

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MELALUI REDESAIN LOGO WILDHANI DESIGN STUDIO

Silvi Windatul Hikmah¹
Universitas Negeri Surabaya¹
email: silviwinda41@gmail.com

Received:

23-01-2025

Reviewed:

25-01-2025

Accepted:

27-01-2025

Wildhani Design Studio merupakan studio arsitektur yang menawarkan jasa desain dan bangun rumah di Bojonegoro, namun studio ini belum memiliki identitas visual yang sesuai citra perusahaan arsitektur dan konsisten sejak berdirinya di tahun 2019, sehingga kurang memiliki daya tarik terhadap konsumen baru. Oleh karena itu, perancangan identitas visual menjadi langkah penting dalam mengangkat citra dari Wildhani Design Studio. Proses perancangan ini menggunakan metode *Double Diamond* oleh *Design Council* dari empat tahapan, yaitu *Discover*, *Define*, *Develop*, dan *Deliver*, dengan pendekatan analisis *5W+1H*, SWOT, dan *Unique Selling Proposition* (USP). Hasil akhir dari perancangan ini berupa identitas visual yang meliputi logo, tipografi, elemen visual, warna, serta media pendukung yang dirangkum dalam buku pedoman *Graphic Standard Manual* (GSM). Menggunakan *Swiss design* dengan tone warna *terracota* dan tipografi font Sans-Serif. Seluruh pengaplikasian identitas visual Wildhani Design Studio diatur dalam GSM, sehingga dapat memperkuat citra profesional perusahaan, menjangkau audiens yang lebih luas, serta menjaga eksistensi Wildhani Design Studio di industri arsitektur.

Kata Kunci : Graphic Standard Manual, Identitas visual, Logo, Redesain, Wildhani Design Studio.

ABSTRACT: *Wildhani Design Studio is an architectural studio that offers home design and building services in Bojonegoro, however this studio does not yet have a visual identity that matches the image of an architectural company and has been consistent since its founding in 2019, so it lacks appeal to new consumers. Therefore, designing a visual identity is an important step in raising the image of Wildhani Design Studio. This design process*

uses the Double Diamond method by the Design Council from four stages, namely Discover, Define, Develop, and Deliver, with a 5W+1H, SWOT, and Unique Selling Proposition (USP) analysis approach. The final result of this design is a visual identity which includes logos, typography, visual elements, colors and supporting media which are summarized in the Graphic Standard Manual (GSM) guidebook. Using Swiss design with terracotta color tones and Sans-Serif font typography. All applications of Wildhani Design Studio's visual identity are regulated in GSM, so that it can strengthen the company's professional image, reach a wider audience, and maintain Wildhani Design Studio's existence in the architectural industry.

Keywords: *Architecture Studio, Graphic Standard Manual, Logo, Redesign, Visual Identity, Wildhani Design Studio,*

PENDAHULUAN

Perkembangan arsitektur di Indonesia telah mengalami transformasi yang signifikan seiring dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan masyarakat modern. Desain hunian dan bangunan lainnya kini tidak hanya mengutamakan fungsi, tetapi juga estetika, kenyamanan, dan efisiensi anggaran. Namun, tidak semua studio arsitektur memiliki identitas visual yang mampu merepresentasikan kualitas dan nilai-nilai mereka. Hal ini menjadi tantangan besar bagi Wildhani Design Studio di Bojonegoro, yang berfokus pada jasa desain dan bangun rumah. Identitas visual yang lemah membuat studio ini kurang menonjol di tengah persaingan pasar yang ketat. Kesenjangan antara harapan ideal dan realita menjadi jelas ketika masyarakat modern menginginkan jasa desain yang terpercaya, tetapi kesulitan menemukan studio yang mampu merepresentasikan citra profesional melalui elemen visual. Logo yang efektif seharusnya mudah diasosiasikan dengan perusahaan serta mencerminkan profesionalitas dan nilai uniknya (Carter, 1986). Namun, logo Wildhani Design Studio saat ini belum memenuhi kriteria tersebut, baik dari segi desain maupun implementasi di berbagai media. Hal ini menimbulkan kesan kurang kuat di mata calon klien dan masyarakat luas.

