

## **BAB III**

### **ANALISIS DAN PERANCANGAN**

#### **3.1 Analisis**

Perancangan ini menggunakan beberapa metode dalam mendapatkan informasi yang akan digunakan dalam pengembangan tugas akhir “Perancangan Logo dan *Graphic Standard Manual* sebagai *Corporate Identity* pada The Shalimar Boutique Hotel Malang”. Informasi yang telah diperoleh akan di olah dan juga di analisis untuk disajikan sebagai acuan data yang akurat dalam mendukung perancangan ini.

Dalam perancangan logo dan pembuatan *graphic standard manual* untuk The Shalimar Boutique Hotel Malang ini menggunakan tiga metode, yaitu metode penelitian kualitatif dalam proses memperoleh informasi, yang kemudian di analisis dengan metode analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dalam proses pengolahan informasi menjadi data dan menggunakan metode perancangan dari *design thinking* yaitu *empathize, define, ideate, prototype* dan *test*.

##### **3.1.1 Pengumpulan Data (*Empathize*)**

Pengumpulan informasi dan data menggunakan 1 tahapan, yaitu wawancara. Pada tahapan pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara ini melibatkan 1 narasumber, yaitu manager marketing The Shalimar Boutique Hotel, Ibu Esther Helen. Berikut adalah rincian dan proses wawancara yang dilakukan kepada narasumber.

Proses wawancara dilakukan pada tahun 2022, pada saat dilakukannya kegiatan magang di The Shalimar Boutique Hotel. Ibu Ester Helen selaku manager marketing, pada saat itu mengatakan bahwa logo dari The Shalimar Boutique Hotel membutuhkan pembaharuan dan juga diperlukannya perancangan *graphic standard manual* dikarenakannya hotel ini tidak memiliki panduan dalam membuat dan mengatur elemen desain pada media promosi, sehingga media promosi yang sudah dipublikasikan tidak selaras. Logo yang belum diperbaharui dirasa oleh Ibu Ester Helen masih belum mencerminkan The Shalimar sebagai boutique hotel, yang mana arti dari boutique hotel sendiri adalah hotel yang tidak terikat dengan hotel *chain* serta memiliki karakteristik bangunan yang bergaya unik dan mewah, serta masih belum mencerminkan visi dan misi dari hotel dikarenakan logo tersebut dinilai masih monoton dengan memiliki elemen 5 bintang pada bagian bawah logo yang mencerminkan klasifikasi hotel dan tidak seperti logo hotel bintang 5 lainnya yang tidak menggunakan elemen tersebut.

Beliau juga menambahkan, dikarenakan mulai dari sejak berdirinya The Shalimar Boutique Hotel pada tahun 2015 hingga tahun 2022, mereka menggunakan jasa *freelancer* sebagai *graphic designer* dan tidak memiliki karyawan tetap sebagai *graphic designer*, maka dari itu sejak dulu The Shalimar Boutique Hotel tidak memiliki *graphic standard manual* dan juga desain khusus sesuai ciri khas hotel untuk *amenities*.



Gambar 3.1 Proses Wawancara (Sumber :Dokumen Pribadi)

Dilakukannya proses wawancara guna menggali informasi dengan spesifik agar perancangan logo dapat dilakukan dengan lebih mudah. Berikut adalah daftar pertanyaan yang ditujukan pada Ibu Esther Helen :

1. Apakah hotel shalimar sudah mempunyai logo yang merepresentasikan visi dan misi?
2. Hal apa yang menjadi icon dari hotel shalimar?
3. Jika dibuat logo baru, maka konsep logo seperti apa yang diinginkan?
4. Apakah hotel shalimar sudah memiliki GSM?
5. Apakah dengan dibuatnya GSM akan mempermudah desainer dalam mendesain?

### 3.1.2 Identifikasi Masalah ( Define )

Berdasarkan hasil wawancara dan permintaan melalui *client brief*, permasalahan utama yang ditemukan adalah logo hotel yang digunakan belum dapat mencerminkan keidentikan, keunikan dan juga visi misi dari hotel serta belum adanya *graphic standard manual* sebagai aturan yang tepat dalam membuat media promosi bagi *designer* dan hal tersebut membuat standarisasi bagi *graphic designer* hotel dalam mendesain menjadi tidak konsisten. Maka dari itu, melalui hasil data diatas dapat disimpulkan bahwa dibutuhkannya pembaharuan pada desain dan elemen logo yang tidak merubah citra yang telah dibangun serta dapat merepresentasikan identitas hotel dan juga adanya *graphic standard manual* yang mana dapat membantu hotel terhadap *brand awareness*. Dengan adanya uraian tersebut, maka informasi dan masalah yang ada akan diidentifikasi melalui proses analisis SWOT. Adapun tahapan yang harus dilakukan dalam proses analisis SWOT, yaitu :

