

Branding Identitas Visual Usaha Souvenir Boneka Permen Sebagai Media Perkenalan Karya Siswa Sekolah Luar Biasa (SLB) Melati Aisyiyah

*Visual Identity Branding for Candy Doll Souvenir Business as a Media for Introducing the Work of
Melati Aisyiyah Special School (SLB) Students*

Nia Auliya^{a,1}, Mhd. Rusdi Tanjung^{b,2}

^{a,b}Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Potensi Utama, KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3A,
Medan, 20241, Indonesia

niaauliya06@icloud.com¹, rsd.adi@gmail.com²

ABSTRAK

SLB Melati Aisyiyah merupakan yayasan pendidikan swasta yang penyelenggaraan dilaksanakan secara khusus untuk mendidik siswa berkebutuhan khusus seperti tunarunggu, tunawicara dan tunagrahita. Sekolah Luar Biasa (SLB) Melati 'Aisyiyah melakukan kegiatan pembelajaran pendidikan kewirausahaan dengan suatu keterampilan membuat boneka hias sebagai wadah untuk permen. SLB Melati Aisyiyah membutuhkan sebuah identitas visual terutama di usaha souvenir boneka permen sebagai media perkenalan karya siswa luar biasa (SLB). Tujuan untuk menghasilkan sebuah identitas visual yang meliputi media utama seperti logo, media pendukung seperti packaging dan merchandise. Dalam proses perancangan visual identity seluruh karya ini memperhatikan berbagai unsur dan prinsip desain seperti garis, warna, keseimbangan, kesatuan dan lainnya sehingga dapat tercipta sebuah desain yang estetik. Dengan dirancangnya identitas visual usaha souvenir boneka permen yang diterapkan pada berbagai media yang mendukung dalam memperkenalkan karya siswa sekolah luar biasa (SLB), dapat memberikan dampak positif bagi sekolah luar biasa (SLB) dan memperkenalkan produk hasil karya siswa siswi (SLB) ke masyarakat luas berbagai pihak dalam mengembangkan usaha khususnya dalam bidang kerajinan.

Kata Kunci: Branding, Identitas visual, Logo

ABSTRACT

SLB Melati Aisyiyah is a private educational foundation which is implemented specifically to educate students with special needs such as the deaf, speech impaired and mentally retarded. Melati 'Aisyiyah Special School (SLB) carries out entrepreneurship education learning activities with the skill of making decorative dolls as containers for candy. Melati Aisyiyah SLB needs a visual identity, especially in the candy doll souvenir business as a medium for introducing the work of extraordinary students (SLB). The aim is to produce a visual identity that includes main media such as logos, supporting media such as packaging and merchandise. In the process of designing the visual identity, all of this work pays attention to various design elements and principles such as line, color, balance, unity and others so that an aesthetic design can be created. By designing the visual identity of the candy doll souvenir business which is applied to various media that supports introducing the work special school students (SLB), can have a positive impact on special schools (SLB) and introduce products made by female students (SLB) to the wider community, various parties in developing businesses, especially in the field of crafts.

Keywords : Branding, Visual identity, Logo

Info Artikel :

Disubmit:05 Januari 2024

Direview:02 Februari 2024

Diterima :05 Maret 2024

Copyright © 2024 – Journal UPU. All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

Sekolah Luar Biasa (SLB) adalah sebuah lembaga pendidikan formal yang melayani pendidikan bagi anak-anak berkebutuhan khusus. Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) yang bersekolah di Sekolah Luar Biasa (SLB) sudah diperkenalkan pada suatu keterampilan yang akan menjadi sebuah karya bermanfaat. Keterampilan yang dikelola sekolah bermacam-macam, meliputi, tata boga, tata busana, seni dan kerajinan, batik, patung, bercocok tanam, serta peternakan.

SLB Melati Aisyiyah merupakan yayasan pendidikan swasta yang penyelenggaraan dilaksanakan secara khusus untuk mendidik siswa berkebutuhan khusus seperti tunarunggu, tunawicara dan tunagrahita. Yayasan perguruan ini didirikan pada tanggal 11 Mei 1994. SLB Melati Aisyiyah terletak di Jln. Masjid No. 806 Kel. Bandar Khalipah Kec. Percut Sei Tuan pasar IX Tembung. Sekolah Luar Biasa (SLB) Melati Aisyiyah Sumatera Utara melakukan kegiatan pembelajaran pendidikan kewirausahaan dengan suatu keterampilan membuat boneka hias sebagai wadah untuk permen. Hal ini dapat bermanfaat dan memberikan keuntungan finansial khususnya bagi siswa berkebutuhan khusus.

