

VISUAL BRANDING HOT WATER BOOM
SAPAN MALULUANG SOLOK SELATAN

JURNAL

Diajukan kepada Universitas Negeri Padang
Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual



Oleh

VIVIEN DAMARA HANDINA

14027012

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode September
2018

HALAMAN PERSETUJUAN
JURNAL
“VISUAL BRANDING HOT WATER BOOM
SAPAN MALULUANG SOLOK SELATAN”

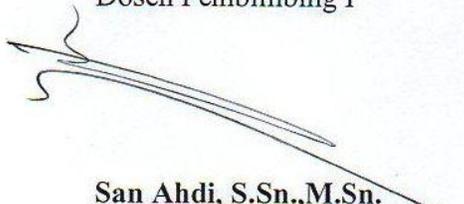
VIVIEN DAMARA HANDINA

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Vivien Damara Handina “*Visual branding Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan” untuk persyaratan wisuda Periode September 2018 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, 24 Juli 2018

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing I


San Ahdi, S.Sn.,M.Sn.
NIP :19791216.200812.1.004

Dosen Pembimbing II


Dr. M. Nasrul Kamal,M.Sn.
NIP : 19630202.199303.1.002

Mengetahui :
Ketua Jurusan Seni Rupa,


Drs. Svafwan,M.Si
NIP .19570101.198103.1.010

VISUAL BRANDING HOT WATER BOOM
SAPAN MALULUANG SOLOK SELATAN

Vivien Damara Handina¹, San Ahdi², M. Nasrul Kamal³
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email: Viviendamarahandina@gmail.com

ABSTRAK

Solok Selatan adalah gabungan dari daratan rendah dan tinggi, dengan adanya sungai dan bukit maupun hutan tropis yang masih alami, karena keunggulan alamnya maka Solok Selatan sangat penting untuk dipromosikan. Salah satu tempat wisatanya dari solok selatan yaitu *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan. Tujuan perancangan *Visual Branding Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan berharap dapat membawa citra positif melalui pendekatan nilai budaya sekaligus mengenalkan aset yang dimiliki Solok Selatan sebagai tujuan wisata yang berkelanjutan.

Konsep perancangan *Visual Branding Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan menghadirkan logogram dan logotype yang diambil dari konsep yang berakarakteristik dalam membangun pesan verbal dan pesan visual. Metodologi perancangan ini menggunakan pendekatan analisis SWOT untuk mencari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam mengembangkan wisata *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan. Perancangan *Visual Branding Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan diaplikasikan pada manual book, sebagai media utama dan *stationery set*. Serta Media pendukung berupa poster, x-Banner, mug, stiker, baju kaos, brosur, dan spanduk. Penerapan *layout* atau tata letak media pendukung sesuai dengan prinsip-prinsip desain agar mendapat hasil yang baik. Harapannya dengan adanya perancangan *Visual Branding Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan dapat menjadi kontribusi yang berarti melalui daya cipta kreativitas dalam mendukung kepariwisata kota Solok Selatan.

Kata Kunci : *Visual Branding, Hot Water Boom, Sapan Maluluang Solok Selatan*

¹Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2018

²Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

³Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

ABSTRACT

South Solok a blend lowland, and highlands interspersed with rivers and mountains with tropical forests are still beautiful, with such a natural condition that South Solok tourism store potentially very promising to be developed. One of the places from southern solok is Hot Water Boom Sapan Maluluang South Solok. The purpose of designing Visual Branding Hot Water Boom Sapan Maluluang South Solok hopes to bring a positive image through the approach of cultural values as well as introducing the assets owned by South Solok as a sustainable tourism destination.

The concept of designing Visual Branding Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan presents logogram and logotype taken from the concept that berakteristik in building verbal messages and visual messages. This design metodeology uses a SWOT analysis approach to find strengths, weaknesses, opportunities, and threats in developing the Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan tour. Visual Branding Design Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan applied to the main media manual book, and stationery set. Supporting media in the form of posters, x-Banners, mugs, stickers, t-shirts, brochures, and banners. Application of layout or layout of supporting media in accordance with the principles of design in order to get good results. The hope with the design of Visual Branding Hot Water Boom Sapan Maluluang South Solok can be a significant contribution through the creativity of creativity in supporting the tourism city of South Solok.