#### A. Analisis Kompetitor

Tahap ini dilakukan agar dapat mengetahui dan menghindarkan persamaan *corporate identity* dan elemen logo The Shalimar Boutique Hotel dengan hotel kompetitor, dan juga sebagai pembandingan antara kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) The Shalimar Boutique Hotel dengan kompetitor. Adapun kompetitor The Shalimar Boutique Hotel yaitu:

##### 1. Hotel Tugu Malang

Hotel ini merupakan hotel yang awalnya dibangun dan dirancang oleh pen



dirinya untuk menampung koleksi barang antiknya yang luas dan tak ternilai, didirikan oleh Peranakan Babah Jawa. Hotel ini memiliki logo dengan tipe logotype dan logogram, dengan logotype tipe font serif pada elemen tipografi “ TUGU ” dan tulisan “ The Art, soul and Romance of Indonesia” serta logogram pada bagian kiri tulisan tersebut dengan elemen grafis barang dan motif bunga reliks bali.

## 2. Grand Mercure Mirama Malang

### GRAND MERCURE HOTELS AND RESORTS

Merupakan hotel yang memiliki letak strategis, dengan berada di jalur utama menuju kota Batu serta berada di kawasan bisnis dan juga tempat wisata seperti, Hawaii Waterpark Malang dan lainnya dengan tujuan wisata di daerah Batu. Hotel

ini memiliki logo yang berbentuk logotype, dengan elemen tipografi “ Grand Mercure Hotels and Resorts “ dengan tipe font sans serif.

### 3. Hotel Santika Malang



Hotel ini memiliki service pribadi seperti, kolam renang outdoor dan perawatan spa. Hotel ini juga menyediakan parkir gratis dan Wi-Fi gratis serta semua kamar ber-AC, yang dilengkapi dengan fasilitas standar hotel yaitu TV layar datar, minibar, dan juga brankas pribadi. Hotel santika memiliki logo dengan tipe logotype dan logogram, dengan logotype tipe sans serif pada elemen tipografi “ Hotel santika ” dan tipe font dekoratif pada elemen tipografi “ Premiere ” serta logogram pada bagian atas dengan elemen grafis bunga pada gabungan elemen tipografi hs.

#### B. Analisis Data

Data yang telah terkumpul dengan melalui proses analisis kompetitor, kemudian akan dianalisa kembali dan dirincikan melalui analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities dan Threat*). Analisis ini dilakukan supaya desainer dengan mudah dalam menentukan bagaimana solusi yang pada nantinya akan diterapkan pada perancangan *corporate identity* The Shalimar Boutique Hotel.

Berikut analisis SWOT yang telah disimpulkan melalui analisis kompetitor diatas:

1. **Kekuatan (strength)** yang ada pada The Shalimar Boutique Hotel adalah memiliki daya tarik tersendiri dengan konsepnya yaitu boutique hotel. Boutique hotel sendiri adalah hotel yang dapat memberikan fasilitas dan pelayanan yang *private*, tidak tergabung dengan jaringan hotel mana pun serta The Shalimar Boutique memiliki bangunan hotel yang khas dan unik dengan ciri khas utamanya yaitu ukiran yang terdapat pada kayu ataupun dinding, furniture yang digunakan dan hiasan lainnya. Dikutip dari *Cambridge Dictionary*, boutique hotel merupakan “*a small, stylish, and fashionable hotel that is not part of a chain.*” dan The Shalimar Boutique Hotel merupakan salah satu hotel yang memiliki konsep boutique di kota Malang dan juga memiliki arsitektur kolonial yang sangat kental, hal tersebut menjadikan hotel ini sebagai salah satu tempat kuno yang bersejarah.
2. **Kelemahan (Weakness)** yang ada pada The Shalimar Boutique Hotel ini adalah tidak memiliki *graphic standard manual* sebagai acuan media promosi dan standarisasi yang mencerminkan sebagai hotel bintang 5 pada umumnya.
3. **Kesempatan (Opportunities)** yang ada pada The Shalimar Boutique Hotel adalah dengan dibuatnya *corporate identity* dan juga *graphic standard manual*, maka The Shalimar Boutique Hotel dan juga tim marketing memiliki kesempatan untuk bersaing dengan hotel bintang 5 atau lainnya dalam memasarkan media promosinya dengan menonjolkan

kelebihan serta fasilitas private yang dimiliki The Shalimar Boutique Hotel.

