

PERANCANGAN REBRANDING KABUPATEN WAY KANAN

Nanda Juliyan, Teguh Imanto
Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara Tol Tomang Kebun Jeruk, Jakarta 11510
nandajuliyon58@gmail.com

Abstract

This final project contains the design of a website as a tool used for school administration systems with a student development system tracking. In this final project, we can see the strategy and execute rebranding from the beginning. This rebranding design also considers important factors for its use, so that needs are not known just like that, a stage in rebranding, some of which are data, design, then followed by logos and some stationery, digital media promotion and media promotion manuals, The rebranding that is made displays complete and clear information about everything there is to know in terms of promotions and company identity. The concept of this Final Project is described in five chapters and attachments, namely Introduction, Theoretical basis and data analysis, Concept Design, Design and Application, and ends with Conclusion.

Keywords: design, rebranding, kabupaten way kanan

Abstrak

Karya Tugas Akhir ini berisi tentang perancangan website sebagai alat yang digunakan untuk system administrasi sekolah disertai pelacak system perkembangan belajar siswa. Pada Tugas Akhir ini dapat dilihat strategi merancang dan mengeksekusi rebranding dari awal. Perancangan Rebranding ini juga mempertimbangkan faktor – faktor penting terhadap penggunaannya, sehingga dapat diketahui kebutuhan dari institusi yang bersangkutan seperti bagian promosi atau dinas pariwisata, tahapan – tahapan dalam rebranding, beberapa diantaranya adalah pengumpulan data, perancangan konsep, kemudian dilanjut dengan perancangan logo dan beberapa stationery, media promosi digital dan media promosi manual, Rebranding yang dibuat menampilkan informasi secara lengkap dan jelas mengenai segala hal yang perlu diketahui dalam hal promosi dan corporate identity. Konsep Tugas Akhir ini dijabarkan dalam lima bab dan lampiran yaitu Pendahuluan, Landasan teori dan Analisa data, Perancangan Konsep, Desain dan Aplikasi, dan diakhiri dengan Penutup.

Kata kunci : perancangan, rebranding, kabupaten way kanan

Pendahuluan

Sebuah daerah memiliki visi dan misi yang bertujuan untuk memajukan daerah itu sendiri. Kabupaten Way Kanan merupakan salah satu daerah yang berada di Provinsi Lampung. Layaknya sebuah daerah pada umumnya Kabupaten Way Kanan memiliki identitas visual berupa logo, stationary, company profile, merchandise, seragam dan juga signage yang dapat mencerminkan nilai dari visi misi Kabupaten Way Kanan. Visi dan misi Kabupaten Way Kanan pada periode 2016-2021.

Visi: “Way Kanan Maju dan Berdaya Saing 2021” Yang memiliki makna terkandung, diantaranya

1. Maju: Menunjukkan tingkat kesejahteraan masyarakat Way Kanan yang tinggi.
2. Berdaya saing : Menunjukkan kemampuan daerah untuk bersaing dengan daerah lainnya dalam memanfaatkan potensi daerah.
3. Misi:
4. Menciptakan Tatakelola Pemerintahan yang baik dengan peningkatan kapasitas kebijakan, ketatalaksanaan, kapasitas

kelembagaan, dan sumberdaya manusia aparatur.

5. Peningkatan kualitas dan jangkauan infrastruktur dasar dengan meningkatkan proporsi jalan dalam kondisi mantap, rasio elektrifikasi dan jaringan irigasi.
6. Mempersiapkan Sumberdaya Manusia yang kompetitif dengan mewujudkan pendidikan dan pelayanan kesehatan yang berkualitas dan terjangkau, serta perluasan akses dan penguatan peran perempuan, pemuda
7. Revitalisasi kebijakan pertanian dalam rangka meningkatkan produktifitas, dan nilai tambah hasil pertanian melalui pengembangan produk unggulan daerah.
8. Mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah menuju keunggulan kom-petitif dan komparatif.
9. Mewujudkan sistem keamanan dan ketertiban yang kondusif, kerukunan hidup antar umat beragama, penanggulangan bencana dan menjaga kelestarian lingkungan hidup

Kabupaten Way Kanan dibentuk berdasarkan Undang-undang No.12 tahun 1999 tanggal 20 April 1999 tentang Pembentukan Kabupaten Dati II Way Kanan, Kabupaten Dati II Lampung Timur dan Kotamadya Metro. Peresmian Kabupaten Way Kanan dilakukan pada tanggal 27 April 1999 ditandai dengan pelantikan Pejabat Bupati oleh Menteri Dalam Negeri di Jakarta. Berkaitan dengan itu, maka pada Tanggal 27 April ditetapkan sebagai hari jadi Kabupaten Way Kanan. Way Kanan merupakan salah satu kabupaten di wilayah Lampung. Kabupaten Way Kanan ini ibu kotanya adalah Blambangan Umpu.

Identitas visual yang tercermin pada nama dan lambang daerah Kabupaten Way kondisi masyarakat Way Kanan yang beragam. Secara ringkas lambang daerah ini digambarkan oleh perisai segi lima yang memiliki makna bahwa Kabupaten Way Kanan merupakan salah satu daerah dari NKRI yang berdasarkan NKRI. Kemudian bentuk-bentuk yang terdapat di dalam perisai memiliki makna-makna filosofis mengenai kebudayaan dan karakteristik dari masyarakat.

