# PERANCANGAN REBRANDING LOGO TK PLUS AL AZZAM SEBAGAI UPAYA MEMPERKUAT IDENTITAS VISUAL LEMBAGA PENDIDIKAN

**Ursilla Aiswarya[1)], Restu Ismoyo Aji [2]**

[1,2)]Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
[1)]sillaaiswarya24@gmail.com, [2)] restu.ismoyo.dkv@upnjatim.ac.id

## ABSTRAK

Identitas visual berperan penting dalam membangun citra lembaga pendidikan, terutama bagi sekolah baru yang logonya kurang representatif sehingga dapat menghambat komunikasi, pengenalan masyarakat, dan kepercayaan. Penelitian ini bertujuan menerapkan prinsip etika dan estetika dalam rebranding logo TK Plus Al-Azzam agar sesuai dengan nilai Islam dan karakter anak usia dini. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi, dianalisis menggunakan SWOT, sedangkan perancangan memakai Design Thinking (empathize, define, ideate, prototype, test). Hasil menunjukkan logo lama belum merepresentasikan identitas sekolah secara optimal. Desain baru mempertahankan nilai keislaman, visi, dan karakter lembaga melalui bentuk sederhana, mudah dikenali, fleksibel, dan sesuai dengan anak usia dini. Rebranding diharapkan memperkuat identitas visual, meningkatkan citra sekolah, dan mendukung komunikasi yang lebih efektif kepada masyarakat.

**Kata Kunci :** etika desain, estetika desain, rebranding logo, identitas visual, lembaga pendidikan.

## ABSTRACT

*Visual identity plays a crucial role in shaping the image of educational institutions, particularly for new schools where a logo that fails to represent the school effectively can hinder communication, public recognition, and trust. This study aims to apply ethical and aesthetic principles to the logo rebranding of TK Plus Al-Azzam, ensuring alignment with Islamic values and the characteristics of early childhood. A descriptive qualitative method was employed utilizing observation, interviews, and documentation with analysis conducted via SWOT, while the design process followed the Design Thinking framework (empathize, define, ideate, prototype, test). The results indicate that the previous logo did not optimally represent the school's identity. The new design preserves the institution's Islamic values, vision, and character through a form that is simple, recognizable, flexible, and appropriate for young children. The rebranding is expected to strengthen visual identity, enhance the school's image, and facilitate more effective communication with the community.*

**Keywords :** *design ethics, design aesthetics, logo rebranding, visual identity, educational institution*

## PENDAHULUAN

TK Plus Al-Azzam merupakan lembaga pendidikan anak usia dini berbasis nilai-nilai Islam yang berdiri sejak tahun 2023 di Surabaya, di bawah naungan Yayasan Hikmah Amanah Al Asy'ariyyah, dan berlokasi strategis di kawasan Rejosari Al-Azzam. Kehadiran TK Plus Al-Azzam sejalan dengan angka partisipasi kasar pendidikan anak usia dini di Indonesia yang pada tahun 2023 tercatat mencapai 36,36 persen berdasarkan hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas), yang menunjukkan semakin tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan sejak usia dini (Badan Pusat Statistik, 2024; Rohmani, 2021).



Gambar 1. Ruang Kelas Sekolah TK Plus Al Azzam

Sumber: Ursilla Aiswarya, 2025

Meningkatnya minat masyarakat terhadap PAUD di satu sisi membuka peluang, namun juga memicu persaingan yang ketat antar lembaga. Kondisi ini menuntut setiap institusi pendidikan memiliki identitas dan citra yang kuat, karena identitas visual khususnya logo turut memengaruhi kepercayaan orang tua dalam memilih sekolah (Hutami, 2020; Amalya, 2025). Logo tidak hanya berfungsi sebagai penanda visual, tetapi juga merepresentasikan nilai, visi, dan keunggulan lembaga (Rustan, 2009). Konsistensi logo berperan penting dalam membangun sistem identitas suatu institusi pendidikan (Fahminnansih, Utami & Erdiana, 2022).

