

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN IMPLEMENTASI PADA MEDIA PROMOSI UNTUK KAMPUNG WISATA KERAJINAN ANYAMAN BAMBU GINTANGAN

Nadya Ayu Roudhatul Jannah¹, Mohammad Tohir²
^{1,2} PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS INDUSTRI KREATIF, UNIVERSITAS TELKOM

ABSTRAK: Desa Gintangan adalah sebuah kampung wisata yang berada di Kecamatan Blimbingsari, Kabupaten Banyuwangi. Menjadi tempat destinasi wisata belanja dengan potensi kerajinan anyaman bambu. Event tahunan Festival Bambu Gintangan diadakan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, namun desa Gintangan belum memiliki identitas visual yang dapat menjadi ciri khas dari desa tersebut yang dapat diimplementasikan dalam berbagai media promosi. Oleh karena itu perlu diadakannya perancangan identitas visual untuk Desa Gintangan. Metode pengumpulan data dilakukan wawancara, kuesioner, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Analisis data menggunakan matrix perbandingan sebagai acuan untuk membuat konsep perancangan identitas visual. Dengan adanya identitas visual desa Gintangan diharapkan dapat lebih dikenal oleh khalayak umum sehingga membantu perekonomian masyarakat.

Kata kunci: Identitas Visual, Media Promosi, Gintangan

ABSTRACT: Gintangan Village is a tourist village which is located in Blimbingsari District, Banyuwangi Regency. It becomes a place of shopping tourism destination with the potential bamboo woven crafts. The annual Gintangan Bamboo Festival is held by Government of Banyuwangi Regency, but Gintangan Village does not have a visual identity yet which can be a characteristic of the village that can be implemented in various promotional media. Therefore, visual identity needs to be designed for Gintangan Village. Data collection methods carried out interviews, questionnaires, observations, documentations, and literature study. Data analysis uses comparison matrix as a reference

¹Mahasiswa Program Studi DKV Telkom University, email: nansnadh@gmail.com

²Pengajar Program Studi DKV Telkom University, email: mt.fauzy@gmail.com

to make the concept of visual identity design. By the visual identity, hopefully Gintangan Village can be better known by general public so it can help the community's economy.

Keyword: Visual Identity, Promotion Media, Gintangan

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki banyak destinasi wisata unggulan. Banyuwangi memiliki ragam destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi. Banyak destinasi wisata budaya, wisata kuliner, wisata alam bahkan wisata belanja. Salah satu destinasi wisata belanja yaitu ada desa unik di daerah Kecamatan Blimbingsari yaitu Desa Gintangan, karena Desa Gintangan disebut sebagai Desa Wisata Anyaman atau Kampung Wisata Kerajinan. Desa Gintangan belum memiliki identitas yang dapat menjadi ciri khas dari desa tersebut. Dengan adanya perancangan identitas visual untuk Desa Gintangan ini, peneliti berharap menciptakan ciri khas desa tersebut untuk digunakan memperkuat nilai visual dan karakter yang dimiliki tetapi dapat juga diimplementasikan untuk kegiatan promosi desa kepada calon wisatawan lokal maupun mancanegara untuk lebih meningkatkan perekonomian masyarakat.

KAJIAN TEORI

IDENTITAS VISUAL

Rustan (2009:13), menyatakan bahwa sebuah posisi dan identitas perusahaan di mata pihak terkait atau *audience* akan semakin dikuatkan dengan konsistensi penggunaan elemen visual. Identitas visual institusi atau perusahaan tersebut dibentuk tidak hanya dengan sebuah logo, namun juga elemen visual yang muncul dan mendukung pada setiap komponen perusahaan.

PEMASARAN

Fandy Tjiptono (Priansa, 2017:3), menyatakan bahwa setiap usaha yang mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya menjadi peranan strategis pemasaran, ketika mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok yakni bisnis yang akan dimasuki di masa mendatang dan kedua bagaimana bisnis yang dipilih tersebut

dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan persaingan atas dasar prespektif distribusi, produk, harga, dan promosi (bauran pemasaran).

ELEMEN DESAIN GRAFIS

Yang menjadi elemen desain grafis yaitu ilustrasi, tipografi, warna, dan layout. Kusrianto (2007:140), mengatakan bahwa ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi suatu penjelasan atas maksud atau tujuan tertentu secara visual. Tipografi adalah sebuah disiplin ilmu tentang bagaimana memilih dan mengelola huruf yang menentukan keberhasilan desain grafis. (Anggraini S, 2014:53). Kusrianto (2007:46-47), menyatakan bahwa warna dapat memiliki suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan suatu unsur yang sangat penting dalam menyentuh kepekaan penglihatan sehingga dapat menimbulkan berbagai perasaan seperti gembira, sedih, haru dan sebagainya. Hendratman (2010:85), menyatakan bahwa Layout secara bahasa berarti tata letak. Layout adalah membuat media komunikasi visual yang komunikatif, estetik, dan menarik melalui usaha penyusunan, penataan atau perpaduan unsur-unsur atau elemen-elemen komunikasi grafis

METODE PENELITIAN

WAWANCARA

Wawancara merupakan kegiatan tatap muka seseorang dengan yang lainnya lalu saling bercakap-cakap memberikan informasi dan ide, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Esterberg dalam Sugiyono, 2010:160).

