

**PERENCANAAN LOGO SEBAGAI *CORPORATE IDENTITY* PADA
FAKULTAS EKONOMI UNISSULA**

Skripsi

Untuk memenuhi Sebagian persyaratan

Mencapai derajat S1 Manajemen

Program Studi Manajemen



Disusun oleh :

Juwarti

NIM : 30401900001

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

SEMARANG

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

PERENCANAAN LOGO SEBAGAI *CORPORATE IDENTITY* PADA FAKULTAS EKONOMI UNISSULA



Dosen Pembimbing

Dr. H. Ardian Adhiatma,SE,MM

Mentor Studi Independen

Alya Fauziyyah

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

PERENCANAAN LOGO SEBAGAI *CORPORATE IDENTITY* PADA FAKULTAS EKONOMI UNISSULA

Disusun Oleh :

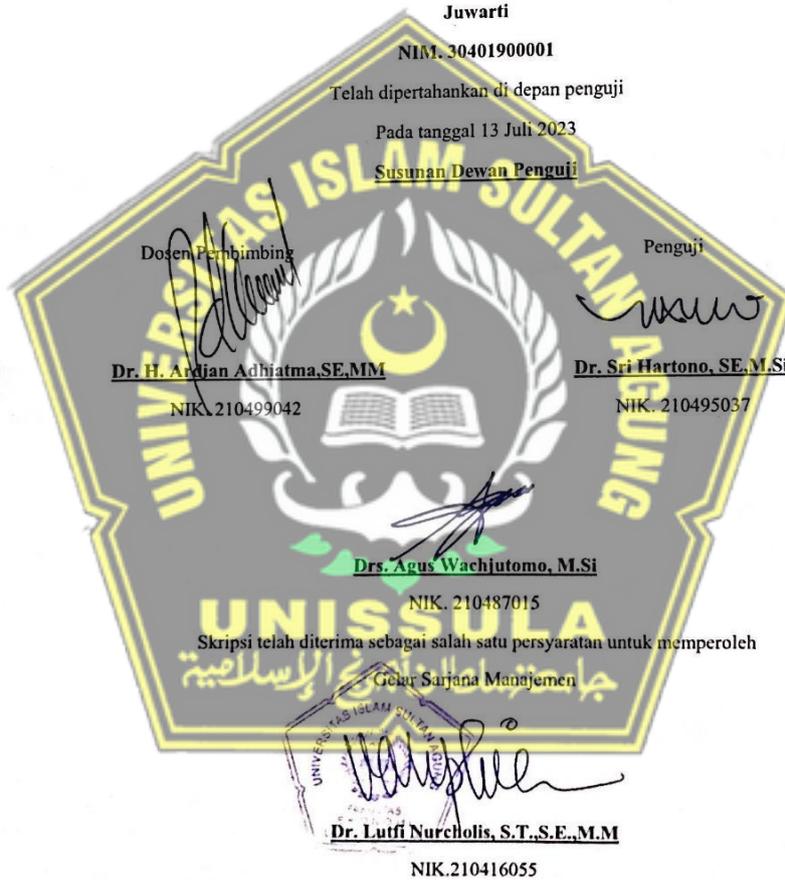
Juwarti

NIM. 30401900001

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 13 Juli 2023

Susunan Dewan Penguji



Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Juwarti

NIM : 30401900001

Fakultas / Jurusan : Ekonomi / S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Perencanaan Logo Sebagai Corporate Identity Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung” merupakan hasil karya sendiri, bukan Salinan atau duplikasi dari karya orang lain. Adapun gagasan orang lain yang tercantum dalam laporan ini telah dikutip sesuai etika keilmuan yang berlaku di masyarakat. Atas pernyataan ini, apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya, maka saya siap untuk bertanggungjawab dan menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 31 Agustus 2022

Yang Menyatakan,



Juwarti

NIM. 30401900001

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang menyatakan serta bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Juwarti
Nim : 30401900001
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul dan menyetujui menjadi hak milik fakultas ekonomi unersitas islam sultan agung serta memberikan hak bebas loyalty non-eksklusif untuk disimpan, dialihkan media, dikelola dalam pangkalan data, dipublikasikan di internet dan media lain untuk kepentingan akademik selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran hak cipta dan plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 31 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Juwarti

NIM : 30401900001

ABSTRAK

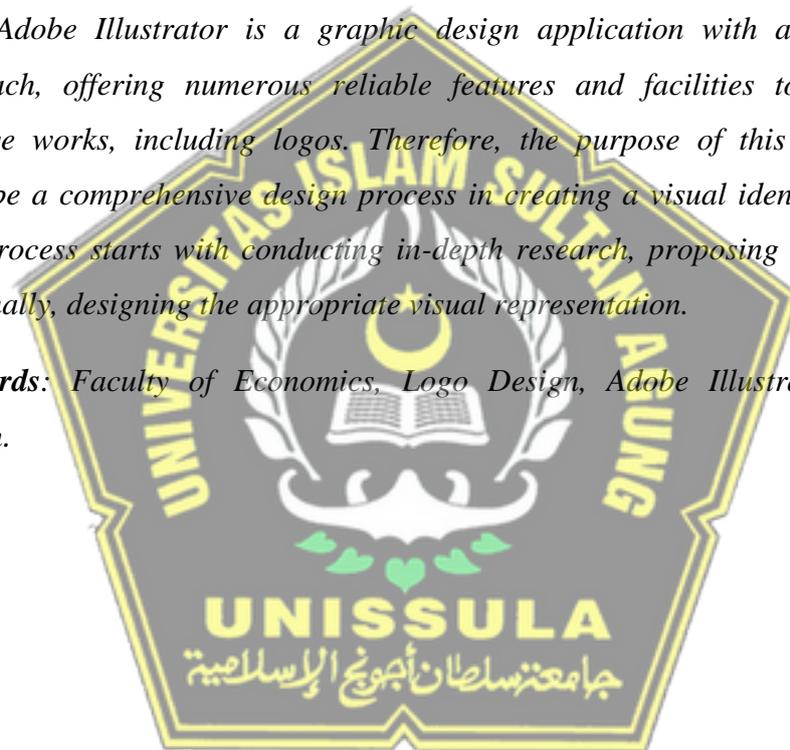
Fakultas ekonomi Unissula dalam menjawab tantangan persaingan di era globalisasi melakukan penguatan nilai nilai yang ada didalamnya namun belum memiliki logo yang mewakili karakter, visi dan misi lembaga tersebut. Penguatan nilai nilai ini mengarah pada pembentuk karakter dan identitas organisasi. Saat ini, logo sangat berkaitan erat dengan citra dari perusahaan atau organisasi. Bahkan masyarakat memberikan penilaian seperti apa kualitas serta keprofesionalan sebuah perusahaan melalui logo. Adobe Illustrator adalah aplikasi yang dimanfaatkan untuk desain grafis dengan basis vektor yang memiliki banyak fitur dan fasilitas yang dapat diandalkan yang akan membantu Anda membuat karya kreatif, termasuk logo. Oleh karena itu, tujuan dari tulisan ini adalah untuk menggambarkan sebuah proses desain yang menyeluruh dalam menciptakan identitas visual bagi sebuah kota. Proses tersebut dimulai dengan melakukan riset mendalam, mengusulkan berbagai ide, dan akhirnya merancang visual desain yang tepat.

Kata Kunci : Fakultas Ekonomi, Perancangan Logo, Adobe Illustrator, Desain Grafis

ABSTRACT

The Faculty of Economics at Unissula, in responding to the challenges of competition in the era of globalization, seeks to strengthen the existing values within it, yet it still lacks a logo that represents its character, vision, and mission. Strengthening these values aims to form the organization's character and identity. Nowadays, a logo is closely linked to the image of a company or organization. In fact, society judges the quality and professionalism of a company based on its logo. Adobe Illustrator is a graphic design application with a vector-based approach, offering numerous reliable features and facilities to help create creative works, including logos. Therefore, the purpose of this writing is to describe a comprehensive design process in creating a visual identity for a city. This process starts with conducting in-depth research, proposing various ideas, and finally, designing the appropriate visual representation.

Keywords: *Faculty of Economics, Logo Design, Adobe Illustrator, Graphic Design.*



KATA PENGANTAR

Assalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahil'alamin, Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan teknologi serta memberikan iman dan taqwa kepada penulis sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik. Shalawat dan salam kami persembahkan ke pangkuan Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari alam kegelapan ke alam yang penuh dengan ilmu pencerahan. sehingga penulis dapat skripsi yang berjudul “Perencanaan Logo Sebagai *Corporate Identity* Pada Fakultas Ekonomi Unissula”

Penulis menyadari dalam Menyusun skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dorongan dan dukungan dari berbagai pihak dengan bentuk kontribusi yang diberikan, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada

1. Bapak Dr. H. Ardian Adhiatma,SE.,MM, selaku dosen pembimbing dalam penyusunan laporan ini.
2. Seluruh Dosen, Karyawan dan Civitas Akademik Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
3. Bapak Sakijan selaku ayah kandung penulis, yang selalu mendoakan dan memotivasi kepada penulis.

4. Ibu Jumiatus selaku ibu kandung penulis yang selalu mendengarkan keluh kesah dan curahan hati serta memberikan untaian doa dan memberikan arahan kepada penulis yang tak ternilai harganya.
5. Kak Alya Fauziyyah selaku mentor career mentoring yang selalu memberikan motivasi dan menjadi pendengar terbaik selama program berlangsung.
6. Untuk Revan terima kasih sudah menjadi partner yang senantiasa memberikan dukungan semangat dalam menyelesaikan laporan ini.
7. Kak Fakhira Hulwa selaku mentor pathway atas segala ilmu dan dukungannya selama ini
8. Sahabat dan teman – teman penulis yang telah memberikan semangat, dukungan, saran hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
9. Terima kasih untuk diri sendiri yang sudah berjuang sejauh ini dan selalu semangat dalam penyusunan laporan.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan karunia-Nya dan membalas segala kebaikan mereka yang telah membantu saya dalam proses penyusunan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Perlu disadari bahwasannya laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Sehingga kritikan dan masukan diharapkan sempurnanya skripsi ini untuk kedepannya dan saya berharap skripsi ini nantinya memiliki manfaat bagi kita semua.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Penelitian	4
1.3. Sistematika Laporan	4
BAB II PROFIL MITRA	7
2.1. Profil Mitra PT Dwi Inti Putra.....	7
2.1.1. Sejarah PT Dwi Inti Putra (MyEdusolve).....	7
2.1.2. Struktur Organisasi PT Dwi Inti Putra.....	8
2.1.3. Program Studi Independen Bersertifikat di PT Dwi Inti Putra	8
2.1.4. Adobe Certified Professional in Visual Design.....	10
2.1.5. Capstone Project	12

2.2.	Profil Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.....	13
2.2.1.	Sejarah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung 13	
2.2.2.	Visi, Misi dan Tujuan	14
2.2.3.	Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi UNISSULA	17
BAB III AKTIVITAS STUDI INDEPENDEN.....		18
3.1.	Aktivitas Studi Independen.....	18
3.1.1.	Lingkup Pekerjaan	18
3.1.2.	Deskripsi Pekerjaan	18
3.1.3.	Jadwal Kerja	20
3.2.	Tugas Akhir Adobe Certified Professional in Visual Design..	28
3.2.1.	Adobe Photoshop.....	28
3.2.2.	Adobe Illustrator.....	29
3.2.3.	Adobe Indesign.....	31
BAB IV KAJIAN PUSTAKA.....		32
4.1.	Desain Grafis	32
4.1.1.	Tujuan Desain Grafis.....	33
4.1.2.	Fungsi Desain Grafis	33
4.1.3.	Elemen desain grafis	33
4.2.	Adobe Illustrator	35
4.3.	Branding.....	35
4.4.	Corporate identity	36
BAB V METODE PENELITIAN DAN PERANCANGAN LOGO.....		38
5.1.	Metode Penelitian	38

5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	39
5.2.1.	Observasi (Pengamatan)	39
5.2.1.	Wawancara.....	39
5.2.3.	Dokumentasi	40
5.2.4.	Studi Kepustakaan	40
5.3.	Tahap Perancangan Logo.....	40
BAB VI PEMBAHASAN.....		44
6.1.	Tahap Riset Logo.....	44
6.2.	Tahap Strategi Logo.....	46
6.2.1.	Mind Mapping	46
6.2.2.	Referensi Visual atau Moodboard.....	48
6.3.	Tahap Visualisasi Logo	50
6.3.1.	Doodling dan Sketsa	50
6.3.2.	Alternatif Logo	52
6.4.	Software yang digunakan dalam perancangan logo	54
6.4.1.	Adobe Illustrator	54
6.5.	Final Logo dan Filosofi Logo	56
6.6.	Tahap Penerapan atau Produksi.....	61
6.6.1.	Hasil pengaplikasian logo pada Corporate Identity Fakultas Ekonomi UNISSULA.....	61
BAB VII KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		67
7.1.	Kesimpulan	67
7.2.	Rekomendasi.....	69
BAB VII REFLEKSI DIRI		71

8.1.	Refleksi Kegiatan Studi Independen Bersertifikat MBKM.....	71
8.2.	Manfaat Dari Perkuliahan.....	72
8.3.	Manfaat Studi Independen Bersertifikat MBKM terhadap Pengembangan Soft Skill Mahasiswa	72
8.4.	Manfaat Studi Independen Bersertifikat MBKM terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif Mahasiswa.....	73
8.5.	Faktor – Faktor Kunci Sukses Dalam Bekerja Berdasarkan Pengalaman Studi Independen Bersertifikat.....	73
8.6.	Rencana Pengembangan Diri, Karir dan Pendidikan Lanjutan	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi PT Dwi Inti Putra	8
Gambar 2. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi UNISSULA	17
Gambar 3. Tugas Akhir Adobe Photoshop	29
Gambar 4. Tugas Akhir Adobe Illustrator Logo	30
Gambar 5. Tugas Akhir Adobe Illustrator Packaging	30
Gambar 6. Tugas Akhir Adobe Indesign	31
Gambar 7. Mind Mapping	47
Gambar 8. Referensi Visual 1	48
Gambar 9. Referensi Visual 2	49
Gambar 10. Referensi Visual 3	49
Gambar 11. Referensi Visual 4	50
Gambar 12. Doodling Logo	51
Gambar 13. Sketsa Logo Fakultas Ekonomi	52
Gambar 14. Alternatif Logo 1	53
Gambar 15. Alternatif Logo 2	53
Gambar 16. Software Adobe Illustrator	55
Gambar 17. Proses Pembuatan Logo	56
Gambar 18. Final Logo Fakultas Ekonomi	57
Gambar 19. Logo Gradient Fakultas Ekonomi	57
Gambar 20. Logo Hitam Fakultas Ekonomi	58
Gambar 21. Logo Abu Abu Fakultas Ekonomi	58
Gambar 22. Logo dan Tagline Gradient	59
Gambar 23. Logo dan Tagline Hitam	59
Gambar 24. Kartu Nama	61
Gambar 25. Kop Surat	62
Gambar 26. Office Fakultas Ekonomi	63
Gambar 27. Stempel Fakultas Ekonomi	64
Gambar 28. Book Cover Fakultas Ekonomi	65
Gambar 29. Totebag	65
Gambar 30. Tumbler	66
Gambar 31. Kaos Fakultas Ekonomi	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jadwal Kelas Synchronous	26
Tabel 2. Jadwal Kelas Asynchronous	28
Tabel 3. Contoh Creative Brief.....	41
Tabel 4. Creative Brief Fakultas Ekonomi.....	46



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, dalam dunia usaha dan bisnis terjadi persaingan yang sangat ketat, begitu juga persaingan dalam dunia pendidikan seiring dengan berkembangnya kemajuan teknologi. Dalam menghadapi persaingan tersebut, masing masing perusahaan atau organisasi memiliki harus mampu mempersiapkan strategi agar tetap unggul. Salah satu strateginya yaitu dengan meningkatkan citra perusahaan atau organisasi itu sendiri. Dalam membedakan identitas (Citra) perusahaan atau organisasi dapat kita lihat dengan branding. Untuk itu dalam meningkatkan citra perusahaan agar lebih efektif yaitu dengan adanya perencanaan logo perusahaan.