TK Plus Al-Azzam menghadapi masalah serupa logo yang digunakan saat ini dinilai belum merepresentasikan identitas sekolah secara optimal, baik dari aspek visual maupun nilai yang ingin disampaikan, serta kurang efektif diterapkan pada berbagai media. Masalah ini menjadi tantangan di tengah banyaknya TK dan PAUD Islam di Surabaya dengan program serupa yang sudah memiliki identitas visual lebih representatif. Dalam merancang ulang identitas visual, desainer perlu mempertimbangkan dua prinsip: etika, yaitu tanggung jawab menjaga kejujuran representasi nilai dan karakter lembaga (Pangestu & Patriansyah, 2021), dan estetika, yaitu kualitas keindahan visual seperti kesederhanaan bentuk, keterbacaan, dan kesesuaian dengan audiens (Sachari, 2002). Penelitian terdahulu tentang identitas visual lembaga pendidikan umumnya masih terpisah antara aspek strategi pemasaran dan proses desain, dan belum banyak yang menggabungkan prinsip etika-estetika dengan pendekatan *Design Thinking* dalam *rebranding* logo PAUD berbasis nilai Islam.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, dibutuhkan pendekatan perancangan yang tidak hanya menghasilkan logo baru secara visual, tetapi juga mempertimbangkan prinsip etika dan estetika desain agar hasil rancangan tetap merepresentasikan nilai-nilai Islam dan karakter pendidikan anak usia dini yang diusung TK Plus Al-Azzam. Penelitian ini bertujuan menerapkan prinsip etika dan estetika dalam proses rebranding logo TK Plus Al-Azzam sebagai upaya memperkuat identitas visual lembaga pendidikan, yang sejalan dengan semangat transformasi pendidikan yang berdampak dan berkelanjutan melalui peran desain.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggali secara mendalam proses perancangan *rebranding* logo TK Plus Al Azzam sebagai upaya memperkuat identitas visual lembaga. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana desain komunikasi visual dapat berperan sebagai sarana penguatan identitas dan citra sebuah lembaga pendidikan anak usia dini yang berbasis nilai-nilai Islam.

### Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, digunakan wawancara dengan pihak kepala sekolah TK Plus Al Azzam untuk menggali profil lembaga, visi-misi, filosofi nama, program unggulan, serta permasalahan pada logo lama. Selain itu dilakukan observasi langsung ke lokasi sekolah untuk mengamati kondisi fasilitas, penerapan identitas visual yang sudah berjalan, serta suasana kegiatan belajar-mengajar, yang didokumentasikan dalam bentuk foto kegiatan.

### Analisis data

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan metode SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) untuk memetakan kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi TK Plus Al-Azzam (Rangkuti, 2015). Hasil analisis SWOT selanjutnya menjadi dasar perumusan strategi dan konsep dalam proses perancangan identitas visual.

### Proses Perancangan

Proses perancangan logo menerapkan metode *Design Thinking* yang terdiri atas lima tahapan, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (Brown, 2008). Pada tahap *empathize*, dilakukan penggalian informasi mendalam mengenai visi, misi, dan karakter TK Plus Al-Azzam melalui observasi dan wawancara. Tahap *define* digunakan untuk merumuskan permasalahan utama pada identitas visual yang ada. Tahap *ideate* merupakan proses eksplorasi ide dan konsep visual baru. Tahap *prototype* menghasilkan alternatif rancangan logo, dan tahap *test* dilakukan untuk menguji serta mengevaluasi hasil rancangan bersama pihak kepala sekolah sebelum ditetapkan sebagai logo *final*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis SWOT

