



Arty no 6 (1) 2017

## Arty: Jurnal Seni Rupa

<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/artly>

### PERANCANGAN IDENTITAS BRANDING KABUPATEN KENDAL DAN APLIKASINYA PADA MEDIA PROMOSI

Adha Azzaki✉, Moh. Rondhi

Prodi Seni Rupa Konsentrasi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

#### Info Artikel

*Sejarah Artikel:*

Diterima Jan 2017

Disetujui Jan 2017

Dipublikasikan Jan 2017

*Keywords:*

**Branding, Destination  
Branding, Kabupaten  
Kendal, Tourism  
Promotion**

#### Abstrak

Tujuan pembuatan proyek studi ini yaitu (1) menghasilkan rancangan desain *branding* Kabupaten Kendal; (2) merancang media promosi seperti *website*, *merchandise*, dan *stationary set* untuk mempromosikan *branding* Kabupaten Kendal. Alat yang digunakan dalam merancang desain *branding* Kabupaten Kendal yaitu perangkat lunak berupa Adobe Photoshop CS 6, Adobe Illustrator CC, Adobe InDesign, dan Font Creator. Bahan yang digunakan dalam perancangan desain *branding* Kabupaten Kendal antara lain adalah kertas gambar, kertas grid, pensil, kuas, dan tinta bak. Teknik berkarya yang digunakan yaitu teknik menggambar digital menggunakan *software* Adobe Illustrator. Tahapannya adalah dengan sketsa awal desain logo menggunakan pensil untuk menemukan bentuk awal logo. Setelah sketsa logo tadi selesai dikerjakan sesuai konsep, kemudian dengan menyalin desain tadi ke dalam bentuk digital menggunakan *software* Adobe Illustrator sebagai *software* pengolah file berbasis vektor. Karya yang dihasilkan berupa *logo*, *tagline*, *font*, ilustrasi *icon*, *website*, *merchandise*, *stationary set*, dan media promosi luar ruangan.

#### Abstract

The purpose of this project are (1) to produce a branding design of Kabupaten Kendal, a regency in Jawa Tengah, Indonesia. (2) to design the promotion media such as website, merchandise, and stationary set to promote branding of Kabupaten Kendal. The tools are used in designing branding of Kabupaten Kendal are Adobe Photoshop CS 6, Adobe Illustrator CC, Adobe InDesign, and Font Creator. The materials are used in this project are drawing paper, grid paper, pencil, brush, and ink. The technique is digital drawing using Adobe Illustrator. The step to created design is to sketch the logo using pencil to find shape of the logo. After the sketch was done, then create the sketch into digital form using Adobe Illustrator, software as a vector-based file processing. The resulting works are logo, tagline, font, icon, website, merchandise, stationary set, and outdoor promotion media.

© 2017 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:  
Gedung B5 Lantai 2 FBS Unnes  
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229  
E-mail: adha@gmail.com

ISSN 2252-7516  
E-ISSN 2721-8961

## PENDAHULUAN

Kabupaten Kendal masuk dalam wilayah metropolitan "Kedungsapur" yang merupakan singkatan dari beberapa nama wilayah otonom di eks-karesidenan Semarang, yang terdiri dari Kendal, Demak, Ungaran, Kota Salatiga, Kota Semarang, dan Purwodadi, dengan Kota Semarang sebagai pusatnya.

Menurut Rochani (2003) dalam buku Babad Tanah Kendal. Nama Kendal diambil dari nama sebuah pohon yakni pohon Kendal. Pohon yang berdaun rimbun itu sudah dikenal sejak masa Kerajaan Demak pada tahun 1500 - 1546 M yaitu pada masa pemerintahan Sultan Trenggono. Pada awal pemerintahannya tahun 1521 M, Sultan Trenggono pernah memerintah Sunan Katong untuk memesan Pusaka kepada Pakuwojo.

Kabupaten Kendal terletak pada 109°40' - 110°18' Bujur Timur dan 6°32' - 7°24' Lintang Selatan. Batas wilayah administrasi Kabupaten Kendal meliputi, sebelah utara berbatasan dengan laut Jawa, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Semarang, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Batang, dan sebelah timur berbatasan dengan Kota Semarang.

Wilayah Kabupaten Kendal yang terbagi menjadi 2 (dua) daerah dataran, maka kondisi tersebut memengaruhi kondisi iklim wilayah Kabupaten Kendal. Wilayah Kabupaten Kendal bagian utara yang didominasi oleh daerah dataran rendah dan berdekatan dengan Laut Jawa, maka kondisi iklim di daerah tersebut cenderung lebih panas dengan suhu rata-rata 27°C. Sedangkan wilayah Kabupaten Kendal bagian selatan yang merupakan daerah pegunungan dan dataran tinggi, kondisi iklim di daerah tersebut cenderung lebih sejuk dengan suhu rata-rata 25°C.

