



Arty 9 (1) 2020

Arty: Jurnal Seni Rupa

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

VISUAL IDENTITY DESIGN OF KANDRI VILLAGE AND ITS APPLICATION ON PROMOTION MEDIA

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DESA WISATA KANDRI SEMARANG DAN APLIKASINYA PADA MEDIA PROMOSI

Meydiana ✉

Prodi Seni Rupa, Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima Des 2019
Disetujui Des 2019
Dipublikasikan
Januari 2019

Keywords:
**Perancangan,
Identitas Visual,
Media Promosi, Desa
Wisata Kandri**

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah menghasilkan rancangan identitas visual berupa logo dan diaplikasikan ke beberapa media promosi sesuai kebutuhan, sehingga dapat meningkatkan wisatawan dan dapat menegaskan positioning Desa Wisata Kandri sebagai desa wisata yang modern. Identitas visual berupa logo dan diaplikasikan ke beberapa media promosi disajikan dalam beberapa kategori bentuk, yaitu *stationary set*, kupon, brosur, *X-Banner*, *id card*, tiket, *merchandise*, tampilan pada sosial media dan iklan di sosial media. Proses perancangan identitas visual melalui beberapa tahapan proses berkarya dengan urutan proses pra produksi, proses produksi, dan proses pasca produksi. Dengan adanya perancangan identitas visual ini diharapkan dapat membantu Desa Wisata Kandri membangun citra dirinya pada audience, memberikan nilai tambah, dan membuat Desa Wisata Kandri mampu bersaing dengan kompetitornya.

Abstract

The aim of this research is to produce a visual identity of logo and applied to some promotion media as needed, so that it can be increase the amount of tourists and it can be positioning the Desa Wisata Kandri as modern tourist village. Visual identity of logo and applied to some promotion media served in some of category, that is stationary set, coupon, brochure, X-banner, identity card, ticket, merchandise, display on social media and advertisement on social media. The process of visual identity design through a few steps of work with pre-production process sequence, production process, and post production process. With the design of visual identity hope that it can help Desa Wisata Kandri to develop their own image to audience, it can provide value-added and it will make Desa Wisata Kandri able to compete with all the competitor.

© 2020 Universitas Negeri Semarang

Alamat korespondensi:
Gedung B5 Lantai 2 FBS Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
Email: meydiana@gmail.com

ISSN 2252-7516
E-ISSN 2721-8961

PENDAHULUAN

Menurut Soetopo (2011:5) Indonesia tidak hanya kaya akan sumber daya alamnya. Alam Indonesia yang terdiri dari hutan, laut, sungai menghasilkan pula potensi wisata alam yang luar biasa. Hampir setiap jengkal tanah di negeri ini memiliki potensi wisata alam yang memukau. Tidak heran jika hampir rata-rata setiap wilayah di bumi Nusantara ini memiliki objek wisata.

Menurut Tofan (2014:3) Desa Wisata Kandri merupakan salah satu destinasi wisata yang sedang berkembang di Kota Semarang. Desa Wisata Kandri adalah sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata. Di kawasan ini, penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang sebagian besar masih asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Di luar faktor-faktor tersebut, alam dan lingkungan yang masih asli dan terjaga merupakan salah satu faktor terpenting dari sebuah kawasan tujuan wisata.

Dalam proyek studi ini penulis membuat identitas visual pada Desa Wisata Kandri Semarang agar dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitor baru yang telah bermunculan. Menciptakan *branding* baru sangat dibutuhkan untuk mempertahankan Desa Wisata Kandri sebagai desa wisata yang modern dan menarik untuk selalu dikunjungi. Sebuah brand yang dibangun dengan baik akan menghasilkan nilai-nilai dalam perusahaan tersebut. Nilai-nilai tersebut yang akan menjadi sebuah pembeda dan dapat menempatkan Desa Wisata Kandri di atas para kompetitor.

Menurut Kolter dan Keller (2007:6) Pemasaran adalah proses sosial yang didalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas memperkirakan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Yanada dan Salamah (2014:188) Ada tiga elemen penting dalam otonomi daerah yang terkait langsung dengan *branding* kota/kabupaten dan provinsi adalah:

1. Mendekatkan pelayanan kepada warga.
2. Meningkatkan daya saing daerah.
3. Pembangunan daerah berbasis identitas atau karakter daerah.

