

Perancangan Desain Komunikasi Visual *Re-Design Corporate Identity Children Seminary Pelangi Kristus*

Stephanie Tandy¹, Denny Tri Ardianto², Erandaru³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra
Jalan Siwalankerto 121-131 Surabaya
Email: stephanie_tandya94@yahoo.com

Abstrak

Pelangi Kristus adalah sebuah sekolah seminari di Surabaya yang memiliki kelebihan dari sistem belajar mengajar yang selain membiasakan anak belajar mandiri, etika perilaku, kemampuan kepemimpinan, dan juga mendalami dasar iman Kristen dengan tujuan membentuk karakter Kristus pada anak, yang merupakan visi misi dari sekolah. Namun penampilan *corporate identity* saat ini masih belum mencerminkan visi misi sekolah, oleh karena itu perlu dilakukan perancangan *re-design corporate identity* yang lebih mencerminkan visi misi dari sekolah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan sekolah dan membantu memperbaiki persepsi yang kurang tepat terhadap sekolah.

Kata kunci: *Corporate Identity, Re-design, Perancangan, Sekolah, Kristen, Anak, Seminari, Pelangi Kristus, Pendidikan, dan Surabaya.*

Abstract

Title: *The designing of Communication and Visualisation Designs Re-designing Corporate Identity Pelangi Kristus Children Seminary*

Pelangi Kristus is a seminary school in Surabaya. The problem is there are a lot miss perception about school's vision and mission from citizen. Pelangi Kristus is a school that has excellent and special learning system which form the habit of student to study independently, and also behavior ethics, leadership, and base of Christian faith for create Christ-like children. Visual of corporate identity which used right now doesn't reflect school's vision and mission, therefore its necessary to re-design corporate identity to improve people's awareness about school existence and help to fix miss perception about school.

Keywords: *Corporate Identity, Re-design, Design, School, Christian, Children, Seminary, Pelangi Kristus, Education, and Surabaya.*

Pendahuluan

Kita semua tahu bahwa pendidikan adalah salah satu hal penting yang berlaku bagi semua orang. Orang yang berpendidikan baik akan membentuk kepribadian yang baik sehingga mereka dapat berguna dan memajukan bangsa dan negara. Maka dari itu tidak sedikit sekolah baik dari dalam negeri maupun luar negeri dibuka memiliki berbagai visi dan misi agar mendapat kepercayaan dan memenuhi harapan orang tua agar anaknya disekolahkan. Salah satunya adalah sekolah Pelangi Kristus.

Pelangi Kristus adalah sebuah seminari alkitab yang ditujukan kepada anak-anak yang ingin mengalami proses pembentukan menjadi hamba Tuhan. Dibawahi langsung oleh Departemen Kementerian Agama, tempat ini berusaha mendidik anak untuk memiliki

karakter baik seperti ajaran Kristus dan juga memiliki jiwa pemimpin yang visioner. Pelangi Kristus membuka pendidikan dasar mulai dari Taman Kanak-Kanak hingga Sekolah Menengah Atas. Sekolah yang berlokasi di jalan Jemur Andayani XXII no 4 ini memberlakukan pendidikan formal yang menggunakan paduan dari beberapa kurikulum seperti kurikulum nasional dan internasional yang juga berlandaskan Kristiani. Sebagai satu-satunya sekolah teologi kristen yang terletak di Surabaya, sekolah ini memiliki visi misi yang berlandaskan teguh yang ditujukan sepenuhnya untuk pelayanan kepada Kristus.

Namun pada nyatanya, sekolah Pelangi Kristus ini seringkali mendapat persepsi yang salah dari

masyarakat. Masyarakat cenderung berpikir bahwa pendidikan seminari bisa membuat anak berpikiran untuk menjadi pendeta, padahal semua itu tidak tepat. Pelangi Kristus sendiri seringkali berusaha meluruskan pandangan masyarakat bahwa menjadi hamba Tuhan bukan berarti hanya sebatas orang yang berprofesi sebagai pendeta, tetapi bisa siapa saja. Bila dilihat dari sisi logo, memang untuk kondisi logo saat ini yang sedang dipakai kujang mencerminkan apa yang menjadi visi dan misi Pelangi Kristus. Selain itu logo penampilan logo perlu mengikuti tren modern agar dapat terus bertumbuh dan bertahan dengan kompetitor lainnya.