Keywords: Visual Branding, Hot Water Boom, Sapan Maluluang Solok Selatan

¹Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2018

² Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

³Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

-BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan wawancara dengan Jupriadi, Koordinator pengelola lapangan dari *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan pada tanggal 22 Desember 2017, mengatakan bahwa *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan belum melakukan *branding* pada tempat wisata tersebut. serta belum memiliki sebuah logo sebagai identitas visual sebuah perusahaan dan media promosi yang belum efektif. Sehingga tidak banyak wisatawan yang mengetahui tempat wisata pemandian air panas *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan ini.

Branding disektor industri pariwisata merupakan strategi penting untuk membuat posisi yang kuat didalam benak target pasar, seperti layaknya posisi sebuah produk dan jasa, sehingga daerah tersebut dapat dikenal secara luas. *Branding* secara umum merancang brand image baru untuk meningkatkan nilai jual suatu perusahaan salah satunya adalah meningkatkan *brand Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan.

Penjelasan tersebut diperkuat oleh Kotler (2009:332) mengatakan bahwa:

”*Branding* merupakan rancangan, maupun kombinasi dari semuanya berupa warna, tanda, simbol yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya (membedakan) dari barang atau jasa pesaing.

Sesuai penjelasan di atas *Branding* adalah merancang sebuah identitas yang bertujuan untuk memperkenalkan sebuah perusahaan atau sebagai pembeda perusahaan yang akan dipromosikan. Solok Selatan adalah gabungan antara daratan rendah dan dataran tinggi dengan adanya pegunungan dengan hutan tropis yang masih asri. Salah satu tempat wisata yang merupakan *icon* dari Solok Selatan yaitu *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan.

Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan ialah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata yang mengembangkan objek wisata berupa pemandian air panas yang bertempat di kabupaten Solok Selatan, Sumatra Barat. *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan ini merupakan pemandian air panas yang berasal dari pegunungan. Objek wisata ini dikelola oleh pemerintah daerah kabupaten Solok Selatan yang dibangun pada tahun 2009 yang memakai APBD Kabupaten Solok Selatan. *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan sampai saat ini belum melakukan *branding* pada media promosi apapun serta belum adanya logo untuk identitas *Branding*.

Budaya merupakan cara hidup manusia yang turun secara temurun kepada generasi berikutnya. Tasmuji (2011 : 160) Kluckhon dalam bukunya yang berjudul *Universal Categories of Culture* membagi “kebudayaan yang ditemukan pada semua bangsa didunia dari system kebudayaan yang sederhana seperti masyarakat perdesaan hingga system kebudayaan yang kompleks seperti masyarakat perkotaan”. Budaya yang ada pada daerah Kabupaten Solok Selatan

sangat penting dipromosikan karena memiliki banyak potensi alam yang dapat dikembangkan.

Pendapat Kotler dan Amstrong (2010) mengatakan promosi adalah cara perusahaan berusaha untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan audiens tentang produk dan jasa dengan strategi *branding*. Perancangan *branding* ini dilakukan dengan pendekatan budaya yang didasari oleh pohon ilmu desain komunikasi visual. Visual branding memperkuat merk yang dibangun seperti halnya branding Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan sebagai media komunikasi dan promosi kepada audience.

Hal tersebut pada teori promosi dan *branding* Menurut College (2008:290) mengatakan :

“*Branding* adalah kegiatan investasi, dimulai dari menentukan nama merek (*brand*), pembuatan logo brand/merek hingga kegiatan brand building yang juga meliputi *positioning*”. *Branding* merupakan kegiatan dari *marketing* yang memasarkan merek dalam suatu penjualan.

Dimana dalam perancangan *branding* dapat diambil dari ilmu desain dan ilmu komunikasi dengan salah satunya didukung oleh ilmu social dan budaya. Ilmu merupakan salah satu faktor pendekatan yang menyatukan sebuah komunikasi sehingga terbentuk *branding Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan* dengan menciptakan sebuah logo *Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan* sebagai pelengkap proses *branding*.

Penjelasan tersebut diperkuat oleh para ahli Menurut Rustan (2013:12). Logo terdiri dari elemen gambar dan tipografi. Tipografi adalah cara memilih serta mengatur huruf untuk kenyamanan dalam membaca.

