

**PERANCANGAN *VISUAL BRANDING*
DUSUN KIRINGAN SEBAGAI DESA WISATA
JAMU GENDONG KIRINGAN**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2021**

**PERANCANGAN *VISUAL BRANDING*
DUSUN KIRINGAN SEBAGAI DESA WISATA
JAMU GENDONG KIRINGAN**



**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
2021**

Tugas Akhir Penciptaan Karya Desain Berjudul:
PERANCANGAN VISUAL BRANDING DUSUN KIRINGAN SEBAGAI DESA WISATA JAMU GENDONG KIRINGAN ini diajukan oleh Nyundia Gian Fitri Anggraeni, NIM 1612395024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241) telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Pengaji Tugas Akhir pada tanggal 5 Januari 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota

Hesti Rahayu, S.Sn., M.A.

NIP. 19740730 199802 2 001/NIDN. 0030077401

Pembimbing II/ Anggota

Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn.

NIP. 19810615 201404 1 001/NIDN. 0015068106

Cognate/ Anggota

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

NIP. 19660404 199203 1 002/NIDN. 0001046616

Ketua Program Studi/ Ketua/ Anggota

Daru Tunggul Ajii, S.S., M.A.

NIP. 19870103 201504 1 002/NIDN. 0003018706

Ketua Jurusan/ Ketua

Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA.

NIP. 19770315 200212 1 005/NIDN. 0015037702



Dr. Pimpul Kaharjo, M.Hum.

NIP. 19691008 199303 1 001/NIDN. 0008116906

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nyundia Gian Fitri Anggraeni
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 22 Januari 1999
Nomor Induk Mahasiswa : 1612395024

Menyatakan bahwa laporan Karya Tugas Akhir berjudul “Perancangan *Visual branding* Dusun Kiringan Sebagai Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan” ini asli karya saya sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana S-1 pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di Institut Seni Indonesia Yogyakarta atau suatu Perguruan Tinggi maupun instansi lainnya dan juga tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali bagian dari sumber informasinya telah disebutkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan benar dan penuh tanggung jawab.

Yogyakarta, 11 Desember 2020



Nyundia Gian Fitri Anggraeni

**LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya Mahasiswa Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta:

Nama : Nyundia Gian Fitri Anggraeni
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 22 Januari 1999
Nomor Induk Mahasiswa : 1612395024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Karya Tugas Akhir berjudul “Perancangan *Visual branding* Dusun Kiringan Sebagai Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan”. Dengan demikian, penulis memberikan hak kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas dan mempublikasikan di media internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selaku penulis.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 11 Desember 2020



Nyundia Gian Fitri Anggraeni

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, dan kemudahan atas segala nikmat yang tidak terhitung banyaknya, serta pertolongan-pertolongan yang diberikannya juga kemudahan-kemudahan yang dikaruniakan-Nya sehingga terciptalah perancangan tugas akhir penciptaan dengan judul “Perancangan *Visual branding* Dusun Kiringan Sebagai Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan”. Setelah melewati proses yang cukup panjang dan melelahkan serta menguras tenaga dan pikiran, akhirnya skripsi ini telah terselesaikan. Perancangan *Visual branding* Dusun Kiringan Sebagai Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan pendidikan S-1 penulis di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan memiliki potensi yang lain daripada yang lain. Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan ini memiliki *positioning* yang kuat yang unik yang memiliki ciri khas yang tidak dimiliki daerah lainnya yaitu Jamu Gendong.

Kurangnya identitas visual yang kuat yang ada di Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan membuatnya hanya sekedar bernama Desa Wisata saja namun tidak mempresentasikan sebagai Desa Wisata. Dengan potensi Jamu Gendong yang dimilikinya, maka sangatlah penting untuk melakukan perancangan *visual branding* dan diharapkan mampu menciptakan citra dan *brand image* yang baik sehingga dapat menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk datang berkunjung ke Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan.

Diharapkan juga perancangan *visual branding* Dusun Kiringan Sebagai Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan ini dapat memberikan manfaat yang baik dan berguna bagi kemajuan program studi desain komunikasi visual, kaum akademik, masyarakat, maupun lembaga-lembaga terkait lainnya.

