

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL WISATA ALAM DAN EDUKASI GRONJONG WARITI

Putra Permata¹, Muh Ariffudin Islam²

¹Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
putrapermata@mhs.unesa.ac.id

² Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
muhariffudin@unesa.ac.id

Abstrak

Wisata Gronjong Wariti menawarkan perpaduan antara konsep wisata alam dan wisata edukasi di daerah pedesaan, dengan mengoptimalkan pemanfaatan saluran irigasi desa yang sangat baik. Perancangan ini bertujuan menyusun sebuah identitas berupa logo untuk meningkatkan citra wisata dimata masyarakat dan dapat digunakan menjadi ujung tombak dalam mempromosikan Wisata. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dalam prosesnya diawali dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian melakukan analisis, dilanjutkan dengan menganalisa SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) yaitu Keunggulan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Kemajuan Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threats*) dan, menganalisa USP (*Unique Selling Proposition*) atau keunikan wisata yang tidak ditemukan di lokasi lain, yang terakhir adalah *Positioning*. Tema yang diambil dalam perancangan ini yaitu *natural & fun*. Hasil perancangan ini berupa pembuatan logo yaitu dari penyederhanaan bentuk pada elemen atau simbol yang berada di lokasi wisata lalu pemilihan tipografi dan warna. Setelah logo selesai dibuat maka kemudian diaplikasikan terhadap beberapa media yang dibutuhkan seperti *stationary, promotion tools*, sosial media, dan *signage*. Kemudian melakukan perancangan buku panduan penggunaan Identitas Visual dan penerapannya pada berbagai media promosi dengan benar, dilanjut dengan proses validasi, revisi dan final. Media pendukung meliputi Kop Surat, Amplop, Stempel, X-banner, brosur, T-shirt, Masker, Instagram feed, Spanduk, billboard.

Kata Kunci: Identitas visual, Gronjong Wariti, pariwisata.

Abstract

*Gronjong Wariti Tourism offers a combination of the concept of nature tourism and educational tourism in rural areas, by optimizing the use of excellent village irrigation channels. This design aims to develop an identity in the form of a logo to improve the image of tourism in the eyes of the community and can be used as the spearhead in promoting tourism. This study used descriptive qualitative method. The process begins with collecting data through interviews, observations, and documentation, then conducting analysis, followed by analyzing SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) namely *Strengths, Weaknesses, Opportunities Progress (Opportunities), Threats (Threats)* and, analyzing the USP (*Unique Selling Proposition*) or the uniqueness of tourism that is not found in other locations, the last is *Positioning*. The theme taken in this design is *natural & fun*. The results of this design are in the form of making a logo, namely from simplifying the shape of elements or symbols that are in tourist sites and then selecting typography and colors. After the logo has been created, it is then applied to several required media such as *stationary, promotion tools, social media, and signage*. Then design a manual for the use of Visual Identity and its application to various promotional media correctly, followed by the validation, revision and final process. Supporting media include letterheads, envelopes, stamps, X-banners, brochures, T-shirts, masks, Instagram feeds, banners, billboards.*

Keywords: Visual identity, Gronjong Wariti, tourism..

PENDAHULUAN

Kabupaten Kediri merupakan daerah yang memiliki luas Wilayah yaitu 1.386.05 km, dan juga merupakan kabupaten yang lokasinya berada di Provinsi Jawa Timur. Secara administratif Kabupaten Kediri terdiri atas 26 Kecamatan dan terbagi dalam 343 Desa. Hal tersebutlah yang menyebabkan potensi sumber daya alam yang melimpah dari sektor pertanian, perkebunan, peternakan, dan bahkan dari segi objek alamnya yang sangat bervariasi dan tentunya masih banyak yang asri. Salah satunya yang di terapkan oleh warga Desa Mejono yaitu berupa wisata pelestarian alam yang mengoptimalkan sungai yang membentang di tengah Desa menjadi sebuah objek Wisata, wisata ini di beri nama Wisata Alam dan Edukasi Wisata ini berdiri atas dasar kesadaran beberapa warga desa Mejono untuk mengoptimalkan potensi yang ada di desa mereka pada sektor pariwisata. Melakukan pembersihan dan penataan saluran irigasi desa yang dulunya kumuh, tidak terawat, tidak memiliki daya Tarik hingga sekarang seiring berjalannya waktu atas gotong royong masyarakat mejono sungai gronjong dapat merubah perekonomian warga Mejono.

