

IDENTITAS VISUAL PARIWISATA KABUPATEN TEGAL

KABUPATEN TEGAL TOURISM VISUAL IDENTITY

Bulan Mayana Chandra Restanti¹, Gredi Gradana Sembada²

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹bulanmayana7@gmail.com, ²gradanagredi@yahoo.com

Abstrak

Pariwisata merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia karena merupakan salah satu penyumbang devisa terbesar. Potensi pariwisata Indonesia yang tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia ini pun membuat tiap daerah ikut serta mengembangkan potensi wisatanya masing-masing. Termasuk kabupaten Tegal yang gencar melakukan promosi wisata sehingga kunjungan wisata pada tahun 2015 mengalami kenaikan yang signifikan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa sudah saatnya kabupaten Tegal mem-branding pariwisatanya, namun pariwisata kabupaten Tegal belum memiliki identitas visual. Hal ini menjadi kendala karena identitas visual merupakan salah satu syarat penting dalam branding. Melalui observasi, studi pustaka, wawancara pada narasumber, kuisioner dan dokumen terkait, diperoleh data tentang objek wisata di kabupaten Tegal beserta kearifan lokalnya dan data pesaing sejenis, kemudian dianalisis dan merancang identitas visual pariwisata kabupaten Tegal yang akan mendukung keberhasilan promosi wisata yang telah dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Tegal dalam upaya mem-branding pariwisata kabupaten Tegal. Perancangan Tugas Akhir ini akan membantu dalam pembentukan identitas visual pariwisata kabupaten Tegal untuk merepresentasikan potensi wisatanya. Selain itu, perancangan ini juga dapat menjadi langkah awal untuk meningkatkan pariwisata kabupaten Tegal.

Kata Kunci: identitas visual, pariwisata, kabupaten Tegal

Abstract

Tourism is an important economic sector in Indonesia because it is one of the biggest foreign exchange earnings. Indonesian tourism potential spread to almost all of parts Indonesia, so that alsomade every region participate in developing its tourism potential. Including kabupaten Tegal, who succeed increasing tourism visits in 2015 significantly through the tourism promotion. Therefore, branding is needed to support kabupaten Tegal tourism promotion, but kabupaten Tegal tourism not yet have a visual identity. This becomes a problem because visual identity is one of the important part in branding. After collect the data by observation, literature study, interview, questionnaires and related documents about tourism destination and local wisdom of Kabupaten Tegal, the authors analyzed data and designing visual identity of kabupaten Tegal tourism that will support the succeed of tourism promotion that has been done by Culture and Tourism Department kabupaten Tegal as an effort Kabupaten Tegal tourism branding in the future. Hopefully this final project can help Kabupaten Tegal designing visual identity that represents Kabupaten Tegal tourism potentials, also can be use as the first step to increase Kabupaten Tegal tourism.

Keywords: tourism, visual identity, kabupaten Tegal

1. Pendahuluan

Pengembangan sektor pariwisata Indonesia merupakan salah satu upaya untuk pembangunan di bidang ekonomi karena sektor pariwisata mampu berkontribusi cukup besar terhadap perekonomian negara. Salah satu upaya pengembangan yang dilakukan Dinas Pariwisata Indonesia adalah dengan membentuk *brand identity* pariwisata bertajuk Pesona Indonesia atau *Wonderful Indonesia*. Upaya membentuk *brand identity* pariwisata Indonesia bertujuan untuk membentuk identitas bangsa yang merepresentasikan daya tarik pariwisata Indonesia.

Provinsi Jawa Tengah termasuk salah satu wilayah tujuan wisata di Indonesia yang menawarkan beragam destinasi wisata unggulan seperti Candi Borobudur, Candi Prambanan, Karimun Jawa, dataran tinggi Dieng, Nusakambangan, Baturaden, Rawa Pening, dan Tawangmangu. Demi meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke Jawa Tengah. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jateng melaksanakan program *Visit Jawa Tengah* pada tahun 2013 yang mengusung slogan *More Than Friendly* dan bertujuan untuk mempromosikan pariwisata Jawa Tengah secara nasional.