Oleh karena itu perancangan *re-design corporate identity* dianggap berperan penting untuk sekolah Pelangi Kristus agar dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan sekolah dan membantu memperbaiki persepsi yang kurang tepat terhadap sekolah.

Rumusan Masalah dan Batasan Perancangan

Pada perancangan ini, masalah yang ingin diselesaikan adalah bagaimana merancang *visual Re-Design Corporate Identity Children Seminary* Pelangi Kristus yang dapat memberi pemahaman terhadap *positioning* Pelangi Kristus dengan tepat dan meningkatkan *awareness* masyarakat. Sedangkan objek perancangannya meliputi aplikasi atau penerapan terhadap media pendukung sekolah dengan memperhatikan target pasar yang dituju.

Tujuan dan Manfaat Perancangan

Merancang *visual re-design corporate identity Children Seminary* Pelangi Kristus yang dapat memberi pemahaman terhadap *positioning* Pelangi Kristus dengan tepat dan meningkatkan *awareness* masyarakat.

Manfaat perancangan ini dapat membuka wawasan dan mampu menambah kemampuan mahasiswa untuk menganalisa dan mewujudkan konsep yang dapat memberi solusi dari masalah dalam bentuk produk akhir desain komunikasi visual yang estetis. Hasil dari perancangan *corporate identity* dapat berguna sebagai pedoman untuk memasuki dunia kerja.

Metode Pengumpulan Data

Data-data yang dibutuhkan untuk menunjang perancangan ini dikelompokkan dalam beberapa jenis data yang diperoleh dengan berbagai macam cara yang berbeda, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti. Data primer akan diperoleh melalui metode wawancara dan observasi. Wawancara merupakan sumber utama dari perancangan karena diharapkan dapat mendapatkan data langsung dari pihak Pelangi Kristus mengenai

masalah yang sedang dihadapi untuk ditemukan solusinya. Pihak yang diwawancarai merupakan salah satu petinggi dari pihak Pelangi Kristus yang memegang jabatan sebagai Kepala Bagian Umum dan Administrasi Sekolah Teologi Kristen Pelangi Kristus

Observasi pada perancangan dilakukan untuk mencari masalah yang perlu dipecahkan, yaitu mengenai perlunya brand yang dapat memberi pemahaman yang tepat tentang *positioning* dari Pelangi Kristus itu sendiri. Selain itu informasi yang didapat juga diperoleh dengan membaca literatur yang berhubungan dengan perancangan *corporate identity*. Data-data di atas lalu disusun kembali dan digunakan dalam analisa yang membantu berjalannya perancangan ini. Metode analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif yang di dalamnya mencakup SWOT. SWOT adalah analisa yang dimana meninjau Strength, Weakness, Opportunities dan Threat yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Kemudian data-data yang teoritis akan diidentifikasi dengan metode kualitatif sehingga dapat ditarik kesimpulan secara deduksi dan menghasilkan solusi yang tepat dan efektif dalam melakukan perancangan.

Pembahasan

Children Seminary Pelangi Kristus



Gambar 1. Logo perusahaan *Children Seminary* Pelangi Kristus

Filosofi Logo

Dasar bentuk logo memiliki bentuk dasar rumah, yaitu tempat dimana anak-anak akan berproses disana selama 12 tahun. Digambarkan cukup sederhana, seperti gambar anak-anak, yang mempunyai gambaran bahwa tempat ini adalah tempat untuk anak-anak. Anak laki-laki dan perempuan di dalam rumah melambangkan bahwa anak-anaklah yang akan berproses di dalam rumah “Pelangi Kristus” tersebut. Warna yang digunakan untuk kedua anak itu adalah hitam yang melambangkan dosa. Rumah yang digambarkan dengan atap melambangkan bahwa rumah itu akan menaungi anak-anak yang ada di dalamnya. Atap di atas berwarna kuning yang menandakan terang, seperti surga yang penuh kemuliaan Tuhan. Salib dalam rumah melambangkan kehadiran dan penyertaan Tuhan di dalamnya.

