

TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN VISUAL BRANDING
DAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
“ANDALASARI EDUCATIONAL URBAN GARDEN”**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2019**

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN VISUAL BRANDING
DAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
“ANDALASARI EDUCATIONAL URBAN GARDEN”



**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana S-1
Dalam bidang Desain Komunikasi Visual
2019**



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadirat Allah SWT, yang telah menganugerahkan segala keberkahan, kesehatan, kesempatan dan segala kemudahan sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan sebagaimana mestinya.

Terima kasih juga kepada Institut Seni Indonesia Yogyakarta khususnya kepada seluruh teman-teman yang selalu setia memberikan semangat dan dorongan, para staff yang telah membantu memperlancar proses perizinan dan dosen-dosen yang memberikan ilmu, bimbingan dan pendampingan yang penuh dengan kesabaran di Program Studi Diskomvis, Fakultas Seni Rupa sehingga Tugas Akhir dengan judul **“PERANCANGAN VISUAL BRANDING DAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM ANDALASARI EDUCATIONAL URBAN GARDEN”** dapat terwujud dan kelak dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari karya Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, dan apabila selama proses perancangannya terdapat kesalahan yang membuat kurang berkenan, mohon dimaafkan. Akhir kata, semoga karya Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 4 Januari 2019

Dyah Kinanti Ningtyas



*To all the pain and struggle that has been hold for 9 years
after all... let me finish it.*

UCAPAN TERIMA KASIH

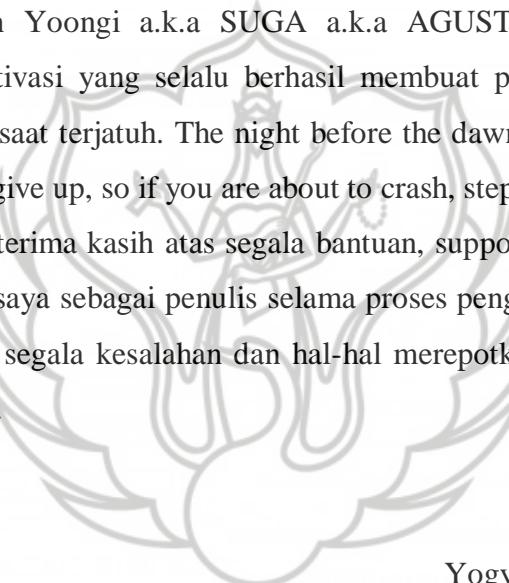
Tugas Akhir dengan judul “**PERANCANGAN VISUAL BRANDING DAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM ANDALASARI EDUCATIONAL URBAN GARDEN**” ini tentu saja tidak akan dapat terselesaikan apabila tanpa bantuan maupun kehadiran orang-orang luar biasa yang telah Allah anugerahkan, yang selalu setia dengan penuh kesabaran memberikan dukungan moril dan motivasi untuk terus berjuang. Penulis sampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., selaku Rektor ISI Yogyakarta.
2. Dr. Suastiwi, M.Des., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa.
3. Wiwik Sri Wulandari, S.Sn., M.Sn., selaku Pembantu Dekan I.
4. Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA., selaku Ketua Jurusan Desain.
5. Indiria Maharsi, S.Sn.,M.Sn., selaku Ketua Program Studi DKV.
6. Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I, atas ilmu, kesabaran, dukungannya dan kepercayaannya selama membimbing penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Drs. Asnar Zacky, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing II dan juga Dosen Wali Akademik, atas ilmu, ketekunan dan bimbingannya selama penulis menjalani studi dan mengerjakan Tugas Akhir ini.
8. Seluruh Dosen DKV ISI Yogyakarta yang telah memberikan ilmu terbaiknya.
9. Kedua orang tua, Heri Triyanto dan Tri Dewi Andalasari, Ayah dan Ibu tercinta yang telah memberikan segala kasih sayangnya, dukungan dan kesabaran yang luar biasa tak terhingga, serta kepercayaannya dalam menunggu penulis untuk lulus dan juga seluruh doa-doa yang selalu dipanjatkan untuk anak-anaknya, sehingga Allah selalu meridhoi setiap langkah baik yang terlaksana.
10. Danang Rezki Nugraha, adik satu-satunya yang ditinggalkan sendiri sekian lama, mohon maaf karena Mbak pergi merantau, terima kasih telah menjaga Ayah dan Ibu di rumah selama Mbak kuliah, terima kasih telah menunggu begitu lama, insyaallah kita berdua akan menjadi anak yang mampu membanggakan Ayah dan Ibu.