Keterampilan dan hasil karya-karya siswa Sekolah Luar Biasa (SLB) ini belum memiliki identitas visual yang kuat sehingga kegiatan promosi menjadi tidak optimal. Agar terwujud apa yang diinginkan, penulis membantu para siswa kebutuhan khusus tersebut untuk berwirausaha dengan memulai nya dari membangun suatu usaha souvenir boneka permen dengan menentukan logo brand/merek sebagai identitas usaha dari siswa sekolah luar biasa (SLB) tersebut.

Dengan permasalahan yang diuraikan diatas penulis memberikan solusi yaitu branding identitas visual usaha souvenir boneka permen sebagai media pengenalan karya siswa sekolah luar biasa (SLB) melati aisyiyah yang efektif, menarik, melalui logo usaha sebagai pembeda dari kompetitor lainnya sehingga dikenal dan diingat oleh konsumen. Identitas visual ini dibuat untuk mengenalkan brand usaha hasil dari keterampilan karya kerajinan siswa sekolah luar biasa (SLB) kepada banyak orang.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Adapun beberapa tinjauan karya yang menjadi referensi penulis dalam membuat sebuah karya agar orientasinya tidak lari dari konsep yang akan dibuat adalah sebagai berikut :

- Studi Literatur
 - a. Branding Brand Identity

Buku yang berjudul "Mendesain Logo" karya Surianto Rustan ini menjadi referensi penulis. Menurut Rustan (2013:12) "logo adalah penyingkatan dari logotype. Istilah logo muncul pada tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer dari pada logotype.
 - b. Brand & Branding Touchpoint

Buku yang berjudul "Brand & Branding Touchpoint" karya Alina Wheeler ini menjadi referensi penulis. (Wheeler, 2009:3) "Brand adalah persepsi yang muncul pada audience mengenai sebuah perusahaan, figur ataupun ide. Sedangkan Branding Touchpoint adalah objek yang mempengaruhi persepsi audience.
 - c. Branding

Buku yang berjudul "Layout" karya Surianto Rustan ini menjadi referensi penulis. Brand dan branding adalah 2 elemen penting dalam sebuah bisnis namun memiliki arti yang berbeda. Bisa dibayangkan, ada jutaan kompetitor menjual produk yang sama, maka dari itu Brand hadir sebagai identitas bisnis/usaha.

d. Layout

Buku yang berjudul "Branding" karya Ryan Gondokusumo ini menjadi referensi penulis. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsitekturnya, sedangkan layout pekerjaannya. Namun definisi layout dalam perkembangan sangat meluas dan melebur dengan definisi desain sendiri.

e. Pengantar Tipografi

Buku yang berjudul "Pengantar Tipografi" karya Adi Kusrianto ini menjadi referensi penulis. Tipografi merupakan sebuah ilmu yang terkait dengan profesi penata aksara baik di percetakan maupun seniman.

f. Teori Warna

Buku yang berjudul "Teori warna" karya Cholilawati ini menjadi referensi penulis. warna memiliki arti spesifikasi dan bervariasi mulai dari situasi sosial yang satu kesituasi sosial lainnya. Warna juga memiliki beberapa karakteristik dan perlambangan yaitu, panas dan dingin.

g. Branding

Skripsi yang berjudul "Branding Susu Kambing Etawa Desa Bakaran Batu Medan" karya Rizki Kukuh Handoko 2020 ini menjadi referensi penulis. Dalam Komunikasi pemasaran brand atau yang dikenal dengan brand bukan sekedar nama dan logo, brand adalah sebuah perjalanan panjang yang berkembang berdasarkan persepsi dan pengalaman serta penilaian, kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang berhubungan dengan brand tersebut.

h. Perancangan Logo Branding

Skripsi yang berjudul "Perancangan Logo Branding Tropiclud Asinan Buah" karya Bunga Serina 2022 ini menjadi referensi penulis. Merek produk belum terdaftar sehingga tidak dilindungi hukum, keterbatasan atas jangkauan pemasaran produk yang belum online, sehingga terjadinya sebuah kompetensi antar manajemen pemasaran yang masih rendah yang mengakibatkan terjadinya daya saing antar produk yang dihasilkan masih rendah.