Menurut (Setiawan, 2020) logo merupakan elemen penting bentuk dari perwakilan suatu entitas sebuah perusahaan atau organisasi. Logo memiliki peran penting dalam identitas pembuatan strategi branding dalam sebuah perusahaan atau organisasi. Sehingga logo dirancang sesuai dengan filosofi dari nilai nilai perusahaan atau organisasi yang memberikan ciri khas yang membedakan dengan perusahaan lainnya (Sultanatta & Maryam, 2019).

Saat ini, logo sangat berkaitan erat dengan citra dari perusahaan atau organisasi. Bahkan masyarakat memberikan penilaian seperti apa kualitas serta keprofesionalan sebuah perusahaan melalui logo. Nugroho (2015) menjelaskan bahwa logo yang kaku dan kuno dapat mengurangi kesan.

Keprofesionalan kualitas serta kerja dari perusahaan yang kurang mengikuti perkembangan zaman (*up-to-date*). Dan sebaliknya jika logo sebuah perusahaan memiliki kesan yang dinamis dan tegas menyiratkan bahwa perusahaan tersebut professional, terbuka terhadap publik atau masyarakat.

Magang dan studi independen bersertifikat (MSIB) adalah salah satu bagian dari program kampus merdeka yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar dan mengembangkan diri melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan. MyEduSolve merupakan perusahaan edutech yang fokus dalam meningkatkan kualitas tenaga kerja di Indonesia. Sebagai upaya dari pelaksanaan visi tersebut, MyEduSolve bermaksud untuk membangun sebuah ekosistem solusi pendidikan dengan tujuan utama memberdayakan siswa, pendidik dan tenaga professional. Lingkup Pembelajaran *pathway* Adobe Certified Professional In Visual Design antara lain Adobe Photoshop, Adobe Illustrator dan Adobe Indesign. Salah satu media yang dapat dikembangkan dengan seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi adalah adobe illustrator. Ramdhani et al., (2019) menjelaskan bahwa Adobe illustrator merupakan media aplikasi untuk membuat desain grafis berbasis vector yang memiliki fitur dan fasilitas yang bisa diandalkan untuk membuat suatu pekerjaan yang kreatif salah satunya logo.

Berdasarkan SK BAN PT No 230 /SK/BAN-PT/AK-ISK/PT/V/2022 Universitas Islam Sultan Agung telah terakreditasi unggul. Capaian

akreditasi ini tentu dapat dikatakan bahwa Universitas Islam Sultan Agung sangat baik mengenai prestasi yang ada di dalamnya dan telah melampaui Standar Nasional Pendidikan Tinggi di Indonesia. Dalam hal ini, Fakultas Ekonomi merupakan salah satu penggerak dalam membangun karakter unissula dalam mencapai visi misinya yaitu “Bismillah Membangun Generasi Khaira Ummah” dan BUDAI atau biasa dikenal dengan budaya akademik islam. Fakultas ekonomi dalam menjawab tantangan persaingan di era globalisasi melakukan penguatan nilai nilai yang ada didalamnya. Penguatan nilai nilai ini mengarah pada pembentuk karakter dan identitas organisasi. Seperti 5 nilai yang melekat pada fakultas ekonomi yang antara lain amanah, kerja sama, adil, kepemimpinan dan inovatif.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung yang belum memiliki logo. Maka penulis tertarik untuk melakukan perencanaan logo perusahaan atau organisasi dengan tujuan untuk meningkatkan citra merek. Melihat persaingan di era globalisasi seperti saat ini, dimana persaingan semakin ketat karena terdapat begitu banyak perusahaan yang saling berkompetisi untuk memperebutkan segmen pasar sama, sehingga menuntut perusahaan untuk membuat logo yang berbeda dan menarik bagi masyarakat. Hal ini penting karena logo berperan sebagai pembentuk persepsi pertama bagi masyarakat. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PERENCANAAN LOGO SEBAGAI CORPORATE IDENTITY PADA FAKULTAS EKONOMI UNISSULA”**.

1.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuat perencanaan logo sebagai corporate identity pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

1.3. Sistematika Laporan

Dalam Penulisan laporan ini penulis menggunakan sistem penulisan yang dibagi menjadi 8 bab yang setiap bab terdiri dari sub – sub bab sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan secara umum gambaran magang yang dilakukan, permasalahan serta menjelaskan mengenai sistematika penyusunan laporan magang MBKM.

1.1 Latar Belakang

Menguraikan alasan dari pemilihan topik yang dipilih berdasarkan dengan permasalahan atau keunikan intansi.

1.2 Tujuan Penelitian

Menguraikan tujuan dilaksanakannya penelitian.

1.3 Sistematika Laporan

Menguraikan bab dan sub – bab dalam laporan studi independen MBKM.

BAB II : PROFIL MITRA

Pada bab ini menguraikan profil intansi yang menjadi konteks dari topik yang dipilih yang dimana akan membahas mengenai gambaran umum intansi, visi dan misi intansi, struktur intansi dan job desk intansi.

BAB III : AKTIVITAS STUDI INDEPENDEN

Pada bab ini menguraikan seluruh aktivitas yang dilakukan selama mengikuti program studi independen.

BAB IV : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan berbagai pendekatan teoritis dalam menjelaskan fenomena yang terjadi dalam pelaksanaan penelitian terkait dengan topik yang dipilih

BAB V : METODE DAN PERANCANGAN LOGO

Pada bab ini menguraikan metode pengumpulan data beserta alat analisis yang digunakan dalam melakukan penelitian.

BAB VI : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan Kembali permasalahan yang dibahas oleh penulis secara lebih detail dengan memberikan

solusi terbaik berdasarkan teori yang ada mengenai permasalahan yang dibahas. Hasil serta pembahasan dari perencanaan logo berupa desain logo serta filosofi.

BAB VII : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan kesimpulan atas analisis masalah yang telah dilakukan. Serta memberikan saran mengenai hal hal yang perlu di evaluasi oleh organisasi tempat studi independen terhadap permasalahan yang ada dan program studi terhadap kelemahan kontribusi mahasiswa saat program studi independen berlangsung.

BAB VIII : REFLEKSI DIRI

Pada bab ini menguraikan hal positif yang diterima selama perkuliahan dan bermanfaat terhadap pekerjaan selama studi independen. Selain itu dapat mengembangkan softskill yang digunakan untuk menghadapi kerja nyata di masa depan.

BAB II

PROFIL MITRA

2.1. Profil Mitra PT Dwi Inti Putra

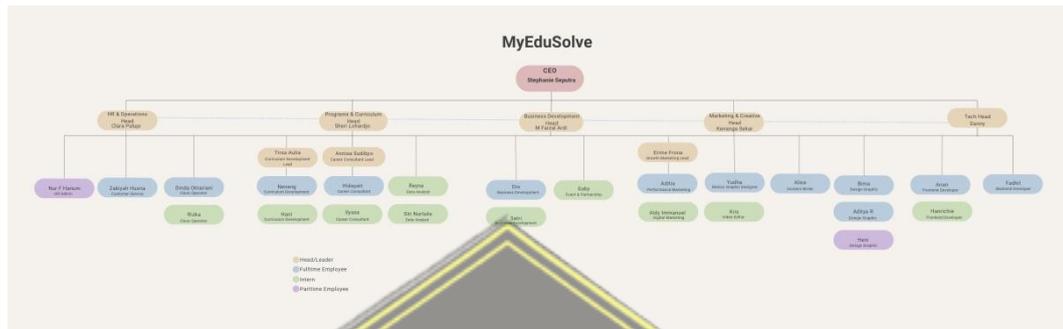
2.1.1. Sejarah PT Dwi Inti Putra (MyEdusolve)

PT Dwi Inti Putra (MyEdusolve) merupakan perusahaan teknologi yang bergerak di bidang pendidikan sejak tahun 2011. Dalam perkembangannya, PT Dwi Inti Putra (MyEdusolve) bekerjasama dengan Microsoft Internasional untuk melaksanakan program pelatihan dan sertifikasi program program Microsoft. Visi dari PT Dwi Inti Putra (MyEdusolve) yaitu mewujudkan transformasi angkatan kerja Indonesia melalui literasi digital. Sedangkan misi dari PT Dwi Inti Putra (MyEdusolve) yaitu mendukung dan memberdayakan generasi muda agar dapat unggul di profesi pilihan serta mampu mengeksekusi ide dan kreativitas dengan baik.

MyEduSolve terus mengupayakan peningkatan kualitas tenaga kerja Indonesia melalui sertifikasi internasional dan online learning. MyEduSolve mendorong kolaborasi dan kerja sama dengan berbagai pihak untuk mewujudkan dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat Indonesia. Sebagai partner dan distributor resmi dari Certiport, hingga kini MyEduSolve telah memfasilitasi lebih dari 35.000 individu dalam mendapatkan sertifikasi berstandar internasional. Selain itu, MyEduSolve juga memiliki lebih dari 180 kelas online yang diajarkan oleh lebih dari 50 instruktur profesional, dengan total peserta yaitu 22.500.

2.1.2. Struktur Organisasi PT Dwi Inti Putra

Berikut adalah struktur organisasi PT Dwi Inti Putra (MyEduSolve) :



Gambar 1. Struktur Organisasi PT Dwi Inti Putra

Sumber : myedusolve.com

2.1.3. Program Studi Independen Bersertifikat di PT Dwi Inti Putra

Magang dan studi independen bersertifikat (MSIB) adalah salah satu bagian dari program Kampus Merdeka yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar dan mengembangkan diri melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan, namun tetap diakui sebagai bagian dari perkuliahan. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pendidikan, MyEduSolve berupaya untuk mewujudkan transformasi angkatan kerja Indonesia melalui literasi digital agar para mahasiswa bisa memaksimalkan peluang di masa depan dengan kualifikasi dan kompetensi yang relevan dengan kebutuhan industri melalui peningkatan dan standarisasi kemampuan literasi digital mereka. Di dalam Studi Independen ini, MyEduSolve melibatkan program sertifikasi

internasional dari Microsoft, Adobe, Pearson VUE dan Project Management Institute.

Kurikulum program dan ujian sertifikasi ini dirancang oleh para praktisi ahli di dunia industri dan pendidikan untuk memastikan bahwa individu yang berhasil lulus ujian memiliki keterampilan yang setara dengan 150 jam pengalaman di dunia nyata. Hal ini sangat berguna untuk memastikan bahwa mahasiswa tidak hanya mendapatkan pemahaman secara teori, tetapi juga dapat mempraktikkan dan mengasah skill mereka secara langsung, sesuai dengan kebutuhan dunia kerja.

Program Studi Independen Bersertifikat Internasional MyEduSolve terdiri dari 6 pathway yang disusun agar mahasiswa memiliki kualifikasi yang dibutuhkan dalam meniti karier impiannya di profesi atau bidang tertentu. Mahasiswa kemudian akan memperoleh 3-5 sertifikasi internasional di akhir program Studi Independen MyEduSolve. Pathway yang dapat dipilih oleh peserta di antaranya adalah sebagai berikut:

1. 21st Century Educator: Program ini bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa agar memiliki kompetensi sebagai calon tenaga pendidik yang sesuai dengan kebutuhan abad ke-21 dan mampu mengintegrasikan literasi teknologi dalam metodologi pengajaran.
2. Career Ready Track: Berperan untuk mempersiapkan mahasiswa untuk siap bersaing di industri digital saat ini dengan kecakapan di berbagai bidang yang berbeda, mulai dari desain, project management, dan data analisis.

3. Microsoft Office Specialist-Expert: Program ini dirancang untuk mahasiswa yang ingin menguasai berbagai program Microsoft Office sehingga memiliki keahlian di level expert sebagai kualifikasi untuk berkarier di bidang administrasi, keuangan, dan bisnis.
4. Adobe Certified Professional in Visual Design: Program ini ditujukan untuk mahasiswa yang berminat untuk berkarier di dunia visual design mulai dari Graphic Designer, Illustrator, hingga Layout Designer.
5. Adobe Certified Professional in Video Design: Bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa yang ingin memulai karier sebagai Videographer, Video Editor, Motion Graphics Designer, VFX Artist, dan lain sebagainya.
6. Data Science Track: Program ini dirancang khusus bagi mereka yang ingin meningkatkan kompetensi sebagai Data Scientist dengan mempersiapkan mereka untuk mengolah, menganalisa dan memvisualisasikan data.

2.1.4. Adobe Certified Professional in Visual Design

Pathway Adobe Certified Professional in Visual Desain merupakan program yang mempelajari di dunia bisual desain baik graphic Designer, illustrator, hingga layout designer. Dalam program ini ada beberapa aplikasi yang di pelajari seperti adobe photoshop, adobe illustrator dan adobe indesign. Masing masing aplikasi di pelajari selama 14 kali pertemuan. Detail pembelajaran pathway Adobe Certified Professional in Visual Design yaitu dilakukan Pada pembelajaran synchronous, peserta akan mendapatkan materi yang diajarkan oleh

mentor, serta praktik langsung. Pada project akhir, setiap tim akan berdiskusi dengan mentor, dan mempelajari project brief yang diberikan oleh client. Dalam dua kegiatan utama, langkah yang dilakukan adalah pembelajaran terkait:

1. Mengidentifikasi tujuan, audiens, dan kebutuhan audiens untuk menyiapkan gambar, menentukan jenis hak cipta, izin, dan lisensi saat menggunakan konten, menunjukkan pengetahuan tentang terminologi inti yang terkait dengan gambar digital.
2. Membuat dokumen dengan pengaturan yang sesuai untuk web, cetak, dan video, mengatur pengaplikasian workspace, menggunakan alat desain non-cetak, mengimpor aset pada project, mengatur warna, serta menggunakan brushes, styles, dan patterns.
3. Menggunakan layers untuk mengatur elemen desain, mengubah visibilitas layer menggunakan opacity, blending modes.
4. Menggunakan alat / tools inti untuk membuat elemen visual dan memodifikasi tampilan desain dengan filter dan styles.
5. Menyiapkan gambar untuk diekspor ke web, print, dan video, serta menyimpan gambar digital ke berbagai macam format file.

Sedangkan pada pembelajaran asynchronous, peserta belajar mandiri untuk memahami tipe soal dan materi yang ada pada ujian sertifikasi. Peserta akan belajar mandiri selama 5 jam dan melaksanakan ujian sertifikasi selama 50 menit di akhir pembelajaran, yang setara dengan 150 jam pengalaman dan keterampilan menggunakan suatu program. Sehingga dalam mempelajari aplikasi photoshop ada beberapa sasaran pengembangan skill peserta studi independen seperti :

Mampu memahami bagaimana bekerja pada industri desain, memahami dan terampil pada project setup dan interface, mengelola dokumen desain, membuat dan memodifikasi elemen visual, memahami publikasi pada media digital, memahami materi yang akan diujikan pada ujian sertifikasi dan mencapai setidaknya nilai minimum pada ujian sertifikasi.