Hasil observasi dan wawancara terhadap TK Plus Al-Azzam menunjukkan sejumlah kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagaimana dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan Analisis SWOT TK Plus Al-Azzam

| **Kekuatan *(Strength)*** | **Kelemahan *(Weakness)*** |
|---|---|
| Program unggulan keagamaan (mengaji dan hafalan doa harian); lokasi strategis dan mudah dijangkau; reputasi cukup baik di kalangan orang tua; tenaga pengajar yang berdedikasi. | Fasilitas terbatas dan kurang memadai; promosi masih terbatas dari mulut ke mulut; media sosial kurang menarik; logo belum mencerminkan identitas lembaga. |
| **Peluang *(Opportunity)*** | **Ancaman *(Threat)*** |
| Minat masyarakat terhadap pendidikan berbasis Islam sejak dini semakin tinggi; lokasi berada di kawasan berkembang; menjalin kerja sama dengan TPQ Al-Azzam; lingkungan sekitar mayoritas muslim. | Belum mendapatkan izin resmi dari Dinas Pendidikan; kompetitor TK lain memiliki branding dan logo yang lebih representatif. |

Sumber: Ursilla Aiswarya, 2025

Hasil pemetaan analisis SWOT menunjukkan bahwa logo lama TK Plus Al Azzam kurang mencerminkan identitas lembaga, kurang sederhana, dan kurang efektif diterapkan pada berbagai media, sehingga menjadi kelemahan sekaligus ancaman di tengah persaingan dengan kompetitor yang branding-nya lebih kuat. Temuan ini menjadi dasar perumusan *design brief*, khususnya strategi WT dan WO, yang mengarah pada kebutuhan perancangan ulang logo yang lebih representatif, modern, dan bernuansa keislaman sebagai landasan tahap perancangan dengan pendekatan *Design Thinking*.

### Proses *Design Thinking* dalam Perancangan Logo

1. *Empathize*

Pada tahap *empathize* atau empati dilakukan melalui wawancara dan observasi untuk menelusuri permasalahan utama, yaitu logo TK Plus Al Azzam yang digunakan sebelumnya yang dinilai kurang melekat dengan identitas sekolah, kurang sederhana, dan kurang efektif diaplikasikan pada berbagai media. Wawancara dengan kepala sekolah, Ibu Arinal Muna, S.Sos., menggali pemahaman mengenai filosofi nama "Al-Azzam", visi dan misi sekolah, serta program unggulan. Observasi lapangan turut menemukan sejumlah kendala eksternal, seperti belum adanya izin resmi dari Dinas Pendidikan dan kompetitor yang telah memiliki branding lebih kuat.



Gambar 2. Observasi Data dan Wawancara Kepala Sekolah TK Plus Al Azzam

Sumber: Ursilla Aiswarya, 2025




Gambar 3. Logo TK Plus Al-Azzam sebelum rebranding

Sumber: Instagram @tk_plus_alazzam, 2025

2. *Define*

Hasil tahap *empathize* menunjukkan bahwa permasalahan utama terletak pada kompleksitas bentuk logo lama serta lemahnya representasi nilai keislaman dan karakter anak usia dini. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, dirumuskan konsep logo baru yang terdiri atas empat nilai utama, yaitu harapan, semangat, dan bukti kebesaran Allah, potensi dan karakter setiap anak, ilmu dan pendidikan, serta lingkungan belajar yang ramah, aman, dan menyenangkan.

3. *Ideate*

Setelah dirumuskan empat nilai utama yang ingin diangkat pada konsep logo baru, yaitu semangat dan religius, potensi dan karakter anak yang unik, ilmu pengetahuan, dan lingkungan belajar yang ramah, selanjutnya dalam tahap *ideate* atau ideasi dilakukan dua langkah utama, yaitu penyusunan *moodboard* dan sketsa.

*a. Moodboard*

*Moodboard* merupakan kumpulan referensi visual yang digunakan untuk menentukan konsep estetika dan suasana desain. Elemen seperti bentuk geometris sederhana, palet warna cerah, dan gaya ikon flat design dikumpulkan agar selaras dengan karakter anak usia dini serta nilai-nilai keislaman TK Plus Al-Azzam.