Kabupaten Kendal merupakan daerah yang pariwisatanya masih tahap berkembang, mulai dari akses jalan, fasilitas umum dan transportasi masih terus berbenah. Sebagian besar tempat wisata di Kabupaten Kendal dikelola oleh pemerintah kabupaten, sebagian dikelola oleh investor swasta. Pengetahuan untuk melakukan promosi wisata yang masih minim menjadi kendala dalam mengenalkan

potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Kendal. Pariwisata yang dimiliki Kabupaten Kendal terdiri dari dua jenis pariwisata, yaitu pariwisata yang berada di daerah pesisir dengan pariwisata pantainya, di Kecamatan Rowosari dan Kaliwungu. Selain itu, Kabupaten Kendal juga memiliki pariwisata yang berada di daerah pegunungan, di Kecamatan Sukorejo, Patean, Limbangan, dan Boja. Pariwisata di daerah pegunungan memiliki tempat wisata seperti air terjun, agrowisata, perkebunan teh, desa wisata dan pemandian air panas.

Perancangan branding Kabupaten Kendal menjadi ide yang sangat tepat untuk mengenalkan Kabupaten Kendal secara luas kepada investor dan masyarakat. Ide dasar dalam perancangan branding Kabupaten Kendal ini adalah dengan merancang identitas yang dapat memenuhi harapan dan nilai-nilai di dalam masyarakat Kabupaten Kendal. Sehingga para investor dapat mempelajari potensi Kabupaten Kendal dengan mudah. Serta merancang media informasi yang kreatif mengenai ciri khas Kabupaten Kendal. Dengan harapan investor bersama masyarakat mampu merasakan dan turut berpartisipasi memajukan Kabupaten Kendal.

Perancangan *branding* dapat dijadikan rencana daerah untuk menguatkan posisi politik dan juga ekonomi di kawasan jalur Pantai Utara Jawa Tengah. Proyek studi ini bertujuan merancang sebuah *brand* yang kuat dan mampu diingat oleh masyarakat dalam jangka waktu yang lama. Hal tersebut tidak datang begitu saja, akan tetapi perlu melakukan rencana-rencana yang jelas dan berbeda dengan daerah lain, juga harus berkelanjutan sesuai dengan perkembangan jaman. Saat ini masih banyak strategi *branding* di berbagai daerah di Indonesia yang masih sekedar hanya penggunaan *logo* atau *tagline* saja, oleh karena itu diperlukan perencanaan yang lebih terstruktur agar terwujud *branding* yang kuat.

Kegiatan *branding* pada era saat ini adalah konsep menciptakan, mengembangkan, mengimplementasikan dan mengelola *brand* secara terus-menerus sampai *brand* tersebut menjadi kuat atau bisa dikatakan dengan istilah *brand equity* atau seberapa kuatnya dan

seberapa terkenalnya sebuah *brand* di mata masyarakat (Rumata, 2006; Nugrahani, 2017).

Dalam melakukan strategi *branding*, harus memiliki karakteristik khusus yang bisa dijelaskan dan diidentifikasi dengan mudah oleh masyarakat. Misalnya keadaan daerah tersebut, pengalaman orang terhadap daerah tersebut, dan penduduk seperti apa yang tinggal disana. Dalam perencanaan *branding*, *logo* dan *tagline* merupakan media untuk mengimplementasikan karakteristik, ciri khas, seni dan budaya masyarakat, serta sejarah Kabupaten Kendal.

Hal yang harus diperhatikan dalam merancang *logo* dan *tagline* adalah harus mudah untuk dikenali, mudah diingat, dan mudah untuk dibedakan dengan yang lainnya. Diperlukan kreatifitas dan pemahaman konsep yang mendalam agar *logo* dan *tagline* dapat menarik perhatian masyarakat. Setiap elemen yang terdapat dalam *logo* dan *tagline* harus saling mendukung dalam mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap *branding* Kabupaten Kendal yang dirancang.

