

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BUKU KATALOG UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO

Muhammad Fakhri Labanga¹, Risti Puspita Sari Hunowu², Muhammad Isla^{3*}, Siska Udilawaty⁴

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi DKV, Universitas Ichsan Gorontalo, Kota Gorontalo, Indonesia.

Email; fakhrilabanga07@gmail.com, ristipuspitasarihunowu@gmail.com, muhammadisla07@gmail.com, udiawatys@gmail.com

Abstrak - Buku Katalog Universitas Ichsan Gorontalo dirancang sebagai alat promosi yang strategis untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman calon mahasiswa dalam memilih jalur pendidikan yang sesuai dengan minat dan kemampuan mereka. Dengan tujuan utama mengurangi angka "Mahasiswa Salah Jurusan", proses perancangan katalog ini melibatkan serangkaian langkah sistematis, mulai dari pengumpulan dan analisis data, hingga pengembangan konsep dan desain final. Melalui pendekatan ini, diharapkan calon mahasiswa dapat membuat keputusan yang lebih bijak dan terinformasi mengenai masa depan akademis mereka. Katalog ini tidak hanya berfungsi sebagai panduan, tetapi juga sebagai sumber inspirasi yang mendorong calon mahasiswa untuk mengeksplorasi berbagai pilihan yang ditawarkan oleh Universitas Ichsan Gorontalo, sehingga mereka dapat meraih kesuksesan di bidang yang mereka pilih.

Kata Kunci: buku katalog, media promosi, pendidikan, mahasiswa

Abstract - The Catalog Book of Universitas Ichsan Gorontalo is designed as a strategic promotional tool to increase awareness and understanding of prospective students in choosing an educational path that suits their interests and abilities. With the primary objective of reducing the number of students choosing the wrong major, the catalog design process involves a series of systematic steps, starting from data collection and analysis and continuing through concept development and final designs. Through this approach, it expects that prospective students can make wiser and more informed decisions about their academic future. The catalog not only serves as a guide but also as a source of inspiration that encourages prospective students to explore the various alternatives offered by Universitas Ichsan Gorontalo so that they can achieve success in their chosen fields.

Keywords: catalog book, educational, promotion media, students

1. PENDAHULUAN

Saat ini, media promosi memainkan peran penting dalam strategi pemasaran perusahaan dan organisasi. Media promosi mencakup beberapa metode atau platform yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk mengkomunikasikan pesan promosi kepada kelompok sasaran tertentu. Hal ini mencakup periklanan di media cetak, televisi, radio, dan platform digital, promosi penjualan seperti diskon dan kontes strategis, hubungan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan citra yang menguntungkan, pemasaran langsung melalui surat, email, dan telepon, serta pemasaran digital yang melibatkan SEO (Search Engine). Optimasi), media sosial, dan inisiatif pemasaran acara seperti sponsorship. Setiap format media memiliki fungsi berbeda dalam meningkatkan kesadaran, membangkitkan minat, dan memfasilitasi perolehan suatu produk atau layanan, sekaligus membantu pengenalan produk atau layanan kepada pelanggan untuk mendorong perilaku pembelian.

Salah satu bentuk media promosi yang efektif adalah katalog yang berfungsi sebagai alat komunikasi untuk merinci informasi produk atau jasa secara terstruktur. Melalui desain tata letak yang tepat dan konten yang informatif, katalog membantu membangun kesadaran konsumen, meningkatkan minat, dan memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.

Katalog berfungsi sebagai instrumen pemasaran penting yang tidak hanya menyebutkan item atau layanan tetapi juga bertindak sebagai sarana penyebaran informasi dan promosi perusahaan. Katalog memungkinkan perusahaan untuk menyajikan ringkasan rinci produk atau layanan mereka, yang mencakup deskripsi, spesifikasi, dan harga. Tujuannya adalah untuk memfasilitasi pembaca dalam mengidentifikasi pilihan produk yang disukai sekaligus menyoroti manfaat produk dan meningkatkan kesadaran dan preferensi konsumen terhadap merek tersebut. Dalam konteks ini, katalog berfungsi sebagai alat komunikasi yang efisien untuk mencapai tujuan pemasaran, termasuk meningkatkan penjualan, memperbesar pangsa pasar, dan membangun citra merek yang kuat. Katalog dapat menumbuhkan loyalitas klien dan menarik minat konsumen baru dengan menyampaikan informasi secara terorganisir dan menarik. Dalam bidang institusi atau universitas, menciptakan promosi yang menarik adalah salah satu poin penting karena dengan promosi yang menarik, institusi atau universitas dapat dilirik oleh calon konsumen yakni, calon mahasiswa atau bahkan meningkatkan kemauan dan minat calon konsumen untuk melanjutkan studinya di institusi atau universitas tersebut.

