

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil perancangan *brand identity* Sanggar Tari Juju Kota Semarang melalui pengembangan logo sebagai *brand image*. Pembahasan meliputi gambaran umum permasalahan, proses perancangan yang terdiri atas tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi, hasil implementasi logo dan *brand guideline book* pada berbagai media komunikasi, serta hasil evaluasi perancangan. Proses perancangan didasarkan pada hasil observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka, dan analisis SWOT untuk menghasilkan identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter Sanggar Tari Juju, diterapkan secara konsisten, dan membangun *brand image* yang profesional serta mudah dikenali oleh masyarakat.

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Sanggar Tari Juju merupakan sanggar seni yang berlokasi di Desa Kandri, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Sanggar aktif menyelenggarakan pelatihan tari tradisional dan tari kreasi, pembinaan peserta didik, pertunjukan seni, serta kegiatan pelestarian budaya. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan analisis media komunikasi, ditemukan bahwa Sanggar Tari Juju belum memiliki *brand identity* yang terstruktur dan konsisten. Penggunaan logo, warna, tipografi, dan elemen visual pada berbagai media komunikasi belum mengikuti standar yang seragam sehingga identitas visual sanggar belum mampu merepresentasikan karakter dan nilai yang dimiliki secara optimal. Kondisi tersebut berdampak pada belum terbentuknya *brand image* yang kuat, profesional, dan mudah dikenali oleh masyarakat. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa Sanggar Tari Juju belum memiliki *brand guideline book* sebagai pedoman penggunaan identitas visual. Ketidadaan pedoman tersebut menyebabkan penerapan logo dan elemen visual pada media komunikasi berlangsung tanpa acuan yang jelas sehingga konsistensi identitas visual belum terjaga.

Kondisi tersebut memengaruhi efektivitas komunikasi visual serta menghambat pembentukan *brand image* sanggar di tengah persaingan antar sanggar seni di Kota Semarang. Berdasarkan permasalahan tersebut, dilakukan perancangan *brand identity* melalui pengembangan logo dan penyusunan *brand guideline book* sebagai pedoman penggunaan identitas visual. Perancangan ini bertujuan menghasilkan identitas visual yang representatif, konsisten, dan mudah dikenali sehingga mampu membangun *brand image* Sanggar Tari Juju yang lebih profesional. Proses perancangan dilaksanakan melalui tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi berdasarkan hasil observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka, dan analisis SWOT.

4.2 Analisis Masalah

Analisis masalah dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap identitas visual Sanggar Tari Juju. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan logo, warna, tipografi, dan elemen visual pada berbagai media komunikasi belum menerapkan standar yang seragam. Sanggar Tari Juju juga belum memiliki *brand guideline book* sebagai pedoman penggunaan identitas visual sehingga penerapan identitas visual belum konsisten. Kondisi tersebut menyebabkan karakter dan nilai Sanggar Tari Juju belum tersampaikan secara optimal, mengurangi kemudahan pengenalan oleh masyarakat, serta belum membentuk *brand image* yang profesional. Berdasarkan permasalahan tersebut, dilakukan perancangan *brand identity* melalui pengembangan logo dan penyusunan *brand guideline book* untuk menghasilkan identitas visual yang representatif, konsisten, dan mampu membangun brand image Sanggar Tari Juju.

4.3 Proses Pembuatan Karya Bidang

Bagian ini menguraikan proses pembuatan karya *brand identity* Sanggar Tari Juju berdasarkan hasil analisis permasalahan dan kebutuhan mitra. Karya yang dihasilkan berupa logo sebagai identitas visual utama dan *brand guideline book* sebagai pedoman penggunaan identitas visual untuk

membangun *brand image* Sanggar Tari Juju. Proses pembuatan karya terdiri atas tiga tahap, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tahap pra produksi meliputi pengumpulan data, identifikasi permasalahan, analisis kebutuhan, dan penyusunan konsep perancangan. Tahap produksi meliputi pengembangan konsep visual, pembuatan logo, penentuan warna dan tipografi, serta penyusunan *brand guideline book*. Tahap pasca produksi meliputi evaluasi, penyempurnaan desain, finalisasi karya, dan implementasi identitas visual. Melalui tahapan tersebut dihasilkan *brand identity* yang representatif, konsisten, mudah dikenali, serta mampu membangun *brand image* Sanggar Tari Juju. Uraian setiap tahapan proses pembuatan karya dijelaskan pada bagian berikut.

4.3.1 Pra Produksi

Tahap pra produksi merupakan tahapan awal dalam proses perancangan *brand identity* Sanggar Tari Juju melalui pengembangan logo sebagai *brand image*. Tahap ini bertujuan mengumpulkan data, mengidentifikasi permasalahan, menganalisis kebutuhan visual, serta merumuskan konsep perancangan sebagai dasar pengembangan identitas visual. Fokus utama pada tahap ini adalah memperoleh pemahaman mengenai karakter Sanggar Tari Juju, nilai yang ingin disampaikan, target audiens, kondisi identitas visual yang digunakan, serta persepsi masyarakat terhadap citra sanggar. Hasil tahapan ini menjadi dasar dalam merancang logo dan *brand guideline book* yang mampu membangun *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang profesional, representatif, dan mudah dikenali masyarakat.

a. Observasi

Penulis melakukan observasi secara langsung di Sanggar Tari Juju untuk memperoleh informasi mengenai profil sanggar, aktivitas, media komunikasi, serta penggunaan identitas visual yang telah dimiliki. Observasi dilakukan terhadap logo, media sosial, media promosi, dokumentasi kegiatan, dan berbagai media komunikasi

lainnya. Hasil observasi menunjukkan bahwa penggunaan elemen visual belum memiliki standar yang konsisten. Logo, warna, tipografi, dan tata letak diterapkan dengan tampilan yang berbeda pada setiap media sehingga identitas visual belum mampu membentuk brand image yang kuat. Observasi juga menunjukkan belum tersedianya brand guideline book sebagai pedoman penggunaan identitas visual.

b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan pemilik dan pengelola Sanggar Tari Juju untuk memperoleh informasi mengenai sejarah, visi, misi, nilai, karakter sanggar, target audiens, serta harapan terhadap identitas visual yang akan dirancang. Hasil wawancara menunjukkan bahwa Sanggar Tari Juju membutuhkan identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter budaya, kreativitas, dan profesionalisme sehingga dapat membangun *brand image* yang lebih baik di mata masyarakat. Informasi tersebut menjadi dasar dalam menentukan arah perancangan logo dan sistem identitas visual.

