

# PERANCANGAN RE-BRANDING TEMPAT BELAJAR MENGENAL ALAM KANDANK JURANGK DOANK

Willy Orlando Sianipar, Huddiansyah

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul

Jalan Arjuna Utara No. 9, Kebon Jeruk, Jakarta Barat - 11510

willy.redemption@gmail.com

## **Abstract**

*Re-Branding Design of Learning and Playing Sites with Jurank Doank Enclosure" This aims to design a new brand and design the media that are used to support the Re-Branding of Learning and Playing courses with Jurank Doank Enclosure. The design method includes the collection of verbal and visual data. Then the data is analyzed using data analysis. The design results are in the form of visual concepts of primary color themes to strengthen the modern theme. Media Design Re-Branding of Knowing Nature Learning Center Jurank Doank enclosure is in the form of major media and supporting media. The main media produced include documentary videos and logos which will be applied to all media applications and the Graphic Standard Manual (GSM) Book. Supporting media produced include Stationery (business cards, envelopes and letterhead), paper labels, posters, brochures, X-banners, banners, billboards, uniforms, mugs, pins and stickers.*

**Keywords:** design, re-branding, kandang jurank

## **Abstrak**

Perancangan Re-Branding Tempat Belajar dan Bermain Mengenal Alam Kandang Jurank" ini bertujuan untuk merancang *brand* baru serta merancang media yang digunakan untuk mendukung kegiatan *Re-Branding* Tempat Belajar dan Bermain Mengenal Alam Kandang Jurank. Metode perancangan meliputi pengumpulan data verbal maupun data visual. Selanjutnya data dianalisis menggunakan analisis data. Hasil perancangan berupa konsep visual tema warna primer untuk menguatkan tema modern. Media Perancangan *Re-Branding* Tempat Belajar Mengenal Alam Kandang Jurank Doank berupa media utama dan media pendukung. Media utama yang dihasilkan meliputi video dokumenter dan logo yang akan diaplikasikan pada seluruh aplikasi media dan *Graphic Standard Manual (GSM) Book*. Media pendukung yang dihasilkan meliputi *Stationery* (kartu nama, amplop dan kop surat), label kertas, poster, brosur, X-banner, banner, billboard, seragam, mug, pin dan stiker.

**Kata kunci:** perancangan, re-branding, kandang jurank

## **Pendahuluan**

Sekolah memegang peranan penting dalam mengembangkan kemampuan para siswa. Sebuah sekolah yang berkualitas baik, akan menghasilkan lulusan yang baik pula. Begitu juga sebaliknya, sekolah yang buruk akan menghasilkan lulusan yang buruk.

Namun, pada umumnya sekolah yang ada saat ini lebih memprioritaskan untuk mengembangkan aspek kognitif para siswa saja dalam saja proses belajar mengajar. Kebanyakan sekolah lebih memprioritaskan evaluasi pada kemampuan akademis semata, karna telah terdapat pedoman penilaian yang jelas dan dapat dipahami oleh orang tua. Padahal untuk menghadapi dunia yang selalu berubah saat ini kemampuan menghafal saja masih di anggap kurang. Ada hal yang lebih penting dari sekedar kemampuan menghafal, yaitu kemampuan dalam memperoleh informasi atau data, memahami, mengelola dan memanfaatkannya agar dapat

menjawab tantangan dan menjawab persoalan dalam kehidupan.

Di tahun 2020 manusia menghadapi permasalahan yang luar biasa, seperti masalah pencemaran lingkungan, pemanasan global dan kerusakan hutan yang disebabkan oleh kurangnya kesadaran manusia akan pentingnya alam dalam kehidupan manusia, sehingga sekolah perlu mengajarkan kepada siswa tentang beberapa keterampilan hidup seperti saling menghormati, dan menghargai alam di mana kita hidup.

Sekolah alam merupakan salah satu pendidikan alternatif berbasis lingkungan yang sedang berkembang di Indonesia. Sekolah alam adalah sekolah yang menggunakan lingkungan di luar sekolah sebagai area belajar, dan berinteraksi dengan masyarakat dan alam. Hal ini membantu siswa bertumbuh menjadi manusia yang berkarakter. Manusia yang tidak saja mampu memanfaatkan alam, namun juga dapat mencintai dan memelihara alam.