KUISIONER

Kuisisioner yaitu dari kata *question* = pertanyaan, ada pula yang menyebutnya Angket. Kuisisioner dimaksudkan yaitu daftar pertanyaan mengenai sesuatu hal atau dalam suatu bidang yang harus diisi dan dijawab secara tertulis oleh “responden”, yakni orang yang merespon pertanyaan (Soewardikoen, 2013:25).

OBSERVASI

Pengertian Observasi merupakan objek yang diamati dan diteliti oleh peneliti dilakukan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2004:104).

DOKUMENTASI

Sugiyono (2011:329-330) menyatakan bahwa dokumentasi merupakan peristiwa yang telah berlalu dicatat dan diabadikan. Dokumen biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

HASIL DAN DISKUSI

Sentra kerajinan bambu di Desa Gintangan memiliki potensi yang cukup menarik sehingga perangkat Desa Gintangan dan Pemerintah Kabupaten Banyuwangi mengembangkan potensi tersebut. Desa Gintangan menjadi salah satu tempat dari *event* tahunan yang diadakan oleh pemerintah kabupaten untuk menarik lebih banyak wisatawan lokal maupun mancanegara. *Event* tersebut bernama Festival Bambu Gintangan. Dari festival tersebut, menjadikan Desa Gintangan sebagai daya tarik destinasi wisata belanja yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Dijadikannya sebagai destinasi wisata, terdapat beberapa produk unggulan dari Desa Gintangan ini, misal: souvenir untuk pernikahan, pernak pernik untuk restoran maupun rumah makan, peralatan rumah tangga dan sebagainya sehingga pengunjung dapat menjadikan hasil kerajinan tersebut sebagai cinderamata.

Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Desa Gintangan maupun Pemerintah Kabupaten Banyuwangi menginginkan wisatawan yang mengunjungi Kabupaten Banyuwangi juga menjadikan Desa Gintangan sebagai destinasi wisata belanja. Desa Gintangan menjadi salah satu tempat yang ditingkatkan kualitasnya untuk destinasi Atraksi karena potensi dari warga desa tersebut. Sehingga menurut Kepala Desa Gintangan, jumlah pengunjung yang mengunjungi Desa Gintangan meningkat sekitar 35% dengan jumlah peningkatan tersebut dapat membantu perekonomian warga di desa tersebut.

Dari data yang sudah didapat dan dianalisis dapat disimpulkan bahwa Desa Gintangan memiliki potensi yang dapat membantu perekonomian warga namun belum dikenal oleh khalayak umum secara luas. Tetapi Desa Gintangan telah menjadi salah satu destinasi wisata belanja yang berada di Kabupaten Banyuwangi melalui Festival Bambu Gintangan, kegiatan promosi telah berkembang secara perlahan. Namun Desa Gintangan belum memiliki identitas visual yang dapat mencirikan bahwa Desa Gintangan sebagai kampung wisata kerajinan anyaman bambu. Sehingga diperlukan perancangan identitas visual agar

dapat diimplementasikan pada media promosinya agar dikenal oleh khalayak umum sehingga target *audience* datang berkunjung dan berbelanja.

KONSEP PESAN

Berkunjung dan berbelanja di kampung wisata kerajinan anyaman bambu Gintangan.

Tagline “Exotic” yang berarti memiliki daya tarik khas

Sub headline “Desa Wisata Bambu”

KONSEP KREATIF

Pendekatan yang digunakan yaitu *Rational Approach* karena isi pesan tersebut memiliki tujuan agar target *audience* menentukan pilihan untuk berkunjung dan memilih Desa Gintangan sebagai destinasi wisata ketika berada di Kabupaten Banyuwangi.

KONSEP VISUAL

Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan yaitu menggunakan teknik *Computerized* karena menampilkan sesuai ciri khas yang berada di Desa Gintangan salah satunya yaitu produk dengan motif anyaman truntum. Namun juga dikombinasikan dengan teknik fotografi sehingga menampilkan perpaduan yang dapat dengan mudah untuk mencapai target *audience*.

Tipografi

Tipografi yang digunakan pada headline yaitu jenis font serif yang memiliki kesan formal, resmi, dan mewah, font yang digunakan yaitu Bell MT Bold dan pada sub headline menggunakan jenis font sans serif yang memiliki kesan kurang formal, namun sederhana dan akrab. Serta dapat dengan mudah dibaca. Font yang digunakan yaitu Myriad Pro.

Warna

Warna yang digunakan untuk merancang identitas visual dan media promosi, penulis menggunakan dominan warna hijau yang diambil dari warna dasar bambu tersebut karena sesuai dengan ciri dari kerajinan anyaman bambu di Desa Gintangan. Warna hijau memiliki arti Kesehatan, alami, pembaruan, kecemburuan, pandangan yang enak.

