

**PERANCANGAN LOGO WISATA ALAM LEMBAH HARAU
DI KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**

JURNAL



Oleh

**DEDI SAPUTRA
14536/2009**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2017**

PERSETUJUAN JURNAL
PERANCANGAN RE-DESAIN BUKU
YOU BLOOD TYPE AND ARROUND YOU

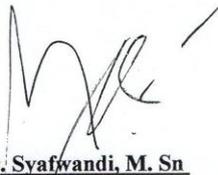
DEDI SAPUTRA/14536

Artikel ini disusun berdasarkan Laporan Karya Akhir Perancangan Logo Wisata Alam Lembah Harau di Kabupaten Limapuluh Kota untuk persyaratan wisuda priode Maret 2017 yang telah disetujui oleh pembimbing I Dr. Syafwandi, M.Sn, S.Sn, M.Sn. dan pembimbing II Dr. Budiwirman, M.Pd.

Padang, Februari 2017

Disetujui dan Disahkan oleh:

Dosen Pembimbing I



Dr. Syafwandi, M. Sn
NIP. 19600624.198602.1.003

Dosen Pembimbing II



Dr. Budiwirman, M. Pd.
NIP. 9590417.198903.1.001

Mengetahui:
Ketua Jurusan Seni Rupa



Drs. Syafwan, M. Si
NIP. 19570101.198103.1.010

“Perancangan Logo Wisata Alam Lembah Harau di Kabupaten Limapuluh Kota”

Dedi Saputra¹, Ir. Drs. Heldi. MSi. PhD.², Hendra Afriwan, S.Sn M. Sn³. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang Dedispt29@gmail.com

Abstrak

Wisata Alam Lembah Harau dan Ngalau Indah kini menjadi primadona wisata di Provinsi Sumbar, banyak wisatawan baik lokal maupun Internasional mengunjungi wisata tersebut, dari kedua tempat wisata ini banyak dari para wisatawan yang telah mengunjungi tempat wisata Harau dan Ngalau mengalami keraguan karena pengucapan keduanya memiliki kesamaan bunyi sehingga terjadilah kesalahan persepsi oleh para wisatawan tersebut dalam memposisikan tempat wisata Harau atau tempat wisata Ngalau dalam pikiran wisatawan. Wisata Alam Lembah Harau juga belum memiliki Logo sebagai identitas dan pembeding dengan Wisata Alam Ngalau.

Dari hal tersebut, maka dibuatlah perancangan logo Wisata Alam Lembah Harau. *Logo* dirancang untuk mewakili karakter dan menjadi identitas dari sebuah daerah, perusahaan, lembaga atau produk. Logo terdiri dari dua bagian yaitu logogram (ikon, simbol, visual), dan *logotype* (inisial, nama perusahaan dalam bentuk teks). Usaha ini bertujuan untuk mempromosikan dan membedakan Wisata Alam Lembah Harau dengan Wisata Alam Ngalau indah kepada wisatawan lokal, nasional, internasional dan investor melalui logo.

Metode Perancangan yang digunakan adalah analisis SWOT. Keunggulan dari Wisata Alam Lembah Harau adalah memiliki pemandangan yang indah, asri sejuk, alami dan memiliki tebing-tebing yang menahjubkan menjulang tinggi. Kelemahan dari Wisata Alam Lembah Harau adalah memiliki kesamaan pengucapan bunyi dengan Wisata Ngalau dan tidak memiliki transportasi umum menuju lokasi wisata tersebut.

Hasil dari perancangan logo Wisata Lembah Harau ini di aplikasikan berupa *manual book* dan poster yang juga didukung oleh media alternatif diantaranya berupa baju, *X banner*, gantungan kunci, poster, mug, dan stiker.

Kata Kunci : Lembah Harau, Kabupaten Limapuluh Kota, Wisata Alam.

¹Mahasiswa penulis karya akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

²Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

A. Pendahuluan

Kabupaten Limapuluh Kota adalah kabupaten di Provinsi Sumatera Barat, yang diapit oleh 4 Kabupaten dan 1 Provinsi yaitu : Kabupaten Agam, Kabupaten Tanah Datar, Kabupaten Sijunjung dan Kabupaten Pasaman serta Provinsi Riau. Topografi daerah Kabupaten Limapuluh Kota bervariasi antara datar, bergelombang dan berbukit-bukit. Limapuluh Kota kita kenal dengan masyarakatnya yang ramah tamah, *aianyo janiah, ikannyo jinak, sayaknyo landai, dalam nan indak terjangkau, dangka nan indak tasubarangi* (airnya jernih, ikannya jinak, tempurungnya landai, dalam yang tidak terjangkau, dangkal yang tidak tersebrangi).

