

PERANCANGAN *VISUAL BRANDING*

DESA GUMIWANG

(Perancangan *Visual branding* Desa Gumiwang Kabupaten Banjarnegara
Sebagai Media Promosi Potensi Desa)



KARYA DESAIN

Oleh:

Teguh Sulistio

1412309024

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DESAIN

FAKULTAS SENI RUPA INSTITUT SENI INDONESIA

YOGYAKARTA

2020

PERANCANGAN *VISUAL BRANDING*

DESA GUMIWANG

(Perancangan *Visual branding* Desa Gumiwang Kabupaten Banjarnegara
Sebagai Media Promosi Potensi Desa)



KARYA DESAIN

Oleh:

Teguh Sulistio

1412309024

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

2020

Tugas Akhir Penciptaan berjudul:

PERANCANGAN VISUAL BRANDING DESA GUMIWANG (Perancangan Visual Branding Desa Gumiwang Kabupaten Banjarnegara Sebagai Media Promosi Potensi Desa). Diajukan oleh Teguh Sulistio, NIM 1412309024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institute Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Pada tanggal 7 Januari 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota,

Drs. Wibowo, M.Sn.

NIP 19570318 198703 1 002/NIDN 0018035702

Pembimbing II/ Anggota,

Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.

NIP 19821113 201404 1 001/NIDN 0013118201

Cognate/ Anggota,

Dr. IT. Sumbo Tinarbuko., M.Sn.

NIP 19660404 199203 1 002/NIDN 0001046616

Ketua Program Studi/Ketua/Anggota,

Indiria Maharsi, S.Sn, M.Sn.

NIP 19720909 200812 1 001/NIDN 0009097204

Ketua Jurusan/Ketua,

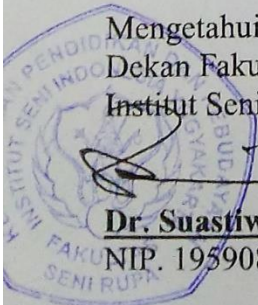
Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.

NIP. 19770315 200212 1 005/NIDN 0015037702

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa,
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suasthiwi, M.Des.

NIP. 19590802 198803 2 002/NIDN 0002085909



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah *Ta'ala* atas segala limpahan berkah serta rahmat-Nya, dari hati yang terdalam penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Istri Aulia Mareta Ratri tercinta, yang selalu mendampingi dalam lapang dan sempit, memberi suntikan semangat dikala bosan, dan memberikan sudut pandang baru dalam mengambil keputusan.
2. Ibu dan Bapak tersayang yang selalu sabar mendoakan dan mendukung dalam keputusan yang saya ambil, semoga dilapangkan rezeki dan senantiasa diberikan kesehatan serta keberkahan.
3. Ketiga saudaraku, mas Anto, mas Yadi, dan mas Widi yang mendoakan kebaikan dan memberikan bantuan kepada adiknya ini.
4. Keluarga Besar Bani Ahmad Yasin, Keluarga Yasturi, Keluarga Mashudi, dan Keluarga Dasiminia terkhusus Ibu dan Bapak Mertua, semoga diberikan kesehatan dan rezeki yang berkah.
5. Labib, Gedhe, Nopal, Makruf, Esa, Niken, Yuwil, Zul, Sindu, Nabila, Linda, seluruh keluarga besar Teman Orang Biasa (TOB). Teman-teman DKV ISI Yogyakarta angkatan 2014 yang telah membantu dan memberikan semangat atau dukungan sehingga perancangan Tugas Akhir ini terselesaikan, semoga selalu dekat dalam silaturahmi dan persahabatan.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah *Ta'ala* atas segala limpahan berkah dan rahmat-Nya. Tidak lupa, Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi Wasallam*. *Alhamdulillah* penulis dapat menyelesaikan perancangan tugas akhir ini sebagai syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana S-1 pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, dengan judul **PERANCANGAN VISUAL BRANDING DESA GUMIWANG** (Perancangan Visual Branding Desa Gumiwang Kabupaten Banjarnegara Sebagai Media Promosi Potensi Desa).

