

PERANCANGAN LOGO SEBAGAI IDENTITAS VISUAL WISATA EDUKASI GERABAH (WEG) DI BOJONEGORO

Risa Andriani¹, Aditya Rahman Yani², Widyasari³

^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

e-mail : 18052010003@student.upnjatim.ac.id¹, aditya@student.upnjatim.ac.id², widyasari.dkv@upnjatim.ac.id³

Diterima : 14 April 2022. Disetujui : 15 Mei 2022. Dipublikasikan : 22 Juni 2022



©2022 – DESKOVI Universitas Maarif Hasyim Latif. Ini adalah artikel dengan akses terbuka di bawah lisensi CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

ABSTRAK

Wisata Edukasi Gerabah (WEG) adalah salah satu daerah wisata yang berlokasi di Desa Rendeng, Kecamatan Malo, Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur. Wisata Edukasi Gerabah (WEG) menyajikan tiga fasilitas bagi wisatawan, yaitu pengetahuan tentang gerabah, praktik membuat gerabah, serta melukis gerabah. Desa wisata ini juga menjual berbagai macam bentuk gerabah yang siap pakai. Namun desa wisata ini masih belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Salah satu penyebabnya desa ini belum memiliki identitas visual yang konsisten, dan logo yang berkarakter. Makalah ini adalah tentang bagaimana mendesain logo yang menarik, mudah diingat dan memiliki karakter yang khas Wisata Edukasi Gerabah (WEG). Penelitian ini menggunakan metode riset kualitatif dan metode riset kuantitatif dengan teknik data primer melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner sedangkan data sekunder melalui sumber seperti jurnal, artikel ilmiah, buku dan website. Melalui tahap tersebut, konsep perancangan logo nantinya sesuai dengan karakteristik atau ciri khas dari Wisata Edukasi Gerabah (WEG) dan karakteristik target audiens usia 7-12 tahun.

Kata kunci: Identitas Visual, Kabupaten Bojonegoro, Logo Wisata Edukasi Gerabah (WEG)

ABSTRACT

Wisata Edukasi Gerabah (WEG) is a tourist area located in Rendeng Village, Malo Sub-District, Bojonegoro District, East Java. It provides three facilities for tourists; those are pottery knowledge, the practice of making pottery, as well painting pottery. In addition, the tourist village sells various forms of ready-to-use pottery. However, it is still not widely known by the public. One of the reasons is that the village has not had a consistent visual identity and a logo with character. This paper is about how to design a logo which is attractive, easy to remember, and has a distinctive character of Wisata Edukasi Gerabah (WEG). The study used qualitative and quantitative research methods with primary data techniques through interviews, observations, documentation, and questionnaires, while secondary data were through sources such as journals, scientific articles, books, as well websites. Furthermore, the logo design concept is going to be in accordance with the characteristics or speciality of Wisata Edukasi Gerabah (WEG) and the characteristics of the target audience aged 7-12 years.

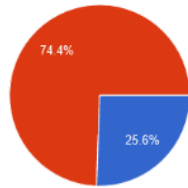
Keywords: Bojonegoro District, Logo, Visual Identity, Wisata Edukasi Gerabah (WEG)

PENDAHULUAN

Kabupaten Bojonegoro merupakan salah satu kota di provinsi Jawa Timur yang memiliki Wisata budaya salah satunya adalah Wisata Edukasi Gerabah (WEG), yang berlokasi di Desa Rendeng, Kecamatan Malo, Kabupaten Bojonegoro atau jarak dari pusat kota sekitar 24 km. Wisata Edukasi Gerabah berdiri sejak tahun 2015 yang didirikan oleh sekelompok Karang Taruna Satria Muda di Desa Rendeng dan sekarang sudah dikelola bersama BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) yang bekerja sama dengan Dinas Pendidikan Bojonegoro (Rahma, 2020). Saat ini Wisata Edukasi Gerabah (WEG) menjadi salah satu alternatif tempat