Gronjong Wariti menyuguhkan perpaduan konsep wisata Alam dan Edukasi terhadap generasi muda yang di tuangkan dalam berbagai wahananya. Di lokasi ini kita dapat menemukan berbagai wahana dari yang menantang hingga menyenangkan. kita di ajak berlayar menyusuri sungai dengan menikmati suasana yang nyaman dan asri, hal ini seharusnya dapat menjadikan Gronjong Wariti sebagai tujuan wisata lokal yang bisa di andalkan.

Dukungan dan peran masyarakat Mejono guna membantu mengenalkan atau mempromosikan Wisata Alam dan Edukasi Gronjong Wariti sangat diperlukan agar masyarakat di luar Mejono dapat berkunjung ke Gronjong Wariti. Akan tetapi wisata ini tergolong baru, sehingga dapat dipastikan wisata ini belum memiliki sebuah sistem identitas visual. Identitas sendiri sangat diperlukan yaitu sebagai tanda atau pengenalan yang membedakan suatu brand dengan brand lain, tujuannya agar lebih mudah dikenal oleh *audience*. Karena hal tersebut maka Peneliti dan pengelola

memutuskan untuk Menyusun Perancangan Identitas Visual Wisata Alam dan Edukasi Gronjong Wariti yaitu berupa Logo untuk menunjang promosi wisata ini agar lebih mudah di ingat oleh wisatawan.

Beberapa Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya, penelitian pertama berjudul “Perancangan Corporate Identity dan Aplikasinya Bagi Objek Wisata Ranu Klakah di Kabupaten Lumajang” yang dilakukan oleh Gigih Prihandono pada tahun 2013. Penelitian tersebut mempunyai tujuan membuat perancangan Corporate Identity untuk objek wisata ranu klakah di Kabupaten Lumajang. Perancangan tersebut menghasilkan sebuah Identitas Objek Wisata Ranu Klakah yang berada di kabupaten Lumajang yang pengaplikasiannya pada media-media pendukung yaitu berupa brosur, X-banner, Graphic Standart Manual, map, kop surat, seragam pengelola wisata, kaos sofenir, dan poster.

Penelitian kedua berjudul “Perancangan Logo Wisata Pantai Banyu Tibo Kabupaten Pacitan” yang dilakukan oleh Dedy Sarwo Wibisono pada tahun 2017. Penelitian tersebut mempunyai tujuan membuat perancangan Logo Wisata Pantai Banyu Tibo Kabupaten Pacitan. dari hasil perancangan diperoleh Identitas Wisata Pantai Banyu Tibo Kabupaten Pacitan yang telah diterapkan pada media-media pendukung lokasi tersebut seperti kartu nama, pin, ID card, seragam pengelola wisata, poster, umbul-umbul, baner, X-baner, dan Graphic Standart Manual.

Penelitian yang saat ini dilakukan berjudul “Perancangan Identitas Visual Wisata Alam dan Edukasi Gronjong Wariti”. Dalam penelitian ini peneliti memiliki persamaan dari kedua penelitian di atas yaitu sama sama menggunakan metode perancangan dan pendekatan kualitatif dengan analisis data SWOT dan USP. Dimana data tersebut sama-sama diperlukan dalam proses wawancara, observasi, dan langkah perencanaan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan kedua penelitian di atas terletak pada objek yang diteliti.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan pada perancangan identitas visual wisata ini yaitu dengan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan

penjelasan Sugiono, penelitian kualitatif merupakan sebuah cara mendapatkan data dari narasumber yang dilakukan dengan cara menggabungkan sumber data tersebut dan selanjutnya dilakukan penganalisaan pada sumber data tersebut sehingga akan di dapatkan data yang akurat (Sugiono, 2010).

Sedangkan Moloeng mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif merupakan proses pengamatan yang dilakukan secara langsung dengan narasumber yang berupa wawancara, survey, dan observasi guna memperoleh sumber data (Moleong, 2002:3). Peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif dikarenakan dari cara ini peneliti akan mendapatkan sumber data yang lengkap dan dapat dideskripsikan secara jelas kemudian hasil akhirnya akan menjadi sebuah data yang sangat relevan dengan kondisi lapangan. Lokasi penelitian perancangan Identitas Visual Wisata Alam dan Edukasi Gronjong Wariti ini, beralamat di Desa Mejono Kecamatan Pelemahan Kabupaten Kediri Jawa Timur.