Tujuan dari perancangan visual branding ini adalah untuk memperkenalkan identitas Desa sehingga dapat dengan mudah diidentifikasi oleh target audience, sehingga dapat dengan mudah mempromosikan potensi desa yang ada. Hasil dari perancangan yang telah dilakukan ini tentunya masih banyak memiliki kekurangan. Penulis sangat mengharapkan saran dan kritik membangun demi kesempurnaan penyusunan Tugas Akhir ini, serta penulis mohon maaf apabila ada kekurangan maupun kesalahan dalam penulisan. Semoga bermanfaat bagi banyak pihak, terimakasih.

Yogyakarta, 20 Desember 2019

Penulis,

Teguh Sulistio
NIM 1412309024

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami juga berterima kasih atas bantuan dan dukungan segala pihak yang telah rela menyisihkan waktu, tenaga dan pikiran demi terselesaikan-nya perancangan ini, terimakasih sebesar-besarnya kami ucapkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum, selaku Rektor Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Suastiwi, M.Des, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa (FSR), ISI Yogyakarta.
3. Ibu Wiwik Sri Wulandari, M.Sn., Pembantu Dekan I, FSR, ISI Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Timbul Rahardjo, M.Hum, Pembantu Dekan III, FSR, ISI Yogyakarta.
5. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MT., selaku Ketua Jurusan Desain, FSR, ISI Yogyakarta
6. Bapak Indiria Maharsi, M. Sn, selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Serta bapak Kadek Primayudi, M.Sn. selaku sekertaris prodi DKV, ISI Yogyakarta.
7. Bapak Wibowo, selaku Pembimbing I yang selalu sabar membimbing dan memotivasi, saya ucapkan bayak terimakasih.
8. Bapak Andika Indrayana yang selalu memiliki waktu untuk membimbing saya, saya ucapkan banyak terimakasih.
9. Bapak Petrus Gogor Bangsa, selaku dosen wali saya selama kuliah S-1 Desain Komunikasi Visual, yang selalu sabar dan tersenyum untuk memberi bimbingan kepada saya.
10. Semua jajaran dosen S-1 DKV, ISI Yogyakarta, Pak Baskoro Suryo Banindro, Pak Prayanto W H, Pak Sumbo Tinarbuko, pak Asnar Zacky, Pak Wibowo, Pak Hartono Karnadi, Pak Andi Haryanto, Pak Koskow, Pak Faizal Rochman, Pak Petrus Gogor Bangsa, Pak Umar Hadi, Pak Aditya Utama, Pak Daru Aji, Pak Andika Indrayana, Pak Arif Agung Suwasono, Bu Heningtyas Widowati, Bu (Almh) Novi Mayasari, Pak Nurhadi Siswanto. Semoga kebaikan dan kesehatan selalu menyertai.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Teguh Sulistio

NIM : 1412309024

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh materi dalam perancangan saya yang berjudul **PERANCANGAN VISUAL BRANDING DESA GUMIWANG** (Perancangan *Visual Branding* Desa Gumiwang Kabupaten Banjarnegara Sebagai Media Promosi Potensi Desa), adalah hasil karya tulis saya sendiri dan belum pernah diajukan oleh pihak lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 20 Desember 2019

Penulis,

Teguh Sulistio

NIM. 1412309024

LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Teguh Sulistio

NIM : 1412309024

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang DKV, dengan ini saya memberikan karya perancangan yang berjudul **PERANCANGAN VISUAL BRANDING DESA GUMIWANG** (Perancangan *Visual Branding* Desa Gumiwang Kabupaten Banjarnegara Sebagai Media Promosi Potensi Desa), kepada ISI Yogyakarta untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelola dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikan dalam internet atau media lain, untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggungjawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 20 Desember 2019