destinasi wisata untuk mengisi liburan sekolah maupun libur tahun baru bersama keluarga maupun teman yang bergerak di bidang pendidikan budaya lokal. Berdasarkan hasil kuesioner yang didapatkan sebanyak 74,4% masyarakat Bojonegoro dan sekitarnya kurang tertarik untuk berkunjung ke Wisata Edukasi Gerabah (WEG). Sedangkan, Wisata Edukasi Gerabah (WEG) memiliki banyak potensi yang mampu meningkatkan perekonomian masyarakat desa Rendeng. Wisata Edukasi Gerabah (WEG) tidak hanya digunakan sebagai tempat liburan saja, namun juga menyediakan fasilitas dan program bagi wisatawan yang berkunjung. Wisata Edukasi Gerabah (WEG) menyajikan 3 fasilitas yaitu wisatawan mendapatkan pengetahuan mengenai

gerabah yang dijelaskan oleh para *guide*, pengunjung diajak praktek langsung membuat gerabah serta melukis gerabah dan disana juga menjual berbagai macam bentuk gerabah yang sudah siap pakai seperti spuvener, handcraft, perabot rumah tangga dan sebagainya.



Gambar 1. Persentase jawaban dari kuesioner

Wisata yang sudah berdiri kurang lebih 6 tahun ini masih kurang diminati wisatawan dan juga belum memiliki identitas visual yang konsisten atau belum memiliki logo sesuai dengan karakteristik Wisata Edukasi Gerabah (WEG). Dapat dibuktikan pada hasil dokumentasi yang dilakukan penulis.



Gambar 2. Identitas visual pada WEG

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis melakukan perancangan logo yang menarik, mudah diingat dan memiliki ciri khas tersendiri dari wisata sebagai salah satu bagian dari identitas visual Wisata Edukasi Gerabah (WEG). Karena, desain logo merupakan bagian yang diperlukan untuk meningkatkan ketertarikan wisatawan agar berkunjung ke wisata, menjadikan citra Wisata Edukasi Gerabah (WEG) lebih dikenal oleh masyarakat luas dan lebih wisata ini lebih mudah diingat oleh masyarakat.

METODE PERANCANGAN

Tahapan perancangan

Pada perancangan desain logo sebagai identitas visual Wisata Edukasi Gerabah (WEG), dilakukan beberapa tahapan-tahapan untuk dikembangkan atau dijadikan sebagai panduan menyusun perancangan tahap awal hingga akhir. Berikut adalah tahapan-tahapannya, sebagai berikut:

Penentuan fenomena

Tahap awal adalah menentukan fenomena di masyarakat yang bersifat *urgent* untuk diangkat/dijadikan objek penelitian. Garis besar yang dijadikan pembahasan ini adalah membuat identitas visual berupa logo, agar memiliki identitas visual yang konsisten dan berkarakter.

Riset pra perancangan

Pada tahap pra perancangan dapat dilakukan berbagai cara yaitu observasi lapangan secara langsung dan wawancara awal dengan subjek primer. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi atau gambaran awal mengenai fenomena yang terjadi di lokasi/lapangan. Pada tahap ini penulis mencoba untuk mengolah informasi yang telah didapatkan untuk dijadikan sebagai hipotesa awal atau dugaan sementara atas fenomena yang akan diangkat.

Penentuan rumusan masalah

Tahap selanjutnya adalah menentukan rumusan masalah berdasarkan fakta-fakta awal fenomena yang sebelumnya dilakukan saat melakukan riset pra perancangan, maka akan diperoleh cara/solusi yang akan diambil sebagai usaha untuk memecahkan masalah.

Studi literatur

Pada tahap ini penulis mencari data melalui berbagai sumber terpercaya yang bersifat pustaka atau literatur, seperti buku, jurnal, kajian Pustaka, karya ilmiah dan artikel.

Metode riset

Pada perancangan ini penulis menggunakan dua metode riset untuk mendapatkan data yang lebih akurat. Metode riset kualitatif digunakan untuk mencari data yang didapatkan dari hasil wawancara kepada subjek primer yaitu pengelola Wisata Edukasi Gerabah (WEG) dan observasi secara langsung dilapangan, sedangkan metode riset kuantitatif dilakukan dengan cara menghitung hasil data riset dari angket atau kuesioner.