Pada mulanya Kandank Jurank yang dirintis sejak tahun 1993 di Angkasapura, Kemayoran, setelah itu pindah ke Ciputat di jalankan pada tahun 1995 oleh artis dan seniman Raden Rizki Mulyawan Kertanegara Hayeng Denada Kusuma atau lebih akrab dikenal dengan nama Dik Doank. Dibangun di Kompleks Alvita, Desa Sawah Baru, Ciputat Tangerang merupakan sekolah alam bagi anak-anak kampung sekitar kurang mampu yang mempunyai kesulitan mendapatkan pendidikan kreatif. Cita-cita Dik Doank saat itu adalah ia ingin agar anak-anak miskin bisa belajar di sekolah yang sebenarnya, yaitu: Alam. Karena lewat alam anak-anak mampu mengenal diri dan potensinya, untuk kemudian dikembangkan. Mereka bergaul dengan alam sekitar; pohon melambai, angin mendesau, lumpur sawah. Sekaligus memberikan pemahaman bahwa keindahan alam semata ciptaan Tuhan yang harus terus dijaga dan dilestarikan.

Sejalan dengan waktu, saat ini Kandank Jurank berkembang menjadi tempat yang sangat menyenangkan bagi anak-anak dari kalangan manapun. Miskin, kaya, tua, muda, warga se-kitar maupun anak-anak yang melakukan kunjungan, semuanya diterima dengan sangat menyenangkan di tempat ini.

Suasana nyaman di Kandank Jurank didukung dengan udara yang sejuk, belum ada polusi, nyaman, sangat “hijau” dan dikelilingi sawah-sawah yang menghampar. Di Kandank Jurank, Dik Doank, sang pendiri mengajarkan kepada anak-anak bagaimana nikmatnya belajar di luar ruangan bersimbah hangatnya cahaya matahari dan bersatu dengan alam.

Sarana olah raga di Kandank Jurank juga cukup lengkap. Mulai dari lapangan bola, lapangan basket, wall climbing, sampai dengan flying fox. Kegiatan ini biasanya ramai ketika akhir pekan. Banyak juga sekolah-sekolah dasar yang mengadakan outbond ke Kandank Jurank. Ada juga panggung, studio, ruang multimedia, kolam ikan, perpustakaan dan arena bermain. Panggungnya sendiri bisa berfungsi macam-macam. Bisa untuk latihan menari, menyanyi, atau untuk pentas.

Selain tempat belajar dan bermain, di Kandank Jurank juga memiliki museum yang menyimpan sejarah kehidupan Dik Doank dari masa kanak-kanak sampai saat ini. Kebanyakan isi museum adalah hasil kesenian dari Dik Doank, mulai dari lukisan, foto, sampai dengan barang-barang yang memiliki nilai sejarah penting untuknya.

Bila baru pertama kali datang, anak-anak bisa ikut kegiatan menggambar yang diajar langsung oleh Om Dik Doank. Kegiatan menggambar ini sekaligus sebagai sarana seleksi untuk bisa masuk dan belajar secara kontinyu di Kandank Jurank. Bila

lulus seleksi, anak-anak diperbolehkan memilih program-program gratis lainnya yang ada di Sekolah Alam Kandank Jurank seperti menari dan perkusi.

Seleksi masuk di Kandank Jurank cukup unik yaitu anak-anak akan diminta untuk menggambar Garuda Pancasila. Seleksi ini diterapkan agar bimbingan belajar dapat berjalan dengan efektif.

Kenapa harus menggambar burung Garuda Pancasila? Padahal anak-anak ke sini tidak hanya untuk menggambar saja. Ada yang ingin teater, musik, dan sebagainya. Alasannya adalah karena sebenarnya Kandank Jurank tidak mencari anak yang pintar gambar, tetapi dengan menggambar Kandank Jurank akan tahu niatan mereka, kesungguhan mereka, kebersamaan mereka dan kejujuran mereka. Intinya kalau ada yang menggambar dengan cara mencontek maka dia tidak akan diterima oleh Sekolah Alam Gratis Kandank Jurank. Berikut ini adalah jadwal komunitas Kandank Jurank :

- a. Hari Kamis Belajar Gitar jam 16.00–18.00
- b. Hari Jum`at Belajar Kriya jam 16.00–18.00
- c. Hari Sabtu Belajar Vokal jam 16.00–18.00
- d. Hari Minggu Belajar Gambar jam 09.00–12.00
- e. Hari Minggu Belajar Tari jam 16.00–18.00

Kegiatan yang tidak dipungut biaya alias gratis dan terbuka umum ini dilakukan dengan didampingi para mentor dari Kandank Jurank dan Selebriti. Hal ini sesuai dengan visi dan misi tempat ini adalah Hidup Untuk Berbagi.

Materi Sekolah Alam : Menggambar/membuat sketsa kreatif, sharing pengalaman Artis/Selebriti

Usia peserta : Mulai dari Balita (sudah dapat lepas dari pangkuan orang tua)

Bila kita ingin mengajak anak-anak bermain Outbound secara perorangan (tidak datang berkelompok) maka kita bisa datang pada hari Sabtu dan Minggu (sebaiknya telepon Kandank Jurank terlebih dahulu karena area Outbound Kandank Jurank mulai hari Senin sampai Jumat bahkan terkadang weekend pun sering disewa utk acara atau kelompok dalam jumlah besar).