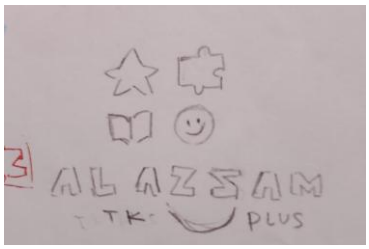


Gambar 4. *Moodboard*

Sumber: Instagram @tk_plus_alazzam, 2025

b. Sketsa

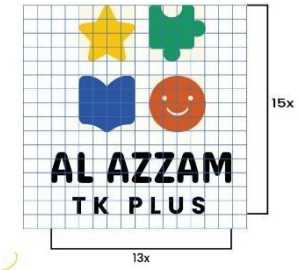
Berdasarkan arahan *moodboard* tersebut, dikembangkan sketsa logo yang mengeksplorasi berbagai kemungkinan bentuk simbol untuk merepresentasikan filosofi lembaga. Dari proses ini lahir konsep logo dengan empat simbol utama yakni, bentuk bintang yang melambangkan harapan dan kebesaran Allah, potongan puzzle yang melambangkan keunikan potensi dan karakter setiap anak, bentuk buku yang melambangkan ilmu dan pendidikan, serta emoji senyum yang melambangkan lingkungan yang ramah dan menyenangkan.




Gambar 5. Sketsa Logo TK Plus Al-Azzam
Sumber: Ursilla Aiswarya, 2025

4. Prototype

Pada tahap *prototype*, sketsa terpilih dari tahap *ideate* direalisasikan melalui proses digitalisasi menggunakan perangkat lunak desain, sehingga logo dapat diperbesar maupun diperkecil tanpa mengalami penurunan kualitas gambar. Proses digitalisasi memperhatikan sistem *grid* untuk menjaga proporsi dan konsistensi bentuk pada setiap elemen logo, serta penentuan palet warna logo dan tipografi yang digunakan.




Gambar 6. Sistem *Grid* Logo TK Plus Al-Azzam
Sumber: Ursilla Aiswarya, 2025




Gambar 7. Digitalisasi Final Logo Baru TK Plus Al-Azzam
Sumber: Ursilla Aiswarya, 2025

a. Warna

Palet warna pada logo ditentukan berdasarkan psikologi warna yang sesuai dengan karakter anak usia dini dan nilai-nilai keislaman (Mourin, 2024). Warna kuning dipilih karena mewakili rasa gembira, semangat, dan energi positif, sekaligus merepresentasikan pencerah dan petunjuk. Warna hijau digunakan untuk menciptakan kesan rileks, aman, dan nyaman bagi anak-anak, sekaligus dikenal luas sebagai warna yang identik dengan peradaban Islam. Warna biru memberi kesan tenang yang membantu anak lebih fokus saat bermain maupun belajar, sedangkan warna orange digunakan untuk mendorong semangat, keceriaan, dan keberanian anak dalam berekspresi.




Gambar 8. Palet warna logo TK Plus Al-Azzam
Sumber: UrsillaAiswarya, 2025

b. Tipografi

Tipografi yang digunakan pada *logotype* terdiri atas dua jenis, yaitu Poppins dan Dangrek Regular. Poppins dipilih karena memiliki karakter modern dan minimalis, namun tetap tidak terkesan kaku. Sementara itu, Dangrek Regular digunakan karena memiliki gaya yang playful namun tetap profesional, serta memiliki tingkat keterbacaan yang baik, sehingga mampu menyeimbangkan kesan formal dan ekspresif pada *logotype*.




Gambar 9. Tipografi TK Plus Al-Azzam
Sumber: Ursilla Aiswarya, 2025

5. Test

Pada tahap ini hasil rancangan logo dikonsultasikan serta divalidasi kepada pihak kepala sekolah. Proses ini dilakukan untuk memperoleh umpan balik terkait kesesuaian logo dengan nilai dan identitas lembaga. Hasil menunjukkan respons positif, di mana pihak sekolah menilai logo baru lebih sederhana, mudah dikenali, dan merepresentasikan nilai keislaman serta karakter anak usia dini secara lebih jelas dibandingkan logo sebelumnya. Keseluruhan hasil perancangan tersebut kemudian disusun dalam sebuah Graphic Standard Manual (GSM) yang berfungsi sebagai acuan dalam penerapan identitas visual secara konsisten dan berkelanjutan bagi TK Plus Al-Azzam.