c. Kuesioner

Penulis menyebarkan kuesioner secara daring kepada 110 responden yang terdiri atas pelajar SMP, SMA, mahasiswa, dan orang tua. Kuesioner bertujuan mengetahui persepsi masyarakat mengenai pentingnya *brand identity*, pengaruh identitas visual terhadap kesan pertama, serta hubungan identitas visual dengan pembentukan *brand image* sebuah sanggar seni. Hasil kuesioner menunjukkan mayoritas responden menilai identitas visual memiliki peran penting dalam membangun pengenalan, meningkatkan profesionalitas, dan membentuk citra positif suatu organisasi. Hasil tersebut memperkuat kebutuhan perancangan *brand identity* sebagai upaya membangun *brand image* Sanggar Tari Juju.

d. Studi Pustaka

Penulis melakukan studi pustaka melalui berbagai buku, jurnal ilmiah, artikel, dan sumber literatur lain yang berkaitan dengan *brand identity*, *brand image*, logo, *brand guideline book*, komunikasi visual, dan analisis SWOT. Kajian teori digunakan sebagai landasan konseptual dalam proses perancangan agar logo dan sistem identitas visual tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga mampu membentuk *brand image* sesuai karakter Sanggar Tari Juju.

e. Analisis SWOT

Penulis melakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal Sanggar Tari Juju. Hasil analisis menunjukkan kekuatan utama berupa jumlah peserta yang besar, aktivitas budaya yang aktif, dan lokasi di kawasan Desa Wisata Kandri. Kelemahan utama berupa identitas visual yang belum konsisten dan belum adanya pedoman penggunaan identitas visual. Peluang berasal dari perkembangan media digital yang membuka kesempatan memperkuat *brand image* melalui identitas visual yang profesional. Ancaman berasal dari meningkatnya persaingan antar sanggar tari yang telah memiliki identitas visual yang lebih kuat.

f. Analisis Kompetitor

Penulis melakukan analisis terhadap beberapa sanggar tari di Kota Semarang, yaitu Sanggar Ngesti Pandowo dan Sanggar Karti. Analisis meliputi penggunaan logo, identitas visual, media promosi, aktivitas digital, dan karakter visual. Hasil analisis menunjukkan kompetitor telah menerapkan identitas visual secara lebih konsisten sehingga memiliki *brand image* yang lebih mudah dikenali masyarakat. Temuan tersebut menjadi dasar dalam merancang diferensiasi visual Sanggar Tari Juju.

g. Penentuan Target Audiens

Target audiens ditentukan berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan analisis kebutuhan komunikasi. Target audiens primer terdiri atas anak-anak, remaja, dan orang tua sebagai calon peserta maupun peserta aktif. Target audiens sekunder meliputi masyarakat yang memiliki minat terhadap seni dan budaya. Target audiens tersier meliputi instansi pemerintah, lembaga pendidikan, komunitas seni, wisatawan, dan mitra kerja sama. Penentuan target audiens menjadi acuan dalam merancang identitas visual yang mampu membangun *brand image* sesuai persepsi khalayak sasaran.

h. Penyusunan *Moodboard*

Penulis menyusun *moodboard* sebagai referensi visual yang memuat warna, bentuk, tipografi, ilustrasi, ornamen budaya, dan gaya desain sesuai karakter Sanggar Tari Juju. *Moodboard* menjadi acuan dalam menjaga konsistensi proses eksplorasi desain sekaligus membantu menerjemahkan karakter budaya, kreativitas, dan profesionalisme ke dalam identitas visual yang mendukung pembentukan *brand image*.

i. Perumusan Konsep Kreatif

Konsep kreatif dirumuskan berdasarkan hasil analisis seluruh data pada tahap pra produksi. Konsep visual menggabungkan unsur budaya lokal dan pendekatan desain modern untuk menghasilkan identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter Sanggar Tari Juju.

Konsep tersebut menjadi dasar dalam pengembangan logo, sistem warna, tipografi, elemen grafis pendukung, dan penyusunan *brand guideline book* sehingga identitas visual mampu membangun *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang profesional, kreatif, dan berorientasi pada pelestarian budaya.

j. Hasil Tahap Pra Produksi

Tahap pra produksi menghasilkan konsep perancangan yang meliputi identifikasi permasalahan, karakter merek, target audiens, analisis SWOT, analisis kompetitor, kata kunci perancangan, *moodboard*, dan konsep kreatif. Seluruh hasil tersebut menjadi pedoman pada tahap produksi dalam mengembangkan logo dan *brand guideline book* yang mampu merepresentasikan identitas Sanggar Tari Juju serta membangun *brand image* yang profesional, konsisten, dan mudah dikenali masyarakat.

4.3.2 Produksi

Tahap produksi merupakan proses pelaksanaan konsep perancangan *brand identity* Sanggar Tari Juju yang telah disusun pada tahap pra produksi. Tahap ini berfokus pada pengembangan identitas visual melalui pengembangan logo sebagai elemen utama pembentuk *brand image* Sanggar Tari Juju. Proses produksi meliputi pengembangan konsep visual, penyusunan *moodboard*, pembuatan sketsa logo, digitalisasi logo, penetapan sistem warna, pemilihan tipografi, penyusunan sistem identitas visual, penyusunan *brand guideline book*, hingga implementasi identitas visual pada berbagai media komunikasi. Seluruh proses produksi mengacu pada konsep kreatif, hasil observasi, wawancara, kuesioner, analisis SWOT, dan analisis kebutuhan visual yang telah dilakukan pada tahap pra produksi. Setiap proses diarahkan untuk menghasilkan identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter Sanggar Tari Juju, memperkuat pengenalan masyarakat, membangun brand image yang profesional, mudah dikenali, dan konsisten pada setiap media komunikasi. Tahap produksi menghasilkan logo utama, alternatif logo, sistem warna (*color palette*), sistem tipografi, konstruksi logo, *grid system*, *clear space*, ukuran minimum logo, variasi logo, elemen grafis pendukung, *brand guideline book*, serta implementasi identitas visual pada berbagai media komunikasi. Tahap produksi merupakan proses pelaksanaan konsep dan rancangan identitas visual yang telah disusun pada tahap pra-produksi. Pada tahap ini, penulis

