

## Desain Logo Sebagai Identitas Visual Pondok Pesantren Baitul Hidayah

Hasan Ibrahim<sup>1</sup>, Irma Rochmawati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Universitas Komputer Indonesia, Bandung

<sup>2</sup>Desain Grafis, Fakultas Desain, Universitas Komputer Indonesia, Bandung

Email: <sup>1</sup>hasan.51919091@mahasiswa.unikom.ac.id, <sup>2</sup>irma@email.unikom.ac.id

**Abstrak:** Pondok Pesantren Baitul Hidayah merupakan institusi pendidikan Islam yang tidak hanya fokus pada pendidikan agama, namun juga memberikan pendidikan umum yang dapat mendukung kebutuhan masyarakat dalam menghadapi tantangan di kehidupan bermasyarakat kelak,, Pondok Pesantren Baitul Hidayah belum terlihat memandang identitas Lembaga melalui logo menjadi hal yang penting, terbukti dari beberapa temuan dilapangan adanya ketidakkonsistenan pada penerapan identitas logo pada beberapa media dan juga tingkat keterbacaan yang minim di media yang kecil, karena identitas Pondok Pesantren Baitul Hidayah menjadi representasi dari nilai-nilai yang dianut oleh insan yang ada didalam Lembaga tersebut dan juga menjadi pembeda. Jika suatu Lembaga Pendidikan tidak menerapkan identitasnya dengan konsisten, maka akan sulit untuk menunjukkan eksistensinya. Oleh karena itu Pondok Pesantren Baitul Hidayah membutuhkan identitas baru berupa logo yang dapat memberikan konsistensi untuk media-media yang digunakan dan juga dapat merepresentasikan nilai-nilai yang dianut seluruh insan yang bertujuan agar Pondok Pesantren Baitul Hidayah dapat lebih konsisten dalam menerapkan identitas pada media dan selain itu juga logo baru akan memberikan kesan segar dan lebih kontemporer sesuai dengan perkembangan zaman.

**Kata kunci:** Desain, logo, media, pesantren.

***Abstract:** Baitul Hidayah Islamic Boarding School is an Islamic educational institution that does not only focus on religious education, but also provides general education that can support community needs in facing challenges in social life in the future. it is evident from several findings in the field that there are inconsistencies in the application of logo identity in several media and also the minimal level of legibility in small media, because the identity of the Baitul Hidayah Islamic Boarding School is a representation of the values shared by the people within the Institution and also a differentiator. If an educational institution does not apply its identity consistently, it will be difficult to demonstrate its existence. Therefore the Baitul Hidayah Islamic Boarding School needs a new identity in the form of a logo that can provide consistency for the media used and can also represent the values shared by all human beings with the aim that the Baitul Hidayah Islamic Boarding School can be more consistent in applying identity to the media and other than The new logo will also give a fresh and more contemporary impression in line with current developments.*

**Keywords:** Design, logo, media, boarding school.



## PENDAHULUAN

Pondok Pesantren merupakan sebuah lembaga pendidikan yang sangat penting dalam masyarakat Indonesia, khususnya bagi umat muslim. Pondok Pesantren di Indonesia telah memiliki sejarah yang panjang, bahkan sejak zaman penjajahan Belanda. Di pondok pesantren, para santri akan mendapatkan pendidikan agama dan pengetahuan umum, serta diasuh oleh para Kyai yang juga sebagai pengasuh pondok. Kehadiran pesantren telah diakui sebagai lembaga yang turut membantu mencerdaskan kehidupan bangsa, salah satu jenis pondok adalah Pondok pesantren modern yang merupakan institusi pendidikan Islam yang berkembang pesat di Indonesia yang tidak hanya fokus pada pendidikan agama Islam, namun juga memberikan pendidikan umum yang dapat menunjang kebutuhan masyarakat dalam menghadapi tantangan zaman.