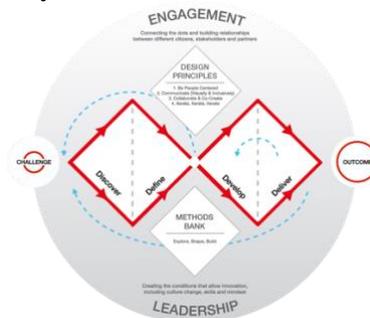
Penelitian ini hadir untuk menawarkan solusi berupa perancangan ulang identitas visual Wildhani Design Studio melalui redesain logo, tipografi, color palette, serta media pendukung lainnya yang dirangkum dalam *Graphic Standard Manual* (GSM). Langkah ini bertujuan untuk memperkuat citra merek, meningkatkan visibilitas di pasar, serta memberikan kepercayaan kepada klien potensial. Upaya ini juga diharapkan dapat menciptakan identitas yang konsisten, relevan, dan mampu menonjolkan keunikan Wildhani Design Studio dibandingkan kompetitor lainnya. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa identitas visual yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat positioning perusahaan di pasar (Rustan dalam Sumedi, 2018). Oleh karena itu, redesain ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai upaya strategis untuk menjawab kebutuhan klien yang semakin beragam. Penelitian ini juga menyoroti kelemahan logo lama yang belum mampu memberikan kesan profesional dan fungsional, sehingga perancangan ulang menjadi langkah penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menyusun konsep, mendeskripsikan proses, dan menghasilkan perancangan identitas visual baru untuk Wildhani Design Studio. Melalui implementasi elemen visual yang kuat dan konsisten, studio ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing,

membangun kepercayaan klien, serta menjadi pilihan utama bagi masyarakat modern yang membutuhkan jasa desain dan bangun rumah di Bojonegoro dan sekitarnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data primer, yaitu melalui observasi dan wawancara, serta data sekunder yang mencakup studi pustaka dan dokumentasi. Fokus penelitian ini adalah menganalisis Wildhani Design Studio. Dan jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi dengan pengelola Wildhani Design Studio, kemudian observasi di Bojonegoro dan studi literatur mengenai arsitektur maupun pengumpulan data yang dibutuhkan untuk penelitian. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan metode 5W+1H, analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman), serta Unique Selling Proposition (USP). Hasil analisis ini bertujuan untuk merumuskan strategi yang efektif dalam mengidentifikasi keunggulan unik yang tidak dimiliki oleh studio arsitektur lainnya.



Gambar 1. Proses Pendekatan Double Diamond (Sumber : Design Council, 2024)

Metode perancangan menggunakan metode Double Diamond empat tahap yang digagas oleh Design Council dengan tahapannya yang dibagi menjadi dua berlian. Berlian pertama *discover & define*, berlian kedua *develop & deliver*. Subjek penelitian ini adalah Wildhani Design Studio yang berlokasi di Bojonegoro, Jawa Timur. Dengan rentang waktu penelitian ini dimulai pada Juli 2024 hingga Januari 2025. Adapun narasumber utamanya adalah M. Nova Wildhani selaku pengelola dari Wildhani Design Studio.

KERANGKA TEORETIK

Identitas Visual

Identitas visual adalah ekspresi visual dan verbal dari sebuah merek yang diwujudkan melalui elemen-elemen seperti logo, tipografi, warna, dan media lainnya. Menurut Landa (2011), identitas visual merupakan bentuk komunikasi yang menciptakan kepribadian merek dan membantu merepresentasikan citra profesional. Elemen-elemen identitas visual harus mampu menyampaikan makna simbolik yang sulit dijelaskan dengan kata-kata (BusinessDictionary.com). Identitas visual yang efektif memiliki sejumlah kriteria penting. Pertama, logo harus mudah diingat, kuat, dan relevan dengan bidang usaha yang dijalankan. Selain itu, logo perlu dirancang agar mudah dikenali oleh konsumen dan mampu mencerminkan citra perusahaan secara konsisten. Logo yang baik juga harus dapat mengkomunikasikan keunikan perusahaan dengan jelas (Wheeler, 2009). Identitas visual merupakan kepribadian suatu entitas suatu perusahaan yang bisa dirasakan oleh indera yang dapat menyampaikan pesan atau tujuan perusahaan tersebut serta citra dan karakter melalui simbol dan ciri khas yang berbeda-beda (logo, tagline, nama, dan warna) menurut Rustan (2017).