merealisasikan hasil perencanaan ke dalam bentuk visual melalui proses digitalisasi sketsa, pengembangan alternatif desain, penyempurnaan logo, penentuan sistem warna, pemilihan tipografi, serta penyusunan elemen pendukung identitas visual Sanggar Tari Juju. Seluruh proses produksi dilaksanakan berdasarkan konsep kreatif, *moodboard*, dan arah visual yang telah ditetapkan sebelumnya agar identitas visual yang dihasilkan mampu merepresentasikan karakter, nilai, dan citra Sanggar Tari Juju secara tepat. Dalam pelaksanaannya, penulis melakukan beberapa penyesuaian desain berdasarkan hasil evaluasi dan pertimbangan visual selama proses perancangan berlangsung. Penyesuaian tersebut meliputi penyempurnaan bentuk logo, pengaturan komposisi elemen visual, pemilihan kombinasi warna yang lebih representatif, penyesuaian tipografi, serta pengembangan berbagai media implementasi identitas visual. Penyesuaian dilakukan untuk memastikan setiap elemen identitas visual memiliki keterbacaan, keseimbangan, fleksibilitas, dan konsistensi yang baik ketika diterapkan pada berbagai media komunikasi. Tahap produksi menghasilkan berbagai luaran desain yang meliputi logo utama, alternatif logo, sistem warna (*color palette*), sistem tipografi, konstruksi logo, *grid system*, *clear space*, ukuran minimum logo, variasi logo, elemen grafis pendukung, mockup implementasi media, serta *brand guideline book* sebagai pedoman penggunaan identitas visual. Berikut merupakan penjabaran proses produksi yang dilakukan dalam perancangan *Brand Identity* Sanggar Tari Juju.

a. Pengembangan Konsep Visual

Tahap pengembangan konsep visual bertujuan menerjemahkan hasil analisis menjadi identitas visual yang merepresentasikan karakter Sanggar Tari Juju. Konsep visual dikembangkan berdasarkan kata kunci budaya, anggun, profesional, dinamis, edukatif, kreatif, dan representatif. Kata kunci diperoleh dari hasil observasi, wawancara, kuesioner, dan analisis SWOT. Konsep visual menggabungkan unsur seni tari tradisional dengan pendekatan desain modern sehingga menghasilkan identitas visual

yang mampu merepresentasikan karakter sanggar sekaligus membangun *brand image* yang profesional dan mudah dikenali masyarakat. Konsep tersebut menjadi dasar dalam pengembangan logo, sistem warna, tipografi, dan elemen visual pendukung.

b. *Moodboard*

Moodboard disusun sebagai referensi visual dalam proses pengembangan identitas visual. *Moodboard* memuat referensi figur penari, gerakan tari, ornamen budaya, warna, tipografi, dan gaya desain yang sesuai dengan karakter Sanggar Tari Juju. *Moodboard* menjadi acuan dalam menjaga konsistensi eksplorasi visual sehingga logo yang dihasilkan mampu merepresentasikan identitas sanggar dan membangun *brand image* sesuai karakter yang ingin ditampilkan.



Gambar 4.1 *Moodboard* Sanggar Tari Juju
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

c. Pengembangan Sketsa Logo

Tahap pengembangan sketsa menghasilkan beberapa alternatif desain logo berdasarkan konsep visual yang telah ditetapkan. Proses eksplorasi dilakukan melalui penyederhanaan bentuk figur

penari menjadi bentuk stilasi yang sederhana, mudah dikenali, dan memiliki karakter visual yang kuat. Setiap alternatif mempertimbangkan representasi budaya, keseimbangan visual, keterbacaan, fleksibilitas penggunaan, dan kemudahan pengenalan masyarakat. Hasil eksplorasi menjadi dasar dalam menentukan logo yang paling sesuai untuk membangun *brand image* Sanggar Tari Juju.



Gambar 4.2 Alternatif Sketsa Logo
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

d. Digitalisasi Logo

Logo terpilih dikembangkan ke dalam bentuk digital menggunakan perangkat lunak berbasis vektor. Digitalisasi menghasilkan logo dengan kualitas visual yang baik pada berbagai ukuran media. Proses digitalisasi meliputi penyempurnaan bentuk, proporsi, penyederhanaan detail, dan penguatan karakter visual sehingga logo tampil lebih profesional, mudah dikenali, dan mampu merepresentasikan identitas Sanggar Tari Juju.



Gambar 4.3 Logo Digital
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

e. Pemilihan Warna

Sistem warna dirancang berdasarkan filosofi dan karakter Sanggar Tari Juju. Warna emas merepresentasikan prestasi dan profesionalisme. Warna merah menggambarkan semangat dan energi. Warna ungu mencerminkan kreativitas dan nilai artistik. Warna hitam melambangkan kekuatan dan ketegasan identitas. Pemilihan warna bertujuan memperkuat karakter visual sekaligus membangun brand image Sanggar Tari Juju yang profesional dan memiliki daya ingat tinggi.

TABEL WARNA & KODE
SANGGAR TARI JUJU

KATEGORI	NAMA WARNA	WARNA	HEX CODE	RGB			MAKNA
				R	G	B	
PRIMER	Emas Tradisional		#C9A86A	201	168	106	 Melambangkan kemuliaan, prestasi, keunggulan, dan nilai budaya yang luhur.
	Merah Maroon		#C62828	198	40	40	 Melambangkan semangat, keberanian, kekuatan, dan dedikasi dalam melestarikan seni tari.
	Oranye Budaya		#F57C00	245	124	0	 Melambangkan kreativitas, energi, kegembiraan, dan ekspresi seni yang dinamis.
SEKUNDER	Ungu Tradisi		#6A1B9A	106	27	154	 Melambangkan keunikan, kreativitas, imajinasi, dan nilai artistik dalam seni pertunjukan.
	Hitam		#000000	0	0	0	 Melambangkan ketegasan, profesionalisme, kekuatan, dan keseimbangan visual.
	Cokelat Batik		#6D4C41	109	76	65	 Melambangkan kedekatan dengan budaya lokal, tradisi, dan akar kearifan Nusantara.