2.1.5. Capstone Project

Dalam capstone project ini peserta studi independen dilatih untuk bekerjasama dalam satu tim, untuk menyelesaikan permasalahan di dunia nyata dalam bentuk project. Tim dalam capstone project ini terdiri dari peserta studi independen yang berbeda pathway. Penilaian dilakukan melalui dokumen laporan analisis yang mencakup berbagai indikator dari setiap proses pengerjaan selama 3 minggu di akhir program beserta hasil/output dari project tersebut. Sasaran pengembangan skil peserta studi independen dalam capstone project ini yaitu :

1. Mampu menerapkan konsep dan pengetahuan yang dipelajari pada pembelajaran synchronous, ke dalam project nyata
2. Mampu menghasilkan solusi dan/atau inovasi
3. Mampu menganalisis kelebihan dan kekurangan dari solusi dan/atau inovasi yang dibuat
4. Mampu membagi peran dan tanggungjawab dalam satu tim

2.2. Profil Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

2.2.1. Sejarah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung didirikan oleh yayasan Badan Wakaf Sultan Agung (YBWSA) dengan akta notaris No.40 tanggal **14 Juni 1962**. Pada awal berdirinya Fakultas Ekonomi Unissula memiliki jurusan Ekonomi Perusahaan. Dalam perkembangannya Fakultas Ekonomi Unissula mengalami beberapa kali pindah tempat, hal ini karena pertimbangan fasilitas yang lebih representatif.

Pada tahun 1967, kantor Fakultas Ekonomi berada di Jl. Ahmad Yani, kemudian pada tahun 1971 pindah ke Jl. Seroja, tahun 1972 pindah ke Jl. Piere Tendean, dan terakhir pindah ke Jl. Kaligawe Raya sejak tahun 1977 sampai sekarang. Jurusan Ekonomi Perusahaan naik status dari Terdaftar ke Diakui untuk Sarjana Muda tahun 1965, sedangkan untuk Sarjana S1 pada tahun 1983. Pada tahun 1994, jurusan Manajemen mendapat status Disamakan dengan SK Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No : 197/DIKTI/Kep/1994.

Pada tahun 1998 jurusan Manajemen mendapat status **Terakreditasi** Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia dengan SK No: 001/BAN-PT/Ak-I/VIII/1998, tertanggal 11 Agustus 1998 dengan peringkat C. Kemudian pada tahun 2000 kembali memperoleh status trakreditasi dengan peringkat A berdasar SK No: 019/BAN-PT/Ak-V/VIII/2000.

Pada tahun 1990 Fakultas Ekonomi Unissula membuka jurusan Akuntansi dengan SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No : 0382/0/1990. Kemudian pada bulan Agustus 1998, jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Unissula mendapat status Diakui berdasarkan SK Dirjen Dikti No : 272/DIKTI/Kep/1998. Pada tahun 2000 jurusan Akuntansi mendapat status **Terakreditasi dengan nilai A** dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia dengan SK No : 006/BAN-PT/Ak-IV/V2000.

2.2.2. Visi, Misi dan Tujuan

1. Visi

Terwujudnya ilmuwan dan profesional di bidang Manajemen dan Akuntansi yang terampil serta terkemuka di Asia Tenggara Pada tahun 2024 yang berkarakter Islam.

2. Misi

- a. Merekonstruksi ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang manajemen dan akuntansi atas dasar nilai – nilai Islam melalui kegiatan penelitian serta publikasi hasil penelitian.
- b. Mendidik dan mengembangkan sumber daya insani yang Islami pada bidang ilmu manajemen dan akuntansi dalam rangka membangun generasi khaira ummah, dan kader-kader ulama tafaqquh fiddin, dengan mengutamakan kemuliaan akhlak, dengan kualitas kecendikiawanan dan

kepakaran standar tertinggi, siap melaksanakan tugas kepemimpinan umat dan dakwah.

- c. Mengembangkan pengabdian kepada masyarakat dalam membangun peradaban Islam menuju masyarakat sejahtera yang dirahmati Allah SWT dalam kerangka rahmatan lil alamin.
- d. Mengembangkan gagasan dan kegiatan agar secara dinamik senantiasa siap melakukan perbaikan kelembagaan sesuai dengan hasil rekonstruksi dan pengembangan iptek, dan perkembangan masyarakat.

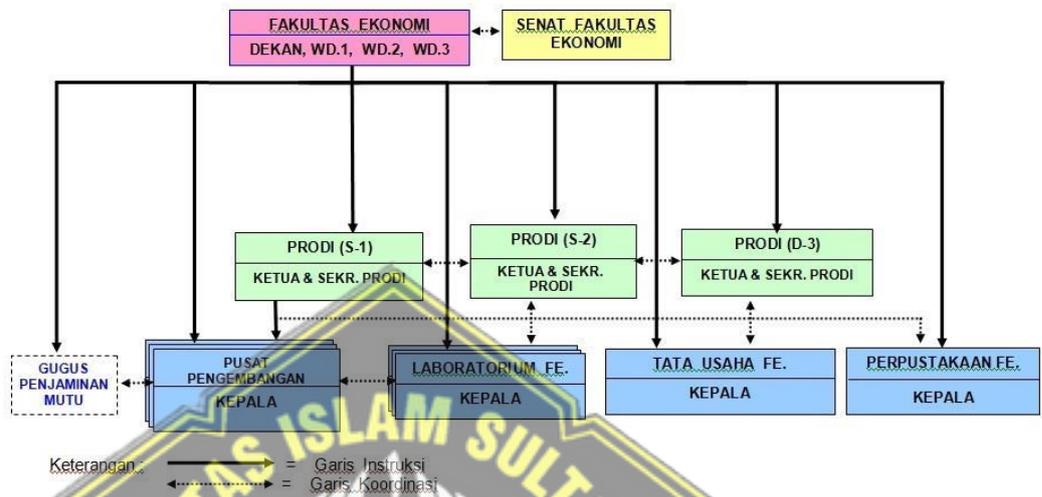
3. Tujuan, Sasaran dan Strategi Pemasaran

- a. Terselenggaranya proses rekonstruksi, pengembangan dan publikasi ilmu pengetahuan dan teknologi manajemen dan akuntansi atas dasar nilai – nilai Islam secara konsisten dan berkelanjutan, sejalan dengan perkembangan kebutuhan masyarakat menuju masyarakat sejahtera yang dirahmati Allah SWT.
- b. Terbentuknya jamaah pendidik dan profesional muslim yang bertaqwa dan tafaqquh fiddin, dengan kecendekiawanan dan kepakaran kualitas tertinggi dalam kesetaraan universal, menguasai nilai – nilai dasar Islam untuk disiplin ilmu, istiqomah dalam melaksanakan tugas kependidikan, berkarya ilmiah dan mengemban tugas-tugas kepemimpinan dakwah.
- c. Terselenggaranya pendidikan tinggi dibidang ilmu manajemen dan akuntansi yang dibutuhkan masyarakat pada jenjang sarjana, magister, dan doktor yang Islami sejalan dengan kebutuhan menuju masyarakat sejahtera yang dirahmati Allah SWT.

- d. Menghasilkan generasi Khaira Ummah lulusan strata pendidikan tinggi pada bidang ilmu manajemen dan akuntansi yang berakhlak mulia, menguasai iptek dengan standar tertinggi, menguasai bahasa Inggris dan atau bahasa Arab, dan teknologi informasi, siap melaksanakan tugas kepemimpinan dan dakwah.
- e. Terwujudnya partisipasi dan peran aktif dalam membangun kesejahteraan masyarakat dan pengembangan peradaban Islam, melalui studi dan pengabdian intensif, bermutu dan relevan, menuju masyarakat sejahtera yang dirahmati Allah SWT.
- f. Terselenggaranya silaturahmi yang intensif dengan pusat-pusat pengembangan iptek dan kebudayaan Islam, Islamic Studies, dan Islamic Center diseluruh dunia.
- g. Terselenggaranya proses penjaminan mutu secara teratur dan berkelanjutan.
- h. Terselenggaranya proses yang konsisten pada penyempurnaan kelembagaan sejalan dengan hasil – hasil rekonstruksi ilmu dan pengembangan iptek, evaluasi diri dan dinamika perkembangan masyarakat.

2.2.3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi UNISSULA

Berikut struktur organisasi Fakultas Ekonomi UNISSULA :



Gambar 2. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi UNISSULA

Sumber: fe.unissula.ac.id

BAB III

AKTIVITAS STUDI INDEPENDEN

3.1. Aktivitas Studi Independen

3.1.1. Lingkup Pekerjaan

Kegiatan kampus merdeka program studi independen dilaksanakan di PT Dwi Inti Putra (MyEdusolve). Kegiatan studi independen dilaksanakan secara daring selama 5 bulan dimulai dari tanggal 14 Februari 2022 sampai 15 Juli 2022. Setiap pathway dibuat dengan tujuan agar dapat membekali mahasiswa dengan future-ready skills dan mendapatkan sertifikasi, serta keahlian yang di pelajari selama program ini berlangsung dapat menjadi pedoman bagi mahasiswa ketika dihadapkan dengan situasi di dunia pekerjaan di era industry 4.0. Aktivitas studi independen melalui pembelajaran synchoronous & asynchronous, career and group mentoring , sertifikasi, dan capstone project.

3.1.2. Deskripsi Pekerjaan

1. Pembelajaran Synchronous

Pembelajaran Synchronous learning merupakan pembelajaran yang dilaksanakan bersama para mentor di setiap kelas agar mahasiswa dapat berdiskusi dan tanya jawab langsung dengan para mentor yang merupakan ahli di bidangnya. Kegiatan belajarnya juga dilakukan melakukan system project-based learning untuk hasil pembelajaran yang lebih optimal.

2. Pembelajaran Asynchronous

Pembelajaran Asynchronous merupakan metode pembelajaran yang memungkinkan peserta untuk belajar secara mandiri menggunakan platform simulasi tes dan materi ujian sertifikasi untuk membantu mahasiswa lulus ujian. Siswa akan belajar dan menguasai materi sesuai dengan kemampuan dan kecepatan belajarnya masing-masing

3. Career Mentoring

Pembelajaran career mentoring dilaksanakan 2 kali dalam seminggu menggunakan platform zoom meeting dengan durasi 1,5 jam. Peserta Studi Independen akan belajar teori untuk mengenal diri sendiri, membuat goals, mengenal asal 21st century soft skills, dan mempersiapkan karier untuk kedepannya. Selain itu, peserta studi independen akan di berikan pembekalan interview kerja dan pembuatan CV.

4. 1-on-1 mentoring

Pembelajaran 1-on-1 mentoring dilaksanakan 1 kali dalam seminggu dengan durasi 30 menit melalui platform google meeting. Kegiatan dari 1-on-1 mentoring yaitu memberikan kesempatan pada mahasiswa/I untuk melakukan konsultasi lebih intensif dengan karir konsultan.

5. Capstone Project

Proyek Capstone Project adalah sebuah proses pembelajaran berbasis proyek yang mendorong mahasiswa menerapkan apa yang sudah di pelajari pada program studi independen. Proyek capstone project ini menggabungkan peserta dalam sebuah kelompok untuk mengembangkan

solusi atau menghasilkan output tertentu sesuai dengan kebutuhan organisasi yang bekerjasama dengan MyEdusolve di program studi independen ini.

6. Sertifikasi

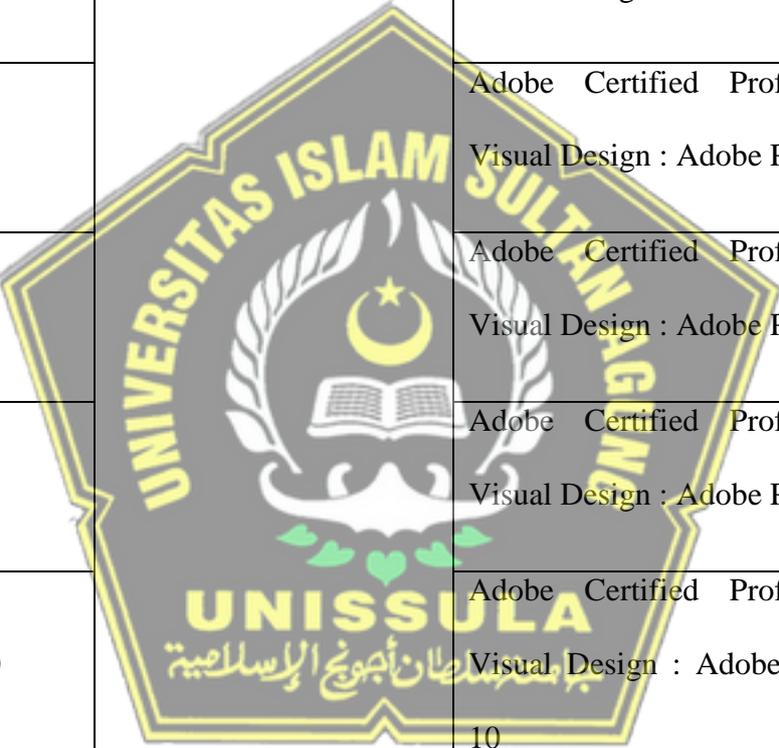
Dalam program studi independen ini mahasiswa diberikan fasilitas untuk melakukan ujian sertifikasi internasional Adobe diantaranya yaitu adobe phtoshop. Adobe illustrator, dan adobe indesign.

3.1.3. Jadwal Kerja

Setiap bulannya mahasiswa akan dipandu oleh mentor dan asisten mentor untuk mengikuti perkuliahan dengan jadwal sebagai berikut :

1. Jadwal Kelas Synchronous

Pertemuan Ke-	Waktu Sesi Synchronous	Kursus Sesi Synchronous
1	14 Februari – 01 April 2022 Senin sampai Jumat (15.00 – 17.00 WIB)	Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop 1
2		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop 2
3		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop 3
4		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop 4

Pertemuan Ke-	Waktu Sesi Synchronous	Kursus Sesi Synchronous
5		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop 5
6		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop 6
7		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop 7
8		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop 8
9		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop 9
10		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop 10
11		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop 11
12		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop

Pertemuan Ke-	Waktu Sesi Synchronous	Kursus Sesi Synchronous
		12
13		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop 13
14		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop 14
1		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator 1
2		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator 2
3		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator 3
4	4 April – 13 Mei 2022	Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator 4

Pertemuan Ke-	Waktu Sesi Synchronous	Kursus Sesi Synchronous
5	Senin sampai Jumat (15.00 – 17.00 WIB)	Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator 5
6		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator 6
7		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator 7
8		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator 8
9		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator 9
10		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator 10
11		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator 11
12		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator

Pertemuan Ke-	Waktu Sesi Synchronous	Kursus Sesi Synchronous
		12
13		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator 13
14		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator 14
1		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Indesign 1
2		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Indesign 2
3		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Indesign 3
4		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Indesign 4
5		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Indesign 5
6		Adobe Certified Profesional in

Pertemuan Ke-	Waktu Sesi Synchronous	Kursus Sesi Synchronous
	16 Mei – 24 Juni 2022 Senin sampai Jumat (15.00 – 17.00 WIB)	Visual Design : Adobe Indesign 6
7		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Indesign 7
8		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Indesign 8
9		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Indesign 9
10		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Indesign 10
11		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop
12		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Indesign 12
13		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Indesign 13
14		Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Indesign 14

Pertemuan Ke-	Waktu Sesi Synchronous	Kursus Sesi Synchronous
1		Capstone Project 1
2		Capstone Project 2
3		Capstone Project 3
4		Capstone Project 4
5		Capstone Project 5
6		Capstone Project 6
7		Capstone Project 7
8		Capstone Project 8
9		Capstone Project 9
10		Capstone Project 10
11		Capstone Project 11
12	27 Juni – 15 Juli 2022	Capstone Project 12
13	Senin sampai Jumat	Capstone Project 13
14	(15.00 – 17.00 WIB)	Capstone Project 14

Tabel 1. Jadwal Kelas Synchronous

2. Jadwal Kelas Asynchronous

Class	Week	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat
Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Photoshop	Minggu ke 1 – 7 (14 Februari – 01 April 2022)	19.00 – 20.30 WIB				
Adobe Certified Profesional in Visual Design : Adobe Illustrator	Minggu Ke 8 – 13 (4 April – 13 Mei 2022)	19.00 – 20.30 WIB				
Adobe Certified Profesional in	Minggu ke 14 – 19 (16 Mei –	19.00 – 20.30	19.00 – 20.30	19.00 – 20.30	19.00 – 20.30	19.00 – 20.30

