

**MERANCANG ULANG  
CORPORATE VISUAL IDENTITY YAYASAN  
PENDIDIKAN AL-MA'SOEM**

Oleh :  
Eka Noviana, S.Sn.  
NPP. 070701

Arum Kartikaningbudi  
NRP. 332005003



**INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL  
BANDUNG  
2011**

## LEMBAR PENGESAHAN

Dalam rangka pengusulan kenaikan jabatan akademik, dengan hormat memohon agar karya terlampir dapat sisyahkan untuk keperluan kelengkapan data kenaikan jabatan akademik saya

Pengusul  
Eka Noviana, S.Sn.  
NPP. 070701

Arum Kartikaningbudi  
NPP. 332005003

Mengetahui  
Fakultas Seni Rupa dan Desain  
Dekan,



M. Djalu Djatmiko, Drs., M.Ds.  
NPP. 99 08 09

Menyetujui  
Jurusan Desain Komunikasi Visual  
FSRD-ITENAS,



Agus Djatnika, Drs., M.Sn.  
NPP. 99 05 01

# Merancang Ulang Corporate Visual Identity Yayasan Pendidikan Al-Ma'soem

Eka Noviana  
Anum Kartikaningbudi

Contact Person:

Eka Noviana, S.Sn.

Jl. PHL Mustapa No 23 Bandung 420124

081220509242/naminaeno@gmail.com

## Abstrak

Identitas merupakan sebuah hal yang dibutuhkan bagi setiap individu untuk membedakannya dengan yang lain. Begitu pun dengan sebuah sekolah. Pada saat ini, semakin banyak bermunculan sekolah swasta yang menawarkan dan menjanjikan hal yang berbeda sehingga sekolah-sekolah tersebut memiliki khalayak sasaraannya sendiri. Al-Ma'soem adalah sebuah yayasan pendidikan yang memiliki keistimewaan, namun keistimewaannya itu tersembunyi, sehingga tidak terlihat. Manajemen dan promosi Al-Ma'soem telah dilakukan dengan baik. Dengan identitas yang dimiliki saat ini, Al-Ma'soem akan tetap dalam keadaan aman. Namun, alangkah lebih baik jika identitas visualnya mewakili keadaan Al-Ma'soem yang sebenarnya. Terutama jika Al-Ma'soem memang pantas untuk mendapat perhatian dari masyarakat dan ingin bersaing secara nasional.

Dengan menggunakan metode analisis SWOT dan Brand Sense oleh Martin Lindstrom, diperoleh inti masalah yakni Al-Ma'soem tidak tampak padahal pantas untuk tampil. Kemudian, melalui pendekatan FCB Grid yang dikembangkan Bruce Bendinger diperoleh keistimewaan Al-Ma'soem yang berpotensi untuk diunggulkan. Sebagai hasilnya adalah sebuah logo baru yang dapat mewakilkan Al-Ma'soem untuk berbicara pada dunia.

**Kata kunci.** *Identitas visual, logo, Al-Ma'soem, yayasan pendidikan (swasta)*

## Abstract

*Identity is needed for every individual to differentiate it from the others. Same thing happens in a school. Nowadays, there are more schools that promise different things, so that schools have their own target audience. Al-Ma'soem is an education society that has its own specialties. Unfortunately, it is hidden, so it become invisible. The management and the promotion has done its best. Also, with its identity that it has now, Al-Ma'soem will be just safe. But this will be better if the visual identity represents how Al-Ma'soem really is. Especially when Al-Ma'soem deserves better visual and wants to compete nationally.*

*With SWOT method analysis and Brand Sense by Martin Lindstrom, the problem is found, that is Al-Ma'soem is invisible yet it deserves to be shown off. Then, with FCB Grid by Bruce Bendinger, Al-Ma'soem's specialties that can bring it end is found. New logo that represents Al-Ma'soem is created as a result.*

