

PERANCANGAN TYPEFACE BERBASISKAN AKSARA PALLAWA SEBAGAI MEDIA PROMOSI SITUS CANDI MUARO JAMBI

TYPEFACE DESIGN BASED ON PALLAWA SCRIPT AS A PROMOTION MEDIA OF MUARO JAMBI TEMPLE SITE

Muhammad Aldo Aradea¹, Arry Mustikawan, B.Des., M.Ds.²

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
aldo.aradea@yahoo.com¹, arry@tcis.telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK

Pariwisata merupakan suatu proses kepergian seseorang menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Provinsi Jambi merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang luar biasa. Salah satu objek wisata yang terdapat di provinsi ini yaitu Situs Candi Muaro Jambi. Situs ini merupakan kawasan cagar budaya terluas di Asia Tenggara dan peninggalan Kerajaan Melayu serta Kerajaan Sriwijaya. Situs ini memiliki peninggalan cagar budaya berupa sistem jaringan perairan, situs permandian, dan situs pemukiman kuno. Masalah yang dialami oleh situs ini adalah kegiatan promosi yang diadakan terhadapnya masih kurang efektif sehingga menyebabkan keberadaan situs ini menjadi kurang diketahui oleh masyarakat. Oleh karena itu, dibutuhkan media promosi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan serta mempromosikan dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke situs ini. Metodologi penelitian yang digunakan untuk menganalisis masalah yang diangkat yaitu penelitian kualitatif dan analisis data. Media yang dirancang sebagai solusi dari masalah yang diangkat adalah *typeface* berbasis aksara Pallawa yang diaplikasikan sebagai *font* ke dalam berbagai media promosi situs ini. Hasil yang diharapkan adalah keberadaan situs ini dapat diketahui oleh masyarakat sehingga membentuk citranya sebagai salah satu objek wisata di Provinsi Jambi yang layak untuk dikunjungi.

Kata kunci: Pariwisata, Provinsi Jambi, Situs Candi Muaro Jambi, aksara Pallawa, *typeface*, media promosi, dan *font*.

ABSTRACT

Tourism is a process of person leaving to another place outside his residence. Jambi Province is one of the provinces in Indonesia that has tremendous tourism potential. One of the attractions in this province is Muaro Jambi Temple Site. This site is the largest cultural preserve area in Southeast Asia and the relics of the Malay Kingdom and Sriwijaya Kingdom. This site has a cultural heritage of aquatic network systems, ancient temple sites, and ancient settlement sites. Problems experienced by this site is promotional activities held against it is still less effective causing the existence of this site becomes less known by the public. Therefore, it takes a promotion media that can be used to introduce and promote and increase tourist visits to this site. The research methodology used to analyze the issues raised are qualitative research and data analysis. Media designed as a solution of the issues raised is the typeface-based Pallawa script that is applied as a font into various promotion media of this site. The expected result is the existence of this site can be known by the public so as to form its image as one of the tourist attraction in Jambi Province worth to visit.

Keywords: *Tourism, Jambi Province, Muaro Jambi Temple Site, Pallawa script, typeface, promotion media, and font.*

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan suatu proses kepergian seseorang menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Hal yang mendorong kepergiannya seperti kepentingan agama, kepentingan budaya, kepentingan ekonomi, kepentingan politik, kepentingan sosial, dan lainnya (Suwantoro, 1997:3). Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki potensi pariwisata yang luar biasa.

Saat ini, sektor pariwisata di Indonesia berkontribusi sebanyak 4% dari total perekonomian. Keuntungan daya saing pariwisata di Indonesia yaitu adanya Situs Warisan Dunia, harga yang kompetitif, dan kekayaan sumber daya alam. Selama tahun 2015, kunjungan wisatawan terbanyak di Indonesia terdapat di Provinsi Aceh, Provinsi Bali, Provinsi DKI Jakarta, Provinsi Jawa Timur, Provinsi Kalimantan Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur, dan Provinsi Papua. Selain itu, Indonesia juga memiliki satu provinsi yang mampu mengembangkan pariwisatanya yaitu Provinsi Jambi.

Provinsi Jambi merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang luar biasa. Pada tahun 2015, jumlah kunjungan wisatawan ke provinsi ini mencapai 1.530.056 jiwa. Jumlah tersebut meningkat sebanyak 4% dibandingkan tahun 2014. Terdapat berbagai jenis wisata di provinsi ini seperti wisata alam, wisata bahari, wisata budaya, wisata religi, wisata sejarah, dan lainnya. Berbagai jenis wisata tersebut tersebar di seluruh kabupaten dan kota di provinsi ini. Salah satunya adalah Kabupaten Muaro Jambi.