Potensi wisata yang dimiliki Jawa Tengah tersebar di 35 kabupaten/kota termasuk didalamnya kabupaten Tegal. Dengan mengandalkan destinasi wisata unggulan seperti Pemandian air panas Guci, Waduk Cacaban dan Purwahamba Indah, kabupaten Tegal mampu menaikkan jumlah kunjungan wisata pada tahun 2015 yaitu sebanyak 771.697 orang. Peningkatan jumlah kunjungan wisata tersebut tentunya tidak lepas dari upaya promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Tegal. Namun keberhasilan promosi wisata kabupaten Tegal belum dibarengi dengan pembentukan identitas visual yang dapat merepresentasikan potensi wisata kabupaten Tegal.

Dalam perancangan Tugas Akhir ini penulis memperoleh data tentang objek wisata di kabupaten Tegal beserta kearifan lokalnya melalui observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Setelah memperoleh data, penulis menganalisis pesaing sejenis melalui matriks perbandingan dan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi kabupaten Tegal melalui analisis SWOT.

2. Dasar Teori

2.1 Identitas Visual

Identitas visual merupakan seperangkat asosiasi unik yang dimiliki sebuah *brand* yang harus dibentuk dan dipelihara. Asosiasi yang dimaksud harus dapat merepresentasikan apa yang diwakili oleh brand dan mengimplikasikan janji kepada pelanggan dari organisasi.^[1]

2.2 Logo

Logo merupakan salah satu bentuk identitas visual yang diaplikasikan dalam berbagai media sebagai bentuk komunikasi visual. Logo disebut juga simbol, tanda gambar, merek dagang (*trademark*) yang berfungsi sebagai identitas dan tanda pengenal yang mempunyai ciri khas.^[2]

2.3 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dalam gagasan secara visual dengan mengelola elemen grafis yang berupa gambar, tatahan huruf, komposisi warna serta *layout*.^[3] Untuk mewujudkan suatu tampilan visual, ada beberapa unsur yang diperlukan:

a. Ilustrasi

Ilustrasi secara harfiah berarti gambar yang digunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu. Ilustrasi dapat dipergunakan untuk menampilkan banyak hal serta berfungsi untuk memberikan gambaran tokoh atau karakter dalam cerita, menampilkan beberapa contoh item yang diterangkan dalam sebuah media, memvisualisasikan langkah demi langkah pada sebuah instruksi dalam panduan.^[4]

b. Warna

Warna merupakan pelengkap gambar yang dapat mewakili suasana kejiwaan pelukisnya saat berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur paling tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang rasa haru, sedih, gembira, mood atau semangat. Secara Visual, warna memiliki kekuatan yang mampu memengaruhi citra bagi orang yang melihatnya.^[5]

c. Tipografi

Tipografi merupakan disiplin ilmu yang mempelajari huruf, baik dari segi estetis maupun segi komunikatif. Tipografi mempunyai fungsi estetis sebagai penunjang visual sebuah pesan agar lebih menarik, sedangkan sebagai fungsi komunikasi tipografi berperan sebagai media penyampaian pesan yang berupa teks.^[6]

d. Layout

Layout merupakan proses menata elemen-elemen desain dalam sebuah bidang dengan tujuan menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi lebih komunikatif dan memudahkan pembaca menerima informasi yang disampaikan. Ada empat prinsip utama yang harus diperhatikan dalam *me-layout* yaitu urutan (*sequence*), keseimbangan (*balance*), penekanan (*emphasis*) dan kesatuan (*unity*).^[7]

3. Data dan Analisis

3.1 Data Hasil Observasi

Kabupaten Tegal mempunyai topografi yang unik dimana wilayah bagian utara merupakan pesisir atau dataran rendah dan wilayah selatan merupakan pegunungan sehingga destinasi wisata yang dimiliki kabupaten Tegal pun beragam mulai dari wisata bahari hingga wisata pegunungan. Objek wisata yang dimiliki kabupaten Tegal antara lain Pemandian air panas Guci, Waduk Cacaban, Purwahamba Indah, Wisata Kesehatan Jamu Kalibakung, Situs Purbakala Semedo, Museum Sekolah, Monumen GBN, Rumah Wayang, Makam Sunan Amangkurat, Makam Ki Gede Sebayu, dan Makam Pangeran Purbaya. Setelah berwisata rasanya belum lengkap jika belum menikmati kuliner khas kabupaten Tegal seperti tahu aci, teh poci dansoto tauco. Daya tarik wisata tegal juga dapat dijumpai pada kesenian tradisionalnya seperti tari topeng endel, kuntulan dan kesenian kentrung.