Sumber data

Sumber data yang di peroleh peneliti yaitu sumber primer yang berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi pada lokasi wisata tersebut. Sedangkan data sekunder peneliti didapatkan dari beberapa sumber data yang tertulis, meliputi buku yang membahas tentang *identias visual* atau bisa juga dari artikel, ebook yang berada di internet.

Metode Pengumpulan Data

1) Wawancara

Wawancara merupakan sebuah kegiatan pengumpulan data melalui percakapan yang di lakukan oleh dua orang atau lebih dengan terstruktur dan sistematis untuk menggali informasi secara lengkap baik berupa data tentang pemikiran, konsep atau pengalaman mendalam dari informan. Musfiqon (2012:117).

Dalam proses wawancara narasumbernya yaitu Bapak Ndarik Riyadi selaku ketua pengelola wisata dan sekaligus salah satu dari tiga perintis awal terbentuknya wisata alam dan edukasi Geronjong Wariti.

2) Observasi

Observasi merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data melalui pengamatan atau peninjauan secara langsung yang dilakukan dengan objektif, nyata, dan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan (Supriyati, 2011). Dalam pengambilan data perancangan identitas wisata ini peneliti melakukan peninjauan langsung pada lokasi wisata guna mendapatkan data yang akurat.

3) Dokumentasi

Sugiyono dalam bukunya mendeskripsikan bahwa dokumentasi adalah sebuah hasil catatan peristiwa yang telah berlalu yang memiliki wujud atau bentuk fisik yaitu meliputi bentuk tulisan, visual atau gambar, dan juga sebuah karya-karya monumental dari seseorang yang memiliki catatan tertentu tentang kejadian masa lalu. (Sugiyono, 2012:240). Dalam hal ini peneliti memerlukan dokumentasi untuk mengumpulkan data visual guna menunjang kelengkapan data dalam perancangan Identitas Visual Wisata Alam dan Edukasi Gronjong Wariti.

Metode Analisis data

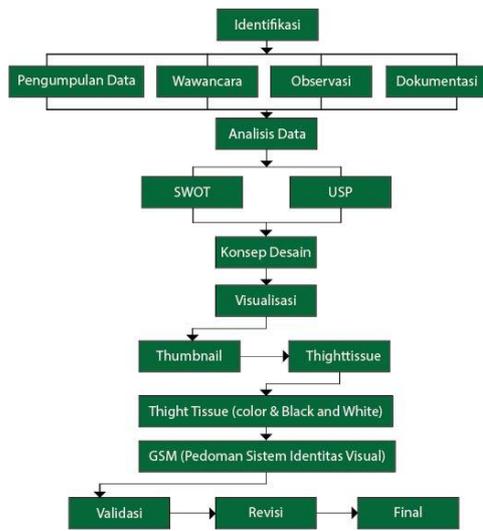
1) Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Rangkuti merupakan sebuah proses pengidentifikasian yang dilakukan dengan cara membandingkan dua faktor yang sangat berpengaruh yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Dimana perbandingan ini dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang akan tetapi di sisi lain dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman yang terjadi (Rangkuti, 2013:19-21).

2) USP (*Unique Selling Propotions*)

USP menurut Shimp merupakan suatu prose yang mana memperkenalkan perbedaan penting suatu perusahaan sehingga dapat mempresentasikan suatu keunikan yang tidak dimiliki kompetitor lain agar bisa menarik konsumen atau wisatawan (Shimp, 2003:440).

Skema Perancangan



Gambar 1. Bagan Skema Perancangan

KERANGKA TEORETIK Identitas Visual

Rustan (2009:54) menjelaskan bahwa identitas digunakan untuk membedakan identitas satu dengan yang lainnya. Dari situlah diharapkan dapat meningkatkan brand *awareness* dan brand image positif di benak masyarakat.