Berdasarkan UU No. 54 Th. 1999, Kabupaten Muaro Jambi merupakan salah satu kabupaten pemekaran dari Kabupaten Batanghari dengan luas wilayah 5.246 km². Kabupaten ini memiliki berbagai objek wisata seperti Desa Wisata Muaro Jambi, Gelam Oasis Resort, Lubuk Penyengat, Taman Alam Citra Indah, Umo Teluk, dan lainnya. Selain berfokus kepada satu jenis wisata, terdapat satu objek wisata di kabupaten ini yang mengolaborasikan antara wisata alam, wisata budaya, wisata religi, dan wisata sejarah yaitu Situs Candi Muaro Jambi.

Situs Candi Muaro Jambi terletak di Desa Danau Lamo, Kecamatan Muaro Sebo, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi. Situs ini merupakan kawasan cagar budaya terluas di Asia Tenggara dan peninggalan Kerajaan Melayu serta Kerajaan Sriwijaya yang berkembang pada abad ke tujuh hingga 12 Masehi dengan luas 3.981 hektar. Situs ini memiliki peninggalan cagar budaya berupa sistem jaringan perairan, situs percandian, dan situs pemukiman kuno.

Situs ini merupakan salah satu pusat perayaan Hari Raya Waisak di Indonesia. Setiap setahun sekali, pemerintah setempat mengadakan Festival Candi Muaro Jambi untuk memperkenalkan dan mempromosikan situs ini. Pada tahun 2009, situs ini telah didaftarkan sebagai Situs Warisan Dunia UNESCO. Selain itu, pada tahun 2012, situs ini telah dicanangkan oleh Presiden SBY sebagai Kawasan Wisata Sejarah Terpadu. Tidak hanya itu, sejak tahun 2015, situs ini juga telah ditetapkan sebagai Kawasan Strategis Pariwisata Nasional.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan Bapak Bujang Asril selaku juru pelihara dan koordinator di situs ini, dia menyatakan bahwa, "Kunjungan wisatawan ke situs ini didominasi oleh masyarakat dari Provinsi Jambi." Artinya, situs ini mengalami kesulitan dalam mencapai target kunjungan wisatawan. Pada tahun 2014, jumlah kunjungan wisatawan ke situs ini mencapai 76.000 jiwa. Jumlah tersebut meningkat sebanyak 20.000 jiwa dibandingkan tahun 2013. Namun pada tahun 2015, jumlah kunjungan wisatawan menurun sebanyak 25%. Faktor penyebabnya adalah kegiatan promosi yang diadakan terhadap situs ini masih kurang efektif, hanya melalui Festival Candi Muaro Jambi yang diadakan oleh pemerintah setempat setiap setahun sekali. Hal tersebut menyebabkan keberadaan situs ini menjadi kurang diketahui oleh masyarakat. Selain itu, belum ada *typeface* khusus yang dapat digunakan untuk memperkenalkan dan mempromosikan situs ini. *Typeface* merupakan salah satu elemen dalam desain grafis yang dapat digunakan untuk memperkenalkan dan mempromosikan suatu tempat atau objek wisata. Tidak hanya itu, situs ini juga belum memiliki identitas visual yang kuat baik berupa logo atau lainnya.

Berdasarkan masalah tersebut, penulis memutuskan untuk mengangkat situs ini dengan menjadikannya sebagai objek penelitian dari tugas akhir. Solusi dari masalah yang diangkat adalah merancang *typeface* berbasis aksara Pallawa yang diaplikasikan sebagai *font* ke dalam berbagai media promosi situs ini. Tipografi merupakan properti serta representasi visual dari suatu bentuk komunikasi verbal yang efektif dan pokok (Sihombing, 2001:58).

Aksara Pallawa dipilih menjadi basis *typeface* yang penulis rancang karena merupakan aksara yang sering digunakan di situs ini yang didukung dengan temuan batu bata bertuliskan aksara ini. Aksara Pallawa merupakan aksara yang berasal dari India yang sering digunakan di berbagai kerajaan kuno di Nusantara seperti Kerajaan Kutai, Kerajaan Majapahit, Kerajaan Singhasari, Kerajaan Sriwijaya, Kerajaan Tarumanagara, dan lainnya. Perancangan ini diharapkan dapat memperkenalkan serta mempromosikan dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke situs ini.

2. Dasar Pemikiran

2.1 Teori Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual merupakan ilmu yang mempelajari tentang konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif yang diaplikasikan ke dalam media komunikasi visual dengan mengolah berbagai elemen desain seperti gambar, huruf, komposisi, *layout*, warna, dan lainnya. Hal tersebut dilakukan dengan menyampaikan pesan secara audio, visual, dan audio visual kepada khalayak sasaran yang diinginkan (Tinarbuko, 2015:5).