Analisis riset

Pada perancangan ini penulis akan menganalisa hasil informasi yang didapatkan saat wawancara, observasi di lapangan dan menyebar kuesioner sebagai solusi permasalahan berdasarkan fakta yang terjadi. Hal ini digunakan sebagai hipotesa awal atau dugaan yang sebelumnya telah ditentukan.

Perumusan konsep desain

Tahap selanjutnya adalah merumuskan konsep desain sesuai dengan analisis yang dilakukan sebelumnya. Pada tahap ini, penulis mencari ide secara kreatif, yang dapat digunakan sebagai acuan efektifitas perancangan logo sebagai identitas visual.

Alternatif desain

Pada tahap ini, penulis membuat beberapa alternatif desain sebagai pilihan agar bisa

dipertimbangkan antara desain dengan objek perancangan.

Evaluasi desain

Tahap ini dilakukan sebagai proses penyaringan atau perbaikan desain hingga sesuai dengan perancangan.

Final desain

Setelah melalui tahapan-tahapan sebelumnya, tahap terakhir adalah final desain atau hasil desain yang bisa diproduksi dan bisa diimplementasikan.

Teknik Analisis Data

Pada perancangan ini penulis menggunakan beberapa teknik analisis data, yaitu:

- Teknik analisis deskriptif kualitatif pada wawancara mendalam yang bertujuan untuk mengangkat dan mengupas suatu permasalahan.
- Teknik analisis deskriptif kuantitatif pada kuisioner yang bertujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, gejala, peristiwa dan kejadian yang terjadi secara sistematis dan faktual pada segmen pasar.

Target Segmen

Pada perancangan ini yang menjadi segmentasi Wisata Edukasi Gerabah (WEG) adalah:

Geografis

- Wilayah : Jawa Timur
- Kepadatan : Perkotaan dan pinggiran kota

Demografis

- Usia : 7-12 tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Pendidikan : SD-SMP

Psikografis

- Suka berteman atau bergaul
- Suka berlibur dikeramaian
- Antusias terhadap hal baru
- Tertarik dengan hal baru diluar sekolah
- Aktif dalam bersosial

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data Primer

Berikut adalah hasil perjabaran dari analisis data yang diperoleh, sebagai berikut:

Wawancara

Pada penelitian ini, wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang menjadi dasar perancangan logo. Teknik yang dilakukan pada perancangan ini adalah wawancara mendalam dengan Bapak Abdul Ghofur selaku ketua pengelola Wisata Edukasi Gerabah (WEG) pada bulan Oktober 2021. Berikut hasil wawancara dengan narasumber:

- Wisata Edukasi Gerabah (WEG) berdiri sejak tahun 2015 yang didasari karena para pengrajin

gerabah ingin menciptakan inovasi baru agar mampu bersaing di era teknologi ini dan mampu menjadi wadah pembelajaran bagi pengunjung mengenai warisan asli Indonesia yaitu gerabah.

- Wisata Edukasi Gerabah (WEG) belum memiliki identitas visual berupa logo khusus untuk wisata. Logo yang telah dipasang di banner merupakan logo Multi Karya dari lembaga kursus dinas pendidikan yang dijadikan untuk proses pembuatan sertifikasi tempat wisata dan logonya pun bersifat universal atau milik pemerintah.

Observasi

Observasi adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data secara spesifik dibandingkan dengan metode lain (Sugiyono, 2018:229). Observasi yang dilakukan penulis adalah melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk mengetahui kegiatan dan kondisi sebenarnya di Wisata Edukasi Gerabah (WEG) di Kabupaten Bojonegoro yang beralamat di Desa Rendeng, Kecamatan Malo, Kabupaten Bojonegoro. Wisata Edukasi Gerabah (WEG) merupakan wisata yang berbasis Pendidikan, yang mengajarkan pengunjung mengenai gerabah, pengunjung bisa mengikuti praktek membuat dan mewarnai gerabah serta tersedia berbagai macam bentuk gerabah. Selama ini Wisata Edukasi Gerabah (WEG) belum mempunyai identitas visual yang konsisten atau belum memiliki logo. Oleh karena itu, perlu adanya identitas visual berupa logo.