Sehingga ada beberapa pertimbangan dalam mendesain logo. Dari dua teori tersebut menyimpulkan bahwa Desa Wisata Kandri harus di branding guna memperluas segmentasi wisatawan dan dapat menguasai persaingan segmen dengan adanya kompetitor baru.

Selama ini Desa Wisata Kandri belum memiliki logo dan hanya memiliki media promosi yang berupa brosur. Berdasarkan keterangan dari ketua pengurus Desa Wisata Kandri, mereka membutuhkan branding untuk menunjukkan Desa Wisata Kandri dengan tampilan lebih modern, kekinian, dan natural. Hal tersebut dikarenakan Desa Wisata Kandri ingin mempunyai citra dan lebih kompetitif pada zamannya.

Berdasarkan keterangan ketua pengurus Desa Wisata Kandri, diperlukan identitas visual baru untuk membangun citra Desa Wisata Kandri sebagai desa wisata yang berkarakter sehingga memberikan nilai tambah dan membuat Desa Wisata Kandri mencapai level yang lebih tinggi, sehingga memperkuat *brand awareness*

(kesadaran merek) dan brand loyalty (kesetiaan konsumen dengan merek). Selain itu, melalui perancangan identitas visual dan aplikasinya pada media promosi Desa Wisata Kandri, diharapkan mampu meningkatkan *brand association* (ingatan mengenai merek) dan menjaga *perceived quality* (kepercayaan merek akan kualitas) sehingga dapat meningkatkan wisatawan dan dapat menegaskan *positioning* Desa Wisata Kandri menjadi desa wisata yang menarik dari desa wisata lainnya. Melalui identitas visual yang lebih modern dan unik, diharapkan masyarakat dapat dengan mudah mengidentifikasi dan mengingat Desa Wisata Kandri menjadi desa wisata yang lebih diminati dari desa wisata lainnya (Wibawanto dan Nugrahani, 2015).

METODE BERKARYA

Teknik berkarya perancangan identitas visual dan aplikasinya pada media promosi Desa Wisata Kandri Semarang dilakukan melalui beberapa tahapan. Teknik manual digunakan untuk pembuatan sketsa dengan media pensil pada kertas untuk membuat sketsa logo. Cara penggunaan alat dan bahan menjadi pertimbangan dalam menghasilkan karya desain yang ingin dirancang. Perangkat keras (*hardware*) digunakan sebagai alat bantu dalam mempermudah pembuatan karya, seperti laptop sebagai alat pengolah karya yang di dalamnya berisi perangkat lunak (*software*) untuk membantu proses eksekusi gagasan dan penyempurnaan karya. *Flashdisk* digunakan untuk menyimpan data. Kamera DSLR digunakan sebagai sarana dokumentasi dalam pembuatan rancangan ulang identitas visual serta penerapan pada media promosi. *Mouse* merupakan

alat untuk mempermudah proses pembuatan desain.

Penggunaan bahan seperti kertas HVS 80 gsm, 100 gsm, Ivory 190 gsm, 260 gsm, 310 gsm, stiker vynil, dan kertas bahan PVC digunakan untuk mencetak hasil karya rancangan identitas visual perusahaan yang sudah diterapkan pada media promosi yang bisa diselesaikan dengan media kertas, di antaranya amplop, kop surat, id card, brosur, *blocknote*. Teknik bordir atau sulaman digunakan untuk membuat topi. Teknik cetak digital media kain untuk membuat baju dan *drawstingbag*

Menurut Susanto (2011:255) medium adalah bentuk tunggal dari kata media yang berarti perantara atau penengah, biasa dipakai untuk menyebut berbagai hal yang berhubungan dengan bahan (termasuk alat dan teknik) yang dipakai dalam berkarya seni, jadi media identik dengan alat, bahan dan teknik. Proses berkarya dalam perancangan identitas visual dan aplikasinya pada media promosi Desa Wisata Kandri melalui beberapa tahapan, yaitu tahap pra produksi, tahap produksi, dan pasca produksi.