*Logo* dan *tagline* tersebut kemudian diaplikasikan pada media promosi yang digunakan untuk mengenalkan *branding* tersebut. Media promosi tersebut berupa media cetak konvensional dan media *digital* sesuai target yang disasar. Hal utama yang harus diperhatikan dalam pengaplikasian media promosi adalah keefektifan dalam menyampaikan strategi *branding* tersebut. Media cetak konvensional antara lain *merchande*, iklan cetak, dan *stationary set*. Media promosi konvensional seperti ini digunakan untuk menasar masyarakat yang sedang tidak menggunakan *internet*. Masyarakat usia produktif sampai usia pasca produktif sekitar usia 17 – 50 tahun.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Bogdan dan Taylor (1975:5) dalam mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan

perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan model-model matematik, statistik, atau komputer. Proses penelitian dimulai dengan menyusun asumsi dasar dan aturan berpikir yang akan digunakan dalam penelitian. Selanjutnya diterapkan secara sistematis dalam pengumpulan dan pengolahan data untuk memberikan penjelasan dan argumentasi.

Untuk mengetahui media yang dibutuhkan dalam meningkatkan citra Kabupaten Kendal dilakukan analisis kebutuhan berupa analisis SWOT, guna merumuskan konsep perancangan yang tepat bagi strategi *branding* Kabupaten Kendal. Analisis SWOT tersebut meliputi analisis kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) serta ancaman (*threats*).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Karya Desain *Branding* Kabupaten Kendal



Gambar 1. *Logo Branding* Kab. Kendal

Rustan (2009:13), *logo* adalah sebuah simbol atau gambar untuk mengidentifikasi. Dalam perancangan *logo branding* Kabupaten Kendal, *logo* Kendal Permata Pantura merepresentasikan sumber daya alam yang dimiliki Kabupaten Kendal berupa penyederhanaan bentuk ilustrasi Laut dan Pegunungan. Dimana kedua jenis geografis tersebut adalah potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Kendal seperti wisata pantai, agrowisata, dan air terjun.

Dipadukan dengan tipografi huruf "Kendal" dengan *font* Kendal Type yang didesain sendiri. Desain *font* Kendal Type mengadopsi konsep *modern* dengan memadukan unsur lokal didalamnya yang

terinspirasi dari Aksara Jawa. *Font* yang tegak dan *bold*, melambangkan ciri khas masyarakat Kabupaten Kendal yang lugas dan jelas bahkan blak-blakan ketika berbicara. Sedangkan ujung yang runcing melungkung melambangkan karakteristik masyarakat Jawa yang anggun, spiritual, dan penuh tata karma.

*Tagline* "Permata Pantura" dikomposisikan sedemikian rupa menurut kaidah desain dan nilai estetis. Kombinasi semua aspek dan konten *logo* ditujukan untuk memberi kesan *modern* tetapi juga dinamis, serta menjunjung nilai-nilai di dalam masyarakat, untuk digunakan sebagai sarana promosi melestarikan budaya dan pariwisata daerah.



Gambar 2. Desain *Font* Kendal Type

Untuk menampilkan nilai originalitas, dirancang sendiri tipografi yang digunakan dalam *branding* Kabupaten Kendal. Tipografi sangat menentukan keberhasilan sebuah desain, Danton (2001:58). Untuk itu merancang desain *font* dengan lebih dahulu melalui tentang budaya lokal agar mendapatkan desain akhir yang lebih personal, berbeda, dan sesuai karakter masyarakat Kabupaten Kendal. *Font* yang didesain sendiri diberi nama **Kendal Type**. Proporsi badan *font* yang tegak namun memiliki lengkungan yang dinamis terinspirasi dari bentuk Aksara Jawa. Mempunyai 175 karakter *font* yang terdiri dari 26 karakter *font*

*Uppercase* (huruf besar), 26 karakter *font* *Lowercase* (huruf kecil), 10 karakter *font* angka, 53 karakter *font* Tanda Baca, dan 60 karakter *font* *Glyphs* atau simbol.



Gambar 3. Karya ilustrasi *icon*

Ilustrasi *icon* yang didesain digunakan sebagai elemen *visual* untuk memperkuat *branding* Kabupaten Kendal. Menurut Rustan (2009:82) dalam konteks identitas *visual* adalah untuk memperkuat kesan terhadap kepribadian dan menambah keunikan. Tujuannya agar masyarakat lebih mudah mengenali dan memahami serta mengenal sumber daya Kabupaten Kendal. Ilustrasi yang digunakan dalam *branding* Kabupaten Kendal ini adalah menggunakan ilustrasi *icon* berupa vektor *outline* yang sederhana dan *eye catching*. Terdiri dari 12 karakter yang menggambarkan sumber daya alam, kesenian, tokoh penting, kuliner, transportasi, dan tempat-tempat wisata di Kabupaten Kendal.



