

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang perancangan terdahulu yang terdapat studi pustaka, referensi karya dan landasan teori. Perancangan yang terdahulu dijadikan sebagai bahan perbandingan yang akan dijelaskan nanti, baik dalam perbedaan dan persamaannya.

2.1 Studi Pustaka

2.1.1 Penelitian dengan judul “Perancangan Ulang *Visual Branding* Kampung Anggrek Sodong Di Desa Wisata Sodong-Mijen-Semarang”

Pada penelitian ini penulis mengambil referensi penelitian yang berjudul “Perancangan Ulang *Visual Branding* Kampung Anggrek Sodong Di Desa Wisata Sodong-Mijen-Semarang” yang disusun oleh Sri Dewi Rarasanti, Bernadus Andang Prasetya Adiwibawa, dan Annas Marzuki Sulaiman [4]. Perancangan ini dibuat untuk membuat *branding* identitas visual yang konsisten yang bertujuan untuk memperkenalkan kampung anggrek kepada masyarakat Semarang dan sekitarnya. Permasalahan pokok yang diangkat pada tulisan tersebut merupakan belum adanya penerapan identitas visual yang kuat dan konsisten, sehingga hasil rancangan ini akan menjadi sebuah *image* desa wisata yang dikenal dan meningkatkan daya tarik kunjungan.

Pada perancangan ini penulis menemukan persamaan yakni mengangkat topik perancangan ulang identitas visual yang konsisten untuk menjadi sebuah *image* yang baru pada objek. Persamaan juga ditemukan sama sama menggunakan metode kualitatif dengan analisis SWOT. Perbedaannya ada pada objek, objek ini Desa Wisata Kampung Anggrek yang dimana tentang agro pertanian, sedangkan penulis menggunakan objek tentang bahari.

2.1.2 Penelitian dengan judul “Perancangan Ulang Identitas Visual Desa Wisata Tempur Di Jepara Sebagai Bagian Dari Destination Branding”

Pada penelitian ini penulis mengambil referensi penelitian yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Desa Wisata Tempur Di Jepara Sebagai Bagian Dari *Destination Branding* karya Muhammad Khusni Muzzamil dan Toto Haryadi [5]. Penelitian ini dibuat untuk membuat identitas visual yang akan menjadi ciri khas untuk membangun kesadaran *brand* dari *branding* tempat Desa Wisata Tempur. Hasil dari penelitian ini berupa redesain logo dengan menggunakan konsep potensi pada desa.

Pada penelitian ini terdapat persamaan tujuan dengan topik yang penulis ambil, yaitu bertujuan untuk membuat identitas visual yang konsisten untuk *image* yang baru pada objek dan penerapan media yang sama, yaitu GSM dan beberapa media pendukung lainnya. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini menggunakan metode analisis SOAR, yaitu metode pengembangan alternatif dari teknik analisis SWOT untuk menguji kebenaran dari data yang telah dikumpulkan. Perbedaan juga ditemukan pada penelitian ini, bertujuan sebagai bagian dari *Destination Branding*, sedangkan penulis bertujuan hanya sebagai mengenalkan *image* yang baru pada objek.

2.1.3 Penelitian dengan judul “Penciptaan Redesain Identitas Visual Kampoeng Wisata Cinangneng Kabupaten Bogor”

Pada penelitian ini penulis mengambil referensi penelitian yang berjudul “Penciptaan Redesain Identitas Visual Kampoeng Wisata Cinangneng Kabupaten Bogor” karya Maria Imanuella Priambodo [6]. Penelitian ini bertujuan untuk membuat perancangan ulang identitas visual Kampoeng Wisata Cinangneng agar meningkatkan minat masyarakat luas dan menjadi *image* yang baru.

Penulis menemukan persamaan pada jurnal ini yaitu bertujuan membuat rancangan ulang identitas visual yang konsisten untuk mengenalkan *image* yang baru pada masyarakat agar mengetahui objek. Penggunaan media utama dan pendukung juga sama, yaitu menggunakan GSM dan *stationary*. Perbedaannya pada objek, Kampoeng Wisata Cinangneng adalah wisata edukasi yang berada di dataran tinggi, sedangkan Desa Wisata Kutawaru berada di dataran rendah dengan nuansa bahari.

Perancangan terdahulu tentang redesain *visual identity* sudah banyak dilakukan terutama perancangan *visual identity* untuk mengenalkan *image* yang baru, agar objek tersebut menjadi

dikenal oleh masyarakat luas atau wisatawan. Perancangan Desa Wisata Kutawaru di Cilacap saat ini masih belum ada yang menerapkan. Perancangan ini akan merancang ulang *visual identity* Desa Wisata Kutawaru yang akan diterapkan pada media utama dan pendukung.