Berdasarkan teori di atas, penulis menyimpulkan bahwa untuk menyelesaikan masalah tersebut *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan memerlukan perancangan *branding* berupa logo yang dapat menjadi *brand* bagi target audiens atau wisatawan dalam pengaplikasian media promosi yang informatif dan komunikatif agar dapat meningkatkan banyaknya pengunjung baik didalam dan diluar kota Solok Selatan yang berdampak pada pendapatan pada *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan.

Berujuk dari paparan di atas, maka judul yang penulis angkat pada perancangan sebuah tugas akhir yang berjudul “***Visual Branding Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan***”.

B. Metode Perancangan

Metode perancangan digunakan dalam merancang sebuah *visual branding Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan, didukung teori yang dikemukakan oleh Sihombing (2015:191) mengatakan :

“seseorang desainer *grafis* perlu memahami kaidah yang tercakup dalam teori *gestalt* agar mampu membangun logika-logika parses visual dalam berkarya sehingga karya desain yang dihasilkan memiliki kekuatan fungsi dan estetika”. Melalui teori *gestalt* dapat dilahirkan solusi untuk menyederhanakan masalah visual.

Berdasarkan teori tersebut di atas menjabarkan respon manusia dalam mempresentasikan sebuah objek yang bentuk keseluruhannya diserap terlebih dahulu ketimbang melihat bagian-bagiannya.

Metode perancangan dalam karya akhir ini menginformasikan lewat media visual branding diawali dengan tahapan pengumpulan data yaitu cara dilakukan penulis dalam memperoleh data baik data dari lapangan maupun kajian pustaka. Perancangan branding ini dilakukan dengan pendekatan atau penelusuran untuk memahami suatu gejala sentral dan menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari narasumber.

C. Metode Analisis Data

Metode Analisis data Nadia dalam Sarwono & Lubis (2016) “Bahwa analisis data SWOT dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang hal yang telah ada atau telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan mengurangi resiko yang mungkin akan terjadi”. *Visual Branding Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan* ini menggunakan metode analisis SWOT.

a. Strength / kekuatan

- 1) Keindahan asli alam Solok Selatan
- 2) Memiliki pelayanan yang bagus
- 3) Sudah dikenal sebagai objek wisata pemandian air panas
- 4) Salah satu tempat pemandian air panas pertama di daerah Solok Selatan.
- 5) Sumber air panas yang berasal dari kaki Gunung Kerinci

b. Weakness / Kelemahan

- 1) Promosi yang minim.
- 2) Belum menerapkan program *branding*.
- 3) Belum memiliki daya tarik yang kuat pada perusahaan ini.
- 4) Bertambahnya pesaing dibidang pariwisata dan tempat wisata khususnya didaerah Solok Selatan.
- 5) Letak tempat perusahaan yang tidak strategis atau jauh dari jalan raya.
- 6) Kurangnya menanamkan citra perusahaan yang memberi kepercayaan dan keyakinan terhadap keberadaannya.

c. Opportunity / Peluang

- 1) Memiliki fasilitas yang cukup baik.
- 2) Adanya identitas visual baru *Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan* diharapkan dapat dikenal dan diingat oleh pengunjung didalam maupun diluar kota Padang.
- 3) Kerja sama antara pengelola dan pimpinan perusahaan menjadikan untuk maju dalam memperkenalkan objek wisata *Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan* dimata khalayak.

d. Threat / Ancaman

- 1) Pesaing yang semakin ketat dengan bermunculnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang Pariwisata khususnya diwilayah Solok Selatan maupun diluar Sumatera Barat.
- 2) Persaingan dalam menarik minat pengunjung pada objek wisata lainnya.

Hasil SWOT di atas penulis menyimpulkan bahwa Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan memiliki udara yang sejuk dengan pemandangan alam yang asri sehingga memberikan kenyamanan kepada audience untuk memadukan antara modernisasi dengan tradisi atau adat. Serta memiliki keunggulan pemandian air panas yang berasal dari kaki gunung Kerinci.

D. Pembahasan

1. Media Utama

Media utama adalah bidang yang paling diutamakan atau yang paling pokok sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan promosi. Media utama harus mampu mencakup hal yang penting dalam perancangan sebuah media komunikasi *visual*.

a. Manual Book

Manual book adalah cara penyampaian media digunakan untuk menyampaikan rincian dari pembuatan logo dari awal sampai penerapan dalam media utama dan media pendukung.