Pondok Pesantren Baitul Hidayah merupakan Lembaga Pendidikan islami dengan kurikulum gontor. Pondok Pesantren Baitul Hidayah bertempat di bukit panyandaan Bandung, dengan santri yang sudah mencapai ±400 siswa, pondok Pesantren Baitul Hidayah sudah cukup dikenal dengan tempat yang indah dan asri karena Pondok Pesantren Baitul Hidayah juga dijuluki “sekolah diatas awan” karena tempat yang berada di perbukitan, Pondok Pesantren Baitul Hidayah didirikan pada tahun 2010, Jenjang yang di tempuh di santri Pondok Pesantren Baitul Hidayah adalah jenjang 1 KMI (kuliyyatul mua’lilimina Al-Islamiyyah) sampai dengan 6 KMI (kuliyyatul mua’lilimina Al-Islamiyyah) SMP-SMA sederajat, para santri Pondok Pesantren Baitul Hidayah diwajibkan menempuh Pendidikan selama 6 tahun untuk Reguler ataupun 4 tahun untuk yang Intensif dan dilanjutkan pengabdian wajib selama 1 tahun.

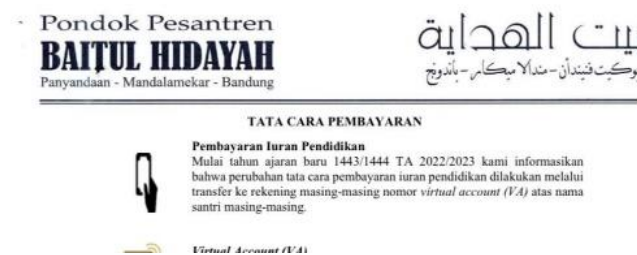
Model pendidikan yang diterapkan adalah pengasuhan 24 jam di pesantren, di mana para santri menerima kelas bahasa Arab, Inggris, agama, dan pendidikan umum. Selain itu, siswa juga dilengkapi dengan Life skill di bidang pertanian, budidaya tanaman, peternakan, perikanan, teknologi, kesenian, lingkungan, dan kewirausahaan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan pemberdayaan masa depan. Program ini merupakan program pesantren masa depan yang menggabungkan model pesantren tradisional dan modern, serta terintegrasi dengan sistem sekolah dan sistem pesantren (asrama). Dengan seiring berjalannya waktu Pondok Pesantren Baitul Hidayah semakin dikenal masyarakat, terbukti dari data santri yang mendaftarkan dirinya dari tahun ke tahun semakin tahun semakin meningkat.

Walaupun demikian Pondok Pesantren Baitul Hidayah memiliki identitas visual berupa logo yang inkonsisten dan tidak aplikatif. Seperti tidak menyantumkan identitas logo pada media pendukung (lihat gambar 2), dan juga tidak aplikatif seperti logo Pondok Pesantren Baitul Hidayah pada batu peresmian Gedung serbaguna yang terlihat bukan seperti logo yang seharusnya (Lihat gambar 3), dan akhirnya itu juga disadari oleh sebagian pendiri Pondok Pesantren Baitul Hidayah yaitu KH. Ahmad Busyro said, S.Pd. sebagai bagian Pendidikan, mengatakan kurang sederhananya logo Pondok Pesantren Baitul Hidayah, bahkan alumni yang sudah belajar selama 6 tahun di pondok Pesantren Baitul Hidayah tidak ingat

dengan logo tersebut, dan juga dari KH. Erik Setiawan, M.i,Kom yang mengatakan logo yang dipakai sekarang sebetulnya susah untuk di terapkan pada beberapa media contoh sederhananya adalah stemple Pondok.



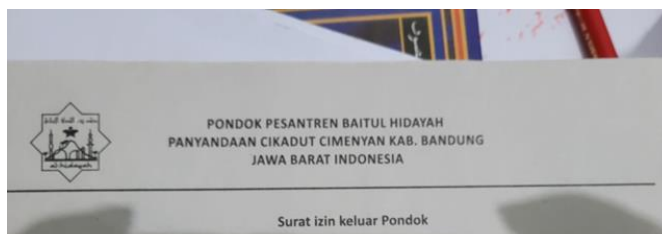
Gambar 1. Logo Pondok Pesantren Baitul Hidayah 1  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar 2. Kop Surat Pondok Pesantren Baitul Hidayah  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)



Gambar 3. Batu Peresmian Gedung Serbauna  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)