**Keyword:** *Visual identity, logo, Al-Ma'soem, educational society.*

## 1. PENDAHULUAN

Selayaknya manusia, setiap perusahaan pasti memiliki identitas. Identitas ini berfungsi untuk menempatkannya pada sebuah golongan sekaligus membedakannya dengan anggota-anggota dalam golongannya. Namun, ada kalanya sebuah logo harus diperbaiki atau diubah, yakni ketika perusahaan yang dijalankan tumbuh semakin besar. Menurut Charlone Rivers, ketika logo tersebut telah diubah atau diperbaiki, maka akan memberikan efek besar terhadap perusahaan yang bersangkutan. Diperkuat oleh Paul Rand, "a redesigned logo may

*have the advantage of implying something new, something improved*. Tentunya, selain itu semua, sebuah logo harus diperbaiki jika logo tersebut tidak representatif dan tidak komunikatif. Karena dengan begitu maka perannya menjadi berkurang dan fungsinya menjadi tidak efektif.

Al-Ma'soem adalah sebuah sekolah yang sedang dalam semangatnya untuk berkembang. Peningkatan kualitas seperti ini akan lebih baik jika dibarengi dengan visual yang sesuai. Ketika sebuah logo tidak dapat mewakili siapa perusahaan yang bersangkutan, citra perusahaan tersebut pun akan sulit untuk naik karena kurang dipercaya. Bagi Al-Ma'soem yang memiliki keunggulan, sayang sekali jika disembunyikan. Perancangan ulang tepat untuk dilakukan sekarang karena citra Al-Ma'soem belum meluas, sehingga masih fleksibel untuk diubah atau diperbaiki.

## 2. CORPORATE VISUAL IDENTITY

### 2.1 Brand

Brand tidak dapat didefinisikan secara langsung, dibutuhkan penjelasan dari berbagai sisi untuk mendapatkan gambaran mengenai apa itu brand. Walter Landor mengatakan, *"Products are created in the factory. Brands are created in mind."* Ini berarti brand tidak nyata wujudnya, bukan sesuatu yang dapat dilihat dan diraba tetapi dapat dirasakan. Penjelasan lebih lanjut disampaikan Alma Wheeler, *"Brand is the promise, the big idea, and the expectations that reside in each customer's mind about a product, service or a company."* Kemudian menurut Jacqueline Tng, Managing Director Brand Union di Singapura, *"A brand is sum of the total experience of every touchpoint of the product, service or organization."* Ketika brand berperan untuk sebuah perusahaan, maka deskripsinya adalah "merepresentasikan perusahaan, di mana nilai-nilai korporat dipertuak ke berbagai macam kategori produk", kata Fandy Tjiptono dalam bukunya. Dari berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa brand adalah apa yang dirasakan konsumen mengenai produk yang ditawarkan, baik barang maupun jasa dan melalui setiap elemen sebuah produk tersebut, yang kemudian memunculkan kepercayaan bagi konsumen tersebut bahkan dalam kasus tertentu dapat merumbuhkan kefanatikan.

Country Director Brand Union Jakarta, Daniel Surya mengatakan bahwa terdapat sepuluh komponen agar sebuah perusahaan dapat menyampaikan pesan atau ide dasarnya kepada konsumennya, antara lain: *"Identity, corporate, digital, information design, product branding, live events, way finding, engagement, retail, hosted environments, consumer trends."* Dari semua komponen tersebut, yang paling mendasar adalah identitasnya, sebagai gerbang utama. Menurut Milton Glaser, *"A logo is the point of entry to the brand."* Daniel Surya sendiri memecahkan dengan diagram yang dibutuhnya.



Gambar 2.1 Brand Universe, Daniel Surya

Dengan dasar pemikiran tersebut, maka identitas adalah hal yang mendasar yang perlu dibenahi sebelum hal lainnya mengikuti dan melengkapi.

## 2.2 Corporate Visual Identity

*Corporate visual identity* atau identitas visual korporat sebenarnya lebih sering disebut dalam teori-teori hanya *corporate identity*. Seringkali pembaca dianggap sudah mengerti ke arah mana pembicaraan identitas korporat yang dimaksud. Pada dasarnya, *corporate identity* terdiri atas tiga bagian, yakni *core values* (nilai yang dianut, menyangkut pemikiran-pemikiran pemilik perusahaan), *corporate culture* (tradisi dan ritual perusahaan, menyangkut identitas sikap dan perilaku), dan *corporate communications* (cara perusahaan berkomunikasi, menyangkut visual yang digunakan). Bidang studi DKV tentunya membahas masalah *corporate communication*, karena menyangkut masalah visual. *Corporate communication* dalam bentuk visual di sini artinya bagaimana menyampaikan maksud atau pesan perusahaan melalui visual.