Ukuran : A5
Warna : Kuning dan jingga
Material : Inkjet Paper
Teknik : Digital Printing

b. Media Stationery Set

1) Kartu Nama

Kartu nama ialah kartu dengan tujuan menyampaikan informasi tentang sebuah perusahaan/jasa bertujuan penghafal dalam pikiran

audien tentang perusahaan yang dipromosikan. Kartu nama digunakan sebagai bentuk identitas perusahaan yang nantinya didalam kartu nama tersebut terdapat identitas tentang perusahaan.

Ukuran : 9 x 5,5 cm
 Warna : Jingga
 Material : Art Karton
 Teknik : Digital Printing

2. Pendekatan Verbal

Perancangan *branding Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan* ini menggunakan *logotype* yaitu : “Sapan Maluluang Solok Selatan” yang merupakan nama daerah ditempat wisata *Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan*. *Tagline* ini dirancang untuk melengkapi perancangan logo.

3. Pendekatan Visual

a. Data Visual Logo

Bentuk visual logo yang penulis rancang adalah bentuk dari penyederhaan gonjong rumah yang memiliki nilai klasik dan tradisional yang disampaikan untuk mengenalkan budaya Minangkabau kepada wisatawan yang datang di tempat wisata *Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan*. Bentuk gonjong rumah gadang menyederhanakan memakai teori *gestalt*.

b. Tipografi

Tipografi yang digunakan adalah huruf yang sederhana ,kokoh, fleksibel ,dan dapat menampilkan karakter budaya dan orisinilitas. Tingkat kenyamanan dalam membaca juga didukung dengan pemilihan *font* (huruf) yang tepat. Jenis tipografi yang akan dipakai dalam logo *branding* adalah jenis tipografi yang memiliki tingkat keterbacaan yang sangat baik, disamping itu juga memiliki kesan yang simple dan dinamis, serta tipografi dapat menampilkan kesan kebudayaan yang kokoh dan elegan. Alternatif huruf yang penulis ambil dari perancangan logo “*HOT WATER BOOM*” dan logo *type* “SAPAN MALULUANG SOLOK SELATAN” adalah :

a. **Gretoon**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

012345678910

b. **VINEGAR STROKE**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

012345678910

c. Tunga

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

12345678910

d. Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

12345678910

Tabel 1 Jenis Tipografi

Sumber : Vivien Damara Handina, 2018

Beberapa alternative tipografi di atas, terpilih satu alternative yaitu *VINEGAR STROKE* yang digunakan pada tulisan “*HOT WATER BOOM*” yang mengambil ide dari bentuk air, karena tempat wisata *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan merupakan tempat bermain air dengan beberapa wahana. Huruf ini dipilih karena sangat mendekati konsep identitas dan juga mempresentasikan situasi dan budaya dari *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan serta juga baik dalam tingkat keterbacaan yang memudahkan pencapaian komunikasi yang baik dan efektif. Pada perancangan *logotype* “SAPAN MALULUANG SOLOK SELATAN” menggunakan huruf “*Tunga*”. Huruf ini dipilih karena kesan casual, tegas namun dinamis, dan tingkat keterbacaan sangat jelas, memberikan kesan minimalis, simple, dan sederhana

c. Warna

Warna yang dipakai pada perancangan *branding Hot Water Boom*

Sapan Maluluang Solok Selatan antara lain :

Tabel. Alternatif warna yang digunakan dalam perancangan *branding*

Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan

Warna	RGB / CMYK			
	R 237	G 5	B 12	-
	C 100	M 0	Y 0	K 0
	C 0	M 60	Y 100	K 0
	C 0	M 0	Y 0	K 100

Tabel 2 Warna pada media

Sumber : Vivien Damara Handina, 2018

Warna yang digunakan pada logo adalah warna Biru dan merah. Merah digunakan pada tulisan “*HOT*”, warna biru digunakan pada kata “*WATER BOOM*”, dan warna merah digunakan pada tulisan “*SAPAN MALULUANG SOLOK SELATAN*”. Sedangkan untuk pengaplikasian warna pada media pendukung, penulis tetap dominan memakai warna jingga dan kuning.

