

Perancangan Identitas Visual Lembaga Sosial Pembina Penyantun Anak Yatim Baiturrohman

Designing the Visual Identity of the Baiturrohman Orphan Care Social Institution Sidoarjo Regency

Nabila Rosyita Sari¹, Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian², Aditya Rahman Yani³

¹Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Indonesia

Article Info	ABSTRAK
<p>Genesis Artikel: Diterima, 2023-10-17 Direvisi, 2023-10-31 Disetujui, 2023-11-29</p>	<p>Kemiskinan masih menjadi salah satu masalah yang belum terpecahkan di Indonesia. Lembaga Sosial atau Yayasan mempunyai peran penting untuk membantu mengatasi kemiskinan di Indonesia. Dan salah satu Lembaga Sosial yang mengatasi kemiskinan dan membantu anak yatim piatu di kecamatan Krian, Sidoarjo adalah Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Akan tetapi, 68% masyarakat Kota Sidoarjo dan sekitarnya belum mengetahui keberadaan Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Hal ini dikarenakan identitas visual yang tidak terkonsep dan konsisten. Tujuan dari penelitian ini adalah merancang identitas visual Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yang tepat dan konsisten agar lebih dikenal masyarakat lebih luas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis deskriptif dan TOWS Matrix. Hasil penelitian ini adalah identitas visual berupa logo Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yang sesuai dengan citra dan value lembaga. Logo diimplementasikan pada beberapa media seperti: GSM, <i>Company Profile</i>, Banner, Rompi Seragam, <i>Goodiebag</i>, <i>Stationary</i>, dan <i>Merchandise</i>. Perancangan ini diharapkan dapat menaikkan citra Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman melalui identitas visual yang khas.</p>
<p>Kata Kunci: Identitas Visual Kesadaran Lembaga Sosial Yatim Piatu</p>	
	<p>ABSTRACT</p>
<p>Keywords: <i>Visual Identity Awareness Social Institutions Orphan</i></p>	<p><i>Poverty is still one of the unsolved problems in Indonesia. Social institutions or foundations have an important role to play in helping overcome poverty in Indonesia. And one of the social institutions that overcomes poverty and helps orphans in Krian sub-district, Sidoarjo is the PPAY Baiturrohman Social Institution. However, 68% of the people of Sidoarjo City and its surroundings do not know about the existence of the PPAY Baiturrohman Social Institution. This is because the visual identity is not conceptualized and consistent. The aim of this research is to design an appropriate and consistent visual identity for the PPAY Baiturrohman Social Institution so that it is better known to the wider community. The method used in this research is a descriptive qualitative method with a descriptive analysis approach and TOWS Matrix. The result of this research is a visual identity in the form of the PPAY Baiturrohman Social Institution logo which is in accordance with the image and values of the institution. The logo is implemented on several media such as: GSM, Company Profile, Banner, Uniform Vest, Goodiebag, Stationary, and Merchandise. This design is expected to raise the image of the PPAY Baiturrohman Social Institution through a distinctive visual identity.</i></p>
	<p><i>This is an open access article under the CC BY-SA license.</i></p> 
<p>Penulis Korespondensi: Nabila Rosyita Sari, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Email: nabila.rosyitasari@gmail.com</p>	

1 PENDAHULUAN

Kemiskinan masih menjadi salah satu masalah yang belum terpecahkan di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk miskin di Indonesia meningkat menjadi 26,50 juta jiwa[1]. di Indonesia kemiskinan tercatat tinggi. Begitu pula dengan jumlah anak yatim piatu di Indonesia saat ini sebanyak 4.023.622 anak[2]. Salah satu upaya untuk mengatasi kemiskinan dan membantu anak yatim terlantar di Indonesia. ialah dengan mendirikan program-program untuk mengatasi kemiskinan. Diantaranya ialah Program BLT (Bantuan Langsung Tunai), Program KIP (Kartu Indonesia Pintar), Program BOS (Bantuan Operasional Sekolah), Program BSM (Bantuan Siswa Miskin), Program JAMKESMAS. Dan mendirikan sebuah Lembaga Sosial atau Yayasan untuk menaungi anak yatim piatu atau masyarakat terdampak kemiskinan[3].

Lembaga Sosial mempunyai peran penting untuk membantu mengatasi kemiskinan di Indonesia. Salah satunya ialah Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman, lembaga ini membantu mengatasi kemiskinan dan menaungi anak yatim piatu di desa Kraton, kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo. PPAY ialah singkatan dari Pembina Penyantun Anak Yatim. Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman berfokus untuk membantu Anak Yatim dan Fakir Miskin yang terlantar di desa Kraton, Sidoarjo. Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman ini diketuai oleh H. Sareh Aly, dan didirikan karena banyak anak-anak yatim piatu terlantar yang ada di desa Kraton Kecamatan Krian Sidoarjo. Mereka mengalami masalah perekonomian dan tidak mendapat hak-haknya sebagai anak karena orang tua/walinya tidak mampu atau tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu H Sareh Aly mendirikan Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman ini sebagai wadah bagi mereka agar mendapatkan kehidupan yang lebih baik dan sejahtera. Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman didirikan pada April 2012 dan saat ini jumlah anak yatim piatu yang dinaungi Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman ialah sebanyak 70 anak dan fakir miskin sebanyak 49 orang.

