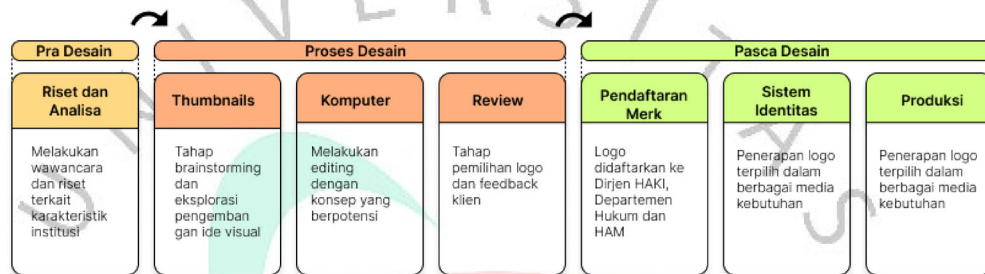


BAB III METODOLOGI DESAIN

3.1 Sistematika Perancangan

Proses perancangan identitas visual melalui 3 tahap utama dengan menggunakan teori perancangan logo Surianto Rustan dalam buku Logo tahun 2009:



Gambar 3. 1 Proses Tahapan Perancangan Logo
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

1. Tahap Pra Desain

- Riset dan analisa, pada tahap ini peneliti melakukan wawancara dan riset mendalam terkait karakteristik Institut Citra Buana Indonesia untuk mengetahui visi, misi, tujuan, target pasar dan kompetitor. Hasil wawancara akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisa STP (*segmentasi, targeting & positioning*), analisa 5W+1H, analisa SWOT dan analisa pesaing hingga menghasilkan beberapa *keywords* dan *creative brief*.

2. Tahap Proses Desain

- Thumbnailis*, berdasarkan data yang sudah didapat dan dianalisa peneliti akan melakukan sesi *brainstorming* serta eksplorasi ide visual secara manual berdasarkan *creative brief* yang telah dibuat sebelumnya.
- Komputer, tahap berikutnya peneliti mengedit alternatif logo kedalam vector menggunakan aplikasi editing adobe illustrator.
- Review*, setelah alternatif logo selesai dibuat. Peneliti kemudian mengajukan beberapa pilihan logo tersebut kepada klien dan dosen pembimbing untuk

mendapatkan *feedback* dan memilih satu logo final untuk melalui tahap *finishing*.

3. Tahap Pasca Desain

- e. Pendaftaran Merek, pada tahap ini logo yang telah melalui finalisasi akan didaftarkan oleh Institusi kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Dirjen HAKI), Departemen Hukum, dan HAM untuk melindungi hak dari penggunaan yang tidak sah.
- f. Sistem Identitas, desainer akan merancang atribut seperti logo turunan, warna, tipografi hingga penerapan logo dalam media yang dibutuhkan oleh institusi dalam bentuk mockup.
- g. Produksi, pada tahap ini hasil perancangan pedoman identitas visual yang telah dipatenkan akan diproduksi.

3.2 Metode Pencarian Data

Peneliti menggunakan metode pencarian data kualitatif deskriptif. Menurut (Anisya Dwi Septiani & Wardana, 2022) metode kualitatif deskriptif merupakan suatu metode yang mendeskripsikan serta memaparkan sebuah objek yang diteliti apa adanya berdasarkan situasi dan kondisi penelitian tersebut dilakukan.

Penelitian kualitatif menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu melalui teknik wawancara, observasi dan studi literatur. Peneliti menggunakan teknik wawancara bersama dengan pihak Institut Citra Buana Indonesia sebagai sumber utama data kualitatif tentang kebutuhan dan preferensi yang diinginkan. Teknik wawancara tambahan juga dilakukan untuk mengetahui persepsi audiens yaitu siswa SMA dan orangtua calon mahasiswa. Sedangkan data yang didapatkan melalui teknik observasi kompetitor dan studi literatur digunakan sebagai data pendukung untuk mengetahui tren dan standar industri.

3.2.1 Wawancara

Menurut (Magister et al., 2023) merupakan teknik pengumpulan informasi melalui percakapan secara langsung dengan partisipan. Peneliti melaksanakan wawancara bersama pihak institusi secara online melalui *google meeting*. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan data secara mendetail mengenai sejarah institusi, target pasar, karakteristik institusi, tanggapan dan harapan dari

perancangan identitas visual dari Institut Citra Buana Indonesia sebagai klien dalam perancangan ini. Wawancara juga digunakan untuk mendapatkan persepsi audiens berdasarkan segmentasi yang telah ditetapkan yaitu orangtua dan siswa SMA.