Dalam penelitian yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Dan Dampak Ekonomi Pariwisata Di Desa Wisata Kutawaru Kabupaten Cilacap” membahas lebih dalam tentang aspek ekonomi Desa Wisata Kutawaru dan pemberdayaan masyarakat serta dampak ekonomi dari kegiatan pariwisata bagi masyarakat [7]. Pada penelitian ini membahas beberapa aspek dalam potensi Desa Wisata Kutawaru tersebut. Aspek yang ditinjau seperti aspek lingkungan sosial dan ekonomi, aspek teknis, dan juga ada aspek pasar dan pemasaran. Selain aspek tersebut, penelitian ini telah menghasilkan berbagai bentuk kegiatan inovasi masyarakat di Desa Wisata Kutawaru.

2.2 Referensi Karya

Referensi perancangan ini bertujuan sebagai referensi identitas-identitas visual yang dihasilkan pada media pendukung yang bertujuan mengenalkan Desa Wisata Kutawaru.

2.2.1 Perancangan Identitas Visual Kawasan Wisata Sumber Karya Indah Tajur Katulampa Bogor

Perancangan Identitas Visual kawasan Wisata Sumber Karya Indah Tajur Katulampa Bogor karya Dimas Kukuh Pradeno dan Asep Kadarisman, S.Sn., M.Sn [8]. Penulis menggunakan judul penelitian tersebut sebagai referensi desain pada logo, karena memiliki warna yang menarik, *colourfull*, simbolis dan unik sehingga mudah dikenali oleh masyarakat. Dengan penerapan logo dalam media pendukung akan menambah daya tarik masyarakat terhadap hasil perancangan penulis nantinya. Persamaan dalam penelitian ini yaitu mengangkat topik identitas visual, dan perbedaannya adalah dari objek yang diangkat. Penulis menggunakan objek Desa Wisata Kutawaru sedangkan peneliti menggunakan objek Wisata Sumber Karya Indah Tajur.



Gambar 2.1. Logo Sumber Karya Indah

Sumber : Dimas Kukuh (2019)

Logo tersebut didasarkan pada bentuk dasar tas yang berkaitan pada pesan yang disampaikan dalam konsep Sumber Karya Indah sebagai tempat berbelanja. Logo dari hasil Perancangan Identitas Visual Kawasan Wisata Sumber Karya Indah Tajur Katulampa Bogor ini menjadi referensi bagi penulis karena dari style warnanya, dengan warna yang *colourfull* menarik yang nantinya sesuai dengan target market penulis, yaitu remaja dan dewasa. Dengan membuat perancangan logo yang baru dan konsisten, Desa Wisata Kutawaru akan lebih dikenal oleh masyarakat luas dan memiliki ciri khas keunikan sendiri sehingga menjadi pembeda dengan kompetitor desa wisata lainnya.

2.2.2 Perancangan Identitas Visual Dan Implementasinya Pada Media Promosi Desa Wisata Temas Kota Batu

Perancangan Identitas Visual Dan Implementasinya Pada Media Promosi Desa Wisata Temas Kota Batu [9]. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menciptakan identitas visual pada media promosi Desa Wisata Temas sebagai wisata edukasi dan hiburan bagi siswa tentang pertanian organik di lingkungan desa. Penulis menggunakan judul penelitian tersebut sebagai referensi desain dengan layout yang sederhana dan modern. Persamaan dalam penelitian ini yaitu mengangkat topik tentang identitas visual dalam Desa Wisata, dan perbedaannya adalah dari objek.



Gambar 2.2. Logo Desa Wisata Temas Kota Batu
Sumber : Iklar Viola Clasic Tabeta, Maria Apsari Sugiat

Penggunaan logo dalam perancangan ini lebih menampilkan tentang potensi yang ada di Desa Wisata Temas Kota Batu, yaitu pertanian organik. Logo yang

membentuk matahari berwarna hijau, merah, oranye, biru dan juga terdapat garis lengkung, ikon berbentuk daun dan tipografi menggunakan sans serif tebal yang membuat *point of interest* pada logo. Penulis menggunakan referensi perancangan ini yang nantinya akan menghasilkan rancangan logo Desa Wisata Kutawaru dengan ciri khasnya, yaitu bernuansa bahari yang dekat dengan laut.

2.2.3 Perancangan Identitas Visual Dan Promosi Desa Wisata Batik Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten

Perancangan Identitas Visual Dan Promosi Desa Wisata Batik Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten karya Annisa Nurrohmani Marwansyah dan M. Isa Pramana Koesoemadinata S.Sn., M.Sn [2]. Perancangan ini membahas tentang identitas visual yang diimplementasikan pada berbagai media promosi.