11. Dosen Seni Tari ISI, Tante Rina Martiara atas supportnya.
12. Bude Nanik, Pakde Imam dan keluarga di Jogja, Bude Amin, Mas Wid, Mbak Tika, Mas Adit, yang telah menjadi orang tua kedua dan keluarga kedua bagi penulis selama menimba ilmu di Jogja.
13. Keluarga besar Pawiroharjo, Samikun dan Sugiarto Family, Para cucu, Bude, Pakde, Om dan Bulek yang membantu merawat Ibu di rumah.
14. Semua Guru di TK, SD, SMP dan SMA yang pernah mengajarkan penulis.
15. Teman-teman SMA Negeri 9 dan Kolastra Teater, Erlin dan Ecat, Ade, Fika, Nadia, Novi dan Memet, karena telah menjadi teman setia bagi penulis.
16. Teman-teman FSRD ITB Bandung 2009, Danu, Amel, Michan, Akka, Upi, Karin, terima kasih atas memori dan kebersamaan yang begitu berharga.
17. Teman-teman Telkom Bandung 2009, Fai, Walid, Tir dan terutama kepada Fifi atas segala bantuannya yang telah menjadi sahabat setia dalam perjalanan penulis merantau Bandung, Jogja, Jakarta.
18. Teman-teman SMP 29, Thias, Reski, Nadia Ulfa, Reza, Opi, Fadil.
19. Komunitas Jogja Runners, Oppa Thomas, Kak Dito, Kak Tami, Kak Riska, Satriya, yang telah memberikan begitu banyak pengalaman selama di Jogja.
20. CEO, Troopers, dan anak-anak magang Jogja Painting.
21. Teman-teman ARMY International, Pek Eonnie di Singapore, Rie di Hongkong dan seluruh Saangsuga Famz atas supportnya.
22. Teman-teman ARMY Indonesia, Ridha, Yunita, Alifia, dan keluarga Precious 26Hrs atas segala kegiatan positif yang pernah dilakukan bersama.
23. Anggraeny Pramesti dan keluarga besar di Jakarta, Mama, Babe, Bang Hendi, Bang Awan, Dika, terima kasih selalu menerima penulis setiap penulis ada di Jakarta, thanks for all the love and everything.
24. Teman-teman ISI, Titik Api, seluruh keluarga mahasiswa DKV.
25. Anoman Obong ISI DKV 2012, terima kasih atas peran serta kalian dalam memperindah hidup penulis selama berkuliahan disini, Hamu, Irfan, Roju, Kemal, Bayu, Diaz, Radit, Yochan, Andro, dan semuanya.
26. Sumringah Pawon Imaji, kelompok tugas yang luar biasa, serta partner kerja yang begitu kompak dan dinamis, Rahardhian Galang Wicaksana, terima kasih telah menjadi partner dalam meraih nilai-nilai terbaik di kampus ini.

27. BYOKI, squad terbaik yang pernah saya temukan. Aurora Nirmalarasati, Dwinny Nurul, Maria Putri dan Gladys Mega, terima kasih atas 7 tahun kebersamaan ini, tawa, dosa, air mata, amarah, susah, senang, dan segala dukungan yang tak ternilai harganya.
28. Semua teman-teman saya baik di dunia nyata dan dunia maya.
29. Netizen Twitter @askmenfess, @rlthingy dan @educationfess yang telah membantu dalam public voting.
30. Penyiar-penyiar Podcast Spotify yang menemani malam-malam begadang.
31. Soe Hok Gie, Pramoedya Ananta Toer, Oliver Sykes, yang telah menjadi tokoh-tokoh inspiratif bagi saya melalui pelajaran dan kisah hidupnya.
32. Last but not least, seluruh member BTS dan staff BIGHIT Entertainment, terutama Min Yoongi a.k.a SUGA a.k.a AGUST D, terima kasih atas tamparan motivasi yang selalu berhasil membuat penulis untuk ingat agar tetap bangkit saat terjatuh. The night before the dawn is the darkest, you are too young to give up, so if you are about to crash, step harder!

Akhir kata, terima kasih atas segala bantuan, support, dukungan yang telah diberikan kepada saya sebagai penulis selama proses penggerjaan Tugas Akhir ini. Mohon maaf atas segala kesalahan dan hal-hal merepotkan yang pernah penulis lakukan selama ini.



Yogyakarta, 4 Januari 2019

Dyah Kinanti Ningtyas

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini dengan:

Nama : Dyah Kinanti Ningtyas
NIM : 1212244024
Fakultas : Seni Rupa
Jurusan : Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Alamat : Jalan Purnawirawan Gg. Swadaya 6 No.51, Gunung Terang,
Bandar Lampung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul **PERANCANGAN VISUAL BRANDING DAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM “ANDALASARI EDUCATIONAL URBAN GARDEN”** yang dibuat untuk melengkapi persyaratan menyelesaikan studi S-1 pada Program Studi Desain Kommunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, adalah asli karya saya sendiri. Tidak ada unsur karya maupun tulisan dalam bentuk plagiasi atau yang merupakan pelanggaran hak kekayaan intelektual dalam perancangannya, maupun bentuk plagiasi dalam bentuk penulisan termasuk dari skripsi atau tugas akhir Perguruan Tinggi maupun Instansi lain dan pada bagian teori yang bersumber informasinya dicantumkan dengan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 4 Januari 2019