ANALISIS KARYA

1. Logo



Spesifikasi Karya

Judul : Logo Desa Wisata Kandri
Media : Vector Art

Software : CorelDraw X7

Tahun : 2019

Deskripsi karya

Pada karya logo perancangan identitas visual Desa Wisata Kandri Semarang di atas terdiri dari *logogram* dan *logotype*. *Logogram* pada logo Desa Wisata Kandri terinspirasi dari bentuk pemandangan, pegunungan dan sungai. Logo type pada logo memberikan kesan dinamis, natural seperti aliran air. Citra logo yang diinginkan adalah dinamis dan modern yang dikemas lebih simpel. Logo primernya menggunakan warna-warna natural seperti hijau, kuning, oren dan biru, tetapi bisa dibuat monokromatis dengan menggunakan warna hitam atau putih.

Analisis Karya

Logo dirancang dari gabungan logo gram dan logo type. Logo baru Desa Wisata Kandri dibuat dengan berbasis vektor, sehingga bisa diperbesar ataupun diperkecil tanpa mereduksi kualitas gambar, dikerjakan dengan menggunakan software CorelDraw X7. Selain itu logo juga dapat diperkecil sampai dengan ukuran 2,5 cm x 1,7 cm. Tujuan pengecilan logo agar masih terlihat jika diterapkan pada media yang berukuran kecil, misalnya pada desain kartu nama, *member card*, kupon dan lain sebagainya.

Logo yang terpilih dengan pendekatan konsep dinamis, simpel dan modern, karakteristik modern dari logo gram berbentuk pemandangan pegunungan dan sungai Desa Kandri, sedangkan karakter dinamis dilihat dari jenis font yang telah dipilih, dan elegan dari warna natural yaitu warna hijau yang menjadi warna utama pada logo Desa Wisata Kandri. Kemudian untuk *logotype*

menampilkan teks utama bertuliskan “Desa Wisata Kandri” menggunakan *font* yang memiliki sifat dinamis, lentur dan natural, sehingga memberikan kesan tempat wisata yang menyenangkan dan menyegarkan.

Pada logo utama Desa Wisata Kandri, terdapat *logogram* yang diambil dari bentuk sederhana dari pemandangan pegunungan dan sungai. Pemandangan dipilih karena obyek wisata utama dari Desa Kandri adalah pemandangan alam yang asri dan menyegarkan. Logo dari Desa Wisata Kandri sendiri dibuat dengan sifat simpel, modern dan dinamis dikarenakan sebagian besar pengunjung merupakan anak-anak muda yang mencari tempat yang asik untuk berfoto dan melakukan kegiatan arum jeram, dengan karakteristik logo seperti ini diharapkan pengunjung yang datang dapat bertambah.

Warna biru dan hijau pada logo memiliki kesan segar dan natural, menunjukkan bahwa Desa Wisata Kandri memberikan tempat yang memiliki suasana menyegarkan dan asri. Warna merah muda dan oren memiliki kesan menyenangkan, memiliki arti bahwa tempat Desa Wisata Kandri juga merupakan tempat wisata yang menyenangkan.

Logo digunakan pada berbagai media promosi seperti *merchandise*, *stationary*, iklan digital seperti iklan media sosial Instagram, Facebook dan iklan cetak seperti *billboard*, brosur. Logo di merupakan faktor utama sebuah *branding* yang dapat meningkatkan nilai *brand engagement*, sehingga tempat wisata menjadi lebih dikenal oleh berbagai segmen.

2. Merchandise (Topi)



Spesifikasi Karya

Judul	: Topi Desa Kandri
Media	: Topu berbahan Raphel dengan Bordir
Software	: CorelDraw X7
Tahun	: 2019

Deskripsi Karya

Salah satu *merchandise* yang akan akan disediakan untuk Desa Wisata Kandri adalah topi berbahan raphel. Raphel sendiri memiliki sifat tebal dan bertekstur dengan serat yang tidak terlalu banyak sehingga membuat bahan raphel lebih lembut ketika dipegang. Warna dasar yang di gunakan untuk topi Desa Wisata Kandri sendiri adalah putih.