Gambar 4. Surat Izin Pondok Pesantren Baitul Hidayah  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Oleh karena itu, diperlukan pembuatan ulang identitas Pondok Pesantren Baitul Hidayah untuk mencapai konsistensi yang lebih baik, Rustan (2021) menyebutkan salah satu alasan melakukan Rebranding adalah penerapan identitas yang tidak konsisten. Tujuannya adalah agar Pondok Pesantren Baitul Hidayah menjadi lebih dikenal dan dekat dengan masyarakat. Dalam pembuatan identitas baru, penting untuk menciptakan citra yang lebih baik dan mudah diingat oleh masyarakat dengan visual yang sederhana namun tetap mempertahankan unsur-unsur penting seperti visi dan karakteristik Pondok Pesantren Baitul Hidayah. Proses pembuatan identitas baru juga akan merubah secara keseluruhan logo sebelumnya, tetapi tetap mempertahankan nilai-nilai Pondok Pesantren Baitul Hidayah.

## **METODE**

Dalam upaya untuk menyampaikan identitas visual melalui logo dan aplikasinya kepada target audience, diperlukan perancangan strategi komunikasi dan kreatif yang efektif. Strategi ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh *target audience* yang ada, sementara juga memiliki daya tarik yang dapat menarik perhatian khalayak sasaran.

### **Objek Penelitian**

Objek dalam perancangan ini adalah identitas visual logo dari Pondok Pesantren Baitul Hidayah. Ditemukan ketidak-konsistenan dalam penggunaan logo pada berbagai media, serta ketidaksesuaian makna logo dengan kepribadian lembaga ini. Sehingga, perlu dilakukan perancangan ulang logo Pondok Pesantren Baitul Hidayah.

### **Prosedur Pengambilan Data**

Dalam rangka perancangan ini, perancang melakukan pengumpulan dan pencarian referensi data dengan cara melakukan studi literatur melalui berbagai sumber seperti buku, artikel, dan jurnal. Selain itu, perancang juga melakukan sesi wawancara dan observasi dengan pihak yang terkait di Pondok Pesantren Baitul Hidayah. Untuk melengkapi informasi yang diperlukan, perancang juga melaksanakan survei berbentuk kuesioner kepada masyarakat di daerah Bandung, termasuk masyarakat umum serta anggota Wali santri di Pondok Pesantren Baitul Hidayah.

### **Tahapan Pembedahan Objek Penelitian**

Data-data yang ditemukan melalui studi literatur di buku, artikel, dan jurnal digunakan sebagai referensi dan sumber informasi yang berkaitan dengan identitas visual. Melalui wawancara, kami bertujuan untuk memperkuat pemahaman dalam proses perancangan. Observasi juga dilakukan untuk mendapatkan referensi tambahan dan mengidentifikasi peluang strategis dalam penggunaan media yang sesuai. Adapun kuesioner kami gunakan untuk memperkaya strategi perancangan agar pesan yang ingin disampaikan dapat lebih efektif sampai kepada masyarakat yang menjadi *target audience*.

## Metode Analisa

### 1) Khalayak Sasaran

McQuail (2010) menjelaskan bahwa khalayak adalah konsumen yang memiliki kepentingan pribadi. Khalayak Sasaran yang aktif adalah mereka yang terlibat secara aktif dalam memproses informasi yang diterima dan memiliki pengalaman sendiri. Pada target audiens yang dipilih yaitu pada usia 30-45 tahun, berjenis kelamin perempuan dan laki-laki, semua suku, serta status ekonomi dan sosial ditargetkan pada menengah hingga menengah ke atas. Wilayah tempat yang ditargetkan yaitu urban dan sub urban yang ada di wilayah Bandung ataupun nasional.

### 2) Strategi Komunikasi

Pada strategi komunikasi perancangan ulang identitas visual pada logo Pondok Pesantren Baitul Hidayah, meliputi:

## Tujuan dan Pendekatan Komunikasi

Menurut Fiske seperti yang dikutip Tarmawan (2010), Pesan merupakan sebuah konstruksi tanda yang dapat menghasilkan makna dengan penerima dalam interaksinya. Tujuan komunikasi yang akan dicapai dalam perancangan ulang identitas Pondok Pesantren Baitul Hidayah ini yakni selain meningkatkan tingkat konsistensi penggunaan identitas pada berbagai media pengaplikasian, juga meningkatkan pemahaman khalayak sasaran terhadap Pondok Pesantren Baitul Hidayah itu sendiri. Tujuan berikutnya yaitu menanamkan citra yang lebih baik pada khalayak umum mengenai Pondok Pesantren Baitul Hidayah untuk memberikan informasi dan juga edukasi kepada masyarakat.