Berikut ini adalah jenis kegiatan outbound di Kandank Jurank Doank :

- a. Hiking di Sawah : Berjalan di area pematang sawah sambil menikmati sejuknya alam
- b. Menanam Padi : Mengupas bagaimana cara menanam padi dan tahapan- tahapannya
- c. Memandikan Kerbau : Memandikan kerbau di sungai adalah kegiatan menarik yang sayang untuk dilewatkan
- d. Menangkap ikan : Tantangan bagi anak-anak, sanggupkah ia menangkap ikan

- dengan menggunakan tangannya
- e. Flying Fox : Mencoba tantangan dan keberanian dengan kecepatan
  - f. Perahu Kampret : Bermain dengan air dan berusaha mendayung dengan semangat tanpa mengenal lelah
  - g. Jembatan Air : Tantangan bagi anak-anak, sanggupkah ia menyebrangi jembatan dinamis tanpa terjatuh ke air
  - h. Tangga Monyet : Tantangan bagi anak-anak, sanggupkah ia menggapai puncak dan berlomba mencapai finish

Berkaitan dengan latar belakang di atas, dan untuk menghindari agar tidak meluasnya pembahasan maka fokus masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana proses perancangan Re-Branding Tempat Belajar Mengenal Alam Kandank Jurank yang menarik dan informatif?
2. Bagaimana proses editing pada Perancangan Re-Branding Tempat Belajar Mengenal Alam Kandank Jurank yang menarik dan informatif ?
3. Bagaimana proses pengaplikasian desain pada media promosi Re- Branding Tempat Belajar Mengenal Alam Kandank Jurank yang menarik dan informatif ?

## **Tinjauan Pustaka**

Dalam proses perancangan ini, menggunakan gaya desain sebagai acuan dalam perancangan sebuah re-branding lokasi. Pengertian dari gaya secara umum adalah suatu ragam yang khas dari ekspresi, desain, arsitektur atau cara pelaksanaan suatu hal. Gaya dalam desain grafis berarti keindahan visual yang mempunyai pengaruh besar pada suatu masa dan tempat tertentu. Desainer grafis pada dasarnya bertugas untuk mengatur dan mengkomunikasikan pesan untuk menempatkan sebuah produk atau ide di benak audience, memberikan kesan baik, serta memberitahukan dan mempublikasikan suatu informasi dengan cara yang efektif. Dalam proses ini, gaya juga berarti sebuah cara untuk meng-informasikan dan menandai pesan yang ditujukan bagi audience tertentu. Adapun gaya desain yang digunakan adalah Memphis dan flat design.

Memphis pertama muncul sekitar tahun 1980-an, diperkenalkan oleh Ettore Sottsass. Ettore Sottsass adalah seorang desainer yang lahir di Innsbruck, Austria, namun besar di Italia. Ia memiliki keunikan dalam setiap desainnya. Keunikan inilah yang menjadi inspirasi bagi banyak desainer muda yang mulai bermunculan setelahnya. Pada tahun 1981, Sottsass bersama dengan desainer dan arsiteknya mulai membuat grup Memphis.

Awalnya, mereka merilis 40 buah koleksi yang berhubungan dengan desain interior, seperti mebel, keramik, dan lampu.

Hal yang menjadi ciri khas dalam desain Sottsass ialah nuansa yang fun dan eye catching. Ini dapat dilihat dari segi pemilihan elemen warna dan pola yang digunakan. Elemen-elemen unik itu pula yang Sottsass gunakan untuk membuat aliran desain baru yang sekarang kita kenal dengan sebutan Memphis.

Bisa dibilang, Memphis merupakan gaya desain yang penuh dengan kebebasan. Bentuknya yang tidak beraturan, warna yang mencolok, dan pola yang unik membuat gaya desain Memphis tampak ramai dan ceria.

Bila dilihat dari segi warna, warna yang diaplikasikan oleh Sottsass untuk Memphis lebih didominasi dengan warna-warna primer, yaitu merah, hijau, dan biru. Tetapi, Memphis juga sering menggunakan warna kuning dan hitam. Warna hitam pada Memphis biasanya digunakan untuk mempertegas gambar dan membuat gambar terlihat lebih tebal.

Walaupun warna primer tetap mendominasi, sekarang sudah terjadi banyak modifikasi dalam Memphis. Warna-warna pastel, misalnya, kerap ditemukan dalam desain Memphis masa kini.

Sementara, Flat design adalah salah satu gaya desain yang menekankan unsur minimalis, 2 dimensi, dan perpaduan warna-warna yang cerah. Menekankan pada unsur fungsionalitas dengan desain yang bersih tanpa ada bevel, bayangan, tekstur dan berfokus pada tipografi. Microsoft dan iOS pertama kali menggebrak tampilan antarmuka dengan gaya desain ini.