1. Logo

Inisial dari sebuah perusahaan bisa berfungsi sebagai simbol pengenalan, dan terkadang logo juga merupakan singkatan dari nama perusahaan. Setiap perusahaan dibentuk dengan atribut uniknya, dan

logo berperan penting dalam menyampaikan informasi tentang produk, layanan, atau organisasi kepada masyarakat secara efektif (Suyanto, 1999: 87). Oleh karena itu logo dapat dibedakan menurut jenisnya, bagaimana kriteria yang baik dalam pembuatan logo dan tujuannya sebagai berikut :

a. Kategori Logo

Berdasarkan buku *Creating a Identitas visual* (Slide-Brooking, 2016) logo dapat berbentuk apa saja, sebagian menggunakan kata-kata unik dengan *typography* yang dibuat khusus, namun sebagian juga menggunakan simbol murni. Selain itu banyak yang menggunakan kombinasi keduanya. Logo dapat didefinisikan menurut sejumlah kategori umum diantaranya *Pictorial Marks, Abstract or Symbolic Marks, Symbolic Letterforms, Word Marks, Badge Marks, dan Brand Accessories*.

b. Kriteria Logo yang Baik

Menurut David E. Carter (1986) dalam *The Big Book of Logo*, logo yang baik harus:

- Original dan Distinctive: Unik, khas, dan memiliki daya pembeda.
- Legible: Mudah terbaca dalam berbagai ukuran dan media.
- Simple: Sederhana dan mudah dipahami dengan cepat.
- Memorable: Mudah diingat bahkan dalam waktu lama.
- Easily Associated: Mudah diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra perusahaan.
- Easily Adaptable: Mudah diaplikasikan ke berbagai media grafis tanpa kesulitan, baik dalam bentuk, warna, maupun konfigurasi.

c. Fungsi dan Tujuan Logo

Fungsi dan tujuan logo menurut Rustan (2013 : 11) yaitu:

- Identitas untuk membedakannya dengan identitas milik orang lain
- Tanda kepemilikan, untuk membedakan miliknya dengan milik orang lain
- Tanda jaminan kualitas
- Mencegah peniruan/pembajakan

2. Tipografi

Menurut Jeffkins (1997: 248), adalah proses memilih huruf dari ratusan desain atau rancangan jenis huruf yang tersedia, menggabungkannya dengan berbagai jenis huruf, dan menggabungkan sejumlah kata yang sesuai dengan ruang yang tersedia, dan menandai prosedur typesetting dengan berbagai ketebalan dan ukuran huruf. Menurut Wheeler (2017), pada pembagian kategori tipografi sebagai berikut : *Humanist, Old Style, Transitional, Modern, Slab Serif, Sans Serif/Lineable, Script, Graphic/Decorative, dan Digital*.

3. Layout

Layout adalah upaya untuk menyusun atau memadukan elemen-elemen komunikasi visual secara komunikatif, menarik, dan estetis. Proses mengatur sesuatu atau pembuatan layout didefinisikan oleh Smith (dalam Sutopo 2002: 174) sebagai proses menggabungkan elemen tertentu menjadi susunan yang tepat untuk mencapai tujuan. Penerapan layout pada Graphic Standard Manual diperlukan untuk menyusun elemen utama maupun elemen pendukung dapat dipahami dengan baik.

4. Warna

Warna adalah komponen penting yang dapat mempengaruhi sebuah desain. Memilih warna dan mengolah mereka satu sama lain dapat memberikan kesan atau gambar yang unik dan memiliki karakter yang berbeda karena masing-masing warna memiliki karakteristiknya sendiri. Dan pemilihan warna alternatif sebagai kombinasi warna digunakan saat penempatan diatas latar belakang yang berwarna.

Pentingnya Identitas Visual Bagi Studio Arsitektur

Rustan (2017) menyatakan bahwa identitas visual adalah representasi kepribadian perusahaan yang dapat dirasakan oleh indera, menyampaikan pesan, tujuan, citra, dan karakter perusahaan. Identitas visual yang kuat membantu membangun citra profesional, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperkuat daya saing, terutama di industri arsitektur yang kompetitif (Sumedi, 2018). Identitas visual memiliki peran penting bagi Wildhani Design Studio sebagai studio arsitektur, karena menjadi representasi visual yang mencerminkan nilai, visi, dan profesionalisme perusahaan. Sebagai elemen pertama yang dilihat oleh klien, identitas visual yang kuat, seperti logo, warna, dan tipografi, dapat membangun kesan positif dan menciptakan kepercayaan. Dalam dunia arsitektur yang kompetitif, identitas visual membantu membedakan Wildhani Design Studio dari pesaing dengan menciptakan citra yang konsisten, modern, dan relevan dengan tren masa kini. Selain itu, identitas visual yang baik juga berfungsi sebagai alat komunikasi strategis untuk menyampaikan pesan bahwa studio ini mengedepankan desain yang inovatif, berkualitas, dan dapat dipercaya. Dengan identitas visual yang tepat, Wildhani Design Studio dapat meningkatkan brand awareness dan memperluas jangkauan pasar, sehingga memperkuat posisinya sebagai mitra profesional dalam mewujudkan rumah impian klien.