Sedangkan menurut Anggoro (2000:280) Identitas Visual adalah suatu sistem komunikasi visual yang membentuk identitas dari suatu perusahaan, lembaga, maupun produk. Identitas Visual sering digunakan untuk membedakan suatu produk/jasa dengan produk/jasa dari pesaing sehingga customer akan dengan mudah mengidentifikasi suatu merek hanya dengan melihat sebagian dari tampilan visualnya.

Dari penjelasan diatas dapat di simpulkan bahwa Identitas Visual merupakan Sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan, yang biasa digunakan sebagai tanda pengenal untuk melakukan sebuah komunikasi yang baik dalam lingkup intern perusahaan maupun dengan mitra usaha dan pihak-pihak terkait lainnya diluar lingkungan perusahaan.

Konsep Dasar Perancangan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Kata perancangan berasal dari kata kerja “merancang”, Kata “merancang” memiliki pengertian sebagai merencanakan, mengatur sesuatu lebih dahulu. Selanjutnya mendapatkan awalan per- dan

akhiran –an. Setelah itu, terjadi peleburan kata sehingga terbentuklah kata perancangan. Jadi, kata perancangan dapat diartikan sebagai kegiatan untuk mengatur sesuatu lebih dahulu.

Ladjamudin (2005:39) berpendapat Perancangan merupakan suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesign sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan, diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik. Sedangkan Hendratman (2009:9-12) menjelaskan bahwa Perancangan merupakan wujud visual hasil dari bentuk-bentuk kreatif yang telah direncanakan.

Sehingga pada dasarnya perancangan merupakan Langkah awal dalam mengatur perancangan design. kata perancangan dapat diartikan sebagai Aktifitas atau kegiatan dengan maksud dan tujuan tertentu untuk mengatur sesuatu lebih dahulu.

Proses Perancangan

Proses Perancangan terbagi dalam 6 bagian menurut Hendratman (2010:09-12) yaitu meliputi, Persiapan Data, Ide, Konsep, Visualisasi, dan Produksi.

a. Persiapan Data

Dalam persiapan data yaitu data yang berupa teks maupun gambar sebaiknya diseleksi terlebih dahulu, sehingga didapatkan data penting dan data yang kurang penting untuk mempermudah dalam penyusunan.

b. Ide

Agar mendapatkan ide kreatif yang di perlukan yaitu melakukan studi banding, wawancara, dan lain-lain. sehingga design dapat menggambarkan ciri khas tempat maupun usaha tersebut serta memberikan kesan sulit dilupakan.

c. Konsep

Merupakan hasil kerja yang berupa pemikiran untuk menentukan tujuan-tujuan, kelayakan dan segmen yang dituju. Untuk mencapai hal itu diperlukan studi kelayakan yang cocok dan efektif untuk mencapai tujuannya.

d. Visualisasi

Menentukan komponen desain, pemilihan warna, layout sampai finishing.

e. Produksi

Setelah desain yang dibuat selesai, sebaiknya

terlebih dahulu di proofing (print preview sebelum cetak mesin). Jika warna dan komponen grafis lain tidak ada kesalahan, maka desain dapat dicetak dan diperbanyak.

Logo

Rustan (2009:12) menyebutkan jika logo merupakan sebuah bentuk elemen gambar ataupun symbol yang berada pada identitas visual yang terbentuk dari hasil pemikiran. Sedangkan logo menurut Suwardikun (2000:7) merupakan sebuah gambaran dari visi misi perusahaan yang bersifat non visual dan di tuangkan dalam satu kesatuan menjadi bentuk visual.

Menurut Rustan (2009:8) sebuah logo yang baik yaitu dapat merepresentasikan secara keseluruhan mengenai arti atau makna suatu tujuan tertentu pada badan usaha.

Selanjutnya dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa logo merupakan elemen gambar atau simbol yang dapat mencerminkan visi maupun misi suatu perusahaan dan juga digunakan sebagai pencerminan hal-hal yang bersifat non visual meliputi perilaku sikap, dan kepribadian suatu perusahaan.

Selanjutnya Rustan (2009:12) menyebutkan Fungsi dari logo terbagi atas empat macam meliputi:

1. Sebagai identitas diri, untuk membedakannya dengan identitas milik orang lain.
2. Tanda kepemilikan, untuk membedakan miliknya dengan milik orang lain.
3. Tanda jaminan kualitas
4. Mencegah peniruan/pembajakan

Menurut Rustan logo mempunyai beberapa kriteria yaitu Menurut Unik, Sempel, Fleksibel Rustan (2009:22).