Payakumbuh salah satu kotamadya di Provinsi Sumatera Barat. Kota Payakumbuh merupakan pintu gerbang masuk dari arah Pekan Baru menuju kota-kota penting di Provinsi Sumatera Barat. Kota Payakumbuh berbatasan langsung dengan lima kecamatan di Kabupaten Limapuluh Kota. Di Kabupaten Limapuluh Kota dan Kota Payakumbuh terdapat dua Wisata alam yang menjadi primadona wisata di Provinsi Sumbar, yaitu Lembah Harau dan Ngalau Indah, banyak wisatawan lokal maupun nasional bahkan Internasional mengunjungi wisata Lembah Harau dan Ngalau Indah.

Lembah Harau adalah nama sebuah lembah yang diapit oleh bukit cadas terjal dengan ketinggian mencapai 150 meter. Lembah Harau dilingkungi batu pasir yang terjal berwarna-warni, dengan ketinggian 100 sampai 500 meter, yang berada di Kabupaten Limapuluh Kota, Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Lokasi wisata ini tepat berada di dekat kantor bupati Kabupaten

Limapuluh Kota dan menjadi salah satu lokasi wisata andalan Kabupaten Limapuluh Kota.

Tempat wisata ini banyak dari para wisatawan yang telah mengunjungi tempat wisata Harau dan Ngalau mengalami keraguan karena pengucapan keduanya memiliki kesamaan bunyi sehingga terjadilah kesalahan persepsi, oleh para wisatawan tersebut dalam memposisikan tempat wisata Harau atau tempat wisata Ngalau dalam pikiran wisatawan dan Objek wisata alam Lembah Harau belum memiliki Logo sebagai identitas sebagai pembanding dengan objek wisata alam lain. Logo sebagaimana yang dijelaskan Menurut Rustan (2009:35-42) tahapan membuat logo pada dasarnya menggunakan tahapan kerja yang benar dan berurutan agar menghasilkan karya dengan kualitas yang optimal, urutan tersebut yaitu: Riset dan Analisa, *Thumbnails*, Komputerisasi, *Review*, Pendaftaran Merek, Sistem Identitas, Produksi.

Visual yang ada akan lebih membantu audien untuk mengingat maupun membedakan antara wisata harau dan ngalau, seperti yang dijelaskan oleh Kusrianto(2009:232) “Logo atau tanda gambar merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi”. Logo wisata harau tidak hanya sebagai pembeda tetapi juga identitas, citra, karakter dari wisata Harau.

Logo dan font atau tipografi juga diperlukan dalam perancangan logo dan wisata alam Lembah Harau kimapuluh kota sebagaimana menurut Kusrianto (2010:1) Tipografi adalah seni dan teknik dalam merancang maupun

menata aksara dalam kaitannya untuk menyusun publikasi visual, baik cetak maupun non cetak. Selain itu menurut Sihombing (2001:3) mengemukakan dalam buku “Tipografi Dalam Desain Grafis”, bahwa pengetahuan mengenai huruf dapat dipelajari dalam sebuah disiplin seni yang disebut tipografi, maka dari itu perancangan logo Wisata Alam Lembah Harau akan menjadi solusi untuk membedakan antara Harau dan Ngalau dalam *positioning* di benak wisatawan dan investor, dengan demikian karya akhir ini di beri judul **“Perancangan Logo Wisata Alam Lembah Harau di Kabupaten Limapuluh Kota”**.

B. Metode Perancangan

1. Data yang Diperlukan

Dalam metode pengumpulan data, data yang diperlukan untuk memulai proses perancangan dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- a.** Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu: metode survei dan metode observasi.
- b.** Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan

atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode yang dilakukan untuk mendapatkan data dengan cara mendata langsung ke tempat Wisata Alam Lembah Harau.

b. Wawancara

Metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan menggunakan pertanyaan secara lisan kepada orang-orang yang terkait didalamnya.

3. Metode Analisis Data

mendapatkan data-data dari Dinas pariwisata Kabupaten Limapuluh Kota, untuk memecahkan masalah-masalah yang ada, makadari data-data diatas penulis menggunakan analisis SWOT (strength, weakness, opportunity, thereat) sebagai langkah awal taha panmembuat logo dalam urutan riset dan analisa (Rustan, 2009:35-42).

