

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini akan menjelaskan tentang studi pustaka yang relevan dengan perancangan ini, referensi karya sebagai acuan dalam proses perancangan karya, serta dasar teori yang digunakan dalam proses perancangan karya identitas visual Taman Apung Mas Kemambang.

2.1. Studi Pustaka

Dalam sub-bab studi pustaka ini menjelaskan tentang penelitian-penelitian sebelumnya yang masih relevan, serta menjadikannya sebagai studi komparatif untuk penunjang dalam proses pengumpulan data penelitian.

2.1.1. Jurnal perancangan dengan judul “Perancangan Identitas Visual Taman Kota 1 Tangerang Selatan Melalui Media Informasi”

Jurnal “Perancangan Identitas Visual Taman Kota 1 Tangerang Selatan Melalui Media Informasi” dirancang oleh Muhammad Akbar Hafidzan, dkk. Desain Komunikasi Visual Telkom University Bandung 2020 [5]. Jurnal Perancangan ini merupakan perancangan identitas visual Taman Kota 1 Tangerang Selatan, bertujuan untuk menciptakan identitas visual sebagai media informasi terhadap masyarakat Tangerang Selatan. Permasalahan yang diangkat dalam jurnal ini terkait peningkatan jumlah penduduk di Kota Tangerang Selatan yang menyebabkan kurangnya lahan terbuka seperti taman kota, atau lahan hijau lainnya (RTH) sehingga dapat mengakibatkan pencemaran lingkungan. Objek dari perancangan ini adalah salah satu taman yang berada di kota Tangerang Selatan yakni Taman Kota 1. Hasilnya adalah perubahan nama Taman Kota 1 menjadi “SOUTH TANGERANG CITY PARK” dengan taglinenya “The Living Green Area”, Kemudian logo, *sign system*, serta media pendukung seperti *website*, media sosial, *guide book* identitas visual, dan perlengkapan khusus untuk staff taman kota. Berdasarkan data jurnal tersebut, penulis menjadikan jurnal tersebut sebagai referensi perancangan

dikarenakan objek dan tema yang diangkat memiliki kesamaan dengan perancangan penulis yakni berkaitan dengan RTH. Namun yang membedakan perancangan ini dengan perancangan penulis adalah hasil karya perancangan. Karya yang akan penulis rancang terdapat maskot taman kota didalamnya. Dimana maskot untuk taman kota ini jarang ditemui dalam suatu karya perancangan identitas visual taman kota lainnya.

2.1.2. Jurnal perancangan dengan judul “Perancangan Identitas Visual Destinasi Wisata Kawasan Teluk Youtefa Kota Jayapura”

Jurnal “Perancangan Identitas Visual Wisata Kawasan Teluk Youtefa Kota Jayapura” dirancang oleh Anita Karunia, dkk. Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Makassar 2019 [6]. Tujuan dari perancangan ini adalah membuat identitas visual yang menarik dan sesuai dengan citra dari Teluk Youtefa. Sebagai bentuk upaya dalam mengembangkan promosi destinasi wisata yang akan diterapkan sebagai media identifikasi wisata Teluk Youtefa di Kota Jayapura. Objek perancangan ini adalah Teluk Youtefa yang berlokasi di Kota Jayapura. Jenis pendekatan yang digunakan dalam pengumpulan data pada perancangan ini adalah metode kualitatif yakni studi pustaka, observasi, wawancara, analisis SWOT, dan analisis STP. Hasilnya adalah logo sebagai *graphic standart manual* dalam buku panduan yang akan diaplikasikan ke dalam media pendukung *stationary*, dan *gift/merchandise*. Sehingga metode kualitatif yang digunakan oleh perancangan ini akan penulis jadikan sebagai referensi dalam pengumpulan data. Adapun pembeda perancangan ini dengan perancangan penulis terdapat pada objek perancangannya. Objek perancangan ini adalah Tempat wisata alam perairan di Teluk Youtefa kota Jayapura. Sedangkan penulis adalah taman kota (RTH) atau wisata alam buatan di Purwokerto.

2.1.3. Jurnal perancangan dengan judul “Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Bunga Nusantara”

Jurnal “Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Bunga Nusantara” dirancang oleh Kartika Noersalim Hartanto, dkk. Desain Komunikasi Visual Universitas Bina Nusantara Jakarta 2012 [7]. Tujuan dari jurnal perancangan ini untuk merancang ulang identitas visual Taman Bunga Nusantara yang dapat memberikan solusi pada taman tersebut, karena pada saat itu terdapat masalah dalam pencitraannya di mata masyarakat. Sehingga dapat memperbaiki citra Taman Bunga Nusantara, serta memberikan pengalaman baru dan menarik bagi masyarakat untuk mengunjungi taman tersebut. Objek perancangan ini adalah Taman Bunga Nusantara yang berlokasi di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Fokus perancangan ini adalah merancang ulang dan mem-*branding* identitas visual Taman Bunga Nusantara dengan menggunakan metode kualitatif dalam pengumpulan datanya. Hasilnya adalah logo yang diimplementasikan ke dalam *corporate stationery*. Adapun yang dapat dijadikan referensi dari perancangan ini ada pada proses kreatif dari karya identitas visual yang dihasilkan. Sedangkan yang jadi pembeda adalah pada perancangan penulis dicantumkan hasil karya yang lebih detail yakni logo dan *brand guidelines*, kemudian media pendukungnya berupa maskot, perlengkapan untuk staff (*T-Shirt*, topi), *signage*, dan *merchandise*.