Jadi, secara keseluruhan logo merefleksikan esensi dari kebudayaan dan karakteristik masyarakat Kabupaten Way Kanan itu sendiri. Penguatan identitas visual ini juga akan meningkatkan kepercayaan dan apresiasi publik terhadap Kekentalan budaya dan keunikan karakteristik masyarakatnya.

Kabupaten Way Kanan selain memiliki kebudayaan dan karakteristik masyarakat yang beragam terdapat pula tempat wisata yang perlu untuk diikuti sertakan dalam memperkenalkan Kabupaten Way Kanan. Memperkenalkan kebudayaan, keberagaman, dan potensi wisata dari suatu daerah selalu membutuhkan media promosi yang dapat menjual nilai dari hal-hal tersebut. Desain Komunikasi Visual hadir untuk menjawab tantangan dalam mempromosikan hal-hal tersebut kedalam bentuk karya visual yang nantinya akan diolah melalui media cetak maupun media audio video.

Namun, sangat disayangkan jika sebuah daerah yang memiliki beragam keunikan budaya, keberagaman karakteristik penduduk, dan potensi wisata yang baik tetapi masyarakat dan wisatawan dari luar daerah kurang mengenali identitas prodi Kabupaten Way Kanan tersebut. Kegiatan internal pun kurang dikenali sebagai kegiatan yang memiliki citra tersendiri dalam lingkup daerah. Identitas visual menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan Kabupaten Way Kanan ke dunia luar, mengingat banyak sekali masyarakat yang belum mengetahui Kabupaten Way Kanan.

Dengan adanya identitas visual pada suatu daerah, khususnya Kabupaten Way Kanan sebagai

daerah yang menjadikan visual sebagai nilai dan makna tersendiri lebih terealisasi. Suatu identitas visual dapat meningkatkan berbagai aspek pada daerah itu sendiri, dan lebih menjadikan suatu daerah lebih berbeda dari daerah lain. Identitas visual merupakan suatu hal krusial yang ikut menentukan keberhasilan bagi suatu daerah, karena dari sinilah suatu daerah dapat dikenal luas oleh wisatawan maupun masyarakat yang masih kurang mengetahui keberadaan daerah tersebut.

Salah satu faktor yang dapat menjadi faktor penentu dalam melakukan kolaborasi dengan acara atau daerah lainnya, seperti perihalnya event festival budaya antara daerah satu dengan lainnya dapat dikenali dengan mudah melalui identitas visual yang dimiliki masing-masing daerah.

Sehubungan dengan itu, tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk merubah ulang identitas visual Kabupaten Way Kanan agar mudah dikenali oleh kalangan wisatawan maupun masyarakat sehingga meningkatkan ketertarikan untuk mengetahui dan mengenali lebih jauh Kabupaten Way Kanan. Identitas Visual ini terdiri dari logo dan perlengkapan pendukungnya, termasuk didalamnya berupa:

1. Collateral Design yang terdiri dari letterhead, envelope, business card, id card, lanyard, dan stamp.
2. Merchandise yang terdiri dari t-shirt, sticker, totebag, mug, pen, notebook.
3. Manual Publications yang terdiri dari poster, flyer, brochure, calender, billboard, dan x-banner.
4. Digital Publications yang terdiri dari website, mobile web, website ads, facebook page, instagram (feed) & instagram (stories).

Semua perlengkapan media ini dirancang untuk menampilkan dan mempresentasikan keberadaan Kabupaten Way Kanan dengan tepat dan efektif. Proses perancangan Re-branding Kabupaten Way Kanan sebagai citra untuk merefleksikan hal tersebut. Melalui perancangan identitas visual ini diharapkan Kabupaten Way Kanan lebih dikenal dan memberikan nuansa baru serta impact yang baik sesuai visi dan misi Kabupaten Way Kanan.

Peranan desainer grafis dalam proses perancangan identitas visual Kabupaten Way Kanan yang dimaksud khususnya pada perancangan logo dan media promosi itu sendiri ialah untuk memberikan nuansa media komunikasi yang komunikatif dan efektif. Maka dari itu, penulis mengangkat Perancangan Re-Branding Kabupaten Way Kanan sebagai tugas akhir dan karya ilmiah

Tujuan dari perancangan ini adalah hasil perancangan identitas visual Kabupaten Way Kanan ini diharapkan dapat menambah sumber informasi

dan menarik wisatawan untuk berkunjung Kabupaten Way Kanan. Serta Sebagai bahan masukan dan informasi bagi selaku stakeholder Kabupaten Way Kanan maupun pihak- pihak yang terkait dalam melakukan pengembangan Kabupaten Way Kanan.

Metode Penelitian

Waktu Penelitian

Penyusunan proposal dilakukan antara bulan Maret 2019 – April 2020. Penelitian di-mulai dari survey literatur antara bulan Januari 2019 – Februari 2020, dan survey langsung ke Komplek pemerintahan Way Kanan yang ber-lokasi di Way Kanan Lampung. Pada bulan Maret – April 2020 adalah proses perancangan rebranding Kabupaten Way Kanan.

Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk pengantar tugas akhir, penulis menggunakan 2 metode pengumpulan data yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Data Lapangan

Dalam pengambilan data lapangan, penulis membaginya menjadi 2 data bagian, yaitu:

a. Data Observasi / Survei

Adalah pengumpulan data dengan mengadakan peninjauan langsung, mengkaji dan menganalisa langsung ke lokasi, yaitu Kantor Pemerintahan Kabupaten Way Kanan.

b. Data Wawancara (Interview)

Wawancara adalah salah satu metode yang digunakan untuk memperoleh data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dengan pihak yang terkait yang dapat memberikan informasi. Yaitu wawancara kepada narasumber yang mempunyai wewenang dalam merubah struktur sistem sekolah secara keseluruhan.

Berikut nama-nama narasumber yang penulis wawancarai untuk mendapatkan informasi tentang sistem sekolah :

- Bapak Edward sebagai Wakil Bupati Kabupaten Way Kanan
- Bapak Yudi sebagai Kepala dinas kebudayaan Lampung'

2. Data Kajian Literatur

Dalam perancangan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan kajian literature yang akan dilakukan dengan 2 media yaitu:

- a. Cetak, Tipografi dalam desain grafis - Danton Sihombing. Semiotika & Dinamika Sosial Budaya - Benny H. Hoed. *Pioneers of graphic design* - Emilio Gil. *Etnografi Komunikasi* - Prof. Dr. Engkus Kuswarno, M.S. *Graphic Design School* - Wiley. *Design Brand Identity* Alina Wheeler.

Sebagai sarana pengumpulan data serta acuan penulis dalam pembuatan perancangan rebranding Kabupaten Way Kanan. Kemudian sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan rebranding Kabupaten Way Kanan.

- b. Digital, www.waykanankab.go.id yang merupakan sumber literasi resmi yang menjadi acuan dari data tambahan yang diperlukan penulis dalam melakukan perancangan rebranding Kabupaten Way Kanan.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi berguna sebagai pencapaian tujuan komunikasi melalui teknik penerapan yang efisien dalam media promosi, perencanaan yang dibuat bertujuan untuk menyebarluaskan media-media pada perancangan komersil identitas visual ini secara efektif. Penyebarluasan media-media promosi tersebut akan memanfaatkan ruangruang dan saran publik.

1. Media Digital

Promosi melalui media digital lebih ditekankan karena psikologi dari target market yang ditentukan adalah orang-orang yang lebih menghabiskan waktunya menjelajah internet dan haus akan sesuatu yang baru. Oleh karena itu penulis membuat beberapa banner ads yang dapat diterapkan dalam platform-platform media digital seperti iklan blog, iklan media sosial, iklan di aplikasi smartphone yang berkesinambungan. Berikut ini penjabarannya:

a. Website

Website ini akan menampilkan berbagai informasi terkait kepentingan pemerintah Way Kanan maupun berbagai informasi yang diperlukan masyarakat.

b. Website Ads

Iklan ini akan ditampilkan di website-website yang aktif dalam mengupload konten yang menarik, beberapa jenis website tersebut seperti website portal berita, blog, artikel dan lain sebagainya, dengan adanya jasa google ads yang mempermudah kita dalam menyebarluaskan iklan kita.

c. Sosial Media

Informasi yang disampaikan dalam sosial media dapat berupa showcase info terkini seputar Way Kanan, event pameran maupun aktivitas pemerintahan. Selain itu berfungsi sebagai media *awareness* dan promosi.

2. Media Cetak

Manual Publications merupakan salah satu media komunikasi visual dengan penyampaian

informasi maupun promosi secara langsung yang ditujukan untuk mempersuasi si pembaca agar tertarik dengan materi publikasi yang disampaikan. Manual Publications menciptakan pengalaman tersendiri bagi user menerima berbagai media cetak yang kreatif dan inovatif:

- a. Poster
Poster akan dipasang sesuai dengan ukuran segmentasi yaitu menengah ke atas dengan menempatkan poster pada pusat-pusat keramaian bertaraf nasional dan Internasional seperti pada media informasi umum gratis.
- b. Brosur
Brosur akan digunakan sebagai media cetak yang dapat memberikan informasi atau keterangan singkat dari fitur yang ada di website pelacak perkembangan belajar siswa serta keuntungan yang didapat dalam menggunakan website.
- c. Billboard
Billboard yang akan dipasang yaitu pada tempat-tempat strategis seperti di jalan raya, jalan-jalan yang sibuk, seperti disamping tol, di jalan layang, di dekat lampu merah, dan tempat-tempat strategis lainnya. Tentunya dimana jalan – jalan tersebut adalah jalan yang menga-rah pada sekolah-sekolah target market, agar tiap komponen warga sekolah yang lewat bisa melihat billboard tersebut.
- d. Flyer
Flyer adalah media informasi visual berupa lembaran kertas yang dibagikan kepada masyarakat secara langsung. Informasi yang disampaikan dapat berupa showcase info terkini seputar Way Kanan, event pameran, pariwisata maupun aktivitas pemerintah.

Target Media

Seperti yang diketahui, di dalam struktur pemerintahan memiliki banyak sekali peran, seperti kepala dinas terkait, staff, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, penulis ingin setiap masyarakat mendapatkan awareness dari karya ini, dari sini penulis ingin membuat suatu promosi yang dapat mencakup keseluruhan unit secara umum, berikut indikatornya:

1. Demografi

Demografi atau kependudukan harus mencakup seluruh kalangan/golongan masyarakat dari berbagai lapisan. Faktor demografi yang digunakan paling membutuhkan adalah jenis kelamin, usia, besarnya keluarga, penghasilan, pekerjaan, pendidikan dan kelas sosial.