Pendekatan verbal yang digunakan adalah dengan menggunakan nama dari lembaga Pendidikan itu sendiri, yaitu "Pondok Pesantren Baitul Hidayah". Tidak ada unsur verbal lain yang ditambahkan dalam identitas ini kecuali penggunaan Bahasa Arab dalam beberapa situasi untuk pendekatan, karena tujuan perancangan identitas ini adalah untuk memperbaiki citra Pondok Pesantren Baitul Hidayah pada media pengaplikasian.

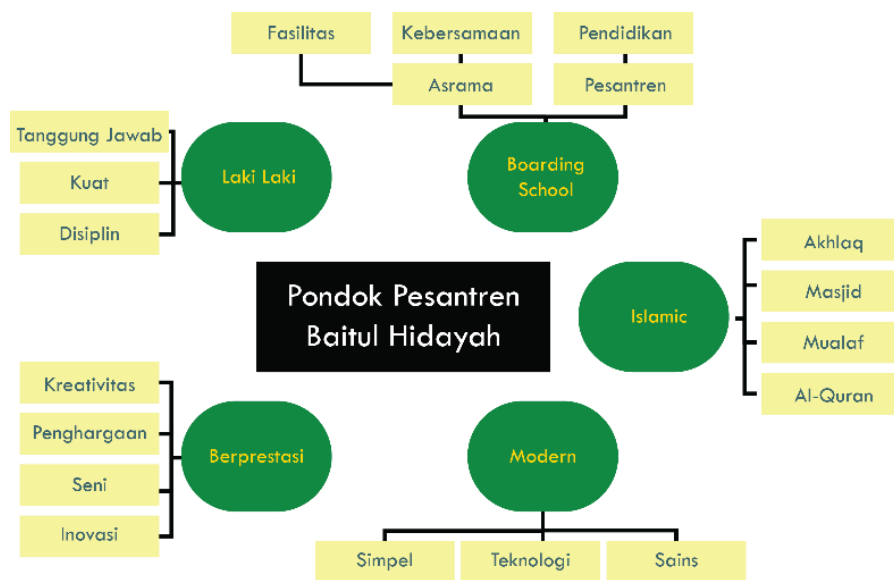
## *Mandatory*

*Mandatory* merupakan istilah pihak lembaga yang memberikan dukungan atas informasi yang disebar luaskan atau dipublikasikan (Putra 2022). *Mandatory* diartikan sebagai pihak yang memiliki tugas ataupun amanat. Dalam perancangan ini Pondok Pesantren Baitul Hidayah menjadi peran penting sebagai penyebaran informasi.

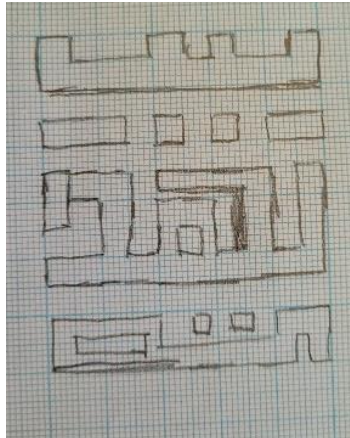
**Strategi Kreatif dan Media**

Salah satu syarat dalam merancang sesuatu adalah memiliki ide kreatif yang membedakan hasilnya dari yang lain. Strategi kreatif digunakan untuk memadukan pendekatan verbal dan visual menjadi satu kesatuan yang menghasilkan pesan yang dapat dipahami oleh khalayak. Dalam perancangan ulang identitas Pondok Pesantren Baitul Hidayah, strategi kreatif yang digunakan adalah memanfaatkan vektor untuk menciptakan simbol yang mencerminkan karakteristik Pondok Pesantren Baitul Hidayah, serta penyesuaian tipografi yang sesuai. Simbol tersebut akan menggambarkan karakteristik Islami, sehingga Pondok Pesantren Baitul Hidayah akan menjadi satu kesatuan yang sederhana namun saling terikat, kemudian dimuat kedalam buku *Graphic Standard Manual (GSM)*.