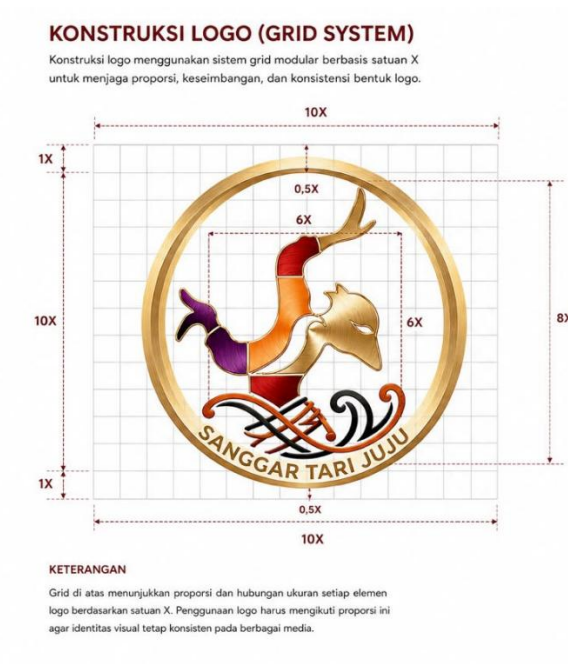
SPESIFIKASI CMYK

NAMA WARNA	WARNA	HEX CODE	CMYK			
			C	M	Y	K
Emas Tradisional		#C9A86A	0%	16%	47%	21%
Merah Maroon		#C62828	0%	80%	80%	22%
Oranye Budaya		#F57C00	0%	49%	100%	4%
Ungu Tradisi		#6A1B9A	31%	82%	0%	40%
Hitam		#000000	0%	0%	0%	100%
Cokelat Batik		#6D4C41	0%	30%	40%	57%

Gambar 4.4 Tabel Warna dan Kode
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

f. Penyusunan *Grid System*

Grid system disusun sebagai pedoman konstruksi logo untuk menjaga proporsi, keseimbangan, dan konsistensi bentuk visual. Sistem ini memastikan logo tetap memiliki struktur visual yang seragam pada setiap penerapan media komunikasi.



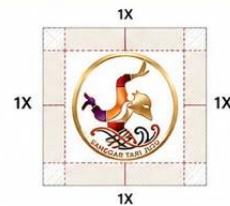
Gambar 4.5 Grid System
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

SPESIFIKASI MODUL

ELEMEN	UKURAN
 Diameter Lingkaran Luar	10X
 Diameter Lingkaran Dalam	8X
 Ketebalan Bingkai	1X
 Area Simbol Utama	6X × 6X
 Tinggi Logotype	0,5X
 Jarak Safe Area Internal	0,5X
 Clear Space Eksternal	1X

CLEAR SPACE

Area bebas minimum di sekeliling logo adalah 1X pada setiap sisi. Area ini tidak boleh diisi teks, gambar, ornamen, atau elemen visual lainnya.



Gambar 4.6 Grid System
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

g. Penyusunan *Clear Space*

Clear space menetapkan area aman di sekeliling logo yang harus terbebas dari elemen visual lain. Pengaturan area aman bertujuan menjaga keterbacaan, visibilitas, dan kejelasan identitas visual pada berbagai media komunikasi.

Clear space adalah area aman di sekitar logo yang harus bebas dari elemen visual lain seperti teks, gambar, ilustrasi, atau elemen desain lainnya.
Tujuan clear space adalah menjaga visibilitas, keterbacaan, dan kekuatan identitas logo.



Gambar 4.7 *Clear Space*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

KETENTUAN CLEAR SPACE

Jarak minimum area aman di sekeliling logo ditentukan berdasarkan tinggi huruf "S" pada logotype "SANGGAR TARI JUJU" (disebut 1X).
Jarak minimal clear space yang harus dipertahankan adalah 1X pada setiap sisi logo.

ACUAN 1X



CONTOH PENGGUNAAN



Gambar 4.8 *Clear Space*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

h. Variasi Logo

Variasi logo terdiri atas versi *full colour*, *monochrome*, dan *reverse*. Variasi tersebut memberikan fleksibilitas penggunaan logo pada berbagai media tanpa mengurangi konsistensi identitas visual dan *brand image* Sanggar Tari Juju.

1. FULL COLOR

Versi utama yang digunakan pada mayoritas media dengan latar belakang terang.



2. MONOCHROME

Digunakan pada media cetak satu warna atau kebutuhan khusus yang tidak memungkinkan penggunaan warna.



3. REVERSE

Digunakan pada latar belakang gelap agar logo tetap terlihat jelas dan memiliki kontras yang optimal.



Gambar 4.9 Variasi Logo
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

i. Penyusunan *Brand Guideline Book*

Brand guideline book disusun sebagai pedoman resmi penggunaan identitas visual Sanggar Tari Juju. Dokumen ini memuat filosofi logo, sistem warna, tipografi, konstruksi logo, *grid system*, *clear space*, ukuran minimum logo, variasi logo, aturan penggunaan logo, larangan penggunaan logo, dan contoh implementasi identitas visual pada berbagai media komunikasi. Penyusunan *brand guideline book* bertujuan menjaga konsistensi penerapan identitas visual sehingga *brand image* Sanggar Tari Juju tetap terjaga pada setiap media komunikasi.



Gambar 4.10 Tampilan *Brand Guideline Book*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

j. Implementasi Media

Identitas visual diterapkan pada berbagai media komunikasi Sanggar Tari Juju yang meliputi *website*, *Instagram*, *flyer*, poster, *banner*, kartu identitas, dan media promosi lainnya. Tahap implementasi bertujuan menguji konsistensi penerapan identitas visual pada berbagai media sekaligus memastikan logo dan seluruh elemen visual mampu membangun brand image Sanggar Tari Juju secara konsisten, profesional, dan mudah dikenali oleh masyarakat.



Gambar 4.11 *Mockup Implementasi Media*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

4.3.2.1 Finalisasi *Brand Identity*

Tahap finalisasi *brand identity* merupakan proses penyempurnaan seluruh elemen identitas visual Sanggar Tari Juju berdasarkan hasil evaluasi selama proses perancangan. Tahap ini menetapkan logo terpilih, sistem warna, tipografi, elemen grafis pendukung, dan aturan penggunaan identitas visual sebagai identitas resmi Sanggar Tari Juju. Penyempurnaan dilakukan pada bentuk logo, proporsi visual, komposisi warna, keterbacaan tipografi, dan konsistensi penerapan elemen visual. Hasil penyempurnaan menghasilkan identitas visual yang memiliki keterbacaan, keseimbangan, fleksibilitas, dan konsistensi pada berbagai media komunikasi. Tahap finalisasi menghasilkan logo utama Sanggar Tari Juju yang merepresentasikan nilai budaya, seni tari, kreativitas, dan profesionalisme. Logo didukung oleh sistem warna, tipografi, dan elemen grafis yang membentuk identitas visual secara utuh. Identitas visual tersebut dirancang untuk memperkuat karakter sanggar dan membangun *brand image* yang profesional serta mudah dikenali oleh masyarakat.