3.2.2 Observasi

Menurut Abdussamad dalam (Khalfani, 2023), observasi adalah strategi untuk mengumpulkan data yang dilakukan dengan sengaja melalui pengamatan dan pencatatan. Observasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.

Peneliti menggunakan observasi secara tidak langsung dengan melakukan pengamatan melalui video dokumentasi, internet, maupun media lain yang telah dirancang sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik gaya perancangan dan penerapan identitas visual akademi Citra Buana Indonesia sebelumnya dengan pesaing melalui media promosi sosial media dan *website*.

3.2.3 Studi Literatur

Menurut Habsy dalam (Pratama Devandy Namuz, 2024) studi literatur adalah metode yang digunakan untuk menghimpun berbagai data atau sumber referensi yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Peneliti menggunakan studi literatur untuk mengumpulkan berbagai informasi terkait mengenai topik penelitian, teknik pengumpulan data ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam bagi Peneliti.

3.3 Analisis Data

1. Hasil Wawancara

a. Wawancara dengan pihak Institut Citra Buana Indonesia.

Peneliti telah mewawancarai Pak Indra Cahaya Tresna dan Bu Novalia Rachma yang merupakan staff dari Institut Citra Buana Indonesia pada tanggal 18 Desember 2024.



Gambar 3. 2 Dokumentasi Wawancara
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Berdasarkan hasil wawancara, Peneliti dapat menyimpulkan bahwa Institut Citra Buana Indonesia adalah penggabungan antara dua akademi Citra Buana Indonesia AMIK dan AKPAR. Narasumber menjelaskan bahwa Institut Citra Buana Indonesia adalah sebuah langkah pembaruan bagi Yayasan Buana Pratama Sukabumi karena Institusi ini menyediakan pembelajaran jenjang Sarjana (S1) dibandingkan dengan kedua akademi sebelumnya dengan jenjang Diploma (D3).

Institut Citra Buana Indonesia mengembangkan tingkat brand awareness mereka ke tahap kelas regular, serta membutuhkan identitas visual yang dapat memberikan kesan baru dan modern tanpa menghilangkan identitas dan citra dari akademi sebelumnya dengan beberapa nilai institusi yaitu integritas, profesionalism, kolaborasi, inovasi dan kepercayaan.

Media promosi online dan offline yang dibutuhkan dalam pengaplikasian identitas visual Institut Citra Buana terdiri atas banner, brosur, merchandise, stationary kit, stempel, booth. Media promosi online melalui media sosial untuk menjangkau target pasar.

Institut Citra Buana Indonesia memiliki beberapa kompetitor yaitu Universitas Nusa Putra dan Universitas Muhammadiyah Sukabumi dan Bina Saran Informatika Sukabumi.

b. Wawancara dengan Orangtua dan Siswa

Peneliti melakukan wawancara dengan Bu Siti Nurhayati (44 tahun) dan putrinya, Salsa Bilqis Khoirunnisa (17 tahun), untuk mengetahui persepsi mereka tentang logo Citra Buana Indonesia. Bu Siti Nurhaliza menjelaskan logo Citra

Buana Indonesia sebelumnya mirip dengan logo Dinas Perhubungan, terlihat kurang profesional, terlalu sederhana, dan tidak cukup meyakinkan dirinya sebagai orangtua untuk mempercayakan anaknya berkuliah di institusi tersebut.

Sementara itu, Salsa Bilqis berpendapat logo Citra Buana Indonesia sederhana dengan perpaduan warna yang pas, modern, formal, dan mudah dikenali, namun belum cukup menarik untuk meninggalkan kesan mendalam meski ia tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut jika universitasnya sesuai dengan kriterianya.

d. Wawancara tahap review logo alternatif

Setelah merancang beberapa alternatif logo, peneliti kemudian melakukan tahap *review* melalui wawancara lanjutan dengan pihak Institut Citra Buana Indonesia. Wawancara tersebut bertujuan untuk menentukan logo terpilih serta memperoleh saran dan arahan. Terdapat dua kali tahap *review*, pada *review* pertama berfokus mempresentasikan keseluruhan proses perancangan logo dan alternatif potensial logo yang dapat dipilih, pada tahap *review* kedua berfokus untuk merepresentasikan hasil transformasi dan revisi alternatif logo sebelumnya sesuai dengan masukan pihak Institut Citra Buana Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara, pihak Institut Citra Buana Indonesia telah menetapkan pilihan terhadap salah satu logo, namun pihak Institut Citra Buana Indonesia memberikan arahan agar logo tersebut dieksplorasi lebih lanjut dengan penerapan gaya *monoline*.