Analisis SWOT menurut Sarwono danLubis (2007:17) membuat perancang dapat menganalisa situasi dan kondisi Kabupaten Limapuluh Kota secara maksimal dengan keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Wisata Alam Lembah Harau sebagai acuan dalam perancangan logo Wisata Alam Lembah Harau.

a. *Strength* (kekuatan/keunggulan)

- 1) Dekat dengan Ibu Kota Kabupaten Limapuluh Kota sebagai pusat Pemerintahan masyarakat Kabupaten Limapuluh Kota dan dekat dengan Pusat kota Payakumbuh.
- 2) Memiliki pemandangan yang indah, asri, sejuk dan alami.
- 3) Akses tempat yang mudah dijangkau.
- 4) Memiliki tebing yang indah dan menjulang tinggi.
- 5) Memiliki banyak air terjun yang memanjakan mata pengunjung.
- 6) Memiliki resort penginapan.
- 7) Mempunyai Mercendais khas dari wisata Lembah Harau.

b. *Weakness* (kelemahan)

- 1) Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi tersebut.
- 2) Sistem penunjuk arah yang masih minim di Wisata Alam Lembah Harau.
- 3) Kesamaan pengucapan bunyi antara Harau dan Ngalau.

c. *Oportunity* (peluang)

- 1) Adanya pengembangan wilayah Wisata Alam Lembah Harau.
- 2) Banyak lahan kosong untuk dijadikan tempat wisata baru.
- 3) Tempat yang nyaman untuk rekreasi wisata keluarga.
- 4) Berpeluang mendatangkan wisatawan Manca Negara.

d. Threat (ancaman)

- 1) Banyaknya wisatawan yang kurang peduli akan kebersihan.
- 2) Ancaman dari asap kebakaran hutan.

Dari penjabaran di atas terlihat beberapa poin utama yang akan dijadikan sebagai sumber ide dalam perancangan logo Wisata Alam Lembah Harau.

4. Media

Media adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan sebagainya (Hasan, 1999:640). Media mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam kegiatan periklanan, karena melalui media suatu bentuk pesan dapat disampaikan dan dapat ditangkap oleh panca indra konsumen. Media adalah suatu celah yang dapat menghubungkan pelaku dengan masa dan mendatangkan hal seperti dapat menghasilkan suatu kontak, bisa membawa suatu pesan, dapat melibatkan pihak target, dan mengakibatkan dialog. (<http://www.indomultimedia.com/>)

Pemilihan media yang tepat dan efektif sangat berguna untuk mencapai sasaran yang dituju. Penggunaan bahan kertas sebagai bahan baku turut menentukan bentuk fisik dalam menentukan konsep kreatif (Kusmiati, 1999:26).

a. Tujuan Media

Tujuan media ini adalah untuk mempromosikan Kabupaten Limapuluh Kotadan memperkenalkan logo Wisata Alam Lembah Harau kepada wisatawan maupun investor.

b. Strategi Media

Dalam strategi media akan di bagi menjadi 2 media yaitu media Lini atas (*above The line*) dan media lini bawah (*Below the line*) (Rustan, 2008:89).

C. Media Utamadan Media Pendukung

1. Media Utama

Media utama merupakan media yang dianggap paling efektif untuk menyampaikan pesan karena bersifat massif maka penulis berpendapat bahwa Perancangan logo Wisata Alam Lembah Harau ini menggunakan media utama *manual book* dimana media ini berisikan informasi Rancangan dan pedoman tentang pengaplikasian Logo Wisata Alam Lembah Harau.

2. Media Pendukung

Media Pendukung merupakan media alternatif untuk mendukung pesan dalam media utama. Perancangan logo Wisata Alam Lembah Harau menggunakan media pendukung yang terdiri:

1) *Stiker*

Stiker sangat mudah di temukan dan mudah di mengerti.

2) *Gantungan Kunci*

Gantungan kunci merupakan media atau alat untuk menggantungkan kunci dan bisa juga sebagai aksesoris.

3) *Amplop Surat*

Tidak hanya sebagai amplop surat semata, seiring dengan perkembangan zaman, amplop surat juga bisa berfungsi sebagai media untuk promosi.

4) *Mug*

Mug dapat berfungsi sebagai pengingat, sehingga apabila Mug dipakai untuk minumann secara tidak langsung.

5) *X-Banner*

Merupakan media promosi yang berbentuk persegi panjang yang ditegakkan dengan plastic atau besi yang menyilang sehingga berbentuk x.

6) *Poster*

Plakat yang dipasang di tempat umum yang berisi tentang suatu informasi atau acara.

7) *Baju Kaos*

Baju kaos adalah merchandise yang dapat dipakai oleh wisatawan objek wisata Lembah Harau.