Dokumentasi

Dokumentasi merupakan gambar, foto, sketsa atau yang lainnya untuk dijadikan catatan peristiwa yang telah terjadi (Sugiyono, 2018:240). Dokumentasi dilakukan sebagai pendukung dalam perancangan dari metode wawancara dan observasi agar data semakin akurat dan terpercaya. Dokumentasi dari Wisata Edukasi Gerabah (WEG) berupa foto-foto gerabah, kegiatan anak serta karakteristik yang dari wisata ini.



Gambar 3. Suasana WEG

Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data berupa pertanyaan tertulis yang diberikan oleh responden untuk dijawab (Sugiyono, 2015:199). Kuesioner ini disebarluaskan secara online melalui *google form* dengan target usia 7-12 tahun di Kabupaten Bojonegoro dan sekitarnya. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data perancangan yang akan digunakan untuk mendesain logo Wisata Edukasi Gerabah.

Hasil kuesioner AIO yang disebarluaskan kepada 90 responden target audiens yaitu:

- Mayoritas masyarakat Kabupaten Bojonegoro dan sekitarnya lebih tertarik mengunjungi wisata edukasi di Kabupaten yang sudah terkenal. Hal ini dibuktikan dari hasil data jawaban kota Surabaya 45,2% dan Jogja 23,3%. Malang 8,2%, dan Solo 20,5%.
- Dari jawaban responden logo adalah salah satu hal penting sebagai identitas visual pada wisata. Hal itu bisa dibuktikan dengan 43% memilih sangat setuju dan 47% memilih setuju. 10% memilih netral.
- Anak usia 7-12 tahun lebih suka warna *colourfull* dan pastel. mayoritas responden memilih warna pastel 81%, dan *colour full* 95%, warna monochrome 71% dan vintage 57%.
- Dari pertanyaan mengenai gaya hidup responden, didapatkan hasil tertinggi adalah sederhana 90%, gaya hidup elegant 89%, modern 88% dan 77% memilih gaya hidup mewah.

Hasil Analisis Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak kedua atau diperoleh dari orang lain sebagai pendukung dari data primer (Wibisono, 2020:32) dalam bukunya "Riset Desain Pengumpulan Data dan Analisa". Data ini didapatkan dari berbagai sumber seperti jurnal, artikel ilmiah, buku, website yang digunakan pada penyusunan laporan dan jurnal ilmiah mengenai identitas visual.

Dari hasil analisis dapat diperoleh kesimpulan bahwa Wisata Edukasi Gerabah (WEG) belum memiliki identitas visual berupa logo. Oleh karena itu perlu adanya identitas visual untuk memberikan tanda atau lokasi Wisata Edukasi Gerabah (WEG) yang memiliki ciri khas dari wisata tersebut

Konsep Desain dan Perancangan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh, konsep perancangan logo nantinya sesuai dengan karakteristik atau ciri khas dari wisata edukasi gerabah (weg) dan karakteristik target audiens usia 7-12 tahun, karakteristik dari wisata edukasi gerabah (weg) sendiri merupakan tempat wisata edukasi kebudayaan indonesia bagi anak-anak yang masih tradisional, seperti alat yang digunakan masih manual dan tradisional. Jadi nantinya konsep visual akan menyesuaikan objek yang ada pada wisata,

karakteristik target audiens berdasarkan jawaban kuesioner untuk dijadikan sebagai acuan perancangan logo.

Konsep Visual

Berikut adalah penjelasan mengenai konsep visual dan penerapan elemen-elemen visual yang sesuai dengan data yang diperoleh sebelumnya. Dengan adanya konsep desain kemungkinan penulis dapat membuat dan memilih alternatif yang telah dibuat sesuai dengan karakteristik destinasi wisata.

Jenis logo

Logo pada Wisata Edukasi Gerabah (WEG) nantinya akan menggunakan bentuk *logotype* yang mana logo ini terdiri dari nama merek dalam bentuk teks. Karena anak usia 7 – 12 tahun proses berpikirnya cenderung masih terbatas, realistis, dan sederhana (Izzati, 2008). Logo ini juga menggunakan prinsip *timeless* (bertahan lama) dan *appropriate* (menyesuaikan latar belakang dan karakteristik dari wisata edukasi gerabah).