4. **Ancaman (Threat)** yang ada pada The Shalimar Boutique Hotel adalah kompetitor yang memiliki kesamaan dengan The Shalimar Boutique Hotel dapat mengadaptasi identitas hotel dan melakukan *rebranding* serta kompetitor yang sudah memiliki logo dan *graphic standard manual* yang baik akan lebih dikenal dan diingat citranya oleh masyarakat umum.

### **3.1.3 Pemecahan Masalah ( Ideate )**

Berdasarkan rincian pada identifikasi masalah diatas, didapatkannya pemecahan masalah, yaitu dengan merancang logo yang efektif ketika dilihat pada saat pertama kali dan mampu mempresentasikan The Shalimar Boutique Hotel dengan baik dan menarik bagi persepsi masyarakat dan juga pengunjung serta merancang *graphic standard manual* sebagai panduan desainer dalam membuat desain pada media promosi.

## **3.2 Perancangan ( Prototype )**

### **3.2.1 Konsep Perancangan**

#### **A. Client Brief**

Dalam tahapan *client brief* ini, dilakukannya rincian daftar dengan permintaan ibu Ester Helen selaku manager marketing bersama dengan timnya bagaimana perancangan logo dan *graphic standard manual*. *Client brief* yang diminta tersebut meliputi:

1. Desain logo dibuat dengan simple namun masih menunjukkan citra hotel yang telah dibangun dan juga elegan.
2. *Graphic standard manual* untuk poster dibuat dengan jarak *header* dan *footer* kurang lebih 2 cm, dengan ukuran logo yang bisa disesuaikan pada segala bidang.
3. Amenities hotel dibuat dengan desain yang mencerminkan citra hotel dengan tatanan yang sama pada setiap produknya secara *center*.

Fokus utama dalam perancangan ini adalah merancang logo yang dapat merepresentasikan citra yang telah dibangun dan juga identitas dari The Shalimar Boutique Hotel. Citra yang telah dibangun dari The Shalimar Boutique Hotel adalah memberikan pelayanan serta fasilitas yang *private*, sehingga dapat menciptakan pengalaman yang berkesan dan nyaman bagi pengunjung. Agar selalu dapat menampilkan citra dan identitas dari The Shalimar Boutique Hotel, maka didesainnya bentuk logo baru yang sesuai dengan The Shalimar Boutique Hotel, yang mana logo tersebut memiliki komponen visual *modern* serta mudah untuk diingat dan dapat diaplikasikan ke berbagai media. Maka dari itu, konsep perancangan adalah sebagai berikut :

## **B. Logo**

Untuk dapat menampilkan citra serta kualitas dari The Shalimar Boutique Hotel, maka didesainnya logo dengan karakteristik dari The Shalimar Boutique Hotel itu sendiri, dengan mengambil dari icon utama hotel yaitu bunga kamboja dikarenakannya bunga kamboja sendiri sudah menjadi pattern utama dalam desain

bagi The Shalimar Boutique Hotel. Jenis logo yang akan digunakan dalam perancangan logo dan *graphic standard manual* ini adalah perpaduan dari *logogram* (logo berupa simbol atau gambar) dengan *logotype* (logo yang berupa tulisan) atau biasa disebut logo *mixed*. Menurut (Ibnu, 2020) logo adalah sebuah identitas perusahaan yang akan dikenal oleh masyarakat umum, maka dari itu logo harus menggambarkan karakteristik suatu perusahaan yang diwakilinya.

### 1. Konsep Elemen Grafis

Pada konsep elemen grafis ini memiliki perancangan logo yang menggunakan 2 jenis, yaitu ilustrasi bidang dan foto. Menentukan elemen grafis memiliki tujuan memberi kesan visual yang dapat diterima target *audience* sesuai dengan karakter elemen minimalis, elegan dan profesional. Berikut adalah contoh elemen grafis pada logo yang akan diambil sebagai referensi perancangan logo pada The Shalimar Boutique Hotel. Konsep yang akan diambil adalah logo dengan tatanan seperti contoh dibawah.