2.2 Teori Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu proses kepergian seseorang menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Hal yang mendorong kepergiannya seperti kepentingan agama, kepentingan budaya, kepentingan ekonomi, kepentingan politik, kepentingan sosial, dan lainnya (Suwantoro, 1997:3).

2.3 Teori Promosi

Promosi merupakan suatu proses strategi pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan sebagai metode untuk berkomunikasi dengan pasar (Kotler, 2001:119).

3. Metodologi Penelitian

3.1 Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang menggunakan metode ilmiah untuk mengungkapkan suatu peristiwa dengan cara mendeskripsikan data berdasarkan fakta terhadap subjek penelitian (Mulyana, 2008:151). Teknik pengumpulan data dari penelitian kualitatif yaitu kuesioner, observasi, studi pustaka, dan wawancara.

Teknik pengumpulan data dari tugas akhir ini yaitu:

1. Kuesioner
Penulis menyebarkan kuesioner yang berisi berbagai pertanyaan mengenai masalah yang diangkat. Setelah menyebarkan kuesioner, didapatkan hasil yang diisi oleh lebih dari 80 responden. Kuesioner diisi oleh 32 (38,1%) laki-laki dan 52 (61,9%) perempuan.
2. Observasi
Penulis mengobservasi berbagai peristiwa yang berhubungan dengan masalah yang diangkat. Penulis melakukan observasi di Situs Candi Muaro Jambi
3. Studi Pustaka
Penulis mengumpulkan data yang berasal dari berbagai sumber mengenai masalah yang diangkat.
4. Wawancara
Penulis mewawancarai beberapa narasumber yang ahli mengenai masalah yang diangkat. Penulis mewawancarai Ibu Sri Yulianti (Kepala Unit dan Publikasi Kantor BPCB Jambi) dan Bapak Bujang Asril (Juru pelihara dan koordinator di Situs Candi Muaro Jambi).

3.2 Analisis Data

Analisis data dari tugas akhir ini yaitu:

1. AIDCA
Penulis menganalisis perhatian, minat, kebutuhan, rasa percaya, dan tindakan khalayak sasaran.
2. Analisis Proyek Sejenis
Penulis menganalisis proyek sejenis dari tugas akhir ini.
3. Analisis STP
Penulis menganalisis segmen, target, dan posisi Situs Candi Muaro Jambi.
4. Analisis SWOT
Penulis menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman Situs Candi Muaro Jambi.

4. Konsep dan Hasil Perancangan

4.1 Konsep Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang dilakukan dalam perancangan tugas akhir ini adalah meliputi agenda Festival Candi Muaro Jambi 2017 dan potensi Situs Candi Muaro Jambi. Strategi komunikasi yang digunakan bersifat informatif dan persuasif.

Strategi verbal yang digunakan adalah menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Melayu untuk menarik khalayak sasaran agar mereka mau mengunjungi festival sekaligus situs ini. Strategi visual yang digunakan adalah menggunakan *typeface* serta logo yang penulis rancang dan visual situs ini untuk diaplikasikan ke dalam berbagai media promosinya.

Tujuan komunikasi dari perancangan tugas akhir ini adalah:

1. Membentuk citra Situs Candi Muaro Jambi sebagai salah satu objek wisata di Provinsi Jambi yang layak untuk dikunjungi.
2. Menginformasikan berbagai hal mengenai Festival Candi Muaro Jambi 2017 sekaligus Situs Candi Muaro Jambi kepada wisatawan.
3. Mengingatkan masyarakat bahwa di Situs Candi Muaro Jambi diadakan Festival Candi Muaro Jambi 2017.

4.2 Konsep Kreatif

AIDCA dari Situs Candi Muaro Jambi yaitu:

1. Perhatian
Merancang *typeface* berbasiskan aksara Pallawa yang ditujukan kepada khalayak sasaran untuk menarik perhatian mereka agar mau mengunjungi Festival Candi Muaro Jambi 2017 sekaligus Situs Candi Muaro Jambi.
2. Minat
Setelah menarik perhatian khalayak sasaran, selanjutnya mereka berminat untuk mengetahui lebih lanjut mengenai Festival Candi Muaro Jambi 2017 dan Situs Candi Muaro Jambi.
3. Kebutuhan
Merancang *typeface* berbasiskan aksara Pallawa yang ditujukan kepada khalayak sasaran dalam memenuhi kebutuhan mereka sebagai wisatawan untuk menikmati berbagai atraksi di Festival Candi Muaro Jambi 2017 sekaligus Situs Candi Muaro Jambi.
4. Rasa Percaya
Berbagai informasi mengenai Festival Candi Muaro Jambi 2017 dan Situs Candi Muaro Jambi disampaikan kepada khalayak sasaran melalui berbagai media promosi agar mereka percaya dengan informasi yang disampaikan.
5. Tindakan
Selanjutnya khalayak sasaran melakukan tindakan yang berhubungan dengan tujuan dari perancangan tugas akhir ini.