i. Branding Identitas Visual

Skripsi yang berjudul "Branding Identitas Visual Sebagai Media Promosi Museum Situs Kotta Cinna" karya Syela Mashyta 2021 ini menjadi referensi. Menurut Kotler (2009) Branding merupakan istilah, tanda, nama, simbol, rancangan, maupun kombinasi dari semua aspek, yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang ataupun sekelompok penjual untuk membedakan produk dari pesaing.

j. Perancangan Corporate Identity

Skripsi yang berjudul "Perancangan Corporate Identity Tito Jaya Motor Medan" karya Efni Ayu Anggraini 2022 ini menjadi referensi penulis. Logo adalah salah satu bentuk iklan yang singkat menjadi salah satu tantangan terbesar bagi para graphic designer, di samping menjadi tanda pengenal yang segera membawa imajinasi seseorang kepada pemilik logo itu.

- Tinjauan Karya

a. Logo Pleset.in merchandise & souvenir Logo usaha "Pleset.in" karya wahyuj ini memiliki warna yang sangat menarik yaitu pink yang mengartikan cinta dan hijau telur asin dengan arti ketenangan. Terdapat gambar kotak kado logogram yang diposisikan ditengah diatas logotype dengan keseimbangan miring 750. Logogram gambar kotak yang akan menjadi referensi bagi penulis dalam bentuk logo usaha yang akan di rancang.

b. Logo PIK-Remaja Ceria Sentul

Logo usaha "PIK-Remaja Ceria Sentul" karya pikrceriasentul ini memiliki warna-warni yang sangat ceria yang mengartikan berbagai macam perbedaan karakter, suku, ras dan adat istiadat menjadi satu kesatuan yang kuat. Logogram berbentuk segi delapan melambangkan keislaman untuk tetap taqwa kepada tuhan yang maha esa, dengan jabat tangan sebagai arti persahabatan, kebersamaan, serta tetap kompak dan konsisten yang melingkar membentuk matahari

bermakna penerangan bagi remaja. Logogram segi delapan yang akan menjadi referensi bagi penulis dalam bentuk logo usaha yang akan di rancang.

- c. Perancangan Ulang Identitas Visual Sebagai Penunjang Brand Identity “Bali Bird Park” Karya “Perancangan Ulang Identitas Visual Sebagai Penunjang Brand Identity “Bali Bird Park”” ini karya Gabriella Giovanni mengambil bentuk filosofi Love Bird dan menggunakan warna dominan pada hijau menonjolkan kesan yang natural dan elegan, beserta layout yang digunakan diambil dari filosofi kepala hingga paru love bird. Pada karya tersebut penyusunan layout menjadi referensi penulis.
- d. Perancangan Identitas Visual Yessika Roti Karya “Perancangan Identitas Visual Yessika Roti” ini karya Fimalian Nugraha merupakan representasi dari keberagaman pengalaman, rasa, cerita. Yaitu wujud padi yang tumbuh dengan beragam warna, yang bermakna “Seperti padi yang ada sejak dulu, dinikmati bersama hingga saat ini, dengan harapan dapat terus ada membangun cerita dan cinta dengan beragam generasi sampai kapanpun.
- e. Logo Jellymut Logo “Jellymut” karya zarla ini memiliki merupakan gabungan jenis huruf Special Elite yang edgy dengan warna pink kemerahan dan hijau cerah menciptakan desain yang kasual dan trendy. Ikon empat handprint dengan bentuk hati memiliki daya tarik kekanakan yang ideal untuk sekolah seni untuk anak-anak atau berbasis komunitas yang peduli.

3. METODE

Metode yang digunakan adalah data kualitatif.

A. Observasi Lapangan

Observasi lapangan dilakukan di SLB Melati Aisyiyah Tembung, Sumatera Utara. Pengkarya mengumpulkan informasi dari guru sekolah luar biasa (SLB) sekaligus alumni siswa sekolah luar biasa (SLB) bertujuan untuk mendapatkan data tentang karya siswa sekolah luar biasa (SLB) secara langsung, seperti kekurangan dan kelebihan karya siswa sekolah luar biasa (SLB).

B. Wawancara

Pengkarya melakukan wawancara kepada guru sekolah luar biasa (SLB) sekaligus alumni siswa sekolah luar biasa (SLB) secara langsung. Penulis mengajukan beberapa pertanyaan seputar karya souvenir boneka permen.