Tahap ini juga menghasilkan *brand guideline book* sebagai pedoman penggunaan identitas visual. *Brand guideline book* memuat filosofi logo, konstruksi logo, *grid system*, *clear space*, ukuran minimum logo, variasi logo, sistem warna, tipografi, aturan penggunaan logo, larangan penggunaan logo, dan contoh implementasi identitas visual pada berbagai media komunikasi. Finalisasi *brand identity* menghasilkan sistem identitas visual yang terstruktur, konsisten, representatif, dan profesional. Logo dan *brand guideline book* menjadi identitas visual resmi Sanggar Tari Juju yang mendukung konsistensi komunikasi visual, meningkatkan pengenalan masyarakat, memperkuat karakter sanggar, dan membangun *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang profesional, kreatif, dan berorientasi pada pelestarian budaya.

4.3.3 Pasca Produksi

4.3.3.1 Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk meninjau kesesuaian hasil perancangan *brand identity* Sanggar Tari Juju melalui pengembangan logo sebagai *brand image* dengan tujuan karya yang telah ditetapkan. Evaluasi dilakukan terhadap logo, *brand guideline book*, dan implementasi identitas visual pada berbagai media komunikasi untuk mengetahui keberhasilan identitas visual dalam merepresentasikan karakter Sanggar Tari Juju. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa logo yang dirancang mampu merepresentasikan karakter Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang berfokus pada pelestarian budaya dan pengembangan kreativitas. Penggunaan figur penari, elemen topeng, dan ornamen budaya mampu mencerminkan identitas serta nilai yang dimiliki Sanggar Tari Juju. Sistem warna yang diterapkan memperkuat karakter visual logo dan memberikan kesan profesional sesuai dengan citra yang ingin dibangun. Pemilihan tipografi mendukung keterbacaan identitas visual pada media digital maupun media cetak sehingga informasi dapat tersampaikan dengan jelas kepada masyarakat. *Brand guideline book* berhasil disusun sebagai pedoman penggunaan identitas visual yang memuat aturan penggunaan logo, sistem warna, tipografi, *grid system*, *clear space*, variasi logo, dan implementasi identitas visual pada berbagai media komunikasi.

Pedoman tersebut mendukung konsistensi penerapan identitas visual sehingga setiap media memiliki tampilan yang seragam. Implementasi identitas visual pada *website* dan *Instagram* menunjukkan penerapan logo yang konsisten sesuai dengan pedoman yang telah disusun. Penerapan tersebut menghasilkan tampilan visual yang lebih terstruktur, mudah dikenali, dan memperkuat identitas Sanggar Tari Juju pada media komunikasi digital. Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa perancangan *brand identity* melalui pengembangan logo telah memenuhi tujuan karya. Logo dan *brand guideline book* berhasil membangun identitas visual yang representatif, konsisten, dan profesional sehingga mampu

memperkuat *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang berorientasi pada pelestarian budaya, pengembangan kreativitas, dan mudah dikenali oleh masyarakat.

4.3.3.2 Publikasi Logo

Publikasi logo bertujuan memperkenalkan *brand identity* Sanggar Tari Juju kepada masyarakat melalui media digital resmi sanggar. Logo diterapkan sebagai identitas visual utama pada foto profil *Instagram* dan *website* Sanggar Tari Juju sesuai dengan sistem identitas visual yang telah ditetapkan dalam *brand guideline book*. Penerapan tersebut meliputi penggunaan bentuk logo, sistem warna, proporsi, dan komposisi visual secara konsisten sehingga identitas visual tampil seragam pada setiap media komunikasi. Implementasi logo pada *Instagram* dan *website* menjadi bentuk penerapan *brand identity* dalam media digital yang digunakan Sanggar Tari Juju. Penggunaan identitas visual yang konsisten menghasilkan tampilan komunikasi yang lebih terstruktur, profesional, dan mudah dikenali oleh masyarakat. Penerapan tersebut juga memperkuat karakter Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang berorientasi pada pelestarian budaya dan pengembangan kreativitas. Publikasi logo melalui media digital mendukung penyampaian informasi kepada masyarakat sekaligus membangun *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang memiliki identitas visual yang kuat, profesional, dan konsisten. Penggunaan logo sesuai dengan *brand guideline book* diharapkan mampu menjaga keseragaman identitas visual pada setiap media komunikasi serta meningkatkan pengenalan Sanggar Tari Juju di kalangan masyarakat.

4.3.3.3 Survei Pasca *Project*

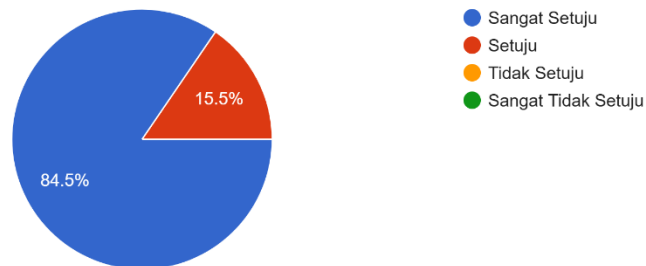
Survei pasca *project* dilaksanakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap hasil perancangan *brand identity* Sanggar Tari Juju setelah diterapkan pada berbagai media komunikasi. *Brand identity* yang diimplementasikan meliputi logo, sistem warna, tipografi, dan elemen visual pendukung yang disusun berdasarkan *brand guideline book* serta

diterapkan pada *website*, *Instagram*, dan media komunikasi lainnya. Survei ini bertujuan mengevaluasi keberhasilan *brand identity* yang dirancang melalui pengembangan logo dalam merepresentasikan identitas Sanggar Tari Juju sekaligus membentuk *brand image* yang profesional, mudah dikenali, dan memiliki karakter yang kuat di mata masyarakat. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form* pada tanggal 27 Juni 2026 hingga 30 Juni 2026 dengan jumlah responden sebanyak 110 orang. Sebelum mengisi kuesioner, responden diminta mengamati implementasi *brand identity* Sanggar Tari Juju yang telah diterapkan pada *website*, *Instagram*, dan media komunikasi lainnya sehingga penilaian yang diberikan didasarkan pada identitas visual yang telah diimplementasikan.