Penulis,

Teguh Sulistio

NIM. 1412309024

ABSTRAK

Nama: Teguh Sulistio

NIM: 1412309024

PERANCANGAN *VISUAL BRANDING* DESA GUMIWANG

Peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat desa saat ini tengah diberikan perhatian khusus, ditandai dengan amanat UU No.6 Tahun 2014. Salah satu sektor yang berpotensi adalah jenis usaha wisata desa. Desa Gumiwang menjadi salah satu desa yang sedang mengembangkan jenis usaha pariwisata ini. Potensi yang ada cukup banyak sehingga kepala desa Gumiwang melihat hal tersebut sangat baik ketika akan dikembangkan menjadi kesatuan dalam kegiatan berwisata.

Masalahnya Pemerintah desa masih belum maksimal dalam melakukan kegiatan promosi. Dari Dasar Tersebut maka dilakukan Pengumpulan data dengan pendekatan kualitatif, kemudian diidentifikasi dan memetakan potensi-potensi Desa Gumiwang dengan analisis SWOT versi Freddy Rangkuti.

Proses Perancangan dilakukan dengan acuan Landasan Teori yang berkaitan dengan Visual Branding. Pada konsep perancangan diuraikan menggunakan metode *Design Thinking*, dimana konsep yang dirancang nantinya akan berorientasi terhadap keinginan dan kebutuhan oleh pengguna atau target audience. Kemudian dilakukan studi visual dan diwujudkan menjadi rancangan identitas visual serta media promosi bagi Desa Gumiwang.

Kata Kunci: *Gumiwang, Desa Wisata, Visual Branding, Analisis SWOT, Design Thinking*

ABSTRACT

Name: Teguh Sulistio

NIM: 1412309024

DESIGN OF VISUAL BRANDING GUMIWANG VILLAGE

Increasing the welfare and quality of life of rural communities is currently being given special attention, marked by the mandate of Law No. 6 of 2014. One potential sector is the type of village tourism business. Gumiwang Village is one of the villages that is developing this type of tourism business. There is enough potential that the village head of Gumiwang sees it very well when it will be developed into a unity in tourism activities.

The problem is the village government is still not maximized in carrying out promotional activities. From the Basis, the data was collected using a qualitative approach, then identified and mapped the potentials of Gumiwang Village with Freddy Rangkuti's SWOT analysis.

The Scaffolding Process is carried out with reference to the Theory Basis relating to Visual Branding. In the design concept described using the Design Thinking method, where the concept designed will be oriented towards the wants and needs of the user or target audience. Then a visual study is carried out and transformed into a visual identity design and promotional media for Gumiwang Village.

Keywords: *Gumiwang, Tourism Village, Visual Branding, SWOT Analysis, Design Thinking*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Judul Perancangan.....	1
B. Latar Belakang	1
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Perancangan	3
E. Batasan Masalah.....	4
F. Manfaat Perancangan	4
G. Metode Perancangan	5
H. Metode Analisis Data.....	6
I. Tahap Perancangan	6
J. Skematika Perancangan	8
BAB II	9
IDENTIFIKASI DAN ANALISIS	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Identifikasi Data.....	40