Dyah Kinanti Ningtyas

**LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini dengan:

Nama : Dyah Kinanti Ningtyas

NIM : 1212244024

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jenis : Tugas Akhir Perancangan

Untuk keperluan pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul **PERANCANGAN VISUAL BRANDING DAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM “ANDALASARI EDUCATIONAL URBAN GARDEN”** dengan ini menyatakan bahwa saya menyetujui untuk :

1. Memberikan hak bebas royalti kepada Perpustakan Institut Seni Indonesia Yogyakarta atas penulisan karya ilmiah saya untuk pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalihmediakan dan mengalihformatkan, mengelola dalam *database*, mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk *softcopy* untuk kepentingan akademis kepada Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau perancang.
3. Bersedia menjamin untuk manannggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Institut Seni Indonesia Yogyakarta apabila terdapat gugatan dan tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 4 Januari 2019

Dyah Kinanti Ningtyas

ABSTRAK

Perancangan Visual Branding dan Konten Media Sosial Instagram Andalasari Educational Urban Garden

Oleh : Dyah Kinanti Ningtyas

NIM : 1212244024

Perancangan visual branding Andalasari Educational Urban Garden yang terletak di Kota Bandar Lampung ini bertujuan untuk memberikan identitas visual bagi sebuah kebun edukasi yang berfokus pada urban farming, hortikultura dan organic garden agar keberadaannya dapat dikenal luas oleh masyarakat. Mengingat bahwa kebun ini telah berfungsi aktif sejak tahun 2006 dalam memberikan pendidikan non formal dan pendidikan luar ruang kepada berbagai lapisan masyarakat dan akademis, mulai dari siswa siswi sekolah dasar, mahasiswa, santri pesantren, hingga komunitas dan kelompok masyarakat lainnya, maka sangat disayangkan apabila potensi ini tidak diangkat ke khalayak luas.

Salah satu media yang digunakan untuk mengangkat brand image dan brand awareness bagi Andalasari Educational Urban Garden ini adalah dengan menggunakan media sosial Instagram. Instagram dipilih karena jangkauannya yang cukup luas dan dapat menyasar hampir ke seluruh lapisan masyarakat. Tidak hanya mempromosikan brand imagenya, konten media sosial yang dibuat juga akan menjadi sumber informasi edukasi tentang urban farming bagi masyarakat terutama masyarakat perkotaan. Hal ini juga sekaligus menyuarakan brand destinasi dari Andalasari Educational Uban Garden sebagai ajakan belajar bersama mengenai urban farming dengan mengunjungi lokasi secara langsung, ataupun melalui tutorial yang tersedia pada konten media sosial instagram. Sehingga masyarakat baik yang berada di Kota Bandar Lampung maupun di luar kota dapat secara bersamaan memperoleh informasi dan edukasi mengenai urban farming.

Kata Kunci : Visual Branding, Urban Farming, Media Sosial.

ABSTRACT

The Visual Branding Design and Social Media Instagram Content of Andalasari Educational Urban Garden

By : Dyah Kinanti Ningtyas

NIM : 1212244024

The visual branding design project of Andalasari Educational Urban Garden which is located at Bandar Lampung City of Lampung Province is purposed for giving a visual identity for this educational garden that focused on educating people about urban farming, horticulture and organic food, to make this place is more well known by public. This garden has already doing this non formal and outdoor educational activity since 2006 for elementary student, college student, orphaned child, santri, and any kind of community, so it would be so upsetting if all of this good things didnt shown off to public to make more people more aware about this place.

One of the main media that used for the purpose of showing off the brand image and brand awarness of this garden is by using social media which is Instagram. Instagram is choosen because their worldwid networks of users, and the variety of user that almost come from all ages. Not only to promoted the brand image of this garden, Instagram as social media also used as the provider of educational content about urban farming especially for urban society. This will promoted the brand image of Andalasari Educational Urban Garden too because people will aware and attracted to study about urban faming and also can come directly to this garden and plus for the target audience that living outside Bandar Lampung, they will also got an educational content from Instagra.