Redesain Identitas Visual

Redesain merupakan proses merancang ulang elemen visual untuk memperbarui atau meningkatkan representasi identitas merek. Redesain logo dilakukan untuk menyesuaikan citra perusahaan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan pasar (Wijanarko, 2016). Menurut Wijanarko (2016), beberapa alasan utama untuk melakukan redesain logo adalah:

- a. Logo tidak sesuai dengan perkembangan zaman
Seiring berkembangnya perusahaan, sering kali logo yang awalnya dirancang untuk mencerminkan layanan dan nilai-nilai *brand* menjadi tidak lagi relevan.
- b. Perubahan visi dan misi Perusahaan
Representasi bisnis, logo juga mencerminkan identitas yang dipengaruhi oleh visi, misi, cara komunikasi, dan citra perusahaan. Terkadang, tren desain terbaru turut berperan dalam proses redesain logo perusahaan.
- c. Masalah teknis pada penggunaan logo
Pada masalah teknis ini dipengaruhi oleh saat pertama kali mendirikan bisnis dan merancang logo, sering kali yang terpikirkan adalah bentuk logo yang terlihat mewah. Namun, tanpa disadari, logo tersebut dapat menghadapi kendala teknis ketika akan diterapkan pada media cetak.
- d. Kemiripan logo perusahaan dengan perusahaan lain
Kemiripan pada sebuah logo bisa saja terjadi, baik dalam hal warna, bentuk, posisi, susunan, teknik pembuatan, maupun proporsi. Kesamaan tersebut dapat menghilangkan keunikan logo perusahaan yang menjadi identitas dan kebanggaan.

Contoh sukses redesain logo adalah transformasi Hoka Hoka Bento menjadi HokBen, yang mencerminkan modernitas sekaligus mempertahankan elemen budaya khas. Dengan redesain ini, HokBen berhasil mempertahankan esensi mereknya sembari menyesuaikan diri dengan selera dan preferensi generasi muda. Redesain logo seperti ini menunjukkan pentingnya fleksibilitas dalam menjaga citra merek agar tetap kompetitif di pasar yang dinamis.



Gambar 2. Redesain Logo Hoka Hoka Bento Menjadi HokBen (Sumber : Kresnadi, 2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deliver

Pada tahap *discover* dalam proses redesain logo Wildhani Design Studio, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, studi literatur, dan dokumentasi untuk memahami lebih dalam identitas visual studio ini. Observasi dilakukan dengan meninjau media sosial dan proyek yang telah dikerjakan sejak Juli 2024, sementara wawancara dengan pengelola, M. Nova Wildhani, pada Oktober 2024 memberikan informasi terkait visi, misi, serta perkembangan logo sejak berdirinya studio pada tahun 2019. Wildhani Design Studio telah menggunakan tiga versi logo, namun ketiganya dinilai kurang merepresentasikan citra industri arsitektur, tidak memiliki filosofi yang jelas, dan sulit diaplikasikan pada berbagai media komunikasi visual. Selain itu, studio ini belum memiliki tagline atau slogan sebagai elemen verbal yang dapat memperkuat strategi branding. Dengan target pasar kelas menengah ke atas di wilayah Bojonegoro dan sekitarnya, Wildhani Design memanfaatkan platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook untuk promosi. Namun, kurangnya konsistensi dalam identitas visual menjadi kendala dalam membangun citra perusahaan yang lebih kuat dan relevan dengan industri arsitektur.

Define

Pada penelitian ini, proses analisis perancangan identitas visual Wildhani Design Studio dilakukan dengan pendekatan analisis 5W+1H untuk mengidentifikasi permasalahan utama, kebutuhan desain, analisis kompetitor, serta kelebihan dan kelemahan pesaing di wilayah Bojonegoro.

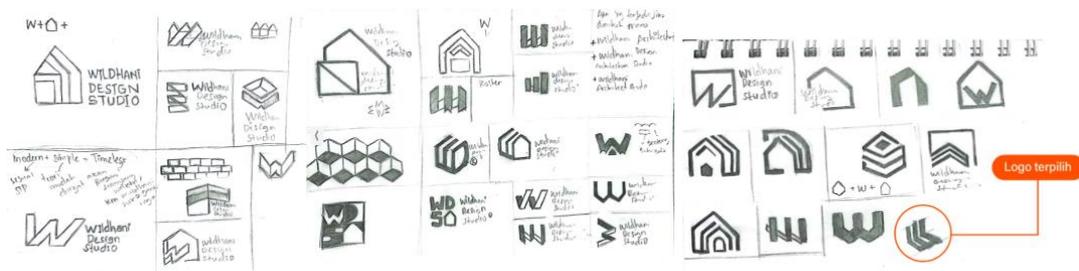
Hasilnya menunjukkan perlunya redesain logo, tipografi, warna, elemen grafis, serta penerapannya dalam berbagai media promosi, yang disusun dalam bentuk Graphic Standard Manual (GSM). Analisis SWOT dan USP mengungkap keunggulan Wildhani Design Studio, seperti pengalaman tim profesional dan layanan end-to-end, serta kelemahan berupa kurangnya identitas visual yang kuat.