Gambar 10. Penyerahan GSM Kepada Kepala Sekolah
Sumber: Ursilla Aiswarya, 2025

**Penerapan Prinsip Etika dan Estetika pada Logo Baru**

Perancangan logo TK Plus Al-Azzam memperhatikan etika sekaligus estetika desain. Secara etika, desainer harus menjaga agar logo tetap mencerminkan nilai keislaman, visi "unggul dalam IMTAQ dan IPTEK", serta karakter sekolah sebagai lembaga berbasis nilai Islam, tanpa mengubah makna simbol keagamaan yang digunakan, seperti bentuk bintang yang melambangkan kebesaran Allah dan warna hijau yang identik dengan peradaban Islam. Kejujuran representasi ini penting agar logo tidak menyesatkan persepsi masyarakat terhadap karakter lembaga yang sesungguhnya.

Dari sisi estetika, logo dirancang sederhana, mudah dikenali, dan fleksibel digunakan di berbagai ukuran. Bentuk geometris pada keempat simbol logo juga disesuaikan dengan karakter anak usia dini yang menyukai bentuk *playful*, warna cerah, dan mudah diingat. Keseimbangan antara etika dan estetika ini sejalan dengan pandangan bahwa nilai keindahan suatu karya desain tidak dapat dilepaskan dari makna dan pesan yang ingin disampaikan kepada penggunanya (Sachari, 2002), sehingga logo baru TK Plus Al-Azzam diharapkan mampu memperkuat identitas visual sekaligus mendukung komunikasi yang lebih efektif kepada masyarakat.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Rebranding logo TK Plus Al-Azzam menghasilkan identitas visual baru yang dikembangkan melalui tahapan sketsa, penyempurnaan, digitalisasi, dan pewarnaan yang menarapkan aspek etika dan estetika. Secara etis, logo ini mencerminkan nilai-nilai Islam, visi, dan karakter institusi melalui empat elemen: bintang, puzzle, buku, dan *emoji* tersenyum. Dari segi estetika, desainnya tampil sederhana, mudah dikenali, fleksibel, serta sesuai dengan karakter anak usia dini. Penerapan analisis SWOT dan metode *Design Thinking* membantu menciptakan logo yang memenuhi kebutuhan pengguna sekaligus mengatasi kekurangan desain sebelumnya. Logo baru ini diharapkan dapat memperkuat identitas visual, citra, dan komunikasi publik institusi. Rekomendasi yang diberikan mencakup penerapan logo secara konsisten di berbagai media, sosialisasi kepada guru, orang tua, dan masyarakat, serta penyusunan panduan standar grafis dalam penelitian mendatang.

## REFERENSI

Amalya, M. N. A. L. (2025). Strategi branding sekolah PAUD dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 3(6), 1360–1370.

Badan Pusat Statistik. (2024). *Wajah pendidikan Indonesia (Hasil Susenas 2023)*. https://semarangkota.bps.go.id/en/news/2024/09/23/215/wajah-pendidikan-indonesia.html

Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84–92.

Fahminnansih, F., Utami, E. F., & Erdiana, S. P. (2022). Mengenali identitas visual institusi pendidikan desain di Indonesia: Sebuah studi komparatif. *Jurnal Pendidikan Multimedia (Edsence)*, 4(1), 25–32. https://doi.org/10.17509/edsence.v4i1.40687

Hutami, M. S. (2020). Implementasi strategi branding PAUD dalam meningkatkan image sekolah. *Jurnal Pelita PAUD*, 4(2), 242–246.

Mourin, L., Gunta, A.B., Naafi, M.R.I., Putri, A., Pratama, A.R. and Nurhayati, E. (2024) 'Eksplorasi pengaruh warna terhadap perkembangan psikologi dan mental anak di SDN Kalirungkut 1 Surabaya', *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(5).

Pangestu, R., & Patriansyah, M. (2021). Desain komunikasi visual dan moralitas. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 6(2), 125–130.

Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.

Rustan, S. (2009). *Mendesain logo*. Gramedia Pustaka Utama.

Sachari, A. (2002). *Estetika: Makna, simbol dan daya*. Penerbit ITB.