Katalog merupakan salah satu elemen vital sebagai medium komunikasi resmi yang menghadirkan informasi yang terstruktur dan terperinci mengenai program-program pendidikan, kebijakan akademik, fasilitas kampus, serta layanan pendukung kepada berbagai pemegang kepentingan seperti mahasiswa, calon mahasiswa, staf, dan

masyarakat umum. Ini berfungsi sebagai panduan lengkap tentang kurikulum, persyaratan masuk, aturan akademik, dan sumber daya kampus bagi semua pihak yang terlibat dalam lingkungan universitas.

Universitas Ichsan Gorontalo merupakan institusi terkemuka di Provinsi Gorontalo; namun demikian, daerah ini menghadapi tantangan pemasaran, khususnya di dalam provinsi itu sendiri. Kegiatan promosi yang dilakukan Universitas Ichsan Gorontalo hanya berupa iklan singkat berupa pamflet dan baliho atau spanduk, tanpa disertai materi promosi tambahan yang memberikan informasi lebih lengkap tentang institusi tersebut. Pamflet dan baliho yang tersebar dirasa kurang mampu menarik perhatian pembaca yang nantinya bisa menjadi calon pembeli atau calon mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo.

Dengan permasalahan yang telah dijelaskan di atas, kehadiran katalog sebagai media promosi yang lebih jelas dan menarik menjadi sangat penting untuk mengatasi tantangan tersebut. Katalog ini menyediakan informasi yang terstruktur dan terperinci mengenai program-program pendidikan, kebijakan akademik, fasilitas kampus, dan layanan pendukung kepada berbagai pihak terkait seperti mahasiswa, calon mahasiswa, staf, dan masyarakat umum. Dengan demikian, katalog berfungsi sebagai panduan komprehensif tentang kurikulum, persyaratan masuk, aturan akademik, serta sumber daya kampus, menjadikannya alat komunikasi yang efektif untuk membangkitkan minat dan menyampaikan informasi dengan jelas kepada audiens yang dituju.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perancangan

Perancangan adalah proses menggambarkan suatu usaha dengan menggunakan berbagai metodologi [1]. Hal ini memerlukan penggambaran arsitektur, spesifikasi komponen, dan tantangan yang akan muncul selama proses produksi. Sommerville menegaskan bahwa pengembangan banyak model sistem pada berbagai tingkat abstraksi dapat merupakan salah satu komponen proses perancangan [2]. Perancangan merupakan wujud nyata yang muncul dari proses kreatif yang disengaja [3]. Fase awal pembuatan perancangan dimulai dengan elemen yang berbeda, seperti ide atau konsep. Unsur-unsur tersebut akan dikembangkan dan dikendalikan secara sistematis, sehingga memungkinkan barang-barang yang dipesan dapat mencapai fungsi yang diharapkan. Perancangan memerlukan perencanaan, ilustrasi, dan integrasi beberapa elemen berbeda menjadi satu kesatuan dan operasional. Berdasarkan perspektif yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa perancangan merupakan proses menciptakan entitas baru yang dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan yang diidentifikasi selama fase analitis.

2.2. Media Cetak

Media cetak adalah jenis media massa yang dipublikasikan secara berkala, seperti majalah atau surat kabar. Media cetak merupakan media statis yang menekankan pada komunikasi visual [4]. Media ini terdiri dari lembaran-lembaran berisi teks, grafik atau foto berwarna, dan halaman kosong. Suyasa dan Sedana mendefinisikan media cetak sebagai media penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima [5]. Media ini berbentuk kata-kata tertulis atau gambar yang diberi tinta dan dicetak di atas kertas. Sedangkan media cetak digambarkan oleh Eric Barnow sebagai segala sesuatu yang diterbitkan dan ditujukan untuk konsumsi publik [6][5]. Media cetak merujuk pada berbagai produk cetakan, termasuk surat kabar, majalah, dan publikasi lainnya, yang dihasilkan untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada audiens yang lebih luas.