Yogyakarta, 11 Desember 2020



Nyundia Gian Fitri Anggraeni

ABSTRAK

PERANCANGAN *VISUAL BRANDING* DUSUN KIRINGAN SEBAGAI DESA WISATA JAMU GENDONG KIRINGAN

Nyundia Gian Fitri Anggraeni

1612395024

Banyak daerah di Indonesia melakukan upaya *branding* untuk mempromosikan wisata daerahnya kepada masyarakat luas. Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan adalah sebuah desa wisata yang terletak di Kabupaten Bantul, Yogyakarta yang memiliki potensi Jamu Gendong. Meskipun sudah menjadi Desa Wisata namun sampai saat ini Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan belum memiliki identitas visual atau *brand* yang memadai, sehingga belum adanya identitas visual yang seharusnya dimiliki untuk melakukan promosi. Dalam keadaan pandemi Covid-19 saat ini, membuat jamu tradisional banyak diminati oleh masyarakat, sehingga hal ini merupakan kesempatan yang sangat bagus untuk bisa lebih membranding Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Metode perancangan yang akan digunakan adalah analisis SWOT yang akan menjelaskan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan. Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan memiliki potensi utama Jamu Gendong. Tidak hanya Jamu Gendong, namun Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan juga menghadirkan wisata edukasi tanaman toga dan cara membuat jamu tradisional. Dengan adanya potensi utama tersebut kemudian membuat konsep yang diwujudkan dalam sebuah rancangan. Dengan pendekatan SWOT diharapkan Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan dapat memiliki daya tarik yang tinggi sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas dan menarik wisatawan.

Perancangan *visual branding* adalah salah satu upaya yang tepat untuk mengenalkan Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan kepada masyarakat luas akan potensi Jamu Gendongnya. Perancangan *visual branding* Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan sangat diperlukan untuk tetap melestarikan potensi-potensi yang ada agar tidak hilang begitu saja hingga masa mendatang. Dengan adanya *branding* yang baik dan tepat yang disampaikan kepada *target audience* maka akan lebih tepat sasaran dan lebih efektif.

Kata Kunci: *Visual branding*, Jamu Gendong, Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan, Promosi.

ABSTRACT

THE VISUAL BRANDING OF KIRINGAN VILLAGE AS JAMU GENDONG KIRINGAN TOURISM VILLAGE

Nyundia Gian Fitri Anggraeni

1612395024

Many regions in Indonesia make branding efforts to promote regional tourism to the wider community. Jamu Gendong Kiringan Tourism Village is a tourist village located in Bantul Regency, Yogyakarta which has the potential for carrying herbal medicine. Even though it has become a Tourism Village, until now the Jamu Gendong Kiringan Tourism Village does not yet have an adequate visual or brand identity, so there is no visual identity that should be owned for promotion. In the current state of the Covid-19 pandemic, making traditional herbal medicine is in great demand by the community, so this is a very good opportunity to be able to better compare the Tourism Village of Jamu Gendong Kiringan so that it can be better known by the wider community.

The design method that will be used is a SWOT analysis which will explain the strengths, weaknesses, opportunities and threats of Jamu Gendong Kiringan Tourism Village. The Tourism Village of Jamu Gendong Kiringan has the main potential for carrying herbal medicine. Not only carrying herbs, but the Tourism Village of Gendong Kiringan Jamu also presents educational tours of toga plants and how to make traditional herbal medicine. With this main potential, then the concept is embodied in a design. With the SWOT approach, it is hoped that the Tourism Village of Jamu Gendong Kiringan can have a high attractiveness so that it can be recognized by the wider community and attract tourists.

Visual branding design is one of the right efforts to introduce the Tourism Village of Jamu Gendong Kiringan to the wider community of the potential of the herbal medicine in its arms. The visual branding design of the Tourism Village of Jamu Gendong Kiringan is very necessary to preserve the existing potentials so that they do not just disappear into the future. With good and precise branding delivered to the target audience, it will be more targeted and more effective.

Keywords: *Visual branding, Jamu Gendong, Tourism Village of Jamu Gendong Kiringan, Promotion.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Perancangan	4
D. Batasan Masalah.....	4
E. Manfaat Perancangan	5
F. Metode Perancangan	5
G. Metode Analisis Data	6
H. Skematika Perancangan	7
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA	8
A. Landasan Teori	8
1. <i>Branding</i>	8
2. <i>Visual branding</i>	10
a. Pengertian <i>Visual branding</i>	10
b. Elemen <i>Visual branding</i>	11
3. Promosi	12
4. Identitas Visual.....	14
a. Nama	15
b. Logo	16
c. <i>Tagline</i>	16