Flat design terinspirasi dari kombinasi tiga gaya desain, yaitu The Swiss Style (atau International Typographic Style), Bauhaus dan Modernism. Namun, dari ketiga gaya desain tersebut, flat design paling banyak terinspirasi dari desain The Swiss Style dan diperkenalkan sekitar tahun 1940-1950an.

Flat design adalah salah satu gaya desain yang menekankan unsur minimalis, 2 dimensi, dan perpaduan warna-warna yang cerah. Menekankan pada unsur fungsionalitas dengan desain yang bersih tanpa ada bevel, bayangan, tekstur dan berfokus pada tipografi. Microsoft dan iOS pertama kali menggebrak tampilan antarmuka dengan gaya desain ini. Desain ini memfokuskan diri dari beberapa aspek yaitu grid, tipografi sans-serif, dan tata letak (layout) yang tidak terlalu padat. Sampai pada 2014, mulai berkembang lebih pesat dan terkenal serta banyak digunakan dalam desain website, poster, karakter, UI mobile, aplikasi, dan lainnya.

Flat design terinspirasi dari kombinasi tiga gaya desain, yaitu The Swiss Style (atau

International Typographic Style), Bauhaus dan Modernism. Namun, dari ketiga gaya desain tersebut, flat design paling banyak terinspirasi dari desain The Swiss Style dan diperkenalkan sekitar tahun 1940-1950an.

## Metodologi Penelitian

Dari konsep pengumpulan data, penulis menggunakan sumber primer yaitu data langsung didapat dari objek yang diteliti oleh penulis, selain itu juga menggunakan metode sumber sekunder yaitu data yang didapat dari buku, internet dan informasi lainnya.

### 1. Metode Pengumpulan Data Primer

#### a. Observasi Lapangan

Adalah pengumpulan data dengan mengadakan peninjauan langsung, mengkaji dan menganalisa langsung ke lokasi Kandank Jurank

#### b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung tatap muka maupun melalui telepon kepada para responden yang sekiranya menjadi target audience yang mana kemudian hasil wawancara tersebut dicatat dan direkam tersip dengan baik sehingga dapat dijadikan sebagai data primer.

### 2. Metode Pengumpulan Data Sekunder

Metode pengumpulan data sekunder sering disebut metode penggunaan bahan dokumen karena dalam hal ini peneliti secara tidak langsung mengambil data sendiri akan tetapi meneliti dan memanfaatkan data, dokumen atau pustaka yang dihasilkan pihak-pihak lain. Data sekunder pada umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran tambahan yakni gambaran pelengkap yang dapat diproses lebih lanjut. Data sekunder dapat diperoleh dari media massa, hasil penelitian individual peneliti lain dan penelitian kepustakaan.

Upaya pengumpulan data dengan penelitian kepustakaan ini ditunjukkan untuk menambah pengetahuan penelitian sehingga dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti akan dibekali dengan pengetahuan yang matang tentang masalah-masalah yang akan diteliti.

## Hasil dan Pembahasan

Diperlukan analisa SWOT sebelum masuk pada proses perancangan, diantaranya:

### 1. *Strength* (Kekuatan)

- Harga paket kunjungan yang ditawarkan bagi wisatawan
- Kandank Jurank Doank tidak membebankan tarif pada wisatawan atau bisa disebut untuk memasuki Kandank Jurank Doank ini adalah gratis.

- Variasi produk yang ditawarkan kepada wisatawan

Kandank Jurank Doank memiliki beberapa variasi produk yang ditawarkan, karena banyaknya pengunjung yang memiliki banyak permintaan. Produk yang pihak pengelola tawarkan terdiri dari 4 paket kunjungan yaitu dari kegiatan di sawah dan kegiatan *outbond* di lokasi *outbond* Doank.

### 2. *Weakness* (Kelemahan)

- Akses mencapai lokasi Kandank Jurank Doank

Kandank Jurank Doank memang awalnya tidak dibangun sebagai tempat wisata, tetapi dengan banyaknya orang yang terta-rik untuk datang ke Kandank Jurank Doank, maka pihak pengelola melihat adanya sebuah peluang. Namun peluang tersebut tidak diiringi dengan akses yang mendukung.

- Kepemilikan lahan pertanian

Lahan pertanian yang ada di Kandank Jurank Doank bukanlah lahan milik Kandank Jurank Doank. Lahan yang ada itu merupakan lahan milik perusahaan swasta.