Keyword : Visual Branding, Urban Farming, Social Media.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
PERNYATAAN KEASLIAN	ix
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Batasan Dan Ruang Lingkup Perancangan	3
D. Tujuan Perancangan.....	3
E. Manfaat Perancangan	4
F. Metode Perancangan	5
G. Metode Analisis Data.....	6
H. Tahap Perancangan	7
I. Skema Perancangan	8
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	
A. Landasan Teori	9
1. Branding	9
2. Konstruksi Brand Destinasi.....	12
3. Visual Branding	13
B. Studi Pustaka	19
1. Media Sosial dan Instagram	19
2. Infografis dan Sign System	28
C. Tinjauan Urban Farming	39
1. Pengertian Urban Farming	39

2. Jenis Urban Farming	40
3. Teknik Urban Farming	42
4. Keunggulan dan Manfaat Urban Farming.....	48
D. Identifikasi Data.....	50
E. Analisa Data	54
F. Unique Selling Proposition.....	56
G. Kesimpulan.....	57
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	
A. Konsep Komunikasi.....	58
1. Tujuan Komunikasi.....	58
2. Strategi Komunikasi.....	59
B. Konsep Kreatif.....	59
1. Tujuan Kreatif.....	59
2. Strategi Kreatif.....	60
3. Program Kreatif	69
C. Konsep Media.....	75
1. Tujuan Media.....	75
2. Strategi Media.....	77
3. Konten dan Program Media.....	79
BAB IV VISUALISASI.....	
1. Data Visual	87
2. Studi Visual	100
1. Logotype.....	100
2. Logogram	102
3. Sign System	113
4. Wayfinding	117
5. Infografis	118
6. Super Graphic dan Template Instagram.....	124
3. Studi Tipografi.....	134
4. Media Pendukung	135
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	138

B. Saran.....	140
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN	142



DAFTAR GAMBAR

BAB II

Gambar 2.1 <i>Public Sign System</i>	17
Gambar 2.2 <i>Logogram dan Logotype Instagram update 2018</i>	21
Gambar 2.3 <i>Founder of Instagram</i>	21
Gambar 2.4 <i>From Kodak Instamatic to Instagram</i>	22
Gambar 2.5 <i>Instagram User Interface update 2018</i>	23
Gambar 2.6 Tampilan <i>Instagrid</i>	24
Gambar 2.7 Tampilan <i>Instagram Multiple Photos</i>	25
Gambar 2.8 Tampilan <i>Instagram Video</i>	26
Gambar 2.9 Tampilan <i>Instagram Stories</i>	27
Gambar 2.10 Tampilan <i>Instagram Highlight</i>	27
Gambar 2.11 Tampilan <i>Instagram Live</i>	28
Gambar 2.12 Infografis Pertama Di Dunia Oleh William Playfair	29
Gambar 2.13 Otto Neurath Infografis	30
Gambar 2.14 <i>Dandelion Woman Logo</i>	31
Gambar 2.15 <i>Beauty Nature Logo</i>	32
Gambar 2.16 <i>Beauty Nature Logo</i>	32
Gambar 2.17 <i>Bulgaria Tourism Logo</i>	32
Gambar 2.18 <i>Karakol Detination Logo</i>	33
Gambar 2.19 Catalina Estrada Artwork	33
Gambar 2.20 Kuri Huang Artwork 1	34
Gambar 2.21 Kuri Huang Artwork 2	34
Gambar 2.22 Balabolka/Olka Kostenko Artwork	34
Gambar 2.23 <i>Urban Farming</i> Poster dan Ilustrasi dari Grinbox's Studio	35
Gambar 2.24 <i>Winnipeg Train Assosiation Sign System by Kirk Warren</i>	36
Gambar 2.25 <i>Sign System</i>	36
Gambar 2.26 <i>Layout Sign System Nature</i>	37
Gambar 2.27 Infografik <i>Urban Farming</i> 1	37
Gambar 2.28 Infografik <i>Urban Farming</i> 2	38
Gambar 2.29 Infografik <i>Urban Farming</i> 3	38

Gambar 2.30 <i>Micro Farming</i>	40
Gambar 2.31 <i>Institutional Garden</i>	41
Gambar 2.32 Budidaya Jamur Tiram Rumahan	42
Gambar 2.33 Sekolah Alam	42
Gambar 2.34 Hidroponik Dengan Media Air Dan Paralon.....	43
Gambar 2.35 Aquaponik	44
Gambar 2.36 Vertikultur Dengan Tower Paralon	45
Gambar 2.37 <i>Rooftop Garden</i> Di Gedung Tinggi Perkotaan.....	46
Gambar 2.38 <i>Plant Factories</i>	47
Gambar 2.39 Rancangan <i>Self Sufficiency City</i>	47
Gambar 2.40 Kondisi Awal Andalasari Educational Urban Garden	50
Gambar 2.41 Kelas Pertanian Bersama Siswa Siswi SDIT Permat Bunda	51

BAB III

Gambar 3.1 <i>Font Philosopher</i>	73
Gambar 3.2 <i>Font Calibri</i>	74
Gambar 3.3 <i>Nyx In Your Element Eyeshadow Palette Earth Edition</i>	75
Gambar 3.4 <i>Nyx In Your Element Eyeshadow Palette Earth Edition Swatch</i>	75