d.	Warna	16
e.	Tipografi.....	17
f.	Elemen Gambar.....	17
g.	Penerapan Identitas	17
5.	Desa Wisata.....	17
a.	Kriteria Umum	18
b.	Kriteria Khusus	19
B.	Identifikasi Data	21
1.	Wilayah Dusun Kiringan.....	21
2.	Profil Dusun Kiringan	22
a.	Luas dan Jumlah Penduduk.....	22
b.	Karakteristik Masyarakat	23
3.	Sejarah Dusun Kiringan	27
a.	Sejarah Nama Dusun Kiringan.....	27
b.	Sejarah Jamu Gendong di Dusun Kiringan.....	28
4.	Potensi Dusun Kiringan	28
a.	Jamu Gendong.....	29
b.	Wisata Edukasi Tanaman Toga	33
c.	Persawahan dan Bukit.....	35
d.	Jelajah Desa.....	36
e.	Sungai Opak.....	37
f.	Wayang Kulit	37
g.	Gejog Lesung	38
h.	Hadroh.....	39
i.	Jathilan (Jaran Kepang).....	39
j.	<i>Homestay</i>	40
C.	Tinjauan Pustaka	41
D.	Analisis Data	42
1.	Kuisisioner Penelitian	46
a.	Kuisisioner terhadap masyarakat luar.....	46
b.	Kuisisioner terhadap pengunjung Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan	47

2. Analisis SWOT	49
3. Kesimpulan Analisis	52
BAB III KONSEP PERANCANGAN	54
A. Konsep Kreatif	54
1. Tujuan Kreatif	54
2. Strategi Kreatif.....	55
a. Isi Pesan (<i>What to Say</i>)	58
b. Bentuk Pesan (<i>How to Say</i>).....	60
c. <i>Target audience</i>	62
3. Program Kreatif.....	64
a. Ide Kreatif (<i>Big Idea</i>).....	64
b. Bentuk Pesan Verbal	65
c. Bentuk Visual	66
B. Konsep Media	79
1. Tujuan Media	81
2. Strategi Media	81
3. Program Media.....	82
a. Media Utama.....	82
b. Media Pendukung	89
BAB IV VISUALISASI.....	92
A. Desain Logo <i>Visual branding</i>	92
1. Data Visual	92
2. Studi Visual Logogram	93
3. Digitalisasi Logogram.....	93
4. Logogram Terpilih.....	94
5. Studi Visual <i>Logotype</i>	94
6. <i>Logotype</i>	95
7. Alternatif Desain Logo.....	95
8. Evaluasi Logo.....	96
9. Logo Terpilih.....	97
10. Studi Visual Tipografi <i>Tagline</i>	98
11. Tipografi <i>Tagline</i> Terpilih	98

12. <i>Final Desain Logo</i>	98
13. Grid <i>Final Desain Logo</i>	99
a. Grid Logogram.....	99
b. Grid <i>Logotype</i>	103
14. Skala Logo	103
15. Konsep Logo	104
a. Bentuk Logo.....	104
b. Alternatif Bentuk Logo	105
c. Kesalahan Bentuk Logo	106
d. Jarak Aman Logo dengan Objek Lain.....	107
e. Studi Warna	107
f. Fleksibilitas Warna Logo	109
B. Desain Maskot <i>Visual branding</i>	110
1. Referensi Visual Maskot	111
2. Sketsa Maskot	112
3. Digitalisasi Maskot	113
4. <i>Final Desain Maskot</i>	113
5. Karakter Maskot.....	114
6. Studi Warna Maskot.....	115
7. Deskripsi Maskot	116
C. Master Ilustrasi <i>Visual branding</i>	117
1. Sketsa Master Ilustrasi	117
2. Digitalisasi Master Ilustrasi.....	118
3. Konsep Master Ilustrasi.....	118
4. Sketsa Layout Alternatif.....	119
5. Digitalisasi Sketsa Layout Alternatif	120
D. Media Promosi	121
1. Media Utama	121
a. <i>Website</i>	121
b. Media Sosial.....	151
1) <i>Instagram</i>	151
2) <i>Facebook</i>	154

3) <i>Twitter</i>	155
4) <i>Youtube</i>	156
5) <i>Web Banner Ads</i>	157
6) <i>Pop Up Ads</i>	157
c. <i>Game Online</i>	158
d. Media Cetak Brosur	166
2. Media Pendukung	169
a. Media Pendukung Primer.....	169
1) Poster Infografis.....	169
2) <i>Billboard</i>	172
3) <i>Banner</i>	173
4) <i>Sign system</i>	175
b. Media Pendukung Sekunder	177
1) <i>Merchandise</i>	177
a) Jamu Tradisional	177
b) <i>T-Shirt</i>	184
c) <i>Totebag</i>	185
d) Masker.....	186
e) <i>Hand Sanitizer Hand Soap</i>	187
f) Pin	188
g) Stiker	188
h) Mug	189
i) Paper Bag	190
j) Gantungan Kunci	190
k) Topi	193
BAB V PENUTUP.....	194
A. Kesimpulan	194
B. Saran.....	195
DAFTAR PUSTAKA.....	197
LAMPIRAN.....	201