### 3. *Opportunities* (Peluang)

- Gaya hidup masyarakat perkotaan yang ingin kembali ke alam (*back to nature*)

Seiring perkembangan zaman dan tingginya tingkat pembangunan, membuat masyarakat perkotaan menjadi jenuh dengan segala aktifitas dan kondisi di perkotaan. Banyak masyarakat perkotaan menginginkan suasana pedesaan yang tenang dengan udara segar. Hal ini merupakan peluang bagi Kandank Jurank Doank karena memiliki tempat seperti suasana di pedesaan dengan udara yang masih segar tetapi letaknya tidak jauh dari perkotaan.

- Dukungan dari Pemerintah

Dengan adanya dukungan baik dari pemda setempat maupun dari pemerintah, menjadi peluang bagi Kandank Jurank Doank baik dalam usahanya maupun untuk pengembangan usahanya.

### 4. *Threats* (Ancaman)

- Kondisi Iklim yang tak dapat diprediksi  
Hal ini menjadi ancaman bagi Kandank Jurank Doank dalam menjalankan usahanya.
- Adanya perusahaan pesaing dalam input produk

Banyaknya perusahaan yang menjadi pesaing bagi Kandank Jurank Doank. Di wilayah Ciputat sendiri terdapat beberapa perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama seperti Wisata Hutan Kota Tanah Tingal dan Dataran D'Palm Situ

Gintung, dengan adanya pesaing perusahaan sejenis, menjadi ancaman bagi Kandank Jurank Doank dalam menjalankan usahanya.

### Perancangan Logo

Dalam rangka untuk membuat brand baru Kandank Jurank, penting untuk mengkreasikan sebuah logo yang dapat digunakan sebagai simbol identitas Kandank Juarank terhadap pengunjung. Di dalam bukunya yang berjudul *Logo*, (2009: 26) dalam menentukan logo itu dibuat logo type jika (a) memiliki nama yang sudah baik, unik, dan berbeda atau namanya sudah populer di masyarakat, (b) ingin membuat orang lebih focus pada namaanya saja (c) ingin membuat orang lebih jelas menangkap hubungan antara sub brand dengan master bandnya. Selanjutnya menurut Rustan dalam bukunya *logo* (2009: 26) mengatakan dalam pembuatan logo dengan picture mark bisa digunakan apabila salah satunya ingin menerapkan gambarnya pada media tertentu, yang sekaligus memiliki fungsi estetika. Dari beberapa teori diatas maka dirancang logo Kandank Jurank dengan typographic dan picture mark dengan dikolaborasikan dengan tetap mengacu pada konsep utama perancangan yaitu keseimbangan. Dalam menentukan bentuk logo yang akan dibuat untuk mewakili Kandank Jurank peneliti melakukan riset menurut teori yang dikemukakan oleh rustan (2009: 37) antara lain riset sektor *industry*, visi, misi, struktur Kandank Jurank, Analisa pasar, target pasar, keunggulan dan kelemahan. Dari keseluruhan hasil riset dan analisa yang didapat peneliti merangkum dalam creative brief yang akan digunakan untuk tahap berikutnya. Berikut aspek-aspek yang dianggap dapat mewakili karakter dari Kandank Jurank tersebut dengan ditemukannya keyword Re-Branding. Aspek-aspek tersebut antara lain, Perancangan, Re-Branding, Tempat Belajar, Alam, Kandank Jurank. Berdasarkan creative brief, peneliti membuat thumbnails yang merupakan visual brainstorming atau cara pengembangan ide lewat visual, berupa sketsa-sketsa kasar pensil yang dilakukan secara manual.

Logo Kandank Jurank dahulu berupa logo type yang hanya menggunakan font sant serif, penggunaan warna pada logo Kandank Jurank menggunakan warna kuning dan hitam yang berarti hati hati karena keberadaan Kandank Jurank yang di atas jurang, membuat logo tersebut mempunyai filosofi hati-hati, karena keberadaan logo tersebut sudah jadul atau sudah tidak cocok dengan trend sekarang maka logo tersebut telah di Re-Branding dengan logo yang baru.



Gambar 1  
Logo Kandank Jurank

Dalam proses menanamkan brand image pada Kandank Jurank, maka diperlukan sebuah identitas yaitu logo yang menjadi karakteristik Kandank Jurank. Logo harus bersifat unik, mudah diingat, dibaca, serta dapat di aplikasikan ke berbagai media. Logo ini terdiri dari logogram dan logotype dengan rangkaian grafis yang membentuk ilustrasi Kandank Jurank yang dilambangkan dengan rangkaian ilustrasi visual yang diambil dari filosofi Kandank Jurank, batang pohon, burung, daun dan manusia khususnya anak-anak elemen tersebut menyatu dan membentuk sebuah keseimbangan satu sama lain. Dalam pembuatan logo ini juga menerapkan beberapa warna untuk mewakili setiap elemen visual, seperti warna CYMK (perpaduan warna merah, kuning, hijau dan biru), warna merah pada logo membentuk sebuah batang kayu memiliki arti kuat dan keberanian karena di Kandank Jurank memiliki prinsip “Tidak mengenal salah dan benar”, warna hijau pada logo yang membentuk burung dan sayap yang menyerupai daun memiliki arti kedamaian dan keseimbangan antara flora dan fauna, warna biru pada logo membentuk badan/tubuh manusia dengan kepala manusia berwarna kuning yang pada umumnya anak anak memiliki arti kecerdasan dan percaya diri anak anak dengan perasaan ceria, bahagia, energik dan optimis.