Kata kunci dari Situs Candi Muaro Jambi adalah:

1. Alam
2. Budaya
3. Candi
4. Festival
5. Sejarah

4.3 Konsep Media

Media utama yang digunakan dalam perancangan tugas akhir ini yaitu *typeface* dan logo. *Typeface* serta logo merupakan identitas visual yang dapat digunakan untuk menginformasikan berbagai hal mengenai Festival Candi Muaro Jambi 2017 dan Situs Candi Muaro Jambi.

Media pendukung yang digunakan untuk mendukung media utama yaitu:

1. *Billboard*
2. *Booklet*
3. Brosur
4. *Flyer*
5. Halaman *Facebook*
6. Iklan Majalah
7. Poster
8. *Sign System*
9. *Souvenir*
10. Spanduk
11. *Stationery*
12. *X-Banner*

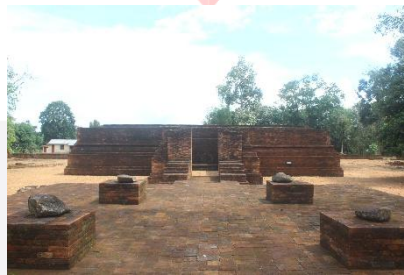
4.4 Konsep Bisnis

4P dari Situs Candi Muaro Jambi yaitu:

1. Tempat
Situs Candi Muaro Jambi terletak di Desa Danau Lamo, Kecamatan Muaro Sebo, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi.
2. Harga
Harga yang dikenakan di Situs Candi Muaro Jambi.

3. Produk
Situs Candi Muaro Jambi memberikan berbagai informasi dan pengetahuan mengenai sejarah kebudayaannya kepada wisatawan. Selain itu, toko *souvenir* di situs ini juga menjual berbagai jenis *souvenir*.
4. Promosi
Kegiatan promosi yang diadakan terhadap Situs Candi Muaro Jambi masih kurang efektif, hanya melalui Festival Candi Muaro Jambi yang diadakan oleh pemerintah setempat setiap setahun sekali. Tahapan promosi dari Situs Candi Muaro Jambi yaitu:
 1. Menginformasikan
Menginformasikan berbagai hal mengenai Festival Candi Muaro Jambi 2017 sekaligus Situs Candi Muaro Jambi kepada khalayak sasaran. Media promosi yang digunakan yaitu brosur, *flyer*, dan poster. Brosur, *flyer*, serta poster diberikan kepada khalayak sasaran dan ditempatkan di berbagai instansi pemerintah, perguruan tinggi, serta sekolah menengah di Kota Jambi.
 2. Membujuk
Membujuk khalayak sasaran agar mereka mau mengunjungi Festival Candi Muaro Jambi 2017 sekaligus Situs Candi Muaro Jambi. Media promosi yang digunakan yaitu *billboard*, *booklet*, halaman *facebook*, iklan majalah, spanduk, dan *x-banner*.
 3. Mengingat
Membuat khalayak sasaran selalu mengingat dan terus mengunjungi Situs Candi Muaro Jambi. Media promosi yang digunakan yaitu *souvenir*. *Souvenir* dijual di toko *souvenir* di situs ini. *Souvenir* yang dijual berupa *goodie bag*, *key chain*, *mug*, *pin*, *sticker*, *t-shirt*, dan *tote bag*.

4.5 Konsep Visual



Gambar 4.1 Fotografi Situs Candi Muaro Jambi
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

Penulis menggunakan fotografi yang menampilkan bangunan candi dan lingkungan di Situs Candi Muaro Jambi. Pengambilan gambar dimaksudkan agar khalayak sasaran dapat mengetahui keadaan yang sebenarnya di situs ini.



Gambar 4.2 Typeface Aksara Sunda
Sumber: behance.net

Typeface yang penulis rancang menggunakan gaya desain dekoratif. Penulis mengacu kepada *typeface* Aksara Sunda karya Annisa Luthfiasari sebagai referensi utama. *Typeface* ini berbasis aksara Sunda Cacarakan yang diolah ke dalam *upper case* hingga menghasilkan desain yang menarik dengan tingkat *legibility* dan *readability* yang tinggi.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÁÂÃÄÅ
 abcdefghijklmnopqrstu
 vwxyzàá&12345678
 901234567890(\$£€.,!?)

