

ANALISIS PERANCANGAN VISUAL *BRANDING* UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

Ratno Suprpto, S.Sn.,M.Ds^{1,*}, Eksaldi Marsan.²

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Pembangunan Jaya
Email: ratno.suprpto@upj.ac.id
Email: eksaldi.marsan@student.upj.ac.id

Abstrak

Sekarang kebutuhan tentang *branding* terkait dengan identitas visual semakin kuat karena tanpa *branding* atau perancangan visual merek akan sulit di ingat oleh audiens. Merancang identitas visual harus berdasarkan nilai-nilai di perusahaannya seperti *corporate value*, *culture*, dan visi misi itupun berdampak pada visual *branding* dan media publikasi. Media dan Visual *Branding* Universitas Pembangunan Jaya belum bersinergi satu sama lain dan belum terintergrasi yang dapat melemahkan citra visual atau nilai (*value*) Universitas Pembangunan Jaya itu sendiri. Membangun dan merancang kesatuan sistem Visual *Branding* Universitas Pembangunan Jaya yang komunikatif dan terintegrasi dapat memperkuat *awareness* atau membangun citra Universitas Pembangunan Jaya menjadi lebih seragam dan konsisten.dari segi visual dan media. Perancangan visual *branding* merupakan kebutuhan dari Universitas Pembangunan Jaya agar masyarakat melihat kesamaan atau kesatuan sistem visual yang konsisten serta media yang lainnya.

Kata Kunci: Visual, *Branding*, *Awareness*, Media, *Brand*

PENDAHULUAN

Saat ini, identitas visual menjadi kebutuhan penting dalam mengenalkan sebuah merek serta dapat menjadi ciri khas yang akan digunakan sebagai daya tarik pada audience. Identitas visual yang dilakukan biasa disebut sebagai Visual Branding. Tanpa adanya visual branding dari sebuah merek, para audience akan memiliki kesulitan dalam mengingat merek tersebut. Untuk merancang visual branding yang tepat dan memiliki ciri khas dari sebuah perusahaan, dibutuhkan riset serta data sesuai dengan culture dalam perusahaan, visi misi yang dapat mencerminkan tujuan dari perusahaan hingga corporate value. Visual branding tersebut akan berkaitan pada perancangan media publikasi yang tepat dan efektif. Pada dunia pendidikan seperti sekolah, kampus maupun yayasan juga dibutuhkan visual branding yang tepat dan mencerminkan tujuan yang dimiliki. Salah satu dunia pendidikan yang membutuhkan visual branding yang tepat adalah Universitas Pembangunan Jaya.

LATAR BELAKANG

Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) adalah perguruan tinggi swasta berlokasi di Bintaro, Tangerang Selatan didirikan pada tahun 2011 dan didukung oleh kelompok usaha PT Pembangunan Jaya. Awal mula penyelenggaraan pendidikan tinggi, UPJ di Jl. Boulevard sektor 7 Bintaro yang berada di kawasan Bintaro Jaya. Seiring dengan pertumbuhan jumlah mahasiswa dan kebutuhan pengembangan kampus yang lebih baik, dengan dukungan penuh dari kelompok usaha Pembangunan Jaya serta Yayasan Pendidikan Jaya, UPJ menempati gedung baru yang juga berada di kawasan Bintaro Jaya sejak Juni 2015.

UPJ mempunyai lembaga yang berhubungan dengan akademik dan non akademik, mulai dari Fakultas Teknologi dan Desain (FTD), Fakultas Humaniora dan Bisnis (FHB) serta Lembaga pendukung akademik seperti UPJ Live, Jaya Center for Advanced Learning (JCAL), Biro

Kemahasiswaan dan Alumni (BKAL) serta Marketing bertugas untuk memasarkan UPJ dengan berbagai macam cara agar dapat dikenal luas oleh masyarakat. Namun Media dan Visual Branding dari UPJ belum bersinergi satu sama lain serta belum terintegrasi dengan tepat dan hal tersebut dapat melemahkan citra visual atau nilai-nilai dari kampus itu sendiri. Salah satu contoh kelemahan visual dari UPJ yang dimaksud seperti belum adanya kesatuan visual serta konsistensi (media promosi online atau digital maupun cetak) dari UPJ LIVE. Sedangkan Visual Branding merupakan cara yang tepat untuk mengenalkan UPJ dan membentuk sebuah akseptasi bagi audience ketika melihat kesatuan visual yang konsisten.

Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan yang terjadi. Maka diperlukan perancangan Visual Branding yang tepat guna memperkuat kesadaran dan membangun citra Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) menjadi lebih konsisten dari segi visual dan memiliki satu kesatuan. Selain itu, ketepatan dalam perancangan Visual Branding dapat memperluas daya ingat maupun daya tarik dari masyarakat. Hal tersebut akan berdampak pada kemajuan dari kampus itu sendiri.