Gambar 2.3. Logo

Sumber : Annisa Nurrohmani Marwansyah

Perancangan ini menggunakan jenis logo combination mark, dengan mengambil elemen dari salah satu motif batik Desa Jarum. Logo ini menjadi referensi bagi penulis dalam layout nya, terdapat 4 motif batik yang disederhanakan. Dari 4 motif batik tersebut penulis mendapatkan referensi dengan layout yang seperti itu akan ada beberapa icon dari objek wisata Desa Wisata Kutawaru.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 2.4. Font *Quicksand Bold*

Sumber : Annisa Nurrohmani Marwansyah

Penggunaan font dari *Quicksand Bold* ini terkesan seperti sederhana dan masa kini. Huruf ini merupakan huruf yang ada di logo. Penulis menemukan referensi menggunakan jenis huruf *sans serif* yang mirip dengan *Quicksand Bold*. Penggunaan huruf yang terkesan sederhana dan masa kini mampu membuat meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap Desa Wisata Kutawaru.

2.3 Landasan Teori

Landasan teori adalah sebuah konsep berisi pernyataan yang tersusun rapi dan sistematis mempunyai variable pada penelitian lantaran landasan teori sebagai landasan yang kuat pada penelitian yang akan dilakukan [10].

2.3.1 Desa Wisata

Desa Wisata merupakan lingkungan pedesaan yang mempunyai karakteristik khusus sebagai tujuan wisata [11]. Secara sederhana, desa wisata mengajak wisatawan untuk berkunjung ke suatu desa dengan melihat dan mempelajari potensi yang ada di desa sesuai keunikan desa masing-masing. Desa wisata memiliki faktor penting berupa sumber daya alam serta lingkungan alam. Masyarakat juga berperan penting dalam menentukan program kegiatan pada sebuah desa wisata karena sebagai sumber daya serta keunikan yang melekat.

Menurut jenis dan kategorinya, desa wisata dibagi menjadi 3 jenis, yaitu [12] :

1. Desa wisata rintisan, yaitu desa wisata yang masih berwujud potensi untuk menjadi desa wisata, sehingga wisatawan masih sedikit dan kesadaran masyarakat terhadap potensi desa masih kurang.
2. Desa wisata maju dan berkembang, yaitu desa wisata yang sudah mulai banyak kunjungan dan juga dukungan oleh masyarakat berupa kesadaran akan potensi wisata.
3. Desa wisata mandiri yaitu desa wisata yang telah memiliki inovasi untuk mengembangkan potensi desa dan telah berkembang menjadi kewirausahaan mandiri.

Menurut pola, proses, dan jenis pengelolaanya desa wisata di Indonesia terbagi dalam 2 jenis, yaitu [12] :

1. Tipe terstruktur/daerah kantong (*enclave*), ditandai dengan :

- a. Kawasan wisata yang dilengkapi infrastruktur lokal. Jenis ini memiliki keunggulan citra sehingga dapat diklaim secara internasional.
 - b. Lokasi biasanya jauh dari masyarakat, maka dampak negatif yang ditimbulkan lebih sedikit lalu ada juga pencemaran sosial budaya yang dikenali lebih awal.
 - c. Lahan yang terbatas dan masih dalam kapasitas perencanaan yang terintegrasi.
2. Tipe terbuka (*spontaneous*), yang mempunyai ciri dengan menyatunya wilayah yang berpenduduk padat masyarakat lokal dengan kehidupan yang baik.

Desa Wisata Kutawaru memiliki kategori sebagai Desa Wisata rintisan. Hal tersebut berdasarkan dari karakteristiknya, tentang masyarakat yang masih sedikit kesadaran akan potensi yang dimiliki Desa tersebut. Kunjungan pengunjung juga masih sedikit, sehingga Desa Wisata Kutawaru tergolong sebagai Desa Wisata rintisan.

2.3.2 Redesain

Redesain berasal dari kata *redesign* yang terdiri dari 2 kata, yaitu re- dan design. Kata re- mengacu pada pengulangan atau melakukan kembali, sehingga *redesign* dapat diartikan sebagai melakukan desain ulang [13]. Redesain mengandung pengertian merancang ulang sesuatu sehingga terjadi perubahan dalam penampilan atau fungsi.

2.3.3 Identitas Visual

Identitas visual adalah citra yang dipertahankan oleh suatu *brand/produk/perusahaan* yang terhubung untuk menyatukan konteks, audiens pada suatu *brand/produk/perusahaan* agar mudah diingat oleh audience [14]. Identitas visual merupakan penyampaian pesan perusahaan terhadap *audience* mengenai citra perusahaan, identitas visual merupakan ciri khas yang hanya dimiliki perusahaan, agar perusahaan mudah dikenal dan mendapat kepercayaan dari *audience*. Identitas visual akan memberikan citra bagi Desa Wisata Kutawaru dan menarik perhatian para masyarakat untuk berkunjung.