Gambar 4.3 Huruf *Myriad*
 Sumber: www.identifont.com

Huruf yang digunakan selain *typeface* yang penulis rancang yaitu huruf *Myriad*. Huruf ini digunakan karena mudah untuk dibaca dan bentuknya yang rapi serta sederhana sehingga tingkat *legibility* dan *readability*-nya tinggi untuk diaplikasikan ke dalam berbagai media promosi situs ini.

Penulis menggunakan prinsip keseimbangan dan penekanan di mana berbagai elemen *layout* dalam media promosi situs ini diatur sedemikian rupa hingga menghasilkan *layout* yang dapat menarik khalayak sasaran.



Gambar 4.4 Logo Candi Cangkuang
 Sumber: hinkanabila.wordpress.com

Logo digunakan sebagai salah satu identitas visual dari situs ini. *Typeface* yang penulis rancang diaplikasikan sebagai teks logo situs ini. Penulis mengacu kepada logo Candi Cangkuang sebagai referensi utama. Logo ini mengadaptasi bentuk bangunan candi dengan teks yang ditempatkan di bagian bawahnya.

C : 85% M : 47% Y : 1% K : 0%	C : 41% M : 65% Y : 99% K : 40%	C : 0% M : 0% Y : 0% K : 100%	C : 0% M : 86% Y : 99% K : 0%	C : 0% M : 46% Y : 99% K : 0%	C : 0% M : 0% Y : 0% K : 0%

Gambar 4.5 Warna
 Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

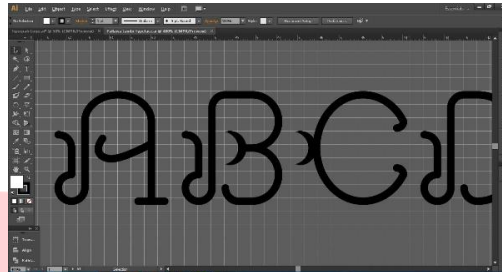
Dalam perancangan tugas akhir ini, warna yang digunakan yaitu:

1. Biru
Biru diambil dari warna air yang merupakan sistem jaringan perairan yang mengelilingi Situs Candi Muaro Jambi. Di situs ini, biru bermakna ketenangan.
2. Cokelat
Cokelat diambil dari warna bangunan candi di Situs Candi Muaro Jambi yang terbuat dari batu bata. Di situs ini, cokelat bermakna kedamaian.
3. Hitam
Hitam diambil dari warna tipografi yang banyak digunakan di Situs Candi Muaro Jambi. Di situs ini, hitam bermakna rahasia.
4. Jingga
Jingga diambil dari warna bangunan candi di Situs Candi Muaro Jambi yang terbuat dari batu bata. Di situs ini, jingga bermakna kehidupan.
5. Kuning
Kuning diambil dari warna perhiasan yang banyak ditemukan di Situs Candi Muaro Jambi. Di situs ini, kuning bermakna sosial.
6. Putih
Putih diambil dari salah satu warna suci dalam agama Buddha. Di situs ini, putih bermakna suci.

4.6 Hasil Perancangan

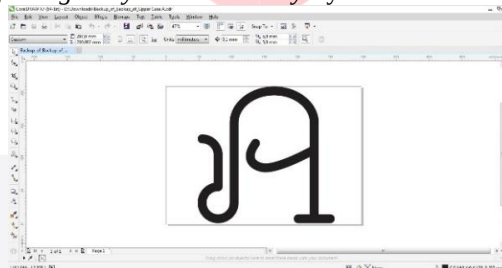
4.6.1 Typeface

Bentuk yang digunakan sebagai aksan dari *typeface* berbasiskan aksara Pallawa yang penulis rancang adalah “bulan sabit” dan “garis berkail”. Aksan tersebut diolah menjadi bentuk dinamis dengan menambahkan lingkaran di bagian bawah garis berkail. Setiap huruf *typeface* ini memiliki aksan kail berlingkaran, kecuali huruf dengan anatomi lingkaran dan terbalik. Huruf dengan anatomi lingkaran beraksan bulan sabit di bagian sampingnya.



Gambar 4.6 Proses Perancangan *Typeface*
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

Penulis merancang *typeface* ini di *Adobe Illustrator*. Tidak hanya di *trace outline*, namun juga dikoreksi dengan mempertimbangkan tingkat *legibility* dan *readability*-nya.