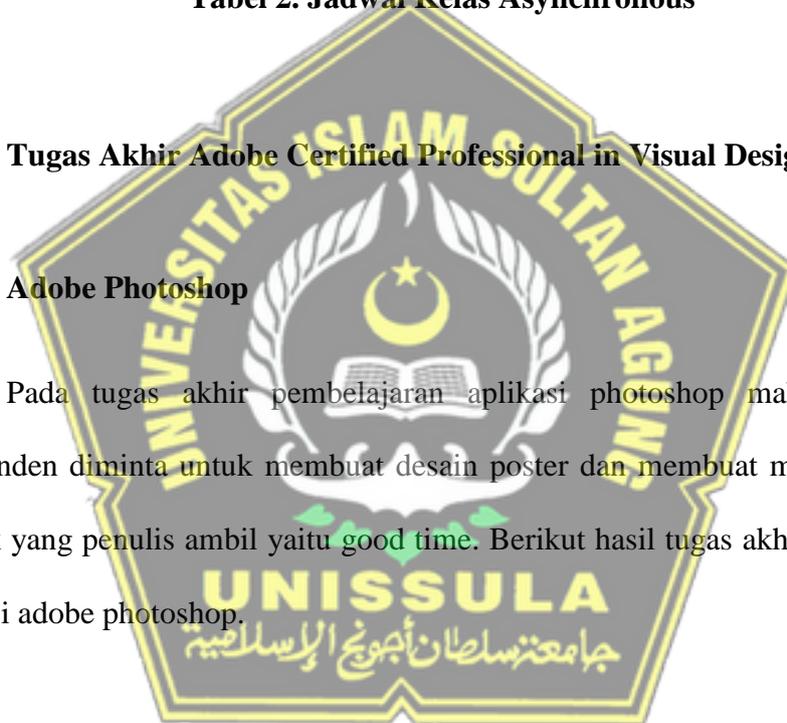
Class	Week	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat
Visual Design : Adobe Indesign	24 Juni 2022)	WIB	WIB	WIB	WIB	WIB

Tabel 2. Jadwal Kelas Asynchronous

3.2. Tugas Akhir Adobe Certified Professional in Visual Design

3.2.1. Adobe Photoshop

Pada tugas akhir pembelajaran aplikasi photoshop mahasiswa studi independen diminta untuk membuat desain poster dan membuat mockup. Untuk produk yang penulis ambil yaitu good time. Berikut hasil tugas akhir penggunaan aplikasi adobe photoshop.





Gambar 3. Tugas Akhir Adobe Photoshop

Sumber: olahan pribadi, 2022

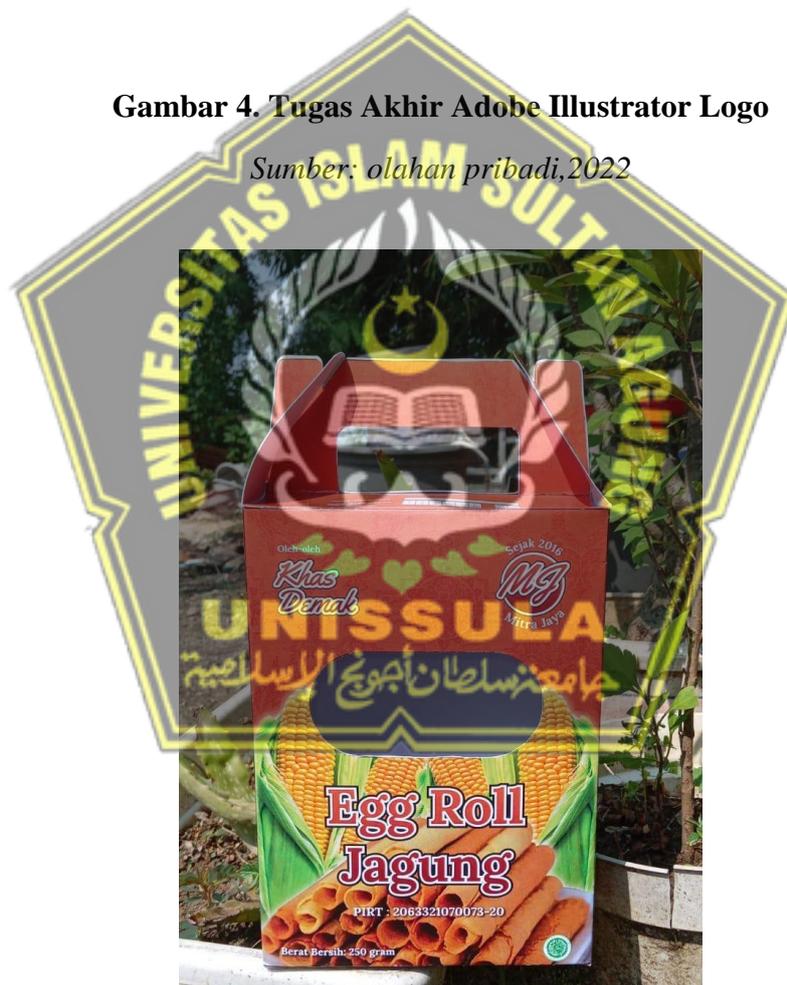
3.2.2. Adobe Illustrator

Pada tugas pembelajaran aplikasi adobe illustrator kali ini yaitu mahasiswa studi independen diberikan kesempatan untuk membantu umkm dalam brandingnya. Seperti yang penulis ambil yaitu dengan UMKM Mitra Jaya Demak. Proses pengerjaan menghabiskan waktu kurang lebih 2 minggu untuk melakukan wawancara, pengumpulan data dan melakukan perencanaan desain. Output yang dihasilkan yaitu desain packaging dan logo. Berikut hasil tugas akhir aplikasi adobe illustrator.



Gambar 4. Tugas Akhir Adobe Illustrator Logo

Sumber: olahan pribadi, 2022



Gambar 5. Tugas Akhir Adobe Illustrator Packaging

Sumber: olahan pribadi, 2022

3.2.3. Adobe Indesign

Tugas akhir dari aplikasi adobe indesign yaitu membuat portofolio interaktif yang di dalamnya memuat karya serta tugas tugas yang dibuat selama mengikuti studi independen di PT Dwi Inti Putra. Berikut hasil tugas akhir adobe indesign.



Gambar 6. Tugas Akhir Adobe Indesign

Sumber: olahan pribadi, 2022

BAB IV

KAJIAN PUSTAKA

4.1. Desain Grafis

Desain grafis terdiri dari dua kata yaitu desain dan grafis. Desain sebagai kata kerja merupakan proses merancang dan menciptakan sebuah objek baru. Sedangkan desain sebagai kata benda yaitu hasil akhir dari proses yang berwujud objek kreatif yang nyata. Sementara grafis merupakan kombinasi beragam unsur seperti titik, garis, dan warna dalam sebuah objek gambar (Damayanti et al., 2022)

Desain grafis merupakan sebuah keahlian dalam menyusun serta merancang unsur visual menjadi informasi yang mudah di pahami masyarakat atau publik. Sehingga desain grafis berkaitan dengan konsep komunikasi grafis dalam merancang serta menyelaraskan unsur yang akan ditampilkan dalam sebuah desain seperti huruf, gambar, elemen grafis ,dan warna (Tiawan et al., 2020). Sedangkan menurut (Tejo Kumoro et al., 2021) desain grafis merupakan aplikasi ketrampilan seni serta komunikasi yang di butuhkan dalam dunia bisnis dan industry seperti dalam melakukan periklanan, menjual produk, menciptakan serta meningkatkan nilai brand dan menyampaikan pesan kepada masyarakat dalam bentuk publikasi.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa desain grafis merupakan salah satu hal yang penting bagi sebuah perusahaan atau organisasi yang berkaitan dengan penyampaian pesan perusahaan atau organisasi kepada masyarakat. Meliputi membuat, merancang suatu produk dengan kombinasi

bentuk, teks, warna, dan banyak hal lainnya yang menarik sehingga produk yang dihasilkan memiliki seni keindahan dengan pemahaman yang mudah.

4.1.1. Tujuan Desain Grafis

Di setiap perusahaan atau organisasi tentunya memiliki kegiatan yang memerlukan desain grafis dalam menggunakan bentuk visual dalam berkomunikasi dan menyampaikan pesan secara efektif kepada publik atau masyarakat. Umumnya masyarakat akan lebih mudah menerima informasi dalam bentuk visual daripada bentuk teks. Maka dari itu tujuan dari desain grafis yaitu untuk menyampaikan sebuah informasi atau pesan kepada masyarakat melalui sebuah visual yang sifatnya menyenangkan dan menyempurnakan pesan yang di sampaikan (Nasir & Setiawan, 2022)

4.1.2. Fungsi Desain Grafis

Di zaman modern saat ini desain grafis digunakan sebagai media komunikasi visual yang efektif. Bahkan desain grafis mampu menguatkan eksistensinya dalam komunikasi visual baik media outdoor, indoor dan audio visual. (Dewojati, 2015). Oleh karenanya dengan seiring majunya ilmu dan teknologi, desain grafis berkembang menjadi tiga fungsi dasar yakni Identifikasi (identification), Instruksi dan informasi, dan promosi dan presentasi.

4.1.3. Elemen desain grafis

Dalam desain grafis perlu memahami elemen elemen yang ada didalamnya. Elemen desain merupakan sebuah komposisi yang penting dalam membuat pesan dari desain mudah untuk diingat serta di pahami (Dharmawan &

Sitorus, 2019). Berikut elemen elemen desain yang perlu diterapkan dalam desain grafis :

1. Warna

Warna elemen merupakan hal yang penting dalam desain karena menggambarkan identitas, menyampaikan pesan dari bentuk visual secara jelas. Sehingga warna mampu menampilkan perasaan suatu desain untuk menarik perhatian publik atau masyarakat. Listya (2018) menjelaskan bahwa warna merupakan elemen yang krusial sehingga menjadi hal yang wajib dalam desain. Bahkan tanpa warna maka elemen lainnya dapat dikatakan tidak ada.

2. Layout

Layout atau tata letak merupakan susunan elemen elemen desain yang membentuk susunan artistik berhubungan dengan keadaan bidang. Tata letak disini bertujuan menyajikan elemen gambar dan teks yang komunikatif dan memudahkan masyarakat mudah menerima pesan atau informasi yang disajikan dengan menarik.

3. Tipografi

Tipografi merupakan elemen penting dalam media komunikasi visual. Tipografi merupakan salah satu elemen desain grafis yang tidak berdiri secara eksklusif, elemen ini sangat terkait dengan komunikasi, teknologi, bahkan psikologi yang dapat mempengaruhi pembaca. Tipografi mewakili visual dari sebuah bentuk komunikasi lisan dan merupakan properti visual yang penting dan efektif (Eko Valentino, 2019)

4. Bentuk

Sebagai elemen paling dasar bentuk berperan penting dalam mengelola informasi sehingga cenderung memiliki variasi yang tak terbatas. Sehingga setiap bentuk memiliki arti dan pesan tersendiri dalam menginformasikan pesan yang berbeda sesuai dengan sudut pandang. Bentuk ini bertujuan agar dapat menyampaikan mood dan emosi apa yang ingin disajikan.

4.2. Adobe Illustrator

Adobe illustrator merupakan aplikasi software desain yang di gunakan untuk membuat gambar ilustrasi yang berbasis vector (NIMAH, 2020). Menurut (Novitasari et al., 2015) juga menyebutkan bahwa Adobe Illustrator merupakan sebuah software desain ilustrasi yang terkenal memiliki banyak fitur dan fasilitas yang digunakan untuk membuat suatu pekerjaan yang kreatif.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa adobe illustrator merupakan media yang penting dalam pemanfaatannya untuk membuat desain gambar atau ilustrasi berbasis vector. Salah satu nya yaitu dalam pembuatan Logo perusahaan.

4.3. Branding

Branding memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan atau organisasi dalam membangun serta menciptakan brand image dalam masyarakat sehingga brand atau merek mampu menempatkan di tengah tengah public atau masyarakat (Melisa et al., 2016)

Menurut (Karsono et al., 2021) branding merupakan sesuatu yang khas, sehingga dijadikan sebagai identitas suatu perusahaan atau organisasi sebagai pengenalan agar mudah dikenali oleh masyarakat. Dalam membuat branding tentu perlu manajemen agar dapat memberikan dampak diakhir seperti brand atau merek yang mampu diterima di tengah masyarakat.. Oleh sebab itu, merek merupakan aset penting dari sebuah lembaga yang perlu dan harus dijaga.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Tujuan perusahaan atau organisasi melakukan branding yaitu agar brand atau merek mereka mampu dikenal dalam masyarakat dan mudah diingat dengan jangka waktu yang lama. Sehingga Brand dikatakan dapat membangun personality dan value dari sebuah produk. Branding merupakan sarana yang cukup kuat untuk suatu produk dapat diidentifikasi, dipahami dan diingat. Oleh karenanya, Marketing Communication memiliki peran yang penting dalam proses branding.

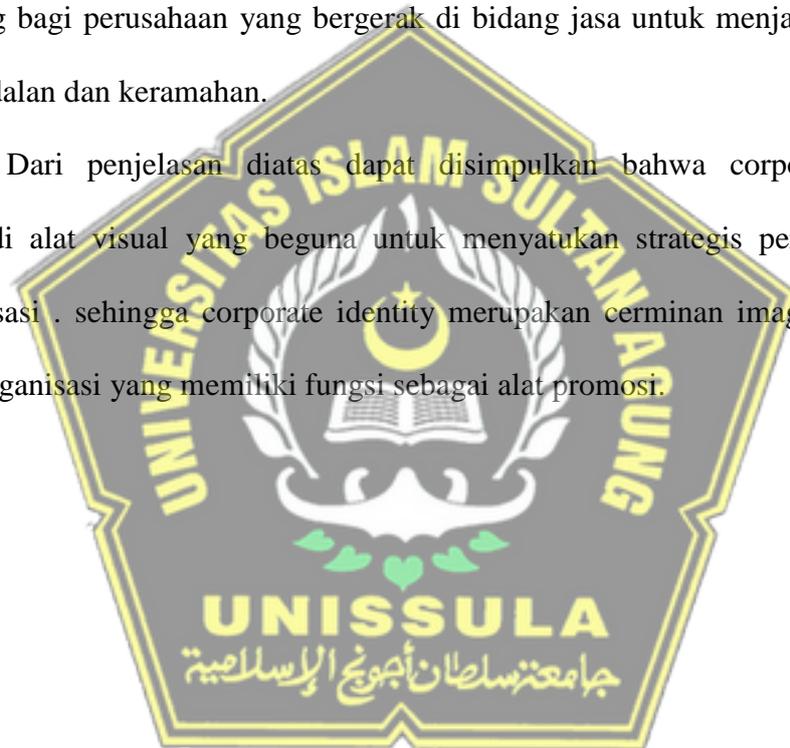
4.4. Corporate identity

Corporate identity merupakan bagian penting dalam perusahaan karena menjadi suatu identitas grafis untuk membentuk image yang bisa menarik perhatian konsumen ataupun calon konsumen terhadap perusahaan tersebut. Dengan identitas perusahaan itu sendiri, menjadi faktor pembeda dari perusahaan sejenis lainnya, dan menjadi nilai jual bagi perusahaan untuk bertahan dalam persaingan pasar yang terus berkembang saat ini. Jika citra perusahaan positif, pasti akan berdampak positif bagi perusahaan itu sendiri (Devi et al., 2020) Identitas perusahaan adalah tanda yang mengidentifikasi perusahaan dan

produknya. Ini dapat membantu pelanggan mengidentifikasi perusahaan dan produknya dari para pesaingnya.