2. Hasil Observasi

Peneliti telah mengumpulkan informasi terkait penerapan identitas visual Akademi Citra Buana Indonesia dan memilih dua pesaing utama yaitu Universitas Nusa Putra, dan Universitas Muhammadiyah Sukabumi yang telah dirangkum sebagai berikut:

a. Universitas Nusa Putra



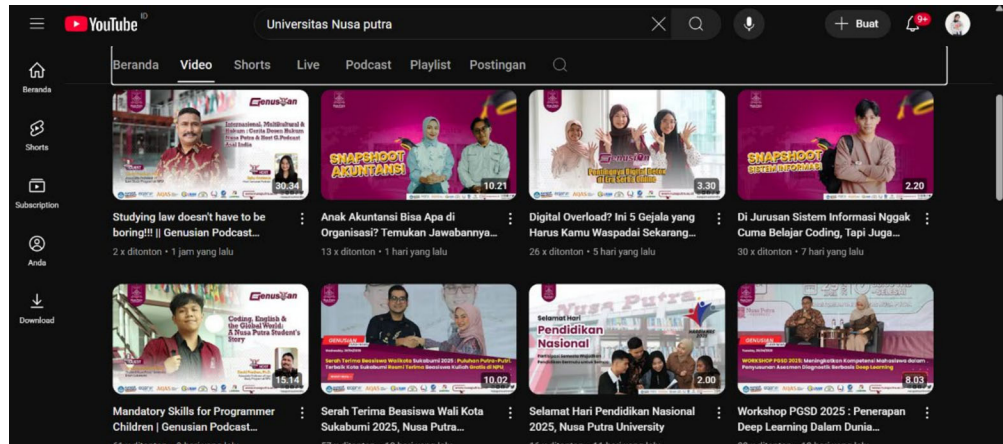
Gambar 3. 3 Logo Universitas Nusa Putra
Sumber: Nusaputra.ac.id

- Jenis logo yang digunakan : kombinasi logogram dan logotype
- Karakter logo: Dinamis, modern
- Warna logo: Dua warna (Red Violet dan Putih)
- Tagline: “Little Step for Wide Vision”



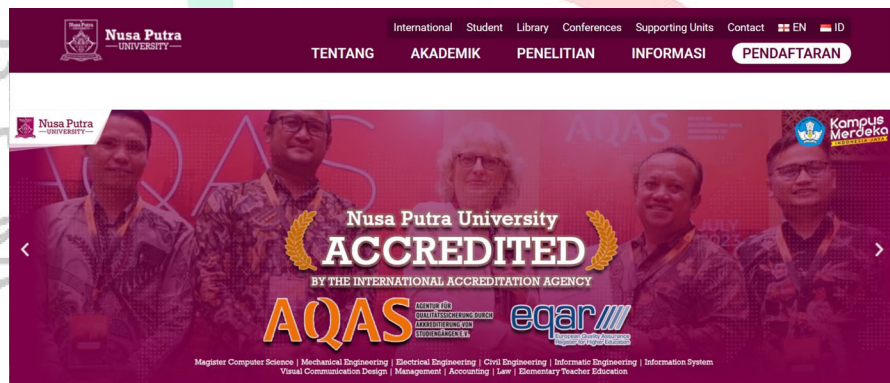
Gambar 3. 4 Instagram Universitas Nusa Putra
Sumber: Instagram @nusaputrauniversity

- Penerapan identitas visual dalam sosial media instagram : penerapan identitas visual kedalam media promosi instagram Universitas Nusa Putra sudah cukup baik dengan penggunaan warna, letak logo dan konsep yang konsisten.



Gambar 3. 5 Youtube Institut Citra Buana Indonesia
Sumber: Youtube Universitas Nusa Putra

- Penerapan identitas visual dalam sosial media Youtube: penerapan identitas visual dalam media promosi ini juga sudah cukup baik, dengan thumbnails warna, penempatan logo dan konsep yang konsisten.