Analisis Karya

Desain topi didesain menggunakan menggunakan CorelDraw X7. *Merchandise* topi Desa Wisata Kandri dibuat dengan menggunakan bahan raphel dan logo yang terdapat pada topi akan di cetak dengan menggunakan teknik bordir. Ukuran topi dibuat menjadi 3 ukuran yaitu ukuran S , M dan L. Ukuran S memiliki lingkar kepala 55- 56 cm, ukuran M memiliki lingkar kepala 57- 58 cm, ukuran L memiliki lingkar kepala 59- 60 cm.

Warna dasar topi berwarna putih dan logo menjadi emphasis pada topi Desa Wisata Kandri.

Desain simple dan modern dipadukan dengan bahan yang memiliki kesan elegan dan menyenangkan. Warna topi dan logo yang kontras dimaksud agar identitas tempat wisata mudah dikenali, dan efektif menjadi sebuah salah satu media promosi.

Topi digunakan sebagai salah satu merchandise Desa Wisata Kandri yang dapat diperoleh sebagai bonus atau hadiah menarik dalam event Desa Wisata Kandri maupun dengan dijual belikan pada gerai mercehndise resmi dari Desa Wisata Kandri.

3. Kaos



Spesifikasi Karya

Judul	: Kaos Desa Wisata Kandri
Media	:Kaos berbahan Cotton Combed 20s Ukuran : S, M, L dan XL
Tahun	: 2019

Deskripsi Karya

Kaos Desa Wisata Kandri ini digunakan sebagai merchandise resmi Desa Wisata Kandri. Ukuran dari tersebut adalah S, M, L, dan XL. Warna dasar pada kaos memiliki 2 pilihan warna yaitu putih dan hijau. Bahan yang digunakan untuk membuat kaos yaitu bahan cotton combed 20s.

Analisis Karya

Desain totebag didesain menggunakan menggunakan CorelDraw X7. Merchandise kaos Desa Wisata Kandri dibuat dengan menggunakan bahan catton combed 20s. Logo pada kaos akan dibuat menggunakan teknik sablon berbahan rubber. Sablon pada desain kaos 1 memiliki ukuran 10 x 8 cm pada dada sebelah kiri. Sablon pada desain kaos 2 memiliki ukuran 35 x 20 cm. Desain minimalis dan emphasis akan membuat identitas Desa Wisata Kandri mudah untuk dikenali, sehingga kaos sebagai media promosi juga dapat berhasil.

Kaos Desa Wisata Kandri digunakan sebagai salah satu merchandise Desa Wisata Kandri yang dapat diperoleh sebagai bonus atau hadiah menarik dalam event Desa Wisata Kandri maupun dengan dijual belikan pada gerai mercehndise resmi dari Desa Wisata Kandri. Merchandise ini juga dapat digunakan sebagai oleh-oleh untuk pengunjung dari luar kota.

4. Totebag



Spesifikasi Karya

Judul : *Totebag* Desa Wisata Kandri
Media : Kanvas
Ukuran : 40x35 cm
Tahun : 2019

Deskripsi Karya

Totebag Desa Wisata Kandri ini digunakan sebagai merchandise resmi Desa Wisata Kandri. Ukuran

dari totebag tersebut adalah 40 x 35 cm dengan pegangan 19 cm. Warna dasar pada totebag memiliki warna dasar putih kanvas, karena bahan yang digunakan untuk membuat totebag adalah bahan kanvas

Analisis Karya

Desain *totebag* didesain menggunakan menggunakan CorelDraw X7. *Merchandise totebag* Desa Wisata Kandri dibuat dengan menggunakan bahan kanvas, bahan ini memiliki sifat tidak mudah rusak, tahan lama dan ramah lingkungan. Logo pada totebag akan dibuat menggunakan teknik sablon berbahan rubber. Sablon pada desain totebag 1 memiliki ukuran 20 x 30 cm pada dada sebelah kiri. Sablon pada desain totebag 2 memiliki ukuran 25 x 25 cm.

Merchandise ini merupakan salah satu media promosi Desa Wisata Kandri untuk pengenalan identitas visual baru yang diterapkan pada Desa Wisata Kandri, sehingga masyarakat dapat mengenal identitas visual yang baru dan dapat memperluas segmentasi pasar.