2.3. Logo

Logo berfungsi sebagai identitas visual, terdiri dari gambar dan simbol. Istilah logos berasal dari bahasa Yunani “logos”, yang berarti kata, gagasan, ucapan, atau alasan. Istilah logo berasal pada tahun 1937 sebagai singkatan dari istilah logotype sebelumnya. Logo ini muncul antara tahun 1810 dan 1840, dirancang untuk menandakan nama sebuah institusi yang didirikan khusus untuk teknologi tipografi. Logo pertama hanya terdiri dari teks; namun demikian, pertumbuhannya mengintegrasikan beberapa elemen lain ke dalam desainnya [7]. Logo merupakan representasi identitas suatu entitas kepada publik. Oleh karena itu, sebuah logo harus mencerminkan karakteristik organisasi atau produk yang diwakilinya. Oleh karena itu, masyarakat akan mengingat dan mengenali logo yang merepresentasikan entitas tersebut. Logo berfungsi untuk merek, menyampaikan informasi, memberikan motivasi, mengekspresikan emosi, dan untuk promosi.

2.4. Katalog

Katalog merupakan kumpulan buku-buku milik suatu perpustakaan, yang disusun secara sistematis menurut kerangka tertentu [8]. Katalog perpustakaan menawarkan kompilasi lengkap sumber daya yang disusun secara sistematis berdasarkan judul, dikaitkan dengan penulis tertentu. Katalog adalah istilah umum yang menunjukkan inventaris produk atau benda yang ada di lokasi tertentu. Koleksi istilah umum katalog yang beragam sering kita jumpai di toko buku, perpustakaan, tempat pameran, toko buku, bahkan supermarket. Katalog ini biasanya menawarkan informasi penting kepada masyarakat, seperti katalog perpustakaan yang memuat daftar bahan pustaka yang tersedia di perpustakaan, termasuk penulis, judul, edisi, tahun penerbitan, dan harga bahan. Katalog perpustakaan adalah daftar rinci bahan, yang mencakup buku dan non- buku seperti majalah, surat kabar,

mikrofilm, slide, dan sumber daya lain yang disimpan dan dikelola oleh perpustakaan. Katalog perpustakaan mencakup rincian penting mengenai bahan perpustakaan yang sering digunakan sebagai sumber informasi, termasuk atribut fisik, isi, dan informasi tambahan seperti judul, penulis, edisi, percetakan, kota penerbitan, penerbit, tahun terbit, subjek, dan ISBN [9].

2.5. *Layout*

Layout merupakan proses memikirkan cara menata dan membentuk fasilitas dapat mempengaruhi seberapa efisien suatu barang diproduksi atau dioperasikan [10]. Untuk mencapai efisiensi operasional, tata letak direncanakan dengan mempertimbangkan produk, proses, sumber daya manusia, dan lokasi. *Layout* adalah cara elemen desain disusun dalam ruang media untuk mendukung pesan yang disampaikan [7]. *Layout* yang baik mengikuti prinsip-prinsip seperti *Sequence* atau urutan, yang memastikan hierarki dan alur perhatian sesuai kebiasaan membaca dari kiri ke kanan dan atas ke bawah, sebagaimana ditemukan oleh Dr. Mario R. Garcia dan Pagie Stark (2007). *Emphasis* atau penekanan membantu menarik perhatian melalui ukuran, warna kontras, posisi strategis, atau bentuk unik. *Balance* atau keseimbangan mencakup distribusi ruang, baik yang terisi maupun kosong, dengan jenis keseimbangan asimetris yang dinamis atau simetris yang stabil. *Unity* atau kesatuan memastikan elemen desain saling mendukung secara visual dan konseptual untuk menciptakan pesan yang harmonis, sedangkan *Consistency* atau konsistensi menjaga estetika keseluruhan agar material tetap terkoordinasi. Prinsip-prinsip ini bekerja bersama untuk menciptakan *layout* yang menarik dan efektif [11].