Martin Lindstorm, menyampaikan dalam bukunya yang berjudul "Brand Sense", dua belas pecahan sebuah brand untuk menguji kekuatan sebuah brand, antara lain: *picture, color, shape, name, language, icon, sound, behaviour, service, tradition, ritual, dan navigation*. Dari komponen-komponen tersebut, yang termasuk visual adalah *picture, color, shape, name, dan icon*. Kesemua elemen ini terdapat dalam sebuah logo.

Menurut Ajina Wheeler, "*Visual identity triggers perceptions and unlocks associations of the brand. Vision provides a person with information about the world*".

## 2.3 Identitas Visual pada Yayasan Pendidikan

Yayasan pendidikan pun memiliki identitas tersendiri yang membedakannya dengan yayasan pendidikan yang lain. Oleh karena itu, sebuah yayasan pendidikan tetap memerlukan logo sebagai representasinya ketika berinteraksi dengan siapapun. Namun, logo atau visual identitas bagi kebanyakan sekolah-sekolah dan yayasan pendidikan yang ada di Indonesia masih belum berperan penuh. Penggunaan logo masih sebagai lambung atau simbol saja, yang di dalamnya terkandung makna-makna intrinsik. Makna atau pesan-pesan intrinsik ini membuat logo tersebut tidak memiliki "emosi". Sedangkan menurut Marc Gobe, "*a logo without "heart" is like a person without "heart": cold, uninteresting, a robot*". Selain itu, sebuah yayasan bukan tidak memiliki *target audience*. Yayasan pendidikan juga memiliki lawan berkomunikasi.

Sebuah logo bagi yayasan pendidikan akan membangkitkan kepercayaan di mata orangtua siswa untuk menyerahkan pendidikan anaknya yang merupakan bekal bagi masa depan buah hatinya tersebut. Logo juga dapat membangkitkan sebuah kebanggaan dan kepercayaan diri bagi pihak dalam (pemilik dan karyawan) yayasan pendidikan yang bersangkutan.

# 3. YAYASAN PENDIDIKAN AL-MA'SOEM

## 3.1 Identitas

Al-Ma'soem adalah sebuah yayasan pendidikan yang berlokasi di Jatinangor, yang mendasarkan segala peraturannya dengan syariat Islam. Al-Ma'soem memulai langkahnya di bidang pendidikan ini pada tahun 1986 hingga kini memiliki sekolah yang berjenjang TK, SD, SMP, SMA, dan AMIK (Akademi Manajemen dan Ilmu Komputer), serta Pesantren Pendidikan Formal. Pondok Pesantren di Al-Ma'soem ini berperan sebagai penunjang kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah dan sebagai fasilitator agar syariat Islam yang dijunjung sekolah dapat ditegakkan dengan baik. Ciri khas pendidikan yang dijalani yaitu "disiplin dan islami".

### Visi dan Misi Al-Ma'soem

Visi: Membentuk generasi yang berintelektual dan berakhlakul karimah (cageur,bageur, pinter, untaq, ipitek)

#### Misi:

1. Memberikan wahana yang memadai bagi upaya mencerdaskan masyarakat.
2. Memberikan wahana pendidikan yang berkesinambungan.



3. Mengentaskan generasi muda dari buta huruf Al-Qur'an, IPTEK, dan IMTAQ.
4. Menyediakan sekaligus membiasakan sikap hidup disiplin.

Terdapat keunikan yang dimiliki Al-Ma'soem dalam menegakkan kedisiplinannya, yaitu tidak menerapkan kontak fisik. Sanksi yang diberikan hanya berupa pengembalian ke orangtuanya (*drop out*) jika poin pelanggaran telah mencapai 100. Hukuman lainnya yang biasanya diterapkan di sekolah lain seperti dijemu di lapangan upacara, atau membersihkan WC tidak diberlakukan di Al-Ma'soem. Poin terbesar, yakni 100, didapatkan jika siswa tersebut pemukul pertama dalam sebuah perkelahian, artinya tidak akan ada perkelahian jika tidak ada pemukul pertama. Guru juga tidak boleh memarahi siswa, apalagi memukul. Jika hal ini terjadi, guru yang bersangkutan bisa di skors.