Totebag Desa Wisata Kandri digunakan sebagai salah satu merchandise Desa Wisata Kandri yang dapat diperoleh sebagai bonus atau hadiah menarik dalam *event* Desa Wisata Kandri maupun dengan dijual belikan pada gerai *merchandise* resmi dari Desa Wisata Kandri. *Merchandise* ini juga dapat digunakan sebagai oleh-oleh untuk pengunjung dari luar kota. Strategi lainnya adalah dengan pembelian *merchandise* dengan biaya yang ditentukan *totebag* ini menjadi salah satu bonus pembelian sebagai pengganti plastik dengan gerakan pengurangan sampah plastik dalam pelestarian lingkungan.

5. Tiket



Spesifikasi Karya

Judul	: Tiket Desa Wisata Kandri
Media	: Cetak offset pada kertas CTS 80 gsm.
Ukuran	: 5 x 10 cm
Tahun	: 2018

Deskripsi Karya

Desain tiket berbentuk persegi panjang berukuran 5 x 10 cm dengan posisi landscape. Pada bagian depan tiket terdapat logo, nomor tiket, tarif masuk ke tempat wisata, dan nomor yang dapat dihubungi agar mempermudah pengunjung apabila mengalami kesulitan dan ingin menghubungi *customer service*.

Analisis Karya

Desain tiket dibuat menggunakan CorelDraw X7 dan dicetak dengan cetak offset. Tiket dicetak pada kertas CTS 80 gram, kertas ini dipilih karena memiliki karakter yang tipis, licin dan murah. Ukuran dari tiket masuk Desa Wisata Kandri adalah 5 x 10 cm yang memiliki maksud agar tiket tidak terlalu besar.

Pada tiket masuk Desa Wisata Kandri terdapat elemen-elemen penting agar identitas tempat wisata tetap terlihat. Warna tiket menggunakan warna-warna natural seperti hijau, kuning dan biru memberikan kesan identitas

warna Desa Wisata Kandri. Tarif pada tiket di tulis dengan ukuran besar dengan tujuan agar pengunjung dapat dengan mudah mengetahui harga tiket masuk Desa Wisata Kandri. *Background* pada tiket menggambarkan pemandangan pegunungan khas tempat wisata.

6. Amplop Surat



Spesifikasi Karya

Judul	: Amplop Surat Desa Wisata Kandri
Media	: Cetak <i>offset</i> pada kertas CTS 240 gsm.
Ukuran	: 21.0 x 29.7 cm
Tahun	: 2019

Deskripsi Karya

Desain tiket berbentuk persegi panjang berukuran 21 x 30 cm dengan posisi *landscape*. Pada bagian depan tiket terdapat logo, alamat, nomor telepon, *fax*, dan *e-mail*. Bagian depan di bawah ditambahkan garis lengkung seperti aliran sungai berwarna hijau dan biru dengan warna background dasar putih. Sedangkan bagian dalam terdapat berwarna hijau.

Analisis Karya

Desain amplop dibuat menggunakan CorelDraw X7 dan dicetak dengan cetak *offset*. Amplop dicetak

pada kertas CTS 240 gsm agar amplop memiliki kesan resmi dan tidak terlalu tipis. Ukuran amplop adalah 21 x 30 cm dengan posisi *landscape*, amplop ini diperuntukan ukuran kertas A4. Pada bagian depan amplop diberi logo Desa Wisata Kandri untuk memperjelas identitas asal surat dan alamat tujuan penerima.

Amplop ini didominasi dengan warna identitas Desa Wisata Kandri yang juga digunakan pada warna media promosi lain. *Background* dasar amplop dibuat warna putih agar terlihat lebih elegan dan simpel. Untuk bagian tutup amplop berwarna hijau untuk menyeimbangkan warna yang ada pada bagian depan. Kesatuan dalam karya ini ada karena kesatuan fungsi serta pilihan warna dan penempatan elemen unsur desain yang sesuai.