- a. *Copywriting*  
*Copywriting* yang digunakan dalam perancangan yaitu bertuliskan nama dari Pondok Pesantren Baitul Hidayah yaitu “Baitul Hidayah” dengan menggunakan Bahasa Indonesia dan arab.
- b. Rancangan Visual  
 Pada taha awal perancangan yaitu dimulai dengan membuat *mainmapping*, menentukan *keyword* dan *keyvisual*, *moodboard*, berlanjut dengan sketsa kasar hingga hasil akhir.



Gambar 7. *Mindmapping*  
 Sumber: Pribadi (2023)



Gambar 8. Sketsa manual  
Sumber: Pribadi (2023)

## HASIL PEMBAHASAN

### Format Desain

Format desain pada perancangan media utama logo menggunakan jenis gambar *vector* dengan menggunakan *software* Adobe Illustrator dengan ukuran 15 cm x 4,2 cm. Pada *Graphic Standard Manual* (GSM) dicetak menggunakan jenis kertas art paper 260 gsm, dijilid *hard cover* dengan ukuran buku 21 cm x 29,7 cm (A4) dengan posisi *landscape*.

### Tata Letak

unsur desain seperti teori tata letak yang disampaikan Rustan tentang anatomi tata letak dan hierarki. Hierarki dalam desain adalah cara untuk mengarahkan perhatian pembaca pada sesuatu (Rochmawati, 2019). Tata letak yang digunakan pada logo utama yaitu menggunakan 2 jenis tata letak untuk logo utama yaitu logogram diletakkan di kiri dan logo type di simpan di sebelah kanan dan untuk yang kedua menggunakan rata tengah (*center*) atau biasa disebut dengan *axial layout*. Pada buku *Graphic Standard Manual* (GSM) menggunakan jenis tata letak *copy heavy* pada bagian setiap isi dari buku GSM.

### Tipografi

Jenis huruf tipografi dalam perancangan yang digunakan adalah jenis huruf sans serif. Menurut Wantoro (2016) huruf yang ditampilkan pada *logotype* dengan jenis sans serif akan terkesan lebih sederhana. untuk font yang akan digunakan font Monseraat sebagai *headline* dan tw cent untuk *bodytext* Tw Cen Mt by Sol Hess dan untuk font berbahasa arab akan menggunakan Almarai by Boutros bold yang akan digunakan sebagai *headline* dan Almarai by Boutros reguler *bodytext*.





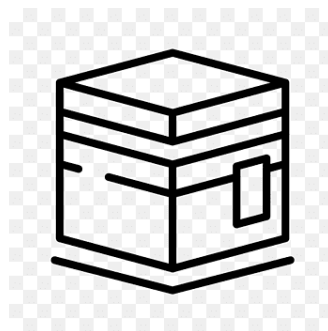
Gambar 9. *Typeface* huruf Montserrat  
Sumber: Pribadi (2023)

A 0065	B 0066	C 0067	D 0068	E 0069	F 0070	G 0071
H 0072	I 0073	J 0074	K 0075	L 0076	M 0077	N 0078
O 0079	P 0080	Q 0081	R 0082	S 0083	T 0084	U 0085
V 0086	W 0087	X 0088	Y 0089	Z 0090		

Gambar 10. *Typeface* huruf Tw cent  
Sumber: Pribadi (2023)

## Ilustrasi

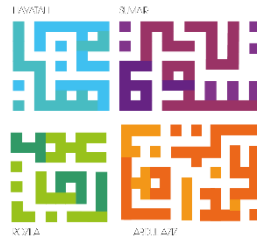
Ilustrasi yang digunakan dalam pembuatan ulang identitas ini mengusung gaya minimalis dengan menggambarkan benda-benda seperti Kabah, dan tulisan khufi dalam bentuk simbol. Pendekatan ini bertujuan agar logo dapat dengan mudah diingat oleh khalayak sasaran dan dapat digunakan secara efisien pada berbagai media, termasuk media berbahan dasar tekstil.