Sebagai suatu lembaga atau organisasi umumnya harus memiliki identitas visual yang melekat pada semua sarana korespondensi sebagai kelengkapan utama pengoperasian sebuah lembaga. Logo, kop surat, supergrafis dan identitas lain dirancang sedemikian rupa menjadi identitas visual suatu Lembaga. Suatu sistem identitas perusahaan digunakan untuk mengkomunikasikan keberadaan sebuah korporasi, organisasi, institusi maupun golongan. Identitas perusahaan bukan hanya sekedar identitas abstrak belaka, namun juga diaplikasikan menjadi identitas visual mulai dari stationary, inventaris perusahaan sampai dengan media promosi [4]. Menurut Wiryawan Identitas brand sebuah perusahaan terdiri dari identitas visual yaitu nama, logo, merk dagang, supergrafis, tipografi, dan warna. Serta terdiri dari identitas verbal yaitu slogan, tagline dan sebagainya. Identitas visual tidak sekedar gambar atau simbol tetapi mewakili pemahaman tentang kualitas, pelayanan, dan kepercayaan terhadap suatu perusahaan. Sehingga melalui identitas visual ini berbagai pihak seperti lembaga pemerintah, asosiasi, dan masyarakat umum dapat mengidentifikasi dan mudah terhubung dengan lembaga ini. Untuk menandakan lembaga sosial yang kuat dan profesional sebuah lembaga harus mempunyai identitas visual yang tepat [5]. Akan tetapi berdasarkan hasil observasi Lembaga Sosial PPAY memiliki permasalahan dalam identitas visualnya.



Gambar.1 Logo PPAY Baiturrohman saat ini
(Sumber : dokumen PPAY Baiturrohman)

Gambar diatas merupakan logo Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman saat ini. Namun berdasarkan wawancara yang dilakukan bersama Bapak H Sareh Aly. Logo Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman saat ini masih kurang maksimal karena dalam proses pembuatannya dilakukan secara tergesa-gesa dan tidak dirancang oleh orang yang ahli dalam bidangnya. Pembuatan logo tidak berdasarkan visi misi dan riset penyesuaian dan pemaknaan visual yang tepat. Logo PPAY Baiturrohman saat ini terdiri dari gambar objek berwarna hijau yang merupakan gambar anak laki-laki dan perempuan. Bentuk segilima yang berada disisi luar logo. Warna yang digunakan yaitu warna hijau dan kuning. Dimana hijau melambangkan warna kesukaan nabi dan kuning melambangkan kehangatan. Namun Bapak H. Sareh Aly merasa logo masih jauh dari kata sempurna dan menginginkan logo Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman di desain ulang agar lebih baik, sesuai dengan visi misi dan value perusahaan. Oleh karena itu perlu dilakukan perancangan ulang logo Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yang sesuai dengan kaidah pembuatan logo yang baik dan benar. Hal ini didukung dengan hasil kuisioner yang diisi oleh 100 responden dari kota Sidoarjo dan sekitarnya (Surabaya) didapatkan bahwa 68% responden tidak mengetahui Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman terhadap identitas visualnya seperti logo. Identitas (termasuk logo) merupakan salah satu aspek penting yang mempengaruhi kesuksesan pembentukan citra merek. Karena logo merupakan kesan pertama yang diberikan oleh suatu perusahaan. Selain membangun citra perusahaan logo juga dipergunakan untuk membangun spirit diantara unsur yang ada dalam perusahaan tersebut menurut Sutojo dalam [6]. Logo berfungsi sebagai elemen utama suatu identitas visual, memvisualkan konsep ataupun kesan yang ingin dikomunikasikan, termasuk konstruksi bentuk dan hubungan dengan elemen lainnya. Logo merupakan atribut utama secara fisik, karena melalui logo dapat memperlihatkan citra dari perusahaan tersebut, yaitu visi & misi, value perusahaan, budaya perusahaan, dan lain-lain[4]. Sebuah logo yang baik dan berhasil mampu membuat sugesti yang kuat, menunjukkan keorisinilan, membangun kepercayaan, rasa memiliki, dan menjaga image perusahaan yang memiliki logo tersebut [7].

Permasalahan kedua yang didapati dari hasil observasi di kesekretariatan Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman adalah . Desain media yang ada tidak memiliki kesamaan desain satu sama lain, tidak menerapkan supergrafis, tipografi, dan warna corporate yang sama. Karena desain media yang ada sebelumnya dibuat oleh orang yang berbeda-beda dan tidak ahli dalam bidangnya sehingga dari segi desain kurang maksimal karena proses pembuatan dilakukan secara mendadak melalui aplikasi canva. Desain media yang dibuat tidak konsisten dan tidak memiliki ciri khas sehingga sulit untuk dikenali. Identitas visual

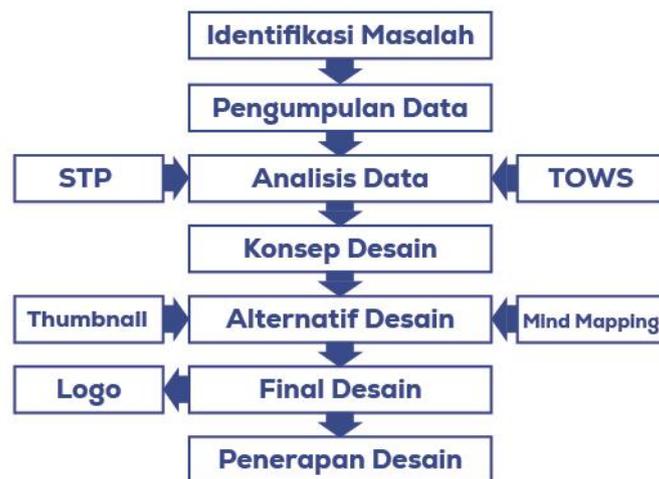
adalah bentuk komunikasi verbal melalui visual dari suatu merek termasuk desain yang terkait seperti logo, kop surat, kartu nama, packaging dan sebagainya [7]. Identitas visual juga dapat berupa ilustrasi, supergrafis, tipografi, warna, dan sebagainya. Sebuah perusahaan penting untuk memiliki identitas visual karena untuk mempermudah masyarakat dalam mengenal perusahaan. Visual yang telah terpilih menjadi identitas perusahaan hendaknya digunakan secara konsisten dan tidak berubah-ubah sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengenali perusahaan tersebut.