Gambar 3.2 Contoh Konsep Logo (Dokumentasi Pribadi)

### 2. Warna

Menurut Kusrianto (2017) warna melengkapi gambar dan mewakili psikologis dari pelukis dalam melakukan komunikasi. Warna juga merupakan elemen yang penting, karena warna dapat mempengaruhi kepekaan visual sehingga dapat memberikan efek kepada masyarakat akan kegembiraan, kebahagiaan dan semangat. Maka dari itu, diperlukannya memilih warna dengan tepat agar logo tersebut terlihat menarik. Warna yang akan digunakan dalam logo The Shalimar Boutique Hotel Malang adalah gold dengan gradasi warna putih, yang mana warna gold sendiri melambangkan kesuksesan dan kemewahan, menyesuaikan identitas serta keunggulan kualifikasi dari hotel ini.



Gambar 3.3 Perpaduan Warna Logo (Dokumentasi Pribadi)

### 3. Tipografi

Menurut Stanley Marrison (dalam aris kurniawan 2020) tipografi adalah kemampuan desainer dalam mengatur tulisan, membagi tulisan dalam layout atau spasi, dan menata atau menjaga huruf agar pembaca bisa memahami teks

yang ada. Definisi dari tipografi adalah sebuah representasi visual dari bentuk komunikasi verbal dan properti visual yang efektif, serta tipografi yang ada pada logo merupakan salah satu elemen logo yang dibuat berdasarkan *font* dengan mengandung nama dari sebuah brand ataupun merek. Pemilihan *font* yang tepat akan memudahkan pembaca untuk membaca nama brand/merek. Dalam perancangan logo The Shalimar Boutique Hotel digunakannya font dengan jenis Copperplate Gothic STD Bold dikarenakannya font tersebut adalah identitas utama yang sudah dibuat dari sejak berdirinya The Shalimar Boutique Hotel serta karena jenisnya yaitu serif, dan dengan bentuknya yang sedikit lebar, font ini cocok untuk menjadi typeface logo dengan nama hotel yang panjang.

**THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER  
THE LAZY DOGS**

**A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
` ~ ! @ # \$ % ^ & \* ( ) - \_ = + [ ] { } \ | ; : ' " , . < > / ?**

Gambar 3.4 Pemilihan font, *Copperplate Gothic STD Bold* (Dokumentasi Pribadi)

### C. Fotografi

Elemen grafis fotografi ini akan digunakan dalam perancangan logo dan *graphic standard manual* dengan menggunakan teknik pengambilan fotografi *journalism*.

Fotografi *journalism* merupakan teknik pengambilan foto yang merekam suatu kegiatan, peristiwa dan kondisi. Berikut adalah contoh foto yang akan diambil sebagai referensi pengambilan gambar pada buku *graphic standard manual*.



Gambar 3.5 Perpaduan Warna Logo (Dokumentasi Pribadi)

#### **D. Konsep Media**

Untuk konsep media yang akan digunakan dalam perancangan logo dan *graphic standard manual* ini berupa media yang telah disesuaikan dengan sasaran yang dituju, Agar pesan yang disampaikan dapat dipublikasikan yang tepat sasaran. Dalam perancangan buku ini diperlukannya tahapan pengumpulan materi guna merancang buku yang baik dan mudah dimengerti. Maka dari itu, sebelum dibuatnya desain buku panduan logo dan *graphic standard manual*, ditentukannya

terlebih dahulu materi informasi apa saja yang akan dicantumkan dan dijabarkan pada buku panduan ini. Didapatkannya beberapa referensi dan juga kebutuhan dari hotel yang kemudian dibuatnya bagan kasar sebagai penentu bab dan juga sub bab. Setelah dilakukannya seleksi dari referensi yang telah didapat, didapatkannya uraian dengan total 10 bab, 8 bab diantaranya adalah topik utama dengan 36 sub bab.

## DAFTAR ISI

Standarisasi	02	Signage System	62
Konsep	04	Desain Kemasan	67
Proses Kreatif Logo	07	Outdoor Media	74
Identitas Brand	14	Online Media	80
Konfigurasi	18	Program Kerja Branding	84
Elemen Grafis	31	Program Kerja Marketing	87
Visual Embrace	37	Program Kerja Selling	103
Tagline	42		
Alat Kantor	44		
Seragam	54		





Gambar 3.12 Referensi *Graphic Standard Manual* (Sumber: dokumentasi gsm ayam nelongso dan hotel pop)

Terdapat dua media yang akan digunakan dalam perancangan ini, yaitu media utama berupa buku panduan logo sebagai sistem informasi bagi The Shalimar Boutique Hotel dan media pendukung berupa *stationery set, room amenities, environmental design, bathroom amenities dan meeting amenities*.