D. Final Desain

1. Media Utama

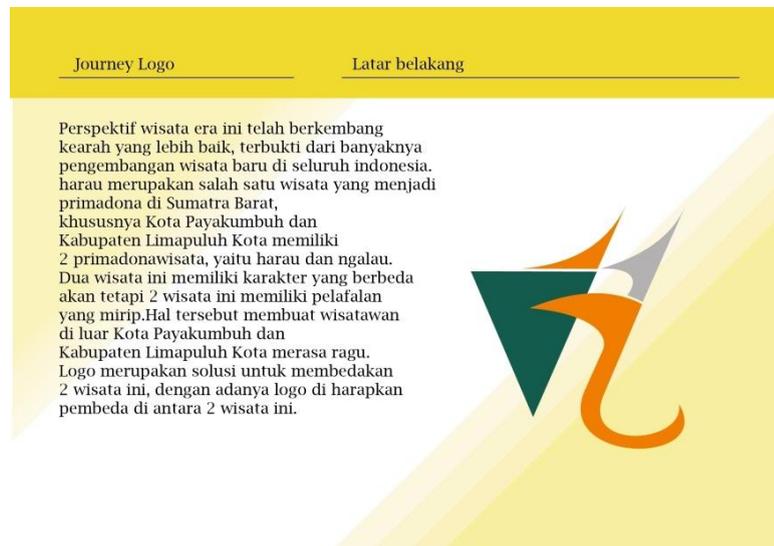
Manual Book

a) *Cover manual book*

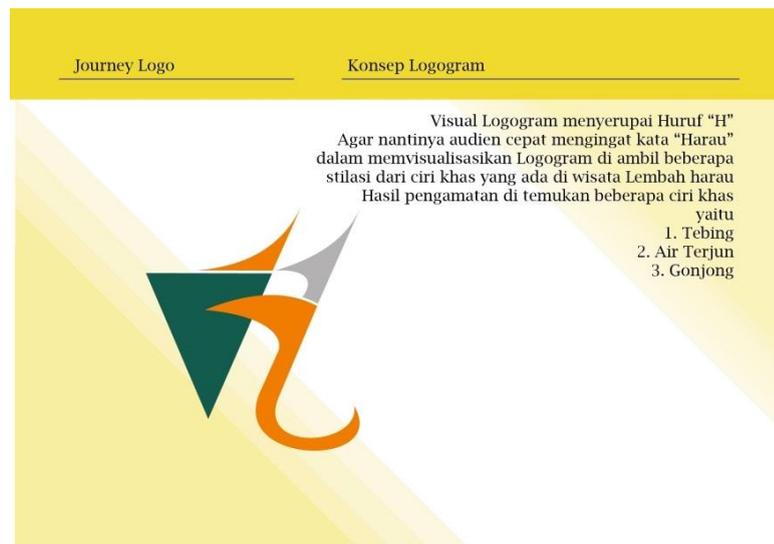


Gambar 127.*Final desain cover manual book*

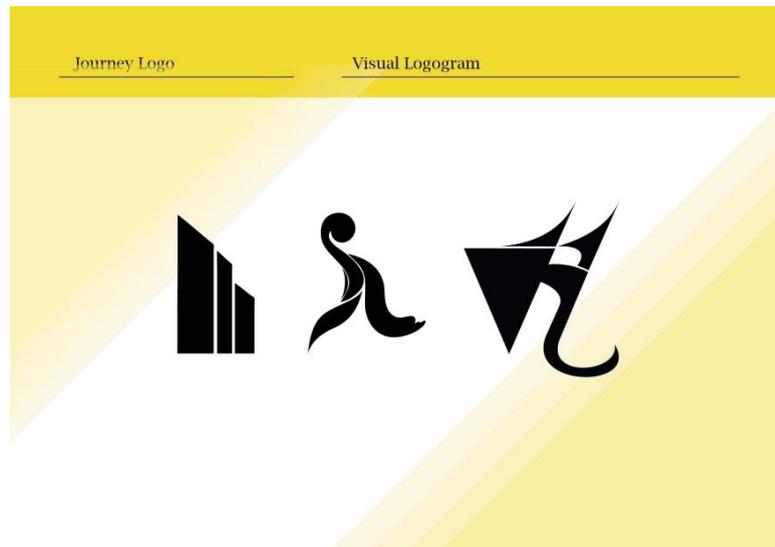
1) Isi manual book



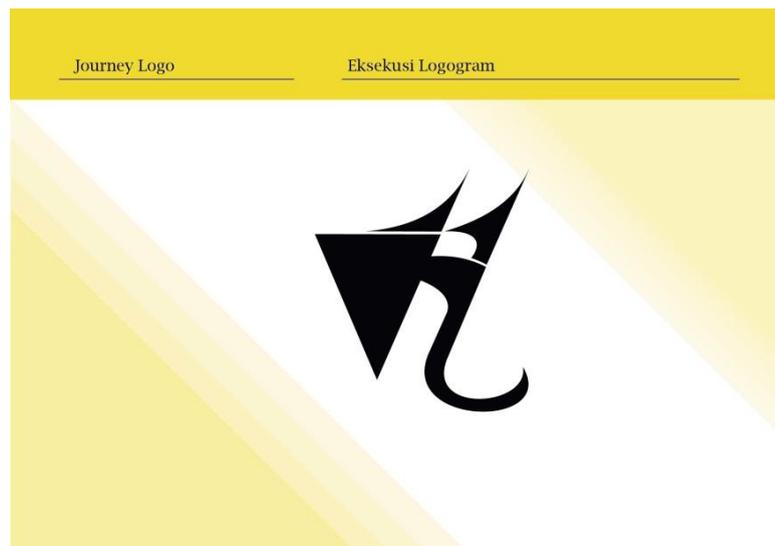