Tipografi

Font yang digunakan memiliki jenis kategori *sans serif* untuk *logotype*, karena memiliki kesan yang lucu, sederhana, ringan dan fleksibel sehingga mudah diingat di benak konsumen atau target audiens usia 7-12 tahun, selain itu tipografi yang digunakan memiliki bentuk rounded.

Warna

Warna yang digunakan mengambil dari warna gerabah yang memiliki ciri khas coklat, maka penerapan visual juga akan menyesuaikan warna gerabah yaitu tone warna coklat seperti *beige*, *honey*, *almond* dan lain-lain. Menurut Junaedi, (2021) warna coklat mampu menghidupkan suasana kenyamanan dan kehangatan bagi penggunaannya. Warna yang dipilih juga berdasarkan hasil jawaban dari kuesioner yaitu warna *colourfull* atau warna terang.

Supergrafis

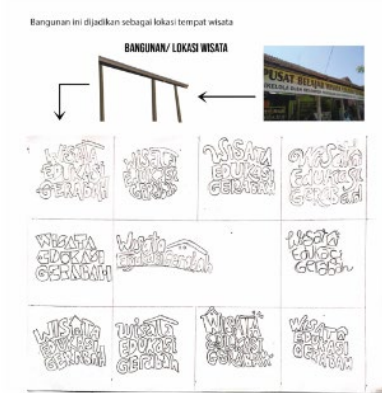
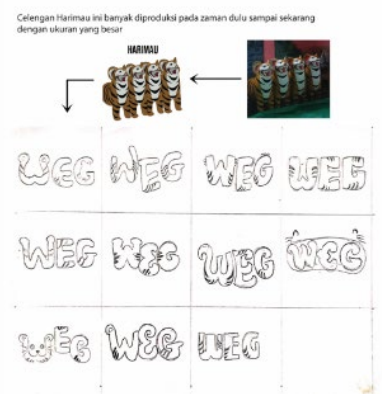
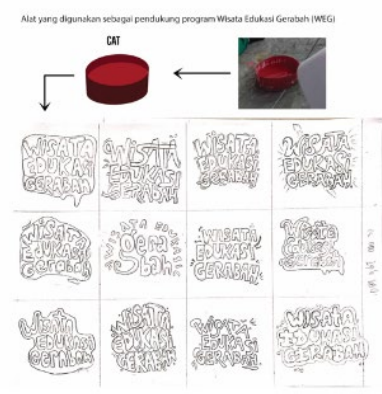
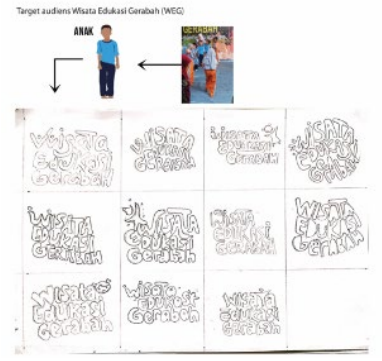
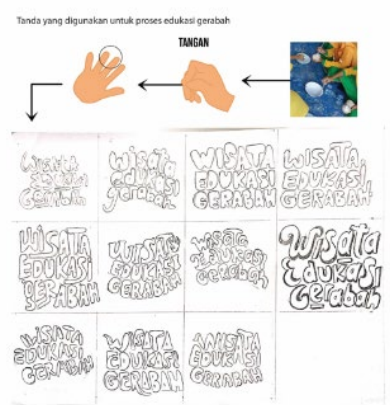
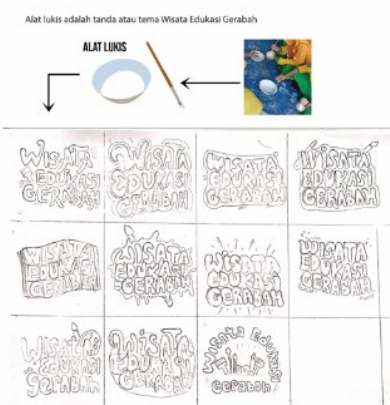
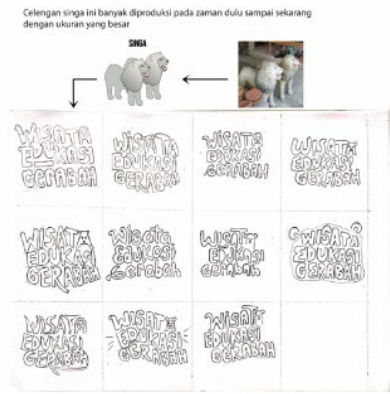
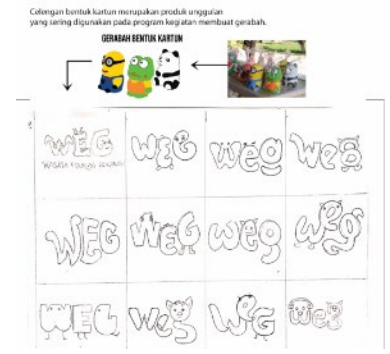
Supergrafis bertujuan untuk penerapan pada media-media pendukung dan memudahkan audiens mengingat identitas wisata tanpa melihat logo. Supergrafis didapatkan dari elemen pada logo yang bisa dibentuk seperti pola, geometris, tipografi dan sebagainya.