Keyword yang terpilih adalah *kokoh*, *simple*, dan *modern*, yang masing-masing memiliki makna mendalam dan keterkaitan erat dengan nilai-nilai perusahaan. Keyword *kokoh* merujuk pada kolom bangunan, yang merupakan elemen struktural vital yang menyalurkan beban aksial dan menjaga kestabilan bangunan. Konsep ini dipilih untuk menggambarkan kestabilan dan kualitas yang menjadi fokus utama Wildhani Design Studio sebagai perusahaan arsitektur yang menjunjung tinggi kekuatan dan keandalan dalam setiap desain.



Gambar 5. Kolom Pada Gedung (Sumber : Darryl Low, 2020)

Selanjutnya, keyword *simple* diaplikasikan dalam redesain logo dengan mengutamakan desain minimalis tanpa elemen dekoratif yang berlebihan. Penggunaan tipografi sans-serif dengan garis bersih dan bentuk geometris seperti garis lurus dan lingkaran menciptakan kesan yang elegan, fungsional, dan mudah diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media. Pendekatan *simple* ini juga mencerminkan filosofi desain arsitektur modern yang mengutamakan esensi fungsi dan estetika. Sementara itu, keyword *modern* dipilih untuk menampilkan citra Wildhani Design Studio sebagai perusahaan yang selalu mengikuti perkembangan tren arsitektur terkini dan relevan dengan kebutuhan klien. Desain modern ini tidak hanya mengedepankan kesederhanaan, tetapi juga fleksibilitas dan daya adaptasi yang tinggi, memastikan logo dapat berfungsi dengan baik di berbagai media. Dengan menggabungkan ketiga keyword ini, logo Wildhani Design Studio diharapkan mampu merepresentasikan identitas perusahaan yang kuat, profesional, dan inovatif, yang selaras dengan visi perusahaan untuk mewujudkan rumah impian klien dengan standar kualitas tinggi dan efisiensi operasional yang jelas.



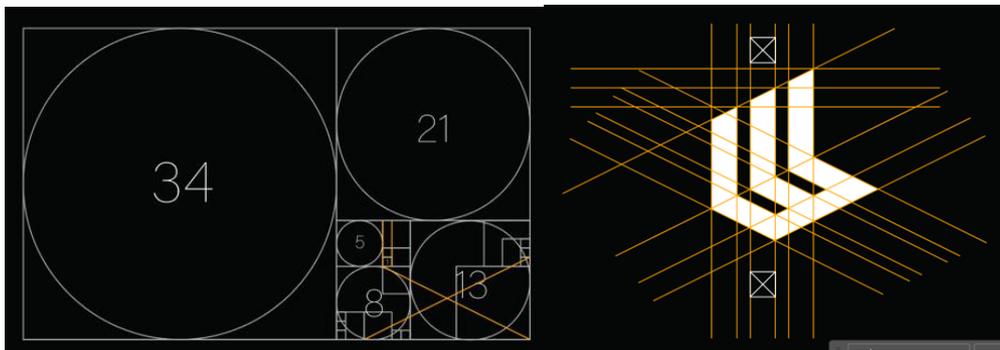
Gambar 6. Rough Sketch (Sumber : Hikmah, 2024)

Acumin Concept Variable dipilih untuk desain Wildhani Design Studio karena tampilannya yang modern, profesional dan minimalis. Font ini memiliki fleksibilitas varian, dari *thin* hingga *ultra black*, sehingga relevan untuk berbagai elemen desain seperti *heading*, *subheadline*, dan *body text*. Dengan keterbacaan yang tinggi, font acumin juga tergolong font San Serif. Teks mudah dibaca di media cetak maupun digital.