Penelitian sebelumnya terdapat penelitian tentang perancangan identitas visual namun hanya pada tataran lembaga pendidikan. Contohnya pada penelitian yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Pesantren Terpadu Hayatan Thayyibah Sukabumi” (2019) oleh Salma Salsabila dan Arry Mustikawan, BDes., SE., M.Ds. Perancangan ini yang bukan bergerak di bidang sosial namun di bidang pendidikan. Dalam perancangan identitas visualnya seperti logo, lembaga pendidikan ini merupakan lembaga komersial yang berfokus pada citranya yang ingin dikenal sebagai lembaga pendidikan pesantren yang memiliki sistem pendidikan modern dan mengikuti perkembangan zaman[8]. Sedangkan pada logo Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman citra yang ingin disampaikan kepada masyarakat bukan sebagai lembaga profit akan tetapi non profit yaitu sebagai lembaga yang peduli, loyal, dan bertanggung jawab dalam menyejahterakan kehidupan anak yatim dan fakir miskin.

Berdasarkan analisis situasi diatas menuntun permasalahan Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman masalah utama ialah keterbatasan literasi visual sehingga tidak mengupayakan perancangan identitas visual secara khusus sebagai bagian dari upaya penguatan citra Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman selain itu juga tidak adanya sumber daya ahli yang mampu menganalisis situasi, menentukan masalah, mencari solusi dan merancang identitas visual. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut ialah dengan melakukan perancangan identitas visual lembaga sosial PPAY Baiturrohman, agar Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman bisa lebih dikenal oleh masyarakat. Dengan adanya perancangan identitas visual ini diharapkan Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman memiliki identitas visual yang sesuai dan tepat sehingga mudah dikenal di benak masyarakat. Selain itu, Identitas visual yang akan dirancang dapat diterapkan ke berbagai media pendukung yang dibutuhkan oleh Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman dengan konsisten.

2 METODE PENELITIAN

Metode ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan tahapan proses perancangan sebagai berikut :



Gambar 2. Proses Perancangan
(Sumber : Nabila, 2023)

Tahapan proses perancangan identitas visual Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman dimulai dengan identifikasi masalah. Pada tahap ini dilakukan wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi, dilakukan proses pengumpulan data yang berfungsi untuk mendapatkan informasi mengenai objek penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, dan kuesioner. Observasi adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data secara spesifik dibandingkan dengan metode lain menurut sugiyono dalam [9]. Sedangkan Wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data untuk mendapatkan informasi secara langsung dari narasumber dan memperoleh banyak informasi dalam waktu yang relatif singkat[10]. Observasi dan wawancara dilakukan secara langsung kepada Ketua Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman di kesekretariatan Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman desa Kraton, Kecamatan Krian, Kota Sidoarjo. Pada proses ini dilakukan untuk mendapatkan data informasi mengenai Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman dan perkembangan identitas visual yang sudah ada. Dan wawancara kedua dilakukan kepada ahli branding Bapak Muhammad bahrudin, wawancara dilakukan untuk mendapatkan pengetahuan tentang perancangan logo yang baik dan benar. Observasi dilakukan untuk mengetahui penerapan identitas visual yang sudah dilakukan oleh Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Observasi dilakukan dengan melihat dari media-media yang sudah ada dan konsistensi desain yang digunakan. Kuesioner

merupakan teknik pengumpulan data berupa pertanyaan tertulis yang diberikan oleh responden untuk dijawab menurut Sugiyono dalam [9]. Kuesioner ini disebarluaskan secara online melalui google form kepada 100 responden usia 26-35 tahun di Kota Sidoarjo dan sekitarnya. Kuesioner untuk mengetahui kesadaran masyarakat terhadap Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah serta untuk membantu menentukan konsep desain yang sesuai.

Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif dan TOWS Matrix. Metode ini digunakan untuk mengelola data kuesioner, observasi, dan wawancara. Hasil analisis data menjadi dasar untuk merancang konsep visualisasi identitas visual Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah. Proses analisis data bertujuan untuk menghasilkan kesimpulan yang akan dijadikan acuan dalam perancangan identitas visual Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah pada penelitian ini.

STP merupakan strategi pemasaran untuk mengetahui dan menentukan target market. Segmenting merupakan upaya mengelompokkan pasar menjadi beberapa kelompok agar kegiatan pemasaran lebih efisien [11]. Dalam menentukan segmentasi terdapat beberapa variabel penting yang harus ditentukan yaitu demografis, geografis dan psikografis. Lalu targeting adalah tahap memilih hasil segmentasi untuk mendapatkan target pasar yang tepat. Tahap positioning menentukan tempat dibenak konsumen mana perusahaan membentuk kesan pada konsumen terhadap perusahaan [12].

Analisis TOWS Matrix digunakan untuk mengidentifikasi peluang, ancaman, kekuatan, kelemahan. Berbeda dengan SWOT analisis TOWS terlebih dahulu mempelajari dan mengidentifikasi pilihan-pilihan strategi yang akan dilakukan kepada eksternal. Tows Matrix dilakukan dengan cara menyilangkan antara peluang dan kekuatan, mengembangkan peluang menjadi kekuatan. Menyilangkan peluang dan kelemahan, mengembangkan peluang untuk mengatasi kelemahan. Menyilangkan ancaman dan kekuatan, mengenali dan mengatasi ancaman untuk menambah kekuatan. Menyilangkan ancaman dan kelemahan, mengenali dan mengantisipasi ancaman untuk meminimumkan kelemahan [13].