Menurut (Raja et al., 2020) bahwa Identitas perusahaan atau corporate identity ini, baik berupa logo perusahaan atau pengenalan lainnya, disebut juga sebagai pengenalan perusahaan. Simbol ini dimaksudkan agar lebih mudah diingat oleh konsumen dan lebih menginspirasi bagi seluruh karyawan. Simbol ini sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa untuk menjaga pelayanan, kehandalan dan keramahan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa corporate identity menjadi alat visual yang berguna untuk menyatukan strategis perusahaan atau organisasi . sehingga corporate identity merupakan cerminan image perusahaan atau organisasi yang memiliki fungsi sebagai alat promosi.



BAB V

METODE PENELITIAN DAN PERANCANGAN LOGO

5.1. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berdasarkan atas fakta yang muncul dalam penelitian yang berupa objek dan hasil yang diperoleh. Fakta dapat ditelusuri melalui wawancara berbasis dari tugas maupun data tertulis atau lisan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian deskriptif menggambarkan masalah yang terjadi pada suatu keadaan secara akurat dengan menggabungkan variable satu dengan variable lainnya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang berkaitan dengan perspektif historis, sehingga dapat memaparkan secara sistematis mengenai masalah ini berdasarkan data yang diperoleh. Dalam Penelitian deskriptif berusaha menggambarkan objek atau subyek yang diteliti secara objektif, sehingga menggambarkan fakta secara sistematis dan karakteristik objek serta frekuensi yang diteliti secara tepat (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018).

Pada penelitian ini mengumpulkan data yang berhubungan dengan keadaan, visi misi serta nilai nilai yang ada pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung. Objek dalam penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung. Sedangkan subyek penelitian ini adalah seluruh civitas akademik dan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

5.2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Rijali, 2019) dalam teknik pengumpulan data sangat berkaitan dengan sumber dan jenis data yang dikumpulkan. Teknik yang digunakan peneliti dalam melakukan riset ini yaitu :

5.2.1. Observasi (Pengamatan)

Metode pengumpulan dengan cara observasi yaitu peneliti terjun langsung untuk mengamati secara langsung dan mencatat seluruh data yang di peroleh dari lokasi penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi partisipan dimana peneliti terlibat langsung dalam kegiatan informan. Peneliti menggunakan pedoman observasi yang akan memudahkan peneliti dalam melakukan pengamatan serta memperoleh informasi dan data yang diperlukan dalam melakukan penelitian.

5.2.1. Wawancara

Wawancara ini dilakukan berbentuk tanya jawab dan bertatap muka dengan narasumber yang dianggap mengetahui informasi-informasi tentang objek yang di teliti dengan tujuan untuk memperoleh data dan bertukar informasi. Dalam hal ini, pewawancara harus mampu menciptakan hubungan yang baik sehingga informan bersedia bekerja sama, dan merasa bebas berbicara dan dapat memberikan informasi yang sebenarnya.

5.2.3. Dokumentasi

Metode pengumpulan data dengan dokumentasi yaitu mengumpulkan dari data yang berbentuk arsip dokumen, dengan adanya dokumen sebagai sumber data yang berupa Bahasa tertulis, foro atau dokumen elektronik. Dokumen dapat digunakan sebagai data untuk melengkapi hasil pengumpulan data melalui observasi dan wawancara.

5.2.4. Studi Kepustakaan

Metode pengumpulan data studi kepustakaan (library research), dengan pengumpulan data melalui beberapa literature , buku buku teks, makalah dan jurnal-jurnal mengenai masalah penelitian yang dilakukan oleh para ahli, serta penggunaan jasa internet melalui website yang berhubungan dengan penelitian yang dikaji.

5.3. Tahap Perancangan Logo

Tahap umum perancangan logo mendesain logo terdiri dari 4 tahap RSVP yang simpel namun dapat mengakomodir kebutuhan pembuatan logo secara umum. Berikut merupakan tahap perancangan logo antara lain :

- a. Tahap Riset merupakan tahap untuk mengumpulkan fakta atau data apa adanya. Riset yang paling sederhana adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan 5W2H (*What, Why, Who, When, Where, How, How much*), lalu disusun menjadi *Creative Brief*.

Creative Brief (Perusahaan/Client)	
<i>Entity</i>	
<i>Description</i>	
<i>Problem</i>	
<i>Objective</i>	
<i>Target Market</i>	
<i>Tone and Manner</i>	
<i>What to do</i>	
<i>A must</i>	

Tabel 3. Contoh Creative Brief

Sumber: olahan pribadi, 2023

- b. Tahap Strategi merupakan tahap membuat rencana logo dari creative brief yang dipelajari baik yang sederhana ataupun hasil riset 3 aspek Entitas, Industri, dan Audiencenya. Adapun beberapa aktivitas pada tahap ini antara lain :
1. Menciptakan naming (nama) seandainya belum ada dan tagline/slogan.

2. Membuat mind map untuk mencari keywords atau kata kunci untuk di visualkan.
 3. Mencari referensi visual dari logo logo keren yang dibuat orang baik yang bidang usahanya sama ataupun beda.
 4. Menentukan anatomi logonya. apakah tulisan nama saja atau di sertakan dengan gambar.
 5. Menentukan klasifikasi jenis logo yang akan dibuat. Baik dari segi formatnya maupun form dan kontennya.
- c. Tahap Visualisasi merupakan tahapan dalam mengkongkritkan rencana rencana yang dibuat di tahap strategi. Adapun beberapa aktivitas yang dilakukan di tahap ini antara lain :
1. Melakukan doodling dan sketsa.
 2. Membuat logo alternatif.
 3. Membuat logo digital, memindahkan sketsa kasar ke komputer.
 4. Hasil logo final dan filosofi logo.
- d. Tahap Penerapan/Produksi merupakan tahap identitas diterapkan di beberapa media-media yang dipakai oleh perusahaan atau klien. selain itu terdapat pembuatan Graphic Standards Manual (GSM) merupakan sebuah buku atau pedoman yang berisikan tentang aturan logo, pemilihan jenis font, layout, pattern dan segala elemen yang digunakan oleh sebuah perusahaan guna membangun identitas yang kuat.

1. Membuat logo digital. Logo yang dilakukan sketsa kemudian di rapikan menggunakan software. Pada tahap ini, sketsa yang dibuat desainer di pindahkan ke digital agar memudahkan pada pembuatan logo.
2. Finalisasi Logo
Tahap akhir perancangan logo terpilih yang diaplikasikan dengan media
3. Aplikasi logo, Memberikan sentuhan terakhir dalam desain logo, serta penyajian dalam bentuk mock-up agar logo terlihat lebih realistis dan praktika. Implementasi logo pada media media yang relevan dengan kebutuhan.



BAB VI

PEMBAHASAN

6.1. Tahap Riset Logo

Tahap pengerjaan desain logo dan identitas visual diawali dengan brief yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi. Penulis akan membuat desain logo dan identitas visual dengan format akhir *Joint Photographic Experts Group (JPEG) / Portable Network Graphics (PNG)*. Dalam brief tersebut Fakultas Ekonomi menjelaskan secara singkat latar belakang Fakultas Ekonomi dan nilai nilai yang menjadi karakter.

Mengumpulkan informasi dan insight dari stakeholder (pemangku kepentingan) yang ada di Fakultas Ekonomi dengan melakukan diskusi, kemudian membuat *creative brief* guna mendapatkan konsep komprehensif yang sesuai dengan karakter logo yang akan dibuat. Pada tahap ini banyak masukan banyak konstruksi pikiran yang ingin dituangkan dalam sebuah logo, sesuai dengan kondisi, visi misi, dan keadaan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Membuat *creative brief* secara sederhana seperti perancangan logo untuk memudahkan brainstorming. Brainstorming merupakan aktivitas untuk menghasilkan ide ide kreatif. Berikut *creative brief* untuk perancangan logo Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung :

Creative Brief	
Fakultas Ekonomi Unissula	
<i>Entity</i>	Organisasi yang bergerak dibidang pendidikan Nama entitas : Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung
<i>Description</i>	Fakultas ekonomi dalam menjawab tantangan persaingan di era globalisasi melakukan penguatan nilai nilai yang ada didalamnya. Penguatan nilai nilai ini mengarah pada pembentuk karakter dan identitas organisasi yaitu 5 nilai Choolifah School.
<i>Problem</i>	Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung belum sudah memiliki logo, namun diperlukan logo untuk mempresentasikan indentitasnya dan mengikuti perkembangan zaman.
<i>Objective</i>	Untuk mengenalkan identitas dan citra kepada stakeholder serta masyarakat mengenai Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung
<i>Target Market</i>	Orang yang berumur 18-24 Tahun, calon mahasiswa baru terutama generasi milineal

<i>Tone and Manner</i>	5 nilai yang melekat pada fakultas ekonomi yang antara lain amanah, kerja sama, adil, kepemimpinan dan inovatif.
<i>What to do</i>	Mendesain Logo baru dan implementasinya pada beberapa media
<i>A must</i>	Mengandung warna abu-abu (warna identitas Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung)

Tabel 4. Creative Brief Fakultas Ekonomi

6.2. Tahap Strategi Logo

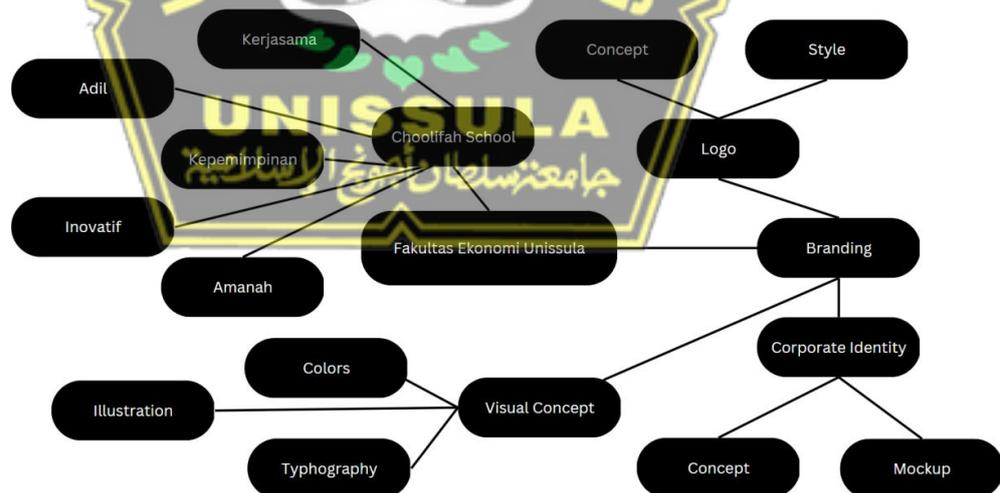
6.2.1. Mind Mapping

Mind Mapping dalam proyek logo digunakan untuk mencari kata kata kunci yang berpotensi untuk divisualkan menjadi logo. Menentukan konsep logo, dimana konsep logo yang ditawarkan adalah menitikberatkan pada visi misi dan nilai nilai fakultas ekonomi yang menjadi identitas atau citra perusahaan. Mind Map bisa dipakai di bidang apapun untuk menstruktur konsep/pemikiran atau eksplor ide.

Brainstorming untuk menentukan keyword, membuat mind mapping dan thumbnail sketch. Langkah ini adalah langkah inti untuk menggali ide dalam memahami Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung secara holistic dan fundamen, sehingga logo yang tercipta tidak asal jadi dan kurang merepresentasikan dari identitas fakultas ekonomi itu sendiri.

Untuk mengurangi resiko logo hanya akan digunakan administrative saja, namun juga memberikan pandangan terhadap Fakultas Ekonomi yang ter presentasi dari logonya.

Desain logo dan identitas visual Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung mengambil konsep dari objek objek yang berhubungan dengan bidang usaha yang dijalankan melalui brain storming. Dari Proses brainstorming akan memunculkan keyword yang nantinya berfungsi sebagai rujukan pembuatan logo. Brainstorming juga menentukan citra usaha yang ingin dibentuk, menentukan pemilihan warna, pemilihan tipografi yang semua itu dirangkai menjadi satu kesatuan yang selaras. Pemilihan warna harus selaras antara logo dan identitas visual Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, yang juga pengaplikasiannya pada corporate identity.



Gambar 7. Mind Mapping

Sumber : olahan pribadi, 2023

6.2.2. Referensi Visual atau Moodboard

Referensi Visual atau Moodboard adalah elemen yang sangat penting bagi desainer untuk menciptakan sebuah karya, istilah tersebut mungkin masih terdengar asing, terutama bagi yang baru mengenal dunia desain. moodboard adalah kumpulan gambar atau objek yang menginspirasi pekerjaan karya dapat berupa desain grafis, fotografi, desain interior, fashion, dan karya lainnya. Pada dasarnya, moodboard digunakan untuk pekerjaan yang membutuhkan konsep visual dengan visi estetika yang jelas.