Layout

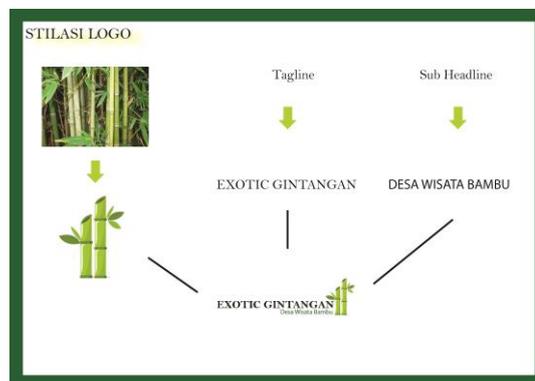
Layout yang diterapkan untuk merancang identitas visual dan media promosi, berdominan menggunakan konsep fokus karena informasi yang dirancang berfokus pada beberapa gambar agar dapat dengan mudah dipahami oleh target *audience*.

STRATEGI MEDIA

Tujuan Komunikasi	Tahapan Komunikasi	Media	Lokasi
Informing	Attention, Interest, & Search	Instagram, facebook, twitter, website, poster, flyer,	sosial media
Persuading	Interest, Action, & Share	Instagram, website, facebook, twitter, event, flyer, poster, baliho, x-banner, billboard, spanduk	Sosial media, pusat kota, kantor pemerintahan, alun-alun, ruang terbuka hijau setiap kecamatan.
Reminding	Attention, Interest, Search, Action, Share	Instagram, website, facebook, , twitter, event flyer, poster, baliho, x-banner, billboard, spanduk	Sosial media, pusat kota, kantor pemerintahan, alun-alun, ruang terbuka hijau setiap kecamatan.

DESAIN

LOGO DESA GINTANGAN



Gambar 1: Proses Logo Desa Gintangan



Gambar 2: Flyer Desa Gintangan



Gambar 3: Poster Desa Gintangan



Gambar 4: Billboard Desa Gintangan



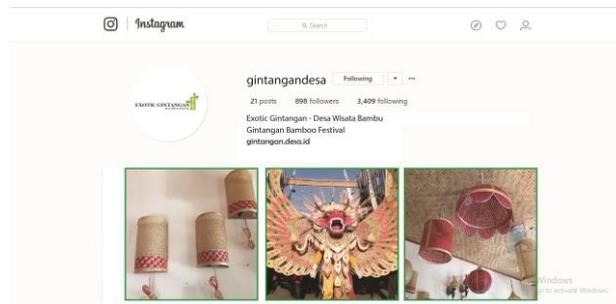
Gambar 5: X-Banner Desa Gintangan



Gambar 6: Baliho Desa Gintangan



Gambar 7: Spanduk Desa Gintangan



Gambar 8: Instagram Desa Gintangan



Gambar 9: Website Desa Gintangan

KESIMPULAN

Desa Gintangan merupakan destinasi wisata belanja yang berada di Kabupaten Banyuwangi yang memiliki ciri khas kerajinan anyaman bambu dengan motif anyaman truntum. Dengan adanya potensi tersebut, Desa Gintangan telah berkembang namun belum memiliki identitas visual. Perkembangan Desa Gintangan sebagai destinasi wisata belanja, dapat membantu perekonomian masyarakat. Namun promosi yang dilakukan, masih melalui kerja sama dengan pemerintah kabupaten. Melalui pemerintah kabupaten juga, Desa Gintangan menjadi tempat salah satu *event* tahunan yaitu Festival Bambu Gintangan. Sehingga dengan dirancangnya identitas visual maka dapat diimplementasikan pada media promosi agar lebih dikenal oleh khalayak umum sehingga membantu perekonomian masyarakat.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

1. Bapak Drs. Mohamad Tohir, S.ST., M.Ds. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya untuk menyusun laporan tugas akhir.
2. Bapak Dr. Drs. Didit Widiatmoko Suwardikun, M.Sn. selaku dosen penguji.

3. Bapak Gredi Gradana Sembada, S.Sn., M.M. selaku dosen penguji.
4. Ibu Rusdiana selaku Kepala Desa Gintangan yang telah mengizinkan saya untuk melakukan wawancara guna menambah data penelitian saya.
5. Bapak Bramuda selaku PLT Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi sebagai narasumber saya guna menambah data penelitian saya.
6. Bapak Antariksawan Jusuf selaku Budayawan Banyuwangi sebagai narasumber saya guna menambah data penelitian saya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Kusrianto. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Anggraini, Lia dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Hendratman, Hendi. (2010). *Tips n Trix Computer Graphics Design*. Bandung: Informatika.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta.
- Riduwan. (2004). *Metode Riset*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Rustan, Suriyanto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2013). *Metodologi Penelitian Visual*. Bandung: CV Dinamika Komunika.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung: CV. Alfabeta.