Memfaatkan elemen-elemen warna yang dijelaskan di atas diharapkan akan menghasilkan sebuah layout yang menarik dan dinamis

yang memerhatikan kesatuan, keseimbangan, keserasian, dan penekanan yang baik dalam merancang *visual Branding Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan*.

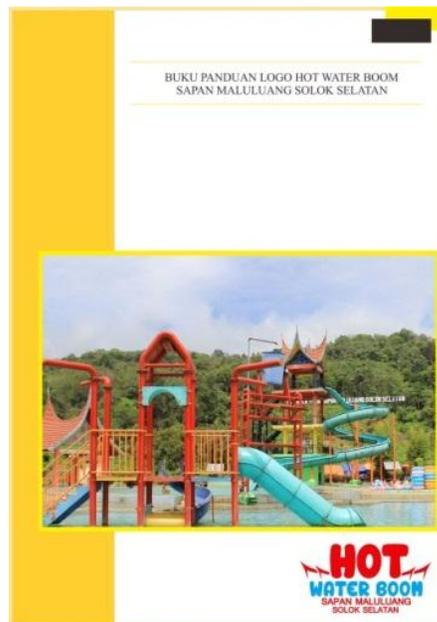
2. Media Pendukung

Media pendukung adalah media komunikasi yang menjadi keseimbangan diluar media utama. Dalam perancangan karya akhir ini penulis membuat media pendukung sebagai media promosi diluar dari media utama sebagai pengaplikasian logo, yaitu : Poster, *X-Banner*, Mug, Stiker, *T-Shirt*, brosur, Spanduk.

D. Final Desain

1. Media Utama

a. Cover Manual Book (Depan)



Cover Manual Book

b. Isi Manual Book

Kata Pengantar
Manual Book

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT untuk berkah dan karunianya membuat penulis dapat menyelesaikan perancangan logo pada manual book ini, yang berjudul "Buku Panduan Logo Hot Water Boom Sapar Maluluang Solok Selatan". Dalam perancangan ini saya berharap peningkatan citra yang positif muncul dari internal maupun eksternal pada perusahaan ini. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata. Untuk memperkuat identitas ini, saya menamakan visi misi dan seluruh identitas perusahaan dalam sebuah visual logo yang menggambarkan Hot Water Boom Sapar Maluluang Solok Selatan yang masih memiliki nilai tradisional tapi tetap berbau modern. dalam perancangan manual book ini dibutuhkan kehati-hatian dalam perancangannya agar terciptanya sebuah konstistensi visual demi mewujudkan perusahaan yang profesional. Cukup sekian pengantar dari saya pada perancangan manual book ini. Saya ucapkan sekian Terima Kasih.

Vivian
Perancang

Latar Belakang
Manual Book



HOT WATER BOOM
SAPAN MALULUANG
SOLOK SELATAN

Latar Belakang Masalah

Hot Water Boom Sapar Maluluang Solok Selatan adalah salah satu perusahaan yang bergerak di dalam bidang pariwisata yang mengembangkan objek wisata berupa pemandian pemandian air panas yang bertempat di Kabupaten Solok Selatan, Sumatra Barat. Objek wisata ini dikelola oleh pemerintah daerah Kabupaten Solok Selatan yang dibangun pada tahun 2009 dengan memakai APBD Kabupaten Solok Selatan.

Perancangan branding Logo Hot Water Boom Sapar Maluluang Solok Selatan ini dilakukan karena belum adanya logo sebagai identitas perusahaan agar terlihat dinamis, mulai dari tipografi, warna, dan citra agar bisa memunculkan karakteristik dari visi dan misi Hot Water Boom Sapar Maluluang Solok Selatan yang bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dari dalam, luar kota maupun diluar Sumatera.

Maka dari itu untuk perusahaan memiliki identitas dibuatlah logo baru sesuai dengan visi dan misi perusahaan dengan didasarkan ilmu Desain Komunikasi Visual

Makna Logo
Manual Book

Pembagian dari Logo



HOT



WATER BOOM



**SAPAN MALULUANG
SOLOK SELATAN**



HOT WATER BOOM
SAPAN MALULUANG
SOLOK SELATAN

Merupakan bentuk penyederhana dari Gonjong Rumah Gadang, karena sesuai dengan kotanya yang dikenal dengan sebutan "Seribu Rumah Gadang"

Merupakan bentuk dari air yang berwarna merah berartikan bahwa air itu panas/Hot karena wisata ini adalah wisata air panas

Merupakan penyederhana bentuk dari air yang berwarna biru serta menggambarkan kesegaran dan adanya wahana bermain terdapat pada kata "Water Boom".