SANS - SERIF / HEADLINES, SUBHEADLINES, BODY COPY**ACUMIN CONCEPT VARIABLE**

Gambar 7. Tipografi yang digunakan Wildhani Design Studio (Sumber : Hikmah, 2024)

Dalam proses desain logo Wildhani Design Studio, golden ratio dengan angka 5, 8, 13, 21, dan 34 digunakan sebagai acuan utama untuk menentukan proporsi dan tata letak yang harmonis. Pendekatan ini memastikan setiap elemen dalam logo, seperti simbol, tipografi, dan ruang kosong, terintegrasi secara presisi dan menciptakan keseimbangan visual yang menarik. Penerapan golden ratio tidak hanya memberikan dasar matematis yang teratur, tetapi juga membantu menghasilkan logo yang elegan, modern, dan estetik. Selain meningkatkan daya tarik visual, penggunaan golden ratio menjadikan logo lebih mudah diingat oleh audiens, sehingga mampu memperkuat identitas visual perusahaan secara keseluruhan. Proses ini mencerminkan komitmen Wildhani Design Studio terhadap desain yang berkualitas, fungsional, dan relevan dengan prinsip-prinsip arsitektur.



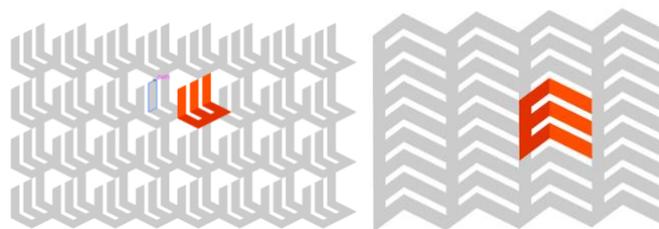
Gambar 8. Golden Ratio Pada Logo Wildhani Design Studio (Sumber : Hikmah, 2024)

Logo Wildhani Design Studio yang telah didesain ulang menggabungkan filosofi mendalam yang mencerminkan esensi perusahaan sebagai penyedia layanan desain arsitektur yang profesional, modern, dan inovatif. Menggunakan pendekatan symbolic lettermark dengan huruf "W" sebagai elemen visual utama, logo ini tidak hanya mewakili inisial "Wildhani," tetapi juga simbol identitas yang kuat dan eksklusif. Bentuk huruf "W" dirancang dengan mengacu pada kolom bangunan, yang melambangkan fondasi kokoh, stabilitas, dan kekuatan nilai-nilai dasar dalam arsitektur. Penambahan unsur bayangan pada logo memberikan dimensi dan kedalaman, mencerminkan interaksi cahaya dan ruang dalam desain arsitektur yang dinamis. Bayangan ini juga simbol dari fleksibilitas dan kemampuan Wildhani Design Studio untuk menyesuaikan desain dengan kebutuhan klien dan konteks ruang. Dengan desain yang simple namun modern, logo ini menyampaikan komitmen perusahaan terhadap profesionalisme dan inovasi dalam setiap karya. Secara keseluruhan, logo ini menjadi simbol visual yang merepresentasikan identitas Wildhani Design Studio, sekaligus memperkuat citra sebagai studio arsitektur yang berkualitas dan berdaya saing tinggi.



Gambar 9. Hasil Redesain Logo Wildhani Design Studio (Sumber : Hikmah, 2024)

Dan dari dibentuk logo tersebut dikembangkan menjadi elemen visual logo sebagai pelengkap grafis dan memperindah desain pada rancangan media yang digunakan oleh Wildhani Design Studio.



Gambar 10. Elemen Visual Wildhani Design Studio (Sumber : Hikmah, 2024)