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skematika Perancangan <i>Visual branding</i> Desa	
Wisata Jamu Gendong Kiringan	7
Gambar 2.1 Iklan Sirup Marjan	11
Gambar 2.2 Peta Dusun Kiringan	21
Gambar 2.3 Letak Geografis Dusun Kiringan	22
Gambar 2.4 Data Penduduk Berdasarkan Gender di Dusun Kiringan.....	22
Gambar 2.5 Data Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan di Dusun Kiringan	23
Gambar 2.6 Gantungan Kunci dan Stiker Maskot Jamu.....	24
Gambar 2.7 Koperasi Seruni Putih di Dusun Kiringan.....	27
Gambar 2.8 Jamu Gendong.....	29
Gambar 2.9 Pembeli Jamu Gendong.....	30
Gambar 2.10 Pembuatan Jamu Tradisional.....	31
Gambar 2.11 Pembuatan Jamu Tradisional.....	31
Gambar 2.12 Jamu Instan.....	32
Gambar 2.13 Peragaan Kostum Penjual Jamu untuk Anak Anak	33
Gambar 2.14 Edukasi Tanaman Toga.....	34
Gambar 2.15 Taman Tanaman Toga.....	34
Gambar 2.16 Penanaman Tanaman Toga di Polybag.....	35
Gambar 2.17 Area Persawahan dan Bukit	35
Gambar 2.18 Jelajah Desa.....	36
Gambar 2.19 Fasilitas Sepeda Ontel	36
Gambar 2.20 Sungai Opak Dusun Kiringan	37
Gambar 2.21 Pertunjukan Wayang Kulit	37
Gambar 2.22 Pertunjukan Gejog Lesung	38
Gambar 2.23 Pertunjukan Hadroh.....	39
Gambar 2.24 Pertunjukan Jathilan (Jaran Kepang).....	40
Gambar 2.25 Homestay Wijayakusuma 3 Kiringan.....	40
Gambar 2.26 Homestay Wijayakusuma 6 Kiringan.....	41
Gambar 2.27 Petunjuk Jalan Menuju Kiringan.....	43

Gambar 2.28 Papan Selamat Datang di Pintu Masuk Kiringan	44
Gambar 2.29 Patung Jamu Gendong di Pintu Masuk Kiringan	44
Gambar 2.30 <i>Website</i> Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan	45
Gambar 2.31 <i>Website</i> Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan	45
Gambar 2.32 Hasil kuisioner terhadap masyarakat luar 1	46
Gambar 2.33 Hasil kuisioner terhadap masyarakat luar 2	46
Gambar 2.34 Hasil kuisioner terhadap masyarakat luar 3	47
Gambar 2.35 Hasil kuisioner terhadap masyarakat luar 4	47
Gambar 2.36 Hasil kuisioner terhadap masyarakat luar 5	47
Gambar 2.37 Hasil kuisioner terhadap pengunjung 1	48
Gambar 2.38 Hasil kuisioner terhadap pengunjung 2	48
Gambar 2.39 Hasil kuisioner terhadap pengunjung 3	48
Gambar 2.40 Hasil kuisioner terhadap pengunjung 4	48
Gambar 3.1 Contoh Ilustrasi <i>Vector Design</i>	68
Gambar 3.2 Potensi Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan	69
Gambar 3.3 Studi Warna Tanaman Jeruk Nipis	70
Gambar 3.4 Studi Warna Terpilih Jeruk Nipis	70
Gambar 3.5 Studi Warna Tanaman Kunyit	71
Gambar 3.6 Studi Warna Terpilih Kunyit	71
Gambar 3.7 Studi Tipografi Bentuk Daun Sirih	72
Gambar 3.8 Studi Tipografi Bentuk Huruf “Retroica”	72
Gambar 3.9 Studi Tipografi Huruf “Retroica” dan Daun Sirih	72
Gambar 3.10 Studi Tipografi Grid <i>Logotype</i>	73
Gambar 3.11 Studi Tipografi Font Open Dyslexic Mono	74
Gambar 3.12 Studi Tipografi Font Pastika	74
Gambar 3.13 Studi Tipografi Font Open Sans	74
Gambar 4.1 Referensi Visual Jamu Gendong	92
Gambar 4.2 Referensi Visual Tanaman Toga	92
Gambar 4.3 Studi Visual Logogram	93
Gambar 4.4 Digitalisasi Logogram	92
Gambar 4.5 Desain Logogram Terpilih	94
Gambar 4.6 Studi Visual <i>Logotype</i>	94