Gambar 11. Simbol kabah 2

Sumber <https://www.istockphoto.com/id/vektor/sketsa-realistis-dari-buku-terbuka-buku-ini-terisolasi-dengan-latar-belakang-putih-gm1133431305-300820235> (2023)



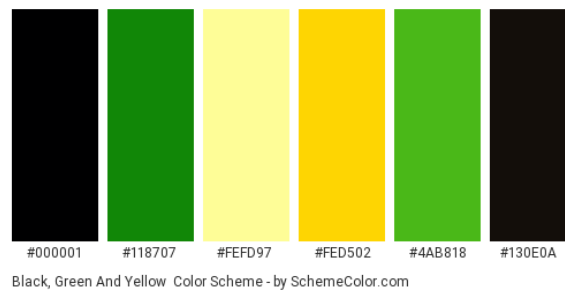


Gambar 12. tulisan khat khufi

Sumber <https://www.istockphoto.com/id/vektor/vektor-ikon-kubah-masjid-pada-latar-belakang-putih-gm680805910-124884331> (2023)

**Warna**

Warna yang dipilih dalam perancangan menggunakan warna hijau, kuning dan hitam, serta warna putih sebagai warna sekunder. Warna-warna tersebut memberikan kesan yang sejuk, kuat, berani, hangat.



Gambar 13. Pallet warna

Sumber: <https://www.schemecolor.com/black-green-and-yellow.php> (2023)

**Hasil**

Media utama pada perancangan ini adalah logo utama dari Pondok Pesantren Baitul Hidayah serta dimuat kedalam buku *Graphic Standard Manual* (GSM) yang merupakan sebagai petunjuk /ketentuan bagi *brand* dalam menerapkan identitas ke seluruh media yang akan digunakan.



Gambar 14. Hasil media  
Sumber: Pribadi (2023)

**Media Utama**

a. Logo

Media utama dari perancangan ini merupakan identitas dari Pondok Pesantren Baitul Hidayah itu sendiri. Identitas ini akan digunakan pada setiap pengaplikasian media baik media promosi, media informasi dan media merchandise.



Gambar 15. Logo utama  
 Sumber: Pribadi (2023)

b. *Graphic Standard Manual*

Pada buku *Graphic Standard Manual (GSM)* berisikan brand perguruan Delapan Naga Wushu Indonesia hingga aturan-aturan berkenaan logo dan media aplikasinya.



Gambar 16. *Graphic Standard Manual (GSM)*  
 Sumber: Pribadi (2023)

**Media Pendukung**

1. *Stationary* (Alat Kantor)

a. Kop Surat

Kertas surat memegang peranan penting dalam berkomunikasi, konsistensi brand dalam menampilkan sesuatu haruslah konsisten, oleh karenanya unsur yang berada pada logo utama digunakan pada kop surat ini.



Gambar IV.17 Kop  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

b. Folder

Folder berguna Untuk menyimpan surat-surat atau dokumen actual bisa juga menjadi wadah yang digunakan untuk membawa surat kepada konsumen atau pihak yang bekerja sama dengan pihak Pondok Pesantren Baitul Hidayah. Folder t ini terdiri dari 1 ukuran, folder untuk kapasitas 1-7 lembar.



Gambar 18 Folder  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

c. Amplop Surat

Amplop surat merupakan wadah yang digunakan untuk mengirim surat kepada konsumen atau pihak yang bekerja sama dengan pihak Pondok Pesantren Baitul Hidayah. Amplop surat ini terdiri dari 2 ukuran, amplop pertama adalah amplop besar yang apabila memasukkan surat didalamnya tidak perlu dilipat, sedangkan yang kedua adalah amplop kecil untuk kapasitas 1-3 lembar surat. Ukuran: F4 (21cm x 33cm).



Gambar 19. Amplop  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

d. Stempel

Stempel atau cap adalah hal yang wajib dimiliki oleh setiap perusahaan. Stempel ini digunakan sebagai bukti kuat dari perusahaan. Dengan menggunakan stempel, semua bukti pembayaran, surat menyurat bahkan kehadiran akan lebih kuat. Oleh karena itu stempel merupakan suatu hal yang wajib dan memiliki fungsi yang sangat penting untuk sebuah Lembaga pendidikan seperti Pondok Pesantren Baitul Hidayah.



