

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Verbal & Visual

1. Konsep Verbal

Konsep umum dari perancangan *destination branding* ini adalah membuat identitas baru dari Kelurahan Mentawir. Disini penulis mengambil dari unsur-unsur yang ada di Mentawir yang mana unsur-unsur tersebut mewakili atau mencerminkan dari masyarakat Mentawir itu sendiri. Untuk menciptakan citra dari unsur-unsur yang didapatkan maka harus memperhatikan aspek-aspek sebagai berikut :

a. Warna

Penerapan warna pada logo dan media yang digunakan harus sesuai dengan karakter yang mencerminkan Kelurahan Mentawir, sehingga dapat mencerminkan citra dari Kelurahan Mentawir itu sendiri. Disini warna diambil dari beberapa warna dari logo Kabupaten Penajam Paser utara yang mana masih mengikat dengan Kelurahan Mentawir.

1) Hijau

Warna hijau mencerminkan atau mengandung arti kesejukan, kesuburan, keindahan dan keimanan yang dimiliki masyarakat.

2) Putih

Warna putih mencerminkan atau mengandung arti kejujuran, kebersihan, kesucian, keikhlasan dengan pengorbanan tanpa pamrih demi kebaikan dan kemajuan Bersama.

3) Kuning

Warna kuning mencerminkan atau mengandung arti kesabaran, kejayaan dan kesejahteraan.

4) Biru

Warna biru mencerminkan atau mengandung arti kesetiaan, ketabahan, kekuatan, kecerdasan, ketenangan dan kedamaian.

b. Tipografi

Penerapan tipografi pada perancangan ini penulis memilih karakter tipografi yang tegas dan bisa mencerminkan daerah Mentawir. Tidak hanya cerminan dari

Mentawir saja akan tetapi di pikirkan juga *target audience* yang sesuai agar masyarakat luar juga bisa memahami apa maksud yang ada didalamnya.

c. Tagline

Dalam membuat suatu *destination branding* tentunya harus memperhatikan beberapa bagian yang ada seperti *tagline*. *Tagline* memiliki fungsi utama sebagai media untuk meningkatkan *awareness*. Dari orang tidak tahu menjadi tahu atau ingat.

Dalam membuat *tagline* juga perlu memperhatikan *target audience* yang di tuju, agar tidak hanya memperhatikan citra dari Kelurahan Mentawir, tetapi juga perlu aspek-aspek lainnya.

Berikut beberapa alternatif *tagline* yang dirasa cocok untuk mendukung adanya *destination branding* Kelurahan Mentawir :

- 1) “Hijau untuk Kebutuhan”
- 2) “Lestari alamku”
- 3) “Alam Hijau Menuju Keseimbangan”

Setelah didapatkan beberapa alternatif *tagline*. Maka *tagline* yang terpilih adalah *tagline* nomer satu (1) yaitu “Hijau untuk Kebutuhan”. Penggunaan *tagline* disini menggunakan Bahasa Indonesia menyesuaikan dengan *target audience* pada perancangan ini.

Maksud atau arti dari *tagline* ini adalah :

- 1) Hijau
 - a) Hijau diartikan sebagai alam yang merujuk pada pepohonan dan dedaunan.
 - b) Hijau diartikan juga sebagai kesuburan dan suasana yang berlimpah.
 - c) Kesejahteraan hidup dan nafas kehidupan.
- 2) Kebutuhan
 - a) Kebutuhan disini diartikan, untuk mempertahankan kelangsungan hidup makhluk hidup.
- 3) Dan juga kebutuhan terbagi menjadi beberapa tingkat kepentinganya, kebutuhan primer, kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier.
 - a) Kebutuhan premier

Kebutuhan yang langsung berpengaruh dalam kehidupan manusia sehingga sangat penting dan wajib untuk terpenuhi.