Gambar 4.7 Studi Visual <i>Logotype</i> Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan	94
Gambar 4.8 Desain <i>Logotype</i>	95
Gambar 4.9 Alternatif Desain Logo	95
Gambar 4.10 Kuisioner Evaluasi Logo	96
Gambar 4.11 Kuisioner Evaluasi Logo	97
Gambar 4.12 Logo Terpilih	97
Gambar 4.13 Studi Visual Tipografi <i>Tagline</i>	98
Gambar 4.14 Tipografi <i>Tagline</i> Terpilih	98
Gambar 4.15 <i>Final</i> Desain Logo	98
Gambar 4.16 Grid Logogram	99
Gambar 4.17 Grid Logogram 1	99
Gambar 4.18 Grid Logogram 2	100
Gambar 4.19 Grid Logogram 3	100
Gambar 4.20 Grid Logogram 4	100
Gambar 4.21 Grid Logogram 5	101
Gambar 4.22 Grid Logogram 6	101
Gambar 4.23 Grid Logogram 7	102
Gambar 4.24 Grid Logogram 8	102
Gambar 4.25 Grid <i>Logotype</i>	103
Gambar 4.26 Skala Logo	103
Gambar 4.27 Alternatif Bentuk Logo 1	105
Gambar 4.28 Alternatif Bentuk Logo 2	105
Gambar 4.29 Kesalahan Bentuk Logo Alternatif 1	106
Gambar 4.30 Kesalahan Bentuk Logo Alternatif 2	106
Gambar 4.31 Jarak Aman Logo dengan Objek Lain	106
Gambar 4.32 Warna Hijau pada Perancangan Logo	107
Gambar 4.33 Warna Kuning Kunyit Pada Perancangan Logo	107
Gambar 4.34 Jarak Tepian Warna Putih pada Logo	109
Gambar 4.35 Fleksibilitas Warna Logo	109
Gambar 4.36 Positif dan Negatif Logo	110
Gambar 4.37 Tanaman Jahe	111
Gambar 4.38 Penjual Jamu Gendong	111

Gambar 4.39 Batik Parang Klitik.....	112
Gambar 4.40 Sketsa Maskot	112
Gambar 4.41 Digitalisasi Maskot.....	113
Gambar 4.42 <i>Final</i> Maskot	113
Gambar 4.43 Karakter Maskot.....	114
Gambar 4.44 Karakter Maskot.....	114
Gambar 4.45 Karakter Maskot.....	115
Gambar 4.46 Karakter Maskot.....	115
Gambar 4.47 Studi Warna Maskot	115
Gambar 4.48 Studi Warna Maskot	116
Gambar 4.49 Sketsa Master Ilustrasi	117
Gambar 4.50 Digitalisasi Master Ilustrasi.....	118
Gambar 4.51 Sketsa Layout Alternatif Landscape.....	119
Gambar 4.52 Sketsa Layout Alternatif Potrait	120
Gambar 4.53 Digitalisasi Layout Alternatif Landscape	120
Gambar 4.54 Digitalisasi Layout Alternatif Portrait	121
Gambar 4.55 Preview <i>Website</i>	121
Gambar 4.56 Sketsa Websita.....	122
Gambar 4.57 Sketsa Websita.....	123
Gambar 4.58 Alur <i>Website</i>	124
Gambar 4.59 <i>Pop Up Ads Game Online “Herbal Crush” dalam Website</i>	125
Gambar 4.60 Halaman <i>Home</i>	125
Gambar 4.61 Halaman Profil	126
Gambar 4.62 Halaman Profil – Dusun Kiringan.....	126
Gambar 4.63 Halaman Profil – Sejarah Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan.....	127
Gambar 4.64 Halaman Profil – Wisata	128
Gambar 4.65 Halaman Profil – Wisata – Edukasi Tanaman Toga	129
Gambar 4.66 Halaman Profil – <i>Maps</i>	130
Gambar 4.67 Halaman Paket Wisata.....	131
Gambar 4.68 Halaman Paket Wisata – Wisata Edukasi Jamu	132
Gambar 4.69 Halaman Paket Wisata – <i>Homestay</i>	133