1. Unik

Unik yang dijelaskan dalam hal ini yaitu mempunyai ciri khas yang menonjol dan menjadi berbeda dengan kompetitor lainnya

2. Sempel

Memiliki hasil visual atau gambar yang mudah di ingat oleh konsumen dan terkesan sederhana namun masih terlihat tidak modern.

3. Fleksibel.

Karakter logo yang fleksibel yaitu logo yang memiliki beberapa opsi atau pilihan versi bentuk,

ukuran, wana yang dapat di terapkan untuk berbagai media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Identifikasi Data

Wisata Alam dan Edukasi Gronjong Wariti berlokasi di Desa Mejono Kecamatan Pelemahan Kabupaten Kediri. Gronjong Wariti dikelola oleh sekelompok warga Desa dan dibantu oleh pemuda dan pemudi karang taruna Desa Mejono. Wisata ini di koordinatori oleh Bapak Ndarik Riyadi selaku penanggung jawab, Bapak Basuki Widodo dan Bapak Heru Siswanto yang merupakan perintis awal terbentuknya Wisata Alam dan Edukasi Gronjong wariti. Harapan mereka mendirikan Wisata ini tergambar dalam Visi dan Misi Gronjong Wariti.

- a. Visi : Menciptakan wisata yang nyaman, aman, sejuk, bersih, menarik, damai, menyenangkan dan menjadi kenangan.
- b. Misi :
 - Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menciptakan lapangan kerja dari wisata.
 - Meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) dari Sumber Daya Alam (SDA) yang berkualitas dan berkembang.



Gambar 2. Pintu masuk Gronjong Wariti
(Sumber: Dokumentasi Permata, 2019)

b. Analisis SWOT dan USP

1) Kekuatan (*strenght*)

Keunggulan (*Strenghts*) Wisata Alam dan edukasi Gronjong Wariti memiliki suasana yang mengasikkan karena memberikan nuansa rafting berlayar menyusuri sungai dengan perahu di daerah pedesaan, Wisatawan dibuat nyaman dan dipermudah kebutuhannya dengan keberadaan fasilitas cukup lengkap yang disediakan oleh pengelola wisata. Wisatawan yang berlibur dengan keluarga

dapat dengan mudah menemani dan mengawasi buah hati mereka.

2) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan yang dimiliki Gronjong Wariti yaitu beberapa lokasi khususnya bagian belakang wahana ada yang belum dilakukan perbaikan khususnya jalan dan wahana masih bisa di tambah lagi.

3) Peluang (*Opportunity*)

Peluang yang dimiliki Gronjong wariti yaitu dijadikannya wisata ini tujuan *tour destination* pada saat siswa siswi yang sedang melakukan studi di kampung Inggris Pare untuk belajar berbahasa Inggris di luar kelas di karenakan lokasi wisata ini yang cukup luas.

4) Ancaman (*Threat*)

Ancaman yang dimiliki Gronjong wariti yaitu salah satunya Rusaknya dan kotornya lokasi wisata saat musim hujan tiba karena adanya air ROB dari aliran sungai.

Keunikan dari Wisata Alam dan Edukasi Gronjong Wariti ini menjadi tempat wisata yang di gunakan untuk studi banding atau percontohan oleh pelaku wisata maupun masyarakat, Hal ini di disebabkan atas keberhasilan masyarakat desa Mejono dalam memafaat potensi sungai yang melintasi desa dengan maksimal dari sektor wisata.

c. Konsep Desain

Desain Identitas visual yang akan dibuat meliputi:

Tujuan identitas visual berupa logo ini sebagai simbol yang dapat merepresentasikan arti yang cukup singkat mengenai wisata Gronjong Wariti. Dengan terbentuknya desain logo yang jelas nantinya akan dapat mengangkat citra wisata Alam dan Edukasi Gronjong wariti menjadi salah satu wisata yang dapat di unggulkan di Kabupaten Kediri. Adapun konsep kreatif yang dilakukan adalah:

1) Dalam *Identitas visual* berupa logo, identitas merupakan hal yang sangat penting. Dalam hal ini peneliti akan merancang desain logo Wisata Alam dan Edukasi Gronjong Wariti, logo yang dapat merepresentasikan wisata itu sendiri dan mudah di ingat oleh target audience.