Gambar 128.Final desain isi manual book halaman 1



Gambar 129.Final desain isi manual book halaman 2



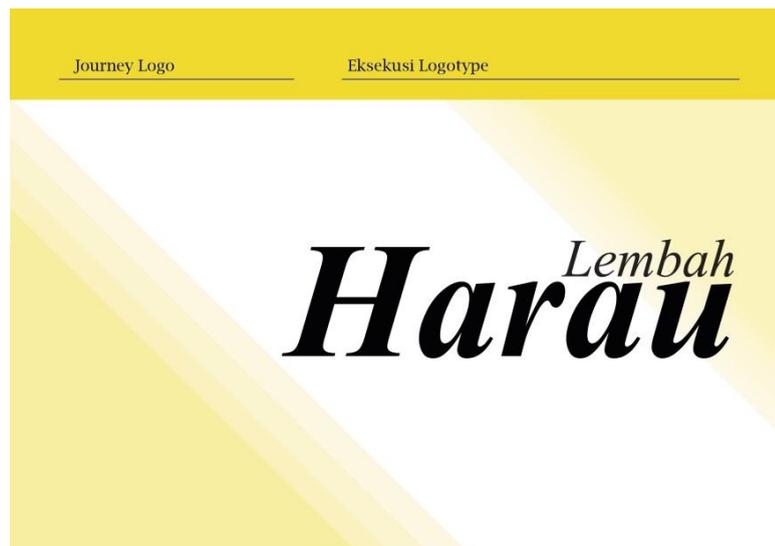
Gambar 130.*Final desain isi manual book halaman 3*



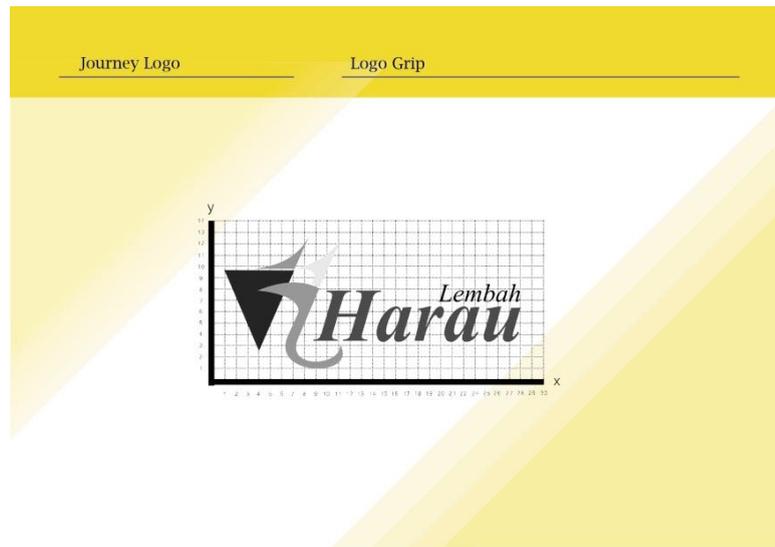
Gambar 131.*Final desain isi manual book halaman 4*