2.6. *Media Promosi*

Media promosi merupakan sarana penyampaian informasi kepada masyarakat mengenai suatu produk, jasa, citra, perusahaan, atau materi lainnya. Iklan dari mulut ke mulut adalah bentuk media promosi yang paling kuno. Media ini sangat efektif, walaupun kurang efisien karena kecepatan penyampaiannya yang tidak dapat diprediksi. Media promosi adalah instrumen komunikasi dan penyebaran pesan yang digunakan oleh perusahaan untuk menarik, meyakinkan, mempengaruhi, dan mengingatkan pelanggan tentang produk atau jasa mereka dengan memberikan informasi mengenai barang, harga, dan lokasi. media berfungsi sebagai penyalur pesan atau informasi kepada masyarakat dengan menggunakan beragam komponen komunikasi grafis, termasuk teks dan grafik. Media adalah suatu bentuk komunikasi visual yang berfungsi untuk menyampaikan pesan kepada khalayak tertentu atau lebih luas.

3. METODE PENELITIAN

3.1. *Jenis Penelitian*

Pembuatan materi iklan Buku Katalog Universitas Ichsan Gorontalo menggunakan pendekatan penelitian kualitatif untuk memahami fenomena yang tidak memerlukan kuantifikasi. Teknik penelitian kualitatif bersifat filosofis [12]. Metodologi ini digunakan untuk menyelidiki konteks ilmiah (eksperimen) dimana peneliti berfungsi sebagai instrumen, memanfaatkan pengumpulan informasi dan prosedur analitis dengan fokus pada signifikansi.

3.2. *Teknik Pengumpulan Data*

Teknik pengumpulan data merupakan tahap yang sangat signifikan dalam pengembangan buku katalog Universitas Ichsan Gorontalo, karena penelitian tidak dapat memberikan hasil tanpa adanya data yang valid. Menurut Sugiono, terdapat empat teknik utama dalam pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur [13]. Observasi adalah proses pencatatan sistematis terhadap gejala yang diperiksa untuk mengumpulkan fakta dan data. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara langsung di Universitas Ichsan Gorontalo untuk mendapatkan wawasan tentang lingkungan kampus. Wawancara dilakukan dengan empat kelompok narasumber: pihak rektorat, dekan, kepala jurusan dan dosen, serta mahasiswa aktif. Wawancara dengan rektorat memberikan informasi tentang sejarah dan visi universitas, sementara wawancara dengan dekan mengungkap data tentang fakultas. Kepala jurusan dan dosen menyediakan informasi terkait jurusan dan prospek kerja, sedangkan wawancara dengan mahasiswa menggali pengalaman dan pandangan mereka terhadap kampus. Teknik dokumentasi, seperti foto, kutipan, dan klip koran, digunakan untuk menyusun materi pendukung buku katalog secara terstruktur. Prosedur ini memastikan kombinasi fotografi dan tipografi yang memudahkan pembaca memahami isi katalog dan informasi tentang jurusan. Terakhir, studi literatur digunakan untuk meninjau teks dan karya terkait, seperti buku, jurnal, dan artikel dari internet, guna menjamin keabsahan data yang dicantumkan dalam buku katalog [13]. Dengan menerapkan keempat teknik ini, peneliti memastikan data yang dikumpulkan akurat, valid, dan relevan untuk keperluan pengembangan katalog.

3.3. *Teknik Analisis Data*

Pendekatan penelitian kualitatif sangat bergantung pada alat analisis data, di mana analisis dimulai bersamaan dengan proses pengumpulan data dan terus berlanjut hingga selesai [14]. Analisis ini mencakup empat tahap utama,

yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penyusunan kesimpulan, yang dikenal sebagai Model Analisis Data Miles dan Huberman. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, atau triangulasi, dengan tujuan mendapatkan data yang luas dan mendalam dari lingkungan sosial atau subjek penelitian. Reduksi data merupakan tahap menyederhanakan dan mengorganisasi data yang beragam untuk menyoroti elemen penting, menemukan pola, dan merumuskan tema utama, sehingga membantu peneliti memahami data dengan lebih jelas. Selanjutnya, penyajian data dilakukan dalam berbagai bentuk seperti deskripsi naratif, infografis, atau diagram alur untuk menyampaikan data secara sistematis dan mempermudah interpretasi. Akhirnya, kesimpulan dirumuskan berdasarkan data yang telah dikumpulkan, tetapi sifatnya sementara hingga didukung oleh fakta dan bukti tambahan yang sah, sehingga menghasilkan temuan baru yang belum pernah terungkap sebelumnya [14].