b) Kebutuhan sekunder

Kebutuhan yang tidak mengganggu kepentingan hidup secara langsung akan tetapi sangat penting

c) Kebutuhan tersier

Kebutuhan akan barang yang ditunjukkan pada status sosial seseorang dalam suatu masyarakat

d. Ilustrasi

Mentawir merupakan salah satu kelurahan di daerah Kabupaten Penajam Paser Utara yang memiliki Kawasan hutan mangrove dan penghasil kerajinan bambu. Disini penulis memanfaatkan bagian-bagian dari pohon mangrove dan bambu, pohon mangrove contohnya yang digunakan adalah bagian akarnya yang memiliki banyak manfaat untuk membantu manusia dalam mendapatkan iklim dan cuaca yang lebih nyaman untuk mencegah bencana alam dan juga mangrove bisa dikonsumsi menjadi obat-obatan dan makanan atau minuman. Kemudian bambu yang banyak manfaatnya, memang terlihat kosong batang bambu melambai jika terkena angin kan tetapi bambu sangat kuat untuk di jadikan bahan kerajinan atau apapun.

Dari beberapa unsur yang ada diatas mencerminkan dari orang-orang Kelurahan Mentawir, tetap kuat dan pantang menyerah.

2. Konsep Visual

a. Ikon

Ikon yang diambil dalam perancangan *destination branding* Kelurahan Mentawir ini adalah diambil dari unsur-unsur pohon mangrove dan bambu. Unsur-unsur tersebut meliputi akar dari pohon mangrove, akar pohon mangrove dan batang pohon bambu, ini bisa dikombinasikan menjadi logo satu sekatan atau bisa juga berdiri dari setiap unsur yang ada.



Gambar 21 Mangrove

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Akar mangrove sendiri memiliki banyak manfaat didalamnya. Seperti akar tunjang pada mangrove bermanfaat untuk memperkokoh berdirinya mangrove dari terjangan angin dan ombak.



Gambar 22 Bambu

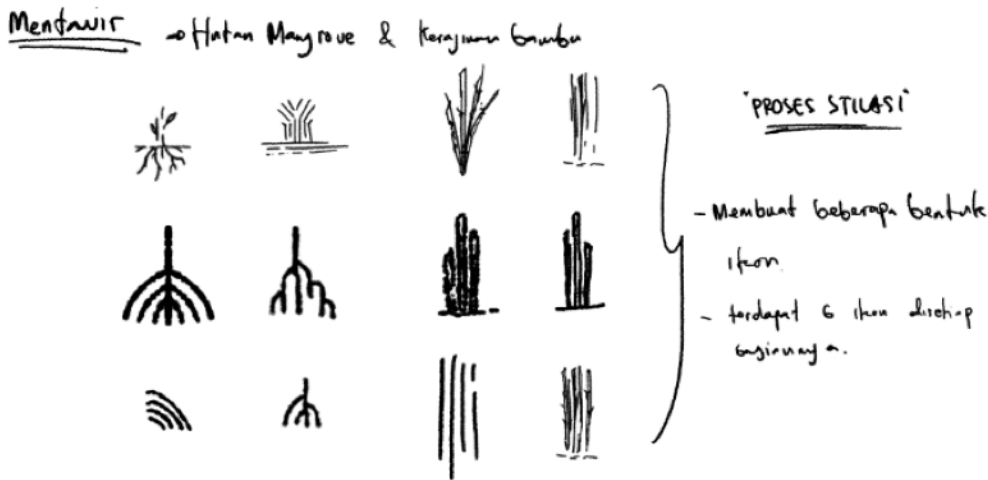
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Kemudian bambu, batangnya memiliki manfaat yang banyak juga, seperti fungsi ekologi atau yang dimaksud melindungi, karena potensi hutan dan keanekaragaman hayati dapat berfungsi sebagai penyangga keseimbangan. salah satunya yang sekarang dikerjakan oleh masyarakat menjatwir adalah menjadikan bambu sebagai kerajinan untuk oleh-oleh atau cinderamata bagi wisatawan yang berkunjung, maka dari itu bagian bambu yang cocok untuk di pakai yaitu adalah bagian batangnya.

b. Stilasi

Setelah memilih ikon yang akan digunakan dalam perancangan ini, selanjutnya dilakukan proses stilasi (penyederhanaan bentuk). Penyederhanaan dilakukan agar dalam proses pembuatan identitas visual menjadi lebih mudah untuk pengaplikasiannya.