Elemen utama identitas visual terdiri dari logo, tipografi, warna, bentuk, ilustrasi, gambar, pola dan tekstur. Identitas visual berperan penting dalam membedakan suatu

brand/produk/perusahaan dengan kompetitor. Elemen-elemen identitas visual diantaranya [15] :

1. Bentuk, bentuk menentukan kekuatan dari identitas visual dan memiliki ciri khas sendiri yang unik, menarik, mudah diingat, dan menjadi pembeda dari kompetitor atau komparasi lain.
2. Warna, warna memiliki peran yang besar terhadap identitas visual karena warna bisa meningkatkan *brand awareness* dan menjadi warna corporate dari sebuah objek.
3. Tipografi, merupakan jenis huruf/*typeface* yang membawa kepribadian dan emosinya sendiri.
4. Ilustrasi adalah sebuah gambar yang secara visual dapat menjelaskan maksud atau tujuan. Ilustrasi tersebut memperkuat makna logo dan identitas logo menjadi lebih dikenal.

2.3.4 Logo

Logo adalah salah satu bentuk atau ciri khas atau tanda dari identitas perusahaan. Logo dapat dikatakan pengembangan dari suatu simbol sehingga dapat menyampaikan identitas suatu *brand*/produk/perusahaan kepada audiens [16]. Logo memiliki fungsi sebagai identitas yang dapat membentuk dan menanamkan citra pada audiens. Dalam konsep identitas tentang logo, nama dan logo merupakan identitas utama sehingga logo merupakan ujung tombak strategi pembangunan citra/merek.

Adapun jenis logo yaitu [17] :

1. *Logotype* atau disebut *Word Marks/Brand Mark*. Logotype adalah logo yang hanya tersusun dari huruf atau kata, tidak ada simbol didalamnya.
2. *Iconic/Symbolic*, disebut sebagai *Device Marks/Brand Mark*. Logo ini merupakan logo yang juga berupa ikon atau symbol.
3. *Combination mark*, merupakan kombinasi dari logotype dan iconic symbolic.
4. *Name/Symbol Logo*, biasa diistilahkan sebagai “logo huruf” atau logotype. Penciptaanya berdasarkan gabungan bentuk visual serta beberapa huruf/angka.
5. *Pictorial Name Logo*, logo yang hanya memakai nama produk sebagai bagian penting dari bentuk logo, keseluruhan logo ini memiliki gaya sangat khusus.

Menurut Rustan dalam bukunya yang berjudul “Mendesain Logo”, berdasarkan anatomi logo dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu [18] :

1. *Picture Mark*, logo yang didominasi dengan gambar. Dapat berupa foto, gambar, yang disederhanakan menjadi kata, huruf, atau tanda baca.
2. *Letter Mark*, logo yang didominasi oleh font yang berisi tanda huruf, kata yang disederhanakan, huruf dan singkatan

Penulis akan menggunakan jenis logo gabungan *logotype* dan *logomark*. Menggabungkan bentuk gambar sebagai icon dan juga sedikit teks sebagai pengenalan logo baru. Penggunaan jenis *logomark* akan terlihat lebih fleksibel dalam penerapannya, sedangkan *logotype* akan mendukung *logomark* memberi teks sebagai arti logo.

Penulis menggunakan dasar teori pengaplikasian teori Gestalt pada logo. Teori Gestalt ramai dipakai pada proses desain serta cabang seni rupa lainnya, karena banyak mengartikan dengan cara apa persepsi visual bisa terbentuk. Beberapa prinsip Gestalt yang banyak digunakan dalam desain grafis, yaitu ada *similarity* (kedekatan bentuk), *proximity* (kedekatan posisi), *continuity* (kesinambungan pola), dan *closure* (penutupan bentuk). Desain yang baik sudah pasti memiliki struktur konseptual yang jelas dan sangat sederhana untuk dipahami orang ketika mereka melihat dan berinteraksi. Prinsip Gestalt menjelaskan bagaimana dan mengapa kita melihatnya sebagai objek yang sangat berbeda secara keseluruhan, yaitu ketika kita dihadapkan pada desain yang sulit diimplementasikan lalu kita dapat menggunakan prinsip Gestalt untuk membantu menganalisis dan kemudian mengeksplorasi serta memperbaiki.

2.3.5 Brand Guidelines

Brand Guidelines merupakan buku panduan yang berisi aturan dan penggunaan Identitas Visual Desa Wisata Kutawaru Cilacap yang mencakup logo, warna, tipografi, serta penerapannya pada media pendukung [19]. Dengan adanya Brand Guidelines, identitas visual Desa Wisata Kutawaru Cilacap dapat diterapkan dengan baik dan sesuai aturan. Media ini akan berbentuk fisik dan digital.