Perancangan konsep desain didasarkan pada hasil analisis data dan penyesuaian visual. Selanjutnya dilakukan proses visualisasi diawali dengan penentuan thumbnail logo yang didapat dari hasil *mind mapping*. Lalu thumbnail logo dikonsultasikan serta dipilih yang sesuai dengan value Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah. Kemudian thumbnail logo terpilih diproses secara digital menjadi beberapa alternatif logo digital. Kemudian dilakukan validasi logo kepada ketua Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah dan ahli branding. Setelah mendapatkan desain logo final yang sudah disetujui oleh perusahaan, tahap terakhir adalah penerapan logo pada media pendukung = yang telah disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

3 HASIL DAN ANALISIS

3.1 Data Kuesioner

Pertama, masyarakat Sidoarjo, masih belum mengetahui Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah. Hal ini dibuktikan dengan 68 % responden menjawab tidak tahu. Kedua, masyarakat Sidoarjo belum menyadari identitas visual dari Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah. Kesadaran masyarakat terhadap logo Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah masih rendah yaitu 68%. Ketiga, 32% responden mengetahui Lembaga Sosial PPAY melalui keluarga/kerabat, dan 64% baru mengetahui melalui kuesioner. Keempat, 87 % responden memilih logo kombinasi karena mudah diingat, dikenal, dan menarik. Dan 82 % responden memilih font jenis sans serif karena tingkat keterbacaannya mudah dan tinggi.

3.2 Data Wawancara

Wawancara pertama dilakukan kepada ketua Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah yaitu H. Sareh Aly. Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah ingin dikenal lebih luas oleh masyarakat Sidoarjo dan sekitarnya sebagai Lembaga Sosial yang amanah, peduli, dan bertanggung jawab pada kesejahteraan anak-anak yatim yang diasuhnya, lembaga sosial PPAY Baiturrohmah menaungi anak-anak yatim yang kurang atau sama sekali tidak mendapatkan hak-haknya sebagai anak. Hak-hak yang tidak dapat terpenuhi dengan baik yaitu berupa kehidupan sehari-hari dan masa depan seperti perlindungan, pendidikan, ekonomi, kesehatan dan rekreasi.

Hak-hak tersebut dapat direalisasikan melalui program-program yang dijalankannya. Adapun program-program yang dijalankan Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah yang pertama ialah Santunan Triwulan, Ramadhan Ceria, Khitan Massal yang diadakan setiap 3 tahun sekali, Maulid Nabi Muhammad SAW, Idul Yatama, Mensejahterakan Janda, Tur Wisata, Bantuan Pendidikan, Volunteer.

Akan tetapi identitas visual Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah masih belum maksimal, Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah perlu melakukan perancangan identitas visual yang bisa menyampaikan citranya dengan baik dan tepat yaitu dengan pembuatan logo yang disesuaikan dengan visi misi dan value Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah. Logo yang didesain nantinya bisa diterapkan diberbagai media pendukung yang dibutuhkan, Sehingga Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah dapat lebih mudah dikenal oleh masyarakat lebih luas. Media yang dibutuhkan ialah *GSM*, *Company Profile*, banner, rompi seragam, *goodie bag*, *stationary* (kop surat, amplop, kwitansi, dan stempel) dan *merchandise* (pin dan gantungan kunci).

Dan wawancara kedua dilakukan kepada ahli Branding Bapak Muhammad Bahruddin. Menurut bapak Bahruddin dalam perancangan identitas visual Lembaga Sosial PPAY Baiturrohmah yaitu logo nantinya akan mempertimbangkan prinsip SMART yaitu simple, memorable, appropriate, resizeable, dan timeless. Logo yang baik adalah logo yang bisa mencerminkan

karakteristik dari perusahaan. Logo harus berdasarkan riset latar belakang, visi misi, budaya kerja, segmentasi. Identitas visual harus konsisten dalam penerapannya pada semua media branding.

3.3 Data Observasi



Gambar 3. Media Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman saat ini (Sumber : Nabila,2023)

Pertama, Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman tidak konsisten dalam menerapkan Identitas visualnya seperti logo pada tiap mediana. Penerapan Logo yang tidak proporsional serta logotype tidak dipertimbangkan dengan ukuran tertentu sehingga tingkat keterbacaannya rendah. Kedua, penerapan identitas visual pada media yang dimiliki Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman tidak konsisten. Tidak menerapkan supergrafis, warna dan font yang digunakan tidak konsisten, sehingga tampilan desain media berbeda beda.

3.4 Analisis STP

analisis STP (segmenting, targeting, positioning). Segmenting merupakan kegiatan pengelompokkan pasar yang terdiri dari tiga variabel penting yaitu demografis, geografis, dan psikografis. Hasil analisis STP dari Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman adalah sebagai berikut.

1. Demografis: Pria & wanita, usia: 26-35 tahun, dengan tingkat ekonomi menengah keatas.
2. Geografis: Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman ini dapat menjangkau seluruh kota Sidoarjo dan sekitarnya (Surabaya).
3. Psikografis: Gaya hidup dari donatur Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman adalah orang yang peduli dengan sesama, suka membantu orang, berbagi/bersedekah, dermawan dan suka bersosial.