Berikut proses stilasi yang sudah di dapat :

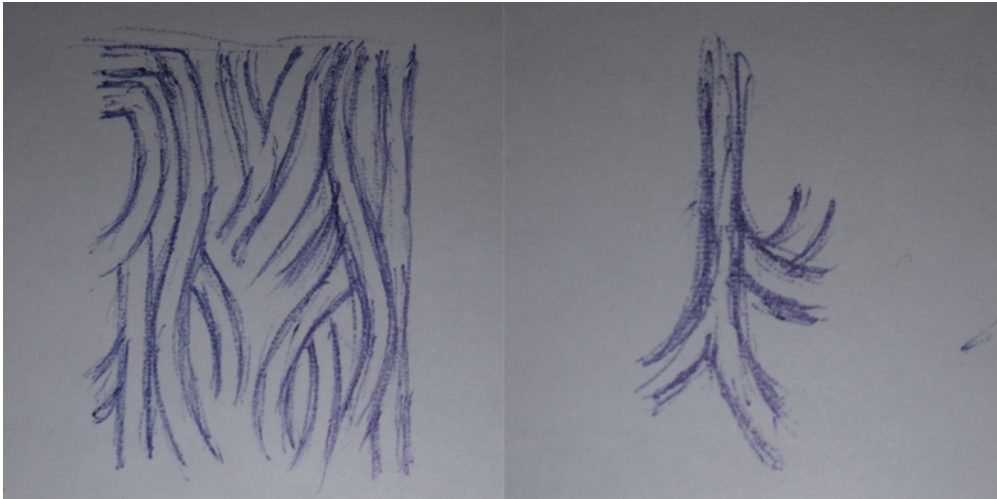


Gambar 23 Proses Stilasi

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Setelah melakukan proses stilasi, kemudian di penulis membuat beberapa sketsa kasar logo yang nanti akan digunakan.

Berikut beberapa sketsa kasar logo yang dibuat :



Gambar 24 Sketsa Logo

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 25 Sketsa Logo

Sumber : Dokumentasi Pribadi

c. Tipografi

Setelah melalui proses pembuatan beberapa alternatif logo, kemudian masuk kedalam penentuan tipografi yang cocok untuk diaplikasikan ke dalam logo, guna dari penentuan tipografi ini adalah untuk menambah citra dari brand dan juga menyampaikan pesan dan kesan yang ada di daerah tersebut.

Berikut tipografi yang telah di pilih :

1) Batangas Font

Jenis Font : Sans Serif

Desain : Hanken Design Co.

Tahun : 7 Juli 2021

Batangas Font

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg

Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt

Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

.,/;!()[]

Gambar 26 Batangas Font

Sumber : Dokumentasi Pribadi

2) Galey Font

Jenis Font : Sans Serif

Desain : Prestigetyp Studio

Tahun : 25 Mei 2021

Galey Font

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890
.,/!()[]

Gambar 27 Galey Font

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Font pertama (Batangas Font) ditujukan untuk penulisan tipografi “MENTAWIR” dan Font kedua (Galey Font) untuk penulisan pada tagline. Pemilihan typeface ini dikarenakan memiliki karakter yang kuat namun elegan dengan gaya yang modern, sehingga bisa mewakili dari setiap ikon yang telah dipilih diatas.