RUMUSAN MASALAH

Dalam penelitian ini, perlu dirumuskan permasalahan agar penelitian menjadi lebih fokus dan spesifik. Adapun bentuk rumusan masalah dipaparkan sebagai berikut;

1. Visual branding seperti apa yang dapat mempresentasikan Visi, Misi dan Nilai-nilai UPJ?
2. Bagaimana bentuk dan gaya visual yang tepat untuk UPJ?

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Untuk memperkuat *awareness* atau membangun citra visual UPJ menjadi lebih seragam dan konsisten.
2. Agar citra visual UPJ menjadi lebih mudah dan konsisten diidentifikasi serta mudah diingat oleh *stakeholder* dan masyarakat umum.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, hasil data visual yang dikumpulkan akan dianalisa dengan menggunakan model Analisa kompenensial. Model ini akan menganalisa unsur-unsur visual yang akan dijadikan sebagai landasan untuk bentuk visual yang baru. Kemudian hasil Analisa visual ini akan dijelaskan secara deskriptif untuk memberikan hasil Analisa yang lebih akurat.

Wawancara

Wawancara dilakukan dengan bagian Marketing Promotion dan Humas (MPH) Universitas Pembangunan Jaya sebagai pemasaran pertama untuk menarik perhatian masyarakat untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya mengenai visual yang sudah dibuat dan wawancara selanjutnya dengan Kepada Danis Murtiharso sebagai dosen universitas pembangunan jaya yang berperan penting sebagai ketua UPJ Live. Wawancara ini berguna untuk menambah data dalam proses eksekusi Visual Branding Universitas Pembangunan Jaya.

Observasi

Observasi dilakukan ke Universitas Pembangunan Jaya untuk mengetahui visual yang pernah dibuat oleh UPJ dan informasi lainnya. Hasil observasi selanjutnya bisa dijadikan untuk menggali data yang lebih spesifik.

Studi Refrensi

Studi Literatur dengan mencari data yang berhubungan langsung dalam proses perancangan visual branding dengan berbagai sumber berupa buku, arsip, artikel, dan jurnal.

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Wawancara

1. Marketing Universitas Pembangunan Jaya

Wawancarai marketing dengan staff marketing bagian publikasi visual Fitria Githa Wardhani dengan mewawancarai Staff marketing ini bertujuan menanyakan visual UPJ yang telah dibuat. Media apa saja yang telah digunakan, Menurut Githa Visual Universitas Pembangunan Jaya masih belum mempunyai guideline sehingga belum adanya konsistensi di semua media dan design yang dibuat membuat citra visual UPJ kurang baik, semua yang membuat visual untuk kebutuhan marketing adalah anak magang yang magang untuk marketing sehingga perlu adanya acuan atau guideline yang terancang untuk meningkatkan citra Universitas Pembangunan Jaya.

2. UPJ Live

Wawancarai Bapak Danis Murtiharso Dosen Universitas Pembangunan Jaya yang menangani UPJ Live menurutnya UPJ Live itu berbasis streaming Awal UPJ Live yang merilis adalah Pak Dion, awalnya ada mata kuliah produksi televisi. Maka dibuat lah TV Kampus pada tahun 2017. Menurutnya Permasalahannya juga sama Video-Video dan Motion yang dibuat juga masih menggunakan templates dari internet dan belum adanya konsistensi visual mulai dari warna, pemakaian logo, dan motion graphicnya. Perancangan ini sangat dibutuhkan menurutnya untuk memperbaiki kualitas visual dari UPJ Live dan untuk Universitas Pembangunan Jaya sendiri. Saran Bapak Danis, perancangan ini harus mencerminkan visi misi UPJ mulai dari tema dan warnanya.

Observasi

Data observasi diperoleh melalui hasil pengamatan dari desain yang telah dibuat oleh Universitas Pembangunan Jaya. Dalam observasi yang dilakukan, didapatkan bahwa desain yang digunakan berbeda Dengan melakukan survei lapangan langsung yaitu ke Universitas Pembangunan Jaya. Melihat visual dan media yang pernah di publikasikan, mengambil gambar-gambar visual yang akan di analisa dalam pembenahan citra visual, berikut adalah observasi yang telah dilakukan :



Gambar 1. Observasi Desain 1

Melihat gambar di atas belum adanya supergraphic (elemen grafis) yang tetap untuk setiap desain yang ada pada Universitas Pembangunan Jaya. Bukan hanya pada media cetak saja namun mulai dari desain digital UPJ juga dipaparkan oleh penulis untuk Analisa data yang dibutuhkan pada perancangan ini



Gambar 2. Observasi Desain 2



Gambar 3. Observasi Desain 3



Gambar 4. Observasi Desain 4



Gambar 5. Observasi Desain 5

Studi Literatur

Pembangunan Jaya (PJ) sadar akan kewajibannya sebagai bagian dari lembaga pendidikan di dalam kehidupan bangsa ini dan dengan pengalaman membangun sumber daya insani melalui pendidikan dasar dan menengah, PJ mempunyai kepercayaan diri untuk melangkah lebih jauh dengan menyelenggarakan perguruan tinggi yang akan diberi nama Universitas Pembangunan Jaya. Induk organisasi PJ merasa sudah waktunya merintis jenis perguruan tinggi yang unik dan sesuai dengan kekuatannya serta berpeluang menciptakan generasi berikut yang mampu mendorong perkembangan kehidupan bangsa ke arah cerdas, kreatif, bermoral, penuh tanggung jawab sebagai warga dan mampu menciptakan lapangan kerja baru.

Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) adalah perguruan tinggi baru yang didirikan oleh kelompok usaha Pembangunan Jaya dengan Ijin Operasional sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Nomor 38/D/O/2011 tanggal 25 Februari 2011. Kelompok usaha Pembangunan Jaya memiliki 17 usaha yang bergerak dibidang property, manufaktur, konsultan manajemen, konsultan desain, kontraktor, pariwisata/rekreasi, trading, mekanikal & elektrikal dan pendidikan.

ANALISIS

Wawancara telah dilakukan di dua tempat yaitu *Marketing* UPJ dan UPJ Live yang mewakili untuk perancangan ini mulai dari media cetak, digital dan video. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, untuk membuat visual *branding* yang tepat untuk Universitas Pembangunan Jaya, membutuhkan suatu tema yang berhubungan dengan nilai-nilai UPJ agar citra Universitas Pembangunan Jaya menjadi lebih baik. *Guideline* dibutuhkan untuk acuan desain visual karena visual *branding* UPJ masih berbeda beda. Visual *branding* ini dapat digunakan sebagai acuan desain agar desain dan visual UPJ Live juga harus mempunyai kesatuan visual serta perancangan ini dibuat sebagai *templates* untuk memudahkan menentukan desain dan video.

KESIMPULAN

Dari Analisis yang telah di jabaran perancangan Universitas Pembangunan Jaya masih menggunakan template dari desain maupun video untuk UPJ Live. Universitas Pembangunan Visual membutuhkan satu kesatuan visual untuk membantu desain dan motion video untuk kebutuhan marketing mempublikasikan Universitas Pembangunan Jaya. Dari keseluruhan

analisis data yang telah di paparkan kesimpulannya adalah Universitas Pembangunan Jaya belum mempunyai guideline visual dan kurang lengkap sehingga Visual atau desain yang dibuat masih sebatas template dan Belum adanya key visual untuk mendesain yang menjadikan Ketidak konsisten visual membuat citra UPJ menjadi lemah.

Pemecahan masalah dalam perancangan ini dibutuhkan *guideline* visual untuk media cetak, digital dan kebutuhan video motion graphic untuk acara-acara Universitas Pembangunan Jaya. UPJ Live juga membutuhkan Video motion kebutuhan siaran, untuk memperbaiki visual dan konsep yang tidak konsisten agar mempunyai acuan dalam membuat desain untuk media digital atau cetak. Visual branding ini akan membantu visual yang kurang dari Universitas Pembangunan Jaya.

Dalam dunia desain keseimbangan desain dan kontinuitas visual sangat di perlukan, penulis telah membuat guideline mulai dari cetak digital serta motion Media yang dibuat menyesuaikan segala aspek visual dengan target. Perubahan visual menjadi penting karena terlihat bersih dan elegan, karena penulis tidak ingin citra Universitas Pembangunan Jaya terlihat kurang baik melalui visualnya. Maka dari itu visual yang merepresentasikan nilai-nilai Universitas Pembangunan Jaya. Dalam membangun brand awareness yang kuat dibutuhkan aspek visual yang kuat juga. Melalui guideline visual yang telah dibuat diharapkan bisa memperbaiki visual Universitas Pembangunan Jaya yang selama ini masih belum terintegrasi satu lain.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa saran untuk peneliti selanjutnya yaitu melakukan observasi lebih mendalam mengenai asal-usul Universitas Pembangunan Jaya dan berdasarkan identitas Universitas Pembangunan Jaya. Perhatikan juga penggunaan warna merah karena Universitas Pembangunan Jaya identik dengan Jaya group, serta penggunaan warna pada foto untuk tidak menggunakan warna yang gelap karena mencerminkan kegelapan yang tidak cocok untuk Universitas Pembangunan Jaya. Jika ingin menggunakan blok warna jangan terlalu kuat bisa menggunakan warna turunan dari warna utama.

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan bisa lebih mengeksplorasi lagi mengenai font dan visual branding yang sudah di buat penulis dengan cara pandang dan visual yang berbeda. Berikut saran bagi penyelenggara, pembaca dan peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Aslam, M. (2006). *Journal of Marketing Communications. Are You Selling the Right Colour.*
- Kirk, L. E. (2013). *Visual Branding In Graphic Design. The University of Southern Mississippi.*
- Rustan, S. (2009). *Layout Dasar & Penerapannya.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Safanayong, Y. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu.* Jakarta: Arte Intermedia.
- Wheeler, A. (2011). *Designing Brand Identity.* In A. Wheeler, *Designing Brand Identity* (p. 8). Hoboken, New Jersey.: John Wiley & Sons, Inc.
- Yunus, U. (2019). *Digital Branding.* Bandung: Simbiosis Rekatama Media.