3.5 Analisis TOWS Matrix

Tabel 3.1 Analisis TOWS Matrix

<p>Strategi TOWS Matrix</p>	<p>Strength (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman adalah lembaga yang peduli, amanah, dan bertanggung jawab. 2. Lembaga sosial yang tidak hanya sebagai penyalur antara donatur dan penerima, tetapi juga membina dan membantu masa depan anak yatim berupa ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan rekreasi. 3. Memiliki legalitas tercatat dalam hukum, NPWP, Notaris. 4. Memiliki beragam program sebagai bentuk pembinaan dan mensejahterakan kehidupan anak anak yatim dan fakir miskin. 	<p>Weakness (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman 2. Belum memiliki identitas visual yang baik seperti logo dan color corporate yang kurang dikenal oleh masyarakat Sidoarjo dan sekitarnya 3. Media branding yang kurang beragam 4. Grafis desain media yang tidak konsisten 5. Citra Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman belum tervisualkan
<p>Opportunity (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak masyarakat Sidoarjo dan sekitarnya yang ingin melakukan donasi untuk membantu anak yatim dan fakir miskin 2. Kolaborasi dengan organisasi ternama untuk melaksanakan 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lembaga sosial PPAY Baiturrohman dapat menjadi wadah masyarakat dalam berdonasi membantu anak yatim dan fakir miskin di daerah sidoarjo dan sekitarnya 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan identitas visual yang tepat dan menarik agar citra tersampaikan dengan baik sehingga akan lebih dikenal dan diketahui keberadaannya oleh masyarakat.

program atau event yang ada.	2. Lembaga Sosial PPAY berpeluang untuk memperkenalkan dan mempromosikan lembaga melalui event yang diadakan dengan organisasi lain.	2. Memaksimalkan media branding agar lebih beragam sehingga masyarakat lebih mudah dalam menemukan informasi tentang Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman.
Threat (Ancaman) 1. Banyaknya Lembaga Sosial yang lebih terkenal, dan terpercaya di Sidoarjo membuat Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman tidak menjadi pilihan pertama dalam berdonasi.	Strategi S-T 1. Mengoptimalkan keunggulan bahwa Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman ialah lembaga sosial yang peduli, loyal, amanah dan bertanggung jawab dalam membantu kehidupan dan masa depan anak yatim menjadi lebih baik melalui program-program yang ada.	Strategi W-T 1. Merancang media branding yang memiliki kesamaan grafis dan desain yang terkonsep agar Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman memiliki ciri khas.

3.6 Sintesa Data

Temuan Perancangan ini adalah berfokus untuk menaikkan citra dan karakteristik Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman adalah lembaga sosial yang peduli akan kesejahteraan hidup anak yatim yang diasuhnya dengan memberikan kehidupan anak yatim dan fakir miskin menjadi lebih baik melalui program-program yang dijalkannya. Oleh karena itu perlu melakukan pembaruan identitas visual yaitu logo. Logo yang dirancang menggunakan jenis logo kombinasi yang simple dan mudah diingat.

Perancangan media pendukung ditentukan berdasarkan kebutuhan program-program yang telah direncanakan oleh Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Seperti *GSM*, banner/spanduk, *company profile*, rompi seragam, *goodie bag*. Serta peralatan perkantoran atau *stationary* (kwitansi, kop surat, stampel, amplop) dan *merchandise* (pin dan gantungan kunci)

Visual yang efektif digunakan pada branding Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman dapat berupa dokumentasi foto-foto program kegiatan yang dapat mewakili bentuk kepedulian dari pengurus, donatur dan masyarakat serta supergrafis. Sehingga masyarakat dapat lebih mudah mendapatkan informasi tentang kegiatan yang dilakukan serta supergrafis yang konsisten diterapkan pada media dapat menjadi ciri khas bagi lembaga

3.7 Konsep Desain

Keyword

Keyword merupakan salah satu acuan penting dalam sebuah perancangan desain. Keyword dihasilkan dari riset dan brainstorming data-data yang telah dilakukan sebelumnya. Melalui brainstorming menghasilkan sebuah kata kunci yaitu "Peduli Menyejahterakan Kehidupan Yatim" yang memiliki makna Peduli yaitu lembaga Sosial PPAY Baiturrohman ingin menggerakkan masyarakat untuk turut mempedulikan kehidupan anak yatim melalui melalui Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman dan Mensejahterakan Kehidupan Yatim yaitu meningkatkan kualitas hidup yatim berupa kehidupan sehari-hari dan masa depan seperti perlindungan, pendidikan, ekonomi dan rekreasi menjadi lebih baik.



Gambar 4. Keyword
(Sumber :Nabla, 2023)

Tagline

Tagline atau slogan yang akan digunakan oleh Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yaitu “Kebaikanmu Buat Mereka Tersenyum” memiliki memiliki makna kebaikan atau bantuan ialah bentuk kepedulian dari para donatur dan masyarakat kepada anak-anak yatim yang dinaungi oleh Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yang kurang atau sama sekali tidak mendapatkan hak-haknya karena tidak memiliki salah satu atau kedua orang tuanya. Dari kebaikan dan kepedulian dari para donatur memberikan dampak yang sangat besar terhadap kualitas kehidupan dari anak anak yatim PPAY Baiturrohman menjadi lebih baik.

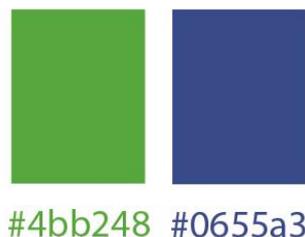
Konsep Visual

Logo

Berdasarkan keyword yang sudah ditentukan dalam perancangan logo nantinya akan menggunakan mind mapping untuk menentukan visual yang sesuai dengan keyword yaitu “Peduli Menyejahterakan Kehidupan Yatim”. Logo yang akan dirancang menggunakan logo kombinasi antara logotype dan logogram karena menurut Bapak Muhammad bahrudin ahli branding yang menjadi narasumber pada penelitian ini jenis logo kombinasi merupakan jenis logo yang efektif dalam meningkatkan awareness pada suatu perusahaan. Serta berdasarkan hasil kuesioner 87% responden memilih logo kombinasi karena mudah diingat, dikenal, dan menarik. Biasanya logo yang digabungkan ini akan lebih mudah dikenali dan diingat karena kita tidak hanya melihat tulisan atau gambar saja namun keduanya[14].