d. Alternatif Logo

Setelah melalui pembuatan sketsa logo, maka tahap selanjutnya adalah melakukan proses digitalisasi terhadap logo yang sudah dipilih oleh penulis. Berikut konsep logo terpilih yang sudah terdigitalisasi :



Gambar 28 Alternati Logo 1

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 29 Alternatif Logo 2

Sumber : Dokumentasi Pribadi

e. Layout

Setelah melakukan digitalisai, kemudian dilakukan penggabungan antara logo dan logotype dengan cara melayout. Berikut beberapa logo yang sudah teraplikasikan Bersama logotype :



mentawir
hijau untuk kebutuhan



mentawir
hijau untuk kebutuhan



mentawir
hijau untuk kebutuhan

mentawir
hijau untuk kebutuhan

Gambar 30 Layout Logo dengan Logotype

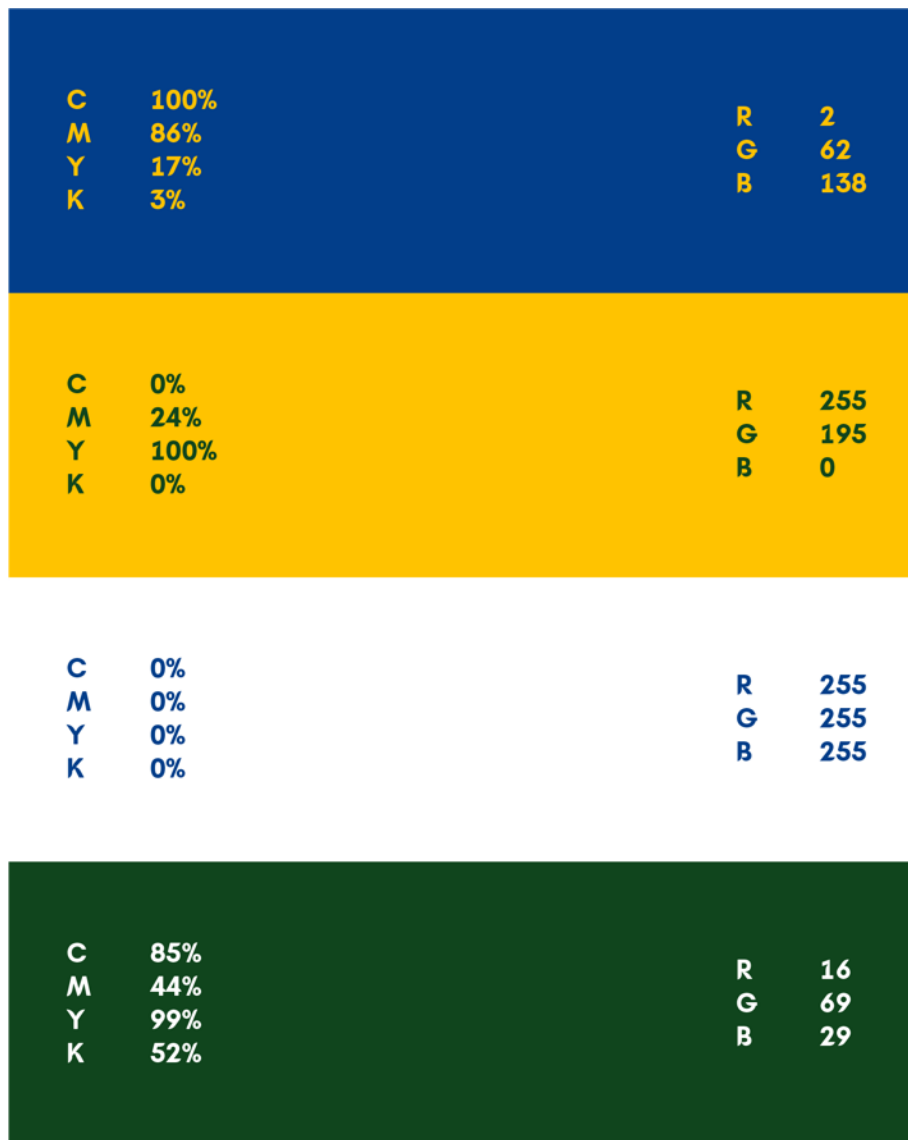
Sumber : Dokumentasi Pribadi

f. Warna

Pemilihan warna pada penerapan logo ini sangat penting untuk membangun citra dari sebuah brand yang diciptakan agar pesan yang di sampaikan bisa tersampaikan dengan jelas.