### 3.2.2 Proses Perancangan

Dalam perancangan logo dan *graphic standard manual*, diperlukannya beberapa tahapan-tahapan perancangan yang akan dilakukan agar hasil yang diberikan sesuai dengan aturan pembuatan dan kepuasan manager marketing dan tim marketing The Shalimar Boutique Hotel Malang. Dalam perancangan ini, dibuat dengan metode *design thinking* yang berfokus pada *emphasize, define, ideate, prototype* dan *test*. Media utama yang digunakan berupa buku *graphic*

*standard manual* sebagai pedoman yang mencakup tentang aturan logo, pemilihan jenis *font*, *layout*, *pattern* dan segala elemen yang digunakan oleh The Shalimar Boutique Hotel. Berikut beberapa tahapan yang diperlukan adalah :

### A. Brainstorming

*Brainstorming* merupakan suatu cara untuk mengembangkan solusi yang kreatif dalam menyelesaikan sebuah permasalahan dan dapat dikategorikan sebagai metode untuk melahirkan ide-ide yang muncul berdasarkan pada spontanitas dan kreativitas. Hal ini dilakukan untuk mencari kata kunci yang akan menjadi acuan dan berpotensi untuk divisualisasikan menjadi sketsa logo. Hasil dari proses *brainstorming* yang sudah dilakukan ditemukannya beberapa kata kunci, yaitu merupakan bunga kamboja, The Shalimar Boutique Hotel, elegan, *gold*, dan *simple*.



Gambar 3.6 Hasil Brainstorming (Dokumentasi pribadi)

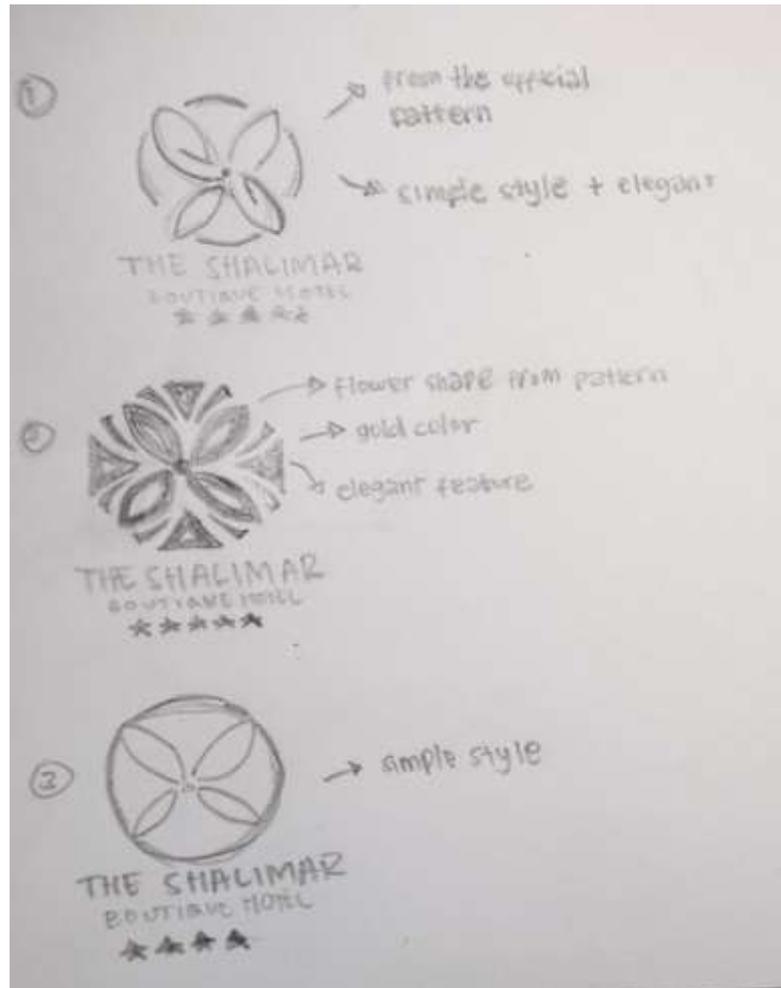
### B. Referensi Visual

Sebelum memasuki pada tahap pembuatan elemen logo, hal yang perlu dilakukan adalah pencarian referensi visual dengan bidang usaha serta konsep yang sama, agar didapatkannya pembandingan sehingga dapat menghasilkan karya yang relevan. Maka dari itu, digunakannya platform google dan instagram sebagai alat untuk mencari referensi logo pada hotel bintang 5 di berbagai kota dan provinsi di Indonesia dan negara lain.