Penggunaan warna merah pada alkitab dan salib melambangkan darah Kristus. Dinding menggunakan warna hijau yang berarti tumbuh, yang melambangkan bahwa rumah tersebut akan terus tumbuh melindungi anak-anak di dalamnya. Dasar rumah, dengan ilustrasi seperti sebuah buku yang terbuka melambangkan bahwa rumah 'Pelangi Kristus' didirikan atas dasar firman Tuhan dan berlandaskan pada kebenaran alkitab.

Visi dan Misi Perusahaan

Visi sekolah adalah Mempersiapkan anak-anak untuk menjadi hamba Tuhan dan pemimpin Kristen yang akan melayani generasi di zamannya sesuai rencana Allah

Misi sekolah berdasarkan prinsip alkitab, bertujuan untuk menolong anak menjadi murid Kristus yang memiliki karakter Kristus, ber hikmat, dan berkualitas dalam aspek kehidupan iman, moral, sosial, emosi, fisik, intelektual, mental, dan kepribadian.

Tentang Perusahaan

Pelayanan Anak Bagi Kristus atau yang lebih dikenal dengan singkatan "Pelangi Kristus" dimulai tahun 1996 oleh G.I. Magdalena Pranata Santoso dengan visi misi mempersiapkan anak-anak sejak usia 3 tahun untuk menjadi hamba Tuhan dan pemimpin Kristen. Saat itu, sebagai pelayan Tuhan di sebuah kampus Kristen. Namun selama berjalannya pelayanan, ditemukan ternyata proses lebih sulit dilakukan kepada mahasiswa karena pada usia itu anak secara keseluruhan pribadi sudah terbentuk. Maka dari itu diputuskan untuk membangun lembaga dimana akan mengajarkan anak usia kanak dengan visi mempersiapkan hamba Tuhan. Sejak saat itu Ibu Magda memulai sebuah seminari anak yang dinamakan Pelangi Kristus untuk melayani anak-anak.

Awalnya sebagai lembaga pendidikan non formal, untuk mewujudkan seminari anak ini, diterapkan dua konsep utama teladan Tuhan Yesus, yakni penggembalaan dan pemuridan melalui kurikulum belajar Alkitab 12 tahun. Setiap anak, yang berdasarkan iman dan komitmen orangtua, didedikasikan untuk dipersiapkan melayani Tuhan, akan belajar Firman Tuhan secara sistematis dalam proses pemuridan. Namun kesulitan kembali ditemukan karena Pelangi Kristus sebagai lembaga pendidikan non formal hanya bersifat melengkapi anak-anak, sementara pendidikan formal tetap di tempuh anak-anak yang belajar di Pelangi Kristus di sekolah formal. Hal itu mengakibatkan anak mendapatkan perbedaan proses pembentukan nilai, pola pikir, gaya hidup dan kepribadian mereka sebab waktu belajar di luar Pelangi Kristus lebih panjang daripada di dalam. Oleh karena itu diputuskan untuk

mengembangkan Pelangi Kristus menjadi pendidikan formal untuk mencapainya.

Pada 3 Maret 2003, Pelangi Kristus berhasil mendapat izin untuk membuka lembaga formal. Saat ini Pelangi Kristus juga sudah berada dibawah Departemen Keagamaan, sehingga kesempatan untuk lebih dalam untuk melayani dengan memberi pendidikan akademis sekaligus dengan landasan kebenaran alkitab, semakin terbuka. Hingga saat ini Pelangi Kristus terbuka untuk menerima siswa dari jenjang TK sampai SMA.