Warna

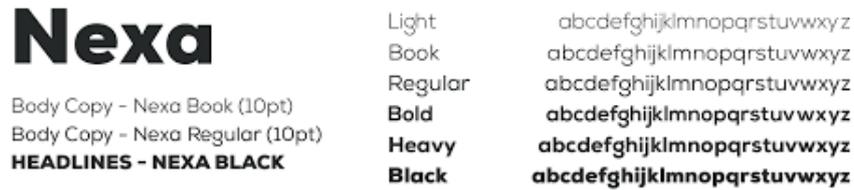
Warna utama yang akan digunakan pada logo ialah tetap menggunakan warna hijau karena permintaan dari H Sareh Aly selaku ketua Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Selain itu warna hijau erat kaitannya dengan islam, dan melambangkan kesejahteraan dan kehidupan. Menurut psikologi warna hijau melambangkan pertumbuhan, kehidupan, kemakmuran, kesejahteraan, harapan[15]. sedangkan warna biru melambangkan sifat loyalitas dan tanggung jawab sebagai bentuk kepedulian Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman kepada anak yatim. Warna biru melambangkan Kepercayaan, kesetiaan/pengabdian, ketenangan, kedamaian, ketulusan, kesejukan, air/laut, awan, langit, harmoni, kebersihan, konservatif, percaya diri, penyembuhan, ningrat, tidak bersalah, adil, berpikir,konsisten [16].



Gambar 5. Palet Warna
(Sumber :Nabila, 2023)

Tipografi

Tipografi yang akan digunakan dalam perancangan ini menggunakan font sans serif karena memiliki tingkat keterbacaan yang mudah menurut kusumawati dalam [17]. Font yang digunakan ialah font nexa.

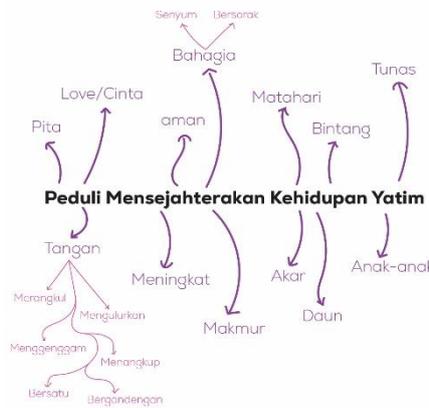


Gambar 6. font

(Sumber : <https://brand.phmic.com/typeface-fonts/>)

Proses Desain

Setelah menentukan konsep desain tahap pertama dalam proses desain identitas visual Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman adalah membuat *mind mapping*. Dalam *mind mapping*, konsep visual diturunkan dari keyword “Peduli Mensejahterakan Kehidupan Yatim”. Kemudian dikembangkan menjadi kata lain yang melambangkan kata “Peduli”, “Mensejahterakan”, “Kehidupan”, dan “Yatim”. *Mind mapping* akan digunakan sebagai acuan bentuk visual untuk identitas visual Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman.



Gambar 7. Mind Mapping

(Sumber :Nabila, 2023)

Setelah membuat *mind mapping* adalah membuat thumbnail logo atau simbol simbol yang sudah ditentukan berdasarkan mind mapping keyword. Berdasarkan mind mapping ditemukan simbol-simbol sebagai berikut.

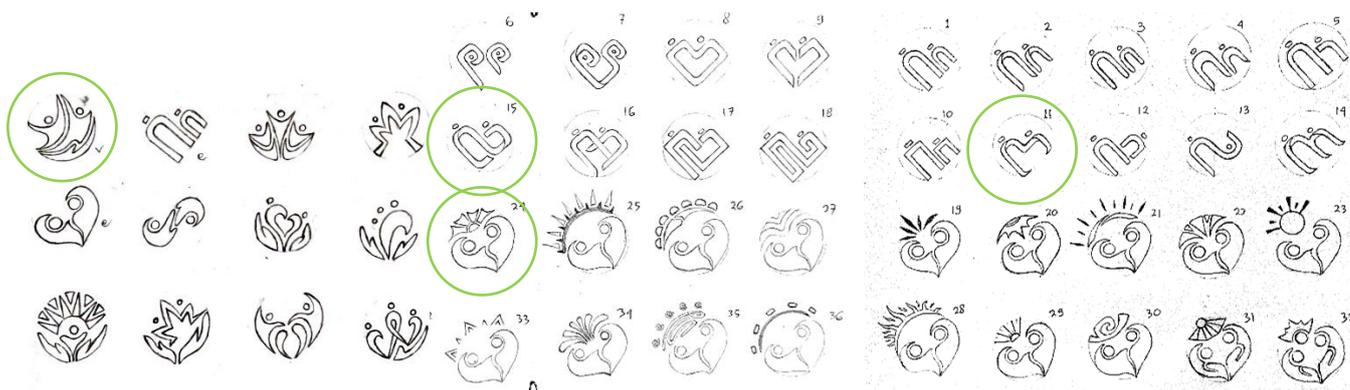
Peduli	Mensejahterakan	Kehidupan	Yatim

Gambar 8. Thumbnail

(Sumber : Nabila, 2023)

Lalu langkah selanjutnya ialah membuat alternatif desain logo dari simbol simbol yang telah ditentukan. Logo alternatif yang

berasal dari simbol-simbol dan ikon-ikon yang didapat dari proses mind mapping.