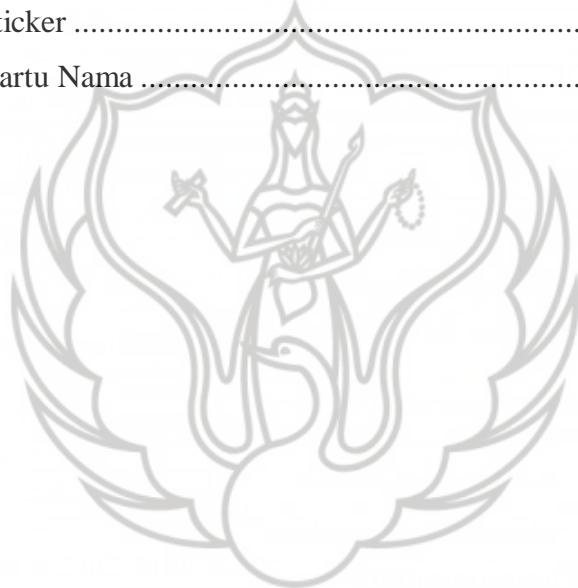
BAB IV

Gambar 4.1 Area Andalasari Educational Urban Garden.....	87
Gambar 4.2 Area Lapangan Dan Tabulampot.....	88
Gambar 4.3 Area Hidroponik	88
Gambar 4.4 Area Anggrek dan Teras	88
Gambar 4.5 Area <i>Verical Garden</i>	89
Gambar 4.6 Area Teritisan	89
Gambar 4.7 Area Rumah Kaca.....	89
Gambar 4.8 Area Sayuran	90
Gambar 4.9 Area Hidroponik Paralon	90
Gambar 4.10 Fasilitas Hidroponik Paralon	91
Gambar 4.11 Fasilitas <i>Vertical Garden</i>	91
Gambar 4.12 Fasilitas Rumah Kaca	92

Gambar 4.13 Area Penelitian	92
Gambar 4.14 Area Pembibitan	92
Gambar 4.15 Kegiatan Panen	93
Gambar 4.16 Praktikum Mahasiswa Penelitian UNILA.....	93
Gambar 4.17 Praktikum Mahasiswa Penelitian UNILA.....	94
Gambar 4.18 Praktek Holtikultura.....	94
Gambar 4.19 Kegiatan Panen	94
Gambar 4.20 Kegiatan Panen	95
Gambar 4.21 Studi Siswa Siswi Sekolah Dasar	95
Gambar 4.22 Praktek Aquaponik	95
Gambar 4.23 Reuni Komunitas	96
Gambar 4.24 Rekreasi Anak	96
Gambar 4.25 Penyuluhan Pesantren	96
Gambar 4.26 Pembuatan Media Tanam.....	97
Gambar 4.27 Bunga, Tanaman Hias dan Sayur	97
Gambar 4.28 Serangga.....	98
Gambar 4.29 Recycle	98
Gambar 4.30 Recycle	99
Gambar 4.31 Alternatif Logotype.....	100
Gambar 4.32 Penambahan Elemen Pada Logotype.....	101
Gambar 4.33 Logotype Terpilih	101
Gambar 4.34 Urutan Angka Pada Grafik Lengkung Fibonacci Sequence	103
Gambar 4.35 Fibonacci Sequences Pada Alam	103
Gambar 4.36 Fibonacci Sequences Pada Tubuh Manusia	104
Gambar 4.37 Fibonacci Sequences Pada Air/Ombak	104
Gambar 4.38 Bunga Anggrek.....	105
Gambar 4.39 Pendiri Kebun, Ibu Tri Dewi Andalasari	105
Gambar 4.40 Studi Sketsa Logogram	106
Gambar 4.41 Digitalisasi Line Art Logogram.....	107
Gambar 4.42 Digitalisasi Logogram.....	107
Gambar 4.43 Evaluasi Logogram.....	108
Gambar 4.44 Logogram terpilih	109

Gambar 4.45 Final Logo	109
Gambar 4.46 Variasi Logo Horizontal.....	110
Gambar 4.47 Variasi Logo Greyscale, Positif dan Negatif.....	110
Gambar 4.48 Grid System Logo.....	111
Gambar 4.49 Identitas Warna.....	111
Gambar 4.50 Identitas Warna.....	112
Gambar 4.51 Fleksibilitas Warna Pada Logo.....	112
Gambar 4.52 Layout Penjelasan Unsur-Unsur Logo.....	113
Gambar 4.53 Sketsa Sign System.....	114
Gambar 4.54 Digital Line Art Sign System	115
Gambar 4.55 Layout Sign System	115
Gambar 4.56 Digital Design Sygn System.....	116
Gambar 4.57 Digital Design Wayfinding	117
Gambar 4.58 Ukuran dan Skala Wayfinding	118
Gambar 4.59 Sketsa Infografis	119
Gambar 4.60 Sketsa Elemen Infografis	120
Gambar 4.61 Digital Line Art Elemen Infografis.....	120
Gambar 4.62 Digital Line Art Elemen Infografis.....	121
Gambar 4.63 Digital Elemen Infografis.....	121
Gambar 4.64 Digital Infografis Side A.....	122
Gambar 4.65 Digital Infografis Side B	123
Gambar 4.65 Sketsa Elemen Ilustrasi	124
Gambar 4.67 Sketsa Supergraphic Template Instagram.....	125
Gambar 4.68 Digital Line Art Supergraphic	126
Gambar 4.69 Digital Line Art Supergraphic 2	126
Gambar 4.70 Digital Line Art Template Instagram.....	127
Gambar 4.71 Digital Line Art Template Instagram 2.....	127
Gambar 4.72 Layout Media Sosial	128
Gambar 4.73 Layout Media Sosial	129
Gambar 4.74 Konten Media Sosial.....	130
Gambar 4.75 Konten Media Sosial.....	130
Gambar 4.76 Konten Media Sosial.....	131