Gender	: Pria dan Wanita
Usia	: 17 – 30 tahun
Pendidikan	: SMK – S1

Status Ekonomi : SES B

2. Geografi

Ditinjau dari faktor geografi, yang dimaksud yaitu daerah yang akan dijadikan sebagai tempat penyampaian pesan kepada audience. Daerah yang menjadi sasaran promosi ini yaitu di Indonesia, berada di perkotaan sekitar Provinsi Lampung maupun luar Provinsi Lampung.

3. Psikografis

Merupakan variabel psikologi yang dapat membedakan antara orang yang satu dengan yang lainnya, seperti ketertarikan, opini, sikap, personalitas, dan gaya hidup. Ditinjau dari segi behaviora target audience yang dituju adalah masyarakat yang tertarik akan hal-hal yang seputar kebudayaan dan alam yang masih asri, menginginkan segala sesuatu yang dapat menimbulkan pengalaman berkesan, melakukan eksplorasi terhadap kekayaan budaya dan alam Indonesia, tertarik dengan hal baru.

Konsep Kreatif

Dalam pembuatan konsep kreatif harus memiliki dasar pemikiran yang akan diolah untuk dijadikan bentuk visual. Sebagaimana nantinya akan diubah menjadi beberapa bentuk media promosi. Konsep kreatif akan membawa seluruh desain menjadi satu kesatuan yang unik dan khas.

Konsep kreatif adalah poin dasar dalam pembentukan media komunikasi visual yang sedang dilakukn sehingga dalam perancangannya tidak terjadi perluasan dan tetap berdiri dalam tujuan atau batasan yang telah ditentukan. Konsep kreatif yang penulis lalui ialah dengan menentukan tahapan *brand positioning*, *brand value*, *big idea*, *brand story*, *mood and feel*, dan *keyword* pembentukan sebuah logo.

Brand Positioning

Brand Positioning adalah sebagai tindakan atau aktivitas merancang penawaran dan citra perusahaan untuk menempati tempat khusus di benak target pasar. Dengan kata lain, brand positioning menggambarkan bagaimana suatu merek berbeda dari para pesaingnya dan di mana, atau bagaimana, merek tersebut berada di benak pelanggan. Disini penulis menyampaikan bahwa brand positioning Kabupaten Way Kanan menjadi 'Kabupaten Way Kanan menjadi wilayah yang beragam' dalam karakteristik penduduk yang mendiami wilayahnya dalam rangka menciptakan kehidupan yang harmonis dan toleran.

Brand Value

Brand value adalah premi yang diberikan kepada merek oleh pelanggan, dengan membayar harga ekstra. Ini dapat dicapai dengan memberikan

produk berkualitas dengan harga yang kompetitif, menggunakan teknologi canggih untuk menghasilkan produk, layanan pelanggan yang sangat baik, komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Brand tidak selamanya tetap seperti sekarang, brand dapat mengikuti tren ataupun menciptakannya. Kampanye branding Kabupaten Way Kanan dalam beberapa puluh tahun kedepan penerapannya meliputi tiga brand value, yaitu:

Beragam merepresentasikan kondisi masyarakat memiliki arti banyaknya suku dan ras yang berdampingan bersama. Beragam diterjemahkan kedalam bentuk visual berupa motif abstrak dari titik yang berbentuk kotak dengan 2 warna.



Gambar 2

Brand Value Beragam Budaya dan Adat Istiadat

Beragam Budaya dan adat istiadat sering sekali termakan oleh jaman karena bergesernya budaya adat menjadi budaya modern. Berbudaya di representasikan dalam bentuk visual 3 cadik dengan tingkatan berbeda yang mengisyaratkan bahwa dari waktu ke waktu budaya harus tetap dijaga dan dilestarikan



Gambar 3

Brand Value Berbudaya Unsur Religi

Berbudaya Unsur religi merupakan salah satu makanan bagi jiwa kita agar tetap pada sebuah tatanan yang baik dan benar. Banyak sekali aspek dalam hidup yang tak lepas dari kaidah-kaidah religius. Religius digambarkan sebagai 3 garis yang memiliki filosofi keberagaman bentuk religi dan 1 bentuk permata yang menggambarkan keagungan sang pencipta.



Gambar 4

Brand Value Religius Alam

Alam merupakan salah satu tanggung jawab kita demi keberlangsungan hidup yang aman dan sejahtera. mengabaikan alam sama dengan membuat

hidup kita menjadi tidak tenang. Asri direpresentasikan sebagai aliran air sungai yang merupakan salah satu hal penting dalam hidup kita.