Karya ini berfungsi sebagai material pendukung dalam surat-menyurat sekaligus berperan penting dalam meletakkan kop surat terkait keperluan perusahaan. Pesan dalam karya ini bersifat membantu aktivitas lain terutama dalam kegiatan keperluan Desa Wisata Kandri. Amplop surat Desa Wisata Kandri merupakan kop surat resmi untuk kepentingan Desa Wisata Kandri.

7. Voucher Promo



Spesifikasi Karya

Judul	: Voucher Promo
Media	: Cetak digital pada CTS 80 gsm .
Ukuran	: 5 x 10 cm
Tahun	: 2019

Deskripsi Karya

Desain voucher berbentuk persegi panjang berukuran 5 x 10 cm dengan posisi *landscape*. Pada bagian depan voucher terdapat foto wahana yang dipromosikan, syarat dan ketentuan, media sosial. Warna voucher didominasi dengan warna natural identitas Desa WisataKandri yaitu hijau dan biru.

Analisis Karya

Desain voucher dibuat menggunakan CorelDraw X7 dan dicetak dengan cetak digital. Voucher dicetak pada kertas CTS 80 gsm agar voucher memiliki tidak terlalu tipis. Voucher ini didominasi dengan warna identitas Desa Wisata Kandri yang juga digunakan pada warna media promosi lain yaitu warna hijau dan biru. Pada voucher terdapat foto wahana-wahana wisata untuk memperjelas obyek wisata dan dengan harapan para pengunjung tertarik untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Kesatuan dalam karya ini ada karena kesatuan fungsi serta pilihan warna dan penempatan elemen unsur desain yang sesuai.

Karya ini berfungsi sebagai material pendukung dalam media promosi sekaligus berperan penting dalam memikat para pengunjung dengan promo-promo yang ada dalam obyek wisata, diharapkan dengan adanya voucher dengan promo pengunjung yang datang ke Desa Wisata Kandri semakin banyak.

8. Tanda Pengenal



Spesifikasi Karya

Judul	: Tanda Pengenal
Media	: Cetak digital pada kertas PVC laminasi glossy.
Ukuran	: 8,56 x 5,39 cm
Tahun	: 2019

Deskripsi Karya

Desain *id card* berbentuk persegi panjang berukuran 8,56 x 5,39 cm dengan posisi potrait. Tanda pengenal Desa Wisata Kandri memiliki fungsi sebagai identitas dari karyawan yang bekerja di kawasan wisata. Pada tanda pengenal / *id card* terdapat logo, foto pegawai, nama, dan jabatan yang bertujuan untuk mempermudah untuk mengidentifikasi pengguna *id card*.

Analisis Karya

Desain *id card* dibuat menggunakan CorelDraw X7 dan dicetak dengan cetak digital pada kertas PVC. Kertas PVC dipilih karena kertas bahan ini memiliki sifat lembut licin dan tidak mudah rusak, sehingga memiliki kesan formal dan elegan. *Id card* yang telah dicetak akan dilapisi dengan laminasi glossy agar kertas mengkilat dan tidak mudah luntur.

Id card ini didominasi dengan warna identitas Desa Wisata Kandri yang juga digunakan pada warna media promosi lain yaitu warna hijau

dan biru. Elemen-elemen desain pada *id card* terdapat logo sebagai identitas tempat karyawan bekerja, foto pegawai, nama dan jabatan untuk memperjelas pemilik dari tanda pengenal tersebut.

Karya ini berfungsi sebagai media informasi yang digunakan oleh para pegawai Desa Wisata Kandri yang berfungsi sebagai tanda pengenal resmi agar mencegah adanya tindak kecurangan. Fungsi lain dari *id card* ini adalah untuk mempermudah para pengunjung yang memiliki kesulitan maupun bantuan kepada pihak Desa Wisata Kandri.

9. Peta Wisata



Spesifikasi Karya

Judul	: Peta Desa Wisata Kandri
Media	: Cetak offset pada CTS 240 gsm.
Ukuran	: A3 / 32 x 48 cm
Tahun	: 2019

Deskripsi Karya

Desain peta berbentuk persegi panjang berukuran A3 dengan posisi landscape. Peta Desa Wisata Kandri memiliki fungsi sebagai petunjuk arah dan obyek wisata yang terdapat pada Desa Wisata Kandri. Pada peta terdapat gambar denah tempat wisata dan nama-nama obyek wisata yang ada, dilengkapi dengan keterangan jam

operasional tempat wisata dan nomor yang dapat dihubungi.