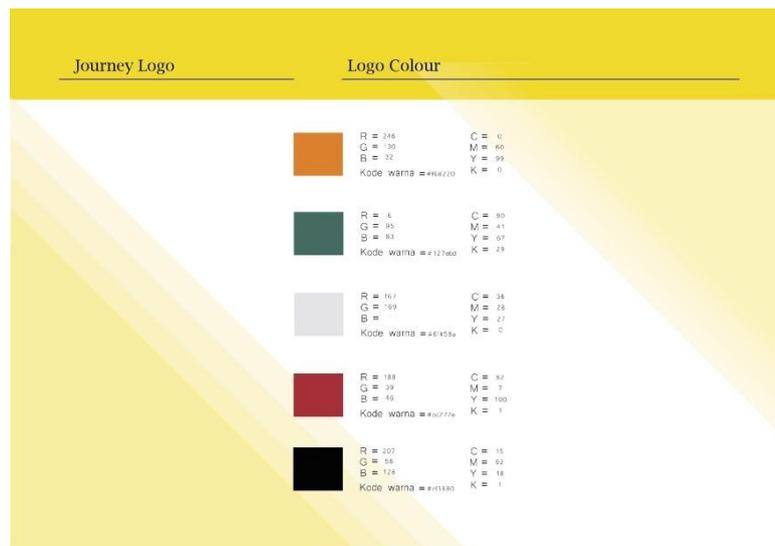
Gambar 132.*Final desain isi manual book halaman 5*



Gambar 133.*Final desain isi manual book halaman 6*



Gambar 134.Final desain isi manual book halaman 7



Gambar 135.Final desain isi manual book halaman 8



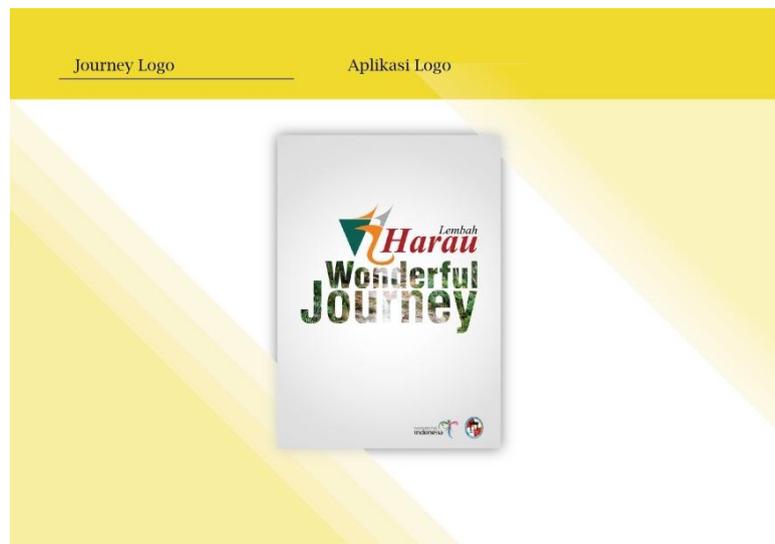
Gambar 136.*Final desain isi manual book halaman 9*



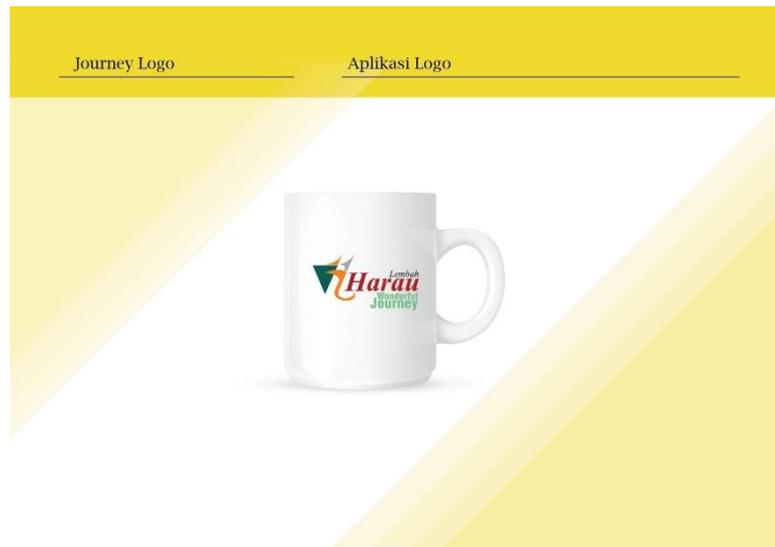
Gambar 137.*Final desain isi manual book halaman 10*



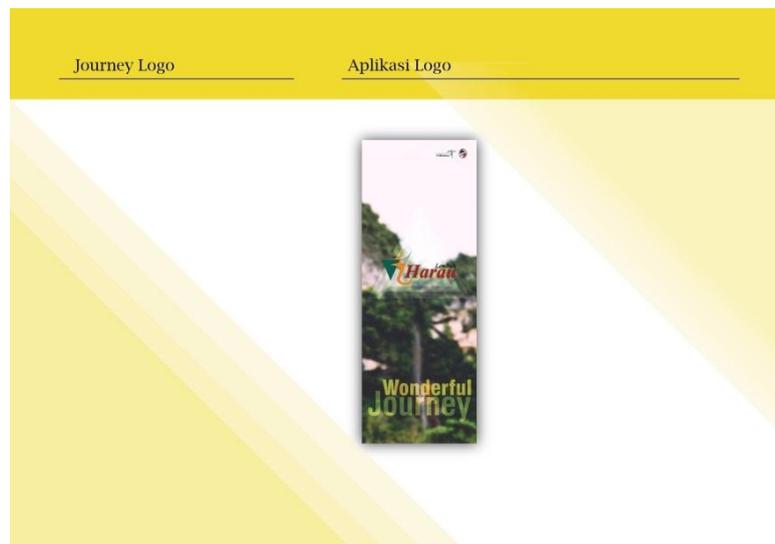
Gambar 138. *Final desain isi manual book halaman 11*