Gambar 5

Brand Value Asri

Big idea

Melalui insight ditemukan satu ide besar yang bisa merangkum strategi komunikasi selanjutnya. Ide besar inilah sering kita sebut "Big idea". Insight dalam big idea ini nyatanya dibuat untuk memenuhi objective atau tujuan, baik dalam kampanye, iklan, sam-pai strategi marketing. Objective adalah sebuah tujuan yang bisa menjawab masalah yang dihadapai suatu produk. Didalamnya berisikan out-line untuk mencapai sebuah goal atau tujuan akhir. Terkadang ide besar menjadi slogan atau tagline. Dibutuhkan dialog yang luas, kesabaran, dan keberanian untuk tidak banyak bicara. Big idea Way Kanan Geh merupakan tagline yang nantinya akan digunakan dalam menyelenggarakan kampanye identitas visual tersebut

Brand Story

Brand Story adalah cerita (story) yang ada dibalik dari segala nama, desain, dan konten yang ada pada bisnis yang kita kerjakan. Segala hal yang bisnis kita lakukan, elemen-elemennya, konsep komunikasi hingga bertransaksi. Brand story tidak hanya tentang bagaimana kita menceritakan dan melayani pelanggan, namun juga membentuk mindset atau persepsi dari pelanggan terhadap bisnis kita tersebut

Oleh karena itu, strategi komunikasi guna menciptakan brand story pada Kabupaten Way Kanan mengusung 'konsep Explore The Hidden Paradise' masing-masing target marketnya sehingga komunikasi yang disampaikan lebih menimbulkan penasaran, dan bersifat 'me-narik' terhadap marketnya.



Gambar 6

Brand Value Asri

Mood and Feel

Mood and feel adalah bahasa visual yang membuat sistem yang mudah dikenali. Dapat mengekspresikan sudut pandang. Sistem pendukungnya antara lain warna, tipografi, dan komposisi yang membuat keseluruhan desain menjadi kohesif dan dibedakan. Mood and feel menentukan personality dari suatu visual language yang mampu mewakili karakter sekaligus menjadi identitas dari suatu brand sehingga mudah dipahami dan dikenali.



Gambar 7
Mood Meter

Keyword

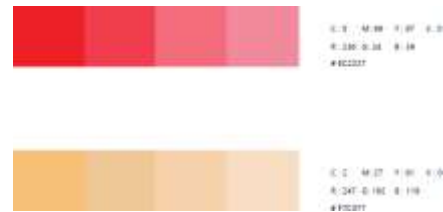
Keyword dalam pembentukan identitas visual sangatlah penting mengingat kata kunci merupakan subjektivitas dalam pembuatan desain identitas. Objektif yang di dapat berupa desain yang koprehensif sesuai dengan keyword yang telah ditentukan sejak awal. Oleh karena itu, keyword yang telah ditentukan dalam pembentukan identitas visual Kabupaten Way Kanan ialah ‘Tegas, Sederhana, Semangat’ dimana keyword tersebut sebagai bentuk dari pada brand value yang sudah ditentukan yaitu, Beragam – Berbudaya – Religius - Asri. Keyword ‘Tegas, Sederhana, Semangat’ ini tercermin pada pembuatan logo Kabupaten Way Kanan sebagai metaphor dari ‘Cadik’ yang di wujudkan sebagai ‘point of culture vibe’.

Strategi Kreatif

Warna

Warna merupakan salah satu unsur visualisasi yang menentukan ambience yang dibawakan oleh tampilan desain, warna pun dapat merangsang kepekaan otak terhadap emosi sehingga dapat menimbulkan rasa haru, emosi, gembira dan lain sebagainya. Selain itu juga menciptakan identitas visual yang khas dan meningkatkan nilai estetika pada perancangan Rebranding Kabupaten Way Kanan.

Berikut adalah sistem warna pada identitas visual Kabupaten Way Kanan. Warna Merah berasal dari warna pada salah satu motif kain tenun yang sering di gunakan dari daerah Way Kanan . Sedangkan kuning gold merupakan warna yang diambil dari warna favorite dan paling sering digunakan di daerah Lampung.



Gambar 8
Palet Warna

Tipografi

Dalam proses perancangan media promosi ini pemilihan jenis- jenis tipografi harus disesuaikan dengan mood and feel yang telah di tentukan yaitu Authentic - Luxurious - Subtle. Tipografi yang digunakan adalah Segoe UI dengan klarifikasi sans serif. Tipografi ini dirancang oleh Steve Matteson dan digunakan oleh Microsoft di berbagai bahan pemasaran daring dan cetak. Segoe UI adalah sistem sans serif kontemporer, keluarga serba guna dari 72 gaya, 12 varian berat berbeda (Light, Light italic, Semilight, Semilight Italic, Regular, Italic, Semibold, Semibold Italic, Bold, Bold Italic, Black, dan Black Italic. Tipografi ini sangat legible digunakan sebagai headline, sub headline, bodytext, tagline maupun



Gambar

Pada dasarnya, pengertian gambar atau image adalah hasil penggabungan dari titik, ga-ris, bidang serta warna yang menjadi suatu ben-tuk. Pengertian image yang dimaksud adalah kebutuhan publikasi yang menggunakan aset foto dengan teknis Hitam putih dan Berwarna, Teknis ini, menggunakan photoshop dengan acuan ketentuan black and white, Hue Satur-ation yang telah ditetapkan. Penggunaan halftone graphic style ini merupakan representasi dari salah satu brand value Kabupaten Way Kanan yaitu Beragam.