Gambar 4.77 Konten Media Sosial.....	131
Gambar 4.78 Konten Media Sosial.....	132
Gambar 4.79 Konten Media Sosial.....	132
Gambar 4.80 Konten Media Sosial.....	133
Gambar 4.81 Konten Media Sosial.....	133
Gambar 4.82 Tagline dan Slogan	134
Gambar 4.83 Variasi Tagline dan Slogan	134
Gambar 4.84 Bookmark	135
Gambar 4.85 T-Shirt	135
Gambar 4.86 Pin	136
Gambar 4.87 Acrylic Keychain	136
Gambar 4.88 Sticker	136
Gambar 4.89 Kartu Nama	137



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Umur bumi yang sudah cukup tua menimbulkan banyak sekali polutan dan zat radikal bebas, serta kerusakan ekosistem akibat pesatnya pertumbuhan perkotaan yang membuat semakin minimnya lahan hijau bagi kebutuhan pangan dan kesehatan manusia yang hidup di dalamnya. Pesatnya kebutuhan pangan yang tidak diimbangi dengan tersedianya lahan berkualitas, menciptakan penurunan nilai kualitas bahan pangan. Tidak hanya polusi, namun juga penggunaan zat-zat kimia berbahaya dan berlebihan seperti pestisida, herbisida, pengatur hormon dan berbagai zat kimia lainnya kerap digunakan oleh para petani dan peternak semata-mata demi menjadikan hasil produknya terlihat besar, mulus dan menarik.

Hal ini juga dipengaruhi oleh pola pikir konsumen sendiri yang akan selalu memilih sayur atau buah yang terlihat bagus, mengkilat dan tanpa noda. Padahal, satu atau dua lubang yang diakibatkan oleh ulat yang terdapat pada sayuran justru membuktikan bahwa sayuran tersebut bebas bahan kimia dan pestisida, yang tentu saja akan menjadi lebih aman untuk dikonsumsi. Banyaknya zat-zat berbahaya yang masuk ke dalam tubuh juga membuat semakin maraknya kasus-kasus penyakit berbahaya seperti kanker, diabetes, kolesterol dan lainnya yang bahkan terdeteksi dini pada masyarakat yang tergolong pada usia produktif.

Hal inilah yang menjadikan kampanye gaya hidup sehat dan *healthy lifestyle* menjadi populer dan ramai diupayakan. Banyak bermunculan produk-produk pangan dan komoditas lainnya yang berbasis organik dan tanpa zat-zat kimia berbahaya. Tidak hanya itu, pendidikan dan penyuluhan mengenai gaya hidup sehat dan bagaimana mendapatkan atau menghasilkan produk pangan yang aman dan sehat juga sering dilakukan kepada masyarakat, bahkan sejak di jenjang pendidikan usia dini.

Menyadari akan hal itu, seorang dosen pertanian dari Universitas Negeri Lampung membuat sebuah kebun organik, yang memfokuskan kegiatannya sebagai kebun pendidikan mengenai cara dan proses bertani dan berternak secara organik dimulai dari lingkungan rumah sendiri atau yang lebih dikenal dengan istilah “*urban farming*” atau bertanam di lingkungan *urban* perkotaan yang *notabenenya* minim lahan terbuka hijau.

Kebun ini berdiri sejak tahun 2005 dan mulai aktif digunakan pada tahun 2006 hingga saat ini, dengan biaya operasional yang menggunakan dana milik pribadi atas swadaya, karena kebun ini memang dibuka bagi masyarakat secara gratis dan bukan sebagai upaya komersial. Adapun hasil panen baik berupa buah dan sayuran ataupun ternak kemudian digunakan kembali untuk pengelolaan kebun dan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya.