Disini penulis mengambil beberapa warna dari lambang kabupaten Penajam Paser Utara, yang mana warna-warna ini mewakili dari Kabupaten Penajam Paser Utara dan daerah sekitarnya terutama Kelurahan Mentawir.

Konsep warna pada perancangan ini tidak ditunjukkan pada logo saja, melainkan juga diterapkan pada elemen-elemen pendukung.



Gambar 31 Konsep warna Perancangan

Sumber : Dokumentasi Pribadi

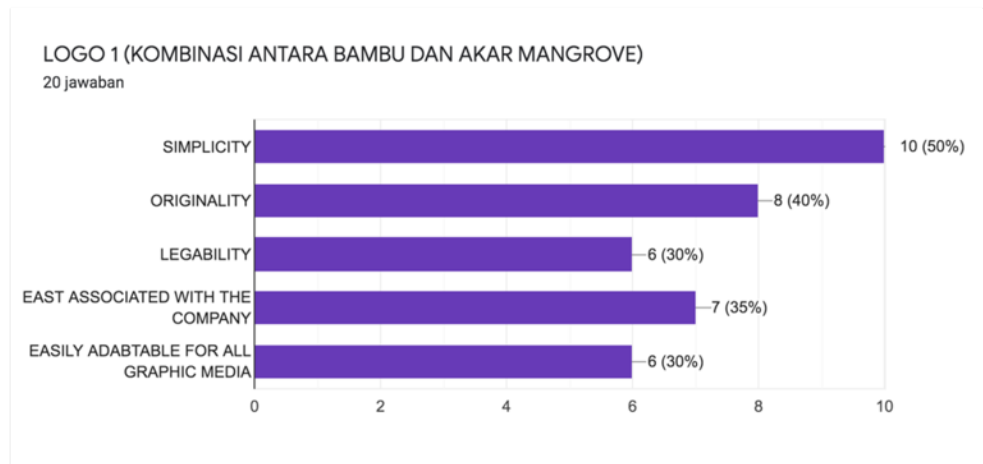
B. Evaluasi Alternatif Logo

Setelah mendapatkan beberapa alternatif logo, kemudian melakukan evaluasi dengan cara menyebarkan angket kepada masyarakat, yang mana bertujuan untuk menguji kelayakan. Didalam angket terdapat beberapa evaluasi yang harus diisi, yaitu : simplicity, originality, legibility, easily associated with company dan easily adabtable for all graphic media.

1. Simplicity : dapat mudah dimengerti dan ditangkap dalam waktu yang relative singkat.
2. Originality : bisa disebut mempunyai ciri khas, unik, mempunyai daya pembeda yang jelas dengan logo lain.
3. Legibility : mempunyai tingkat keterbacaan yang tinggi Ketika diaplikasikan kedalam berbagai ukuran dan media promosi.
4. Easily associated with company : logo yang baik adalah mudah untuk dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.
5. Easily adaptable for all graphic media : factor agar mudah mengaplikasikan logo baik yang berbentuk fisik, warna maupun konfigurasi logo pada media grafis harus diperhitungkan ketika proses perancangan, supaya terhindar dari kesulitan dalam pembacaanya.