Gambar 9
Image

Identitas Visual

Graphic Standards Manual (GSM) Rebranding Kabupaten Way Kanan adalah sebuah pedoman acuan untuk menstandarisasi identitas visual yang telah dibuat oleh Rebranding Kabupaten Way Kanan untuk menjaga konsistensi desain agar dapat ditampilkan sesuai dengan apa yang ditetapkan oleh Rebranding Kabupaten Way Kanan.

Layout

Layout adalah salah satu bagian dari kegiatan desain grafis yang didalamnya terdapat penataan unsur-unsur grafis pada suatu halaman. Penataan unsur-unsur grafis dalam layout diantaranya berupa penataan gambar, tulisan, dan logo agar sesuai dan menarik dilihat. Layout pun mengacu pada prinsip-prinsip desain yang meliputi keseimbangan, kontras, harmonisasi dan penekanan.



Gambar 10
Layout GSM

Logo

Berikut ini adalah hasil *final* logo yang sebelumnya sudah melalui beberapa proses dan revisi.



Gambar 11
Logo

Logo Kabupaten Way Kanan terdiri dari logogram dan logotype. Kedua elemen logo tersebut

membentuk satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dan harus berdiri bersama pada penggunaannya. Terbentuk dari key-word “Tegas, Sederhana, Semangat” tercermin pada pembuatan logo Kabupaten Way Kanan yang mana dibentuk dari logogram yang merepresentasikan bentuk cadik perahu yang merupakan motif paling sederhana dari kain tradisional Lampung dengan bentuk tegas yang melambangkan semangat Kabupaten Way Kanan. Logo dibangun dari bentuk geometris dengan sudut lancip dan bentuk tegas untuk merepresentasikan kesan “modern”:

1. Logo gram

Bentuk dari logo gram merupakan representasi dari “cadik”, diharapkan Kabupaten Way Kanan dapat terus menjaga adat dan budaya yang ada agar tetap lestari. Logo Kabupaten Way Kanan dibangun dari bentuk geometris untuk merepresentasikan kesan “modern”. Elemen lain yang membangun form selain “cadik” ialah warna merah dan kuning emas. Warna merah berasal dari warna kain tenun khas Lampung dan warna kuning emas merupakan warna favorit dari masyarakat Lampung dan salah satu warna dalam budaya visual Lampung.

2. Logotype

Bentuk dari logotype Kabupaten Way Kanan yang dibuat dan disandingkan dengan logogram Kabupaten Way Kanan. Di satu sisi untuk menguatkan sisi kontemporer dari identitas visual Kabupaten Way Kanan. Logotype Kabupaten Way Kanan dibuat menggunakan typeface geometric sans-serif yaitu Segoe UI Bold karena dapat memiliki ketebalan garis yang tebal sehingga dapat menjadi penyeimbang dengan logogram Kabupaten Way Kanan yang memiliki sifat “modern dan tegas”.

Media Publikasi

Proses desain media pendukung dari perancangan rebranding Kabupaten Way Kanan dengan menerapkan konsep dan unsur visual yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Berikut ini merupakan penyabaran dari desain visual dan merupakan penjabaran dari desain visual dan konsep visual yang sudah diaplikasikan ke dalam beberapa media promosi yang telah ditentukan. Penulis membagi dua jenis media promosi, yang pertama adalah Media Cetak, dan yang kedua adalah Media Digital.

Media cetak dan media digital

1. Poster

Poster berfungsi sebagai media promosi sekaligus informasi sekaligus, terdapat 3 poster series sebagai media promosi mengenai brand value identitas visual Kabupaten Way Kanan yaitu Beragam – Berbudaya – Religius – Asri. Dan

terdapat tiga poster informasi mengenai aktivitas akademik Kabupaten Way Kanan dengan ukuran 42 x 59,4 cm (A3). Gambar yang digunakan ada-lah berupa showcase info terkini seputar Way Kanan. Berikut merupakan proses ta-hapan pembuatan poster dimulai dari sketsa manual hingga digital.



Gambar 14
Poster Kabupaten Way Kanan

2. Brosur

Brosur berfungsi sebagai media promosi. Ukuran brosur adalah 21 x 29,7 cm (A4). Brosur trifold ini memiliki konten yang terkandung didalamnya berupa promosi agar user tertarik untuk bergabung dengan Kabupaten Way Kanan. Gambar yang di-gunakan dapat berupa showcase info terkini seputar desain dan industri kreatif, event pameran maupun aktivitas akademik.



Gambar 15
Brosur Kabupaten Way Kanan

3. Billboard

Billboard yang akan dipasang dalam media promosi ini berlokasi di pinggir jalan dekat sekolah di gerbang sekolah yang menggu-nakan Website Sistem Pelacak Perkem-bangan Belajar Siswa.



Gambar 16
Billboard Kabupaten Way Kanan

4. Amplop

Beralih ke Media Cetak yang termasuk dalam jenis stationery, salah satu mediana amplop. Seperti yang kita tahu, amplop ini yang nantinya akan digunakan untuk menyimpan ataupun mengirim surat dalam hal yang berkaitan dengan

Website Sistem Pelacak Perkembangan Belajar Siswa ini, seperti invoice, surat keterangan, surat undangan, surat peringatan dan lain sebagainya.



Gambar 17
Amplop Kabupaten Way Kanan

5. Kop Surat

Dalam perancangan Website Sistem Pelacak Perkembangan Belajar Siswa. Terdapat kop surat sebagai media pendukung.