Gambar 20. Stempel  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

e. Kartu Nama

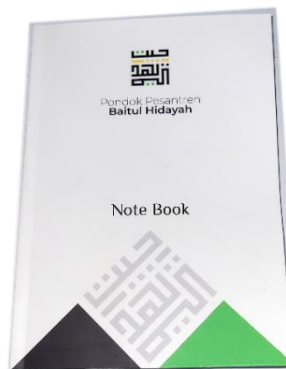
Kartu nama memiliki fungsi media informasi mengenai perusahaan atau pejabat perusahaan. Biasanya kartu nama akan diberikan kepada konsumen jika ingin mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai perusahaan.



Gambar 21. Kartu nama  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

f. Note Book

Notebook buku yang digunakan untuk mencatat informasi, ide, catatan, atau pemikiran. Notebook biasanya terdiri dari kumpulan halaman kosong atau bergaris yang terikat bersama menjadi satu buku. Ini adalah alat yang sering digunakan untuk mencatat hal-hal penting, merencanakan kegiatan, menjaga catatan kuliah, atau berbagai keperluan lainnya.



Gambar 22. Notebook  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

g. Pulpen

Pulpen adalah alat tulis yang menggunakan tinta untuk menghasilkan tanda atau tulisan pada berbagai permukaan, terutama pada kertas. Pulpen biasanya terdiri dari tubuh silinder yang berisi tinta dan ujung tajam yang dikenal sebagai ujung pena atau nib. Tinta dalam pulpen mengalir melalui ujung dan melepaskan tinta saat digunakan untuk menulis atau menggambar.



Gambar 23. Pulpen  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

h. Name Tag dan kartu pembayaran

Name tag adalah hal wajib dimiliki oleh Pengurus dan santri Pondok Pesantren Baitul Hidayah. Name tag berfungsi sebagai tanda pengenalan.



Gambar 24. Name Tag dan kartu pembayaran  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

2. *Uniform* (Seragam)

a. Kaos

Kaos adalah sejenis pakaian yang terbuat dari bahan ringan dan biasanya memiliki lengan pendek. Kaos umumnya memiliki leher melingkar dan sering kali terbuat dari bahan katun yang nyaman.



Gambar 25. Kaos  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

b. Seragam Gamis

Gamis laki-laki merujuk pada jenis pakaian gamis yang dirancang khusus untuk dikenakan oleh pria. Gamis laki-laki memiliki karakteristik yang serupa dengan gamis perempuan, yaitu potongan longgar, panjang hingga menutupi kaki, dan sering kali memiliki lengan panjang. Namun, gamis laki-laki biasanya memiliki desain yang lebih sederhana dan maskulin.



Gambar 26. Seragam Gamis  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

3. Merchandise

a. Merchandise

Merchandise adalah produk dengan logo atau desain merek yang digunakan untuk mempromosikan bisnis atau lembaga. Ini meningkatkan kesadaran merek, menciptakan iklan bergerak, memperkuat hubungan pelanggan, dan mempromosikan acara. Penggunaan *merchandise* memiliki dampak visual dan bisa menjadi sumber pendapatan tambahan.



Gambar IV.27 Merchandise  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)



4. *Publication* (Publikasi)

a. *Roll Banner*

*Roll banner* merupakan media yang sering digunakan sebagai bahan promosi dari suatu lembaga, baik promosi produk maupun layanan jasa. *Roll banner* dianggap penting dalam perancangan ini karena merupakan sebuah media yang sangat cocok untuk bahan informasi dan promosi. Dengan adanya *roll banner*, khalayak yang datang langsung Pondok Pesantren Baitul Hidayah bisa langsung mengetahui tentang Profile Pondok Pesantren Baitul Hidayah.



Gambar IV.28 roll banner  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

b. *Paper Bag*

*Paper bag* adalah kantong yang terbuat dari kertas, digunakan untuk membungkus atau membawa barang. Ini lebih ramah lingkungan daripada plastik dan sering digunakan dalam belanja, makanan, dan branding, *paper bag* digunakan untuk pemberian merch atau hadiah kepada tamu pondok.



Gambar 29. roll banner  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

c. *Website*

Sebuah *website* dari sebuah lembaga mempunyai peranan penting untuk memberi informasinya melalui media *online* ataupun untuk kepentingan citra sebuah lembaga. *Website* ini digunakan sebagai media informasi dan media promosi. Media informasi karena memiliki berbagai informasi mengenai Pondok Pesantren Baitul Hidayah dan media promosi karena memiliki tata cara pendaftaran.