Gambar 2. Sekolah *Pre-Elementary* Pelangi Kristus



Gambar 3. Sekolah Dasar Pelangi Kristus



Gambar 4. Sekolah Menengah Pertama dan Menengah Atas Pelangi Kristus

Citra Perusahaan dan Permasalahan

Menurut orang-orang yang sudah kenal dan memahami sekolah Pelangi Kristus yang kebanyakan adalah orang tua siswa dari sekolah itu sendiri, beranggapan bahwa sekolah ini sangat baik dan berhasil menjalankan visi dan misi mereka dengan

konsisten. Selain itu yang menjadi kelebihan Pelangi Kristus adalah program *Trurthworthy Parents* yang dimana melibatkan orang tua siswa untuk ikut serta dalam kegiatan belajar mengajar sekolah yang bertujuan untuk mendukung potensi dari anak mereka masing-masing. Hal itu dilakukan dengan cara dilakukannya *meeting* secara berkala yang dimana saling berbagi dan menejaskan apa yang didapat anak di dalam sekolah dan apa yang harus dilakukan agar dapat mendukung talenta anak. Hal ini memuaskan banyak sekali orang tua siswa yang merasa anak mereka berkembang menjadi pribadi yang lebih baik.

Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas, permasalahan dari sekolah Pelangi Kristus adalah kepada orang-orang yang belum memahami Pelangi Kristus dengan tepat. Hal itu yang membuat adanya kesalahpahaman yang membuat orang ragu untuk memasukan anaknya ke sekolah Pelangi Kristus. Selain itu dari visual logo yang sekarang yang kurang atraktif dan sesuai dengan tren modern saat ini dikhawatirkan akan membuat Pelangi Kristus untuk ke depannya akan sulit bersaing dengan kompetitor sehingga perlunya penampilan baru dari *corporate identity* diharapkan dapat membantu Pelangi Kristus menampilkan visi dan misi melalui logo baru dan juga memperbaiki persepsi masyarakat yang kurang tepat terhadap Pelangi Kristus.

Teori Terkait

Brand

Menurut Alina Wheeler di dalam bukunya yang berjudul *Desining Brand Identity: Fourth Edition* (2013), menjelaskan bahwa *brand* bisa dibilang seperti kompetisi yang menciptakan ribuan pilihan, dimana perusahaan-perusahaan mencari berbagai cara untuk berhubungan dengan konsumen secara emosional, yang dimana membuat loyalitas yang tak tergantikan, sehingga menciptakan ikatan dalam waktu jangka lama. (p. 2)

Corporate Identity

Corporate Identity adalah *brand* yang menjadi identitas dari suatu perusahaan, yang tampak dalam bentuk nyata dan dapat menjadi daya tarik yang dapat dirasakan panca indera. (Wheeler, 2013,p. 4) *Corporate Identity* bisa dibilang sebagai sebuah hati dan jiwa dari suatu perusahaan yang digunakan sebagai tanda pengenalan, menegaskan diferensiasi dengan perusahaan lain, dan pencetus sebuah ide dan makna yang dapat diterima dan digunakan konsumen. *Corporate identity* dibagi menjadi beberapa elemen yang dimana tetap suatu kesatuan yang bermakna sesuai visi strategis perusahaan tersebut. Yang termasuk ke dalam *corporate identity* seperti logo, *tagline*, *signage*, yang kemudian dapat diintegrasikan

ke seluruh elemen perusahaan seperti kartu nama, alat tulis, kemasan, media iklan, promosi, dan banyak lagi. (Mardiono 2012, para. 1)

Logo

Logo atau *Brandmark* dibuat dengan tujuan sebagai lambang atau alat yang digunakan untuk mengenalkan sebuah *brand* atau organisasi, dan sebagai pembeda antara *brand* satu dengan yang lain. (Wheller, 2013, p. 48-49)

Logo memiliki beberapa macam bentuk, antara lain *wordmark*, *letterforms*, *emblems*, *pictorial marks*, dan *abstract* atau bisa disebut juga *symbolic marks*.