3.4. Konsep Kreatif

Konsep kreatif adalah proses pengembangan suatu produk, desain, atau karya seni melalui sketsa, penulisan, perancangan, dan produksi. Konsep kreatif yang efektif bergantung pada pemikiran dan perhitungan yang cermat, didukung oleh pelaksanaan kreatif yang sesuai, dan memiliki nilai yang khas, sehingga memastikan bahwa keluaran yang dihasilkan bersifat komunikatif dan menarik

3.4.1. Target Audiens

Target audiens dari Buku Katalog Universitas Ichsan Gorontalo secara Psikografis yaitu, Majalah ini diperuntukan kepada calon mahasiswa yang masih bingung dan bimbang tentang jurusan apa yang akan teruskan setelah lulus nanti dari SMA, SMK sederajat

3.4.2. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dalam merancang Buku Katalog Universitas Ichsan Gorontalo yang efektif dan informatif sangat penting karena hal ini membantu peneliti dalam menciptakan desain semenarik mungkin untuk menciptakan pengalaman menyenangkan bagi pembaca, menarik minat calon pembaca serta membangun identitas yang kuat dari majalah itu sendiri.

3.4.3. Strategi Kreatif

Strategi kreatif perancangan katalog ini meliputi gambaran umum Universitas Ichsan Gorontalo, meliputi sejarah ringkas, visi dan misi, fasilitas perkuliahan utama dan tambahan, fakultas-fakultas yang ada di lingkungan universitas, dan analisis jurusan di masing-masing fakultas, beserta jurusannya masing-masing, prospek karir. Pendekatan ini memungkinkan pembaca memperoleh gambaran menyeluruh Konsep Buku Katalog Universitas Ichsan Gorontalo memiliki 3 pembahasan utama, yang pertama yaitu pembahasan tentang apa itu Universitas Ichsan Gorontalo, dan dilanjutkan dengan pembahasan 6 fakultas yang ada di Universitas Ichsan Gorontalo, serta pembahasan jurusan atau program studi yang berada di 6 fakultas dan Kegiatan mahasiswa dari tiap-tiap jurusan yang ada berdasarkan pada wawancara yang akan dilakukan. Bahasa yang digunakan menggunakan Bahasa Indonesia yang baku dan mudah dimengerti agar pembaca dapat memahami isi dan pesan dari buku katalog. Untuk Teknik Visual yang digunakan dalam buku katalog memakai teknik visual yang menggabungkan teknik Fotografi dan Tipografi agar pembaca dapat membaca sekaligus melihat secara visual dari isi pembahasan. mengenai fakta-fakta kampus, sehingga mengurangi kemungkinan mahasiswa memilih jurusan yang tidak tepat karena kurangnya informasi atau deskripsi bidang studi yang dipilihnya, sekaligus memberikan kesempatan kepada mereka untuk merasakan suasana kampus secara singkat.

3.4.4. Strategi Media

Strategi media dalam perancangan buku katalog Universitas Ichsan Gorontalo menggunakan dua jenis media, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama dari perancangan ini ialah buku katalog Universitas Ichsan Gorontalo. Isi dari buku ini akan mendeskripsikan apa itu Universitas Ichsan Gorontalo sampai dengan penjelasan fakultas dan jurusan apa saja yang terdapat di dalamnya. Media yang digunakan sebagai pendukung publikasi dari media utama yaitu, T-Shirt, X-Banner, Poster, Gantungan Kunci, Stiker dan Konten media sosial.