Gambar 3. 6 Website Nusa Putra University
Sumber: nusaputra.ac.id

- Penerapan identitas visual dalam website: website resmi Universitas Nusa Putra telah menampilkan penggunaan logo, warna dan konsep visual yang konsisten.

b. Universitas Muhammadiyah Sukabumi



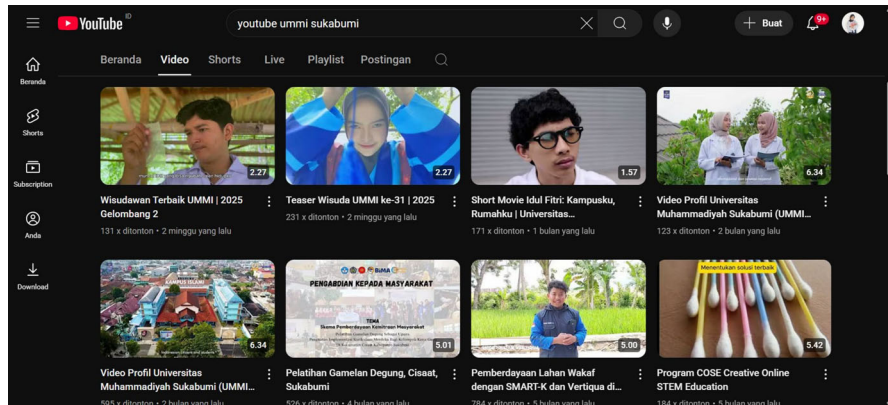
Gambar 3. 7 Logo Universitas Muhammadiyah Sukabumi
Sumber: Ummi.ac.id

- Jenis logo yang digunakan : kombinasi logogram dan logotype
- Karakter logo: Simbolis
- Warna logo: Lima warna (biru, putih, kuning, merah dan Hijau)
- Tagline: “"Unggul Dalam Keilmuan dan Keislaman”



Gambar 3. 8 Instagram Universitas Muhammadiyah Sukabumi
Sumber: Instagram @ummi_sukabumi

- Penerapan identitas visual dalam sosial media instagram: Penerapan warna dan logo sudah cukup konsisten dalam setiap feed instagram, hanya saja konsep desain dan penggunaan elemen memiliki beberapa perbedaan di setiap postingan.



Gambar 3. 9 Youtube Universitas Muhammadiyah Sukabumi
Sumber: Youtube Universitas Muhammadiyah Sukabumi

- Penerapan identitas visual dalam sosial media Youtube: Penggunaan logo dan warna yang konsisten tidak diterapkan dalam youtube UMMI Sukabumi, sehingga tampilan halaman Youtube terkesan tidak beraturan.



Gambar 3. 10 Website Universitas Muhammadiyah Sukabumi
Sumber: ummi.ac.id

- Penerapan identitas visual dalam website: penggunaan warna dan peletakan logo dalam website UMMI Sukabumi sudah cukup baik.

c. AMIK-AKPAR Citra Buana Indonesia



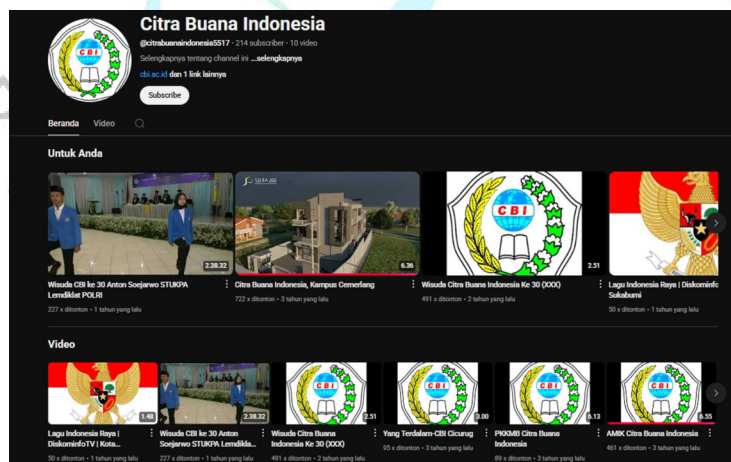
Gambar 3. 11 Logo Citra Buana Indonesia
Sumber: Yayasan Buana Pratama Sukabumi

- Jenis logo yang digunakan : kombinasi logogram dan logotype
- Karakter logo: Simbolis
- Warna logo: Tiga warna (biru, putih dan kuning)
- Tagline: “Empower with Integrity”



Gambar 3. 12 Instagram Citra Buana Indonesia
Sumber: Instagram @cbisukabumi

- Penerapan identitas visual dalam sosial media instagram: penggunaan identitas visual logo, warna dan konsep sudah cukup baik, hanya ada beberapa postingan yang kurang menampilkan konsep desain dan warna serupa.



Gambar 3. 13 Youtube Citra Buana Indonesia
Sumber: Youtube Citra Buana Indonesia

- Penerapan identitas visual dalam sosial media Youtube: youtube Citra Buana Indonesia kurang menampilkan penggunaan logo, warna dan konsep yang konsisten dan tidak beraturan, terutama desain thumbnails.