Setelah menyebarkan angket kepada masyarakat sekitar maka didapatkan jumlah presentase sebagai berikut :

1. Logo 1



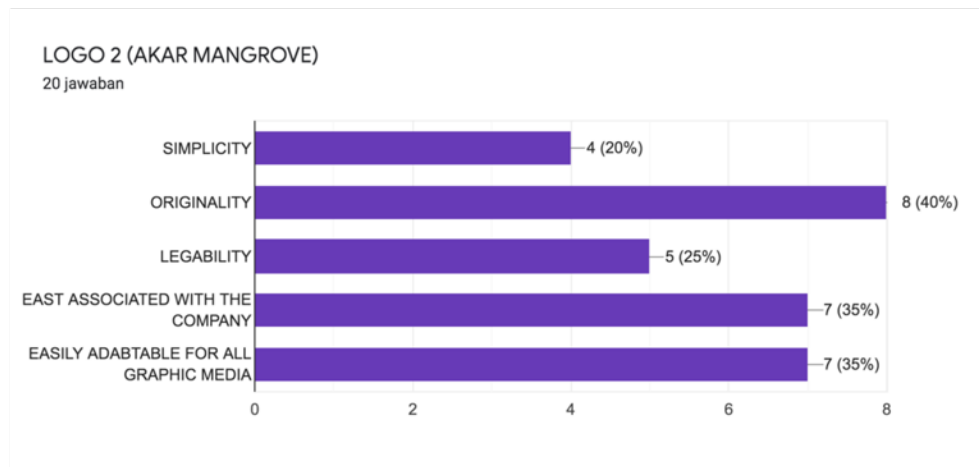
Gambar 32 Angket evaluasi desain logo 1

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Grafik ini memperoleh hasil survei 20 jawaban dari audiens dengan presentase sebanyak 185%, dengan evaluasi survei sebagai berikut :

- Simplicity : 50%
- Originality : 40%
- Legability : 30%
- East Associated with Company : 35%
- Easily Adaptable for All Graphic media : 30%

2. Logo 2



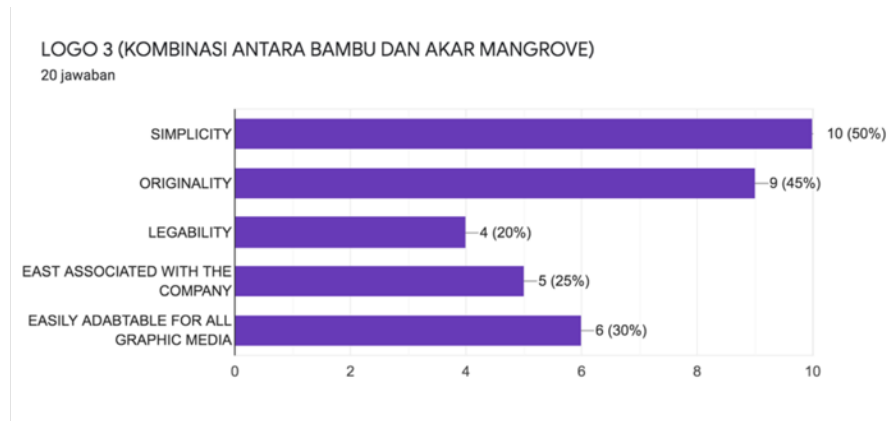
Gambar 33 Angket evaluasi desain logo 2

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Grafik ini memperoleh hasil survei 20 jawaban dari audiens dengan presentase sebanyak 155%, dengan evaluasi survei sebagai berikut :

- Simplicity : 20%
- Originality : 40%
- Legability : 25%
- East Associated with Company : 35%
- Easily Adaptable for All Graphic media : 35%