Media

Menurut para ahli periklanan, iklan dikelompokkan menjadi 3 kategori besar, yaitu :

a. Above the Line

Iklan *Above the Line* adalah media yang bersifat massa. Massa disini artinya melibatkan sasaran dalam jumlah besar, lebih menjelaskan sebuah konsep atau ide yang tanpa interaksi langsung dengan *audience*. Beberapa jenis iklan yang termasuk *Above the Line* antara lain seperti radio, televisi, surat kabar, majalah, dan *billboard*.

b. Below the Line

Iklan *Below the Line* memiliki beberapa perbedaan dari *above the line*. Sasaran yang dituju lebih terbatas dan penyampaian media memberikan audiens kesempatan untuk merasakan, berinteraksi, atau bahkan langsung *action* untuk membeli. Media yang digunakan berupa *event*, *sponsorship*, *sampling*, *Point of Sale materials*, *consumer promotion*, dan lain-lain.

Analisa Permasalahan Menggunakan SWOT

Strength

1. Sistem belajar yang sangat kuat mengacu pada pendidikan karakter dan etika yang baik, diterapkan sejak dini, sehingga dapat terlihat anak yang disekolahkan disini sangat ramah dan berani dalam mengambil keputusan yang benar.
2. Kuatnya pemberian pemahaman yang berdasarkan dengan alkitab sehingga anak untuk menjadi manusia yang memiliki spiritual rohani yang sangat kuat dan tak tergoyahkan.
3. Melabeli sekolah yang menerapkan cara *homeschooling*, suasana sekolah Pelangi Kristus yang lebih seperti rumah kedua terasa sangat kental.
4. Semua guru, atau biasa disebut *supervisor* di sekolah, yang mengajar di sekolah dipekerjakan karena memiliki panggilan hidup untuk mengajar, suka terhadap anak-anak, dan punya keinginan untuk melayani Tuhan. Maka dari itu sebagian

besar *supervisor* terlihat sangat akrab dengan anak-anak.

5. Adanya program *Trustworthy Parents* yang merupakan program pendidikan yang melibatkan orang tua dalam pendidikan anak di sekolah mengajak orang tua untuk mengenal anak lebih dekat dan memahami apa yang diperlukan anak dengan bantuan *supervisor*, sehingga hubungan antara orang tua, anak, dan *supervisor* baik dan saling melengkapi.

Weakness

1. Promosi yang dilakukan kurang efektif sehingga kurang dikenal oleh masyarakat.
2. Dengan syarat penerimaan pengajar untuk sekolah Pelangi Kristus yang cukup ketat membuat sangat terbatasnya jumlah pengajar di sekolah.
3. Kurangnya anggota untuk pengajar maupun pengurus dalam menjalankan banyaknya *event* atau kegiatan *field trip* sekolah membuat setiap kegiatan tersebut terasa kurang bisa maksimal dijalankan.
4. Keterbatasan fasilitas yang ada seperti jumlah ruang kelas atau belum tersedianya lapangan olahraga yang luas membuat sekolah Pelangi Kristus memberi batasan pada orang tua murid yang tertarik dan ingin menyekolahkan anaknya disini dan juga kegiatan olahraga perlu dilakukan di luar sekolah dengan lapangan yang disiapkan dan disewa sekolah.

Opportunity

1. Para orang tua yang puas telah menyekolahkan anaknya di Pelangi Kristus dapat menjadi peluang untuk membantu promosi *word to mouth*.
2. Tenaga pengajar yang profesional dan berpengalaman dapat meningkatkan citra positif Pelangi Kristus.
3. Pengajaran etika dan karakter yang berhasil ditekankan dengan nilai-nilai Kristiani diajarkan di Pelangi Kristus dapat menghasilkan perubahan dan karakter bersifat positif kepada anak, dapat menanamkan citra positif dimata orang tua, kerabat, dan orang lain yang berada di lingkungan sekitar.
4. Lokasi Pelangi Kristus yang cukup strategis.

Threat

1. Ada sekolah lain yang juga mengajarkan *character building* dengan landasan nilai-nilai Kristiani.
2. Sekolah yang lebih lama didirikan dan berpengalaman lebih dipercaya oleh orang tua
3. Sekolah lain lebih banyak melakukan promosi yang lebih atraktif.