Gambar 18
Kop Surat Kabupaten Way Kanan

6. Kartu Nama

Dalam perancangan Website Sistem Pelacak Perkembangan Belajar Siswa terdapat kartu nama sebagai media pendukung. Kartu nama dibuat bertujuan untuk promosi branding serta dibagikan jika ada investor maupun orang-orang yang memiliki potensi untuk mengembangkan website ini menjadi lebih baik, ataupun klien yang ingin memberi ak-ses website ini untuk sekolahnya.



Gambar 19
Kartu Nama Kabupaten Way Kanan

7. ID Card

Dalam Perancangan rebranding Kabupaten Way Kanan terdapat ID Card sebagai media pendukung. ID Card dibuat untuk menjadi-kan identitas pegawai, dan agar terlihat ke-san formal

dan rapi ketika konsumen ber-kunjung. Terdapat juga chip sebagai tempat penyimpan biodata informasi pemilik ID Card tersebut.



Gambar 20
ID Card Kabupaten Way Kanan

8. Website

Website berfungsi sebagai database informasi untuk user dan designer. Ukuran web-site Rebranding Kabupaten Way Kanan ada-lah 1336 x 768 pixel, dan logo diletakkan pada ujung kiri atas website bersama dengan header. Gambar yang digunakan dalam web-site Rebranding Kabupaten Way Kanan idealnya dikomposisikan untuk mengisi lebar website (980 pixel), dan supergrafis digunakan sebagai elemen penunjang website.



Gambar 21
Website Kabupaten Way Kanan

9. Mobile Web

Selain versi desktop, website Rebranding Kabupaten Way Kanan juga terdapat versi mobile web. Ukuran mobile web Rebrand-ing Way Kanan adalah 375 x 667 pixel. Header website memiliki ketinggian 50 pixel, dan logo diletakkan pada ujung kiri atas website bersama dengan header. Gambar yang digunakan dalam website Rebrand-ing Kabupaten Way Kanan idealnya di-komposisikan untuk mengisi lebar mobile web (250 pixel), dan supergrafis digunakan sebagai elemen penunjang mobile web.



Gambar 22
Mobile Web Kabupaten Way Kanan

10. Website Ads

Website ads berfungsi sebagai media promosi melalui website yang biasa muncul sesuai dengan kategori website, contoh website world education expo sehingga user mudah tertarik dengan apa yang user inginkan. Ukuran website ads Rebranding Kabupaten Way Kanan adalah 300 x 250 pixel, dan logo diletakkan pada ujung kanan atas website ads dengan ketinggian 30 pixel. Gambar yang digunakan dalam web-site ads berupa background dengan multiply warna biru atau pun merah dan effect duo-tone, sedangkan supergrafis dapat diaplikasikan pada sisi kanan website ads.



Gambar 23
Website Ads Kabupaten Way Kanan

11. Facebook Page

Facebook Page berfungsi sebagai media promosi sekaligus interaksi grup Rebranding Kabupaten Way Kanan melalui forum sosial media sehingga user mudah mengetahui info terkini. Ukuran facebook page Rebranding Kabupaten Way Kanan adalah 825 x 315 pixel. Gambar yang digunakan dalam facebook page berupa background dengan warna merah, sedangkan supergrafis dapat diaplikasikan pada sisi kanan facebook page.



Gambar 24
Facebook Page Kabupaten Way Kanan

12. Instagram post

Instagram feed berfungsi sebagai media komunikasi 2 arah dengan audiens, dan sebagai media awareness. Ukuran posting adalah 1080 x 1080 pixel, dan logo diletakkan pada ujung kiri atas dengan ketinggian 135 pixel. Gambar yang digunakan dalam Instagram feed dapat berupa showcase info terkini seputar wisata, berita, dan event.



Gambar 25

Instagram post Kabupaten Way Kanan

13. Instagram story

Instagram Stories berfungsi sebagai media *awareness* dan promosi. Ukuran postingan adalah 1920 x 1080 pixel, dan logo diletakkan pada ujung kiri atas dengan ketinggian 140 pixel. Gambar yang digunakan dalam *instagram stories* dapat berupa *showcase* info terkini seputar wisata, berita, dan *event*.



Gambar 26

Instagram post Kabupaten Way Kanan

Merchandise

Merchandise adalah cinderamata atau souvenir atau kenang-kenangan yang biasanya diberikan jika menghadiri sebuah acara ataupun sekear sebagai pelengkap yang diberikan secara cuma-cuma atau bahkan dijual untuk mempromosikan identitas visual Kabupaten Way Kanan ini secara *soft selling*. Berikut ini terdapat beberapa merchandise yang digunakan



Gambar 27

Kalender Kabupaten Way Kanan



Gambar 28

Stiker Kabupaten Way Kanan



Gambar 29

Kaos Kabupaten Way Kanan



Gambar 30

Totebag Kabupaten Way Kanan



Gambar 31

Mug Kabupaten Way Kanan



Gambar 32

Block Note Kabupaten Way Kanan

Kesimpulan

Didapatkan kesimpulan dari laporan yang telah dipaparkan bahwa dalam merancang sesuatu identitas visual yang terkonsep dan juga baik, dibutuhkan pemahaman kajian yang baik dari brand positioning, brand value, big idea, brand story, mood

and feel, dan keyword pembentukan sebuah logo dan mengetahui bagaimana mencari data sesuai prosedur.