Kebun edukasi ini pertama kali berkegiatan pada tahun 2006 sebagai sarana praktek dasar-dasar pertanian dan pelajaran biologi bagi siswa dan siswi Sekolah Dasar Islam Terpadu Permata Bunda Bandar Lampung, hingga saat ini telah dipergunakan bagi pendidikan dan penelitian hidroponik bagi mahasiswa fakultas pertanian, penyuluhan dan workshop berkebun di lahan sempit bagi ibu rumah tangga, serta pemberian materi bertani dan berternak bagi santri pondok pesantren.

Potensi dan manfaat inilah yang kemudian sayang apabila tidak disebarluaskan secara lebih merata kepada masyarakat luas yang ingin belajar mengenai pertanian organik karena kebun ini belum cukup dikenal di luar lingkup dan hanya sebatas pada lingkungannya saja. Kebun ini juga belum memiliki identitas visual yang menjadi ciri khas sehingga kemudian dapat menjadi sarana penyebarluasan informasi kepada khalayak ramai. Demikian juga perlunya sarana visual bagi internal pengelola dan pengguna kebun ini sendiri, seperti sign system lokasi, serta infografik-infografik terkait cara dan proses penggunaan fasilitas dan info-info penting terkait lainnya.

Oleh karena itu, diperlukanlah *visual branding* yang khas dan informatif bagi kebun edukasi ini demi kepentingan pelayanan dan manfaatnya bagi pengelola, pengguna, maupun masyarakat luas.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *visual branding* dan konten media sosial instagram bagi Andalasari Educational Urban Garden ini secara menarik dan informatif sehingga dapat menjadi sarana pendidikan yang lebih berkualitas dan dapat dikenal publik secara lebih luas?

C. Batasan dan Ruang Lingkup Perancangan

Batasan masalah pada Perancangan Visual Branding dan Konten Media Sosial Instagram “Andalasari Educational Urban Garden” ini meliputi keseluruhan area fisik kebun seluas 1050 meter persegi yang terletak di Kelurahan Gunung Terang, Kecamatan Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung.

1. Batasan perancangan meliputi media utama yaitu berupa logo, *sign system* area kebun, infografik, serta media pendukung seperti media sosial, souvenir yang bermanfaat bagi peserta pendidikan berupa sticker, pin, kaos, gantungan kunci.
2. *Target Audience* perancangan ini ditujukan kepada pemilik dan pengelola kebun itu sendiri, pihak kedua selaku pengguna kebun baik siswa, santri, warga ataupun mahasiswa, juga bagi masyarakat umum yang perduli akan gaya hidup sehat.
3. Cakupan umur dari 10-60 tahun (remaja-dewasa) dengan strata sosial menengah ke atas, khususnya bagi para siswa siswi sekolah dasar kelas 5 hingga mahasiswa perguruan tinggi, dan masyarakat umum.

D. Tujuan Perancangan

1. Menciptakan image dan identitas visual bagi Andalasari Educational Urban Garden.
2. Memperkenalkannya kepada masyarakat secara lebih luas terutama melalui media sosial instagram.

E. Manfaat Perancangan

1. Manfaat bagi Pemilik dan Pengelola
 - a. Menjadikan Andalasari Educational Urban Garden memiliki identitas yang lebih jelas, menarik dan memiliki ciri khas.
 - b. Memperkenalkan Andalasari Educational Urban Garden sebagai sarana pendidikan dan pembelajaran mengenai pertanian, perkebunan dan peternakan organik yang sehat dan bermanfaat bagi masyarakat melalui branding tersebut.
 - c. Menciptakan sebuah struktur berkegiatan yang terkelolasecara lebih baik melalui pengadaan sign system dan denah area.
2. Manfaat bagi Pengguna (Siswa, Santri, Mahasiswa, Umum)
 - a. Menjadikan Andalasari Educational Urban Garden sebagai sarana alternatif pilihan untuk menuntut ilmu dengan tampilan yang lebih menarik secara visual dengan pengadaan informasi pada infografik yang diletakkan di area kebun.
 - b. Mempermudah kegiatan belajar mengajar dengan adanya struktur yang lebih tertata melalui diciptakannya sign system dan denah area.
3. Manfaat bagi Masyarakat
 - a. Memberikan informasi mengenai Andalasari Educational Urban Garden sebagai lokasi pembelajaran berbasis organik yang terbuka bagi umum.
 - b. Memberikan informasi mengenai kegiatan-kegiatan dan tips-tips berkebun organik melalui media sosial yang dapat dengan mudah diakses dimanapun dan kapanpun.
4. Manfaat bagi Mahasiswa Disain Komunikasi Visual.
 - a. Sebagai bahan studi perancangan sebuah *visual branding* yang mencangkup beberapa komponen visual pendukung lainnya sehingga menemukan banyak alternatif penggunaan dan penciptaan *image visual* dan aplikasinya.
 - b. Menemukan metode penuangan gagasan secara efektif dan kompleks melalui bahasa visual yang tepat.