Gambar 4.70 Halaman Paket Wisata – Fasilitas Tambahan.....	134
Gambar 4.71 Halaman Blog.....	135
Gambar 4.72 Halaman Blog – Galeri.....	136
Gambar 4.73 Halaman <i>Merchandise</i>	136
Gambar 4.75 Sketsa <i>Website for Mobile Phone</i>	138
Gambar 4.76 Sketsa <i>Website for Mobile Phone</i>	139
Gambar 4.77 <i>Pop Up Ads Game Online “Herbal Crush” dalam Website</i>	140
Gambar 4.78 Halaman <i>Home</i>	140
Gambar 4.79 Halaman Navigasi <i>Home</i>	141
Gambar 4.70 Halaman Navigasi Profil	141
Gambar 4.81 Halaman Profil	142
Gambar 4.82 Halaman Profil – Dusun Kiringan.....	142
Gambar 4.83 Halaman Profil – Sejarah Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan.....	143
Gambar 4.84 Halaman Profil – Wisata	143
Gambar 4.85 Halaman Profil – Wisata – Edukasi Tanaman Toga	144
Gambar 4.86 Halaman Profil – <i>Maps</i>	144
Gambar 4.87 Halaman Navigasi Paket Wisata	145
Gambar 4.88 Halaman Paket Wisata.....	145
Gambar 4.89 Halaman Paket Wisata – Wisata Edukasi Jamu	146
Gambar 4.90 Halaman Paket Wisata – <i>Homestay</i>	146
Gambar 4.91 Halaman Paket Wisata – Fasilitas Tambahan.....	147
Gambar 4.92 Halaman Navigasi Blog	147
Gambar 4.93 Halaman Blog.....	148
Gambar 4.94 Halaman Blog – Galeri.....	148
Gambar 4.95 Halaman Navigasi <i>Merchandise</i>	149
Gambar 4.96 Halaman <i>Merchandise</i>	149
Gambar 4.97 Halaman Navigasi Hubungi	150
Gambar 4.98 Halaman Hubungi	150
Gambar 4.99 Tampilan Media Sosial <i>Instagram</i>	151
Gambar 4.100 Tampilan Media Sosial <i>Instagram</i>	151
Gambar 4.101 Desain <i>Feeds</i> Media Sosial <i>Instagram</i>	152

Gambar 4.102 Desain <i>Story Media Sosial Instagram</i>	152
Gambar 4.103 Tampilan <i>Story Media Sosial Instagram</i>	153
Gambar 4.104 Tampilan Media Sosial <i>Facebook</i>	154
Gambar 4.105 Tampilan Media Sosial <i>Facebook</i>	154
Gambar 4.106 Tampilan Media Sosial <i>Twitter</i>	155
Gambar 4.107 Tampilan Media Sosial <i>Twitter</i>	155
Gambar 4.108 Tampilan Media Sosial <i>Youtube</i>	156
Gambar 4.109 Tampilan Media Sosial <i>Youtube</i>	156
Gambar 4.110 Tampilan Media <i>Web Banner Ads</i>	157
Gambar 4.111 Tampilan Media <i>Pop Up Ads</i>	157
Gambar 4.112 Sketsa <i>Game Online</i>	158
Gambar 4.113 Sketsa <i>Game Online</i>	159
Gambar 4.114 Aset-Aset dalam <i>Game Herbal Crush</i>	160
Gambar 4.115 Perancangan Rute <i>Game Herbal Crush</i>	160
Gambar 4.116 Halaman Utama <i>Game Herbal Crush</i>	161
Gambar 4.117 Halaman Utama <i>Game Herbal Crush</i>	161
Gambar 4.118 Halaman Cara Bermain <i>Game Herbal Crush</i>	162
Gambar 4.119 Halaman Mulai <i>Game Herbal Crush</i>	162
Gambar 4.120 Halaman Jenis Permainan <i>Game Herbal Crush</i>	163
Gambar 4.121 Halaman Menang Dalam <i>Game Herbal Crush</i>	164
Gambar 4.122 Halaman Penukaran Poin <i>Game Herbal Crush</i>	164
Gambar 4.123 Sketsa Brosur Halaman Depan.....	165
Gambar 4.124 Sketsa Brosur Halaman Belakang	165
Gambar 4.125 Desain Brosur Halaman Depan	166
Gambar 4.126 Desain Brosur Halaman Belakang	166
Gambar 4.127 Desain Brosur	167
Gambar 4.128 Sketsa Infografis.....	168
Gambar 4.129 Sketsa Infografis Protokol Kesehatan <i>Covis-19</i>	168
Gambar 4.130 Desain Infografis	169
Gambar 4.131 Desain Infografis Protokol Kesehatan <i>Covid-19</i>	170
Gambar 4.132 Penerapan Desain Infografis	170
Gambar 4.133 Sketsa <i>Billboard</i>	171