Gambar 8. Referensi Visual 1

Sumber: feb-unsig.ac.id



Gambar 9. Referensi Visual 2

Sumber: febi.radenintan.ac.id



Gambar 10. Referensi Visual 3

Sumber: fai.unissula.ac.id



Gambar 11. Referensi Visual 4

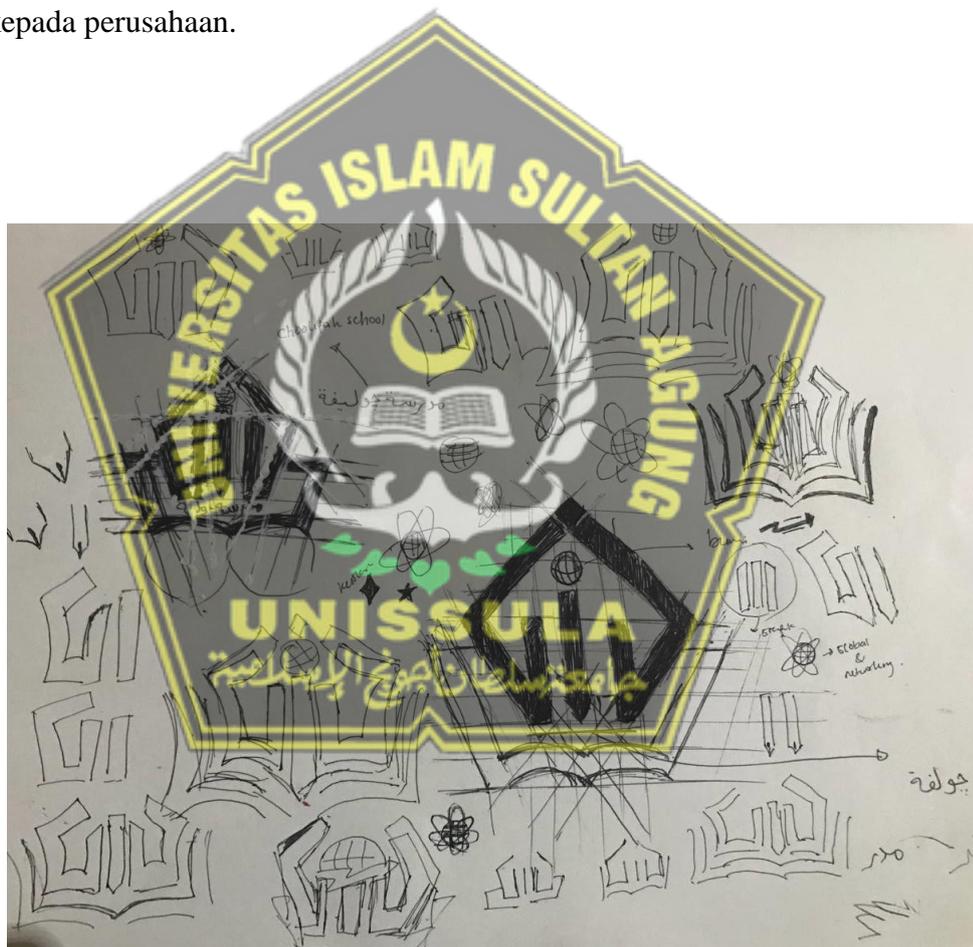
Sumber: fti.unissula.ac.id

6.3. Tahap Visualisasi Logo

6.3.1. Doodling dan Sketsa

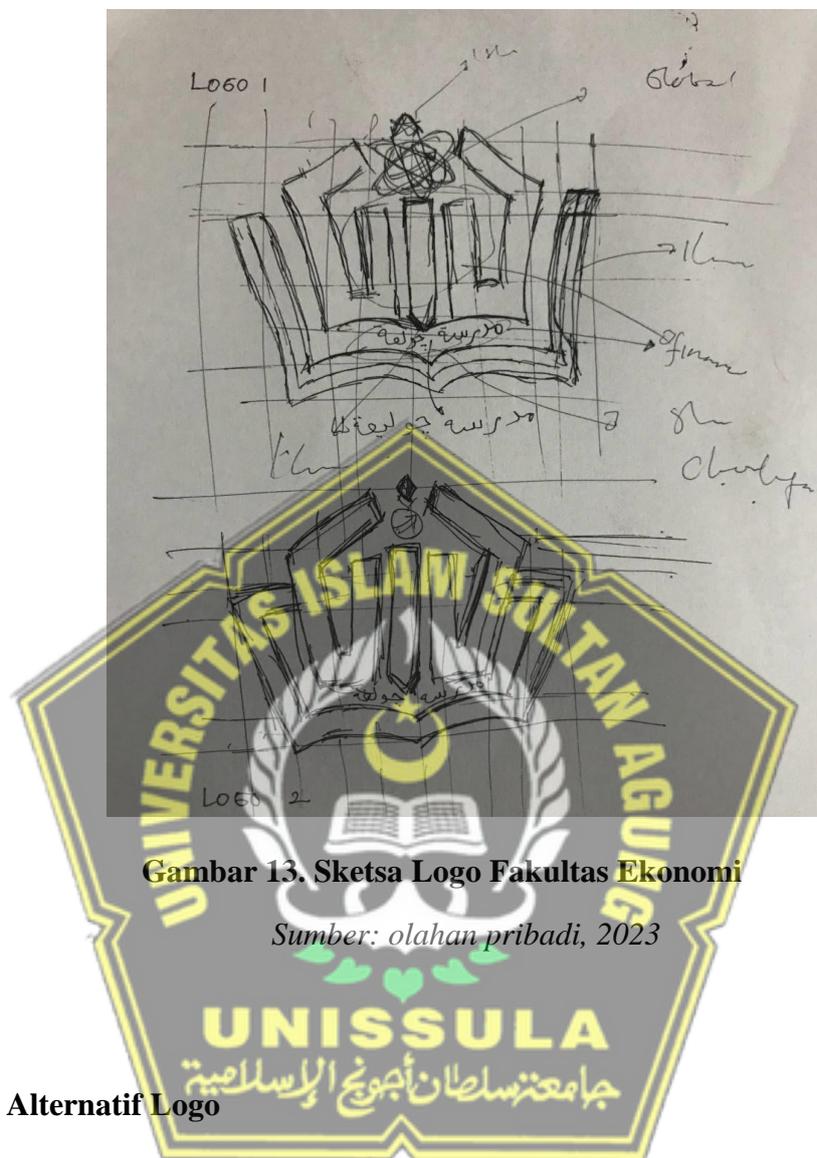
Di tahap ini kita mulai menggambar tapi bukan menggambar logo, melainkan coret-coretan cikal bakal logo yang di sebut Doodling. Tujuannya untuk eksplorasi ide visual. Setelah itu baru membuat sketsa dan draft logo yang akan menjadi logo utama Fakultas Ekonomi Unissula. Sebelum melakukan perancangan menggunakan komputer terlebih dahulu dibuat gambar sketsa dasar perancangan dengan menggunakan pensil atau draw pen. Hal ini untuk memudahkan perancangan logo dalam komputer agar hasil rancangan sesuai dengan konsep awal sebelum perancangan. Ide ide awal dituangkan dalam bentuk gambar kasar sketsa dan tulisan keterangan konsep warna. Setelah

gambar dibuat/gambar manual kemudian di-scan untuk dimasukkan ke komputer sebagai patokan dalam perancangan logo. Bentuk dasar/ sketsa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung. Sketsa dibuat pada kertas dan beberapa alternatif desain, dari beberapa alternatif tersebut akan dipilih yang terbaik. Dari beberapa sketsa thumbnail yang sudah dibuat kemudian dipilih desain thumbnail yang terbaik menurut penulis dan didiskusikan kepada perusahaan.



Gambar 12. Doodling Logo

Sumber: olahan pribadi, 2023



Gambar 13. Sketsa Logo Fakultas Ekonomi

Sumber: olahan pribadi, 2023

6.3.2. Alternatif Logo

Membuat Alternatif logo Fakultas Ekonomi Unissula memiliki tujuan yaitu untuk mendapatkan solusi desain yang terbaik sehingga mendorong desainer untuk mengembangkan ide kreatif untuk berbagai kemungkinan solusi. Selain itu, tahap ini dijadikan sebagai bentuk menghargai klien dengan memberikan kesempatan untuk memilih. Setelah menemukan final sketsa desain logo yang dipilih berdasarkan pertimbangan penulis serta persetujuan perusahaan kemudian

dikembangkan lagi ke dalam serangkaian gambar alternatif (visual rough) yang masih akan dikembangkan.



Gambar 15. Alternatif Logo 2

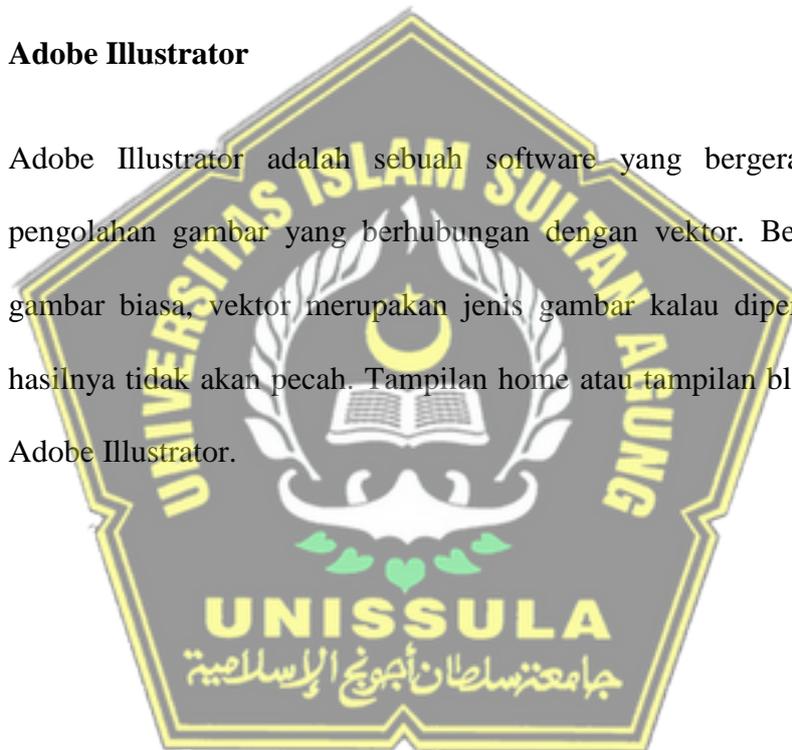
Sumber: olahan pribadi, 2023

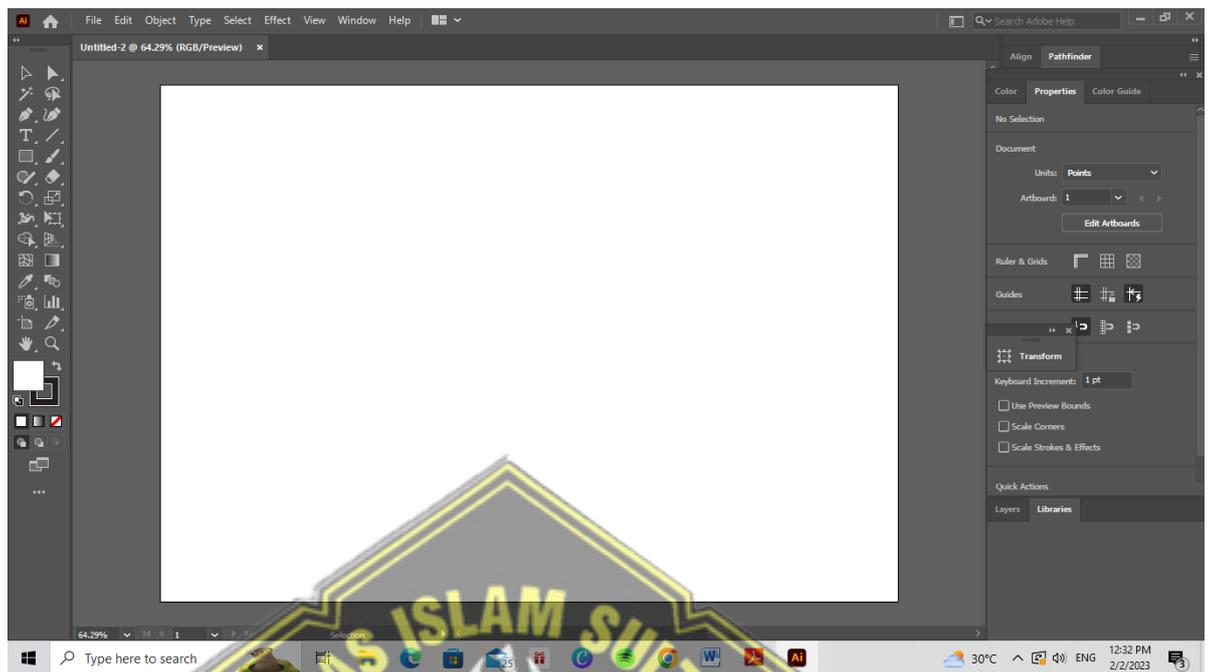
6.4. Software yang digunakan dalam perancangan logo

Aplikasi yang digunakan dalam perancangan logo Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung adalah Adobe Illustrator.

6.4.1. Adobe Illustrator

Adobe Illustrator adalah sebuah software yang bergerak di bidang pengolahan gambar yang berhubungan dengan vektor. Berbeda dengan gambar biasa, vektor merupakan jenis gambar kalau diperbesar (zoom) hasilnya tidak akan pecah. Tampilan home atau tampilan blank document Adobe Illustrator.

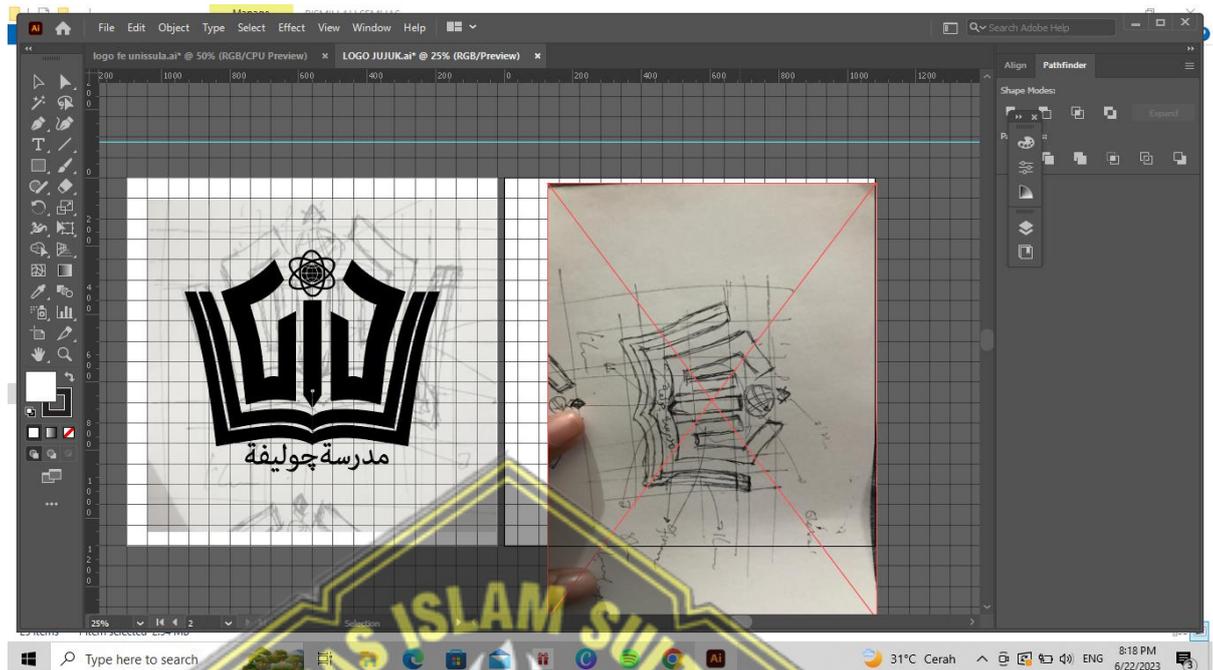




Gambar 16. Software Adobe Illustrator

Sumber: olahan pribadi, 2023



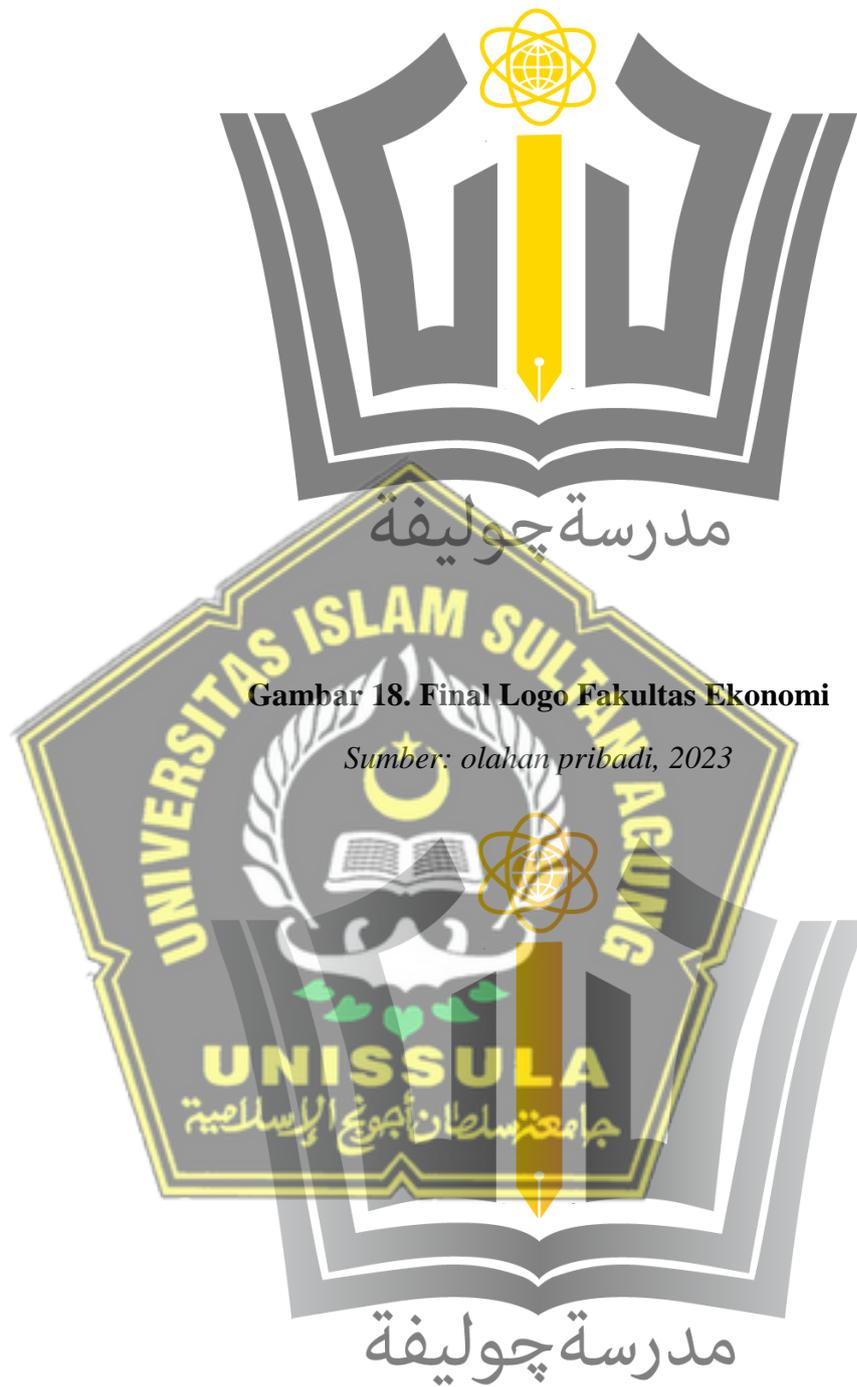


Gambar 17. Proses Pembuatan Logo

Sumber: olahan pribadi, 2023

6.5. Final Logo dan Filosofi Logo

Pemilihan final logo ini melalui pertimbangan penulis dan persetujuan perusahaan dengan pertimbangan logo yang dapat mencerminkan karakter dan visi misi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung. Final logo yang telah jadi nantinya akan digunakan pada berbagai macam media promosi. Berikut ini merupakan makna logo Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung yang penulis susun dengan citra usaha yang berkaitan dengan 5 nilai yang melekat pada perusahaan tersebut.

