

Identitas Visual Kampung Budaya Dan Religi Sigando Padang Panjang

Zulfikri¹, Budiwirman²

1,2 Universitas Negeri Padang

Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Kec. Padang Utara, Kota Padang

Sumatera Barat, 25171, Indonesia

Email : Zulfikri0403@gmail.com

Submitted: 2022-04-20

Accepted: 2022-04-27

Published: 2022-06-30

DOI: 10.24036/dekave.v12i2.116879

Abstrak

Kota Padang panjang merupakan sebuah kota kecil dengan julukan serambi mekah. Kota ini juga terdapat kampung wisatanya yang masih asri. Desa atau kampung yang akan dikiatkan menjadi salah satu kampung wisata yaitu kampung Sigando, dengan menawarkan sebuah wisata religi dan budaya. kampung ini belum memiliki logo serta branding yang belum sesuai dengan target audiencenya. Pembuatan logo kampung Sigando bisa menarik minat masyarakat sehingga memiliki citra yang positif. Tujuan dari Perancangan Identitas Visual Kampung Budaya dan Religi Sigando ini supaya masyarakat dapat mengetahui apa aja yang di tawarkan oleh kampung Sigando, sehingga kedepanya dapat memiliki identitas visual untuk di perkenalkan kepada masyarakat. Metode perancangan menggunakan metode *Glass box* dengan pendekatan analisis 5W+1H (*what, who, where, when, why* dan *how*). Dalam menentukan jawaban dari pembuatan logo kampung Sigando. Hasil pembuatan logo dimulai dari pemantauan, riset dan interviu dengan penggiat kampung Sigando, supaya bisa membantu pembuatan logo kampung sigando. Hasil utama perancangan identitas visual Kampung Sigando yaitu: logo dan Manual book sebagai Hasil utama dengan sarana pendukung antara lain poster, x-banner, totebag, kaos, gantungan kunci, sign dan stiker.

Kata kunci : Identitas visual, Religi, Budaya.

PENDAHULUAN

Kota Padang Panjang terkenal dengan desa / kampung wisatanya yang masih asri. Desa atau kampung yang akan dikiatkan menjadi salah satu kampung wisata yaitu kampung Sigando. Kampung ini hadir menawarkan sebuah wisata religi dan budaya. Kampung ini terdapat sebuah mesjid Asasi Sigando yang mana mesjid ini adalah mesjid tertua ke 2 di Minang kabau. Dulunya bernama Surau Gadang berdiri pada tahun 1685. Mesjid Asasi berada di jurai Sigando nagari gunung Padang Panjang, masjid ini di bangun

oleh 4 nagari yang ada di jurai sigando. selain tempat sholat mesjid Asasi berfungsi sebagai surau dan untuk berbagai acara tradisi adat nagari gunuang mesjid ini memiliki ciri khas bangunan menyerupai rumah adat Minang kabau dan pada dinding-dinding mesjid ini terdapat ukiran-ukiran motif batik khas Minang Kabau. kampung ini juga terdapat sebuah pesatren yang bernama Thawalib Gunung. Pada waktu tertentu di kampung Sigando selenggarakan pergelaran kesenian anak nagari beserta pertemuan para datuak atau niniak mamak dari berbagai suku di nagari gunuang, pertunjukan silek, nari dan perlombaan MTQ.

Penggabungan antara religi, tradisi, dan lingkungan sigando yang masih asri membuat daya tarik para pengunjung destinasi wisata di kota Padang panjang. Hasil pemantauan pada tanggal 28 agustus 2020 yang mana banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan kampung Sigando. Oleh karena itu penulis tertarik untuk membuat identitas visual yang efektif sebagai karya akhir. Penulis memilih identitas visual ini karena bagi sebuah tempat wisata khususnya -buat Kampung Sigando identitas visual merupakan suatu pembeda antara tempat wisata yang satu dengan tempat wisata yang lainnya. Dari situ diharapkan meningkatkan Kesadaran identitas positif di benak masyarakat.

Berlandaskan uraian yang tertera di atas, dibutuhkan jalan keluar biar bisa memperkenalkan kampung Sigando dalam mempromosikan keberadaannya di masyarakat khususnya Kota Padang Panjang. Maka itu judul dari karya akhir ini adalah "*IDENTITAS VISUAL KAMPUNG BUDAYA DAN RELIGI SIGANDO PADANG PANJANG*".

Metode

Pada perancangan *identitas visual kampung budaya dan religi Sigando*. Metode perancangan dalam karya akhir dengan mengumpulkan data dengan cara memperoleh data, baik data dari lapangan maupun kajian pustaka.