3. Logo 3



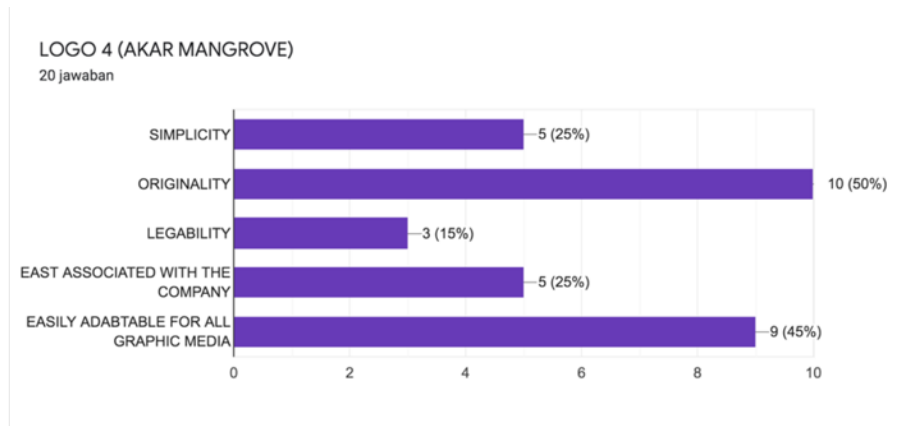
Gambar 34 Angket evaluasi desain logo 3

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Grafik ini memperoleh hasil survei 20 jawaban dari audiens dengan presentase sebanyak 170%, dengan evaluasi survei sebagai berikut :

- a. Simplicity : 50%
- b. Originality : 45%
- c. Legability : 20%
- d. East Associated with Company : 25%
- e. Easily Adabtable for All Graphic media : 30%

4. Logo 4



Gambar 35 Angket evaluasi desain logo 4

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Grafik ini memperoleh hasil survei 20 jawaban dari audiens dengan presentase sebanyak 160%, dengan evaluasi survei sebagai berikut :

- Simplicity : 25%
- Originality : 50%
- Legability : 15%
- East Associated with Company : 25%
- Easily Adaptable For All Graphic media : 45%

C. Desain Logo Terpilih

Setelah melakukan penyebaran form angket ke masyarakat sekitar, maka telah dihasilkan final logo. Final logo yang dihasilkan sebagai berikut :



mentawir
hijau untuk kebutuhan

Gambar 36 Desain logo terpilih

Sumber : Dokumentasi Pribadi

D. Aplikasi Warna



mentawir
hijau untuk kebutuhan

Gambar 37 Aplikasi warna logo dan tagline

Sumber : Dokumentasi Pribadi



mentawir

Gambar 38 Aplikasi warna logo tanpa tagline

Sumber : Dokumentasi Pribadi

E. Standar Manual Logo

1. Logo BW



mentawir
hijau untuk kebutuhan



Gambar 39 Logo black and white

Sumber : Dokumentasi Pribadi

2. Grid System



Gambar 40 Logo dalam grid system dan bebas area

Sumber : Dokumentasi Pribadi

3. Scale



Gambar 41 Logo dalam skala

Sumber : Dokumentasi Pribadi

4. Formulasi Warna

C	100%	R	2
M	86%	G	62
Y	17%	B	138
K	3%		

C	0%	R	255
M	24%	G	195
Y	100%	B	0
K	0%		

C	0%	R	255
M	0%	G	255
Y	0%	B	255
K	0%		

C	85%	R	16
M	44%	G	69
Y	99%	B	29
K	52%		

Gambar 42 Formulasi warna

Sumber : Dokumentasi Pribadi

5. Incorrect Logo Use

Dibawah ini adalah contoh logo yang salah dalam penerapannya :

- a) Penerapan warna yang salah pada logo



Gambar 43 Penerapan warna yang salah pada logo

Sumber : Dokumentasi Pribadi

b) Dilarang merubah ukuran rasio pada logo



Gambar 44 Dilarang mengubah ukuran rasio logo

Sumber : Dokumentasi Pribadi

c) Dilarang memberi outline pada logo



Gambar 45 Dilarang memberi outline pada logo

Sumber : Dokumentasi Pribadi

F. Elemen Pendukung

Dalam perancangan ini penulis juga membuat elemen pendukung. Pada pembuatan elemen pendukung ini, desain diambil dari tumbuhan mangrove salah satu ikon yang di pakai dalam perancangan ini.