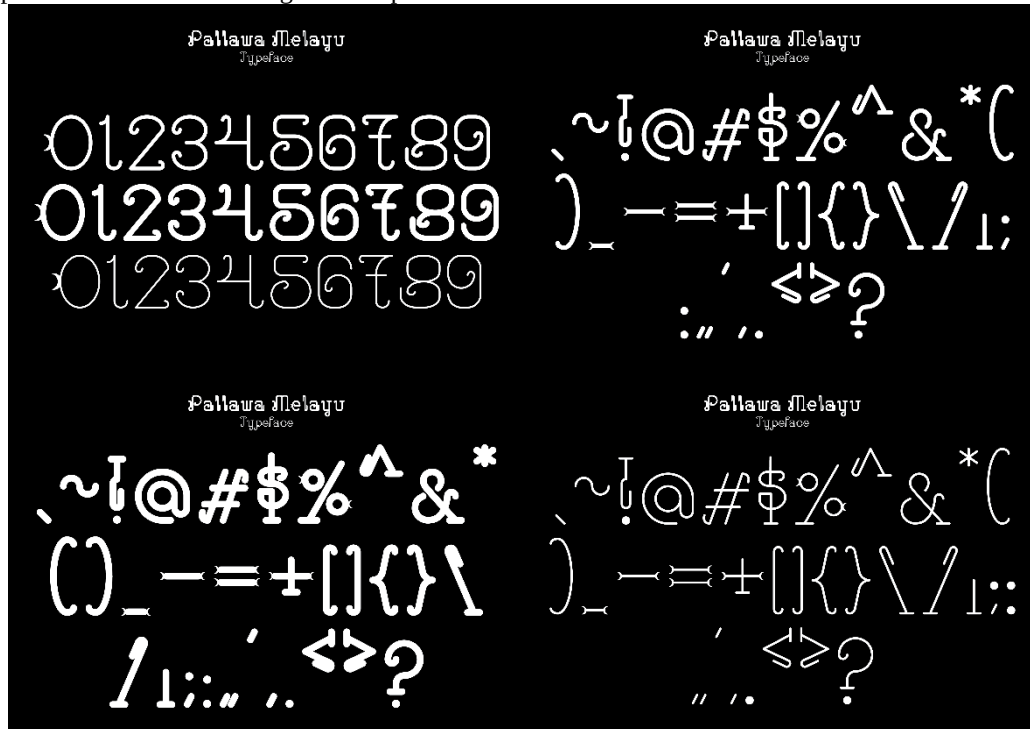
Gambar 4.7 Pengolahan *Typeface*
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

Setelah dirancang, selanjutnya *typeface* di-export ke *Corel Draw* untuk diatur ukurannya dan diseleksi satu per satu *set character*-nya. Langkah terakhir adalah mengubah *set character* ke dalam *true type font*.



Gambar 4.8 Pallawa Melayu Typeface (Upper Case dan Lower Case)
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

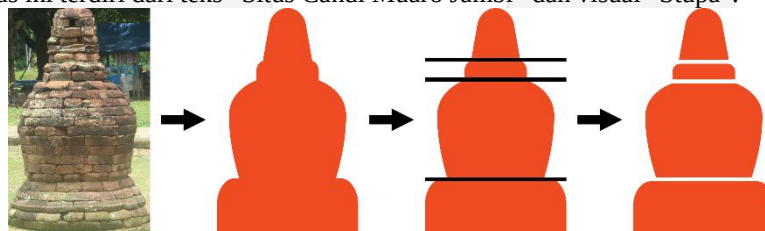
Typeface yang penulis rancang bernama “Pallawa Melayu Typeface”. Set character dari typeface ini terdiri dari *upper case*, *lower case*, *fractions*, dan *punctuation marks* sedangkan beratnya terdiri dari *regular*, *bold*, dan *light*. Typeface ini dirancang dengan memperhatikan tingkat *legibility* dan *readability* agar terlihat menarik saat diaplikasikan ke dalam berbagai media promosi Situs Candi Muaro Jambi.



Gambar 4.9 Fractions dan Punctuation Marks
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

4.6.2 Logo

Dalam perancangan tugas akhir ini, media utama yang digunakan selain *typeface* yang penulis rancang yaitu logo. Logo situs ini terdiri dari teks “Situs Candi Muaro Jambi” dan visual “Stupa”.

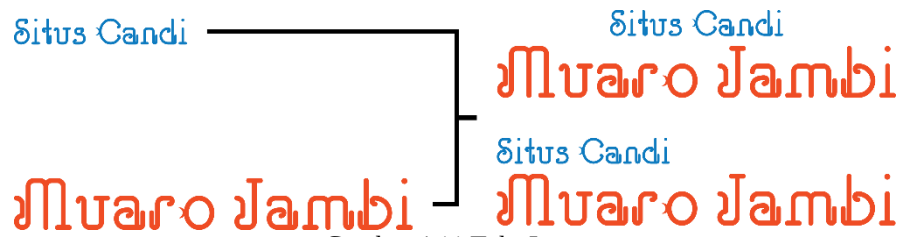


Gambar 4.10 Proses Perancangan Logo
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

Stupa merupakan salah satu peninggalan cagar budaya yang banyak terdapat di Situs Candi Muaro Jambi sekaligus bangunan suci agama Buddha yang terbuat dari batu atau tanah yang digunakan sebagai tempat penyimpanan peninggalan Sang Buddha.