Gambar 4.134 Desain <i>Billboard</i>	171
Gambar 4.135 Penerapan Desain <i>Billboard</i>	172
Gambar 4.136 Sketsa <i>Banner</i>	172
Gambar 4.137 Desain <i>Banner</i>	173
Gambar 4.138 Penerapan Desain <i>Banner</i>	173
Gambar 4.139 Sketsa <i>Sign system</i>	174
Gambar 4.140 Sketsa Alternatif <i>Sign system</i>	174
Gambar 4.141 Desain <i>Sign system</i>	175
Gambar 4.142 Penerapan Desain <i>Sign system</i>	175
Gambar 4.143 Desain <i>Packaging</i> Jamu Tradisional	176
Gambar 4.144 Desain <i>Packaging</i> Jamu Beras Kencur	176
Gambar 4.145 Desain <i>Packaging</i> Jamu Beras Kencur	176
Gambar 4.146 Desain <i>Packaging</i> Jamu Temulawak.....	177
Gambar 4.147 Desain <i>Packaging</i> Jamu Temulawak.....	177
Gambar 4.148 Desain <i>Packaging</i> Jamu Kunir Asem.....	178
Gambar 4.149 Desain <i>Packaging</i> Jamu Kunir Asem.....	178
Gambar 4.150 Desain <i>Packaging</i> Jamu Instan Temulawak.....	179
Gambar 4.151 Desain <i>Packaging</i> Jamu Instan Temulawak.....	179
Gambar 4.152 Desain <i>Packaging</i> Jamu Instan Kunir Asem	180
Gambar 4.153 Desain <i>Packaging</i> Jamu Instan Kunir Asem	180
Gambar 4.154 Jaring-jaring Desain <i>Box Packaging</i>	181
Gambar 4.155 Desain <i>Box Packaging</i>	181
Gambar 4.156 Desain <i>T-Shirt</i>	182
Gambar 4.157 Desain <i>Totebag</i>	183
Gambar 4.158 Desain Masker.....	184
Gambar 4.159 Desain <i>Packaging Hand Sanitizer</i>	185
Gambar 4.160 Desain <i>Packaging Hand Soap</i> (Sabun Cuci Tangan).....	185
Gambar 4.161 Desain Pin	186
Gambar 4.162 Desain Stiker	186
Gambar 4.163 Desain Stiker Maskot	186
Gambar 4.164 Desain Stiker Karakter Maskot	187
Gambar 4.165 Desain Mug	187

Gambar 4.166 Desain <i>Paper Bag</i>	188
Gambar 4.167 Desain Gantungan Kunci	188
Gambar 4.168 Desain Gantungan Kunci Karakter Maskot	189
Gambar 4.169 Desain Gantungan Kunci Maskot	190
Gambar 4.170 Desain Gantungan Kunci	190
Gambar 4.171 Desain Topi.....	191



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kiringan adalah salah satu Dusun yang berada di Desa Canden, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Dusun Kiringan merupakan satu-satunya daerah yang berada di Kabupaten Bantul, dan bahkan di Yogyakarta yang sudah turun temurun dikenal sebagai daerah penghasil produk Jamu Gendong.

Awal mula adanya Jamu Gendong di Dusun Kiringan ini dimulai pada tahun 1950, sejak pada zaman Belanda hendak hengkang dari Nusantara, ada seorang Ibu bernama Joparto, beliau tinggal di Dusun Kiringan dan bekerja sebagai buruh membatik di Kota Yogyakarta. Suatu saat ia berjumpa dengan abdi dalem Kraton Yogyakarta dan meminta untuk mengajarkan cara membuat jamu. Kemudian, Ibu Joparto beralih profesi menjadi peramu sekaligus sebagai penjual Jamu Gendong di Dusun Kiringan. Profesinya saat ini membuat perekonomian Ibu Joparto menjadi lebih baik dibandingkan ketika ia menjadi buruh batik. Berawal dari Ibu Joparto ini, akhirnya pada saat itu 2 tetangganya pun ikut berjualan Jamu Gendong keliling, dan sampai sekarang sebanyak 132 ibu ibu di Dusun Kiringan berprofesi sebagai penjual Jamu Gendong keliling (Sutrisno, 2019).

Sejak dulu cara menjual jamu adalah dengan digendong, dan sampai sekarang pun masih ada beberapa penjual Jamu Gendong yang masih tetap melestarikan tradisi menjual jamu dengan cara digendong. Oleh sebab itu sampai sekarang masih disebut sebagai "Jamu Gendong".