- c. Sebagai bahan studi tentang teknik dan gaya visual yang sesuai dengan tema dan *target audience*.
5. Manfaat bagi Instansi Akademik
- a. Sebagai sumber informasi mengenai pendidikan *urban farming* berbasis organik sebagai respon terhadap isu kesehatan dan gaya hidup sehat pada masyarakat modern saat ini.
 - b. Sebagai bahan studi perbandingan mengenai *visual branding*.

F. Metode Perancangan

1. Data yang Dibutuhkan

a. Data Primer

Data primer dicari melalui sumber-sumber buku dan literatur mengenai *visual branding* mencangkup literatur penciptaan logo, *sign system*, infografik dan souvenir.

b. Data Sekunder

Data sekunder melalui wawancara terhadap pihak terkait yakni pemilik, pengelola, pengguna kebun dan masyarakat sekitar.

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa cara yakni:

a. Pustaka

Mengumpulkan data literatur dan buku mengenai *visual branding*, logo, *sign system*, infografik dan *urban farming*. Serta literatur terkait perancangan visual bagi pendidikan dan materi mengenai pertanian dan perkebunan organik sebagai tema dasar dari gaya visual yang akan digunakan.

b. Dokumentasi

Mengumpulkan data melalui dokumentasi sejarah, latar belakang, profil dan identitas dari objek yang diteliti, serta dokumentasi kegiatan-kegiatan yang pernah dilakukan sebagai bahan studi terkait *behaviour* dari *target audience*.

c. Survey

Survey dilakukan terhadap pihak pemilik, pengeola, pengguna dan masyarakat tentang kebutuhan visual yang diperlukan bagi objek yang diteliti. Juga survey terhadap kalangan design (terutama mahasiswa design) sebagai acuan penilaian dalam penciptaan visual branding yang informatif dan menarik secara visual.

d. Wawancara

Dilakukan kepada pemilik kebun sebagai narasumber utama, serta pengelola dan pengguna yakni para siswa, santri, mahasiswa dan masyarakat umum yang pernah berkegiatan pendidikan di lokasi tersebut.

e. Observasi

Observasi juga dilakukan pada lokasi objek dan juga lingkungan disekitarnya untuk melihat hubungan antara kegiatan pendidikan, kesejahteraan masyarakat dan kebutuhan visual bagi lokasi tersebut seperti papan penunjuk arah dan lainnya.

G. Metode Analisis Data

1. *What* (Apa yang dibuat dalam perancangan ini)

Perancangan Visual Branding dan Konten Media Sosial Instagram “Andalasari Educational Urban Garden” ini akan mencari dan menganalisis apa potensi yang dimiliki oleh objek perancangan yang dapat diangkat melalui konten media sosial dan seperti apa *brand image* yang akan diciptakan sebagai visual branding objek perancangan.

2. *Who* (Siapa target audience-nya)

Dalam perancangan ini akan dicari dan dianalisis siapa *target audience* dalam perancangan ini, sehingga pesan dan cara komunikasi yang akan dirancang akan sesuai dengan bagaimana karakter *target audiencenya*.

3. *Where* (Di mana)

Lokasi kebun yang akan dijadikan objek perancangan ini terletak di Kelurahan Gunung Terang, tepatnya di Jalan Purnawirawan, Gang Swadaya

6 No.51, Kecamatan Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung, Sumatera, Indonesia.

4. *When* (Kapan)

Pada pembahasan perancangan ini akan dilakukan observasi langsung dan survey ke lokasi objek perancangan dan kapan waktu yang tepat untuk mempublikasikan hasil perancangan *visual branding*nya.

5. *Why* (Kenapa dibuat)

Tujuan perancangan ini akan membahas mengenai alasan mengapa perancangan ini layak untuk diangkat dan menjadi topik yang harus dibahas. Melihat dari data-data dan kendala yang ditemukan pada objek perancangan melalui proses survey dan observasi.

6. *How* (Bagaimana proses pembuatannya)

Dalam perancangan ini juga akan disampaikan bagaimana proses perancangan *visual branding* dan konten media sosial dari objek perancangan ini, dan juga bagaimana kemudian hasil dari perancangan akan disampaikan kepada *target audience*.

H. Tahap Perancangan

1. Melakukan pengumpulan data melalui studi pustaka, mencari referensi melalui buku, jurnal, tinjauan, internet, wawancara dan juga pengumpulan data visual dan non visual dengan survey langsung ke lokasi.
2. Mempelajari dan mengolah data yang telah diperoleh.
3. Mempersiapkan dan menyusun materi dari pengolahan data verbal dan data visual.
4. Melakukan studi visual dan perancangan konsep visual sesuai dengan media dan *target audience*.
5. Memulai penggerjaan sketsa dan layout.
6. Melakukan pengolahan *visual branding*.
7. Penyelesaian proses *finishing design* dan produksi media.
8. Mempublikasikan design yang telah selesai diproduksi sesuai dengan media yang dipilih.

I. Skema Perancangan