2) Pengaplikasian media *Identitas Visual*

Stationary : Kop surat, Amplop, Stempel.

Promotion Tools : x banner, *tote bag*, brosur, Mug, T-shirt, Pin.

Sosial Media : *Instagram Feed, Facebook Profile. Signage* : Spanduk, Umbul-umbul, *Billboard*.

Dalam perancangan identitas visual wisata ini Tema desain yang di gunakan yaitu ” *Natural dan Fun* “. Penerapan konsep *natural* dan *Fun* yaitu merujuk pada lokasi wisata tersebut yang bertujuan agar wisata ini mudah diingat oleh wisatawan.

Pada penggunaan jenis font dalam perancangan identitas visual wisata alam dan edukasi Gronjong wariti yaitu menggunakan jenis huruf *Brush* dan *comic* yang penggunaannya bertujuan untuk mendukung konsep tema yang di terapkan pada identitas ini, sedangkan tema yang di gunakan yaitu mengusung konsep *natural* dan *fun*. Ada pun alasan lain dalam menentukan jenis huruf *Brush* yaitu dikarenakan identitas berupa nama wisata yang sedikit panjang yang harapannya dapat mempermudah wisatawan dalam membacanya baik dari jauh maupun dari dekat dengan di gunakannya jenis huruf ini.

Pesan visual yang di terapkan pada logo yaitu mengambil gambar dari elemen yang ada di lokasi wisata tersebut terutama bagi pembuatan logogram. Logo yang dibuat menerapkan karakter bentuk logo yang sesuai dengan dasar dan sifat Gronjong Wariti.

Warna yang digunakan pada Identitas Wisata Alam dan Edukasi Gronjong Wariti yaitu warna yang menampilkan karakter wisata yang khususnya dapat merepresentasikan visi dan misi wisata tersebut. Warna yang di gunakan dominan cerah karena mengacu pada target audience yaitu generasi muda.



Gambar 3. Moodboard Logo
(Sumber: Visualisasi Permata, 2021)

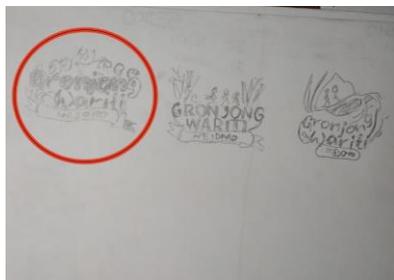
d. Proses Desain

Client Creative Brief adalah sebuah rangkuman dari hasil analisis berdasarkan observasi yang dilakukan pada lokasi Wisata alam dan edukasi gronjong wariti.

Thumbnails merupakan proses yang dilakukan berupa memvisualkan ide lewat gambar berupa sketsa kasar secara manual yang kedepannya dapat di kembangkan menjadi bentuk identitas visual yang di harapkan oleh perancang.



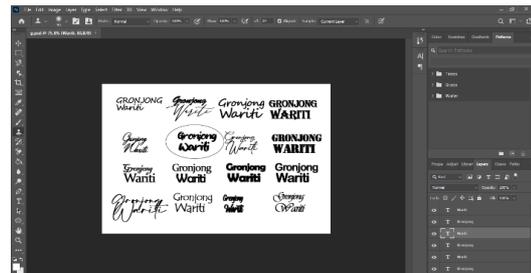
Gambar 4. Sketsa awal dari penyederhanaan logo
(Sumber: Desain Permata, 2021)



Gambar 5. Sketsa lanjutan setelah terpilihnya satu logo
(Sumber: Desain Permata, 2021)

Pada proses selanjutnya yaitu pada bagian *tight tissue*, proses yang dilakukan meliputi

pemindahan hasil sketsa berupa gambar yang berada di kertas di pindah pada komputer dengan menggunakan bantuan software yang berbasis vektor. Pemindahan dilakukan dengan cara menggambar ulang pada aplikasi atau bisa juga dengan bantuan scan untuk mempermudah memindahkan hasil sketsa.