### Editing

*Editing* adalah proses menggerakkan dan menata video shot/hasil rekaman gambar menjadi suatu rekaman gambar yang baru dan enak untuk dilihat. Secara umum pekerjaan *editing* adalah berkaitan dengan proses pasca produksi, seperti *titling*, *colour correction*, *sound mixing*, dan sebagainya. Proses *editing* merupakan tahap akhir dari keseluruhan rangkaian produksi. Proses dalam Pasca *editing* meliputi:

1. *Editing offline* dengan cara menggabungkan beberapa footage yang telah direkam sebelumnya dengan mengikuti alur cerita berdasarkan skenario yang sudah dibuat ke dalam program Adobe Premiere Pro.
2. *Editing online* dengan memberi efek khusus

baik gambar atau pun audio ke dalam Adobe Premiere Pro.

3. *Mixing audio* yaitu memberi musik pengiring dan pembersihan atau *editing* suara-suara seperlunya sesuai dengan kebutuhan.
4. *Finishing* yaitu melakukan rendering video di Adobe Media Encoder dalam format H.264 atau MPEG 4 dan dimasukkan ke dalam DVD.

### Program Kreatif

Program Kreatif disini memiliki arti sebuah sistematika pengerjaan Tugas Akhir yang berurutan dan tersusun dimulai dari tahap pengumpulan data, pemikiran kreatif, pengembangan konsep, proses desain hingga tahap pencetakan, dan pengaplikasian.

#### 1. Proses Cetak

Proses cetak yang dilakukan dalam Perancangan Re-Branding Tempat Belajar Mengenal Alam Kandank Jurangk ini adalah dengan melakukan penyerahan desain kepada percetakan untuk kemudian akan dicetak, lalu melakukan pemilihan material kertas atau bahan yang akan digunakan setelah itu dilakukan tes cetak terlebih dahulu untuk melihat apakah adanya kesalahan tata letak, kesalahan pada ukuran font, warna yang turun, atau adanya kesalahan pada penulisan. Kemudian jika dirasa sudah sesuai, kemudian desain akan naik cetak tahap final untuk kemudian dilakukan tahap *finishing*.

##### a. Pra Produksi

Tahap persiapan merupakan tahap awal dari sebuah perancangan. Tahap ini membahas ide serta konsep dari desain tersebut. Di bawah ini akan dijelaskan secara rinci mengenai proses tahap persiapan. :

- Penulis mendatangi beberapa komunitas alam untuk mengsurvei langsung dan mereview langsung bagaimana komunitas alam yang berada di sekitaran Jakarta.
- Penulis melakukan observasi langsung pada tempat-tempat yang berkaitan untuk mendapatkan informasi dari komunitas alam. Observasi dilakukan dengan mendatangi beberapa komunitas alam serta melakukan wawancara dengan beberapa pengelola tempat komunitas alam yang terdapat di sekitaran Jakarta.
- Selanjutnya adalah studi literatur dengan tujuan melengkapi referensi dari penulis, antara lain website, buku yang berkaitan dengan komunitas alam, sekolah alam, serta artikel-artikel yang berkaitan dengan tugas akhir
- Menentukan permasalahan, menetapkan tujuan, serta penyelesaian masalah seperti

penentuan target market serta segmentasi pasar dari obyek yang dihadapi.

- Mengelompokkan dan membuat konsep dari data yang dikumpulkan untuk memvisualisasi ide yang dibangun, sehingga dapat memberikan gambaran dari desain yang akan dihasilkan.
- Menentukan nama apa yang akan digunakan berdasarkan konsep dan pemikiran kreatif.