C. Kuesioner

Pengkarya memberikan kuesioner kepada mahasiswa/pelajar dan pengunjung pameran karya yang bertujuan untuk mendapatkan tanggapan perihal identitas visual souvenir boneka permen karya siswa sekolah luar biasa (SLB).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data

Tahap pengolahan data yang diperoleh dari subjek penelitian, kemudian diuraikan kembali menjadi beberapa kategori sehingga data yang dikumpulkan mampu menjadi sebuah solusi. Data yang diperoleh kemudian di analisis dengan metode S.W.O.T.

- Strengths Anak Kebutuhan Khusus (ABK) dari sekolah luar biasa (SLB) Melati Aisyiyah adalah satu-satunya sekolah luar biasa (SLB) yang memiliki beragam karya kerajinan tangan.
- Weaknesses Media Promosi dan Identitas Visual karya kerajinan siswa sekolah luar biasa (SLB) belum ada, sehingga para konsumen tidak dapat mengenali. karya kerajinan siswa sekolah luar biasa (SLB).

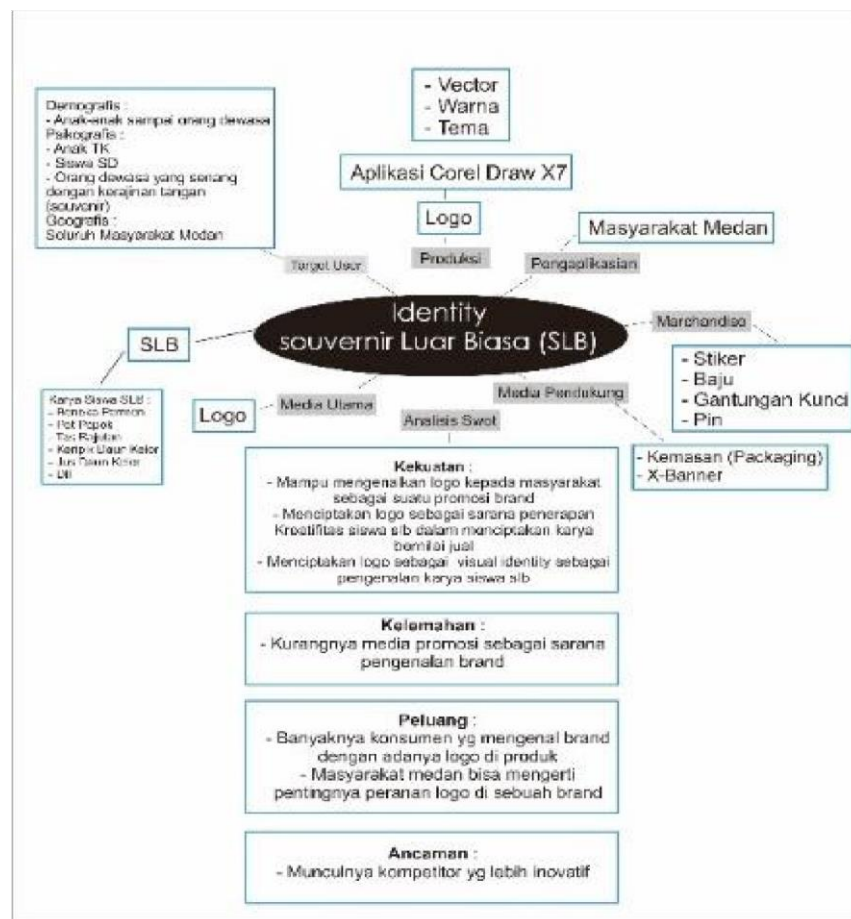
- Opportunities Karya kerajinan siswa sekolah luar biasa (SLB) tentu dapat menjadi peluang bisnis bagi siswa sekolah luar biasa (SLB) dan masyarakat medan bisa mengerti pentingnya identitas visual di sebuah brand.
- Threats Adanya kompetitor lain yang lebih inovatif

B. Ide kreatif

Ide kreatif yang penulis jabarkan sesuai dengan kebutuhan dalam Branding Identitas Visual Usaha Souvenir Boneka Permen Sebagai Media Perkenalan Karya Siswa Sekolah Luar Biasa (SLB) Melati Aisyiyah,. Ide kreatif tersebut terbagi dalam beberapa bagian yang ada dibawah ini.

a. Metode berfikir

Pada tahap ini penulis mengelolah data yang telah dianalisis dalam bentuk mind mapping (brainstorming) untuk mencari gagasan-gagasan penting untuk mencari ide kreatif yang muncul untuk membuat branding identitas visual dari data-data yang sudah dikumpulkan, berikut adalah gambar dari hasil brainstorming yang sudah penulis lakukan :