Gambar 6. Membuat Pilihan tipografi yang dijadikan Logotypenya.
(Sumber: Desain Permata, 2021)



Gambar 7. Pemindahan sketsa pensil ke computer
(Sumber: Desain Permata, 2021)

e. Final Desain



Gambar 8. Hasil Logo
(Sumber: Permata, 2021)

Tahap Final desain merupakan hasil dari proses penentuan salah satu dari beberapa alternatif desain pada tight tissue yang dianggap

paling sesuai untuk di terapkan sebagai identitas wisata Alam dan Edukasi Gronjong Wariti.

f. Penerapan pada Media

Stationary

- 1) Kop Surat
- 2) Amplop
- 3) Stempel



Gambar 9. Stationary set
(Sumber: Desain Permata, 2021)

Promotion Tools

- 1) X banner
- 2) Tote Bag
- 3) Brosur
- 4) T-shirt
- 5) Mug
- 6) Pin
- 7) Masker
- 8) Stiker
- 9) Topi



Gambar 10. Promotion Tools
(Sumber: Desain Permata, 2021)

Sosial Media

- 1) Instagram Profile
- 2) Facebook feed



Gambar 11. Sosial Media
(Sumber: Desain Permata, 2021)

Signage

- 1) Spanduk
- 2) Umbul-umbul
- 3) Billboard



Gambar 12. Signage
(Sumber: Desain Permata, 2021)

g. Validasi

Proses validasi dilakukan oleh Ndarik riyadi selaku Ketua pengelola Wisata Alam dan Edukasi Gronjong Wariti. Proses validasi ini selain dilakukan dengan cara tertulis yaitu dilakukan dengan cara bertemu untuk melakukan uji validasi, dalam kesempatan tersebut berdasarkan dari hasil perancangan buku pedoman identitas visual validator juga

memberikan masukan secara lisan pada hasil final perancangan tersebut. Menurut ndarik riyadi penyajian perancangan ini telah di sajikan dengan baik ke dalam pedoman identitas visual wisata alam dan edukasi gronjong wariti. dari segi warna yang di gunakan juga sudah sesuai dengan karakter Gronjong Wariti.

h. Pedoman Sistem Identitas Visual.

Pedoman sistem identitas visual adalah sebuah petunjuk penggunaan dan penerapan identitas secara konsisten pada media pendukung yang sudah tertuang dalam buku pedoman identitas visual Wisata Alam dan Edukasi Gronjong Wariti yang bertujuan untuk mempermudah pengelola dalam memahami penggunaan logo.



Gambar 13. Beberapa Halaman Depan Pedoman Identitas Visual

(Sumber: Desain Permata, 2021)

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data yang di peroleh wisata ini membutuhkan sebuah identitas berupa Logo untuk menjadi ujung tombak dalam mempromosikan wisata tersebut. Di karena wisata ini tergolong baru, oleh karena itu wisata ini belum memiliki identitas visual.

Tema yang di ambil dalam perancangan ini yaitu natural & fun. Proses pembuatan logo yaitu dari penyederhanaan bentuk pada elemen atau simbol yang berada di lokasi wisata lalu pemilihan tipografi dan warna. Setelah logo selesai dibuat maka kemudian diaplikasikan terhadap beberapa media yang dibutuhkan seperti

stationary, promotion tools, sosial media, dan signage. Kemudian melakukan perancangan buku panduan penggunaan Identitas Visual dan penerapannya pada berbagai media promosi dengan benar, dilanjut dengan proses validasi, revisi dan final.

Dalam penerapannya wisata ini tergolong baru dibuka untuk umum, melihat dari potensi alam yang baik ini peneliti merekomendasikan peneliti lain untuk melakukan penelitian guna membantu berkembangnya potensi wisata tersebut kearah yang lebih baik lagi supaya wisata di Kabupaten Kediri dapat di kenal lebih luas.

Pengelola Wisata diharapkan dapat memberi perhatian yang maksimal demi kemajuan potensi wisata alam dan edukasi gronjong wariti meliputi peningkatan mutu pelayanan, kebersihan, serta memperbaiki dan menambah sarana serta prasarana yang di rasa kurang lengkap guna menjadikan lokasi wisata ini sebagai wisata unggulan Kabupaten Kediri kedepannya.

REFERENSI

- A, shimp Terence. 2013. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid 1 (edisi 5)*. Jakarta: Erlangga
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2001. Jakarta : Balai pustaka.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Taknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.