#### b. Produksi

Dalam pembuatan karya Audio Visual Video berformat corporate identity perancangan ulang Tempat Belajar Mengenal Alam Kandank Jurangk Doank ini memerlukan perencanaan visual dengan matang supaya hasil yang ditampilkan dapat terlihat dengan baik, beberapa komponen yang terkait dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Rancangan tata kamera guna menentukan angle kamera yang akan digunakan saat pengambilan gambar
2. Pengambilan gambar atau shooting di lokasi yang sudah ditentukan.
3. Proses editing video dan rendering

#### c. Pasca Produksi

Hasil akhir dari proses produksi, yaitu berupa aplikasi dan media cetak pendukung, sebagai sarana penyampaian informasi dan proses cetak mencetak supaya lebih mudah. Pada tahap pasca produksi pun juga memiliki tahap-tahap seperti berikut:

1. Setelah selesai diproduksi, karya tugas akhir akan dipresentasikan di depan para dosen penguji.
2. Tahap display karya tugas akhir. Pada tahap ini karya yang telah jadi siap untuk dipamerkan sebagai salah satu bentuk dari penyampaian pesan tugas akhir.
3. Karya akan ditampilkan dengan tema tertentu yang sesuai dengan konsep desain, tapi tetap sesuai dengan aturan yang berlaku.
4. Pada tahap akhir ini, karya tugas akhir dipertanggung jawab kepada khalayak atau masyarakat umum, karena karya karya ujian harus dijamin keasliannya dan sesuai dengan kenyataan obyek yang ada. Karya ujian lebih dipertanggung jawabkan pada Universitas Esa Unggul.

### Desain dan Aplikasi

Pada sub bab ini membahas pengaplikasian rancangan desain dalam proses perancangan yang terdiri terdiri dari penetapan identitas visual dan stationary.

1. Penetapan identitas visual

Identitas visual Kandank Jurank terdiri dari logo gram dan logotype yang digunakan sesuai dengan keperluan yang berbeda untuk menampilkan identitas Kandank Jurank secara spesifik dan utuh. Berikut adalah penjelasan elemen logo dan ketentuan penggu-naannya.



Gambar 2  
Cover Idetitas Visual (GSM)

2. Stasionary

Stationary sendiri terdiri dari beberapa hal, diantaranya:

a. Kartu nama

Kartu nama kali ini dibuat bertujuan untuk promosi branding serta dibagikan kepada pengunjung yang ingin bekerjasama dengan Kandank Jurank.



Gambar 3  
Kartu Nama

b. Kop surat

Kop surat ini dibuat untuk mewakili identitas dari Kandank Jurank untuk mengirim surat ke mitra yang ingin bekerja sama dengan Kandank Jurank.



Gambar 4:  
Kop Surat

c. Amplop

Amplop ini dibuat untuk menyimpan surat atau apa yang dikirim akan tersimpan rapi dan tidak berantakan.



Gambar 5  
Amplop

Media yang terdiri dari poster, brosur, spanduk dan bumper. Poster kali ini dibuat bertujuan untuk mempromosikan Kandank Jurank ke khalayak Publik. Penyebarannya dilakukan di pusat keramaian atau lingkungan yang padat penduduk khususnya di DKI Jakarta.



Gambar 6  
Poster

Isi dari brosur Perancangan Re-Branding Tempat Belajar Mengenal Alam Kandank Jurank adalah seputar informasi mengenai Kandank Jurank dan Berisi Biaya jika ingin menyewa lokasi Kandank Jurank. Ini dibuat seefektif mungkin dalam bentuk lipatan yang kecil sehingga bisa disimpan dalam saku maupun tas.



Gambar 7  
Brosur

Isi dari banner/spanduk Perancangan Re-Branding Tempat Belajar Mengenal Alam Kandank Jurank adalah seputar informasi mengenai Kandank

Jurank jika ingin bergabung atau Belajar Bersama Kandank Jurank Ini dibuat seefektif mungkin supaya pesan di dalam spanduk tersebut dapat tersampaikan.



Gambar 9  
Spanduk

Opening bumper Perancangan Re-Branding Tempat Belajar Mengenal Alam Kandank Jurank, berisi ilustrasi dari kegiatan belajar di Kandank Jurank sebelum masuk isi cerita dalam video documenter Kandank Jurank.



Gambar 10  
Bumper

Merchandise yang terdiri dari sertifikat, kalender, dan baju. Sertifikat Kandank Jurank ini di berikan untuk kelulusan magang, yang telah melaksanakan Peraktek Kerja (PKL) di Kandank Jurank.



Gambar 11  
Sertifikat

Kalender Kandank Jurank berupa kalender duduk yang biasa nya terdapat di kantor atau ruangan Kandank Jurank, desain kalender tersebut berisi jadwal kegiatan belajar di Kandank Jurank.



Gambar 12  
Kalender

Baju Kandank Jurank adalah sebagian merchandise yang diberikan untuk pengunjung yang berkerjasama dengan Kandank Jurank.



Gambar 13  
Desain Baju

### Kesimpulan

Pada akhirnya penulis berkesimpulan bahwa dalam merancang Re-Branding Kandank Jurank yang terkonsep menarik dan informatif, dibutuhkan pemahaman kajian yang baik dari konsep maupun content dan mengetahui bagaimana mencari data sesuai prosedur dengan menggunakan teori-teori Desain Komunikasi Visual serta pengaplikasian gaya desain, penulis mampu memproses data dengan baik dan menciptakan visualisasi.