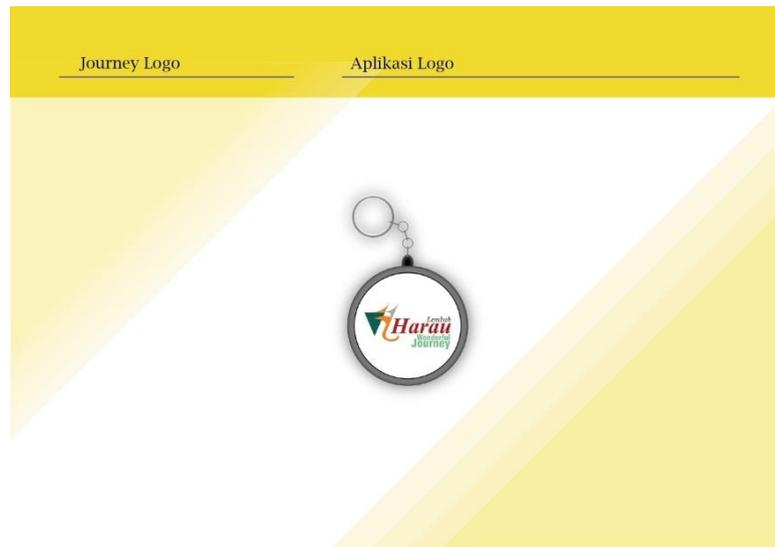
Gambar 139. *Final desain isi manual book halaman 12*



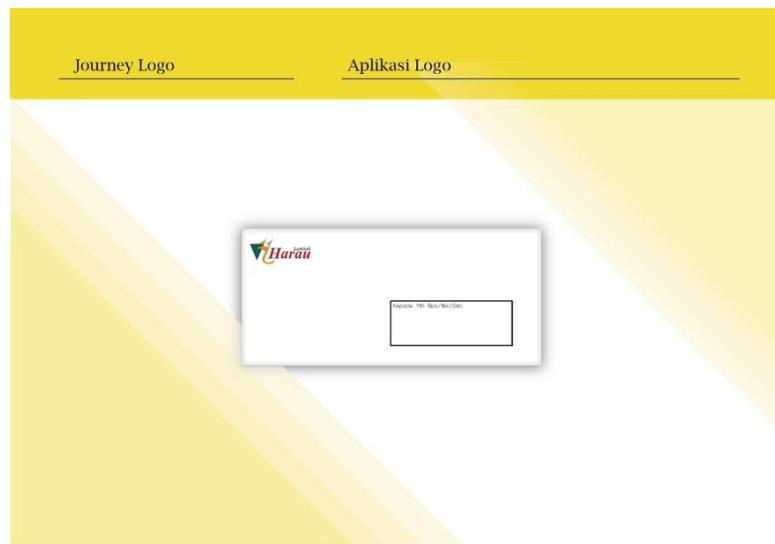
Gambar 140. *Final desain isi manual book halaman 13*



Gambar 141. *Final desain isi manual book halaman 14*



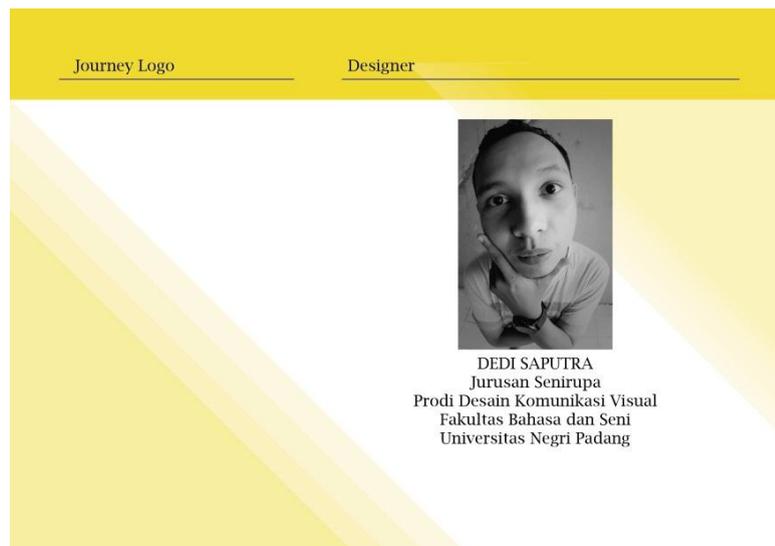
Gambar 142.*Final desain isi manual book halaman 15*