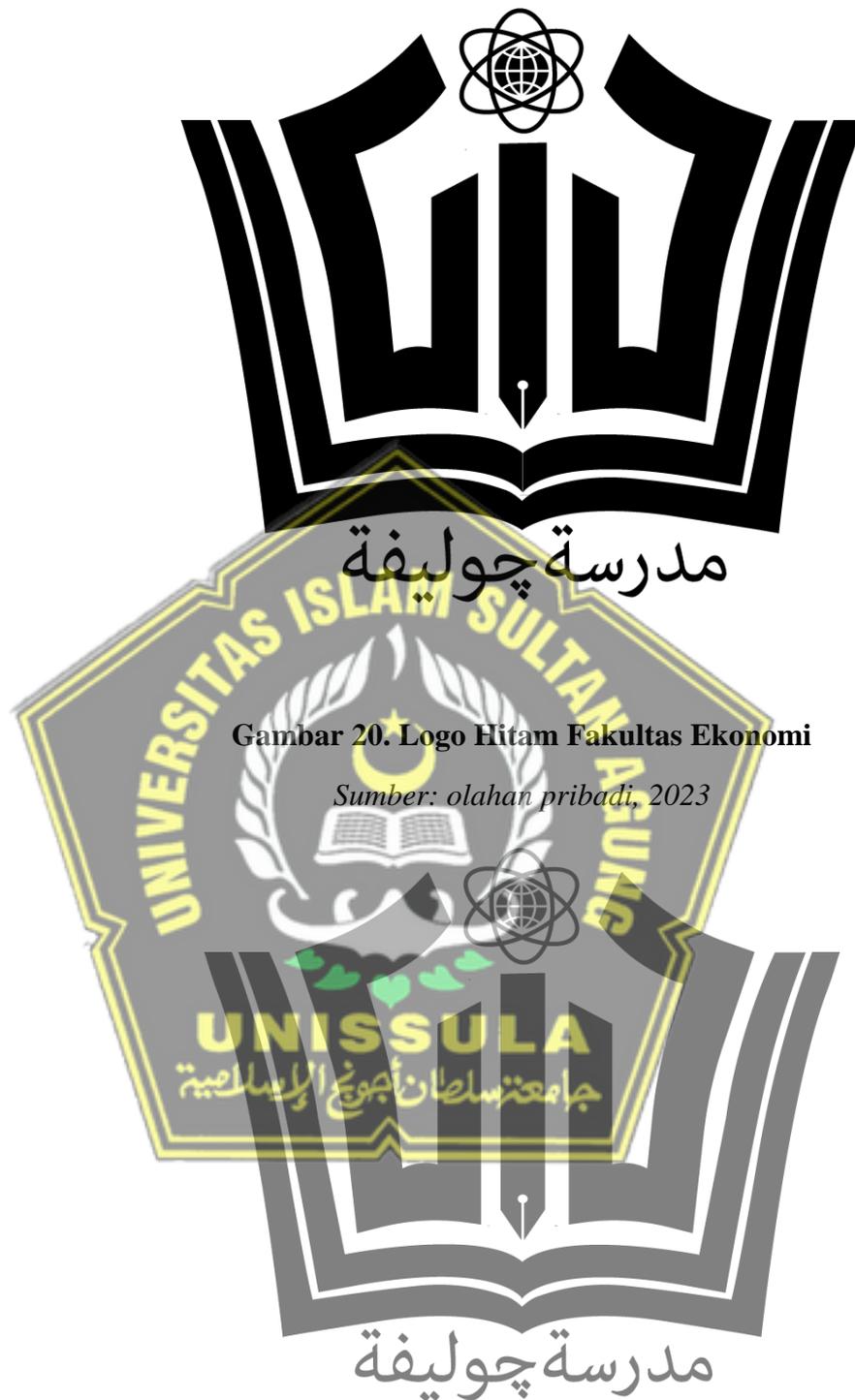


Gambar 18. Final Logo Fakultas Ekonomi

Sumber: olahan pribadi, 2023

Gambar 19. Logo Gradient Fakultas Ekonomi

Sumber: olahan pribadi, 2023



Gambar 20. Logo Hitam Fakultas Ekonomi

Sumber: olahan pribadi, 2023

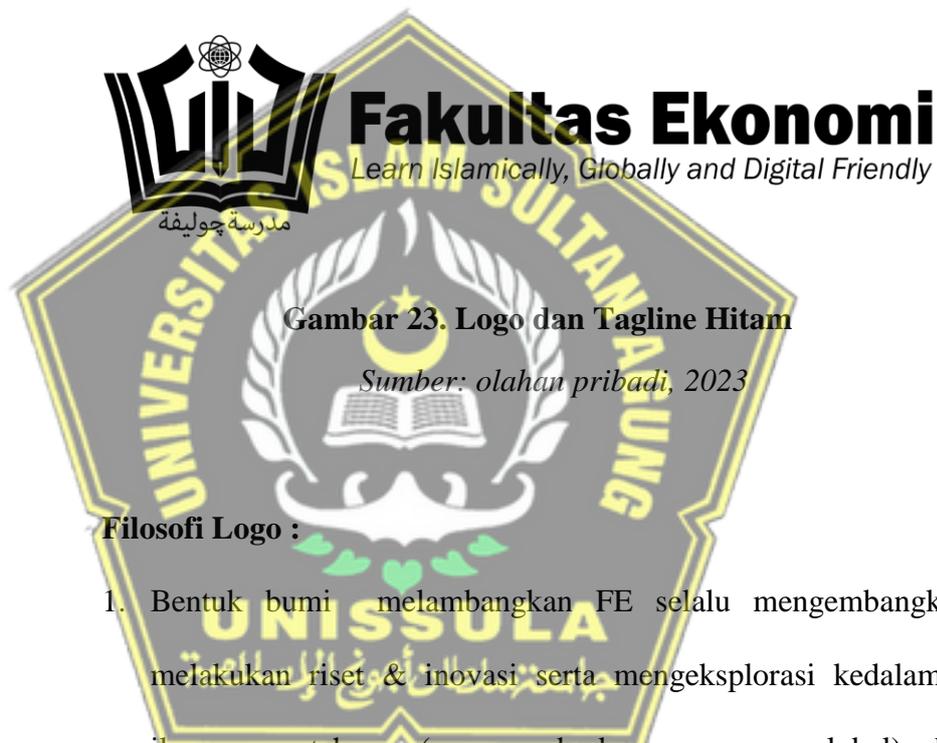
Gambar 21. Logo Abu Abu Fakultas Ekonomi

Sumber: olahan pribadi, 2023



Gambar 22. Logo dan Tagline Gradient

Sumber: olahan pribadi, 2023



Gambar 23. Logo dan Tagline Hitam

Sumber: olahan pribadi, 2023

Filosofi Logo :

1. Bentuk bumi melambangkan FE selalu mengembangkan melakukan riset & inovasi serta mengeksplorasi kedalaman ilmu pengetahuan (menggambarkan wawasan global) dan memiliki networking di seluruh dunia.
2. Dua tangan terbuka artinya sebuah harapan visi misi dan tujuan (Wadah untuk berkembang).
3. Tiga grafik melambangkan simbol ekonomi. Grafik ini juga diinterpretasikan sebagai visual dari ekonomi.

4. Buku terbuka melambangkan ilmu pengetahuan yang senantiasa berkembang. Buku terbuka ke arah kanan melambangkan bahwa ilmu pengetahuan membawa manfaat bagi kesejahteraan umat manusia.
5. Mata pena melambangkan keilmuan dan intelektual. Pena juga merupakan perwujudan dari produktivitas akademis dan integritas yang dapat menghasilkan karya tulis yang monumental.
6. Tulisan “Madrasah Choolifah” merupakan penulisan choolifah school dalam bahasa arab. Choolifah school merupakan 5 nilai yang melekat pada Fakultas Ekonomi.
7. Warna emas memiliki makna prestasi, kesuksesan, kemewahan, kemenangan dan juga kemakmuran.
8. Warna abu-abu adalah warna yang memperlihatkan sebuah keseriusan. Tidak hanya itu, warna abu-abu juga memiliki rasa tanggung jawab. Arti warna abu-abu yang lain juga melambangkan sifat kemandirian. Selain itu warna abu abu merupakan warna khas dari Fakultas Ekonomi.

6.6. Tahap Penerapan atau Produksi

6.6.1. Hasil pengaplikasian logo pada Corporate Identity Fakultas Ekonomi UNISSULA

Logo ini akan diaplikasikan pada berbagai media corporate identity sesuai dengan citra perusahaan. Ada media untuk marketing dan media administrasi perusahaan.

a. Kartu Nama

Kartu nama merupakan sebuah kartu yang digunakan untuk menyampaikan informasi seseorang atau perusahaan, digunakan perkenalan secara formal. Dalam kartu nama selalu terisi nama dan logo perusahaan, alamat, nomor telepon, email dan website.



Gambar 24. Kartu Nama

Sumber: olahan pribadi, 2023

b. Kop Surat

Kop surat adalah identitas sebuah perusahaan atau instansi agar penerima surat dapat dengan mudah mengetahui darimana asal surat serta lembaga apa yang mengirim surat kepada mereka.



Gambar 25. Kop Surat

Sumber: olah pribadi, 2023

c. Office

Office atau kantor merupakan gedung yang digunakan serta berfungsi untuk berjalannya sebuah operasional perusahaan tertentu.



Gambar 26. Office Fakultas Ekonomi

Sumber: olahan pribadi, 2023

d. Stempel

Stempel merupakan alat yang memiliki permukaan terukir tulisan, gambar, atau keduanya dengan tinta untuk menghasilkan sebuah cap pada berkas atau dokumen.





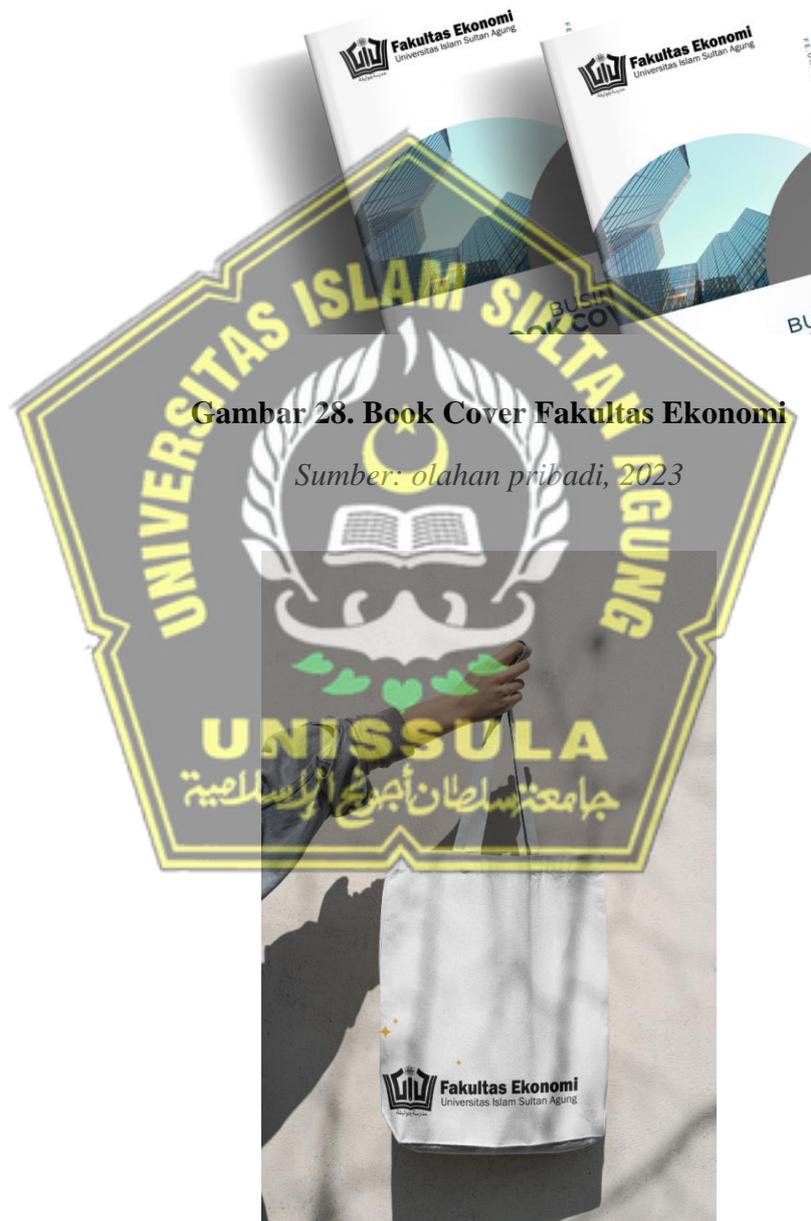
Gambar 27. Stempel Fakultas Ekonomi

Sumber: olahan pribadi, 2023

e. Merchandise

Merchandise adalah barang-barang yang menjadi elemen dalam kegiatan pemasaran. merchandise berfungsi untuk mengenalkan merek dan membentuk brand image suatu perusahaan kepada konsumen. Hal ini berfungsi sebagai komunikasi yang juga merupakan strategi dalam dunia bisnis dan periklanan dan dapat Anda terapkan pada berbagai media.