2.2. Referensi Karya

Dalam sub-bab referensi karya ini membahas tentang hasil perancangan dari peneliti-peneliti sebelumnya, serta menjadikannya referensi dalam proses perancangan karya penelitian.

- 2.2.1. Karya referensi berjudul “Perancangan Identitas Visual Taman Kota 1 Tangerang Selatan Melalui Media Informasi”



Gambar 2.1. Referensi karya perancangan identitas visual dengan judul "Perancangan Identitas Visual Taman Kota 1 Tangerang Selatan Melalui Media Informasi"

(sumber: Jurnal perancangan Muhammad Akbar Hafidzan, dkk)

Karya desain perancangan berjudul “Perancangan Identitas Visual Taman Kota 1 Tangerang Selatan Melalui Media Infromasi” dirancang oleh Muhammad Akbar Hafidzan, dkk, Desain Komunikasi Visual Telkom University Bandung 2020 [5]. Karya identitas visual yang telah dirancang ini berupa logo, *sign system*, serta media pendukung berupa *website*, media sosial, *guide book* identitas visual, dan perlengkapan khusus untuk staff taman kota. Logo dari karya tersebut menggunakan gaya desain minimalis dan modern, serta menggabungkan 2 makna dalam satu bentuk. Makna taman sehat dan pusat taman kota yang digambarkan dengan orang bahagia yang mengangkat tangannya keatas, namun posisi tangan tersebut terlihat seperti sayap garuda yang menggambarkan suatu ikon kesatuan atau pusat. Kemudian implementasi dari logo tersebut kedalam media pendukung berupa *sign system* menggunakan gaya desain yang sama yakni minimalis dan modern. Dipadu dengan elemen visual berupa layout yang rapi dan warna yang segar dimata membuat identitas visual dari taman tersebut sesuai dengan citra yang ingin dibangun sebagai pusat taman kota. Hasil karya desain logo dan *sign system* serta konsep kreatif yang digunakan pada

perancangan tersebut akan penulis jadikan sebagai referensi dalam perancangan karya desain logo dan *signage* Taman Apung Mas Kemambang agar dapat mewakili citra dan keunikan dari Taman Apung Mas Kemambang.

2.3.1. Karya referensi berjudul “Perancangan Identitas Visual Destinasi Wisata Kawasan Teluk Youtefa Kota Jayapura”



Gambar 2.2. Referensi karya perancangan identitas visual dengan judul "Perancangan Identitas Visual Wisata Kawasan Teluk Youtefa Kota Jayapura" (sumber: Jurnal perancangan Anita Karunia, dkk)

Karya desain perancangan berjudul “Perancangan Identitas Visual Wisata Kawasan Teluk Youtefa Kota Jayapura” dirancang oleh Anita Karunia, dkk, Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Makassar 2019 [6]. Karya ilustrasi 2D berupa maskot yang mengangkat identitas budaya masyarakat setempat dan divisualisasikan dengan bentuk karakter *chibi* terlihat sangat menarik. Hal ini dapat mendukung upaya dari wisata Teluk Youtefa dalam menarik minat masyarakat lokal dan nasional dengan target seluruh lapisan masyarakat. Ilustrasi berupa maskot dari hasil karya perancangan tersebut akan penulis jadikan sebagai referensi dalam perancangan karya maskot Taman Apung Mas Kemambang agar

dapat mewakili citra dari Taman Apung Mas Kemambang serta dapat menarik masyarakat lebih luas lagi.

2.2.3. Karya referensi berjudul “Perancangan Identitas Visual Taman Burung Di Tmii Sebagai Objek Wisata Ex-Situ Pelestarian Burung Indonesia”



Gambar 2.3. Referensi karya perancangan identitas visual dengan judul “Perancangan Identitas Visual Taman Burung di TMII Sebagai Objek Wisata Ex-Situ Pelestarian Burung Indonesia” (sumber: Jurnal perancangan Forensa Setiawan.)

Karya desain tugas akhir berjudul “Perancangan Identitas Visual Taman Burung di TMII Sebagai Objek Wisata Ex-Situ Pelestarian Burung Indonesia” dirancang oleh Forensa Setiawan, Desain Komunikasi Visual BINUS *University* 2022 [8]. Penggunaan warna dari logo Taman Burung di TMII yang dirancang oleh Forensa Setiawan ini penulis jadikan sebagai referensi pemilihan warna dalam perancangan desain identitas visual pada Taman Apung Mas Kemambang. Karena setelah melakukan pengamatan melalui observasi dan wawancara secara langsung, warna identitas dari Taman Apung Mas Kemambang yang dapat dijadikan acuan adalah merah, hijau, dan kuning. Sehingga kombinasi warna pada logo tersebut dipilih karena memiliki kesan segar dan modern. Oleh karena itu, kombinasi warna tersebut digunakan untuk merancang logo, maskot, dan media pendukungnya diharapkan dapat mempresentasikan citra dan keunikan dari Taman Apung Mas Kemambang.