Gambar 143.*Final desain isi manual book halaman 16*



Gambar 144.*Final desain isi manual book halaman 17*



Gambar 145.*Final desain isi manual book halaman 18*

2. Media Pendukung

a) *Manual Baju*



Gambar 146.*Final Desain Baju*

b) *Poster*



Gambar 147.*Final Desain Poster*

a) X-Banner



Gambar 148. *Final Desain X banner*

a) Mug



Gambar 149.*Final Desain Mug*

a) Sticker



Gambar 150.*Final Desain Stiker*

a) Amplop Surat



Gambar 151.*Final* Desain amplop surat

a) Gantungan Kunci



Gambar 152.*Final* Desain Gantungan kunci

E. Kesimpulan

Suatu daerah membutuhkan citra. Citra positif yang dimiliki sebuah daerah menjadi sebuah jaminan bagi pelaku bisnis dan investor akan kepastian dan pengembangan investasi yang dilakukannya. Suatu daerah yang mem-branding tempatnya dengan tepat maka akan menjadi pemasukan pundi-pundi uang bagi pendapatan daerahnya dan lambat laun akan semakin bergairah pula kegiatan ekonomi di daerah tersebut baik oleh pengunjung, pebisnis, investor, maupun pemerintah.

Maka dari itu diperlukanlah suatu sistem identitas dalam mengkampanyekan atau mempromosikan daerah dalam bentuk sebuah logo agar proses promosi menjadi lebih efektif dan efisien secara berkelanjutan.

Kabupaten Limapuluh Kota yang kini bervisi dengan : Kota Wisata Alam menjadi senjata baru untuk pendapatan Kabupaten Limapuluh Kota, usaha Kabupaten Limapuluh Kota dengan mem-branding kan Taman Wisatanya lambat laun menampakkan hasil.

Perancangan Logo Taman Wisata Alam Lembah Harau Kabupaten Limapuluh Kota ini berkonsep untuk memperkenalkan Taman Wisata yang aman, nyaman dan tenang yang dimiliki Kabupaten Limapuluh Kota. .

Kesan yang ingin ditampilkan pada logo Taman Wisata Alam Lembah Harau ini adalah kesan kenyamanan dan ketenangan Kabupaten Limapuluh Kota sebagai daerah tujuan wisata, yang di aplikasikan dengan Logo Taman Wisata Alam Lembah Harau ini mewakili semua data visual dalam perancangan

logogram, logotype, dan tagline. Logogram Ikon Silo (*CentralElectric*) memiliki filosofi Keindahan akan potensi Wisata Alam. *Tagline* “*Wonderful Journey*” yang lebih mempertegas bahwa Lembah Harau adalah sebuah taman wisata yang indah, alami, asri, menahjubkan dan mengagumkan tentunya.

Logogram, Logotype, dan tagline ini disatukan menjadi satu kesatuan Logo, yang kemudian akan diaplikasikan dalam bentuk *X-banner, Poster, dan Manual book* serta beberapa media pendukung lainnya.

Akhir kata, Penulis mengucapkan terima kasih kepada pembaca atas kesediaannya meluangkan waktu untuk membaca dan menjadikan buku ini sebagai panduan atau acuan yang bermanfaat, Wassalaam.

F. Saran

Melalui perancangan logo Taman Wisata Alam Lembah Harau terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Terhadap pihak pemerintah Kabupaten Limapuluh Kota agar dapat meningkatkan fasilitas umum, modal transportasi dan perbanyak acara-acara berskala nasional dan internasional.
2. Terhadap pengunjung dan investor agar mengunjungi dan berinvestasi diTaman Wisata Alam Lembah Harau Kabupaten Limapuluh Kota sebagai tujuan wisata keluarga dan pasar yang menjanjikan di kemudian hari.

Daftar Rujukan

- Kusrianto, Adi. 2010. *Pengantar Tipografi*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Rustan, Surianto. 2009. *Mendesain logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. 2008. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, Jonathan dan Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : ANDI Yogyakarta.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi Dalam Desain Grafis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

https://id.wikipedia.org/wiki/Lembah_Arau/ diakses pada 3 Desember 2017/ Pukul 20:55 WIB.)