Analisis Karya

Desain peta dibuat menggunakan CorelDraw X7 dan dicetak dengan cetak offset pada kertas CTS. Kertas CTS dipilih karena kertas bahan ini memiliki sifat lembut licin dan tidak mudah rusak, sehingga memiliki kesan formal dan elegan dengan harga murah. Ukuran peta yaitu A3 atau 32 cm x 48 cm, dengan gambar yang relatif besar diharapkan pengunjung dapat dengan mudah menggunakan peta Desa Wisata Kandri.

Peta ini didominasi dengan warna identitas Desa Wisata Kandri yang juga digunakan pada warna media promosi lain yaitu warna hijau, kuning dan biru. Denah peta didesain dengan vector dengan kesan minimalis, modern, dan menyenangkan. Elemen-elemen desain pada peta terdapat nama, gambar denah dan foto obyek wisata, nama-nama obyek wisata, keterangan operasional, alamat dan nomor costumer service. Kesatuan dalam karya ini ada karena kesatuan fungsi serta pilihan warna dan penempatan elemen unsur desain yang sesuai. Penataan layout, pilihan warna yang sesuai serta keberadaan setiap elemen desain yang saling mendukung.

Karya ini berfungsi sebagai material pendukung dalam media promosi sekaligus berperan penting sebagai petunjuk untuk pengunjung, agar pengunjung mengetahui obyek-obyek wisata yang ada pada Desa Wisata Kandri dan tertarik untuk mengunjungi obyek yang ada.

10. Konten Instagram



Spesifikasi Karya

Judul : Konten Instagram
Media : Instagram
Ukuran : 1080 x 1080 pixel
Tahun : 2019

Deskripsi Karya

Desain Instagram berukuran 1080 x 1080 pixels. Konten-konten didesain menggunakan Corel Draw X7 dan Photoshop CS6. Instagram merupakan salah satu sosial media yang sekarang ini banyak digunakan sebagai media promosi yang efektif untuk menjangkau masyarakat luas.

Analisis Karya

Desain konten-konten instagram dibuat menggunakan Corel Draw X7 dan dalam pengolahan foto dan gambar menggunakan Photoshop CS6. Ukuran gambar konten sendiri adalah 1080 x 1080 *pixels* dengan resolusi 300 pixel/inch agar gambar dapat terlihat jelas dan tidak rusak. Konten instagram sendiri dikonsep dengan memanfaatkan grid dan disusun dengan layout yang telah terkonsep untuk dapat

menampilkan profil yang menarik. Setelah konten telah dibuat, berikutnya konten di posting pada instagram Desa Wisata Kandri dengan urutan yang telah ditentukan agar tercipta halaman konten yang tertata.

Konten Instagram dibuat lebih menarik dengan penataan layout yang sederhana namun elegan. Dominasi warna yang digunakan pada unsur visual konten Instagram adalah hijau, dan biru. Pada *profile picture* dan setiap konten yang dibagikan melalui Instagram terdapat logo yang digunakan sebagai identitas visual pada media promosi ini dan untuk meningkatkan brand awareness pada Desa Wisata Kandri.

Konten instagram merupakan salah satu media promosi iklan dalam bentuk digital. Foto diunggah di instagram setiap hari dan per-hari terdapat satu sampai dengan enam foto. Sedangkan waktu mengunggah foto adalah pagi pukul 08.00 WIB, siang pukul 12:00 WIB tiga foto, dan malam pukul 20:00 WIB. Posting konten instagram pada waktu primetime juga penting agar konten dapat dilihat banyak orang dengan jangkauan yang luas.