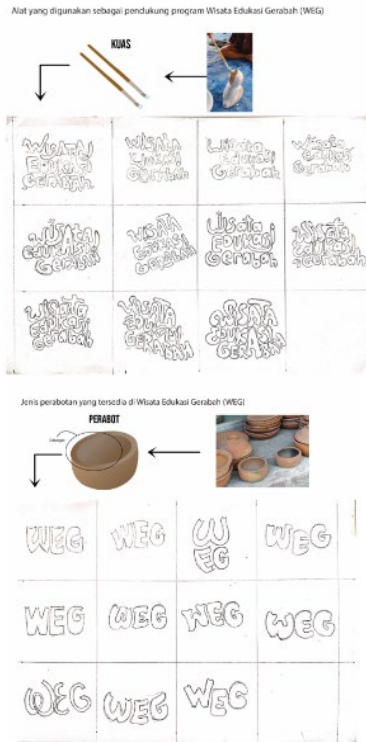
Proses Perancangan Desain Logo

Alternatif sketsa

Tahap awal adalah proses perancangan logo berdasarkan hasil data dan pemikiran konsep visual yang dijadikan acuan visual pada tahap ide awal, yang mana logo ini berupa *logotype* atau bentuk tipografi yang dikembangkan melalui acuan benda yang ada disekitar wisata. Sketsa digambar dikertas menjadi beberapa alternatif dan akan dipilih yang terbaik.

Berikut adalah hasil alternatif *brainstorming* logo sketsa:





Gambar 4. Proses *brainstorming* logo

Implementasi Alternatif Logo Digital

Setelah tahap membuat alternatif sketsa, selanjutnya proses digitalisasi beberapa alternatif logo yang terpilih, setiap acuan diambil 1 sampai 2 logo. Berikut adalah implementasi digital alternatif logo terpilih:



Gambar 5. Alternatif digital logo terpilih

Alternatif Logo Final Digital

Setelah tahap proses digitalisasi alternatif logo terpilih, dilanjutkan proses logo digital final yang terpilih dan terbaik dari alternatif logo-logo lainnya. Proses pemilihan logo mampu mempresentasikan Wisata Edukasi Gerabah (WEG) dan target audiens usia 7-12 tahun sebagai identitas visual. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan kembali kepada target audiens yang dituju dan memberikan nilai lebih bagi wisata dan mampu bersaing dengan wisata lain. Berikut 3 logo terpilih yang akan disebarakan kepada target audiens usia 7-12 tahun melalui kuesioner online.



Gambar 6. Alternatif logo digital final

Logo Terpilih

Berikut adalah logo terpilih dari jawaban responden melalui kuesioner online. Logo 1 mendapatkan 38.3%, logo 2 mendapatkan 48.3% dan logo 3 mendapatkan 13.3%. Jadi, jawaban terbanyak adalah logo 2 sebanyak 48.3%.