Gambar 9. Alternatif Logo
(Sumber :Nabila, 2023)

Final Desain

Pada tahap desain final terdapat empat alternatif desain yang terpilih, dan setelah itu dilakukan validasi logo berdasarkan aspek unik, simpel, dan memorable oleh ketua Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman dan ahli branding bapak Muhammad Bahrudin untuk menentukan logo yang paling sesuai. logo harus tetap simple, mudah diingat, dan fleksibel, baik secara bentuk, warna, maupun ukuran. Karena logo akan diaplikasikan dalam berbagai identitas visual lain dalam beragam media. Dengan bentuk, warna, ukuran yang simpel dan fleksibel logo sehingga logo akan lebih aplikatif. Selain itu logo yang simpel juga lebih mudah diingat oleh masyarakat[18]. setelah dilakukan validasi kepada ahli branding dan ketua Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman, terpilih logo pertama.

	Unik	Simpel	Memorable
	✓✓	✓✓	✓✓
	✓	✓✓	✓✓
		✓✓	✓
	✓	✓✓	✓

Gambar 10. Validasi Logo
(Sumber : Nabila, 2023)



Gambar 11. Logo Terpilih

(Sumber :Nabila, 2023)

Filosofi Logo

Tabel 3.2 filososfi logo

Gambar	Filosofi
	<p>Gambar objek tangan menggambarkan kepedulian dari para pengurus, donatur, dan masyarakat terhadap anak-anak yatim Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Serta bentuk tangan yang menengadah melambangkan Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman sebagai wadah atau lembaga penyalur untuk anak-anak yatim yang membutuhkan.</p>
	<p>Gambar objek manusia dengan tangan bersorak mewakili anak-anak yatim yang sejahtera dan objek manusia yang meningkat menggambarkan perubahan kehidupan anak-anak yatim menjadi lebih baik.</p>
	<p>Warna hijau melambangkan perubahana kehidupan yang lebih baik dan sejahtera bagi anak yatim Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Warna hijau diambil dari warna logo PPAY Baiturrohman sebelum</p>
	<p>warna biru melambangkan loyalitas dan tanggung jawab pengurus Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman serta masyarakat dan donatur dalam membina anak-anak yatim PPAY Baiturrohman</p>

Implementasi Desain

Berikut merupakan contoh implementasi logo pada media pendukung Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman :

1. GSM (Graphic Standart Manual)



Gambar 12. GSM
(Sumber :Nabila, 2023)

Graphic Standard Manual merupakan buku panduan dalam menggunakan identitas visual. Buku panduan ini berguna agar penerapan identitas visual tetap konsisten. Spesifikasi Graphic Standard Manual menggunakan kertas art paper 150 gsm ukuran A4.

2. Company Profile



Gambar 13. Company Profile
(Sumber :Nabila, 2023)

Company Profile merupakan buku panduan yang berisi penjelasan tentang sejarah, visi misi, budaya kerja, anggota kepengurusan, penjelasan program, anggota anak yatim tercatat Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Spesifikasi company profile menggunakan kertas yupo 150 gsm ukuran A5.

3. Banner



Gambar 13. Banner
(Sumber : Nabila, 2023)

Banner digunakan sebagai sarana media promosi offline yang dapat digunakan untuk menginformasikan kegiatan yang akan dilaksanakan oleh Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Ukuran banner ialah 3:1.

4. Rompi Seragam



Gambar 14. Rompi seragam
(Sumber :Nabila, 2023)

Rompi merupakan seragam yang akan dikenakan oleh pengurus Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman ketika menjalankan program yang ada. Penggunaan rompi seragam efisien karena dapat digunakan oleh laki laki dan perempuan.

5. Goodie bag



Gambar 15. Goodie Bag (Sumber : Nabila, 2023)

Goodie bag digunakan sebagai media penunjang program-program yang dilaksanakan oleh Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Seperti Program di bulan Ramdhan yaitu pembagian THR dan bingkisan yang memerlukan goodie bag sebagai wadah untuk membawa bingkisan. Bahan yang digunakan ialah spundbon.

6. Stationary



Gambar 16. Stationary (Sumber :Nabila, 2023)

Stationary ialah media berupa peralatan kantor yang digunakan untuk menunjang kebutuhan administrasi Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman seperti amplop, stempel, kwitansi, kop surat.

7. Merchandise



Gambar 16.Merchandise (Sumber :Nabila, 2023)

Merchandise digunakan sebagai gift untuk donatur yaitu sebagai media pengingat terhadap Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Merchandise berupa pin dan gantungan kunci

4 KESIMPULAN

Hasil penelitian ini berupa identitas Visual Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yang tepat dan konsisten. Tepat karena proses perancangan dibuat berdasarkan pengumpulan data dan analisis data sehingga menghasilkan sebuah konsep perancangan yang diambil dari visi misi dan value lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yaitu "Peduli Menyejahterkan Kehidupan Yatim". Konsep ini tercermin pada bentuk visual dari identitas visual yang tervalidasi. Peduli divisualkan dengan elemen tangan yang menengadahkan, Menyejahterkan kehidupan divisualkan dengan susunan elemen anak yatim yang bertingkat dari rendah menjadi lebih tinggi, Anak Yatim divisualkan dengan elemen anak yatim yang bersorak.