11. Billboard



Spesifikasi Karya

Judul	: <i>Preview Placement Billboard</i> Desa Wisata Kandri
Media	: Cetak digital dengan bahan Flexi.
Ukuran	: 4 x 6 m
Tahun	: 2019

Deskripsi Karya

Desain *Billboard* dibuat menggunakan Corel Draw X7 dan Photoshop CS6. Pada bagian atas *Billboard* terdapat logo Desa Wisata Kandri. Lalu, terdapat objek foto model yang sedang bersenang-senang di salah satu obyek Desa Wisata Kandri sebagai point of view. *Billboard* nantinya akan dipasang di beberapa tempat obyek wisata.

Analisis Karya

Desain elemen *billboard* dibuat menggunakan CorelDraw X7, dan digabungkan dengan Photoshop CS6. *Billboard* dicetak dengan cetak digital pada bahan Flexi. Ukuran *billboard* adalah 4 x 6 m yang nanti akan dipasang pada pertigaan Jalan Kaligarang dan Jalan Simongan sebagai salah satu media promosi.

Billboard ini memiliki dominasi warna identitas Desa Wisata Kandri yang juga digunakan pada warna media promosi lain yaitu warna hijau, kuning dan biru. *Billboard* didesain dengan perpaduan *vector* dan *bitmap* dengan kesan modern, alami dan simpel. Pada bagian atas billboard terdapat logo Desa Wisata Kandri sebagai identitas. *Tagline* terdapat pada bawah logo yang diikuti dengan alamat atau lokasi Desa Wisata Kandri. Pada bawah *billboard* diberi gambar foto salah satu keindahan obyek wisata yang diharapkan dapat menarik minat pengunjung

untuk mengunjungi obyek wisata yang ada di Desa Wisata Kandri.

Billboard digunakan sebagai salah satu media promosi Desa Wisata Kandri yang diletakan pada beberapa titik penting pada kota-kota yang memiliki kepadatan lalu lintasnya tergolong ramai agar billboard dapat dengan mudah dilihat dan menambah pengunjung objek wisata. *Billboard* juga termasuk sebagai salah satu identitas Desa Wisata Kandri yang dapat digunakan pada saat promosi diluar tempat wisata.

SIMPULAN

Proyek studi ini menghasilkan karya identitas visual yang telah dirancang berupa logo dan contoh aplikasinya pada media promosi Desa Wisata Kandri Semarang seperti *stationary* (amplop, kop surat, map, kupon, dan *id card*), *direct marketing* (tiket) *merchandise* (kaos, *blocknotes*, *tote bag*, topi, *drawsting bag*), dan *internet marketing* (instagram dan facebook).

Perancangan ini sebagai upaya membangun *brand image* yang berkarakter sesuai segmentasi pasar, sehingga membuat produk lebih kredibel dan dapat bersaing dalam persaingan kompetitor serupa. Dan juga, memberikan nilai tambah dan membuat Desa Wisata Kandri mencapai level yang lebih tinggi, sehingga memperkuat *brand awareness* (kesadaran merek) dan *brand loyalty* (kesetiaan konsumen dengan merek). Selain itu, melalui perancangan identitas visual dan aplikasinya pada media promosi Desa Wisata Kandri, diharapkan mampu meningkatkan *brand association* (ingatan mengenai merek) dan menjaga *perceived quality* (kepercayaan merek akan kualitas), sehingga dapat meningkatkan wisatawan dan dapat menegaskan *positioning* Desa

Wisata Kandri sebagai desa wisata yang lebih modern dan unik.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Susanto, Mike. 2011. *Diksi Rupa Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa*. Yogyakarta: Dicti Art Lab.
- Soetopo, Aliefien. 2011. *Mengenal Lebih Dekat Wisata Alam Indonesia*. Jakarta: Pacu Minat Baca.
- Tofan, Muhammad, dkk. 2014. "Strategi Pengembangan Obyek Desa Wisata Kandri Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang". *Journal of Public Policy and Management Review*, vol.3, no. 2, hh.3-6.
- Wibawanto, Wandah dan Nugrahani, Rahina. 2015. Peran Akademisi Dalam Konstruksi City Branding. *Proceeding Seminar Nasional "Peran Strategis Seni dan Budaya dalam Membangun Kota Kreatif* (halaman 188-196). Universitas Negeri Malang (29 Oktober 2015)
- Yananda, Rahmat dan Umami Salamah. 2014. *Branding Tempat - Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta: Makna Informasi.