Gambar 1. Mind Mapping
(Sumber : Nia Auliya, 2023)

b. Tema

Pengkarya menginginkan usaha souvenir boneka permen ini mempunyai tema keceriaan yang modern, sehingga penulis menginginkan branding identitas visual dari usaha souvenir boneka

permen tersebut berkesan menarik, simpel dan bersahabat sehingga desain yang dibuat akan mengikuti dari tema yang sudah penulis inginkan dari identitas visual usaha souvenir boneka permen ini, dengan tampilan visual yang akan disesuaikan untuk segmentasi orang yang senang dengan kerajinan tangan (souvenir).

c. Target Pengguna

Target pengguna merupakan pengambil keputusan yang menjadi sasaran buku ilustrasi yang diciptakan, yaitu demografis, psikografis, geografis. Penjelasan dari point-point target pengguna sebagai berikut :

- Demografis Anak-Anak sampai dengan orang dewasa.
- Psikografis Orang yang senang dengan kerajinan tangan (souvenir).
- Geografis Masyarakat kota medan dan diluar wilayah kota medan.

C. Konsep Media

Media merupakan perantara untuk menyalurkan pesan dari sumber kepada penerima. Media utama yang akan digunakan dalam karya yang dirancang adalah bentuk logo yang akan menjadi wajah dari siswa sekolah luar biasa (SLB) itu sendiri. Media utama ini nantinya akan menjadi keunikan sendiri untuk souvenir boneka permen ini, karna dari segi packaging nantinya akan dibawa bawa oleh calon pembeli, dalam packaging berupa kotak yang sudah diberi gambar logo yang identik dengan siswa sekolah luar biasa (SLB).

D. Visualisasi

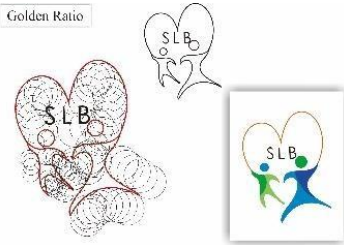
Visualisasi yang penulis buat antara lain sebagai berikut:

a. Alternatif Desain

Berikut ini merupakan 10 alternatif dari identitas visual usaha souvenir boneka permen, yaitu :

Tabel 1. 10 Alternatif Digital Logo Terpilih.

(Sumber : Dokumentasi Nia Auliya, 2023)

