

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Identitas visual adalah gambaran sebuah produk, perusahaan, atau individu yang dapat diidentifikasi secara visual. Identitas Visual digunakan untuk mengenali dan juga membedakan satu dengan yang lainnya. Identitas yang ditampilkan secara konsisten akan memberikan gambaran pada publik bahwa entitas (barang/jasa, organisasi/perusahaan, tempat/daerah, dsb) tersebut konsekuen dan professional [1]. Identitas visual kota juga merupakan elemen penting dalam membangun sebuah kota dalam berbagai tujuan, contohnya untuk meningkatkan *brand awereness* sehingga masyarakat lebih *relate* dengan *branding* kotanya sendiri. Lalu untuk tujuan lainnya adalah meningkatkan kunjungan wisata ke kota itu sendiri sehingga membuat perekonomian dalam kotanya semakin bagus. Dalam penelitian ini objek yang dituju adalah Kota Binjai karena kota ini mempunyai masalah dengan identitasnya.

Kota Binjai awalnya merupakan sebuah kampung kecil yang terletak di tepi Sungai Bingai, nama Binjai sebenarnya adalah nama suatu pohon besar dan rindang tumbuh dengan kokoh di tepi Sungai Bingai. Dalam perkembangannya Kota Binjai menjadi salah satu daerah tingkat II di provinsi Sumatera Utara telah memperluas dirinya dengan pemekaran wilayahnya, dengan luas wilayahnya 90,23 km dengan 5 wilayah kecamatan dan terdiri dari 37 kelurahan. Kota Binjai cukup strategis untuk menjadikannya berkembang pesat menjadi kota perdagangan karena berada di jalur lintas Sumatera. Jalur ini menghubungkan Kota Binjai dengan Kota atau di Kabupaten di Sumatera Utara, seperti Kota Medan, Kabupaten Langkat, dan Provinsi Daerah Istimewa Aceh [2]. Kota Binjai sendiri mempunyai beberapa keunggulan yang dapat ditonjolkan yaitu adalah program yang Bernama

“Binjai *Smart City*“, program ini merupakan sebuah aplikasi yang bisa digunakan masyarakat untuk pengaduan atau melaporkan sesuatu yang terjadi di sekitar mereka. Kota Binjai merupakan kota yang cukup bersih dibanding kota lainnya sehingga membuat masyarakat yang ada di dalam kota ini nyaman dengan kondisi dalam kotanya [3] . Indeks toleransi beragama cukup tinggi karena bisa dilihat dari tidak adanya berita tentang perselisihan antar umat beragama di kota ini [4], lalu yang terakhir adalah Kota Binjai sangat terkenal dengan buah rambutannya yang sangat enak dan manis hingga tersebar ke seluruh penjuru nusantara.

Namun dalam beberapa tahun terakhir dikabarkan Kota Binjai ini memiliki angka kunjungan wisata yang rendah dikarenakan kurangnya kepedulian pemerintah setempat untuk melakukan promosi yang gencar perihal keunggulan yang mereka punya [5] . Dengan rendahnya angka kunjungan wisata yang terjadi di Kota Binjai maka perlu ada peningkatan promosi dari pemerintah kota, salah satu bentuk promosi yang perlu dicoba untuk meningkatkan angka kunjungan wisata ke dalam kota ini adalah dengan perancangan *city branding* yang efektif. Kota Binjai sendiri sudah memiliki *city branding* berupa slogan dan tugu yang bertuliskan slogan tersebut namun *city branding* yang mereka lakukan tidaklah efektif sehingga tidak ada peningkatan dalam angka kunjungan wisata ke dalam kota ini, umumnya *city branding* memiliki sebuah identitas visual untuk menguatkan citranya agar bisa lebih dikenali karena visualnya.

Sebelum menjadi Binjai kota rambutan, Kota Binjai sebelumnya memiliki *city branding* yang berjudul “ Binjai Kota Idaman “ yang digunakan mulai pada tahun 2010 sampai dengan tahun 2020, Binjai Kota Idaman sendiri diambil dari nama Walikota Kota Binjai yaitu H.M. Idaham yang di lanjutkan penggunaannya saat slogan ini muncul pada kampanye pemilihan Walikota 2010 silam [6] . Namun beberapa waktu terakhir ini *city branding* Binjai Kota Idaman dinilai warga tidak mencerminkan kondisi yang sedang dialami Kota Binjai ini sendiri, dikarenakan banyak kondisi infrastruktur dalam kota nya

yang rusak dan tidak kunjung diperbaiki pemerintah [7] . Pada tahun 2021 *city branding* ini pun diganti seiringan dengan pergantian kepala pemerintahan yang baru di Kota Binjai yaitu menjadi “ Binjai Kota Rambutan “ . Binjai Kota Rambutan juga mempunyai identitas visual untuk mendukung *city branding* yang mereka punya berupa logo dan hanya logo saja, sementara untuk membuat identitas visual yang lebih utuh maka diperlukan beberapa elemen desain untuk melengkapi identitas visual Binjai Kota Rambutan. Logo Binjai Kota Rambutan juga tidak merepresentasikan kota rambutan karena logonya tidak menggambarkan rambutan secara jelas, menurut survey dari masyarakat identitas visual ini tidak menarik sehingga tidak meninggalkan kesan yang baik bagi para pengunjung, padahal identitas visual sendiri mempunyai manfaat untuk meningkatkan *brand awereness* dan juga *recognition* terhadap *brand* itu sendiri yang dipenelitian ini *brand* nya adalah Kota Binjai, lalu manfaat yang kedua adalah untuk membuat target audiens merasa lebih *relate* dengan *brand* itu sendiri [1]. Maka dari itu perancangan ini dibutuhkan untuk mengingatkan kembali masyarakat nya terhadap kota rambutan dan juga nantinya akan meningkatkan kunjungan wisata ke Kota Binjai sehingga membuat perekonomian Kota Binjai juga membaik. Perancangan ini akan berfokus pada Kota Binjai sebagai objek dari penelitian dan data perancangannya juga, lalu perancangan ini difokuskan untuk merancang identitas visual Binjai kota rambutan meliputi logo, graphic standart manual, banner, feed instagram, instastory, landmark, merchandising, decal, header website, stationary serta panduan pengaplikasian seluruh elemen visual.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam Rumusan masalah kali ini penulis akan mengemukakan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan latar belakang diatas, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang identitas visual Sebagai Media Promosi Binjai Kota Rambutan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut ;

1. Menemukan Rancangan identitas visual Sebagai Media Promosi Binjai Kota Rambutan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian perancangan media pembelajaran ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Institusi

Dapat menjadi salah satu referensi dan bahan pengkajian dalam menerapkan teori pada bidang ilmu Desain Komunikasi Visual bagi mahasiswa Institut Teknologi Telkom Purwokerto.

2. Manfaat Keilmuan DKV

Dapat menjadi referensi mengenai bagaimana cara membuat sebuah perancangan media pembelajaran serta dapat dijadikan acuan dan tambahan wawasan untuk mendorong adanya penelitian lebih lanjut guna meningkatkan mutu pendidikan.

3. Bagi Masyarakat

Hasil perancangan ini dapat meningkatkan angka kunjungan wisata ke Kota Binjai sehingga dapat juga meningkatkan ekonomi masyarakat kotanya.