Dalam metode *glassbox*, terdiri dari 4 tahap yaitu sebagai berikut :

1. Tahapan persiapan

Penulis melakukan persiapan dalam memahami permasalahan yang ada di lapangan, yaitu dengan memahami karakteristik masyarakat yang ada di kampung Sigando.

2. Tahapan inkubasi

Tahapan inilah penulis mempersiapkan diri dalam menemukan ide-ide kreatif dalam memahami karakteristik target audiens, target audiens di sini adalah masyarakat khususnya kota Padang panjang.

3. Tahapan iluminasi

Tahap iluminasi berujung Penulis mendapatkan hasil kesimpulan setelah mengamati karakteristik masyarakat di Kampung sigando dan dilanjutkan dengan penyusunan konsep untuk membuat sebuah perancangan identitas visual kampung budaya dan religi Sigando.

4. Tahapan verifikasi

Tahapan verifikasi ini merupakan tahapan final dalam perancangan identitas visual kampung sigando. penulis dalam tahapan ini akan meninjau ulang hasil dari proses pengembangan ide, seperti mengevaluasi perancangan identitas visual kampung budaya dan religi Sigando yang sudah di selesaikan.

B. Metode Pengumpulan data

Dalam metode pengumpulan data, data yang di perlukan untuk memulai proses Perancangan dapat di bagi menjadi 2 yaitu :

1. Data primer yaitu berupa data dokumentasi dari kampung budaya dan religi sigando

a. Observasi

Observasi di sini dengan mengunjungi dan melakukan pengamatan langsung ke lokasi kampung budaya dan religi Sigando Padang panjang untuk mengumpulkan data-data yang di perlukan seperti foto lokasi, foto keadaan kampung, dan lainnya.

b. Wawancara

Wawancara dalam perancangan ini yaitu berupa Percakapan antara perancang dengan penggiat/pengurus kampung budaya dan religi Sigando. Tujuan dari wawancara ini untuk mendapatkan informasi yang tepat dari pengkiat dari kampung budaya dan religi sigando. Wawancara dilakukan dengan cara penyampaian sejumlah pertanyaan dari perancang kepada penggiat/pengurus kampung budaya dan religi Sigando.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dalam perancangan ini adalah pengumpulan, pengolahan, dan penyampaian data dengan adanya bukti-bukti seperti foto, video, atau tulisan.

d. Internet

Data semakin kuat dengan adanya data-data lain yang telah mengangkat masalah yang sama secara berulang. Sehingga perancang mencoba mencarinya di dalam situs *internet*. Agar data yang didapat mampu membantu penulis dalam berkarya.

2. Data sekunder yaitu berupa di ambil dari pustaka, buku, internet, dan sumber lainnya.

B. Media Utama dan Media Pendukung

1. Media utama

Manual book atau brand guidelines adalah buku yang berisikan tentang aturan logo, pemilihan jenis font, layout, pattern dan segala elemen yang di gunakan oleh sebuah brand atau perusahaan guna membangun identitas yang kuat.

2. Media Pendukung

Media pendukung yang akan di gunakan untuk pengaplikasian identitas visual kampung budaya dan religi Sigando.

a. Poster

Media cetak yang akan di pasangkan di tempat umum untuk medukung promosi dari kampung budaya dan religi sigando.

b. X.banner

Media cetak yang akan di pasang di dalam ruangan efektif dalam hal promosi.

c. Kaos

Kaos merupakan salah satu media yang dapat mengaplikasikan logo dan bisa di cetak banyak. pengaplikasian identitas visual pada kaos oblong maka identitas visual kampung Sigando akan tersosialisasikan.

d. Gantungan kunci

Gantungan kunci merupakan merchandise bagi konsumen supaya menambah daya Tarik.

e. Sign

f. Tote bag

Totebag adalah tas yang terbuat dari kain, berbentuk simple, dan bisa di cetak banyak. Pengaplikasian identitas visual kampung sigando pada totebag makan identitas visual kampung Sigando akan tersosialisasikan.

g. Stiker

2. Pendekatan Kreatif

Adapun pendekatan kreatif yang digunakan adalah :

1. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dalam perancangan idetitas visual ini adalah :

- a. Mempresentasikan kampung Sigando kedalam sebuah logo yang berisikan icon-icon kampung Sigando.
- b. Menerjemahkan citra kampung budaya dan religi sigando dengan menggunakan visual yang mepresentasikan idetitas kampung budaya dan religi Sigando Padang panjang.