COVER MOCKUP X
BOOK COVER



Gambar 28. Book Cover Fakultas Ekonomi

Sumber: olahan pribadi, 2023

Gambar 29. Totebag

Sumber: olahan pribadi, 2023



Gambar 30. Tumbler

Sumber: olahan pribadi, 2023

Gambar 31. Kaos Fakultas Ekonomi

Sumber: olahan pribadi, 2023

BAB VII

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

7.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai perencanaan logo sebagai corporate identity pada Fakultas Ekonomi dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

- 
- 7.1.1 Perpaduan unsur unsur visual terbentuk dari sebuah identitas dan memebentuk penilaian, kepercayaan, kompetensi, daya tarik, dan image yang akan disampaikan. Representasi visual yang bersih dan tajam sangat dibutuhkan dalam memvisualisasi identitas melalui logo.
 - 7.1.2 Corporate identity merupakan seperangkat identitas milik perusahaan agar mempunyai sebuah karakteristik atau ciri tertentu agar mudah dikenali dan dibedakan dari perusahaan. Corporate identity dirancang secara khusus oleh perusahaan berdasarkan value atau nilai nilai yang melekat pada perusahaan itu sendiri.
 - 7.1.3 Berdasarkan tahapan proses pembuatan desain logo, proses sketsa logo sangat diperlukan guna membantu menciptakan logo yang menarik dan sesuai dengan citra yang diinginkan.
 - 7.1.4 Dalam perancangan desain logo dan identitas visual diperlukan brief yang jelas mengenai corporate identity yang ingin dibentuk.

Hal ini berkaitan dengan visi dan misi perusahaan, karakter konsumen, serta identitas visual yang diinginkan.

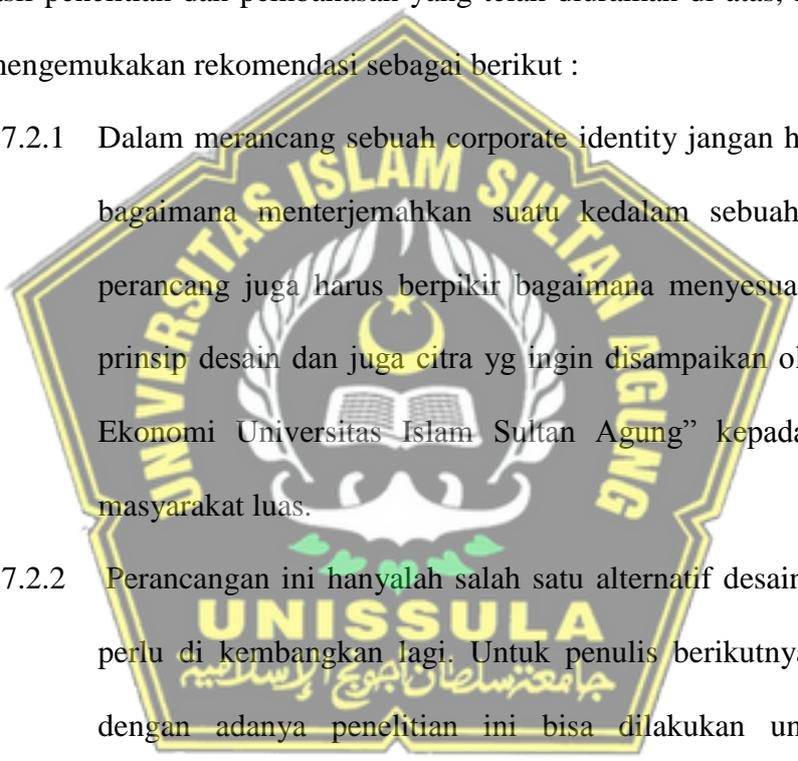
7.1.5 Dari hasil perancangan ini yaitu logo baru untuk Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung dan dapat diaplikasikan ke berbagai media. Perancangan logo baru ini didasarkan pada permasalahan yang dialami Fakultas Ekonomi yaitu belum adanya logo. Perancangan logo Fakultas Ekonomi serta pengaplikasian diharapkan mampu bersaing dan dikenal oleh masyarakat dengan logo baru. Perancangan logo Fakultas Ekonomi serta pengaplikasian pada



7.1.6 media promosi dengan desain yang mewakili logo dan karakter sehingga memudahkan penyampaian dalam pemasaran informasi tentang perusahaan Fakultas Ekonomi kepada masyarakat dan konsumen.

7.2. Rekomendasi

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat mengemukakan rekomendasi sebagai berikut :

- 
- 7.2.1 Dalam merancang sebuah corporate identity jangan hanya berfikir bagaimana menterjemahkan suatu kedalam sebuah logo tetapi perancang juga harus berpikir bagaimana menyesuaikan filosofi, prinsip desain dan juga citra yg ingin disampaikan oleh “Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung” kepada konsumen/masyarakat luas.
- 7.2.2 Perancangan ini hanyalah salah satu alternatif desain yang masih perlu di kembangkan lagi. Untuk penulis berikutnya diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa dilakukan untuk tahapan selanjutnya yaitu perancangan promosi, sehingga dari tahapan redesign ini akan berguna untuk membentuk citra yang di inginkan tersampaikan kepada masyarakat umum.
- 7.2.3 Penyampaian informasi melalui media promosi bisa lebih dikembangkan lagi menjadi desain animasi, video promosi sehingga penyampaian informasi dalam pemasarannya lebih menarik, Penulis menyarankan untuk bisa memperbanyak

informasi penelitian agar dapat mempermudah penyampaian informasi dalam penerapan logo pada media promosi kepada masyarakat, Perancangan corporate identity ini bisa dikembangkan lagi dengan menambah media pengaplikasian logo dalam promosi.



BAB VII

REFLEKSI DIRI

8.1. Refleksi Kegiatan Studi Independen Bersertifikat MBKM

Kegiatan Studi Independen bersertifikat yang dilaksanakan PT Dwi Inti Putra, penulis selama mengikuti Program Studi Independen Bersertifikat mengambil Pathway Adobe Certified Profesional in Visual Design . Pada awal kegiatan studi independen bersertifikat MBKM penulis dijelaskan terlebih dahulu oleh mentor pathway mengenai silabus pembelajaran saat program berlangsung. Baik dari system pembelajaran, pengumpulan tugas, capstone project serta ujian sertifikasi di akhir pembelajaran.

Refleksi studi idependen bersertifikat ini menunjukkan mengenai perasaan penulis selama melaksanakan kegiatan studi independen bersertifikat MBKM pada PT Dwi Inti Putra selama satu semester. Penulis mendapatkan banyak hal yang baru yang belum pernah penulis dapatkan sebelumnya. Banyak manfaat yang penulis dapatkan dari pelaksanaan program studi independen MBKM dengan didapatkannya pengalaman baru khususnya dalam dunia desain serta memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengasah dan mendapatkan kemampuan, pengetahuan dan sikap di dunia industri dengan cara bekerja dan belajar secara langsung dalam proyek atau permasalahan riil.

8.2. Manfaat Dari Perkuliahan

Hal positif yang diterima selama perkuliahan sangat bermanfaat untuk mengimplementasikan dalam proses kegiatan studi independen bersertifikat seperti materi yang berkaitan tentang bauran pemasaran, menganalisa target pasar serta pentingnya branding terhadap perusahaan atau organisasi. Manfaat dari mempelajari mata kuliah yang di dapatkan dari bangku perkuliahan sangat berguna dalam proses kegiatan pelaksanaan studi independen bersertifikat. Sehingga penulis dapat menerapkan ilmu yang didapatkan secara langsung dalam proses belajar dalam proyek atau permasalahan riil.

8.3. Manfaat Studi Independen Bersertifikat MBKM terhadap Pengembangan Soft Skill Mahasiswa

Selama kegiatan studi independen bersertifikat berlangsung banyak sekali adanya pengembangan soft skill kepada penulis. Yang mana, selama proses kegiatan studi independen bersertifikat penulis dapat meningkatkan kemampuan dalam berpikir dan beradaptasi dengan lingkungan baru di dunia kerja. Selain itu, Mahasiswa dapat mengimplementasikan setiap pemikiran yang ada. Dengan diberikannya berbagai proyek secara langsung, mahasiswa dapat mengimplementasikan ilmu yang telah didapat secara langsung di dunia industri dan secara tidak langsung hal tersebut mengasah kreativitas mahasiswa. penulis juga belajar bagaimana cara berkomunikasi dengan baik dan menjalin relasi dengan orang lain

sehingga memberikan peluang kepada mahasiswa untuk membangun dan memperluas relasi yang relevan dengan bidang karier masing-masing.

8.4. Manfaat Studi Independen Bersertifikat MBKM terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif Mahasiswa

Kegiatan studi independen bersertifikat MBKM pada PT Dwi Inti Putra bagi pengembangan kognitif penulis salah satunya adalah meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi sehingga penulis dapat berinteraksi secara langsung dengan client. kegiatan magang juga memberikan peningkatan dalam meningkatkan kemampuan ketelitian dalam menganalisa permasalahan yang ada di perusahaan. Selain itu juga kegiatan magang mengajarkan saya untuk dapat berpikir kritis, tidak stakan yang mana diajarkan dalam memandang suatu hal studi kasus dari beberapa sudut pandang sehingga dapat menghasilkan pemikiran yang luas.

8.5. Faktor – Faktor Kunci Sukses Dalam Bekerja Berdasarkan Pengalaman Studi Independen Bersertifikat

Berdasarkan pengalaman ketika melaksanakan pembelajaran studi independen bersertifikat MBKM di PT Dwi Inti Putra, penulis dapat menemukan faktor – faktor kunci sukses dalam bekerja yaitu Jangan mudah putus asa. Apabila kita merasa tidak mampu bekerja di tempat yang bukan bidang keahlian kita, tetaplh fokus untuk terus

belajar. Pelajari apa yang menjadi tugas pokok dan tanggung jawab kita dalam pekerjaan dengan tekun dan gigih. Ketekunan dan tekad yang kuat akan mempermudah kita dalam belajar dan bekerja. Terus asah ketrampilan kita dalam bekerja dengan membuka diri untuk menerima masukan dari orang lain. Selain itu Jangan menunda pekerjaan. Kebiasaan menunda pekerjaan untuk pekerjaan yang kita pandang remeh dan gampang akan berakibat pekerjaan menumpuk dan pada saat tertentu akan menjadi boomerang bagi kita karena harus kita selesaikan dalam waktu yang terbatas dan mendesak. Jangan dibiasakan membuang-buang waktu percuma dengan menunda pekerjaan.

Mau dan mampu bekerjasama dengan rekan kerja juga menjadi salah satu faktor keberhasilan kita dalam bekerja. Upayakan untuk selalu membangun koneksi yang baik dan positif pada setiap kesempatan yang ada. Meningkatkan rasa Tanggung jawab, Kerjakan setiap tugas yang ada dengan penuh tanggung jawab sampai tuntas meskipun adakalanya untuk menyelesaikan sebuah tanggung jawab harus mengerjakan melampaui batas waktu jam kerja.

8.6. Rencana Pengembangan Diri, Karir dan Pendidikan Lanjutan

Selama melaksanakan kegiatan studi independen bersertifikat MBKM pada PT Dwi Inti Putra dalam kurun waktu satu semester, penulis mendapatkan gambaran terkait dengan pentingnya implementasi kerja nyata dalam transisi pendidikan tinggi menuju dunia profesionalitas bagi

mahasiswa. Dalam memasuki dunia profesi, mahasiswa harus mempunyai bekal tak hanya ilmu pengetahuan, kompetensi, teknologi dan keterampilan, namun juga soft skill dan kerja nyata industry.

Sedangkan untuk karir penulis memperoleh gambaran Ketika penulis sudah lulus dan gambaran Ketika menentukan pekerjaan yang memiliki peluang untuk *fresh graduate*. Penulis berkeinginan merintis sebuah UMKM yang memanfaatkan perkembangan digital. Selain itu dalam mengikuti program ini penulis mendapat pengalaman semua membutuhkan ruang yang luas khususnya bagi mahasiswa untuk mengembangkan talenta, bakat dan passion. Sehingga Merdeka Belajar Kampus Merdeka membuka ruang seluas-luasnya bagi mahasiswa untuk tidak berada dalam ruang yang sempit atau pilihan yang terbatas.



DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, R., Danugiri, D., Santika, T., Studi, P., & Luar, P. (2022). *P-ISSN 2549-1717*. 7(1), 67–73.
- Devi, L. S., Trinawindu, I. B., & Dewi, K. A. K. (2020). Perancangan Corporate Identity Cangu Center Di Kuta Oleh PT. Domisan Karya Utama. *AMARASI: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(02), 157–177. <https://jurnal2.isi-dps.ac.id/index.php/amarasi/article/view/41>
- Dewojati, R. K. W. (2015). Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan. *Imaji*, 7(2). <https://doi.org/10.21831/imaji.v7i2.6633>
- Dharmawan, A., & Sitorus, A. F. (2019). Studio Komperatif User Experience Desain Antar Muka Pengguna Aplikasi Mobile Berdasarkan Elemen Desain. *Jurnal Sistem Informasi*, 1(2), 15–24.
- Eko Valentino, D. (2019). Pengantar Tipografi. *Tematik*, 6(2), 54–71. <https://doi.org/10.38204/tematik.v6i2.254>
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. Bin. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>

- Listya, A. (2018). Konsep dan Penggunaan Warna dalam Infografis. *Jurnal Desain*, 6(01), 10. <https://doi.org/10.30998/jurnaldesain.v6i01.2837>
- Melisa, K., T, B. B., S, D. K., Studi, P., Komunikasi, D., Seni, F., & Petra, U. K. (2016). *Perancangan Branding Produk Dari Limbah Kulit Dan Ban Yang Diproduksi Oleh Radja Leather*.
- Nasir, J., & Setiawan, Y. L. (2022). *Pembinaan Keterampilan Desain Grafis Bagi Generasi Muda di Perumahan Griya Elok Pengambiran Kota Padang*. 01(4), 200–208.
- NIMAH, S. N. (2020). Penggunaan Media Adobe Illustrator Pada Pelaksanaan Pelatihan Mendesain Busana Secara Digital Bagi Guru Smk Negeri 1 *Jurnal Tata*, 09, 14–19. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-busana/article/view/32864>
- Novitasari, F., Djahir, Y., & Fatimah, S. (2015). Pengaruh Media Adobe Illustrator Terhadap Hasil Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Ekonomi di SMA Srijaya Negara. *Profit*, 2(1), 59–67.
- Nugroho, A. R. (2015). PENGARUH LOGO DESIGN LOGO BARU BUMD YANG BERBASISAN KEARIFAN LOKAL TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (Studi Kuantitatif Mengenai Perubahan Logo Baru pada PDAM Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.30659/jikm.5.1.1-15>
- Raja, T. M., Haristianti, V., & Ananda, D. Y. (2020). Studi Aplikasi Corporate

Identity Pada Elemen Interior Kantor Telkom Indonesia. *Jurnal Desain Interior*, 5(1), 45. <https://doi.org/10.12962/j12345678.v5i1.6461>

Ramdhani, E., Hikmawati, V. Y., & Sugandi, M. K. (2019). Penerapan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Example Non Example Berbantuan Adobe Illustrator Terhadap Penguasaan Konsep Siswa Pada Materi Sistem Pencernaan. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan*, 1, 363–368.

Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>

Setiawan, I. N. A. F. (2020). Perancangan Logo Kreasi Program Magister Terapan Perencanaan Pariwisata Politeknik Negeri Bali Dan Implementasinya. *Jurnal Nawala Visual*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v2i1.54>

Sultanatta, C., & Maryam, S. (2019). Analisis Semiotika Logo Brodo Footweardi Media Sosial Twitter (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes). *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(01), 153–174. <https://doi.org/10.33822/jep.v1i01.448>

Tejo Kumoro, D., Hasanah, U., & Yoga Pudya Ardhana, V. (2021). Pelatihan Desain Grafis Bagi Santri Pondok Pesantren Pabelan. *Bakti Sekawan : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 13–16. <https://doi.org/10.35746/bakwan.v1i1.147>

Tiawan, Musawarman, Sakinah, L., Rahmawati, N., & Salman, H. (2020). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Tingkat Smk Di Smkn 1 Gunung Putri Bogor. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada*

Masyarakat, 1(4), 476–480. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.417>

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>