Warna
Manual Book

Warna



Merah



Biru

Makna warna pada logo :

- Warna Merah : Warna yang memberi energi untuk menyrukan terlaksananya suatu tindakan, juga mengartikan kehidupan dan juga kebahagiaan.
- Warna Biru : Warna memberi efek menenangkan, ekspresi, dan juga simbol kekuatan.

Warna pada media pendukung

#E67E22 #E91E63



Warna pada media pendukung

#009688 #00BCD4





HOT WATER BOOM
SAPAN MALULUANG
SOLOK SELATAN

Warna merah dipilih sebagai warna perancangan logo Hot Water Boom Sapar Maluluang Solok Selatan karena menggambarkan objek wisata yang merupakan wisata pemandian air panas

Warna biru dipilih sebagai warna perancangan logo Hot Water Boom Sapar Maluluang Solok Selatan karena menggambarkan warna air yang menghidupkan kehidupan

Tipografi Manual Book

Jenis Tipografi yang dipakai pada perancangan logo Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan adalah jenis font yang memiliki tingkat keterbacaan yang sangat baik, disamping itu juga memiliki kesan simple.

Alternatif Tipografi dari perancangan logo Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan fontnya sebagai berikut :

Font yang terpilih :

HOT : **VINEGAR STROKE**
WATER BOOM

Tunga : **SAPAN MALULUANG**
SOLOK SELATAN

Grayscale
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

VINEGAR STROKE
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Tunga
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Times New Roman
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Alternatif Tipografi

Font **VINEGAR STROKE** dan **tunga** dipilih karena memiliki kesan minimalis, simple, dan sederhana.

Logo Hitam Putih Manual Book

1. Grayscale

2. Black White

3. Negatif

4. Portrait

Turunan Logo

Dalam menjaga konsistensi penerapan logo dan menjaga agar tidak terjadi penerapan logo yang salah dan tidak sesuai dengan yang ingin ditampilkan, maka dibuat turunan logo dalam versi Grayscale, BW (Black White), negatif, dan Portrait.

Skalatis Manual Book

100%

75%

50%

25%

Skala Logo

Logo Hot Water Boom Sapan Maluluang Solok Selatan jika dilihat dari skala yang berbeda seperti 25% - 100%

Logo Grid System Manual Book

19
18
17
16
15
14
13
12
11
10
9
8
7
6
5
4
3
2
1

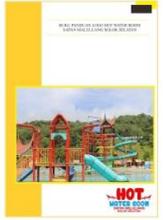
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33

LOGO GRID SYSTEM

Grid System adalah struktur dua dimensi yang terdiri dari sumbu vertikal dan sumbu horizontal sehingga akan tersusun kolom dan baris. Grid systems digunakan sebagai perangkat untuk mempermudah menciptakan sebuah komposisi visual. Melalui grid system seorang perancang grafis dapat membuat sebuah sistematika guna menjaga konsistensi dalam melakukan repetisi dari sebuah komposisi yang sudah diciptakan.

Media Utama
Manual Book

Manual Book



Manual book merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan rincian perancangan logo dari awal sampai akhir penerapan dalam media utama dan didalam media pendukung.

Ukuran : A4
Warna : Kuning dan Jingga
Material : Inket Paper
Teknik : Digital Printing

Media Stationery Set
Kartu Nama



Kartu Nama digunakan sebagai bentuk pengenalan identitas perusahaan yang nantinya didalam kartu nama tersebut terdapat identitas perusahaan.

Ukuran : 9 x 5,5 cm
Warna : Jingga
Material : Art Karton
Teknik : Digital Printing

Media Pendukung
Manual Book

Poster



Poster adalah karya seni yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar, pengaplikasian dengan ditempel didinding atau permukaan datar lainnya.

Ukuran : A3
Warna : Jingga
Material : Glossy Paper
Teknik : Digital Printing

X-Banner



X-Banner adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berbentuk dengan konstruksi penyangga satu tiang sehingga banner bisa berdiri sendiri.