### Logo Yayasan



arti logo adalah sebagai berikut:

- segi lima bervariasi adalah lambang rukun Islam sebagai pedoman hermasyarakat dan bernegara
  - lekukan pada segi lima bervariasi sebanyak lima bagian menunjukkan shalat fardu yang merupakan kewajiban umat Islam.
  - Lingkaran berbetuk bunga adalah lambang kearifan yang mekar dan indah, suci sepanjang masa, harum, dan lambang kebudayaan.
  - Lingkaran bervariasi di tengah berjumlah 17 lekukan melambangkan kelembagaan ke-Islaman yang mewajibkan shalat 5 waktu 17 rakaat.
- Buku adalah lambang keilmuan sebagai jiwa insan intelek dan ahli di bidangnya. Di dalamnya terdapat 9 baris, menunjukkan angka tertinggi untuk menjadi motivator mencapai nilai optimal.
  - Bintang segi lima menunjukkan simbol keistimewaan
  - Obor adalah lambang alat penerang yang menggambarkan semangat membara dalam setiap insan pendidikan. Lidah api terdiri dari 6 (enam) patahan yang melambangkan rukun iman sebagai pedoman hidup umat Islam.
  - biru tua melambangkan keteguhan dan konsistensi
  - kuning melambangkan kedewasaan
  - merah melambangkan keberanian dan semangat kerja
  - hitam melambangkan kewibawaan
  - putih melambangkan kesucian
  - biru muda melambangkan kesejukan

### 3.2 Al-Ma'soem di Masyarakat

Masyarakat tentunya memiliki pertimbangan-pertimbangan tersendiri ketika memilih sebuah sekolah. Menurut survey mengenai kriteria memilih sekolah telah dilakukan Weilin Han, seorang konsultan dalam bidang pendidikan. Weilin Han mendapatkan sekitar 70 responden yang merespon melalui SMS, surat elektronik, dan facebook. Sebagai catatan, biaya dan kualitas SDM di luar kriteria yang dipilih. Hasilnya adalah sebagai berikut:

1. 48 orang tetap berpijak fasilitas yang memadai menjadi pilihan utama dalam memilih sekolah.
2. 47 orang merasa bahwa lokasi dan jarak sekolah dari tempat tinggal sangat menentukan pemilihan sekolah.
3. Kualitas, Referensi, Reputasi sekolah menduduki urutan ketiga dengan jumlah pemilih 38 orang.
4. Dengan maraknya tawuran, ancaman penculikan, bahkan peredaran narkoba yang begitu mudah, sementara kekuatan polisi yang sangat terbatas, maka lingkungan yang aman dan bersih menjadi prioritas orang tua selanjutnya.
5. Sekuler/Agama

6. Kurikulum
7. Metode
8. Yang terakhir, adalah penggunaan bahasa asing sebagai instruksi pembelajaran di kelas.

Beberapa kriteria lain yang diperoleh dengan melihat blog yang ditulis beberapa orang ternyata menghasilkan kriteria yang tidak jauh berbeda. Setelah melihat keterangan lebih lanjut, ternyata kekhawatiran orang tua saat ini adalah masalah pergaulan yang menyebabkan mereka berhati-hati memilih lingkungan sekolah, terpisah dari kualitas pendidikannya. Jika dilihat dari kriteria ini, Al-Ma'soem sebenarnya sudah cukup memenuhi. Untuk lebih jelasnya, lihat tabel 3.1.