3.2 Data Hasil Wawancara

Kabupaten Tegal mempunyai 3 wisata unggulan yaitu Pemandian air panas Guci, waduk Cacaban dan Purwahamba Indah. Selain ketiga objek wisata tersebut ada pula objek wisata yang sedang dalam proses pengembangan yaitu Wisata Kesehatan Jamu dan Situs Purbakala Semedo. Kedua objek wisata ini rencananya akan disejajarkan dengan 3 objek wisata yang sudah lebih dulu menjadi unggulan. Saat ini pengembangan objek wisata akan difokuskan pada situs purbakala Semedo yang akan dijadikan museum.

3.3 Data Hasil Kuesioner

Berdasarkan data kuesioner mayoritas responden berasal dari kabupaten Tegal yang rata-rata berusia 26-25 tahun, kebanyakan berprofesi sebagai karyawan swasta dengan penghasilan Rp 1.373.000 - Rp 2.373.000 perbulan. semuanya suka berwisata dengan menggunakan kendaraan pribadi. Jenis wisata yang paling mereka senangi adalah wisata alam. 62% pernah mengunjungi objek wisata di kabupaten Tegal dan menurut mereka jenis wisata yang potensial di kabupaten Tegal adalah wisata alam. Objek wisata yang paling sering dikunjungi adalah pemandian air panas Guci yang merupakan objek wisata yang diunggulkan di kabupaten Tegal. Tak hanya pariwisata, kabupaten Tegal juga mempunyai kuliner khas yang diketahui juga oleh 97% responden dan yang paling disukai adalah tahu aci. Ditanya mengenai kesenian tradisional kabupaten Tegal, 96% responden mengetahui kesenian tradisional kabupaten Tegal dan kebanyakan mengenal tari topeng endel.

3.4 Matriks Perbandingan Pesaing

Tabel 3.1 Matriks Perbandingan Logo Pesaing
Sumber: Dokumen Penulis

				
Tagline	Istimewa	The Spirit of Java	Amazing Thailand	Timeless Charm
Jenis Logo	Name Only Logo	Name and Symbol	Name and Symbol	Name and Symbol
Garis	Garis lengkung	Garis lengkung	Garis lengkung	Garis lengkung
Bentuk	Logotype	Bentuk dasar motif batik	Smile eyes	Lotus
Warna	Merah	Biru dan Hijau	Pink dan Kuning	Biru, hijau, orange-kuning, violet dan Pink
Tipografi	Font adaptasi aksara jawa	Sans Serif	Serif	Serif
<i>Describable</i>	✓	✓	✓	✓
<i>Memorable</i>	✓	✓	✓	✓
<i>Scaleable</i>	✓	✓	✓	✓
<i>Simple</i>	✓	✓	✓	✓

3.5 Analisis SWOT

Tabel 3.2 Analisis SWOT
Sumber: Dokumen Penulis

STRENGTH	WEAKNESS
1. Lokasi yang sangat strategis karena terletak di dekat jalur Pantura dan jalur penghubung Tegal – Purwokerto. 2. Memiliki pusat industri strategis seperti teh, logam, alat rumah tangga, kerajinan batik, produsen melati, dan lain-lain. 3. Akses yang mudah menuju kabupaten Tegal dapat ditempuh melalui jalur pantura, jalur selatan maupun jalur tengah pulau Jawa 4. Destinasi wisata yang beragam mulai dari wisatapegunungan hingga wisata bahari.	1. Belum lengkapnya fasilitas publik seperti jumlah angkutan umum yang masih minim yang menuju ke lokasi wisata. 2. Kurangnya kesadaran masyarakat akan ketertiban, kebersihan, dan keindahan. 3. Belum ada kerjasama pemerintah dengan pemilik usaha jasa pariwisata dalam menyediakan akomodasi dan paket wisata.
OPPORTUNITY	THREAT
1. Bisnis travel agent di Tegal mulai berkembang pesat. 2. Pembangunan Museum Semedo bisa menjadi sebuah titik awal untuk mendatangkan wisatawan dan para peneliti dari dalam maupun luar negeri. 3. Lokasinya yang straregis memungkinkan pengguna jalan yang melintas untuk singgah di kabupaten Tegal.	Perkembangan daerah di sekitar kabupaten Tegal cukup pesat terutama pekalongan dan Cirebon.