Konsisten karena dalam proses perancangan logo ini juga dibuatkan buku panduan penggunaan logo yang dirangkum dalam *Graphic Standard Manual (GSM)*. Sehingga penggunaan logo diterapkan dengan konsisten dan tidak semena mena. Penerapan logo dalam media disesuaikan dengan kebutuhan Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Logo diterapkan pada media pendukung seperti *company profile*, *goodiebag*, banner, rompi seragam, *merchandise* (pin dan gantungan kunci), serta *stationary* (amplop, kwitansi, kop surat dan stempel). Dengan adanya identitas visual Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yang baru dan diimplementasikan pada media Pendukung sehingga dapat membantu Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas sebagai lembaga non profit yang peduli, loyal, dan bertanggung jawab dalam menyejahterakan kehidupan yatim dan fakir miskin. Saran untuk penelitian Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman kedepannya mungkin bisa menambahkan media lainnya yang bisa mengangkat citra lembaga Sosial PPAY Baiturrohman ke masyarakat lebih luas, melalui media online seperti website atau media sosial.

REFERENSI

- [1] Badan Pusat Statistik, "Profil Kemiskinan Di Indonesia Maret 2023," *Badan Pusat Statistik*, 2023. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/07/17/2016/profil-kemiskinan-di-indonesia-maret-2023.html> (Accessed Sep. 01, 2023).
- [2] Kementerian Sosial Republik Indonesia, "Kemensos Berikan Perlindungan Kepada 4 Jutaan Anak Yatim-Piatu," *Kementerian Sosial Republik Indonesia*, 2021. <https://kemensos.go.id/kemensos-berikan-perlindungan-kepada-4-jutaan-anak-yatim-piatu> (Accessed Sep. 01, 2023).
- [3] Kominfo, *Program Penanggulangan Kemiskinan*. Kementerian Komunikasi Dan Informatika, 2011. [Online]. Available: [https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/program Penanggulangan Kemiskinan Kabinet Indonesia Bersatu Ii.Pdf](https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/program%20penanggulangan%20kemiskinan%20kabinet%20indonesia%20bersatu%20ii.pdf)
- [4] L. C. Luzar And M. Monica, "Peranan Komunikasi Visual Bagi Identitas Perusahaan," *Humaniora*, Vol. 4, No. 1, Pp. 528–238, 2013, Doi: 10.21512/Humaniora.V4i1.3461.
- [5] D. P. Nugroho, "Kisah Perancangan Corporate Identity Sebagai Media Promosi Untuk Museum Panji," *J. Desain Komun. Vis. Asia*, Vol. 2, No. 2, P. 77, 2019, Doi: 10.32815/Jeskovsia.V2i2.321.
- [6] N. I. Nabila, "Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Terhadap Citra Perusahaan Pada Pt Bank Bri Tbk," *Jimf (Jurnal Ilm. Manaj. Forkamma)*, Vol. 2, No. 1, Pp. 117–126, 2018, Doi: 10.32493/frkm.V2i1.3418.
- [7] Masnuna And M. Romadhona, *Dkv 2 Media Cetak Dengan Teknik Sablon Press*. Indomedia Pustaka, 2020.
- [8] S. Salsabila And A. Mustikawan, "Perancangan Identitas Visual Pesantren Terpadu Hayatan Thayyibah Sukabumi," *E-Proceeding Art Des.*, Vol. 6, No. 3, 2019.
- [9] R. Andriani, A. R. Yani, And W. Widyasari, "Perancangan Logo Sebagai Identitas Visual Wisata Edukasi Gerabah (Weg) Di Bojonegoro," *Deskovi Art Des. J.*, Vol. 5, No. 1, Pp. 61–68, 2022, Doi: 10.51804/Deskovi.V5i1.1711.
- [10] C. Nuansa De Riandra And M. Ariffudin Islam, "Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry," *J. Barik*, Vol. 2, No. 2, Pp. 1–14, 2021.
- [11] Wijaya, "Analisis Segmenting, Targeting, Positioning Dan Marketing Mix Pada Pt Murni Jaya," *Agora*, Vol. 5, No. 1, Pp. 1–5, 2017.
- [12] A. Mujahidin And I. Khoirianingrum, "Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (Stp) Pada Zakiyya House Bojonegoro," *Pros. Semin. Nas. Unimus*, Vol. 2, Pp. 284–294, 2019.

-
- [13] Mbizmarket, "Pengenalan Analisis Tows Matrix Dalam Kegiatan Bisnis," *Mbizmarket*, 2021. <https://www.mbizmarket.co.id/news/pengenalan-analisis-tows-matrix-dalam-kegiatan-bisnis/> (Accessed Sep. 03, 2023).
- [14] A. Cahyani, "Jenis Logo Yang Wajib Kamu Tau Untuk Membangun Branding," *Filemagz.Com*, 2022. <https://www.filemagz.com/jenis-logo-untuk-membangun-branding/> (Accessed Sep. 03, 2023).
- [15] A. Rifda, "11 Arti Warna Dalam Psikologi Dan Filosofinya," *Gramedia Blog*, 2022. <https://www.gramedia.com/best-seller/arti-warna-dalam-psikologi-dan-filosofinya/> (Accessed Sep. 04, 2023).
- [16] A. P. Hadi, "Psikologi Warna Dalam Desain," *Stekom*, 2020. <https://komputer-grafis-d3.stekom.ac.id/informasi/baca/psikologi-warna-dalam-desain/a3d63c0b0479ac50cd199d14a2725dadf1e1e95a> (Accessed Sep. 04, 2023).
- [17] R. N. Fadilah, A. S. C. R. El Chidtyan, And A. R. Yani, "Perancangan Identitas Visual Rumah Batik Sekar Arum Di Mojokerto," *Imajinasi*, Vol. 7, No. 1, P. 17, 2023.
- [18] A. Oscario, "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand," *Humaniora*, Vol. 4, No. 1, P. 191, 2013, Doi: 10.21512/Humaniora.V4i1.3429.