1. Pattern Sketch



Gambar 46 Sketsa pola

Sumber : Dokumentasi Pribadi

2. Digitalisasi



Gambar 47 Digitalisasi pola

Sumber : Dokumentasi Pribadi

3. Final desain pattern



Gambar 48 Final desain pola

Sumber : Dokumentasi Pribadi

4. Formulasi warna

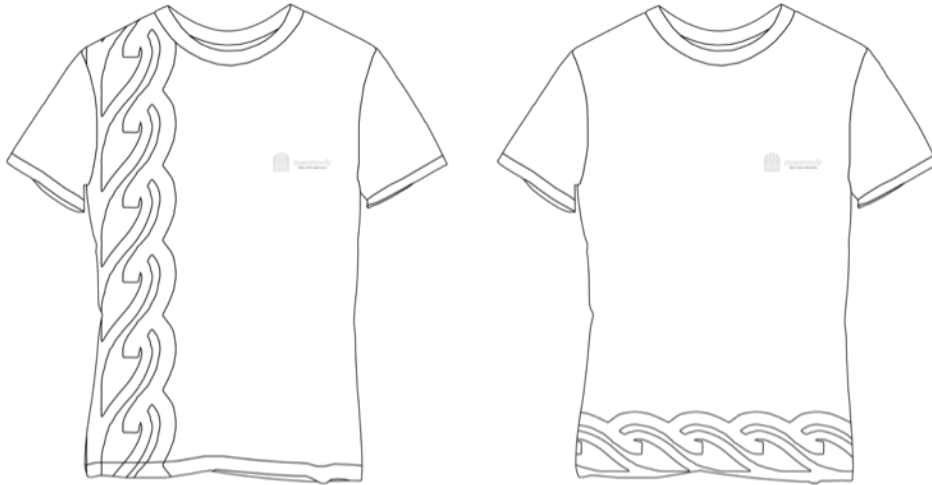
	C	100%		C	85%		C	0%
	M	86%		M	44%		M	24%
	Y	17%		Y	99%		Y	100%
	K	3%		K	52%		K	0%
	R	2		R	16		R	255
G	62	G	69	G	195			
B	138	B	29	B	0			

Gambar 49 Formulasi warna pola

Sumber : Dokumentasi Pribadi

G. Standard Manual Visual Identity

1. T-shirt



Gambar 50 Sketsa aplikasi desain pada baju

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 51 Sketsa aplikasi desain pada baju

Sumber : Dokumentasi Pribadi

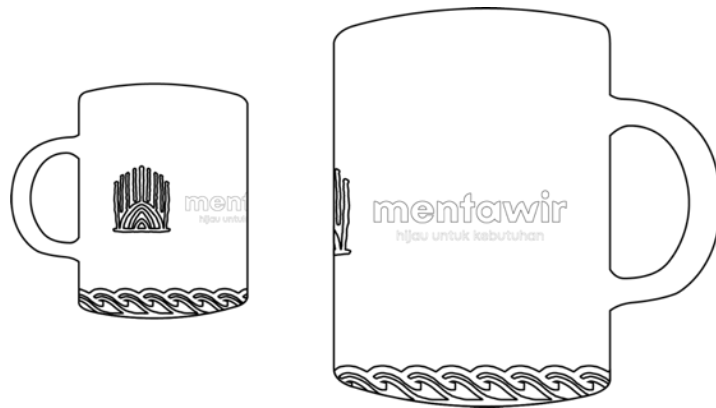
2. Tote bag



Gambar 52 Sketsa aplikasi desain pada tote bag

Sumber : Dokumentasi Pribadi

3. Mug



Gambar 53 Sketsa aplikasi desain pada mug

Sumber : Dokumentasi Pribadi