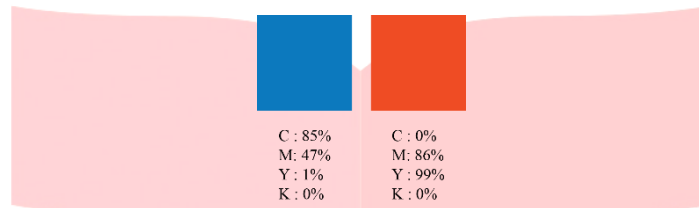
Stupa dipilih sebagai logo situs ini karena di situs ini masih tersimpan berbagai misteri yang belum terungkap mengenai kerajaan kuno di Provinsi Jambi, terutama di Muaro Jambi. Hal tersebut mengikuti fungsi dari Stupa sebagai tempat penyimpanan peninggalan Sang Buddha.

Visual stupa memiliki tiga tingkat mengikuti tingkatan candi dalam agama Buddha yang terdiri dari Kamadhatu, Ruphadatu, dan Aruphadatu. Logo situs ini memiliki dua buah garis maya horizontal di bagian atasnya dan satu di bagian bawahnya.



Gambar 4.11 Teks Logo
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

Typeface yang penulis rancang digunakan sebagai teks pada logo situs ini yaitu “Situs Candi Muaro Jambi”. Teks Situs Candi ditempatkan di bagian atas dengan ukuran dua kali lebih kecil dari teks Muaro Jambi. Teks Muaro Jambi ditempatkan di bagian bawah dengan ukuran dua kali lebih besar dari teks Situs Candi.



Gambar 4.12 Warna Logo
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

Warna logo situs ini yaitu biru dan jingga. Biru diambil dari warna air yang merupakan sistem jaringan perairan yang mengelilingi situs ini. Di situs ini, biru bermakna ketenangan. Jingga diambil dari warna bangunan candi di situs ini yang terbuat dari batu bata. Di situs ini, jingga bermakna kehidupan.



Gambar 4.13 Logo Situs Candi Muaro Jambi
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

Logo situs ini berjenis *picture mark* dan *letter mark*. *Picture mark* dan *letter mark* dipilih karena jenis logo ini memiliki kesatuan serta urutan yang dapat menarik khalayak sasaran untuk melihatnya. Teks dan visual logo situs ini membentuk satu kesatuan. Saat khalayak sasaran melihatnya, mereka akan terfokus terlebih dahulu kepada visual Stupa. Selanjutnya fokus khalayak sasaran tertuju kepada teks Situs Candi Muaro Jambi.

4.6.3 Media Pendukung

1. Billboard



Gambar 4.14 Booklet

Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

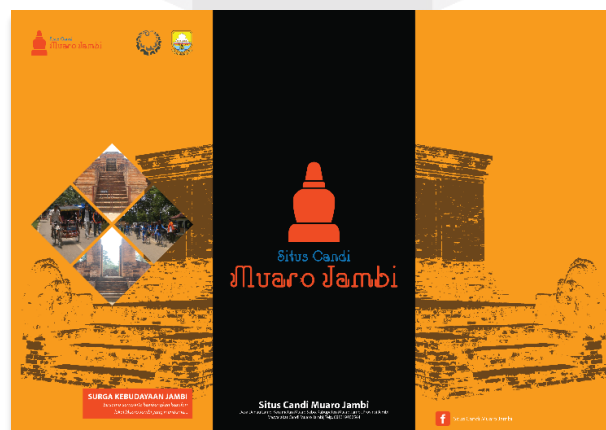
2. Booklet



Gambar 4.15 Booklet

Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

3. Brosur





Gambar 4.16 Brosur
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

4. Flyer



Gambar 4.17 Flyer
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

5. Halaman Facebook



Gambar 4.18 Halaman Facebook
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

6. Iklan Majalah



Gambar 4.19 Iklan Majalah
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

7. Poster



Gambar 4.20 Poster
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

8. Spanduk



Gambar 4.21 Spanduk
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

9. X-Banner



Gambar 4.22 X-Banner
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2017

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan solusi dari masalah yang diangkat dengan, dapat disimpulkan bahwa:

1. “Pallawa Melayu Typeface” dan Logo Situs Candi Muaro Jambi yang penulis rancang dapat digunakan sebagai media untuk memperkenalkan serta mempromosikan dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke situs ini.
2. Situs Candi Muaro Jambi merupakan objek wisata di Provinsi Jambi yang membutuhkan identitas visual berupa *typeface* dan logo sebagai solusi dari masalah yang dialaminya.