3.4.5. Warna

Warna utama dari katalog ini yaitu hijau, hitam, dan putih gading, desain buku katalog ini mengambil inspirasi dari warna gedung Universitas Ichsan Gorontalo. Warna sekunder biru, jingga/oranye, kuning, hijau, ungu, dan merah melengkapi warna primer. untuk digunakan pada halaman Fakultas. Warna ini juga melambangkan warna masing-masing fakultas di Universitas Ichsan Gorontalo, biru untuk Fakultas Ilmu Komputer, ungu untuk Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, merah untuk Fakultas Hukum, hijau untuk Fakultas Pertanian, kuning untuk Fakultas Ekonomi, dan jingga/oranye untuk Fakultas Teknik

3.4.6. Typography

Perancangan ini menggabungkan dua jenis font, yaitu "Times New Roman" dan "Poppins." "Times New Roman," font serif, digunakan untuk judul, subjudul, dan teks deskriptif dalam buku katalog. Dengan kesan sederhana namun tegas, font ini dipilih untuk menekankan sifat informatif katalog, sambil tetap mempertahankan kesan elegan dan menarik minat pembaca. Di sisi lain, "Poppins," font sans serif, digunakan untuk teks pendukung dengan kesan simpel dan ringan, memudahkan pembaca dalam memahami isi teks. Kombinasi kedua font ini menghasilkan desain majalah yang informatif, elegan, menarik, dan mudah dibaca.

3.4.7. Fotografi

Dalam perancangan Media Promosi Buku Katalog Universitas Ichsan Gorontalo, fotografi sangatlah penting karena fotografi dapat membantu peneliti dalam menyampaikan pesan secara visual kepada pembaca dan dapat memperjelas secara visual suatu pembahasan.

3.4.8. Konsep Layout

Layout dalam perancangan buku katalog Universitas Ichsan Gorontalo menggunakan *layout* jenis editorial. *Layout* editorial sering digunakan dalam media publikasi seperti buku katalog, Majalah, *booklet* dan buku dengan penyajian informasi yang tertata rapi dan menarik. *Layout* editorial membantu peneliti dalam mengungkapkan informasi dalam tampilan yang tertata rapi, bersih, dan menarik melalui penggunaan grid terstruktur yang ditempatkan sedemikian rupa sehingga pembaca dapat mencerna dan memahami isi/pesan yang disampaikan dalam Buku Katalog Universitas Ichsan Gorontalo.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Desain

4.1.1. Logotype/Woodmark Utama

UNIVERSE atau UNISAN-VERSE adalah buku katalog kampus yang berfungsi sebagai platform informasi untuk memudahkan calon mahasiswa dalam memilih dan menentukan program studi apa yang akan mereka pilih.



Gambar 1. Hasil Desain Logo Utama

Logo UNIVERSE menggabungkan gaya font Old School dengan bentuk rasi bintang, menciptakan sebuah desain yang mencerminkan perpaduan antara nuansa klasik dan modern. Pemilihan font Old School dimaksudkan untuk memberikan kesan otentik dan stabil, menggambarkan kepercayaan diri serta keteguhan. Di sisi lain, elemen rasi bintang melambangkan visi yang luas dan dinamis, mencerminkan kebebasan dan potensi tak terbatas yang dapat dijelajahi oleh mahasiswa. Desain ini bukan hanya menggambarkan nama katalog, tetapi juga menyimbolkan kebebasan calon mahasiswa dalam menentukan pilihan akademis mereka serta terbuka terhadap berbagai kemungkinan yang ada di masa depan.

Tagline UNIVERSE, "Your Choice, Your Voice, Your Verse," mengandung makna yang dalam dan merefleksikan esensi dari buku katalog ini. "Your Choice" menegaskan kebebasan mahasiswa dalam memilih apa yang ingin mereka baca, tulis, atau bagikan melalui katalog, serta menghargai keberagaman pandangan dan pilihan. "Your Voice" menyoroti pentingnya suara calon mahasiswa dalam menentukan masa depan mereka, tanpa tekanan dari pihak lain. "Your Verse" menggambarkan perjalanan akademik mahasiswa sebagai sesuatu yang sepenuhnya milik mereka, diiringi dengan tanggung jawab untuk meraih masa depan yang mereka impikan. Kata "verse" (bait) juga memiliki makna sebagai ekspresi diri, dengan konotasi dalam musik yang berarti "membawa cerita." Secara keseluruhan, tagline ini menegaskan bahwa UNIVERSE adalah platform yang didedikasikan untuk mahasiswa, sebagai wadah bagi mereka untuk menampilkan pilihan, suara, dan karya kreatif mereka.