Gambar 3. 14 Website Citra Buana Indonesia
Sumber: cbi.ac.id

- Penerapan identitas visual dalam website: Penggunaan warna dan peletakan logo sudah cukup konsisten, hanya saja terdapat beberapa elemen desain seperti foto yang proporsinya tidak sesuai sehingga terlihat pecah dan tidak beraturan.

3. Hasil Studi Literatur

Perancangan ini menggunakan beberapa studi literatur berupa beberapa buku, jurnal dan beberapa perancangan identitas visual yang telah ada sebelumnya yaitu:

1. Buku karya Suriyanto Rustan tahun 2009, berjudul “Logo”.

Buku “Logo” membahas secara lengkap tentang sejarah logo, jenis logo, klasifikasi bentuk, hingga tahapan pembuatan logo. Selain membedah secara lengkap sebuah logo, buku ini menjabarkan identitas visual, *brand* hingga memberikan pedoman *system identitas*.

Melalui buku ini, Peneliti memperoleh banyak informasi dan pengetahuan dalam perancangan identitas, terutama logo. Beberapa informasi penting yang digunakan oleh peneliti dalam buku ini antara lain tahapan pembuatan logo dan pedoman identitas visual yang akan menjadi panduan bagi Peneliti dalam merancang identitas visual.

2. Buku karya Surianto Rustan tahun 2021, berjudul “Logo” buku 1 dan “Logo” buku 2.

Buku “Logo” tahun 2021 karya Surianto Rustan yang terbagi menjadi 2 buku, secara garis besar kedua buku ini membahas logo, identitas visual dan brand seperti buku pertama. Perbedaan yang dimiliki buku Logo terbaru dengan buku Logo lama adalah beberapa penambahan bab, studi kasus terbaru, membahas *graphic standard manual*.

Peneliti menggunakan buku ini sebagai acuan dalam menggunakan prinsip desain, brand identity (*brand positioning, brand promise, brand value*), hingga perancangan *graphic standard manual* secara mendetail.

3. Jurnal karya David Thejahanjaya, Yusuf Hendra Yulianto tahun 2022, berjudul “Penerapat Psikologi Warna dalam *Color Grading* untuk Menyampaikan Tujuan dibalik Foto”

Jurnal ini membahas penggunaan color grading untuk menyampaikan sebuah pesan dibalik foto. *Color grading* adalah sebuah tahapan perubahan serta peningkatan warna secara digital dalam foto maupun video.

Peneliti menggunakan jurnal ini guna memahami penerapan psikologi warna dalam mempengaruhi manusia.

Penulis menggunakan eksperimen penelitian Psikolog asal Amerika yaitu Frank H pada tahun 1996. Melalui hasil eksperimen tersebut Frank H menjabarkan setiap karakteristik dan makna dibalik setiap warna seperti merah, orange, kuning, biru, hijau, cokelat, ungu, pink, putih dan hitam.

Jurnal ini membantu peneliti dalam memahami pengaruh psikologi warna dalam perilaku audiens, serta membantu peneliti dalam memilih warna yang tepat dan sesuai dengan perancangan identitas visual tersebut.

3.4 Kesimpulan Hasil Analisa

Berdasarkan hasil data yang telah dianalisa oleh Peneliti, dapat dirumuskan kesimpulan bahwa:

- a. Institusi Citra Buana Indonesia penggabungan dua akademi vokasi (D3) CBI AMIK (Akademi Manajemen Informatika) dan CBI AKPAR (Akademi Pariwisata) yang berada dibawah naungan Yayasan Citra Buana Sukabumi sehingga Institusi Citra Buana Indonesia memerlukan pedoman identitas visual baru dengan tetap mempertahankan beberapa nilai dari akademi sebelumnya.
- b. Berdasarkan hasil analisa peneliti menemukan bahwa identitas visual akademi Citra Buana Indonesia sebelumnya belum menerapkan identitas visual secara konsisten di beberapa media promosi dibandingkan dengan kompetitor lainnya.

3.5 Pemecahan Masalah

Pemecahan masalah yang dapat dirumuskan dari kesimpulan analisis sebelumnya adalah merancang sebuah pedoman identitas visual yang sesuai dengan visi, misi, tujuan dan konsep Institut Citra Buana Indonesia tanpa menghilangkan value akademi sebelumnya serta menerapkan identitas visual tersebut dalam berbagai media promosi *online* maupun *offline* secara konsisten.