Gambar IV.30 website  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

d. *Instagram*

Instagram adalah *platform* media sosial yang populer yang fokus pada berbagi foto dan video. Instagram adalah platform yang sangat baik untuk media promosi karena memiliki sejumlah keunggulan yang membuatnya efektif dalam menjangkau audiens target dan mempromosikan produk, layanan, atau pesan tertentu.



Gambar IV.30 Instagram  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

e. Label air kemasan

Pondok Pesantren Baitul Hidayah merupakan Pondok Pesantren yang memiliki kemandirian terutama pada bidang usaha dengan memanfaatkan geografisnya yang berada di pegunungan, Pondok Pesantren Baitul Hidayah memiliki produk Air Mineral yang dikelola sendiri oleh karena itu perlu adanya desain kemasan yang seragam dengan identitas logo yang ada.



Gambar IV.31 Kemasan air  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

f. Kotak amal

Kotak amal adalah wadah atau kontainer khusus yang digunakan untuk mengumpulkan sumbangan atau sumbangan amal dari orang-orang.



Gambar IV.32 kotak amal  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

g. Brosur

Brosur Pondok Pesantren Baitul Hidayah di buat untuk media Promosi untuk pendaftaran santri baru yang ingin mengetahui informasi tentang Pondok Pesantren Baitul Hidayah atau pun untuk mengetahui alur dari tata cara pendaftaran Pondok.



Gambar IV.33 Brosur  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

5. *Vehicle* (Kendaraan)

a. Mobil

Mobil digunakan untuk kebutuhan transportasi Pondok Pesantren Baitul Hidayah, juga sebagai salah satu cara mem-*branding* Pondok Pesantren Baitul Hidayah kepada masyarakat/audiens. Pada bagian mobil akan diberi stiker dari aset grafis Pondok Pesantren Baitul Hidayah, agar dapat dikenali oleh audiens secara lebih luas.



Gambar 38. Desain *mockup* mobil  
 Sumber: Pribadi (2023)

## KESIMPULAN

Melihat permasalahan yang ditemukan dari lembaga Pondok Pesantren Baitul Hidayah yang merupakan lembaga yang sudah lumayan besar, maka sebuah kebaruan dan inovasi harus dimiliki oleh Lembaga. Dengan tujuan untuk mempertahankan eksistensi dan juga memperluas kiprahnya di Indonesia di tengah banyaknya lembaga baru yang memiliki konsep kebaruan untuk menyesuaikan perkembangan zaman saat ini. Dengan memberikan sebuah kebaruan atau inovasi terhadap suatu *brand* besar, maka hal ini akan sangat baik untuk perkembangan perusahaan. Perancangan ulang identitas Pondok Pesantren Baitul Hidayah ini yang mengubah tampilan visual secara ekstrim walaupun tidak menghilangkan identitas warna yang sudah ada maka penggunaan warna yang masih sama, dan mengubah secara komposisi dan *layouting*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arum. (2022). Pengertian Pendidikan: Tujuan, Unsur, Landasan, Asas, & Lingkungannya. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-pendidikan/> Diakses pada 21 mei 2023.
- Darmaprawira. (2002). Sulasmi, Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya, Bandung, ITB.
- Isnandar, A. R. & Wantoro, W. (2016). Analisis Tipografi pada Logotype Band Forgotten. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 2(02), 121-136.
- Rochmawati, I. (2019). IWEARUP.COM USER INTERFACE ANALYSIS. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 7(2), 31-44. <https://doi.org/10.33375/vslt.v7i2.1459>
- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Kamus versi online/daring (Dalam Jaringan). di akses pada 21 mei. 2023
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publication.
- Putra, R. N. (2022). Perancangan Promosi Kaus Kaki Stayhoops Melalui Media *Lookbook*. Thesis, Universitas Komputer Indonesia.
- Rustan, S. (2021). LOGO BUKU 1. Jakarta, CV. Nulisbuku Jendela Dunia.vol.02, no.02, h.h.128.
- Scott. (1999). *The Spoken Image: Photography and Language*. London: Reaktion Books Ltd.
- Tarmawan, I. (2010). STRUKTUR DAN PROSES KOMUNIKASI DALAM IKLAN MINUMAN BIR “NOVA SCHIN”. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 2(2). <https://doi.org/10.33375/vslt.v2i2.1076>