4. Konsep dan Hasil Perancangan

4.1 Konsep Pesan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya, terlihat bahwa kunjungan wisatawan ke kabupaten Tegal lebih banyak mengarah ke wisata alam. Hal ini menunjukkan bahwa wisata alam merupakan wisata unggulan di kabupaten Tegal. Keunggulan potensi wisata alam kabupaten Tegal merupakan hal yang dapat memperkuat karakter pariwisata kabupaten Tegal. Selain wisata alam yang unggul, kabupaten Tegal juga mempunyai budaya yang menarik, salah satunya adalah bahasa dan dialek yang mempunyai ciri khas tersendiri. Kabupaten Tegal, mempunyai slogan Mbetahi lan Ngangeni yang artinya Kabupaten Tegal sebagai daerah yang membuat rindu dan betah siapapun yang pernah berkunjung ke Kabupaten Tegal. Kenyamanan dan suasana yang menyenangkan menjadikan setiap orang merasa betah dan ingin kembali lagi untuk berkunjung. Dari unsur-unsur tersebut maka dirumuskan big *idea* Kabupaten Tegal sebagai daerah yang menawarkan potensi wisata alam dan mempunyai budaya yang menarik serta membuat nyaman, senang dan akan selalu diingat.

4.2 Konsep Kreatif

Dalam penyampaian, perancangan identitas visual pariwisata kabupaten Tegal akan mengambil tema “Monggo mampir ke Tegal” dimana target sasaran yang dituju adalah pengguna jalan yang sedang melakukan perjalanan melalui jalur pantura. Pendekatan yang digunakan dalam perancangan identitas visual pariwisata kabupaten Tegal adalah dengan mengajak calon wisatawan untuk singgah sejenak ke kabupaten Tegal sebelum meneruskan perjalanan.

4.3 Konsep Visual

a. Penggayaan

Penggayaan yang digunakan dalam perancangan identitas visual pariwisata kabupaten Tegal adalah dengan gaya minimalis agar menghasilkan logo yang simpel dan mudah diingat.

b. Tipografi

Font yang digunakan dalam perancangan identitas visual pariwisata kabupaten Tegal adalah jenis font sans serif dimana bentuk font yang dipilih merepresentasikan dialek Tegal yang medok dan kental. Font yang digunakan adalah Keep on Truckin dengan bentuk yang agak menggembung di bagian bawah, hal tersebut merepresentasikan intonasi bicara orang Tegal.

c. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan identitas visual pariwisata kabupaten Tegal yaitu warna hijau yang merefleksikan kesegaran dan relaksasi, ringan dan menyenangkan, biru yang memberi kesan sejuk, damai, dingin dan menenangkan pikiran, dan kuning memberikan efek yang kuat dalam menstimulus pandangan serta memberi kesan kegembiraan, terang, cerah, bersinar, dan ketegasan.

d. Layout

Tipe layout yang digunakan dalam logo adalah simetris. Logogram dibuat lebih besar dari logotype dengan tujuan agar menarik perhatian audience. Dengan menjadikan logogram sebagai fokus utama diharapkan audience akan merasa penasaran dan terpancing untuk membaca logotype dari logo tersebut.

4.4 Konsep Media

Dalam perancangan identitas visual diperlukan beberapa media dengan tujuan menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke kabupaten Tegal. Media yang dibuat antara lain logo, stationery, brosur, poster, billboard, website, social media dan souvenir.

4.5 Hasil Perancangan

a. Logo



Gambar 4.1 Logo Pariwisata Kabupaten Tegal
Sumber: Dokumen Penulis

b. Stationery



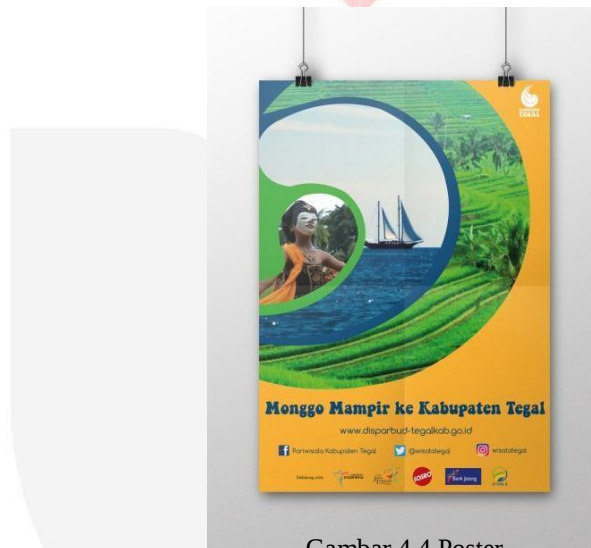
Gambar 4.2 Stationery Set
Sumber: Dokumen Penulis