Penulis menyimpulkan dari pembahasan yang penulis jelaskan tentang perancangan Rebranding Kabupaten Way Kanan, jika dalam membuat suatu desain ada beberapa aspek desain yang mempengaruhi hasil desain tersebut untuk menjadi desain yang baik secara functionnal, audience dapat memahami informasi yang ada di dalam media promosi tersebut. Media promosi yang tepat dan mudah dipahami dapat meningkatkan wisata dan membentuk suatu aturan desain yang terstruktur saat diterapkan pada berbagai media.

Pada proses perancangan Rebranding Kabupaten Way Kanan, peranan art directing sangat mempengaruhi karena menentukan Rebranding yang nantinya dapat dilihat secara langsung maupun tidak langsung oleh audience. Dalam merancang Rebranding Kabupaten Way Kanan ini didukung dengan adanya proses.

Copywriting yaitu memiliki tulisan dan bahasa yang baik dan benar. Tentunya pandangan dan tulisan juga akan terlihat seimbang apabila pengaturan layout atau tata letak pada sebuah media komunikasi visual dapat memberikan pesan dan kesan yang mempermudah audience dalam hal memahami serta menangkap informasi secara jelas.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Rayan & Roger Hubner, (2006). *Pictograms Icons & Sign: A Guide to Information Graphics*, New York: Thames & Hudson.
- Aynsley, Jeremy, (2001). *A Century of Graphic Design: Graphic Design Pioneers of the 20th Century*, Great Britain: Mitchell Beazley.
- Berryman, Gregg, (1990). *Principles of Visual Communication*, Menlo Park, CA: Crisp Publication Inc.
- Carter, Rob, (1989). *Experimental Typography*, Switzerland: RotoVision SA.
- Carter, Rob & Ben Day, Philip Meggs, (1993). *Typographic Design : Form and Communication, 2nd ed.*, New York, NY: Van Nostrand Reinhold.
- Denton, Craig, (1992). *Graphics for Visual Communication*, Indiana, WM: C. Brown Publisher.
- Hurlburt, Allen, (1981). *The Design Concept: A Guide to Effective Graphic Communication*, Broadway, New York, NY: Watson-Guptill Publications.
- Heller, Steven, (2011). *Thinking in Icons: Designing and Creating Effective Visual Symbols*, New York, NY: Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.
- Lupton, Ellen, (2016). *Visual Research an Introduction to Research Methods in Graphic Design*, 3rd ed., New York, NY: Bloomsburry Publisher.
- Lupton, Ellen, (2017). *Design is Storytelling*, New York, NY: Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.
- Meggs, Philip, (1992). *A History of Graphic Design, 2nd ed.*, New York, NY: Van Nostrand Reinhold.
- Meggs, Philip, (1992). *Type and Image*, Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Anonim. (2010). *Arti Warna Dalam Desain Grafis*. Diakses pada 06 Januari 2018. W.W.W: Selimutmaya.com.
- Blogernas. (2016). *Teori Lingkaran Warna Brewster*. Diakses pada tanggal 25 Februari 2018.
<https://www.blogernas.com/2016/07/teori-lingkaranwarnabrewster.html>
- Mangkoko. (2016). *Psikologi Warna-biarkan warna berbicara*. Diakses pada tanggal 06 Januari 2018. <http://mangkoko.com/ruang-baca/psikologiwarnabiarka-warna-berbicaraNotegan-June 19,2013>.
- <http://notegan.blogspot.com/2013/06/model-warna-cmycyan-magenta-yellow.html>
- Yusril Ibnu Maulana, (2019). *Prinsip Dalam Desain Layout yang Harus Dipertahankan*. Diakses pada tanggal 26 agustus 2019.
<https://www.portaldekave.site/2019/04/prinsip-dalam-desain-layout-yang-harus.html>
- <https://www.waykanankab.go.id/identitas-dan-arti-logo-ueu/>. Diunduh 22 Juni 2019 Pukul 19.03 WIB

<https://sandblog.com/info/pengertian-above-the-line-below-the-line-dan/>.Diunduh 25 Juni 2019 Pukul 20.30 WIB

<http://sakinahadikalfeta.blogspot.com/2017/05/corporate-culture-budaya-perusahaan.html/>. Diunduh 27 Juni 2019 Pukul 17.20 WIB

<http://dgi.or.id/in-depth/history/kebudayaan-kekuasaan-dan-krisis.html/>.Diunduh 30 Juni 2019 Pukul 21.40 WIB

<https://lingkaran.co/blog/cs-events/introductory-design-thinking-workshop/>.Diunduh 2 Juli 2019 Pukul 02.10 WIB

<http://capediemaja.blogspot.com/2015/03/brand-essence-dan-brand-positioning.html/>. Diunduh 2 Juli 2019 Pukul 02.13 WIB

<https://fsrd.itb.ac.id/penelitian/kk-ilmu-ilmu-desain-dan-budaya-visual/>.Diunduh 10 Juli 2019 Pukul 04.16 WIB

<https://www.bekraf.go.id/subsektor/page/desain-komunikasi-visual/>.Diunduh 18 Juli 2019 Pukul 07.35 WIB