Melalui perancangan tugas akhir ini, Situs Candi Muaro Jambi diharapkan dapat menjadi salah satu objek wisata di Provinsi Jambi yang layak untuk dikunjungi dan keberadaannya dapat diketahui oleh masyarakat sehingga membuat mereka tertarik untuk mengunjunginya.

Selain memperhatikan pelestarian, sebaiknya BPCB Jambi juga memperhatikan pengembangan situs ini. Jika situs ini dikembangkan dengan lebih efektif, hal tersebut dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Tidak hanya BPCB Jambi, institusi pemerintah Provinsi Jambi lainnya juga diharapkan dapat mendukung pelestarian dan pengembangan situs ini agar dapat mencapai tujuan bersama dalam meningkatkan sektor ekonomi provinsi ini melalui bidang pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- [1] BP3 Jambi (2004). *Merajut Persada Pusaka Budaya Melayu Jambi*. Jambi: BP3 Jambi.
- [2] BPCB Jambi (2015). *Kawasan Cagar Budaya Muarajambi*. Jambi: BPCB Jambi.
- [3] Budi Utomo, Bambang (2011). *Kebudayaan Zaman Klasik Indonesia di Batanghari*. Jambi: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jambi.
- [4] Christie Mill, Robert (2002). *Tourism The International Business*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [5] Kasali, Rhenald (1995). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- [5] Kotler, Philip (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo.
- [6] Kusrianto, Adi (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- [7] Marpaung, SH, MH, Drs. Happy, Drs. Herman Bahar, MSI (2002). *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- [8] Mulyana, Deddy (2008). *Komunikasi Efektif Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [9] Rustan, S.Sn., Suriyanto (2011). *Font dan Tipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [10] Rustan, S.Sn., Suriyanto (2008). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- [11] Rustan, S.Sn., Surianto (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [12] Sadiman, Arif (2002). *Media Pendidikan Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [13] Sihombing, Danton (2001). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [14] Simbolon, MPA, Robert (1999). *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: Dirjen Dikti, Depdiknas.
- [15] Suwanto, SH, Gamal (1997). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- [16] Tinarbuko, Sumbo (2015). *DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Jakarta: Caps.
- [17] Trilaksono, Hendro (2013). *Jelajah 34 Provinsi Adat-Budaya Nusantara*. Yogyakarta: Pustaka Edukasia.

Sumber Lainnya

- [1] Anonim (2017). *Industri Pariwisata Indonesia*.
<https://www.indonesiainvestments.com/id/bisnis/industri sektor/pariwisata/item6051?> (25 Agustus 2017).
- [2] Alfri (2016). *Sektor Pariwisata di Indonesia*.
<https://travelingyuk.com/destinasiwisataindonesia/10008/sektor/pariwisata/item6051?searchstring=pariwisata> (25 Agustus 2017).
- [3] Plasmanto, Gresi (2016). *Disbudpar: Kunjungan Wisatawan ke Jambi Lebih Target*.
<http://www.antarajambi.com/berita/316454/disbudpar-kunjungan-wisatawan-ke-jambi-lebih-target> (25 Agustus 2017).
- [4] Admyn (2014). *Wilayah Administrasi Kabupaten Muaro Jambi*.
<http://www.muarojambikab.go.id/index.php/topmenuprofil/topmenuwilayahadministrasi> (22 Agustus 2017).
- [5] Saputra, Dodi (2017). *Harapan di balik Festival Candi Muaro Jambi*.
<https://jambi.antaranews.com/berita/319059/harapan-di-balik-festival-candi-muarojambi> (13 September 2017).
- [6] Anonim (2016). *Zola: Candi Muaro Jambi Harus Menjadi World Heritage yang Terdaftar di UNESCO*. <http://jambiprov.go.id/fotoberita-zola--candi-muaro-jambi-harus-menjadi-world-heritage-yang-terdaftar-di-unesco.html> (22 Agustus 2017).
- [7] Raharjo, Budi (2017). *Festival Candi Muaro Jambi Siap Tebar Pesona*.
<http://www.republika.co.id/berita/gayahidup/pesonaindonesia/17/04/08/oo3bjw415-festival-candi-muaro-jambi-2017-siap-tebar-pesona> (24 Agustus 2017).
- [8] Saputra, Dodi (2015). *Pemerintah: Kunjungan Wisatawan ke Candi Muaro Jambi Meningkat*.
<http://www.antarajambi.com/berita/306923/pemerintah--kunjungan-wisatawan-ke-candi-muarojambi-meningkat> (13 September 2017).