Instrumen kuesioner disusun berdasarkan tujuan perancangan karya dan memuat aspek-aspek yang berkaitan dengan *brand identity* dan *brand image*. Aspek yang dinilai meliputi kemampuan *brand identity* dalam merepresentasikan karakter dan identitas Sanggar Tari Juju, konsistensi penerapan identitas visual pada berbagai media komunikasi, serta kemampuan *brand identity* dalam membentuk *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang profesional, mudah dikenali, dan memiliki identitas yang khas. Hasil survei pasca produksi digunakan sebagai dasar evaluasi untuk mengukur tingkat keberhasilan perancangan *brand identity* melalui pengembangan logo sebagai pembentuk *brand image* Sanggar Tari Juju. Data yang diperoleh dianalisis untuk mengetahui tingkat penerimaan responden terhadap identitas visual yang telah dirancang serta menilai ketercapaian tujuan karya. Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam mengevaluasi keberhasilan perancangan *brand identity* dalam membangun *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai identitas visual yang profesional, representatif, konsisten, dan mudah dikenali oleh masyarakat. Hasil pengolahan data kuesioner pasca produksi disajikan pada bagian berikut.

Brand identity Sanggar Tari Juju yang terdiri atas logo, warna, dan tipografi mampu merepresentasikan karakter dan identitas Sanggar Tari Juju.

110 responses

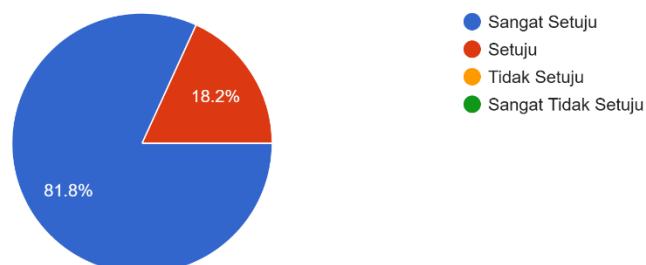


Gambar 4.12 Kuesioner Hasil Pasca Project Representase Brand Identity
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Berdasarkan hasil kuesioner, responden menilai bahwa *brand identity* yang terdiri atas logo, warna, dan tipografi telah mampu merepresentasikan karakter dan identitas Sanggar Tari Juju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa identitas visual yang dirancang telah sesuai dengan konsep perancangan dan mampu menggambarkan karakter sanggar sebagai lembaga seni tari yang profesional, berbudaya, dan mudah dikenali. Penilaian responden tersebut menunjukkan bahwa tujuan perancangan dalam membentuk *brand image* Sanggar Tari Juju melalui identitas visual yang representatif telah tercapai.

Brand identity yang dirancang memiliki identitas visual yang konsisten sehingga mudah dikenali sebagai Sanggar Tari Juju.

110 responses

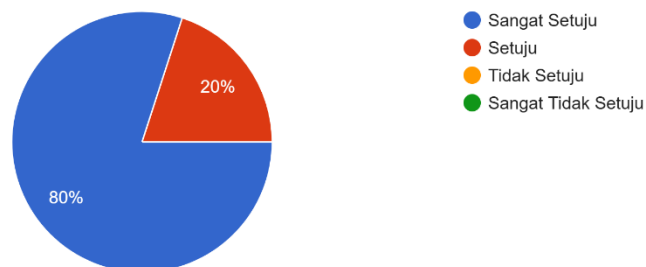


Gambar 4.13 Kuesioner Hasil Pasca Project Perancangan *Brand Identity* untuk Identitas Visual yang Konsisten
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Berdasarkan hasil kuesioner, responden menilai bahwa *brand identity* yang dirancang telah memiliki identitas visual yang konsisten sehingga Sanggar Tari Juju lebih mudah dikenali. Konsistensi penggunaan logo, warna, tipografi, dan elemen visual pada berbagai media komunikasi membentuk kesatuan identitas yang memperkuat karakter sanggar. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penerapan *brand identity* telah mendukung pembentukan *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang profesional, memiliki identitas visual yang jelas, dan mudah diingat oleh masyarakat.

Penerapan brand identity pada website dan Instagram membentuk tampilan Sanggar Tari Juju yang lebih profesional.

110 responses



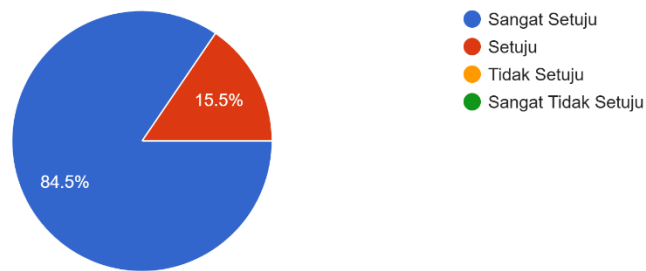
Gambar 4.14 Kuesioner Hasil Pasca Project Penerapan *Brand Identity* pada *Website* dan *Instagram* Sanggar Tari Juju
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Berdasarkan hasil kuesioner, responden menilai bahwa penerapan *brand identity* pada *website* dan *Instagram* berhasil membentuk tampilan Sanggar Tari Juju yang lebih profesional. Identitas visual yang diterapkan secara konsisten melalui penggunaan logo, warna, tipografi, dan elemen visual pendukung memberikan kesan yang lebih terstruktur serta memperkuat citra sanggar pada media digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa implementasi *brand identity* mendukung pembentukan *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang profesional, sehingga

tampilan visual pada media komunikasi menjadi lebih menarik, mudah dikenali, dan sesuai dengan karakter sanggar.

Brand identity yang dirancang berhasil membentuk brand image Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang profesional dan mudah dikenali.