No	Kriteria	Al-Ma'soem
1	Fasilitas	Lengkap
2	Lokasi	Jauh dari kota, tetapi memiliki pesantren dan antar jemput
3	Reputasi	Sudah baik di regional tertentu, namun belum sampai kota
4	Ketertihan dan Kebersihan	
5	Agama	Terjamin, peraturan yang disiplin
6	Kurikulum	Berlandaskan agama Islam
7	Metode	Full-day menunjang kurikulum yang lebih gemuk
8	Biaya	KBK, dan arak (diskusi), belajar di luar kelas
9	Profil Pendidik	Lebih tinggi dari sekolah negeri
10	Alumni	Sesuai standar (mayoritas SI)
11	Akreditasi & Kelas Akselerasi	Lulus 100%, PTN 30% Sekolah formalnya akreditasi A, telah ada akselerasi

Tabel 3.1 Perbandingan Al-Ma'soem dan Kriteria Sebuah Sekolah

Kualitas Al-Ma'soem ini sebenarnya sangat mendukungnya untuk berkembang menjadi bertaraf nasional dan internasional, karena sangat berpeluang untuk menarik masyarakat. Faktor jarak dan biaya memang dapat menutup mata masyarakat sehingga mereka tidak tertarik melihat keunggulan yang dimiliki sekolah lain.

#### 4. ANALISIS DAN INTERPRETASI

Dari perolehan data dan informasi yang telah disampaikan pada Bab 3, maka beberapa hal mendasar mengenai Al-Ma'soem dapat dipaparkan.

1. Al-Ma'soem sangat prinsipil, mendalam, dan spesifik dalam membicarakan sesuatu hal, baik itu logonya hingga peraturan yang diterapkan.
2. Al-Ma'soem sangat terbuka kepada masyarakat.
3. Al-Ma'soem sangat menjaga kenyamanan siswanya selama berada di kampus, tampak dari suasana yang sejuk dan asri, damai tanpa kontak fisik, dan tekanan terhadap siswa dalam bentuk apapun sebisa mungkin dihindarkan.

Sebagaimana sebuah sekolah, tempat di mana seorang anak dalam hidupnya tumbuh dan berkembang, menyerap informasi sebanyak-banyaknya. Sekolah merupakan salah satu faktor pembentuk karakter seorang manusia. Bagaimana seseorang menghadapi masalah, bersikap, dan berkarya terbentuk di usia mudanya, yakni pada masa sekolahnya.

Al-Ma'soem adalah sebuah sekolah yang menerapkan sistem *full-day*. Dalam hal ini, seorang anak yang bersekolah di Al-Ma'soem mau tidak mau menghabiskan sebagian besar harinya di Al-Ma'soem. Dengan begini, setiap pola pendidikan yang diterapkan akan turut andil membentuk karakter pribadi setiap anak. Ketika si anak sudah dewasa, sikapnya dalam menghadapi sebuah masalah adalah sebagaimana anak tersebut dididik di sekolahnya, dalam hal ini Al-Ma'soem.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, karakter yang dibentuk Al-Ma'soem adalah kedisiplinan yang berlandaskan ajaran Islam. Al-Ma'soem tidak mengenal kompromi dalam menerapkan peraturan dan hukuman bagi pelanggarnya. Kedisiplinan sangat dijunjung

tinggi, namun kekerasan sangat dilarang. Al-Ma'soem tidak hanya mendidik dalam hal ilmu pengetahuan, tetapi juga akhlak yang terbukti dalam setiap kegiatannya selalu dilandasi dan disisipi ajaran Islam. Ditambah lagi dengan fasilitas yang memadai, terutama dalam bidang olah raga, sehingga *tagline* "cagur, bageur, pinter" bukan hanya sekedar wacana, tetapi dilaksanakan dengan baik dan terencana.

#### 4.1 Konsep Pesan

Pola pendidikan jasmani dan rohani yang ditanamkan secara intensif dalam bentuk anak, akan membentuk karakter anak tersebut. Secara tidak langsung, akan membentuk generasi yang bermoral di tengah-tengah arus globalisasi yang semakin memerosotkan moral. Sebaliknya, anak tersebut memiliki sebuah prinsip hidup yang membantunya bagaimana seharusnya bersikap dalam menghadapi suatu masalah. Anak tersebut akan selalu terbuka pada suatu hal yang baru, namun akan tetap dalam pagarnya. Dengan adanya pagar ini, orang tua tidak perlu takut lagi untuk melepas anaknya ke dunia luar.