C. Analisis Data	59
BAB III.....	62
KONSEP DESAIN	62
A. Konsep Perancangan	62
B. Konsep Komunikasi	63
C. Konsep Kreatif	63
D. Program Kreatif.....	66
E. Konsep Media	72
BAB IV	74
PROSES DESAIN/ VISUALISASI	74
A. Logo	74
B. Maskot.....	84
C. Ilustrasi.....	86
D. Infografis	89
E. Media Promosi	93
F. Portofolio Pameran Tugas Akhir	105
G. Katalog Pameran Tugas Akhir	115
H. Poster Pameran Tugas Akhir.....	116
BAB V.....	117
PENUTUP.....	117
A. Kesimpulan	117
B. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Skematika Perancangan	8
Gambar 2. <i>View</i> sawah Desa Gumiwang	47
Gambar 3. Sarana dan Prasarana Desa Gumiwang	49
Gambar 4. <i>Signage</i> Desa Gumiwang	50
Gambar 5. Rekreasi Ikan dan Kegiatan di Kolam.....	51
Gambar 6. Kegiatan Parak iwak.....	52
Gambar 7. Potensi Pertanian Desa Gumiwang	52
Gambar 8. Potensi Perkebunan Desa Gumiwang	53
.Gambar 9. Potensi Peternakan Desa Gumiwang.....	53
Gambar 10. Potensi Taman Celosia Desa Gumiwang	54
Gambar 11. Rekreasi Wisata Air	56
Gambar 12. Jadwal Media <i>Visual Branding</i> Desa Gumiwang	73
Gambar 13. Referensi Warna <i>Visual Branding</i> Desa Gumiwang.....	68
Gambar 14. Studi Visual Logo.....	74
Gambar 15. Studi Visual Logo.....	74
Gambar 16. Studi Visual Logo.....	75
Gambar 17. Studi Gaya Visual Logo	75
Gambar 18. Sketsa Logo	76
Gambar 19. Digitalisasi.....	76
Gambar 20. Konsep Logo	77
Gambar 21. Grid Logo	78
Gambar 22. Clear Logo.....	78
Gambar 23. Skala Logo.....	79
Gambar 24. Variasi Logo.....	80
Gambar 25. Warna Logo.....	80
Gambar 26. Desain Tipografi Logo	81
Gambar 27. Penggunaan Logo	82
Gambar 28. Penerapan Logo.....	83
Gambar 29. Ikan Gurami.....	84

Gambar 30. Ikan Gurami.....	84
Gambar 31. Ikan Gurami.....	84
Gambar 32. Sketsa Maskot	85
Gambar 33. Digitalisasi Maskot.....	85
Gambar 34. Referensi Ilustrasi.....	86
Gambar 35. Referensi Ilustrasi.....	87
Gambar 36. Sketsa Ilustrasi	88
Gambar 37. Digitalisasi Ilustrasi.....	89
Gambar 38. Referensi Ilustrasi Infografis.....	89
Gambar 39. Referensi Ilustrasi Infografis.....	90
Gambar 40. Referensi Ilustrasi Infografis.....	91
Gambar 41. Digitalisasi Ilustrasi Infografis.....	92
Gambar 42. <i>Graphic Standart Manual</i>	93
Gambar 43. <i>Website</i>	94
Gambar 44. <i>Home Page</i>	95
Gambar 45. <i>Login</i>	96
Gambar 46. <i>About</i>	96
Gambar 47. <i>Dashboard</i>	97
Gambar 48. <i>Pricing</i>	97
Gambar 49. <i>Marketplace</i>	98
Gambar 50. Poster.....	99
Gambar 51. <i>Bilboard</i>	100
Gambar 52. Brosur	100
Gambar 53. Sosial Media.....	101
Gambar 54. Kaos.....	101
Gambar 55. Topi	102
Gambar 56. <i>Tote Bag</i>	102
Gambar 57. Kalender	103
Gambar 58. <i>Mug</i>	103
Gambar 59. Pin	104
Gambar 60. Stiker	104

Gambar 61. Portofolio Pameran Tugas Akhir.....	114
Gambar 62. Katalog Pameran Tugas Akhir	115
Gambar 63. Poster Pameran Tugas Akhir.....	116

BAB I

PENDAHULUAN

A. Judul Perancangan

Perancangan *Visual branding* Desa Gumiwang (Perancangan *Visual Branding* Desa Gumiwang Kabupaten Banjarnegara Sebagai Media Promosi Potensi Desa).