Gambar 3.7 Referensi Visual (Dokumentasi pribadi)

### C. Sketsa Manual Alternatif Logo



Gambar 3.8 Hasil sketsa manual (dokumentasi pribadi)

*Sketch* atau sketsa merupakan gambaran kasar yang menggunakan pensil, spidol dan kertas sebagai alat dan media dalam meng-explore ide kreatif sehubungan dengan *brief* dan konsep yang telah dirancang. Dengan menggunakan teknik sketsa manual, maka dibuatlah sketsa logo dengan berbagai alternatif serta *doodling* sesuai dengan identitas The Shalimar Boutique Hotel dan juga permintaan dari manager marketing dan juga tim. Dengan ini terdapat 3 sketsa

yang diantaranya dapat menampilkan kesan elegan dan juga tidak menghilangkan identitas dari hotel.

#### **D. Digitalisasi**

Logo yang sudah dipilih kemudian didigitalisasikan dengan menggunakan software desain. Dalam tahap ini, digunakannya software berbasis vektor, yaitu Adobe Illustrator. Logo The Shalimar Boutique Hotel dirancang dengan menggunakan teknik golden ratio agar logo yang dirancang akan presisi pada segala pengaplikasian dalam media promosi dan sesuai dengan skala digital serta visual yang telah di sketsa. Logo yang dirancang juga melalui tahap konstruksi yang berguna sebagai acuan dalam membuat logo agar sesuai dengan skala dan visual yang telah dirancang. Logo ini memiliki beberapa struktur yang harus diperhatikan dan dengan mengikuti acuan ini, skala logo dan karakter visual akan dapat terjaga visibilitas dan nilai konsistensinya. Logogram serta logotype yang telah dirancang memiliki ukuran dan jarak paten dengan acuan bahwa  $o$  (lingkaran) =  $x$ .  $X$  diambil dari besarnya salah satu ornamen logo dengan ukuran 0,38 cm, dan tinggi dari logogram adalah sebesar sebelas dari  $x$ , sedangkan jarak pada logogram dan logotype sebesar dua dari  $x$ .

Logogram dari The Shalimar Boutique Hotel yang sudah dipilih mengambil dari bentuk dasar bunga kamboja yang sudah menjadi icon utama dari hotel, dengan bunga kamboja sendiri melambangkan keindahan, kehangatan dan juga dedikasi sesuai dengan citra The Shalimar Boutique Hotel yang kemudian digunakan sebagai elemen dasar logo, dengan diisi elemen segitiga pada bagian

sisi kiri dan kanan bunga yang mana hal tersebut melambangkan stabilitas, yaitu pelayanan yang diberikan kepada customer akan tetap sama rata dan tidak akan berubah sesuai dengan standard yang sudah ditetapkan. Elemen segitiga tersebut membentuk lingkaran semu, yang mana lingkaran sendiri melambangkan komitmen dan memiliki arti bahwa The Shalimar Boutique Hotel akan selalu setia memberikan fasilitas serta juga pelayanan yang maksimal bagi customer. Serta icon berlubang pada bagian tengah bunga kamboja dan juga icon segitiga tersebut melambangkan kualifikasi dari The Shalimar Boutique Hotel sebagai hotel bintang 5. Font yang digunakan pada logo adalah Copperplate Gothic STD Bold. Font ini dipilih karena jenisnya yaitu serif, dan dengan bentuknya yang sedikit lebar, sehingga font ini cocok untuk menjadi typeface logo dengan nama hotel yang panjang.





Gambar 3.9 Proses Digitalisasi Logo (Sumber: dokumentasi pribadi)

### E. Elemen Grafis

Hasil elemen grafis yang sudah dirancang terdiri dari variasi yang diambil dari elemen logo yang terdapat dalam logogram yaitu bunga kamboja. Elemen grafis ini akan digunakan sebagai pattern utama dalam desain amenities hotel dan desain media promosi lainnya. Elemen grafis ini akan digunakan sebagai pattern utama bagi The Shalimar Boutique Hotel karna sesuai dengan filosofi dari bunga kamboja sendiri di Indonesia adalah bunga kamboja tidak mudah layu, meskipun pohonnya telah tumbang, hal ini melambangkan kesetiaan dan pengabdian, yang mana hal tersebut senantiasa merepresentasikan visi, misi dan dedikasi hotel kepada customer.