Singkatnya, Al-Ma'soem adalah sekolah yang ikut menentukan pola sikap seorang anak dalam menghadapi setiap masalah hidup.

#### 4.2 Penerapan Konsep pada Simbol/Bentuk

Sebagai penentu pola sikap anak dalam menghadapi kehidupannya, Al-Ma'soem diasosiasikan sebagai huruf *nun* ( ن ) dalam abjad Arab yang dalam membacanya dia adalah sebaga penentu. Dalam membaca Al-Qur'an, ketika *nun mati* bertemu *fa* maka menjadi *ikhfa*. Namun ketika bertemu *ha* maka menjadi *idzhar*, dan ketika bertemu *lam* maka menjadi *idgham*. Sama halnya ketika peraturan yang melekat dan terpola dalam bentuk siswanya yang di kemudian hari akan menentukan sikapnya terhadap beragam masalah. Kemudian kebaikan-kebaikan yang dihasilkan atas sikapnya itu diasosiasikan kepada lebah yang mengambil manis bunga atau bagian yang manis dari bunga, kemudian menghasilkan madu yang memiliki berjuta kebaikan dan manfaat. Karena sekolah adalah sebuah tempat atau wadah, maka asosiasinya menjadi sarang lebah. Kesimpulannya, dua elemen grafis yang akan menjadi pembentuk logo adalah huruf *nun* dan sarang lebah.



Gambar 4.1 Penerapan Konsep pada Bentuk

Keteraturan Al-Ma'soem diwakilkan dengan jenis logo yang simetris dan geometris. Sedangkan kelenturannya yang melarung kekerasan dan kontak fisik diterapkan pada bentuknya yang tanpa sudut.

#### 4.3 Penerapan Konsep pada Warna

Warna adalah sebagai elemen emosional dalam sebuah logo. Maka, warna yang digunakan adalah warna-warna cerah sebagai representasi dari jiwa muda. Nuansa yang tercipta adalah hiasu kebiruan untuk mewakili kesjukan lahir dan batin yang diciptakan Al-Ma'soem.





Gambar 4.2 Penerapan Konsep pada Warna

Menurut teori dari buku "Logo Design Workbook", warna biru mengasosiasikan langit biru yang luas dan juga sering menggambarkan wawasan yang luas, warna hijau sebagai warna alam dan juga sebagai identitas Islam, warna oranye mewakili kreatifitas dan energi/semangat. Maka capteur diwakili oleh warna oranye, bageur diwakili oleh warna hijau, sedangkan pintar diwakili dengan warna biru

#### 4.3 Penerapan Konsep pada Tipografi

*Logotype* diposisikan sebagai pelengkap pesan. Pesan yang belum muncul dengan kuat di simbol/logogram ditelakan pada *logotypenya*. Di samping itu, *logotype* harus serasi dengan logogramnya. Pesan yang harus diperkuat adalah kedisiplinan, ketertaturan, dan ketegasan namun dengan bijak dan pertumbuhan yang tepat

Huruf yang digunakan adalah huruf yang modern namun tidak kehilangan aturan-aturan lama. Al-Ma'soem memang sekolah yang menganut Islam inklusif, terbuka dengan setiap hal baru, tetapi bukan sekolah yang berorientasi pada teknologi canggih. Al-Ma'soem memiliki penulisan yang moderen, tetapi tetap ada pagar-pagar yang menjaganya agar tetap pada jalurnya

Setelah melalui beberapa penyaringan dan diperoleh beberapa nominator, jenis huruf yang dipilih adalah Times Sans Serif Sebuah huruf yang sangat klasik, namun bertransformasi menjadi Sans Serif yang sangat modern. Tebal tipisnya menandakan Al-Ma'soem yang tidak datar (tidak *flat*), namun dengan hilangnya kaitan-kaitan pada hurufnya maka hilang pula kekunoannya.



Gambar 4.3 Logo utuh

Kaitan tetap ada pada huruf pertama dan terakhir Al-Ma'soem. Hal ini untuk memperkuat kepercayaan dan kokohnya Al-Ma'soem. Huruf kapital juga dipilih untuk memperkuat kesan percaya dirinya.