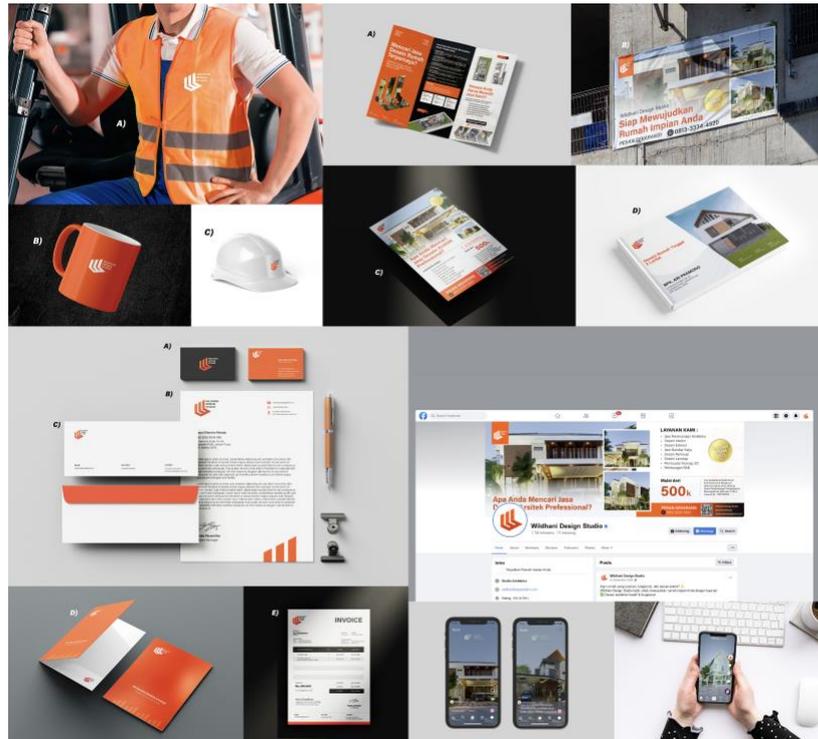
Warna primer yang digunakan dalam identitas visual Wildhani Design Studio adalah oranye, yang dipilih berdasarkan keterkaitannya dengan elemen batu bata, material dasar dalam konstruksi bangunan. Batu bata melambangkan fondasi yang kokoh, stabilitas, dan keandalan, yang sejalan dengan nilai-nilai yang ingin ditonjolkan oleh Wildhani Design Studio dalam setiap karya desain arsitekturnya. Secara psikologis, warna oranye juga mengandung makna energi, kreativitas, dan semangat inovasi, mencerminkan misi perusahaan untuk menciptakan desain arsitektur yang fungsional, estetis, dan relevan dengan perkembangan zaman. Warna oranye memberikan kesan hangat, ramah, dan bersahabat, mencerminkan pendekatan profesional yang tetap humanis dalam melayani kebutuhan klien.



Gambar 11. Color Pallette Wildhani Design Studio (Sumber : Hikmah, 2024)

Selain warna oranye, Wildhani Design Studio juga menggunakan warna sekunder seperti hitam, putih, dan kuning lembut, yang melengkapi palet warna dengan kesan modern, bersih, dan hangat. Warna-warna ini semakin mempertegas nilai-nilai perusahaan, sesuai dengan tone of voice yang casual dan edukatif. Penerapan logo pada latar belakang dengan satu warna solid dipilih untuk memastikan logo tetap jelas, mudah terbaca, dan terlihat estetis. Warna latar belakang ini penting untuk menjaga kontras dan keterbacaan logo pada berbagai media, memastikan identitas visual Wildhani Design Studio tetap menonjol dan konsisten di setiap format desain yang digunakan.

Dalam tahap ini adalah proses pengaplikasian logo, tipografi, dan warna pada media pendukung yang sebelumnya sudah dilakukan analisis melalui wawancara dengan pengelola Wildhani Design Studio. Media tersebut dikelompokkan menjadi : *Stationary*, Media Publikasi Cetak, Media Publikasi Digital, dan Merchandise.



Gambar 12. Pengaplikasian Logo Pada Media Pendukung (Sumber : Hikmah, 2024)

Deliver

Tahap *deliver* pada perancangan redesain logo Wildhani Design Studio dalam kerangka metode *Double Diamond* oleh *Design Council* merupakan fase terakhir yang bertujuan untuk menghasilkan solusi desain akhir yang siap diterapkan. Pada tahap ini, desain logo yang telah melalui proses eksplorasi, validasi, dan evaluasi disempurnakan untuk memastikan kesesuaiannya dengan kebutuhan klien dan target audiens. Hasil desain akhir meliputi logo utama, variasi logo dalam berbagai ukuran dan format, serta aplikasi pada media seperti kartu nama, kop surat, dan media digital. Tahap dimana hasil akhir desain berupa logo, tipografi, warna, dan prototype penggunaan desain yang di desain kemudian di aplikasikan pada media pendukung yang dirangkum dalam buku *Graphic Standard Manual (GSM)*

a) Pengaplikasian GSM

Strategi pertama yang diterapkan adalah pengaplikasian desain identitas visual Wildhani Design Studio yang telah dirangkum secara terperinci dalam *Graphic Standard Manual*. Panduan ini digunakan sebagai acuan utama dalam penerapan elemen-elemen visual pada berbagai media, termasuk *stationery* seperti kartu nama, kop surat, dan amplop, serta pada media publikasi baik cetak seperti brosur dan flayer, maupun digital seperti media sosial, dan materi promosi daring lainnya. Hal ini bertujuan untuk memastikan konsistensi visual dan memperkuat citra profesional Wildhani Design Studio di setiap saluran komunikasi.