Gambar 3.10 Referensi digitalisasi Elemen Grafis

## F. Elemen Fotografi

Elemen fotografi digunakan sebagai media menyampaikan pesan dan informasi visual, sehingga informasi yang akan disampaikan lebih memudahkan *audience* dalam menerima berbagai informasi. Foto yang diambil adalah *ambience* dari The Shalimar Boutique Hotel. Foto diambil menggunakan kamera *Iphone 11 pro* dan kamera digital *Sony A-6400* dengan lensa *kit*.

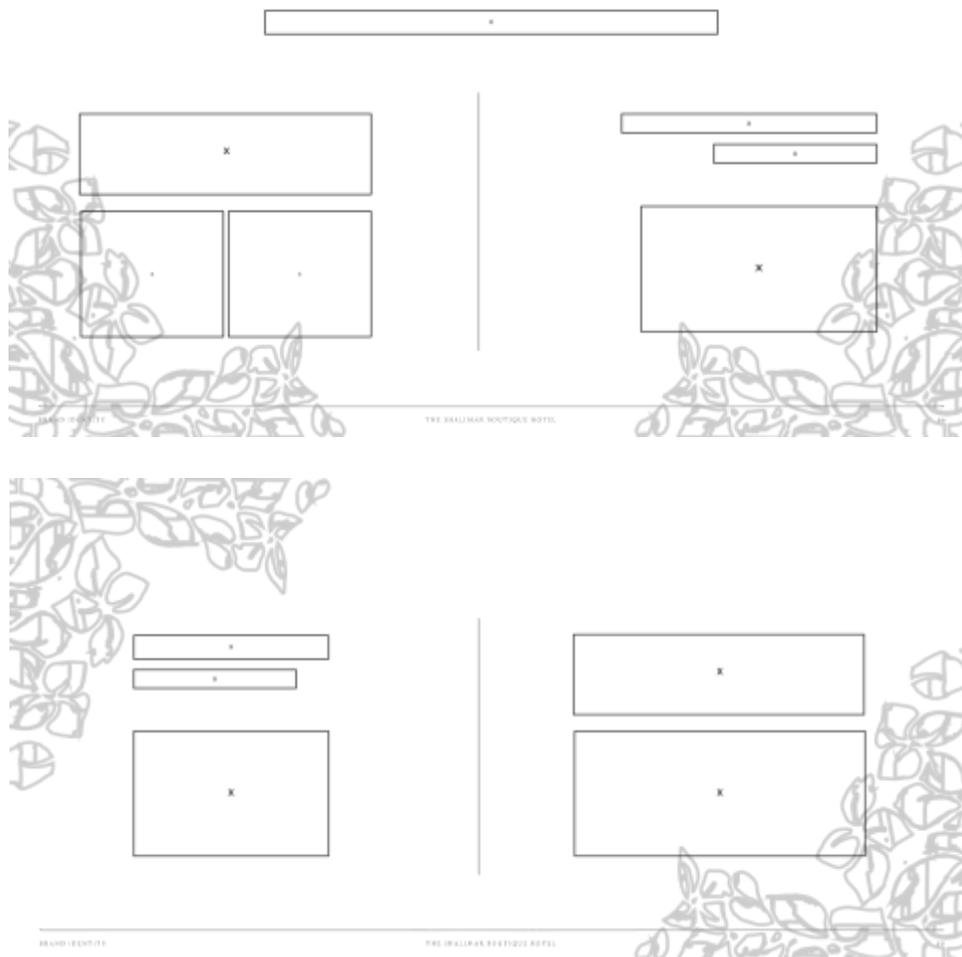


Gambar 3.11 Elemen Fotografi

### **G. Perancangan Media Utama**

Media utama yang dipilih merupakan buku panduan sebagai acuan dalam penggunaan logo, media promosi dan pengaplikasian pada amenities yang akan memuat logo dan juga *graphic standard manual*. Dipilihnya buku sebagai media utama karena efektivitas dalam penggunaannya dan mudah disimpan sehingga dapat mempermudah baik bagi desainer maupun *staff* dalam mengakses dan menggunakan buku tersebut.