Gambar 7. Final logo terpilih

Proses Supergrafis

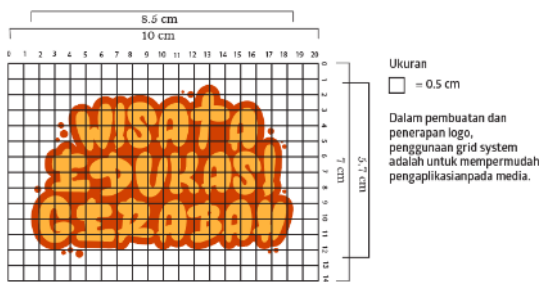
Selanjutnya masuk ketahap pembuatan supergrafis atau visual pendukung *brand*. Supergrafis adalah bagian penting dalam identitas visual yang diambil dari bagian elemen-elemen logo. Bentuk supergrafis ini harus mampu mewakili karakter dari wisata dan pemaknaannya mengikuti logo utama.



Gambar 8. Konsep supergrafis

GSM (Graphic Standard Manual)

GSM (Graphic Standard Manual) digunakan sebagai pedoman penerapan konsistensi pada logo yang telah dibuat, agar penerapan pada media lebih tepat dan tidak salah dalam penggunaan pada media-media branding. Berikut beberapa ketentuan logo pada GSM:



Gambar 9. Logo grid

- Jangan meletakkan logo pada shape
- Jangan meletakkan logo dibelakang background rame dan kontras
- Jangan mengubah komposisi, ukuran logotype dan logoram diluar ketentuan
- Jangan mengubah warna logo di luar ketentuan

Gambar 10. Unacceptable usage logo



Gambar 11. Buku gsm lengkap

Implementasi Logo Pada Media

Gambar di bawah ini merupakan beberapa contoh dari penerapan logo pada media-media, seperti kaos, pouch, tumbler, dan stationary. Media seperti kaos, tumbler dan pouch akan digunakan sebagai give away untuk wisatawan pada event-event tertentu, Sedangkan stationary seperti notebook, pensil, bolpoint dan lainnya, akan dibagikan ketika mengikuti program di wisata dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.



Gambar 12. Merchandise



Gambar 13. Media stationery

PENUTUP

Perancangan logo sebagai identitas visual dirancang melalui tahapan-tahapan dalam penelitian, agar terwujudnya logo yang sesuai dengan karakteristik Wisata Edukasi Gerabah (WEG) dan dirancang berdasarkan data yang valid.

Dengan adanya perancangan ini diharapkan Wisata Edukasi Gerabah (WEG) lebih dikenal masyarakat secara luas, mampu bersaing dengan wisata lain, menambah nilai dari wisata sekaligus mampu menjadi ikon baru Wisata Edukasi Gerabah (WEG) di Kabupaten Bojonegoro.

DAFTAR PUSTAKA

Izzati, E. R. (2008). Perkembangan Anak Usia 7-12 Tahun. *Jurnal Pendidikan*.
 Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam Dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.22146/jnp.52178>
 Junaedi, L. N. (2021). Psikologi Warna: 10 Warna Yang Mempengaruhi Marketing dan Branding. Retrieved from <https://www.ekrut.com/media/psikologi-warna>

- Sugiyono. (2015). Pengertian Kuesioner. Retrieved from [https://eprints.uny.ac.id/62932/3/BAB III.pdf](https://eprints.uny.ac.id/62932/3/BAB%20III.pdf)
- Sugiyono. (2018a). Pengertian Dokumentasi. Retrieved from [http://eprints.umm.ac.id/47736/4/BAB III.pdf](http://eprints.umm.ac.id/47736/4/BAB%20III.pdf)
- Sugiyono. (2018b). Pengertian Observasi. Retrieved from [http://eprints.umm.ac.id/47736/4/BAB III.pdf](http://eprints.umm.ac.id/47736/4/BAB%20III.pdf)
- Wibisono, B. A. (2020). *Riset Desain Pengumpulan Data dan Analisa*. Surabaya: Putra Media Nusantara.