Perancangan

Identitas yang akan ditonjolkan untuk perancangan *corporate identity Children Seminary* Pelangi Kristus adalah sebuah sekolah yang memiliki visi misi berdasarkan firman Tuhan yang bertujuan untuk membentuk anak didiknya memiliki karakter Kristus yang dimana bisa menjadi berkat dan pemimpin Kristen bagi generasinya. Dengan kekuatan dari *positioning* ini diharapkan dapat ditangkap oleh target pasar yang diinginkan Pelangi Kristus.

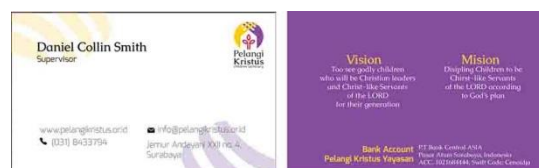
Gaya Penampilan Grafis dan Rencana Aplikasi Logo

Unsur simbolik yang digunakan dalam perancangan logo Pelangi Kristus menggunakan beberapa bentuk diantaranya adalah tangan yang berdoa, rumah, dan pohon yang melambangkan pohon zaitun. Dari kombinasi simbolik tersebut diinginkan sebuah logo yang memiliki makna yang kuat terhadap visi misi Pelangi Kristus dan mencerminkan jati diri sekolah yang seutuhnya. Makna logo final adalah penggambaran dari Pelangi Kristus yang ada berdasarkan harapan dan doa dari semua pendirinya. Suasana kekeluargaan dalam kegiatan belajar mengajar disampaikan dalam simbol rumah. Dan pohon zaitun melambangkan kekokohan “keluarga” Pelangi Kristus yang saling menopang, berpendirian kuat, dan mampu menjadi berkat bagi sesamanya, seperti pada visi dan misi yang dijalani sekolah.