#### 4.4 Aplikasi Identitas

Identitas visual diaplikasikan pada beberapa benda yang dibutuhkan oleh Yayasan Pendidikan yang bersangkutan agar identitasnya dapat berfungsi dengan sebaik-baiknya. Berikut ini rancangan penerapannya.



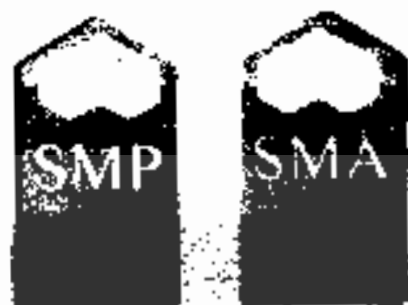
Gambar 4.4 Aplikasi pada laptop, smart, kartu nama, kartu siswa, dan cup



Gambar 15 Aplikasi pada seragam SMA (bunda SMP) (hijau), dan SD (coral)



Gambar 16 Aplikasi pada map/folder





Gambar 4.7 Aplikasi pada berbagai sign system, yakni gerbang, penanda jenjang, penunjuk arah, fasilitas, tempat parkir, dan toilet

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Identitas Al-Ma'soem yang baru mengacu pada filosofi lebah dan huruf nun dari abjad Arab. Dengan visual identitas yang baru ini diharapkan Al-Ma'soem dapat lebih terwakili dalam berkomunikasi pada dunia luar, terutama pada khalayak sasarannya, sehingga pesan yang ingin disampaikan mengenai siapa Al-Ma'soem dapat lebih tersampaikan.

### 5.2 Saran

Apabila Al-Ma'soem ingin bersaing secara nasional, maka identitas visualnya harus dibenahi. Identitas visual yang ada sekarang sudah aman, namun hanya dalam kurun waktu singkat. Dalam beberapa tahun ke depan akan muncul berbagai sekolah yang dapat menyaingi Al-Ma'soem dengan berbagai janji-janji yang unik. Kondisi yang sekarang telah membuat



Al-Ma'soom tidak *eye-catching*; jika tidak diperbaiki maka akan semakin tenggelam. Padahal Al-Ma'soom memiliki konsep yang baik dalam memberikan pendidikannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Sean, Norcen Morooka with Terry Stone. 2004. *Logo Design Workbook*. Massachusetts: Rockport.
- Andres, Clay, Catherine Fishel, Pat Mason Knapp. 2001. *Identity Design Sourcebook*. USA: Rockport.
- Fard, Rudi. 2006. Pengantar Kuliah DKV 1 "Logo dan Identitas". Bandung
- Fattah, Drs. Nanang. 2001. *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Fishel, Catherine. 2000. *Redesigning Identity*. Massachusetts: Rockport
- Gobe, Marc. 2004. *Emotional Branding*
- Goodman, Allison. *7 Essential Graphic Design*.  
[http://en.wikipedia.org/wiki/corporate\\_identity/](http://en.wikipedia.org/wiki/corporate_identity/)  
<http://www.digartibali.com/konsep-proses-dasar-designs-logo/>  
<http://www.logodesignworks.com/>  
[http://www.paul-rand.com/thoughts\\_logoflags/](http://www.paul-rand.com/thoughts_logoflags/)
- Hurlock, Elizabeth. 1980. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Indar, M. Ed. Drs. H. M. Djunberansyah. 1994. *Filsafat Pendidikan*. Surabaya: Karya Abditama
- Martin Lindstrom. 2005. *Brand Sense*. New York: Free Press.
- Mintz, Patricia Baroz. 1998. *Dictionary of Graphic Art Terms. A Communication Tool for People Who Buy Type and Printing*. New York.
- Mudyahardjo, Drs. Rodja. 2001. *Filsafat Ilmu Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Murphy, John and Michael Rowe. 1998. *How to Design Trademarks and Logos*. Ohio: North Light Book.
- Peterson, L. K. Cheryl Dangel Callen. 2000. *Global Graphics: Color*. Massachusetts: Rockport.
- Resnick. *Design for Communication*
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Siswa*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia
- Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. *Brand Management & Strategy*. Jogja: Andi.
- Wholer, Alina. 2003. *Designing Brand Identity*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.