

ABSTRAK

Ruang terbuka hijau (RTH) atau taman kota merupakan salah satu elemen penting dari tata ruang kota yang bertujuan untuk menjaga keberlangsungan ekosistem, meningkatkan kualitas lingkungan, dan menyediakan fasilitas rekreasi bagi masyarakat. Setiap wilayah di perkotaan harus memiliki 30% RTH dengan presentase sebanyak 20% digunakan di ruang publik dan 10% untuk privat. Di kota Purwokerto, RTH juga memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan ekosistem lokal dan menyediakan fasilitas rekreasi bagi masyarakat. Salah satu RTH atau taman kota yang ada di Purwokerto adalah Taman Apung Mas Kemambang yang merupakan area rekreasi indah dan memiliki berbagai macam fasilitas yang lengkap dibanding RTH lainnya di Purwokerto. Renovasi yang dilakukan Taman Apung Mas Kemambang tidak diiringi dengan pembuatan identitas visual. Sehingga banyak dari masyarakat yang kurang mengetahui taman ini setelah direnovasi. Identitas visual berupa logo, maskot, dan media pendukung yang dapat mewakili Taman Apung Mas Kemambang sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap taman tersebut. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis melakukan penelitian dengan judul "Identitas Visual Taman Apung Mas Kemambang Sebagai Ikon Taman Kota Purwokerto" dengan tujuan untuk menciptakan identitas visual yang menarik dan sesuai dengan karakteristik Taman Apung Mas Kemambang Purwokerto. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara dengan teknik *purposive sampling*, dokumentasi, dan studi literatur. Dilakukan analisis SWOT, USP, dan positioning untuk menganalisis dan mencari solusi atas permasalahan yang ada. Dari hasil analisis tersebut, ditemukan bahwa positioning Taman Apung Mas Kemambang adalah sebagai taman kota yang memiliki konsep taman terapung dengan bangunan kincir angin sebagai ikonnya, serta menawarkan nuansa pedesaan. Oleh karena itu, konsep perancangan yang digunakan adalah untuk menonjolkan ciri khas unik taman tersebut. Konsep itu dicapai dengan cara menggabungkan penyederhanaan bentuk dari elemen-elemen yang dapat merepresentasikan Taman Apung Mas Kemambang seperti bangunan kincir angin, danau apung, dan alam yang digunakan dalam logo dan elemen identitas visual lainnya. Selain itu, dibuat juga *brand guidelines* sebagai pedoman utama untuk menjaga konsistensi penggunaan identitas visual baik untuk keperluan kantor maupun promosi. Identitas visual yang telah dirancang ulang kemudian diaplikasikan ke berbagai jenis media seperti maskot, signage, perlengkapan untuk staff (*T-Shirt*, topi) dan merchandise (*totebag*, dan stiker).

Kata Kunci: Identitas visual Taman Apung Mas Kemambang, Logo, Taman apung, Taman kota, RTH

ABSTRACT

Ruang Terbuka Hijau (RTH) or urban parks are essential elements of urban spatial planning aimed at preserving ecosystem sustainability, enhancing environmental quality, and providing recreational facilities for the community. Each urban area should have 30% GOS, with 20% allocated for public spaces and 10% for private use. In the city of Purwokerto, RTH also plays a crucial role in maintaining the local ecosystem's sustainability and providing recreational facilities for the community. One of the RTH or urban parks in Purwokerto is Taman Apung Mas Kemambang, which offers a beautiful recreational area with a variety of comprehensive facilities compared to other RTH in Purwokerto. However, the renovation of Taman Apung Mas Kemambang was not accompanied by the creation of a visual identity, leading to limited awareness among the public about the park after its renovation. Therefore, a visual identity consisting of a logo, mascot, and supporting media that can represent Taman Apung Mas Kemambang is needed to raise public awareness of the park. To address this issue, the author conducted research titled "Visual Identity of Taman Apung Mas Kemambang as an Icon of Purwokerto's City Park" with the aim of creating an attractive visual identity that aligns with the characteristics of Taman Apung Mas Kemambang in Purwokerto. The research employed a qualitative approach, utilizing data collection techniques such as observation, interviews through purposive sampling, documentation, and literature review. SWOT analysis, USP analysis, and positioning were carried out to analyze the situation and seek solutions to the existing problems. The results of the analysis revealed that Taman Apung Mas Kemambang's positioning is as an urban park with a floating garden concept, symbolized by a windmill as its icon, offering a rural ambiance. Therefore, the design concept focused on highlighting the park's unique features. This was achieved by simplifying the shapes of elements that represent Taman Apung Mas Kemambang, such as the windmill, floating lake, and natural surroundings, and incorporating them into the logo and other visual identity elements. Additionally, brand guidelines were created as the primary reference to ensure consistency in using the visual identity for both official purposes and promotions. The redesigned visual identity was then applied to various media types, including mascots, signage, staff apparel (T-shirts, caps), and merchandise (tote bags, stickers).

Keywords: Visual Identity of Taman Apung Mas Kemambang, Logo, Floating Garden, City Park, RTH