2.3. Dasar Teori

Dalam sub-bab dasar teori ini membahas tentang definisi, konsep, dan juga teori-teori yang tersusun secara sistematis dan dapat dijadikan dasar teori dalam proses perancangan karya.

2.3.1. Ruang Terbuka Hijau

Ruang terbuka hijau (RTH) merupakan ruang-ruang terbuka yang terdapat di perkotaan atau wilayah yang lebih luas dan bersifat terbuka yang memiliki berbagai tanaman dan pohon [9]. RTH dibagi menjadi 2 kategori yaitu RTH privat yang pengelolaannya dikelola oleh institusi tertentu atau perseorangan dan hanya dapat digunakan oleh kalangan tertentu. Sedangkan RTH publik pemilik serta pengelolanya dikelola oleh pemerintah dan dapat digunakan untuk masyarakat secara umum. Sehingga Taman Apung Mas Kemambang termasuk kedalam RTH publik.

2.3.2. Identitas Visual

a. Identitas Visual

Identitas Visual berdasarkan teori dan fungsinya adalah penampilan secara verbal dan visual dari suatu *brand*, yang terdiri dari Logo, *letterhead*, kartu nama, dan lainnya [10]. Sedangkan menurut fungsinya adalah sebagai sebuah konsep desain yang berkorelasi dengan kualitas dari suatu *brand*. Identitas visual juga merupakan perwakilan dari citra perusahaan yang dapat dirasakan oleh indra dan dapat menyampaikan pesan dari perusahaan tersebut melalui simbol dan ciri khas dengan elemen dasarnya berupa nama, logo, *tagline*, dan warna [11]. Sehingga identitas visual juga dapat membentuk kepercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan terkait informasi yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Oleh karena itu, penulis merancang identitas visual dari Taman Apung Mas Kemambang untuk membantu memberikan informasi dan kepercayaan kepada konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan yang diberikan melalui identitas visual.

b. Logo

Logo berdasarkan teori dan fungsinya adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diimplementasikan ke dalam berbagai media sebagai bentuk komunikasi visual [12]. Logo digunakan oleh penulis untuk menampilkan perwakilan dari seluruh fasilitas dan keunikan yang ditawarkan atau identitas utama dari Taman Apung Mas Kemambang.

2.3.3. Elemen Visual

a. Ilustrasi

Ilustrasi adalah suatu bidang seni dalam penggunaan gambar yang visualisasinya tidak dihasilkan dari kamera atau fotografi [13]. Maksud ilustrasi disini ialah gambar yang dihasilkan secara manual. Ilustrasi digunakan oleh penulis untuk mempercantik dan menarik perhatian pengunjung melalui maskot yang akan dirancang. Sehingga pengunjung dapat merasakan pengalaman yang baru dari fasilitas dan keunikan yang ditawarkan Taman Apung Mas Kemambang.

b. Tipografi

Tipografi adalah huruf-huruf yang disusun sehingga dapat dibaca tetapi masih mempunyai nilai seni dan desain. Tipografi difungsikan sebagai metode untuk menerjemahkan lisan ke dalam bentuk tulisan. Huruf-huruf yang telah disusun ini berfungsi sebagai alat komunikasi untuk menerjemahkan informasi ke dalam berbagai media [13]. Tipografi digunakan oleh penulis untuk mempermudah pengunjung dalam membaca atau memahami informasi yang telah disediakan oleh Taman Apung Mas Kemambang.

c. *Layout*

Layout merupakan susunan komunikasi visual seperti teks, gambar, dan lain-lain kedalam suatu bidang kosong. *Layout* sangat penting karena mengelola ruang kosong pada suatu bidang desain dan menjadikan informasi di dalam media mudah

dimengerti [13]. *Layout* digunakan oleh penulis untuk membantu merapikan *signage*, dan identitas visual sehingga dapat mempermudah pengunjung dalam melihat atau memahami informasi yang telah disediakan oleh Taman Apung Mas Kemambang.

d. Warna

Warna adalah kumpulan warna yang tergabung dalam sinar atau cahaya putih, kemudian diuraikan melalui sebuah kaca prisma menjadi 7 warna dasar yang terdiri dari warna merah, jingga, kuning, hijau, biru, indigo, dan ungu atau biasa disebut warna pelangi [14]. Warna digunakan oleh penulis untuk mempercantik tampilan visual dari identitas visual Taman Apung Mas Kemambang. Sehingga dapat mewakili ciri khas warna dari taman tersebut.