2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif dapat dilakukan untuk mencapai keinginan yang akan di tuju. Medium pertama yang di gunakan adalah berupa sebuah logo, skema di gunakan untuk membuat identitas kampung budaya dan religi Sigando antara lain :

- a. Geografis

Wilayah pemasaran dari kampung budaya dan religi sigando kota adalah Kota Padang panjang.

b. Demografis

1) Jenis kelamin : Pria-Wanita

Umur : 25-50 Tahun

2) Pekerjaan : Pelajar, Wiraswasta, dan PNS

3) Sosial ekonomi: Kalangan masyarakat bawah-atas.

c. Psikografis

Pada aspek psikografis dapat di targetkan kalangan bawah dan Masyarakat kota Padang panjang.

d. Behavioristik

Sesuai dengan segmen *behavioristik*, *target audient* yang ditentukan yaitu masyarakat kota Padang panjang yang diharapkan dapat mengenali Kampung Sigando lebih baik lagi.

3. Program kreatif.

a. Pendekatan verbal

Kampung budaya dan religi sigando adalah salah satu kampung yang akan di kiatkan menjadi kampung wisata. salah satu ikon yang berada di kampung ini adalah mesjid asasi sigando. mesjid ini sudah menjadi ikon/symbol bagi kampung sigando. symbol dan ikon inilah yang akan menjadi salah satu konsep perancangan dari identitas visual kampung sigando.

b. Pendekatan visual

Perancangan identitas visual kampung budaya dan religi sigando ini memiliki dasar dari bentuk bangunan mesjid asasi, motif lapih tigo, marawa dan gerakan silat.



Gambar 1. Referensi visual

Penulis membuat logo yang terinspirasi dari bangunan utama mesjid asasi sigando yang mana memiliki karakter bangunan seperti rumah tradisional minang kabau. penulis mengambil visual mesjid karena mesjid ini sudah menjadi ikon / simbol dari kampung sigando. kemudian untuk menonjolkan sisi budaya digunakan visual motif lapiah tigo, gerakan silat dan marawa. . Pada marawa juga terdapat elemen seperti percikan yang memberikan kesan kemeriahan.

Perancangan Logo

Logo yang akan menjadi identitas Kampung sigando bisa mempresentasikan kampung Sigando secara utuh sehingga logo ini bisa efektif.. Bentuk stilasi dari mesjid asasi sigando yang merupakan icon dari kampung budaya dan religi sigando. Stilasi gerakan silat dan marawa serta motif lapiah tigo Adanya tiga unsur yang berpilin sehingga membentuk satu kesatuan yang harmonis. ditambahkan bentuk visual percikan di kedua sisi yang mempresentasikan kemeriahan dan kebahagiaan ketika para pengunjung berkunjung ke kampung sigando. Pada logotype, typeface “kampung sigando” diberikan efek melengkung agar terlihat lebih santai dan memperkuat kesan “menyenangkan”.



Gambar 2. logo kampung sigando

Final desain

1. Media Utama

Manual book atau brand guidelines adalah buku yang berisikan tentang aturan logo, pemilihan jenis font, layout, pattern dan segala elemen yang di gunakan oleh sebuah brand atau perusahaan guna membangun identitas yang kuat.



Gambar 3. cover brand guideline

2. Media pendukung

a.comunication

1) Poster



Gambar 4. Poster

2) X-banner



Gambar 5. X-banner

3) *Sign*



Gambar 6. X-banner.

b. *Merchandise*

1) *Totebag*



Gambar 7.Totebag

2) *T-shirt*



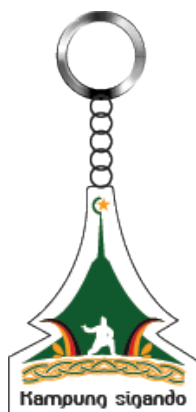
Gambar 8.T-shirt

3) *Pin*



Gambar 9.Pin

4) *Gantungan kunci*



Gambar 10. Gantungan kunci

5) *Stiker*

Gambar 11. Stiker

Kesimpulan

Berlandaskan ulasan di atas untuk pembuatan logo kampung budaya dan religi Sigando dengan menyatukan data dari kampung Sigando baik data dari interviu maupun gambar untuk sebagai bahan pembuatan logo sebagai kampung wisata. perihal di temukanya kampung Sigando belum mempunyai logo sebagai identitas, Penulis membuat sebuah logo yang terinspirasi dari mesjid asasi Sigando sebagai elemen utama serta pembentukan identitas visual kampung sigando juga memasukkan unsur-unsur kebudayaan dan unsur agama yang menjadi ciri khas dari kampung ini. pembuatan logo ini di harapkan bisa memberikan gambaran positif di tengah masyarakat sehingga mencapai tujuan yang ingin di capai.

Saran

Berlandaskan keterangan di atas penulis memberikan saran sebagai berikut:

- a. Logo kampung sigando ini dapat mempresentasikan kampung ini kepada masyarakat.