Eksekusi Final Desain



Gambar 5, Eksekusi Final Logo



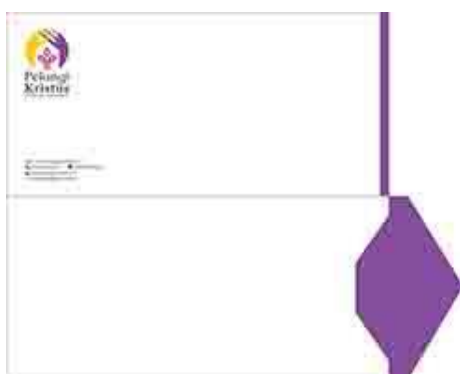
Gambar 6. Eksekusi Final Kartu Nama



Gambar 7. Eksekusi Final Kop Surat



Gambar 11. Eksekusi Final CD Box



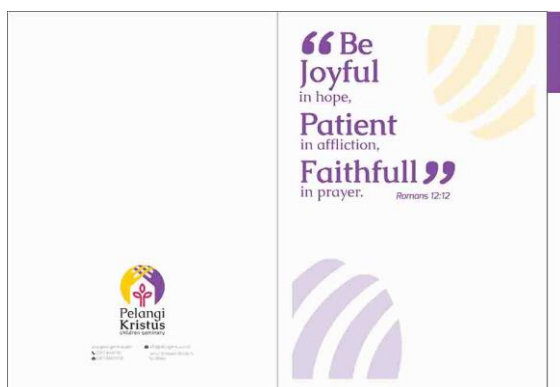
Gambar 8. Eksekusi Final Amplop



Gambar 12. Eksekusi Final Supervisor ID Card



Gambar 13. Eksekusi Student ID Card



Gambar 9. Eksekusi Final Map F4



Gambar 14. Eksekusi Final Bolpoin



Gambar 10. Eksekusi Final Desain CD



Gambar 15. Eksekusi Final Mug



Gambar 16. Eksekusi Final Jam Dinding



Gambar 17. Eksekusi Final Pin



Gambar 18. Eksekusi Final Gantungan Kunci



Gambar 19. Eksekusi Final Pembatas Buku



Gambar 20. Eksekusi Final Notes



Gambar 21. Eksekusi Final Totebag



Gambar 22. Eksekusi Final Official Car



Gambar 23. Eksekusi Final Polo Shirt



Gambar 24. Eksekusi Final Payung



Gambar 25. Eksekusi Final Seragam Laki-Laki



Gambar 26. Eksekusi Final Seragam Perempuan



Gambar 27. Eksekusi Final Signage Ruangan



Gambar 28. Eksekusi Final Brosur



Gambar 29. Eksekusi Final Buku GSM

Kesimpulan

Keputusan awal untuk melakukan *re-branding* dari sekolah *Children Seminary Pelangi Kristus* akhirnya mengalami perubahan menjadi *re-design corporate identity* beserta dengan beberapa media penunjang lainnya dengan tujuan untuk memperkenalkan perencanaan wajah baru dari sekolah. Hal itu terjadi dikarenakan setelah dilakukan diskusi dan penggalian masalah lebih dalam dengan pihak sekolah, keputusan berakhir dengan kebutuhan *re-design corporate identity* dinilai sudah cukup tanpa perlu mengubah apa yang sudah menjadi jiwa Pelangi Kristus. Melalui usaha perancangan *re-design corporate identity* yang telah dilakukan dari pengumpulan data, penggalian teori-teori sebagai acuan dasar perancangan, analisis data hingga pada proses perancangan konsep, perancang memperoleh banyak sekali pengetahuan dan pengalaman baru terutama dalam dunia branding dan kesediaan menghadapi keinginan klien. Maka dari itu dipastikan dengan dilakukannya *re-design corporate identity* ini bisa dikatakan sebagai solusi yang tepat untuk memperbaiki visual logo dan pengaplikasiannya pada *brand* Pelangi Kristus agar lebih menampakan apa yang menjadi visi misi sekolah.

Sempat ditemukan beberapa kesulitan yang ditemui perancang seperti adanya perbedaan pendapat dengan pimpinan sekolah. Selama melakukan diskusi mengenai perlunya perubahan untuk beberapa bagian dalam mendukung *brand* sekolah agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat, klien kurang bisa menerima masukan dari perancang dikarenakan perubahan yang ditawarkan dianggap akan menyimpangkan visi misi dari sekolah yang sudah dibentuk sebelumnya. Maka dari itu perancang berusaha mencoba memenuhi permintaan klien yang akhirnya keputusan jatuh di *re-design corporate identity*. Diskusi dengan klien dilakukan tanpa bertemu tatap mata langsung karena klien kesusahan dalam mengatur jadwal yang padat dengan pekerjaannya dan beliau lebih suka melalui *chatting* media sosial. Saran dari perancang, sebisa

mungkin dalam menghadapi klien usahakan bertemu langsung agar kegiatan diskusi bisa dilakukan secara maksimal dan tidak terjadi kesalahpahaman diantara kedua belah pihak.

Daftar Referensi

- Adung. (2016). *Fungsi Pendidikan*. Retrieved February 3, 2016, from (<http://www.fungsiklopedia.com/fungsi-pendidikan/>)
- CreasionBrand Bandung. (2015, Juny 26). *Brand dan Re-Brand*. Retrieved March 7, 2016, from http://www.kompasiana.com/creasionbrand/brand-dan-re-branding_5500a7c6a333111d72511783
- Dimas Mardjono. (2012, February 27). *Tugas Seorang Designer Brand Identity*, Retrieved March 7, 2016, from <https://dimasmardjono.wordpress.com/tag/brand-identity/>
- Egan, John. (2015). *Marketing Communication : Second Edition*, London: Sage Publication Ltd.
- Kertajaya, Herman & Yuswohady. (2005). *Positioning, Diferensiasi, & Brand Concepts : Strategy That Works*, Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran 9e Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1: Analisis, Perencanaan, Implementasi & Kontrol*. New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tombonan, Terry. (2005). *Seminari Apa Ini Apa Itu*, Retrieved March 10, 2016, from <http://yesaya.indocell.net/id766.htm>
- Wheller, Alina. (2013). *Designing Brand Identity: fourth edition*, Canada : John Wiley & Sons. Inc, New Jersey
- Wijaya. (2009, January 27). *Apa sih ATL, BTL, dan TTL*, Retrieved March 9, 2016, from <https://belajar.pemasaran.wordpress.com/2009/01/27/atl-btl-ttl/>