Gambar 4. *Placement* pada Media *Merchandise*

*Merchandise* digunakan sebagai media promosi secara langsung kepada masyarakat. Tujuannya untuk meningkatkan citra *brand* Kabupaten Kendal dengan masyarakat. *Merchandise* yang dibuat antara lain kaos, topi, tas, dan kalender. Sasarannya adalah semua kategori masyarakat tanpa batasan umur, dimana saat aktif beraktifitas di dalam atau di luar ruangan seperti rumah, sekolah, kampus, dan kantor.



Gambar 5. *Placement* pada *Stationery Set*

*Stationery Set* adalah media yang digunakan sebagai sarana promosi yang digunakan untuk meningkatkan citra korporasi instansi pemerintah Kabupaten Kendal. Digunakan untuk keperluan korporasi, perkantoran dan birokrasi, seperti perizinan, penyelenggaraan acara, dan proposal. Terdiri dari beberapa item desain yang dibuat antara lain, kop surat, amplop, kartu nama, dan *ID Card*.



Gambar 6. Media Luar Ruangan *Billboard* dan *Letter Sign*

Media luar ruangan adalah media yang ditempatkan pada ruang publik. Digunakan untuk menyasar masyarakat yang sedang beraktifitas di luar ruangan, seperti jalan raya, transportasi umum, dan taman. Media luar ruangan digunakan sebagai media pengingat dari kegiatan *branding* itu sendiri. Sebagai *trigger* (pemicu) masyarakat untuk mencari tau tentang kegiatan *branding* tersebut. Juga sebagai media interaksi masyarakat agar lebih mengenal dan lebih dekat dengan *brand* Kabupaten Kendal. Media luar ruangan ditempatkan pada tempat-tempat publik di wilayah Kota Kendal atau dekat dengan area Alun-Alun Kota Kendal yang dilintasi jalur utama Pantura.



Gambar 7. Website Branding Kab. Kendal

*Website* merupakan media resmi yang berguna untuk berbagi data dan informasi mengenai wisata Kabupaten Kendal. Jangkauan *website* yang sangat luas memberikan informasi mengenai potensi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Kendal. *Website* juga sangat mudah diakses menggunakan piranti-piranti gawai yang dimiliki oleh setiap orang. *Website* menjadi media yang jangkauannya tidak terbatas.



Sehingga dapat diakses oleh masyarakat baik di dalam atau masyarakat umum di luar wilayah Kabupaten Kendal. *Website* menjadi media utama dalam promosi *branding* Kabupaten Kendal yang dilakukan melalui media *digital*. *Website* juga sudah terhubung dengan beberapa *platform* media sosial yang terintegrasi dengan *website*, dimana berfungsi untuk meningkatkan kunjungan kedalam *website*.

Masyarakat dapat langsung membagi (*share*) artikel-artikel yang terdapat dalam *website* hanya dengan memblok tulisan yang ada dalam artikel menjadi materi *posting* dalam akun media sosial pribadi mereka. Fitur ini hanya terdapat dalam *plugin* Wordpress. *Platform* media sosial yang telah terintegrasi dengan *website* tersebut diantaranya Facebook, Twitter, dan Google+. Selain itu, juga mengintegrasikan aplikasi *messenger* seperti Facebook Messenger, Line, dan Whatsapp kedalam *website*. Fungsinya agar masyarakat (*netizen*) dapat langsung membagikannya kedalam *platform-platform* tersebut dengan sekali klik.

## SIMPULAN

Proyek studi ini menghasilkan (1) *Branding* yang bertujuan untuk mengenalkan pariwisata Kabupaten Kendal kepada masyarakat luas. (2) Media yang inovatif untuk sarana promosi agar masyarakat tertarik untuk berwisata di Kabupaten Kendal. (3) Media yang dihasilkan untuk promosi diantaranya *logo*, *tagline*, *font*, *merchandise*, *stationary set*, *letter sign*, dan *website*. Media-media tersebut berfungsi sebagai sarana menyebarkan informasi tentang potensi-potensi dan pariwisata Kabupaten Kendal. Agar masyarakat luas mengenal lebih banyak tentang potensi-potensi dan sumber daya yang dimiliki Kabupaten Kendal.

## DAFTAR PUSTAKA

Bogdan dan Taylor. 1975. Dalam Moleong Lexy 1989 . *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Karya

Nugrahani, R., & Wibawanto, W. 2017. Exploring the Potential of Local Culture Wisdom as an Effort to Build Destination Branding of Kampung Pelangi Semarang. *Proseeding ICONARC 2017*

Rochani, Ahmad. 2003. *Babad Tanah Kendal. Kendal*: Intermedia Paramadina.

Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Vience, Rumata. 2006. *Skripsi* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, Jatinangor.