Gambar 13. Graphic Standard Manual Wildhani Design Studio
(Sumber : Hikmah, 2024)

b) Umpan Balik

Logo yang terinspirasi dari kolom sudah sesuai dengan identitas Wildhani Design Studio sebagai studio arsitektur, melambangkan kekuatan dan stabilitas. Pendekatan desain simple dan modern mencerminkan efisiensi dan estetika, namun bentuk kolom harus cukup unik agar tidak terlihat generik. Kesederhanaan perlu diseimbangkan dengan elemen filosofis yang merepresentasikan visi perusahaan untuk menjaga komitmen dan kepercayaan klien. Dengan desain logo baru yang terintegrasi dalam identitas visual, diharapkan Brand Awareness Wildhani Design Studio meningkat dan memperluas target pasar di luar Kabupaten Bojonegoro.



Gambar 14. QR Code Graphic Standard Manual Book (Sumber : Hikmah, 2024)

Perancangan Graphic Standard Manual sebagai acuan untuk konsep agar elemen desain yang diterapkan dapat selaras dengan acuan desain yang telah dirancang. GSM terdiri dari 6 BAB : yaitu *Brainstorming*, *Logo Construction*, *Typography*, *Color Rules*, *Elemen Visual*, dan *Media Pendukung*.

c) Validasi Ahli Materi

Hasil dari tahapan Validasi Ahli Meteri membuahkan hasil yang baik, penilaian 97.14% dari 100% merupakan nilai yang baik. Pihak Validator memberikan beberapak kritik dan solusi yang dapat menjadi bahan revisi untuk memperoleh hasil yang sesuai dan maksimal dengan Wildhani Design Studio. Pada tahap validasi oleh ahli materi, ditemukan adanya beberapa elemen desain pada tampilan feeds Instagram yang perlu diperbaiki. Salah satu koreksi yang diberikan adalah terkait dengan penulisan inisial klien yang sebelumnya tidak sesuai dengan informasi rumah klien berdasarkan data yang terlampir dalam file yang telah diberikan. Penyesuaian ini menjadi

penting agar desain yang dihasilkan mampu mencerminkan identitas klien dengan lebih akurat dan professional.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan identitas visual Wildhani Design Studio dilakukan untuk mengatasi permasalahan kurangnya identitas yang jelas dan profesional, yang sebelumnya terabaikan karena fokus pada pengerjaan proyek. Identitas visual yang dirancang mencakup logo, tipografi, warna, elemen visual, serta buku pedoman *Graphic Standard Manual* (GSM), dirancang menggunakan metode *Double Diamond* oleh *Design Council* dengan tahapan *Discover, Define, Develop, dan Deliver*, serta analisis 5W+1H, SWOT, dan *Unique Selling Proposition*. Berdasarkan hasil perancangan ini, semakin terbuka peluang dalam pengembangan dari Wildhani Design Studio ini. Dari sisi pemasaran Wildhani Design Studio dapat melakukan promosi berkala untuk mengenalkan studio ke khalayak publik lebih dalam. Terutama pengembangan pada promosi melalui website, karena Website untuk Wildhani Design Studio memiliki banyak kegunaan dan manfaat dalam mendukung perkembangan bisnis dan menjangkau audiens lebih luas. Sebagai platform utama untuk menampilkan portofolio proyek, website memungkinkan calon klien melihat hasil kerja, gaya desain, dan keahlian studio secara langsung. Selain itu pengembangan dalam pembuatan *company profile* yang dapat berdampak besar untuk keberlanjutan studio ke depan agar semakin dikenal khalayak umum dan terutama target pasar yang dituju. Hal ini dapat membuka target pasar baru untuk bekerja sama dengan Wildhani Design Studio.

REFERENSI

- A.B., S., & Wijanarko, H. (2004). *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen.
- Buckley, L. (2018, May 14). *Double-diamond design thinking*. Diambil kembali dari [acumen.sg:acumen.sg](http://acumen.sg/acumen.sg)
- Carter, D. E. (1985). *How to Improve Your Corporate Identity*. New York: Art Direction Book Company.
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan*. Jakarta : Erlangga
- Kotler & Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa Bob Sabran. Edisi 14, Jakarta.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Landa, Robin. 2011. *Graphic Design Solutions*, Fourth Edition. Boston: Wadworth.
- Rustan, Suriyanto (2017). *Layout, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sumedi, Misbahul (2018). *Perancangan Visual Identity Kampung Surodinawan Mojokerto Sebagai Upaya Pengenalan Kepada Masyarakat*.
- Waradya, V., & Bimo, A. (2013). Inspirasi Origami dalam Desain Logo. *Humaniora*, 4(1), 600. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3469>
- Wheeler, A. (2017). *Designing Identitas visual: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (5th ed.). Wiley;