- b. Logo ini membuat kampung sigando di kenali audiens sert bisa mempromosikan kampung sigando untuk destinasi wisata di kota Padang panjang.memanfaatkan dengan baik unsur design serta prinsip desain dalam perancangan.

Rujukan

- Alessandri, Susan Westcott. (2009). *Visual Identity: Promoting and Protecting the Public Face of an Organization*, New York: Routledge.
- Airey, David. 2010. *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. United States: Peachpit.
- Asep hidayat, 2019. Drs.Syafwan ,M.Sn,Dini faisal,S.Ds,M.Ds. *Perancangan visual identity tas syaluna kota Payakumbuh*, Jurnal DKV FBS UNP Padang.
- Alfi fikri permana, 2019. Dr.M. Nasrul Kamal,M.Sn.*Redesign logo winnie fruit padang*,Jurnal DKV FBS UNP Padang.
- Aulia ridha. 2019. *Perancangan visual branding identity anak hiu clothing Padang*. Jurnal DKV FBS UNP Padang.
- B.Ardiyanto Eka.H. *Perancangan Media Promosi Objek Wisata Di Pantai Glagah Kulon Progo*.TA Universitas Negeri Yogyakarta.
- Dasril A 2017 : 6. *Visi Dan Misi Perusahaan*, The Global Source for Summaries & Reviews.
- Eryana, Y., & Hansen, Y. (2017). Tinjauan Tipografi Pada Poster Film Horor Indonesia Garapan Rizal Mantovani (Analisa Dengan Prinsip Pokok Tipografi). *Rupa Rupa*, 3(1).
- Fauzan syani. 2019. *Perancangan manual book cafe coffe robusta perahu depo kota pagaralam Palembang*.Jurnal DKV FBS UNP Padang.
- Kaputa, Catherine. 2011. *You are a Brand*. Jakarta: Gagasmedia
- Hamidi. 2004. *Metode Penelitian Kuliatatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.
- J. Cristopher Jones.1970. *Design method*.London. Butterworths.
- Kurniawan, E. 2011. *Perbandingan Keefektifan Metode Observasi Dan Diskusi Terhadap Hasil Belajar Biologi Pokok Bahasan Ekosistem*. (Skripsi). IKIP PGRI: Semarang
- Listya, A. 2018. Konsep dan penggunaan warna dalam infografis. *Jurnal Desain*, 6(01), 10-19
- Misbahul sumedi, Dhika yuan yurisma, M.Ds. ACA. Abdullah Khoir Riqqoh,S.Sn.,Med.Kom.2018.*Perancangan visual identity kampung surodinawan mojokerto sebagai upaya pengenalan kepada masyarakat*.TA STIKOM Surabaya.
- Murphy, Jhon, dan Michael Rowe. 1998. *How to Design Trademarks and Logos*. Ohio : North Light Book.
- Novia Helmusvita Putri. 2015. *Perancangan Identitas Visual Rumah Tenun Indah Karya Pandai Sikek Di Sumatera Barat*. Jurnal DKV FIK Universitas Telkom.

- Putra, Dhede Rama. 2019. *Perancangan lookbook Visual Identity Promosi Hobo Skatboarding Padang*. TA DKV FBS UNP Padang.
- Rustan, Suriyanto., 2013. *Mendesain Logo*, Jakarta: P.T Gramedia Pustaka Utama
- Rustan, Suriyanto. 2010. *Huruf Font Tipografi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sihombing, Danton, 2015. "*Tipografi dalam Desain Grafis*". Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Suwardikun. W, Didit. 2000. *Merubah Citra Melalui Perubahan Logo*. Bandung: ITB Library.
- Syahrul, Y., Rini, A., & Fatmariansi, F. (2019, December). Pelatihan Pengenalan Tipografi Dalam Meningkatkan Psikomotorik Anak Bagi Siswa Siswi SD Negeri 17 Palembang. In SNPMas: Seminar Nasional Pengabdian pada Masyarakat (pp. 218-224).
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suardeyasasri.2010. Kamus Ilmiah Populer. Dalam jurnal penelitian *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Saputra, A. B. (2018). Pembuatan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Untuk Proyek Datsun Sigap. *KOPERTIP: Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer*, 2(2), 84-97.
- Uun Mahatul, 2019. Dr .M. Nasrul Kamal, M.Sn.,*Perancangan visual identity warung seafood nasi sek uniang padang baru kota padang*,Jurnal DKV FBS UNP Padang.
- Renta Yusantiar , Didit Widiatmoko Soewardikoen.2018 *Perancangan Identitas Visual Untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang*.TA Universitas Telkom.
- Yogananti, A. F. (2015). Pengaruh Psikologi Kombinasi Warna Dalam Website. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 1(01), 45-54.