B. Latar Belakang

Membangun dari desa merupakan upaya dari pemerintah demi terciptanya pemerataan ekonomi. Pembangunan Perdesaan Sesuai amanat UU No. 6 Tahun 2014, memang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat desa. Cara untuk mewujudkan tujuan tersebut adalah dengan mendorong pembangunan desa-desa mandiri dan berkelanjutan yang memiliki ketahanan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Upaya mengurangi kesenjangan antara desa dan kota dilakukan dengan mempercepat pembangunan desa-desa mandiri serta membangun keterkaitan ekonomi lokal antara desa dan kota melalui pembangunan kawasan perdesaan.

Sejak saat itu pemerintah lalu menggenjot isu pendirian BUMDes di seluruh desa di penjuru nusantara. BUMDes adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki desa melalui penyertaan modal langsung yang berasal dari kekayaan desa. Lembaga ini digadang-gadang sebagai kekuatan yang akan bisa mendorong terciptanya peningkatan kesejahteraan dengan cara menciptakan produktivitas ekonomi bagi desa dengan berdasar pada ragam potensi yang dimiliki desa. BUMDes lahir sebagai lembaga desa yang berfungsi menciptakan kesejahteraan warga dengan memanfaatkan aset dan potensi yang dimiliki desa dan dipersenjatai modal penyertaan dari desa. Pengesahan UU Desa adalah titik balik sejarah bagi desa di Indonesia. Desa yang selama ini hidup hanya sebagai obyek dan dianggap hanya cukup menjalankan instruksi saja, berubah total.

Salah satu jenis usaha yang berpotensi untuk meningkatkan perekonomian warga adalah sektor wisata. Kepala Badan Pusat Statistik (BPS), Suhariyanto menyebut bahwa salah satu potensi unggulan desa atau kelurahan adalah melalui sektor wisata. Tercatat dari Potensi Desa (Podes) 2018 terdapat 1.734 desa wisata di seluruh Indonesia (Aditya Putra, 2018, dari <https://www.merdeka.com/>, *Data BPS: Indonesia Miliki 1.734 Desa Wisata*, Diakses kamis 14 Februari 2019 Pukul 18:00 WIB). Dengan adanya hal tersebut akan berdampak positif bagi desa sehingga dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan daya jual produk lokal, dan meningkatkan pembangunan infrastruktur desa. Dengan kondisi desa-desa di Indonesia yang diberkahi alam yang indah dan budaya yang beragam serta khas akan mudah menemukan potensi-potensi yang dapat diolah menjadi objek wisata desa.

Desa Gumiwang merupakan salah satu desa di Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara dengan luas wilayah 397,99 Ha. Desa Gumiwang terletak di sebelah timur Kecamatan Purwanegara. Jarak dengan ibu kota kecamatan ± 4 km sedangkan jarak dengan ibu kota kabupaten ± 12 km. Kondisi topografi, Desa Gumiwang memiliki relief daerah dataran. Desa Gumiwang merupakan salah satu desa yang tiang penyangga ekonominya berada pada sektor pertanian. Melihat kondisi seperti ini, maka jenis tanaman yang cukup produktif untuk dikembangkan adalah: Padi dan Palawija.

Potensi yang dapat dikembangkan menurut rencana jangka panjang dari desa Gumiwang diantaranya dari BUMDes sudah ada koperasi simpan pinjam, lembaga pelatihan kopi dan dawet, serta perencanaan desa Gumiwang menjadi objek destinasi wisata desa. Potensi yang ada cukup banyak sehingga kepala desa Gumiwang melihat hal tersebut sangat baik ketika akan dikembangkan menjadi kesatuan dalam kegiatan berwisata di desa dengan memberikan pengalaman khas desa yang ramah dan asri. Potensi yang ada diantaranya adalah di sektor perikanan, perkebunan dan pertanian terdapat beberapa titik yaitu; kampung nila, kawasan ikan koi, kebun anggur, kebun kelengkeng, dan taman celosia. Desa Gumiwang juga memiliki potensi mata air yang dapat dikembangkan menjadi wisata air. Budaya yang ada juga belum terlalu tergarap,