c. Brosur



Gambar 4.3 Brosur
Sumber: Dokumen Penulis

d. Poster



Gambar 4.4 Poster
Sumber: Dokumen Penulis

e. Billboard



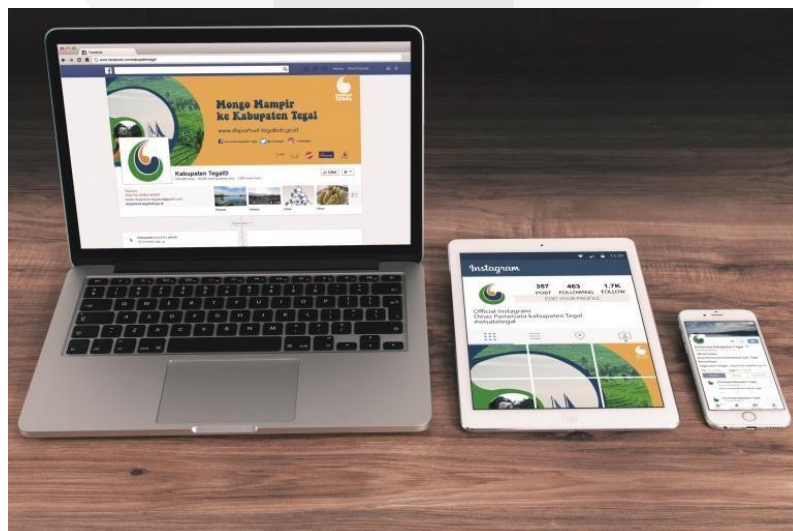
Gambar 4.5 Billboard
Sumber: Dokumen Penulis

f. Website



Gambar 4.6 Website
Sumber: Dokumen Penulis

g. Social Media



Gambar 4.7 Social Media
Sumber: Dokumen Penulis

h. Souvenir



Gambar 4.8 Souvenir Tumbler dan Totebag
Sumber: Dokumen Penulis

5. Penutup

Berdasarkan hasil pengamatan dan perancangan Tugas Akhir yang telah dilakukan, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan terkait objek penelitian yaitu perancangan identitas visual pariwisata kabupaten Tegal dapat membentuk citra baik daerah dan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke kabupaten Tegal. dan perancangan media visual yang terintegrasi dengan identitas visual dapat menjadikan setiap media memiliki kesatuan dan nuansa yang sama sehingga dapat memperkuat citra yang dibentuk oleh identitas visual.

Kegiatan promosi yang telah dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Tegal harus tetap dilakukan secara berkala, konsisten dan efektif serta terintegrasi dengan identitas visual. Dengan perancangan identitas visual pariwisata kabupaten Tegal diharapkan dapat menjadi langkah awal untuk branding pariwisata di masa yang akan datang sehingga pariwisata kabupaten Tegal dapat bersaing dengan daerah lain.

Daftar Pustaka

- [1] Yananda & Salamah, 2014. "Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten dan Provinsi Berbasis Identitas. Makna Informasi: Jakarta
- [2] Kurniawan, Deny. 2008. "Perancangan Logo dan Maskot untuk Mendukung Promosi Wisata Kuliner Malam Warung Tradisional di Surabaya. Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Dan Desain Universitas Kristen Petra
- [3] Kusrianto, Adi. 2007. "Pengantar Desain Komunikasi Visual" Yogyakarta: Andi Offset
- [4] Ibid
- [5] Dameria, Anne. 2007. "Color Basic Panduan Dasar Warna untuk Desainer dan industri Grafika. Link Match Graphic: Jakarta
- [6] Sihombing, Danton. 2001. "Tipografi dalam Desain Grafis" Jakarta: Gramedia
- [7] Rustan, Suriyanto. 2009. "Layout dan Penerapannya". Gramedia: Jakarta