Perancangan Re-Branding yang dibuat berdasarkan pada citra Kandank Jurank sehingga dapat menciptakan sebuah logo yang sederhana dan mudah dipahami agar dapat menjadi brand yang selalu diingat oleh pengunjung. Dalam logo Kandank Jurank menggunakan logo gram dan logo type dalam pembuatan logonya, dengan tujuan untuk dapat lebih mudah diingat dan mudah dibaca oleh konsumen, dengan jenis tipografinya yang khas sangat berguna untuk menarik pengunjung baru. Warna yang digunakan adalah warna premier merah, kuning, hijau dan biru yang bisa dipakai sesuai dengan kebutuhan desain promosi. Media Perancangan Re-Branding Tempat Belajar Mengenal Alam Kandank Jurank berupa media utama dan media pendukung meliputi Video dan media promosi.

Adapun untuk proses editing Re-Branding berformat Video Dokumenter Tempat Belajar Alam Kandank Jurank penulis melakukan analisis bertahap terhadap data seputar kegiatan belajar alam Kandank Jurank, dan dengan berlandaskan teori audio visual,

menggunakan teknik pengambilan gambar berupa video untuk menciptakan sebuah video documenter yang menari dan *informative*, Editing offline dengan cara menggabungkan beberapa *footage* yang telah direkam sebelumnya dengan mengikuti alur cerita berdasarkan skenario yang sudah di buat ke dalam program Adobe Premiere Pro setelah itu *editing* online dengan memberi efek khusus baik gambar ataupun audio ke dalam Adobe Premiere Pro namun tidak lupa untuk memberikan mixing audio yaitu memberi musik pengiring dan pembersihan atau editing suara-suara seperlunya sesuai dengan kebutuhan dan tahap akhir *finishing* yaitu melakukan *rendering* video di Adobe Media Encoder dalam format H.264 atau MPEG 4 dan dimasukkan kedalam youtube dan disimpan ke dalam DVD.

Pada proses pengaplikasian Re-Branding Kandank Jurank, penulis mempelajari cara Re-Branding dari awal. Dimulai dengan pencarian data mengenai Kandank Jurank kemudian dilanjutkan dengan pembuatan konsep yang berfungsi sebagai tuntunan untuk mengetahui alur pembuatan Re-Branding. Setelah mengetahui alur kerja, maka penulis melanjutkan dengan membuat strategi media Program media yang dipilih oleh penulis untuk tugas akhir ini adalah Perancangan Re-Branding Tempat Belajar Mengenal Alam Kandank untuk mempermudah orang-orang yang ingin mengetahui tentang profile, lokasi dan kegiatan yang ada di Kandang Jurank Doank, memudahkan target audience untuk belajar di Kandank Jurank untuk meningkatkan antusiasme dan minat masyarakat untuk memilih Kandank Jurank sebagai salah satu solusi dari belajar mengenal alam yang menarik dan informatif. media utama dan media pendukung meliputi logo, yang akan diaplikasikan pada seluruh media, media pendukung meliputi Stationery, Poster, Brosur, Spanduk, X-Banner, Billboard, Seragam, Mug, dan Pin.

## Daftar Pustaka

- Anggraini, Lia dan Nathalia, Kirana. (2014). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Nuansa Cendekia.
- Blogernas. (2016). *Teori Lingkaran Warna Brewster*.  
<https://www.blogernas.com/2016/07/teori-lingkaranwarnabrewster.html>. Diakses pada tanggal 25 Januari 2020.
- Cangara, Hafied. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Radja Grafindo Persada
- Kustrianto, Adi.(2012). *Pengantar Tipografi*. Jakarta: PT. Elex. Media Komputindo.

- Mangkoko. (2016). *Psikologi Warna-biarkan warna berbicara*. Diakses pada tanggal 06 Januari 2020. <http://mangkoko.com/ruang-baca/psikologiwarnabiarka-warna-berbicara>
- Morissan, MA. (2008). *Jurnalistik Televisi Mukhtahir*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Origins, *Methods & Uses in the Mass Media*. Edisi Kelima. Terjemahan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Santo, Tris Neddy. (2012). *Menjadi Seniman Rupa*. Solo: Tiga Serangkai Pustaka.
- Severin, Werner J, & James W. Tankard, Jr. (2011). *Communication Theorie*.
- Supriyono, Rakhmat. (2009). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Suyanto, M. (2004). *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Yusril Ibnu Maulana, (2019). *Prinsip Dalam Desain Layout yang Harus Dipertahankan*. Diakses pada tanggal 26 Januari 2020. <https://www.portaldekave.site/2019/04/prinsip-dalam-desain-layout-yang-harus.html>