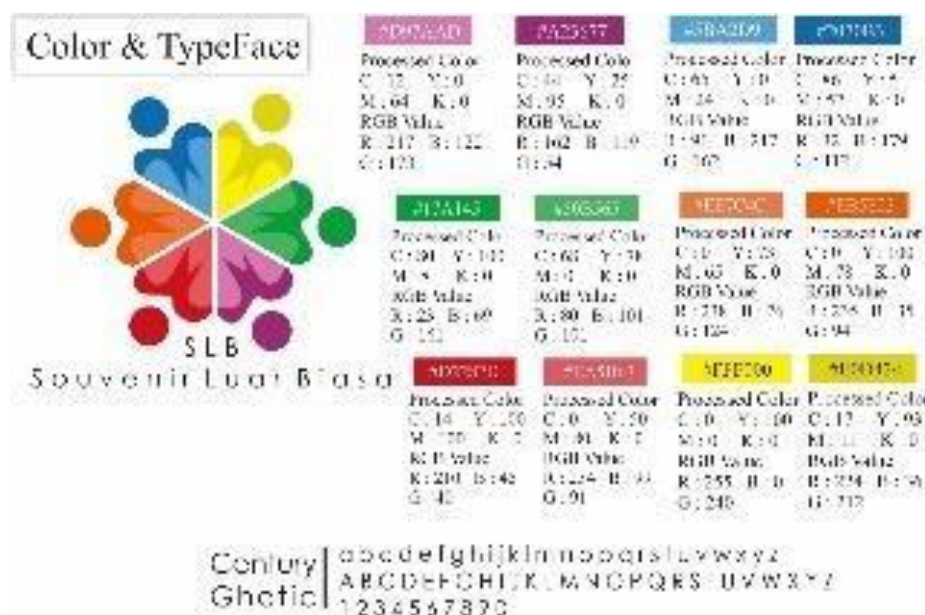
No	Logo	No	Logo
1		2	
No	Logo	No	Logo

3		4	
5		6	
7		8	
9		10	

b. Logo Terpilih

Berikut adalah logo yang terpilih untuk dijadikan brand identitas visual usaha souvenir boneka permen. Konsep bentuk logo nomor 7 ini diambil dari bentuk kembang loyang dengan susunan yang sekilas terlihat seperti love dan orang saling bersanding tersusun melingkar. Simbol kembang loyang yang mempunyai makna "Lain lubuk, lain ikannya" demikian juga dengan karya kerajinan siswa sekolah luar biasa (SLB). Setiap sekolah luar biasa (SLB) punya ciri khas karya kerajinan masing-masing. Logo ini terdiri dari Simbol enam orang merangkul dan di tengah logo terdapat simbol bintang segi enam yang melambangkan enam norma kerja yaitu, berekayasa, kreatif, konsisten, unggul, akrab dan berintegritas yang dimana enam norma kerja ini sangat identik dengan siswa sekolah luar biasa (SLB) dalam membuat karya. Warna yang digunakan bertemakan keceriaan, kehangatan dan cenderung berwarna cerah yang menggambarkan siswa

sekolah luar biasa (SLB). Warna gradasi di simbol love untuk membedakan simbol orang didalam simbol love nya. Untuk penggunaan typeface pada logo usaha souvenir boneka permen menggunakan font, yaitu Century Ghotic jenis font sans serif yang menunjukkan sifat global, modern dan berfokus pada gagasan masa depan. Hal ini menyesuaikan integritas usaha souvenir boneka permen sebagai souvenir modern dan mudah diingat secara global



Gambar 2. Logo Terpilih, Color dan TypeFace.

(Sumber : Nia Auliya, 2023)

c. Media Utama

Konsep media utama yang penulis gunakan adalah logo. Adapun media utama dari branding identitas visual usaha souvenir boneka permen adalah logo. Dari adanya 20 alternatif logo yang dibuat, desain yang terpilih adalah alternatif desain logo nomor 7. Logo ini terpilih karna dinilai paling mencerminkan identitas usaha souvenir boneka permen yang ada pada pesan yang disampaikan melalui visual dari logo tersebut.



Gambar 3. Media Utama.

(Sumber : Nia Auliya, 2023)

d. Media Pendukung

Adapun identitas visual yang berupa logo, tipografi, warna serta elemen grafis yang dibuat diterapkan pada media-media pendukung agar citra usaha souvenir boneka permen dapat tersampaikan kepada masyarakat serta terlaksananya upaya membangun kesadaran (brand awareness) agar terjaga nya situs usaha souvenir boneka permen pada masyarakat.

Tabel 2. Media Pendukung.
(Sumber : Dokumentasi Nia Auliya, 2023)

No	Media Pendukung	No	Media Pendukung
1	 Packaging	2	X-Banner 



Gambar 4. Stand Display Karya saat pameran UPU Art Expo 5.0.
(Sumber : Nia Auliya, 2023)

E. Pembahasan

Pada tahap ini penulis melakukan persebaran kuesioner karya yang dibutuhkan untuk meninjau keberhasilan karya yang telah di hasilkan. Dalam hal ini kuesioner dibagikan ke para pengunjung yang datang pada saat pameran skripsi karya berlangsung di Universitas Potensi Utama Gedung B lantai 4, yang berlokasi JL. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A, Medan, Sumatera Utara 20241. Kuesioner karya dibagikan pada saat karya sudah dicetak menjadi media nyata. Kusioner ini di sebarakan dengan semua kalangan yang menggunakan google form. Untuk mengetahui respon masyarakat terhadap logo identitas visual usaha souvenir boneka permen. penulis membuat gambaran diagram statistik untuk mengukur hasil dari 140 responden yang telah ikut berpartisipasi dalam pengisian kuesioner yang telah di berikan.

Berdasarkan usia, data dari usia responden yang menjawab pertanyaan, dimana ditemukan jarak usia antar responden berkisar antara 12-58 tahun. Usia 21 tahun adalah usia penjawab tertinggi dengan 11,43% .

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	12	1	7%
2	15	3	214%
3	16	13	928%
4	17	17	1214%
5	18	4	288%
6	19	9	643%
7	20	7	500%
8	21	16	1143%
9	22	10	714%
10	23	9	643%
11	24	4	288%
12	25	1	7%
13	26	3	214%
14	27	5	357%
15	28	3	214%
16	29	2	143%
17	30	2	143%
18	31	4	288%
19	33	2	143%
20	34	3	214%
21	36	1	7%
22	37	1	7%
23	39	2	143%
24	40	3	214%
25	41	1	7%
26	42	1	7%
27	44	3	214%
28	50	4	288%
29	51	1	7%
30	52	1	7%
31	53	1	7%
32	54	1	7%
33	55	1	7%
34	58	1	7%
TOTAL		140	10000%

Gambar 4. Jumlah usia responden.
(Sumber : Dokumentasi Nia Auliya, 2023)

Berdasarkan pendidikannya, didominasi oleh Sekolah Menengah Kerjuran (SMK) yaitu berjumlah 42 orang (30%), lalu diikuti oleh Strata-1 yaitu berjumlah 39 orang (27,86%), Mahasiswa berjumlah 37 orang (26,43%), Sekolah Menengah Atas (SMA) berjumlah 9 orang (6,43%), Strata-2 (S2) berjumlah 7 orang (5%), Sekolah Menengah Pertama (SMP) berjumlah 3 orang (2,14%).

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1	SMP	3	214%
2	SMA	9	643%
3	SMK	42	3000%
4	Santri	1	71%
5	Mahasiswa	37	2643%
6	A. Md	1	71%
7	D3	1	71%
8	S1	39	2786%
9	S2	7	500%
	TOTAL	140	10000%

Gambar 5. Pendidikan responden.
(Sumber : Dokumentasi Nia Auliya, 2023)

Dari data di bawah ini, persentase penjawab kuesioner dengan pertanyaan :

1. Apakah karya kerajinan siswa sekolah luar biasa (SLB) ini menarik? memperoleh jawaban “Sangat Menarik” sebesar 99,3% dan jawaban “Tidak Menarik” sebesar 0,7%. Hasil tersebut membuktikan bahwa masih banyak orang yang belum mengetahui tentang karya kerajinan siswa sekolah luar biasa (SLB).
2. Souvenir boneka permen karya siswa sekolah luar biasa (SLB) belum memiliki identitas visual. Menurut anda, apakah sebuah identitas visual dapat membantu anda mengingat suatu brand karya?” dengan jawaban “Ya” sebanyak 99,3% dan jawaban “Tidak” sebesar 0,7%
3. Apakah identitas visual ini sudah bisa menjadi ciri khas souvenir boneka permen karya siswa sekolah luar biasa (SLB)? dengan jawaban “Ya” sebanyak 97,2% dan jawaban “Tidak” sebesar 3,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden dominan setuju dengan adanya identitas visual yang dibuat membantu mereka untuk mengingat karya siswa sekolah luar biasa (SLB).
4. Apakah pendapat anda mengenai identitas visual tersebut? “Identitas visual tersebut sangat menarik dan mudah diingat karena memiliki kontras warna yang cerah dan desain yang unik” dan “Sangat kreatif sekali”, dari pendapat tersebut dan data yang telah dihasilkan dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan desain dari identitas visual karya kerajinan siswa sekolah luar biasa (SLB), dimana hal tersebut membuat mereka mudah mengingat dan terbangunnya brand awarness dari identitas visual tersebut.
5. “Apakah identitas visual ini sudah bisa menjadi ciri khas souvenir boneka permen karya siswa sekolah luar biasa (SLB)?” dengan jawaban “Ya” sebanyak 97,2% dan jawaban “Tidak” sebesar 3,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden dominan setuju dengan adanya identitas visual yang dibuat membantu mereka untuk mengingat karya siswa sekolah luar biasa (SLB).
6. “Apakah dengan adanya media yang telah dijabarkan dapat meningkat antusias untuk memperkenalkan souvenir boneka permen karya siswa sekolah luar biasa (SLB) ke masyarakat yang lain?” jawaban “Ya” dengan hasil 98,6% dan jawaban “Tidak” sebanyak 1,4%, atas pertanyaan tersebut disimpulkan bahwa hampir semua responden setuju dengan adanya media pendukung yang dibuat juga dapat membuat mereka antusias untuk mengingat dan memperkenalkan karya siswa sekolah luar biasa (SLB) ke masyarakat medan.

5. KESIMPULAN

SLB Melati Aisyiyah merupakan yayasan pendidikan swasta yang penyelenggaraan dilaksanakan secara khusus untuk mendidik siswa berkebutuhan khusus seperti tunarunggu, tunawicara dan tunagrahita. Yayasan perguruan ini didirikan pada tanggal 11 Mei 1994. SLB Melati Aisyiyah terletak di Jln. Masjid No. 806 Kel. Bandar Khalipah Kec. Percut Sei Tuan pasar IX Tembung. Sekolah Luar

Biasa (SLB) Melati 'Aisyiyah Sumatera Utara melakukan kegiatan pembelajaran pendidikan kewirausahaan dengan suatu keterampilan membuat boneka hias sebagai wadah untuk permen. Hal ini dapat bermanfaat dan memberikan keuntungan finansial khususnya bagi siswa berkebutuhan khusus.

Keterampilan dan hasil karya-karya siswa Sekolah Luar Biasa (SLB) ini belum memiliki identitas visual yang kuat sehingga kegiatan promosi menjadi tidak optimal. Agar terwujud apa yang diinginkan, penulis membantu para siswa kebutuhan khusus tersebut untuk berwirausaha dengan memulai nya dari membangun suatu usaha souvenir boneka permen dengan menentukan logo brand/merek sebagai identitas usaha dari siswa Sekolah Luar Biasa (SLB) tersebut.

Melalui identitas visual usaha souvenir boneka permen disambut dengan Bentuk dari kembang loyang dengan susunan yang sekilas terlihat seperti hati dan orang saling bersanding tersusun melingkar. Simbol kembang loyang yang mempunyai makna "Lain lubuk, lain ikannya" demikian juga dengan karya kerajinan siswa sekolah luar biasa (SLB). Setiap sekolah luar biasa (SLB) punya ciri khas karya kerajinan masing-masing. Simbol orang merangkul yang mengartikan siswa sekolah luar biasa (SLB) dalam membuat sebuah karya melakukan kerjasama yang baik, solid, kuat, bersatu dan kompak untuk membuat karya kerajinan.

Adapun hasil dari penilaian mengenai identitas visual baru yang dimiliki oleh usaha souvenir boneka permen karya siswa sekolah luar biasa (SLB) dinilai dapat meningkatkan antusias masyarakat kota medan untuk mengingat dan memperkenalkan usaha souvenir boneka permen. Hal ini tentunya akan berpengaruh baik terhadap siswa sekolah luar biasa (SLB) tersebut, meningkatnya citra sebagai siswa sekolah luar biasa dengan karya kerajinan yang menarik di Kota Medan tentunya akan mendukung mereka untuk membuat karya yang lebih menarik lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah penulis ucapkan puji syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala dan salawat beriring salam kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Universitas Potensi Utama atas semua ilmu yang saya dapatkan dari Universitas Potensi Utama, Semua proses yang saya alami selama masih menjadi mahasiswa sangat berguna untuk pengembangan diri saya dan juga semoga bermanfaat untuk membangun Bangsa dan Negara.

REFERENSI

- [1] Abdul, A. S. (2016). Dimensi Warna, UNM. Makassar.
- [2] Alina, W. (2019). Brand & Branding Touchpoint.
- [3] Adi, K. (2013). Pengantar Tipografi.
- [4] Cholilawati (2021). Teori Warna.
- [5] Surianto, R. (2018). Layout.
- [6] Surianto, R. (2019). Mendesain Logo Jilid I.
- [7] Ryan, G. (2021). 5 Ways To Increase Branding. Jakarta.

- [8] Yudha, A. (2018). Merancang Media Promosi Unik Dan Menarik, Yogyakarta: TAKA Publisher.
- [9] Ahmad, B. S. (2021:1). Branding, SAE Institut Indonesia. Jakarta.
- [10] Ayu, A. E., & Tanjung, M. R. (2020). Jurnal Perancangan Corporate Identity Tito Jaya Motor Medan, Universitas Potensi Utama. Medan,.
- [11] Fimalian, N. (2022). Jurnal Perancangan Identitas Visual Yessika Roti.
- [12] Gabriella, G. (2022). Jurnal Perancangan Ulang Identitas Sebagai Penunjang Brand Identity “Bali Bird Park”.
- [13] Hari, S. (2005). Pendidikan Sejarah, IKIP PGRI. Bali.
- [14] Kukuh, H. R., & Jhon, (2020). Skripsi Branding Susu Kambing Etawa Desa Bakaran Batu Medan, Universitas Potensi Utama. Medan.
- [15] Mashyta, S. (2021). Skripsi Branding Identitas Visual Sebagai Media Promosi Museum Situs Kota Cinna, Universitas Potensi Utama. Medan.
- [16] Serina, B. (2022). Jurnal Perancangan Logo Branding TropicKled Asinan Buah, Universitas Potensi Utama. Medan.
- [17] <https://www.seribu.com>, Wahyuaj
- [18] <https://www.pikrceriasentul.blogspot.com>, Anpnymous
- [19] <https://www.zarla.com>