4.1.2. Logotype/Woodmark Alternatif

Logotype/Woodmark Alternatif memiliki arti dan makna yang sama dengan logo utama, tapi dengan bentuk vertikal.



Gambar 2. Hasil Desain Logo Alternatif

4.1.3. Hasil Desain Buku Katalog





Gambar 3. Hasil Desain Buku Katalog Promosi

4.2. Implementasi Desain

Implementasi desain adalah proses menerapkan konsep desain ke dalam bentuk nyata atau produk akhir yang dapat dilihat atau digunakan, baik di media digital, cetak maupun produk fisik. Hasil desain Buku Katalog diterapkan pada berbagai media pendukung untuk membantu media utama agar dapat lebih mendapatkan perhatian dari khalayak umum terutama mahasiswa dan calon mahasiswa maupun memperkuat pesan, informasi atau komunikasi media utama.



Gambar 4. Desain Buku Katalog



Gambar 5. Desain Merch T-Shirt & Gantungan Kunci



Gambar 6. Desain X-Banner dan Poster



Gambar 7. Desain Sosial Media

5. KESIMPULAN

Perancangan buku katalog Universitas Ichsan Gorontalo ini mencakup berbagai aspek penting yang dirancang untuk memberikan gambaran yang jelas dan sistematis kepada calon mahasiswa. Buku katalog ini bertujuan untuk memuat daftar atau koleksi informasi mengenai program studi yang tersedia, disusun dengan cara yang terstruktur untuk memudahkan audiens dalam memahami pilihan yang ada sebelum memutuskan program studi yang akan diambil. Universitas Ichsan Gorontalo, sebagai salah satu perguruan tinggi terbaik di Gorontalo, menawarkan 6 fakultas dan 13 program studi, dengan salah satu program studi terbaru yang belum ada di provinsi tersebut, yaitu Program Studi Desain Komunikasi Visual. Perancangan media promosi buku katalog ini memerlukan data yang lengkap dan akurat dari pihak universitas, fakultas, dan program studi untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan jelas dan sesuai dengan kebutuhan target pembaca. Dalam menentukan konsep desain buku katalog, riset mendalam menjadi langkah yang sangat penting agar setiap objek yang dicantumkan dapat menyampaikan pesan visual yang selaras dengan citra universitas. Selain itu, perancangan ini juga mencerminkan pentingnya pendidikan sebagai fondasi utama dalam menghadapi era modern, dengan peran strategisnya dalam mengatasi kebodohan dan mencegah praktik pembodohan yang masih marak di masyarakat..

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Rizky, *Konsep Dasar Rekayasa Perangkat Lunak (Software Reengineering)*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2011.
- [2] A. Mulyanto, *Sistem Informasi Konsep & Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- [3] W. Hidayat, F. Maafuf, and S. Bahari, "Perancangan Media Video Desain Interior sebagai Salah Satu Penunjang Promosi dan Informasi di PT. Wans Desain Group," *Cerita*, vol. 2, no. 1, pp. 35–49, 2016, doi: <https://doi.org/10.33050/cerita.v2i1.212>.
- [4] D. Yanuar, "Eksistensi Jurnalis Perempuan Dalam Pandangan Masyarakat Aceh (Studi Analisis Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)," *J. Ilmu Komun.*, vol. 6, no. 2, pp. 143–153, 2017.
- [5] I. M. Suyasa and I. N. Sedana, "Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Di Tengah Gempuran Media Online," *J. Komun. dan Budaya*, vol. 01, no. 01, pp. 56–64, 2020.
- [6] E. Barnouw, *International Encyclopedia of Communications*. Oxford: Oxford University Press, 1989.
- [7] S. Rustan, *Layout Dasar dan Penerapan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- [8] K. I. Suandari, "Review Jurnal Nasional : Sistem Temu Kembali Informasi Dengan Mendayagunakan Media Katalog Perpustakaan," *Hirup Motekar*. Accessed: Dec. 10, 2024. [Online]. Available: <https://hirupmotekar.com/2017/05/30/kiki-indah-suandari-sistem-temu-kembali-informasi-dengan-mendayagunakan-media-katalog-perpustakaan/>
- [9] Suhendar, *Pedoman Katalogisasi*. Jakarta: Kencana, 2010.
- [10] Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- [11] S. Rustan, *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- [13] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- [14] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.