sebagai media utama. Hal ini dipertimbangkan karena panduan penggunaan identitas visual menjadi cara agar terjaganya konsistensi penerapan identitas visual yang nantinya digunakan oleh instansi terkait.

Warna merupakan salah satu komponen utama dalam identitas visual yang dapat menanamkan *Brand Awareness* dalam benak audiens. Logo Taruna Bangsa memiliki 3 warna utama yang masing-masing mewakili beberapa makna. ***Sacramento State Green:*** Kedisiplinan, Ketekunan, dan Keselarasan pada alam sekitar. ***Caribbean Green:*** Kemurnian, Kejujuran, dan Keterbukaan antar sesama. ***Orange Crayola:*** Keterampilan, Kreativitas, Inovasi, Awal Semangat Baru.



Gambar 2. Warna Identitas Visual SMK Taruna Bangsa

Ubuntu dipilih menjadi typeface primer perancangan identitas visual SMK Taruna Bangsa. Sebuah Typeface Sans-Serif yang berkarakter lugas, dan tebal yang mampu mencerminkan keteguhan Taruna Bangsa sebagai sebuah brand.

Ubuntu



Gambar 3. Jenis Huruf Primer SMK Taruna Bangsa

Pemilihan jenis huruf sekunder Taruna Bangsa ialah font Plus Jakarta Sans, merupakan font sans serif yang bergaya geometris.

Plus Jakarta Sans



Gambar 4. Jenis Huruf Sekunder SMK Taruna Bangsa

PROSES PERANCANGAN

1. Sketsa Logo

Setelah melakukan tahap analisa pada proses *define*, maka tahapan selanjutnya ialah proses perancangan yang dimulai dari sketsa logo. Yang sekaligus memuat pematangan konsep yang sudah ada.



Gambar 5. Sketsa Logo SMK Taruna Bangsa

2. Logo Final

Kemudian logo difinalkan melalui aplikasi desain berbasis digital dengan konsep dan beberapa konfigurasi.



Gambar 6. Konfigurasi Logo SMK Taruna Bangsa



Gambar 7. Konsep Logo SMK Taruna Bangsa

3. Penerapan Logo pada Desain Media



Gambar 8. Media Stationary SMK Taruna Bangsa



Gambar 9. Media Bendera SMK Taruna Bangsa



Gambar 10. Media Banner SMK Taruna Bangsa

KESIMPULAN DAN SARAN

Perancangan ini merupakan sebuah upaya dalam menciptakan *brand image* SMK Taruna Bangsa menjadi kuat. Hal ini tercerminkan melalui objektif utama perancangan yakni dengan menciptakan identitas visual dengan konsep yang sudah ada namun tetap sesuai dengan target audiens. Tak lupa juga mempertimbangkan aspek yang perlu dimiliki seperti konsistensi identitas visual yang tinggi, identitas yang aplikatif pada beragam media, serta interaktif dengan target audiens.

DAFTAR REFERENSI

Abednego, Victor Ardi Hulung. 2018. *Visual Identity VS Brand Identity*.

Available: <http://binus.ac.id>

Aulia, F., Afriwan, H., & Faisal, D. (2021). Konsistensi logo dalam membangun sistem identitas. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 10(2), 439-444.

Pengertian Tipografi adalah: Elemen, Fungsi, Tips Penyusunan. (2022). Diakses pada 26 Februari 2023, dari <https://sampoernauniversity.ac.id/>

Rustan, Suriyanto. 2008. *Layout dan Dasar Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama