

Perancangan Identitas Visual Hotel Pendidikan Politeknik Negeri Banyuwangi Jinggo

Ayu Wanda Febrian^{1*}, Reni Nur Jannah², Fengky Rozab Abdul Gofar³

^{1,2,3}Manajemen Bisnis Pariwisata,

Email Penulis Korespondensi: ¹ayuwanda@poliwangi.ac.id

Abstrak– Banyuwangi menjadi tujuan wisatawan dari lokal maupun mancanegara, dilihat dari rata-rata kunjungan per tahun yang semakin bertumbuh dan meningkat. Semua ini terjadi karena kebijakan dan usaha Bupati Banyuwangi pada 2010 yang membangun perekonomian Banyuwangi melalui potensi alam dan budaya untuk dikembangkan ke bidang pariwisata. Perkembangan ini mempengaruhi beberapa bidang, terutama bidang akomodasi dan juga pendidikan, pendidikan yang dimaksud bertujuan untuk menggali lebih dalam potensi pariwisata yang ada di Banyuwangi untuk dapat mengembangkan pariwisata Banyuwangi. Politeknik Negeri Banyuwangi adalah satu-satunya kampus yang memiliki fasilitas pendukung pembelajaran berupa Hotel yang akan dikomersilkan dalam waktu dekat, namun Hotel tersebut tidak memiliki logo untuk mendukung *Brand image* dan *Brand Awareness*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan *Research and Development* dengan menggunakan model pengembangan A.D.D.I.E (*Analysis, Design, Development, Implementation dan Evaluation*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan 90% validator menyatakan logo Hotel Poliwangi Jinggo sebagai identitas visual layak untuk diterapkan di Hotel Poliwangi serta 91,11% responden menyatakan sangat layak untuk mengimplementasikan logo pada Hotel Poliwangi Jinggo.

Kata Kunci: Hotel, Pariwisata, *Brand Awareness*, *Brand Identity*, Logo

Abstract– Banyuwangi has become a destination for local and foreign tourists, as seen by the average number of visits per year, which is growing and increasing. All of this happened because of the Banyuwangi Regent's policies and efforts in 2010, which built Banyuwangi's economy through natural and cultural potential to be developed into the tourism sector. This development affects several fields, especially accommodation and education. The education in question aims to dig deeper into the tourism potential in Banyuwangi to be able to develop Banyuwangi tourism. Banyuwangi State Polytechnic is the only campus that has learning support facilities in the form of a hotel, which will be commercialized shortly, but the hotel does not have a logo to support brand image and brand awareness. The research uses the Research and Development approach method using the A.D.D.I.E. (*Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation*) development model. The results of the research show that 90% of validators stated that the Poliwangi Jinggo Hotel logo as a visual identity was suitable for application at the Poliwangi Hotel. And 91.11% of respondents stated that it was very feasible to implement the logo at the Poliwangi Jinggo Hotel.

Keywords: Hotel, Tourism, *Brand Awareness*, *Brand Identity*, Logo

I. PENDAHULUAN

Politeknik Negeri Banyuwangi melalui salah satu program studi pariwisata memiliki sumbangsih besar. Berdasarkan SK Penyelenggaraan 368/E/O/2013, Program Studi Diploma IV Manajemen Bisnis Pariwisata yang diresmikan pada 6 September 2013 memiliki misi, yaitu mengembangkan program studi Manajemen Bisnis Pariwisata sebagai lembaga pendidikan pariwisata yang bermutu, menghasilkan tenaga bidang pariwisata yang profesional dan inovatif, serta sanggup berkompetisi dalam semakin ketatnya persaingan. Misi tersebut sejalan dengan tujuan dari *Teaching Factory* yaitu meningkatnya kompetensi peserta didik, meningkatnya jiwa kewirausahaan lulusan, menghasilkan produk (barang/pun jasa) bernilai tambah, meningkatnya pendapatan sekolah, dan meningkatnya kerjasama dengan perusahaan bisnis/industri [1]. Proses pembelajaran dengan konsep *teaching factory* menghadirkan lingkungan usaha/industri ke dalam lingkungan sekolah [2].

Program studi ini memiliki fasilitas pendukung seperti Hotel sebagai sarana pembelajaran supaya mahasiswa mengetahui lebih awal bagaimana industri pariwisata berjalan. Hotel tersebut berdiri sejak tahun 2013 dengan

nama Poliwangi Jinggo, memiliki fasilitas lengkap layaknya hotel berbintang dan berfungsi untuk keperluan kampus, seperti *venue* untuk *meeting*. Hotel ini memiliki fasilitas lain seperti penyediaan layanan kamar, serta makanan dan minuman. Dengan kelengkapan fasilitas dan kelayakan tersebut, saat ini pihak pengelola Hotel Poliwangi Jinggo berencana untuk mengkomersilkan hotel tersebut karena potensi pariwisata di Banyuwangi sangat berkembang serta pemenuhan proses pembelajaran dengan konsep *teaching factory*. Namun, sebelum melakukan pengkomersilan hotel, pengelola perlu memberikan identitas supaya hotel ini siap bersaing dan semakin dikenal luas oleh publik. Hingga saat ini, belum terdapat identitas visual yang bisa menunjang Hotel Poliwangi Jinggo dalam mendapatkan atensi publik.

Identitas dari sebuah tempat atau institusi/perusahaan memang sangat penting sebagai gambaran awal sebuah produk yang dihasilkan [3], seperti Banyuwangi yang memiliki gambaran alam yang indah menjadikan pilihan berwisata yang tepat, atau contoh lainnya yakni Hotel Aston yang tidak diragukan lagi oleh wisatawan karena telah memiliki citra yang baik. Hal tersebut dapat dipahami masyarakat karena adanya identitas visual yang kuat dari

produk tersebut [4]. Logo juga dinilai sebagai unsur terpenting sebuah merek perusahaan [5]. Merek (*brand*) merupakan dimensi jasa atau produk yang membedakannya dalam beberapa cara dari jasa atau produk lain yang dibuat untuk mencukupi kebutuhan yang serupa [6]. Bisa diketahui bahwa, identitas visual merupakan citra pertama yang dilihat oleh masyarakat mengenai suatu produk, biasanya identitas visual berupa sebuah logo atau nama yang dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat.

Pembuatan identitas visual ini juga sebagai syarat agar Hotel Poliwangi Jinggo dapat bersaing di pangsa pasar Banyuwangi. Menciptakan gambaran emosional sebuah perusahaan berupa produk yang ditawarkan, hal ini berkaitan dengan *brand awareness* [7]. Ketatnya persaingan di bidang yang sama membuat identitas visual dalam proses pembuatannya sangat dipertimbangkan, mulai dari pemilihan warna, *font* hingga bentuk logo. Hal ini dilakukan agar makna dan pesan yang terkandung oleh Hotel Poliwangi Jinggo dapat tersampaikan dengan baik. Menurut General Manager Hotel Poliwangi Jinggo, Ibu Wanda Febrian, beliau menyampaikan jika pembuatan logo untuk Hotel nantinya tidak hanya sebagai identitas secara visual saja, tetapi juga sebagai kebutuhan administrasi dan seluruh amenitis yang akan disediakan. Perancangan identitas visual ini diharapkan dapat menciptakan kesan yang dapat diterima masyarakat dan mampu bersaing di bidang yang sama. Sejak peresmian hingga saat ini, Hotel Poliwangi Jinggo hanya memiliki sebuah nama yang dipasang di pintu masuk Hotel, nama tersebut tidak menggambarkan sebuah identitas visual yang semestinya. Adapun tulisan nama Hotel Poliwangi Jinggo nampak pada gambar berikut:



Gambar 1. Hotel Poliwangi Jinggo Tampak Depan

Pada Gambar 1, menunjukan tampak depan dari Hotel Poliwangi Jinggo yang tidak memiliki logo atau sebuah identitas yang bisa ditonjolkan dari sebuah hotel. Maka dari itu, untuk membantu meningkatkan *brand awareness* dari Hotel Poliwangi Jinggo dan menemukan pembeda dari kompetitor lain, maka diperlukan sebuah identitas visual berupa logo dan sarana promosi untuk peluncuran hotel ke depannya. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan solusi berupa perancangan logo dan juga sarana promosi agar tercipta *brand awareness* dan *brand*

identity agar dapat bersaing dan juga mudah dikenali oleh masyarakat [8] khususnya masyarakat kampus. Selain itu dari segi bisnis juga untuk mendapat kelayakan bersaing di bidang yang sama dan juga dapat dikenal oleh masyarakat.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi jenis *Research and Development* atau biasa disingkat R&D. Metode penelitian R&D atau Penelitian dan Pengembangan didefinisikan sebagai penelitian yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk tertentu kemudian menguji keefektifan produk tersebut [9]. Jenis penelitian R&D juga memiliki tujuan untuk mengembangkan suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang telah ada. Istilah produk disini dapat diartikan sebagai perangkat keras (*hardware*) atayu perangkat lunak (*software*), seperti model pembelajaran interaktif, model bimbingan, pengembangan sistem, pengembangan modul bahan dan lain sebagainya [10].

Terdapat empat (4) macam desain atau tingkatan dalam penelitian ini yaitu, (1) melakukan penelitian untuk membuat rancangan produk tetapi tidak dilanjutkan dengan membuat dan menguji produk tersebut (level 1); (2) penelitian yang tidak membuat rancangan produk, tetapi hanya memvalidasi atau menguji efektivitas efisien produk yang sudah ada (level 2); (3) meneliti dan menguji dalam rangka mengembangkan produk yang telah ada (level 3); (4) meneliti dan menguji dalam rangka menciptakan produk baru yang belum pernah ada (level 4)[9]. Berdasarkan penjelasan mengenai tingkat kesulitan penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berada pada level 3.

Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk menghasilkan sebuah produk baru, di mana dari awal perancangan tidak menghasilkan suatu produk maka perlu pembuatan dan pengembangan produk baru. Kemudian produk baru tersebut akan dikembangkan dan disempurnakan dari segi bentuk maupun fungsinya. Dalam proses pembuatan produk baru juga memperhatikan aspek sebagai media promosi. Dari beberapa aspek tersebut dapat divisualisasikan atau diwujudkan melalui perancangan logo dan pembuatan identitas visual Hotel Poliwangi Jinggo.

Terdapat beberapa model pengembangan dalam penelitian ini, terdapat langkah-langkah dalam penelitian R&D yaitu (1) *research and information collecting*; (2) *planning*; (3) *develop preliminary form a product*; (4) *preliminary field testing*; (5) *main product revision*; (6) *main field testing*, (7) *operational product revision*; (8) *operational field testing*; (9) *final product revision*; (10) *dissemination and implementation*. Terdapat 4 langkah penelitian R&D yang disingkat dengan 4D (*Define, Design, Development, and Desimination*), *the focus of design and development research can be front-end analysis, Planning, Production, and Evaluation* (PPE) [11]. Adapun model pengembangan yang digunakan dalam penelitian in mengacu pada metode R&D dengan

model ADDIE [12]. Model pengembangan ADDIE terbagi dalam 5 langkah tahapan yaitu (*Analysis, Design, Developmen, Implementation, Evaluation*).

Pada proses analisis data, data yang digunakan sesuai dengan jenis data yang diperoleh ketika penelitian. Tujuan dari teknik analisis data ini untuk menginterpretasikan data dari hasil penelitian, dimana data yang didapat yaitu berupa data kuantitatif yang didukung oleh data kualitatif. Oleh karena itu, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis statistik deskriptif. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknik Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengolah jenis data kualitatif. Data kualitatif merupakan data yang dikumpulkan mengenai proses pembuatan logo dan identitas visual Hotel Poliwangi Jinggo yaitu berupa masukan, saran ataupun kritikan oleh ahli materi, ahli media dan tanggapan responden lainnya. Teknik analisis ini dilakukan dengan mengelompokkan informasi-informasi data kualitatif berdasarkan penelitian masing-masing item pada setiap komponen atau penelitian secara keseluruhan terhadap logo dan identitas visual. Hasil dari analisis tersebut dapat digunakan untuk proses perbaikan produk pada tahap revisi atau untuk penelitian selanjutnya.

2. Teknik Analisis Statik Deskriptif

Analisis statik deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan berupa data kuisioner penilaian mengenai proses pembuatan logo dan identitas visual Hotel Poliwangi Jinggo, baik berupa kuisioner metode tertutup ataupun kuisioner metode terbuka. Adapun sumber data diperoleh dari responden para ahli materi, ahli bidang dan tanggapan responden lainnya. Dalam penelitian pengembangan, skala likert digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan permasalahan suatu objek, rancangan suatu produk, proses pembuatan produk dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan [13]

Tabel 1. Pedoman Penskoran Sesuai Skala Likert

No	Kategori	Skor
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	N (Netral)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

(Sumber: Sugiyono, 2017)

1. Menghitung persentase kelayakan dari setiap aspek dengan rumus sebagai berikut:

Rumus Skala Likert :

$$x_i = \frac{\sum S}{S_{max}} \times 100\%$$

Keterangan :

x_i = Nilai kelayakan item tiap angket

$\sum S$ = Jumlah skor

S_{max} = Skor Maksimal

Setelah menghitung rata – rata akhir, maka selanjutnya mengubah nilai skor rata – rata menjadi nilai kelayakan yang sesuai dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 2. Skala Kelayakan

No	Skor Kelayakan	Kriteria
1	0% - 20%	Sangat Kurang Layak
2	20,01% - 40%	Kurang Layak
3	40,01% - 60%	Cukup Layak
4	60,01% - 80%	Layak
5	80,01% - 100%	Sangat Layak

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan dalam melakukan Perancangan Identitas Visual Hotel Poliwangi Jinggo dan Implementasinya Pada Media Promosi disesuaikan dengan prosedur model pengembangan A.D.D.I.E. (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*). Berikut penjelasan lebih lengkapnya:

Analisis (Analysis)

Proses analisis dibagi menjadi dua bagian, yang pertama yaitu analisis kinerja (*performance analysis*) dan yang kedua yaitu analisis kebutuhan (*needs assessment*). Pada tahap analisis kinerja ini, dilakukan wawancara langsung kepada pengelola Hotel Poliwangi Jinggo yaitu Ibu Ayu Wanda Febrian, S.Par., M.B.A. (*General Manager*) untuk mengidentifikasi permasalahan identitas visual berupa logo yang ada di Hotel Poliwangi Jinggo.

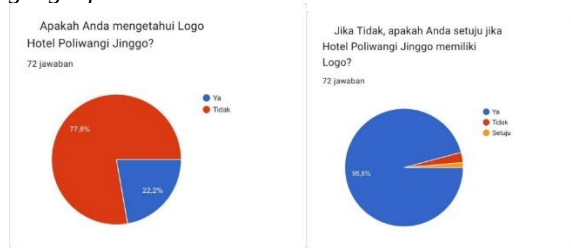
Ibu Wanda menjelaskan mengenai ide awal perancangan logo untuk Hotel Poliwangi Jinggo karena adanya sistem TEFA (*Teaching Factory*) yang diterapkan dipendidikan vokasi untuk mendukung pembelajaran mahasiswa [14] khususnya jurusan Manajemen Bisnis Pariwisata dalam bidang industri, memanfaatkan hotel sebagai media penerapan teori dan keterampilan mahasiswa selama perkuliahan. Untuk memaksimalkan *skill* mahasiswa dalam bidang industri maka Hotel Poliwangi Jinggo rencana akan dikomersilkan dan ikut bersaing dengan bidang industri yang sama di Banyuwangi, maka diperlukannya identitas visual berupa logo sebagai identitas hotel agar dapat dikenal oleh masyarakat.

Potensi identitas visual berupa logo selain untuk pengenalan hotel menurut Ibu Wanda yaitu juga diperlukan untuk kebutuhan administrasi hotel dan kebutuhan promosi hotel. Dampak positif adanya identitas visual berupa logo dapat membuat kepercayaan kepada para tamu [15] yang ingin berkunjung dan menikmati pelayanan hotel, hal ini dapat memberikan pemasukan tambahan dari luar Politeknik Negeri Banyuwangi untuk kebutuhan pembelajaran mahasiswa. Namun, identitas visual belum



maksimal, karena hanya berupa tulisan nama Hotel Poliwangi Jinggo yang berada di pintu masuk hotel. Maka dari itu Ibu Wanda sangat setuju dengan diadakannya penelitian berupa perancangan identitas visual berupa logo agar dapat dikenal dan bersaing di bidang yang sama.

Wawancara dengan narasumber (*performance analysis*) diatas merupakan sebagian langkah awal melakukan penelitian. Hal tersebut dikarenakan saran dari narasumber dapat menjadikan masukan untuk melakukan penelitian dengan baik. Selain berupa wawancara, langkah awal lainnya dalam melakukan penelitian ini yaitu analisis kebutuhan (*needs assessment*) berupa kuesioner analisis kebutuhan kepada tamu, mahasiswa, dosen dan staff yang berasal dari luar dan dalam Politeknik Negeri Banyuwangi yang pernah melakukan *check-in* atau berkunjung ke Hotel Poliwangi Jinggo. Berikut hasil kuesioner analisis melalui *google form*:



Gambar 2. Kuesioner Pra-Penelitian

Berdasarkan **Gambar 3** dapat disimpulkan dari 72 respondeng menyatakan setuju apabila perancangan identitas visual Hotel Poliwangi Jinggo dilaksanakan untuk menunjang *brand awareness* dan mampu bersaing dengan kompetitor di bidang yang sama.

Design (Rancangan Identitas Visual Logo)

Identitas visual dalam penelitian ini menggunakan konsep konfigurasi kombinasi logo yang mengandung elemen gambar dan tulisan terpisah yang mengandung makna dari Hotel Poliwangi Jinggo. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan kesan mudah dipahami dan memiliki *value*. Pada tahap ini, peneliti merancang logo menggunakan *software Procreate* dalam proses mensketsa simbol logo, lalu merapikan sketsa simbol logo dan menambahkan *font* untuk *typology* menggunakan *CorelDraw X7*, kemudian menggunakan *Adobe Photoshop CS6* dalam proses *Mockup*. Langkah awal yang diambil oleh peneliti yaitu mencatat elemen-elemen yang akan dimasukkan kedalam logo sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada *general manager* Hotel Poliwangi Jinggo dan juga menentukan warna yang akan digunakan. Sebelum pada logo final, peneliti melakukan beberapa desain logo demi menentukan logo final yang akan diserahkan kepada ahli. Berikut logo yang didesain oleh peneliti:



Gambar 3. (Kiri) Logo Dengan Ikon Bunga, (Kanan) Logo Dengan Ikon Rumah Adat Banyuwangi

Setelah pembuatan beberapa logo, peneliti melakukan presentasi kepada *general manager* hotel demi menentukan logo final yang akan digunakan. Presentasi tersebut menjelaskan tentang penentuan elemen-elemen, filosofi dan juga warna yang digunakan untuk Hotel Poliwangi Jinggo. Setelah presentasi, *general manager* dan pengelola hotel menyetujui logo kiri dengan ikon bunga pada **Gambar 3** setelah mempertimbangkan bentuk logo dan filosofi yang terkandung dalam logo.



Gambar 4. Draf Logo Final

Setelah pemilihan logo dengan mempertimbangkan bentuk, *general manager* dan pengelola hotel memberikan penilaian berupa saran dan masukan untuk memberikan tambahan filosofi yang mengandung unsur pariwisata yang mewakili arti dari jurusan Manajemen Bisnis Pariwisata dan juga pengantian nama "Hotel" menjadi "eduHotel" yang selanjutnya akan diberikan kepada ahli materi, ahli bidang, ahli praktisi dan konsumen. Berikut desain logo final setelah penambahan filosofi dan penamaan *eduHotel* yang telah disepakati oleh *general manager*:



Gambar 5. Desain Final Logo Hotel Poliwangi Jinggo

Setelah logo disepakati oleh *general manager*, selanjutnya penjelasan mengenai filosofi dan elemen-elemen yang terkandung dalam logo yang nantinya akan menjadi identitas visual dari Hotel Poliwangi Jinggo.

Berikut merupakan penjelasan filosofi dari elemen-elemen pembuatan logo Hotel Poliwangi Jinggo:

A. Elemen dalam logo



Gambar 6. Elemen Dalam Logo

Perancangan logo Hotel Poliwangi Jinggo memiliki 5 elemen yaitu lima warna, bunga tulip, batik gajah oling, inisial hotel dan juga topi toga 5 sudut. Pemilihan elemen tersebut diambil dari beberapa hal yang menggambarkan Hotel Poliwangi Jinggo. Setiap elemen yang ada pada logo tersebut memiliki makna atau filosofi sebagai berikut:

1. Lima Warna : diambil dari warna yang terkandung dalam Garuda Pesona Indonesia yang mewakili keberagaman dan kekayaan Indonesia. Pesona Indonesia sendiri adalah identitas visual dari pariwisata Indonesia kepada dunia menurut keputusan Menteri Pariwisata Republik Indonesia No. KM.142/UM.001/MP/2018.

2. Bunga Tulip : adalah bunga yang memiliki keberagaman warna dan makna. Selain itu, bunga tulip memiliki kesan yang suci, indah, elegan dan anggun.

3. Batik Gajah Oling : karena lokasi Hotel Poliwangi Jinggo berada di Banyuwangi maka pemilihan batik Gajah Oling mampu memberikan kesan budaya Banyuwangi. Selain itu, batik Gajah Oling merupakan batik yang paling terkenal di Banyuwangi dan juga dapat mewakili identitas dari Banyuwangi.

4. Inisial Hotel : dimasukkannya inisial dari hotel bertujuan untuk membedakan simbol logo Hotel Poliwangi Jinggo dengan logo lain, selain itu juga untuk keotentikan dari logo Hotel Poliwangi Jinggo.

5. Topi Toga Lima Sudut : jika ditarik dari sudut ke sudut bunga tulip, maka terbentuklah pola segi lima yang dapat menggambarkan topi toga lima sudut nampak dari atas. Pengambilan bentuk topi toga lima sudut dimaksudkan untuk menggambarkan aktifitas atau pelayanan dari Hotel Poliwangi Jinggo menggunakan jasa dari Mahasiswa yang sudah terlatih.

B. Warna

Pemilihan warna dalam logo bertujuan untuk memberikan keindahan dan kemudahan untuk mengenal identitas visual dari Hotel Poliwangi Jinggo. Adapun warna dasar yang digunakan dalam perancangan logo terdiri dari 6 warna yaitu ungu, hijau, magenta, jingga, biru dan oren.

Menurut Menteri Pariwisata RI No.142/UM.001/MP/2018 warna dari lambang Garuda

Pesona Indonesia memiliki lima warna berbeda maknanya meliputi: 1) Biru bermakna universalitas, kedamaian dan konsisten; 2) Hijau bermakna kreativitas, ramah lingkungan dan keselarasan; 3) Jingga bermakna inovasi, hasrat perubahan dan keterbukaan; 4) Ungu bermakna daya imajinasi, iman dan kesatuan jiwa raga; dan 5) Magenta bermakna keseimbangan, kepekaan dan pemikiran praktis. Sedangkan warna oren mengidentitaskan jurusan Manajemen Bisnis Pariwisata dari Politeknik Negeri Banyuwangi.

C. Tipografi

Pada logo Hotel Poliwangi Jinggo menggunakan huruf Gill Sans yang terdapat pada *software CorelDraw X7*. Penggunaan huruf tersebut bertujuan untuk kemudahan membaca dan memberikan kesan tegas dalam logo.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

.,?!'-'/:;()&@“

Gambar 7. Huruf Gill Sans

D. Perancangan Desain Mockup

Berikut adalah hasil desain *mockup* logo yang akan divalidasi oleh tim ahli pada tahapan A.D.D.I.E. yaitu masuk ke tahap *development* (pengembangan):

1. Mockup logo



Gambar 8. Mockup Pada Pintu Masuk



Gambar 9. Mockup Pada Dinding Kaca



Gambar 10. Mockup Lilin Cap



Gambar 11. Logo Vertikal Tanpa Background

Development (Pengembangan)

Tahap *development* (pengembangan) pada penelitian ini yaitu melakukan tahapan validasi desain perancangan identitas visual yang akan dilakukan oleh tiga tim ahli, yaitu ahli materi, ahli bidang dan ahli praktisi. Nama-nama tim ahli sebagai validator penelitian ini yaitu Bapak Adetiya Prananda Putra selaku Dosen Politeknik Negeri Banyuwangi jurusan Manajemen Bisnis Pariwisata, Bapak Erwin Prastyo selaku Kepala Bidang Desain & Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi dan Bapak Ulin Nuha selaku Desain Grafis dan Promosi PT Persita Tangerang Raya. Berikut tahapan dan validasi ahli serta revisi logo yang akan dilakukan sebagai berikut :

1. Validasi Ahli

Validasi kepada ahli dilakukan dengan mengisi lembar kuesioner yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan dan aspek penilaian logo. Berikut hasil dari validasi para ahli beserta persentase perhitungan skor:

Ahli Materi

Tabel 3 Hasil Validasi Ahli Materi

No	Aspek	No. Butir	Skor	Jumlah Skor Per Aspek	Skor Maks. Per Aspek	Persentase (%)	Kategori
1	Kualitas	1	5	10	10	100%	Sangat Layak
		2	5				
2	Absahan	3	4	9	10	90%	Sangat Layak
		4	5				
3	Manfaat	5	5	10	10	100%	Sangat Layak

Berdasarkan **Tabel 3** Hasil Validasi Ahli Materi dapat disimpulkan bahwa, penilaian ahli materi terhadap identitas visual berupa logo Hotel Poliwangi Jinggo dalam kategori “Sangat Layak”. Hal ini dikarenakan persentase yang diperoleh dari ketiga aspek pada rentang 80,01% - 100% sesuai **Tabel 2** Skala Kelayakan. Hal tersebut menunjukkan bahwa logo sebagai identitas visual Hotel Poliwangi Jinggo layak digunakan.

Ahli Bidang

Tabel 4 Hasil Validasi Ahli Bidang

No	Aspek	No Butir	Skor	Jumlah Skor Per Aspek	Skor Maks. Per Aspek	Persentase (%)	Kategori
1	Isi Logo	1	4	13	15	86,66%	Sangat Layak
		2	4				
		3	5				
2	Komunikasi Visual	4	4	8	10	80%	Layak
		5	4				
3	Grafik	6	4	8	10	80%	Layak

Berdasarkan **Tabel 4** Hasil Validasi Ahli Bidang dapat disimpulkan bahwa, penilaian ahli bidang terhadap identitas visual berupa logo Hotel Poliwangi Jinggo dalam kategori “Sangat Layak” dan “Layak”. Hal ini dikarenakan persentase yang diperoleh dari ketiga aspek pada rentang 60,01% - 80,00% dan 80,01% - 100% sesuai **Tabel 2** Skala Kelayakan. Hal tersebut menunjukkan bahwa logo sebagai identitas visual Hotel Poliwangi Jinggo layak digunakan.

Ahli Praktisi

Tabel 5 Hasil Validasi Ahli Praktisi

No	Aspek	No Butir	Skor	Jumlah Skor Per Aspek	Skor Maks. Per Aspek	Persentase (%)	Kategori
1	Brand Identity	1	4	9	10	90%	Sangat Layak
		2	5				
2	Branding	3	5	10	10	100%	Sangat Layak
		4	5				
3	Brand Awareness	5	4	4	5	90%	Sangat Layak

Berdasarkan **Tabel 5** Hasil Validasi Ahli Praktisi dapat disimpulkan bahwa, penilaian ahli praktisi terhadap identitas visual berupa logo Hotel Poliwangi Jinggo dalam kategori “Sangat Layak”. Hal ini dikarenakan persentase yang diperoleh dari ketiga aspek pada rentang 80,01% - 100% sesuai **Tabel 2** Skala Kelayakan. Hal tersebut menunjukkan bahwa logo sebagai identitas visual Hotel Poliwangi Jinggo layak digunakan. Hasil keseluruhan dari pertanyaan dan skor maksimal dari tim ahli menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Total Validasi Tim Ahli

Jumlah Total	81
Skor Maksimal	90
Persentase	90%
Kategori	Sangat Layak

2. Revisi Logo

Hasil validasi yang dilakukan oleh para ahli menunjukkan bahwa logo secara keseluruhan sudah layak, namun perlu adanya perbaikan dan revisi. Para ahli juga memberikan kritik dan saran agar logo dapat menuju ketahap implementasi. Berikut evaluasi yang diberikan oleh para ahli:

Evaluasi oleh Ahli Materi

Tabel 6 Saran/Kritikan/Masukan oleh Ahli Materi

Validator	Saran/Kritikan/Masukan
Adetiya Prananda Putra, S.ST., M.M. (Dosen Politeknik Negeri Banyuwangi Jurusan Manajemen Bisnis Pariwisata)	Untuk ikon dalam logo yang berbentuk bunga tulip perlu dikuatkan lagi warna dari setiap kelopaknya, agar warna dapat terlihat jelas dan tegas waktu dicetak

Ahli materi memberikan saran/kritik/masukan logo hotel agar warna dalam ikon memiliki warna yang lebih tegas dan tidak cenderung pucat, agar warna ikon logo dapat diterapkan pada media cetak dengan hasil yang bagus.

Evaluasi oleh Ahli Bidang

Tabel 7. Saran/Masukan/Kritik oleh Ahli Bidang

Validator	Saran/Masukan/Kritik
Erwin Prastyo (Kepala Bidang Desain & Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi)	Pemilihan <i>font</i> mungkin bisa menggunakan <i>font</i> Serif, karena dari definisi "Bunga Tulip" tersebut terdapat arti Kemewahan. Sedangkan dengan <i>font</i> Gill Sans tersebut kurang begitu cocok

Berdasarkan **Tabel 7** dapat disimpulkan bahwa penggunaan *font* pada logo sangat berpengaruh dengan filosofi dari logo.

Evaluasi oleh Ahli Praktisi

Tabel 8. Saran/Masukan/Kritik oleh Ahli Praktisi

Validator	Saran/Masukan/Kritik
Ulin Nuha (Desain Grafis & Promosi PT Persita Tangerang Raya)	Secara umum sudah terlihat bagus dan menjual. Namun terlihat menarik saja belum cukup, saran untuk tulisan "eduHotel" pada logo utama ukuran <i>font</i> bisa diperbesar agar lebih terlihat informative dan menandakan bahwa

"Jinggo" adalah nama dari sebuah EduHotel

Untuk filosofi dan definisi logo bisa ditambahkan bentuk bintang yang dapat diartikan harapan Hotel Poliwangi Jinggo adalah sebuah hotel berbintang dan mampu bersaing dengan hotel konvensional

Pada **Tabel 8** dapat disimpulkan bahwa ukuran *font* pada logo utama kurang besar dan terkesan kurang informatif, perubahan ukuran *font* dapat memengaruhi informasi dalam logo Hotel Poliwangi Jinggo.

a. Hasil Revisi

Berikut adalah hasil revisi berdasarkan saran/masukan/kritik dari tim ahli, hasil revisi dilakukan untuk masuk ke tahap implementasi.



Gambar 12. Logo Final Setelah Validasi Tim Ahli (Logo Utama dan Logo Vertikal)

Implementation (Penerapan Pada Media Promosi)

Pada tahap *implementation* dilakukan dengan menggunakan pengumpulan data kuesioner tertutup untuk mengetahui tingkat efektifitas dan kelayakan dari logo yang dihasilkan. Pada tahap ini juga akan dibagikan kuesioner secara langsung dan tertutup dengan target 30 responden. Jumlah responden minimal yaitu 30 responden

[9]. Berikut hasil dari respon masyarakat terhadap publikasi logo yang dilakukan.

Tabel 9. Hasil Uji Coba

Aspek	No Butir	Skor	Jumlah Skor Per Aspek	Skor Maks. Per Aspek	Persentase (%)	Kategori
Simplicity	1	146	410	450	91,11%	Sangat Layak
	2	137				
	3	127				

Berdasarkan **Tabel 9** Hasil Uji Coba dapat disimpulkan bahwa, penilaian masyarakat sebanyak 30 responden terhadap logo Hotel Poliwingi Jinggo termasuk dalam kategori “Sangat Layak”. Hal ini dikarenakan rentang persentase yang diperoleh berada pada rentang 80,01% - 100% sesuai dengan **Tabel 3.5** Skala Kelayakan. Hal tersebut menunjukkan bahwa logo Hotel Poliwingi Jinggo dapat digunakan sebagai identitas hotel.

Evaluation (Evaluasi)

Tahap *evaluation* (evaluasi) merupakan tahap akhir dari penelitian dengan model pengembangan A.D.D.I.E., tahap ini sebagai bentuk sukses atau suatu penelitian. Berikut hasil evaluasi yang didasarkan hasil implementasi dan publikasi di kampus Politeknik Negeri Banyuwangi. Saran/masukan/kritik yang diberikan terhadap logo Hotel Poliwingi Jinggo disampaikan responden melalui kolom saran/masukan/kritik yang ada di kuesioner.

Saran/Masukan/Kritikan Oleh Konsumen :

Logo mudah diingat, warna dasar font logo sesuai dengan warna MBP poliwingi yang identik dengan warna Orange. Alangkah baiknya jika logo "eduHotel" di buat

Saran/Masukan/Kritikan Oleh Konsumen :

- Saran untuk tulisan eduHOTEL bisa dibuat lebih besar sedikit karena menurut saya ketika melihat agak kurang besar sedikit (untuk yang logo utama)

Saran/Masukan/Kritikan Oleh Konsumen :

Logo kurang melambungkan arti sebuah akademisi jika melihat pertama kali saya mengira logo makanan atau souvenir.

Saran/Masukan/Kritikan Oleh Konsumen :

Logo sudah bagus. Mengambarkan keceriaan dan mudah diingat

Saran/Masukan/Kritikan Oleh Konsumen :

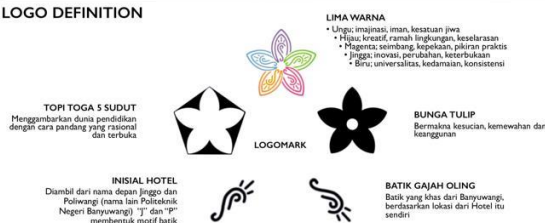
Logo menjadi identitas yang dapat memudahkan para konsumen, jika dengan adanya logo ini dapat membuat branding Hotel Jinggo semakin baik dan berkembang.

Gambar 14. Tanggapan Kritik dan Saran

LOGO IDENTITY



LOGO DEFINITION



LOGOTYP



ICON LOGO



Gambar 13. Portofolio Logo

Hasil yang dapat diambil dari tahapan analisis A.D.D.I.E. yang digunakan mulai dari proses analisis (*analysis*) peneliti menemukan analisis kinerja (*performance analysis*) dengan mengidentifikasi permasalahan yang ada di Hotel Poliwingi Jinggo. Kemudian peneliti menemukan solusi berupa pembuatan identitas visual berupa logo pada Hotel Poliwingi Jinggo. Penemuan solusi pada tahap analisis kemudian dilanjutkan pada tahap perancangan (*design*) dimana peneliti melakukan perancangan identitas visual dengan membuat logo dan filosofi yang terkandung dalam logo tersebut yang kemudian diterapkan pada media promosi dan identitas Hotel. Setelah tahap perancangan yaitu tahap pengembangan (*development*) dimana pada tahap ini membutuhkan validasi ke para ahli untuk menentukan kelayakan dari logo tersebut. Selanjutnya hasil logo yang sudah tervalidasi akan masuk pada tahap implementasi (*implementation*) dimana pada tahap ini dilakukan uji coba publikasi untuk mengetahui tingkat efektifitas dan kelayakan logo yang dihasilkan. Hasil implementasi akan disimpulkan dan masuk pada tahap terakhir yaitu evaluasi (*evaluation*) dimana pada tahap ini peneliti mengumpulkan data evaluasi dimana nantinya akan dijadikan bahan penelitian untuk pengembangan logo kedepannya.

Hasil evaluasi yang diterima oleh peneliti tidak dilakukan tindak lanjut melainkan sebagai bahan masukan penelitian selanjutnya, sehingga peneliti tidak melakukan revisi ulang terhadap logo yang sudah jadi dan penelitian

ini selesai sampai tahap *evaluarion* model A.D.D.I.E. standart (bukan circle).

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka perancangan identitas visual Hotel Poliwangi Jinggo berupa logo menghasilkan *brand awareness* dan mampu bersaing dengan kompetitor dibidang yang sama dengan keunggulan sebagai “Edukasi Hotel” di Banyuwangi. Hasil validasi menunjukan menunjukan bahwa 90% menyatakan bahwa logo Hotel Poliwangi Jinggo sebagai identitas visual layak untuk diterapkan di Hotel Poliwangi Jinggo. Hasil dari penilaian implementasi melalui penyebaran kuesioner kepada 30 responden sebesar 91,11% logo dikatakan Sangat Layak untuk Hotel Poliwangi Jinggo.

REFERENSI

- [1] A. A. Perwiranegara, “Teaching Factory Management In The Industrial Era 4.0 In Indonesia,” *International Journal Of Science And Society*, Vol. 4, No. 3, Pp. 151–162, Aug. 2022, Doi: 10.54783/Ijsoc.V4i3.508.
- [2] M. Nurtanto, S. D. Ramdani, And S. Nurhaj, “Pengembangan Model Teaching Factory Di Sekolah Kejuruan,” *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Fkip Untirta*, 2017, Pp. 447–454.
- [3] S. Bresciani And P. Del Ponte, “New Brand Logo Design: Customers’ Preference For Brand Name And Icon,” *Journal Of Brand Management*, Vol. 24, No. 5, Pp. 375–390, Oct. 2017, Doi: 10.1057/S41262-017-0046-4.
- [4] D. Y. Putera And W. Swasty, “Perancangan Identitas Visual Dan Pengaplikasian Pada Media Promosi Museum Sri Baduga,” *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, Vol. 3, No. 02, Pp. 196–203, Aug. 2017, Doi: 10.33633/Andharupa.V3i02.1497.
- [5] A. Rahman Prasetyo, J. Sayono, And N. Rahmawati, “Design Of A Visual Identity To Build Branding Of A Rattan Weaving Tourism Village In Malang City,” *Kne Social Sciences*, Pp. 62–69, Aug. 2022, Doi: 10.18502/Kss.V7i13.11645.
- [6] A. Z. Maymun And W. Swasty, “Identitas Visual Dan Penerapannya Pada Signage Untuk Kawasan Wisata Edukasi,” *Serat Rupa Journal Of Design*, Vol. 2, No. 1, P. 01, Jan. 2018, Doi: 10.28932/Srjd.V2i1.473.
- [7] Y. Bilgin, “The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image And Brand Loyalty,” *Business & Management Studies: An International Journal*, Vol. 6, No. 1, Pp. 128–148, Apr. 2018, Doi: 10.15295/Bmij.V6i1.229.
- [8] , Innocentius Bernarto, Margaretha P. Berlianto, Yohana F. C. P. Meilani And R. R. M. Ian N. Suryawan, “The Influence Of Brand Awareness, Brand Image, And Brand Trust On Brand Loyalty,” *Jurnal Manajemen*, Vol. 24, No. 3, P. 412, Oct. 2020, Doi: 10.24912/Jm.V24i3.676.
- [9] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- [10] A. Maksun, *Metodologi Penelitian Dalam Olahraga*. Surabaya: Unesa University Press, 2012.
- [11] R. Richey And J. D. Klein, *Design And Development Research: Methods, Strategies, And Issues*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2007.
- [12] R. M. Branch, *Instructional Design: The Addie Approach*. New York: Springer Science & Business Media, Llc, 2009.
- [13] S. Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.,” *Bandung Alf*. P. 143, 2017.
- [14] D. Sunarja And O. D. Maharani, “The Implementation Of Teaching Factory Through Department Division In Hospitality Skill Programme At Metland Tourism Vocational School,” *Indonesian Journal Of Educational Development (Ijed)*, Vol. 4, No. 2, Pp. 139–149, Aug. 2023, Doi: 10.59672/Ijed.V4i2.2684.
- [15] B. Van Grinsven And E. Das, “Logo Design In Marketing Communications: Brand Logo Complexity Moderates Exposure Effects On Brand Recognition And Brand Attitude,” *Journal Of Marketing Communications*, Vol. 22, No. 3, Pp. 256–270, May 2016, Doi: 10.1080/13527266.2013.866593.