110 responses

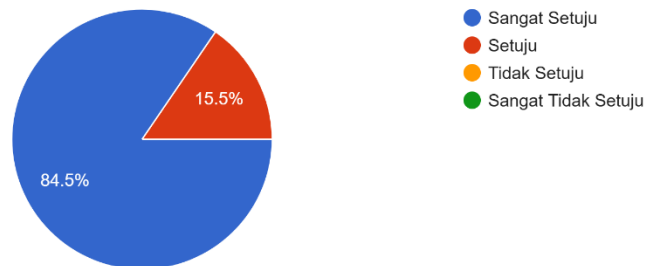


Gambar 4.15 Kuesioner Hasil Pasca Project *Brand Identity* yang Dirancang Berhasil Membentuk *Brand Image*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Brand identity yang dirancang berhasil membentuk *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang profesional dan mudah dikenali. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa responden menilai identitas visual yang diterapkan mampu membangun kesan profesional sekaligus memperkuat karakter Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari. Logo, warna, tipografi, serta penerapannya pada berbagai media komunikasi dinilai saling mendukung dalam membentuk citra sanggar yang lebih jelas, konsisten, dan mudah dikenali oleh masyarakat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perancangan *brand identity* telah mencapai tujuan utama, yaitu membentuk *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang profesional, representatif, dan memiliki identitas visual yang kuat.

Brand image yang ditampilkan melalui logo dan identitas visual meningkatkan kepercayaan saya terhadap Sanggar Tari Juju.

110 responses

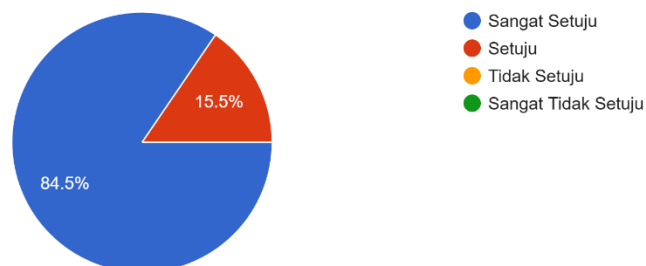


Gambar 4.16 Kuesioner Hasil Pasca Project *Brand Image* yang Ditampilkan Mampu Meningkatkan Kepercayaan Responden Terhadap Sanggar Tari Juju
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Berdasarkan hasil kuesioner, responden menilai bahwa *brand image* yang ditampilkan melalui logo dan identitas visual mampu meningkatkan kepercayaan terhadap Sanggar Tari Juju. Identitas visual yang diterapkan memberikan kesan profesional, terstruktur, dan meyakinkan sehingga memperkuat persepsi positif masyarakat terhadap sanggar. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perancangan *brand identity* tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual, tetapi juga berkontribusi dalam membangun *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang kredibel, profesional, dan layak dipercaya oleh masyarakat.

Secara keseluruhan, brand identity yang dirancang layak digunakan sebagai identitas visual resmi Sanggar Tari Juju dan mampu mendukung pembentukan brand image sanggar.

110 responses



Gambar 4.17 Kuesioner Hasil Pasca Project *Brand Identity* yang dirancang layak digunakan Sanggar Tari Juju
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menilai *brand identity* yang dirancang layak digunakan sebagai identitas visual resmi Sanggar Tari Juju serta mampu mendukung pembentukan *brand image* sanggar. Logo beserta elemen identitas visual yang disusun dinilai telah merepresentasikan karakter Sanggar Tari Juju secara konsisten sehingga menghasilkan citra yang lebih profesional, mudah dikenali, dan sesuai dengan nilai-nilai seni budaya yang diusung. Selain itu, penerapan identitas visual pada berbagai media komunikasi menunjukkan bahwa *brand identity* yang dirancang memiliki konsistensi visual yang baik serta mampu memperkuat kesan positif terhadap Sanggar Tari Juju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tujuan perancangan telah tercapai, yaitu menghasilkan *brand identity* yang tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual resmi, tetapi juga mampu membangun dan memperkuat *brand image* Sanggar Tari Juju di mata masyarakat.

4.3.3.4 Evaluasi Mitra

Pihak Sanggar Tari Juju memberikan tanggapan positif terhadap hasil perancangan *brand identity* yang telah dihasilkan. Logo dinilai mampu merepresentasikan karakter Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang berfokus pada pelestarian budaya dan pengembangan kreativitas. Identitas visual yang baru memberikan kesan lebih profesional, menarik, dan mudah dikenali sehingga mendukung pembentukan *brand image* Sanggar Tari Juju di mata masyarakat. Pihak mitra menilai *brand guideline book* membantu pengelola dalam menerapkan logo, sistem warna, tipografi, dan elemen visual secara konsisten pada berbagai media komunikasi. Pedoman tersebut menjadi acuan dalam menjaga keseragaman identitas visual sehingga penerapan *brand identity* dapat dilakukan secara lebih terstruktur. Selama proses perancangan, pihak mitra memberikan masukan terkait penyempurnaan bentuk logo, penyesuaian warna, dan penguatan unsur

visual agar lebih mencerminkan karakter Sanggar Tari Juju. Seluruh masukan tersebut ditindaklanjuti hingga menghasilkan desain akhir yang disetujui oleh pihak mitra. Berdasarkan hasil evaluasi, *brand identity* yang dirancang telah sesuai dengan kebutuhan Sanggar Tari Juju. Logo dan *brand guideline book* ditetapkan sebagai identitas visual resmi sanggar serta digunakan sebagai pedoman dalam penerapan identitas visual pada berbagai media komunikasi. Hasil perancangan tersebut diharapkan mampu memperkuat *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang profesional, konsisten, dan mudah dikenali oleh masyarakat.

4.3.3.5 Analisis Key Performance Indicator (KPI)

Guna mengetahui keberhasilan hasil perancangan *brand identity* Sanggar Tari Juju, dilakukan analisis *Key Performance Indicator* (KPI) berdasarkan target yang telah ditetapkan. Analisis ini digunakan untuk menilai ketercapaian hasil perancangan, implementasi identitas visual, serta penerimaan hasil karya oleh mitra.