Ukuran : 60 x 160 cm
Warna : Jingga
Material : Bahan halus jenis Albatros
Teknik : Digital Printing

Media Pendukung
Manual Book

Mug



Mug berguna sebagai wadah minum, dan bidang mug cukup untuk menyampaikan pesan yang mereka inginkan kepada khalayak umum.

Ukuran : 11 oz Mug Standar
Warna : Putih
Material : Keramik
Teknik : Digital Printing

Stiker



Stiker adalah media informasi visual berupa lembaran kecil kertas atau plastik yang ditempelkan, atau istilah lainnya adalah Etiket. Etiket adalah sekecil kertas yang ditempelkan pada kemasan/barang

Ukuran : 6 x 3 cm
Warna : Biru dan Merah
Material : Kertas stiker
Teknik : Digital Printing

Media Pendukung
Manual Book

Baju Kaos



Baju kaos adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh badan dada, bahu.

Ukuran : Large (L dan M)
Warna : Putih
Material : Kaos
Teknik : Sablon Pres

Brosur



Brosur adalah salah satu media cetak yang terdiri satu lembar kertas yang dilipat atau beberapa halaman yang dilipat seperti buku

Ukuran : A4
Warna : Biru dan Merah
Material : Art/mal Paper
Teknik : Digital Printing

Spanduk



Spanduk adalah suatu media informasi, spanduk ialah kain membentang dan biasanya berada ditepi-tepi jalan yang berisi tulisan, warna, dan gambar

Ukuran : 1,5 x 2 m
Warna : Biru dan Merah
Material : Grade Flexi
Teknik : Digital Printing

2. Media Pendukung



Stiker



Poster



X- Banner



Baju Kaos



Mug



Brosur



Spanduk

E. Penutup

1. Kesimpulan

Sebuah *visual branding Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan *branding* adalah menentukan identitas visual *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan. Merancang logo untuk mengumpulkan data sangat penting sebagai sebuah pedoman dalam merancang *visual branding*. Sehingga didapatkan alasan-alasan untuk menyesuaikan dengan tujuan dan perancangan dari identitas visual.

Perancangan identitas visual untuk *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan banyak memperhatikan beberapa acuan. Perancangannya juga diberikan bentuk visualisasi yang bernilai local, untuk mempromosikan *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan dan meningkatkan pelayanan dari Dinas Pariwisata kepada setiap wisatawan yang datang. Logo ini aplikasikan pada media utama yaitu Manual book, media *stationery* set seperti Kartu nama. Dan diaplikasikan lagi kepada media pendukung berupa Poster, x-banner, Mug, Stiker, Baju kaos, Brosur, dan Spanduk.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan perancangan *branding Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan diatas penulis mengajukan beberapa saran, yaitu :

1. Agar logo *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan dapat dihafal sebagai identitas yang baik oleh pikiran audiens. Serta logo dapat bersifat persuatif sesuai tujuan dari *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan.
2. Dalam merancang promosi, diharuskan disiapkannya data-data verbal maupun visual, kemudian jabarkan permasalahan dengan jelas agar pengerjaan karya akhir berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- College, Maria Regina.2008. Kamus Istilah Desain Grafis dan Periklanan.Jakarta: PT.Media Elex Komputindo.
- Jacobus Ranjabar, 2006. *Sistem social Budaya Indonesia: Suatu Pengantar*, Bogor : Ghalia Indonesia.
- Jupriadi, Koordinator pengelola lapangan dari *Hot Water Boom* Sapan Maluluang Solok Selatan pada tanggal 22 Desember 2017.
- Kotler, Amstrong. 2010. *Principles Of Marketing*. 13 Edition. New Jersey. Upper Saddle River : Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Terjemahan Jaka Wasana. Jakarta : PT.Indeks
- Nadia Uljanah, M.Nasrul Kamal, Dini Faisal. 2016. *Re- DesignVisual Identity Pondok Sepatu Samillo Padang*
- Rustan, Suriyanto. 2013. *Mendesain Logo*. Jakarta : Gramedia
- Sihombing, Danton. 2015. *Tipografi dalam Desain Grafis edisi diperbarui*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Tasmuji. Dkk, 2011. *Ilmu Alamiah Dsar, Ilmu Sosial Dasar, Ilmu Budaya Dasar*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press).