akan tetapi sudah ada cukup banyak seni pertunjukan dan kerajinan yang ada. Ebeg dan Calung sudah ada kurang lebih 4 grup serta kerajinan ada pengrajin gamelan, pengrajin kandang ayam serta pengrajin batik yang masih dirintis oleh desa. Sementara kuliner khas yang ada di Desa Gumiwang ada mendoan serta dawet. Ada juga warga setempat yang membuat kopi dan juga produk-produk makanan yang bahan bakunya cukup unik seperti jenang kopi, kripik buah, dodol buah, kripik tempe dan lain sebagainya.

Upaya Pemerintah Desa Gumiwang melakukan promosi yang belum maksimal menjadi kendala untuk mengenalkan berbagai potensi desa. Menurut wawancara terhadap Kepala Desa Gumiwang, Arif Fahrudin, S. Pd menyatakan hal tersebut dapat terjadi karena kurangnya sosialisasi kepada *stakeholder* serta dana yang terbatas. Media yang dipakai juga sebatas instagram dan juga billboard sehingga dapat menyebabkan potensi-potensi yang ada di Desa Gumiwang kurang dikenal oleh masyarakat luas.

Berdasarkan permasalahan diatas, upaya yang dapat dilakukan adalah dengan Perancangan Visual Branding, yang diharapkan dapat membantu membangun identitas serta image positif dan nantinya dapat digunakan untuk mempromosikan potensi-potensi desa yang ada. Perancangan Visual Branding Desa Gumiwang diharapkan dapat memberikan suasana baru yang positif terhadap Pemerintah Desa dan stakeholdernya.

C. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *Visual branding* Desa Gumiwang Kabupaten Banjarnegara sebagai media promosi potensi desa?

D. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan *visual branding* desa Gumiwang adalah:

1. Merancang sebuah *visual branding* sebagai media promosi bagi desa Gumiwang agar dapat menonjolkan eksistensinya.
2. Membentuk citra Desa Gumiwang yang menarik serta positif.

3. Menunjukkan identitas Desa Gumiwang yang dikemas dengan kreatif dan menarik.

E. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam perancangan *visual branding* Desa Gumiwang adalah:

1. Batasan konten yaitu mengangkat Potensi Desa Gumiwang diantaranya Kampung Nila, Festival desa, serta Produk-produk Desa.
2. Batasan media yaitu meliputi *logo, website, social media, Infografis*, iklan media cetak, iklan media *digital/online*, dan *merchandise*.
3. Target *audiens* yaitu keluarga dan kelompok wisatawan yang menginginkan pengalaman hidup di desa, umur 13-30 Tahun.

F. Manfaat Perancangan

1. Manfaat Teoritis

Dengan Perancangan ini diharapkan mampu memperkaya teori keilmuan dalam ruang lingkup Desain Komunikasi Visual khususnya pada perancangan *visual branding*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi masyarakat

Meningkatkan motivasi masyarakat untuk melestarikan dan mengembangkan potensi-potensi di Desa Gumiwang yang akan berdampak pada terciptanya lapangan kerja baru, meningkatkan daya jual produk lokal, dan meningkatkan pembangunan infrastruktur desa.

- b. Bagi pemerintah desa

Mendapatkan Informasi dan referensi metode dari perancangan *visual branding* sebagai salah satu media atau aset untuk memperkenalkan serta mempromosikan potensi Desa Gumiwang , Kabupaten Banjarnegara.

G. Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer.

1) Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara mengamati dan terjun langsung ke lapangan atau pihak yang terkait dengan tujuan untuk mendapatkan data secara sistematis terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan data asli dan mengetahui keadaan di tempat secara rinci. Peneliti akan mengunjungi Desa Gumiwang secara langsung untuk melihat kondisi lingkungan dan mencatat hal-hal yang dianggap penting.

2) Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait *visual branding* terhadap potensi-potensi Desa Gumiwang. Wawancara tersebut diajukan langsung oleh peneliti kepada:

- a) Kepala Desa Gumiwang
- b) Perangkat Desa Gumiwang
- c) Narasumber lain yang terkait

Kemudian keseluruhan hasil dari jawaban responden akan ditulis untuk selanjutnya dianalisis untuk mendapatkan informasi dan data yang kuat.

b. Data Sekunder

1) Studi Pustaka

Tujuan melakukan riset dan pengumpulan data dari studi pustaka adalah sebagai referensi dari sumber-sumber yang memuat informasi mengenai topik perancangan dan landasan teori yang digunakan. Sumber-sumber dapat berupa buku, artikel, media massa, dan literatur lain yang Desa Gumiwang yang dapat digunakan guna menambah kepustakaan warna, bentuk dan visual sebagai bahan perancangan *visual branding* Desa Gumiwang.

- 2) Studi Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data secara langsung berupa foto hasil survei lapangan untuk mendapatkan fakta yang akurat sehingga dapat dijadikan acuan ilustrasi dalam mendesain yang berkaitan dengan permasalahan yang menjadi titik utama dalam *visual branding*, hambatan-hambatan, serta solusi yang akan ditawarkan.

H. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, untuk mengumpulkannya data-data valid pada masa lalu secara sistematis dan objektif dengan melalui data dokumen tertulis, hasil wawancara dan observasi. Analisis data penelitian ini menggunakan SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*) versi Freddy Rangkuti untuk analisa strategi Perancangan Visual Branding Desa Gumiwang:

1. *Strengths* (kekuatan) adalah mengenai kelebihan yang dimiliki oleh produk atau jasa yang diangkat sebagai objek permasalahan, dalam hal ini yaitu kelebihan yang dimiliki oleh Desa Gumiwang.
2. *Weakness* (kelemahan) adalah segala hal yang menyangkut tentang kekurangan dan kelemahan dari Desa Gumiwang.
3. *Opportunities* (peluang) merupakan segala potensi yang ada di Desa Gumiwang yang dapat dijadikan peluang untuk promosi.
4. *Threats* (ancaman) adalah segala hal yang sekiranya dapat menghambat perkembangan potensi dari Desa Gumiwang.