Layout merupakan tata letak yang digunakan dalam mendesain, dengan mengambil elemen desain pada bidang guna menyampaikan pesan dengan menampilkan berbagai elemen desain yang dapat berkomunikasi dengan susunan yang terstruktur. Menurut Kasmir (2016:157) “Layout adalah proses dalam desain dengan menentukan penataan bentuk dan pesan secara efisien”. Layout akan yang digunakan pada perancangan buku *graphic standard manual* ini adalah multi panel layout yang mana layout ini memuat konten, teks dan gambar dengan satu tema tertentu, dan desain dirancang secara konsisten serta saling terhubung. Multi panel layout dipilih karena keefektifitasan dalam gaya bacanya, dengan komposisi antara gambar dengan informasi yang selaras dan menarik serta tema desain buku yang konsisten dan dapat dikombinasikan dengan pattern, sehingga cocok dengan citra dari The Shalimar Boutique Hotel.



Gambar 3.13 Proses Layouting (Sumber: dokumentasi pribadi)

### 3.3 Rancangan Pengujian

Rancangan pengujian merupakan proses dilakukannya perancangan pertanyaan dengan dibuatnya kuesioner berbasis online dengan menggunakan sistem google form untuk memperoleh tanggapan dari masyarakat umum akan kecocokan logo baru sebagai identitas The Shalimar Boutique Hotel.

Perancangan kuesioner akan menggunakan metode skala likert, dimana dalam pengujian rancangan ini responden memilih jawaban dari

pertanyaan yang telah disediakan, dengan disesuaikan dengan pengalaman dan keadaan mereka masing-masing. Menurut Sugiyono (2018) skala likert digunakan sebagai hal dalam menentukan persepsi masyarakat akan fenomena sosial. Pada kuesioner yang akan dirancang, terdapat empat tingkat penilaian yang akan digunakan dalam pengujian ini, yaitu mulai dari Sangat Sesuai (SS) dengan skor 4, Sesuai (S) dengan skor 3, Kurang Sesuai (KS) dengan skor 2 Sangat Tidak Sesuai (STS) dengan skor 1.

Kriteria Tanggapan	Skor
Sangat Sesuai ( SS )	4
Sesuai ( S )	3
Kurang Sesuai ( KS )	3
Sangat Tidak Sesuai (STS )	1

Tabel 3.1 Skor Kriteria Tanggapan

Target audiens dari kuisisioner uji coba dalam perancangan kecocokan logo ini berfokus kepada masyarakat umum dan juga karyawan The Shalimar Boutique Hotel sebagai responden. Berikut adalah rincian pertanyaan dari form yang telah dibuat:

No.	Pertanyaan	Kriteria Tanggapan			
		SS	S	KS	STS
1.	Menurut anda, sesuai dengan gambaran umum tentang The Shalimar Boutique Hotel diatas, apakah logo yang dirancang sebagai pembaharuan sudah merepresentasikan citra atau identitas dari The Shalimar Boutique Hotel ?				
2.	Apakah logo tersebut telah sesuai dengan citra atau identitas dari The Shalimar Boutique Hotel ?				
3.	Apakah warna yang digunakan terlihat jelas dan sesuai dengan citra atau identitas yang dimiliki oleh The Shalimar Boutique Hotel ?				

4.	Apakah font yang digunakan dalam combination logo dan logotype sudah sesuai ?				
5.	Apakah icon atau gambar dari combination logo tersebut sudah terlihat menunjukkan citra atau identitas dari The Shalimar Boutique Hotel ?				
6.	Apakah amenities hotel tersebut sudah cocok dan sesuai dengan citra atau identitas The Shalimar Boutique Hotel ?				
7.	Apakah komposisi layout logo dari amenities hotel tersebut sudah terlihat seimbang ( terlalu besar/kecil ) ?				
8.	Apakah pemilihan warna dari amenities hotel tersebut sudah cocok ?				
9.	Apakah pemilihan barang amenities dari hotel sudah tepat ?				

10.	Apakah design dari amenities hotel tersebut sudah sesuai dengan citra dari The Shalimar Boutique Hotel ?				
-----	--	--	--	--	--

Tabel 3.2 Form Perancangan Logo dan *Graphic Standard Manual* sebagai Corporate Identity pada The Shalimar Boutique Hotel Malang

Setelah di dapatkannya data feedback, maka akan dilakukannya penghitungan dalam bentuk persentase, guna mengetahui jumlah feedback responden dari kuesioner yang telah didapat. Dalam penghitungan bentuk presentasi ini, maka akan digunakannya rumus sebagai berikut sebagai pengukur besaran persentase.

$$\text{Rumus Indeks(\%)} = \frac{\text{Total Skor}}{Y} \times 100$$

Gambar 3.12 Rumus Indeks Penghitungan Skala Likert