Tabel 4.1 Analisis KPI Pasca Project Sanggar Tari Juju

Aspek KPI	Target	Hasil Capaian
Representasi Identitas Sanggar	Logo mampu merepresentasikan karakter dan nilai Sanggar Tari Juju	Tercapai. Logo berhasil merepresentasikan karakter Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang mengusung nilai budaya, kreativitas, dan profesionalisme sehingga mendukung pembentukan <i>brand image</i> sanggar.
<i>Brand Guideline Book</i>	Tersedianya pedoman penggunaan identitas visual	Tercapai. <i>Brand guideline book</i> berhasil disusun dan digunakan sebagai pedoman penggunaan logo, warna, tipografi, elemen visual, serta implementasi identitas visual secara konsisten.
Konsistensi Implementasi Identitas Visual	Logo diterapkan pada minimal 2 media komunikasi	Tercapai. Identitas visual diterapkan pada <i>website</i> dan <i>Instagram</i> Sanggar Tari Juju sesuai pedoman yang telah disusun.
Pembentukan <i>Brand Image</i>	Identitas visual mampu membangun citra profesional sanggar	Tercapai. Identitas visual yang baru memberikan tampilan yang lebih profesional, terstruktur, dan mudah dikenali sehingga mendukung

		pembentukan <i>brand image</i> Sanggar Tari Juju.
Konsistensi Penggunaan Logo	Logo digunakan sesuai ketentuan dalam <i>brand guideline book</i> .	Tercapai. Penggunaan logo pada media komunikasi mengikuti ketentuan mengenai warna, ukuran, proporsi, area aman, dan variasi logo sesuai <i>brand guideline book</i> .
Penerimaan Mitra	Mitra menerima dan menyetujui hasil perancangan	Tercapai. Mitra menyetujui logo dan <i>brand guideline book</i> sebagai identitas visual resmi serta menerapkannya pada media komunikasi Sanggar Tari Juju.

(Sumber: Olah data peneliti)

Berdasarkan hasil *Key Performance Indicator* (KPI), seluruh indikator keberhasilan yang telah ditetapkan berhasil tercapai. Logo yang dirancang mampu merepresentasikan karakter dan nilai Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang berfokus pada pelestarian budaya dan pengembangan kreativitas. *Brand guideline book* berhasil disusun sebagai pedoman penggunaan identitas visual sehingga mendukung penerapan logo secara konsisten pada *website*, dan *Instagram*. Identitas visual yang dihasilkan juga memberikan tampilan yang lebih profesional, mudah dikenali, serta mendukung pembentukan *brand image* Sanggar Tari Juju. Pihak mitra menerima dan menetapkan logo beserta *brand guideline book* sebagai identitas visual resmi sehingga hasil perancangan dapat digunakan secara berkelanjutan dalam kegiatan komunikasi, promosi, dan penguatan citra Sanggar Tari Juju.

4.3.3.6 Keberlanjutan Karya

Keberlanjutan karya dalam perancangan *brand identity* Sanggar Tari Juju diwujudkan melalui penggunaan logo dan *brand guideline book* sebagai identitas visual resmi sanggar. Logo yang dirancang telah merepresentasikan karakter, nilai budaya, dan identitas Sanggar Tari Juju sehingga membentuk *brand image* sebagai sanggar seni tari yang profesional, mudah dikenali, dan memiliki karakter visual yang khas. *Brand guideline book* menjadi pedoman penggunaan identitas visual yang memuat

aturan penggunaan logo, sistem warna, tipografi, dan elemen visual lainnya. Pedoman tersebut digunakan sebagai acuan dalam penerapan identitas visual pada *website*, dan *Instagram*. lainnya sehingga konsistensi identitas visual tetap terjaga. Penerapan *brand identity* secara konsisten menghasilkan *brand image* Sanggar Tari Juju yang lebih profesional, representatif, dan mudah dikenali oleh masyarakat. Identitas visual yang telah ditetapkan sebagai identitas resmi sanggar mendukung kegiatan komunikasi, promosi, serta memperkuat posisi Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni tari yang memiliki karakter visual yang konsisten dan berkelanjutan.

4.4 Hambatan dan Solusi

Selama proses perancangan *brand identity* Sanggar Tari Juju melalui pengembangan logo sebagai *brand image*, penulis menghadapi beberapa hambatan pada tahap pengembangan konsep visual, perancangan logo, penyusunan identitas visual, dan penyusunan *brand guideline book*. Hambatan tersebut diselesaikan melalui proses evaluasi dan koordinasi bersama pihak Sanggar Tari Juju sehingga menghasilkan identitas visual yang sesuai dengan kebutuhan sanggar.

- Perbedaan persepsi terhadap konsep visual logo
Pengembangan logo menghasilkan beberapa alternatif desain yang memperoleh masukan dari pihak mitra. Perbedaan persepsi muncul pada pemilihan bentuk, ornamen, dan karakter visual yang dianggap paling mampu merepresentasikan identitas Sanggar Tari Juju. Hambatan tersebut diatasi melalui diskusi dan konsultasi secara berkala hingga diperoleh logo yang mampu merepresentasikan karakter sanggar dan disetujui oleh pihak mitra.
- Penentuan sistem warna dan tipografi
Penentuan sistem warna dan tipografi memerlukan beberapa tahap eksplorasi agar sesuai dengan karakter, visi, dan nilai

Sanggar Tari Juju. Solusi yang dilakukan berupa penyesuaian kombinasi warna dan pemilihan tipografi berdasarkan konsep visual yang telah dirumuskan sehingga menghasilkan identitas visual yang lebih representatif dan mendukung pembentukan *brand image* yang profesional.

- Penerapan logo pada berbagai media komunikasi
Implementasi logo pada *website* dan *Instagram* memerlukan penyesuaian ukuran, proporsi, dan komposisi agar identitas visual tetap konsisten pada setiap media. Solusi yang diterapkan berupa penyusunan aturan penggunaan logo dalam *brand guideline book*, meliputi *clear space*, ukuran minimum, variasi logo, dan ketentuan penggunaan identitas visual sehingga logo dapat diterapkan secara konsisten.
- Penyusunan *brand guideline book*
Penyusunan *brand guideline book* memerlukan penyajian informasi yang sistematis agar mudah dipahami dan diterapkan oleh pengelola sanggar. Solusi yang dilakukan berupa penyusunan pedoman yang memuat filosofi logo, sistem warna, tipografi, konstruksi logo, aturan penggunaan logo, dan implementasi identitas visual pada media komunikasi.

Berdasarkan hasil evaluasi, seluruh hambatan yang muncul selama proses perancangan dapat diatasi melalui koordinasi dengan pihak mitra dan penyempurnaan desain secara bertahap. Logo dan *brand guideline book* yang dihasilkan mampu membentuk *brand identity* yang representatif, konsisten, dan profesional. Hasil perancangan tersebut ditetapkan sebagai identitas visual resmi Sanggar Tari Juju serta menjadi pedoman penerapan identitas visual dalam mendukung komunikasi, promosi, dan pembentukan *brand image* Sanggar Tari Juju secara berkelanjutan.