I. Tahap Perancangan

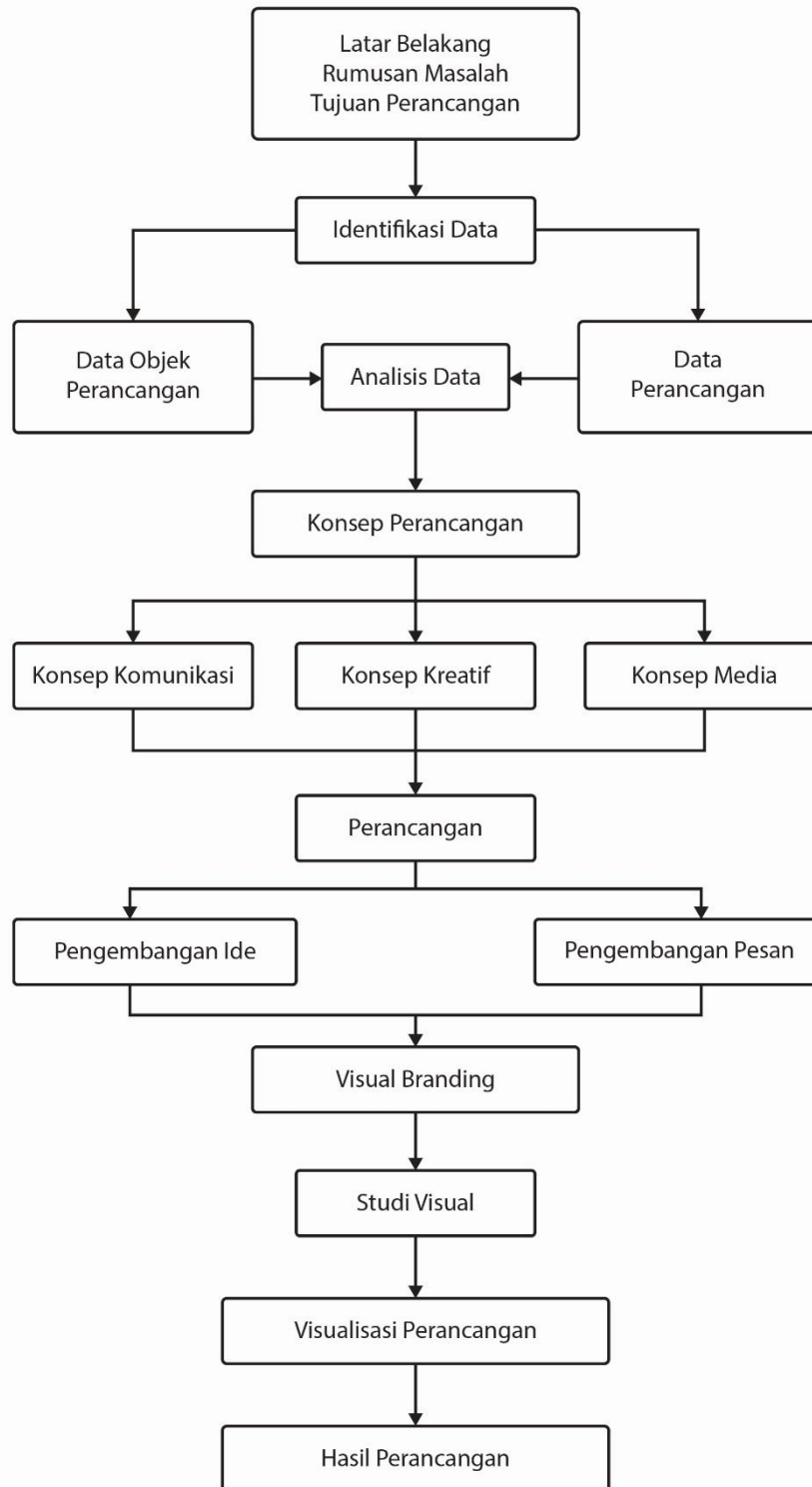
1. Observasi Desa Gumiwang lingkungan dan menemukan masalah;
2. Analisis permasalahan yang ada di Desa Gumiwang tentang belum adanya identitas visual;
3. Pengolahan data dilakukan dengan mempelajari data melalui literatur, studi referensi, buku maupun internet, wawancara, dan juga survei ke lokasi, hingga mendapat serta membuat kesimpulan sementara;

4. Mentabulasi pengamatan dan evaluasi permasalahan yang terdiri dari pengolahan data verbal dan visual;
5. Perencanaan
 - a. Konsep kreatif

Merancang sebuah *desain visual branding* yang merefleksikan ciri khas dan potensi yang dimilikinya secara efektif dan komunikatif untuk promosi Desa Gumiwang; serta
 - b. Media

Menentukan batasan perancangan, agar fokus terhadap perancangan *visual branding* Desa Gumiwang.
6. Bereksperimen dalam penyampaian komunikasi dengan pemilihan konsep visual yang sesuai dengan target *audience*.
7. Memulai tahap pengerjaan sketsa dan ide besar.
8. Mulai tahap olah digital *visual branding*.
9. Tahap penyelesaian proses desain dan produksi, yaitu mulai dari mencetak oleh percetakan kemudian diproduksi sampai menjadi bentuk visual.
10. Penerapan desain yang telah selesai diproduksi dan membuat kesimpulan pada perancangan *visual branding* Desa Gumiwang.

J. Skematika Perancangan



Gambar 1. Skematika Perancangan
(Sumber Teguh)