Usaha Jamu Gendong yang ada di Dusun Kiringan ini menjadi sumber pendapatan utama warga di Dusun Kiringan. Sehingga, ketika penjualan Jamu Gendong ini menurun dan terhambat, maka pendapatan warga di Dusun Kiringan pun ikut terhambat. Untuk mempermudah penjualan dan pembuatan jamu, sejak jaman dulu warga masyarakat Dusun Kiringan menanam Tanaman Obat Keluarga (TOGA) di pekarangan rumah mereka. Penanaman tanaman obat tersebut bertujuan untuk mempermudah

memperoleh bahan baku pembuatan jamu tradisional warga masyarakat Dusun Kiringan (Murjiyanti, 2019).

Selain berjualan jamu, ibu-ibu di Dusun Kiringan mengembangkan usaha Jamu Gendongnya dengan membentuk 4 kelompok jamu. Kelompok-kelompok jamu dibentuk agar dapat mempermudah proses penjualan jamu, diantaranya yaitu Kelompok Seruni Putih, Mekar Sari, Sehat Asri, dan Kayu Manis. Pembentukan kelompok jamu ini berdasarkan fokus pada jenis-jenis jamu. Kelompok Jamu Seruni Putih yang fokus pada Jamu Gendong, kelompok Mekar Sari yang fokus kepada budidaya tanaman obat, kelompok Sehat Asri yang fokus kepada jamu instan, dan kelompok Kayu Manis yang merupakan kelompok jamu yang terbaru yang berfokus pada pengembangan produk jamu menjadi *jelly* dan es krim.

Seiring berjalannya waktu, kabar mengenai Jamu Gendong Dusun Kiringan sampai ke berbagai daerah sekitarnya, sehingga permintaan jamu semakin tinggi. Hal ini membuat Pemerintah Kabupaten Bantul tertarik akan potensi yang ada di Dusun Kiringan ini. Pemerintah Kabupaten Bantul akhirnya membuat keputusan untuk menjadikan Dusun Kiringan sebagai Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan yang diresmikan pada tahun 2016 oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul.

Menurut Suharsono selaku Bupati Bantul dalam acara Festival Kuliner 2018, ia mengungkapkan bahwa penetapan Dusun Kiringan sebagai sentra Jamu Gendong menjadi Kawasan Desa Wisata diharapkan agar daerah tersebut bisa dikenal lebih luas lagi. Dengan adanya tradisi pembuatan jamu secara tradisional di desa itu seharusnya bisa berdampak positif untuk pariwisata, dan dapat mendatangkan wisatawan yang lebih mampu mendongkrak perekonomian daerah (JOSS.co.id 2018).

Namun sangat disayangkan, sebagai salah satu destinasi desa wisata yang unik dan berbeda dengan desa wisata lainnya, Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan ini tidak memiliki *branding* yang kuat, sehingga kurang dikenal dan kurang diperhatikan oleh masyarakat luas. Hal tersebut membuat jumlah masyarakat luar banyak yang tidak mengetahui keberadaan desa wisata ini dan menyebabkan wisatawan yang datang

berkunjung di Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan ini sangatlah kurang.

Hal ini diperkuat oleh hasil survei kuisioner yang dilakukan oleh penulis terhadap 279 responden yang berasal dari berbagai kalangan umur, baik dari luar daerah maupun dari daerah Yogyakarta sendiri. Hasil dari kuisioner tersebut adalah sebesar 91,8% responden tidak mengetahui keberadaan Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan, dan sisanya 8,2% mengetahui keberadaan Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan.

Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang dilansir dalam laman liputan6.com, dalam keadaan pandemi *Covid-19* yang tengah berlangsung saat ini, jamu tradisional sangatlah diminati oleh banyak masyarakat. Jamu tradisional atau yang lebih dikenal oleh masyarakat luas sebagai empon-empon itu dipercaya dapat meningkatkan daya tahan tubuh, sehingga tidak mudah jatuh sakit dan tidak mudah terserang penyakit salah satunya Virus Corona. Hal ini merupakan kesempatan yang sangat bagus untuk bisa lebih membranding Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas dan dapat menarik wisatawan.

Untuk membranding Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan, maka dibutuhkan sebuah identitas visual yang kuat dan dapat mempresentasikan Dusun Kiringan sebagai Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan. Hal tersebut sangatlah penting sebagai salah satu bentuk strategi yang efektif untuk membuat *positioning* dalam dunia, baik secara regional maupun global.

Selain tidak adanya identitas visual, sarana informasi yang sangat dibutuhkan oleh pengunjung pun tidak memadai keberadaannya. Rambu-rambu petunjuk arah pun belum dirancang dengan baik dan terkesan seadanya, bahkan penempatannya pun kurang tepat. Media sosial yang ada pun juga tidak dikelola dengan baik, sehingga tidak dapat menyampaikan informasi dengan baik. Karena sejatinya para wisatawan yang berkunjung ke suatu obyek wisata sangat memerlukan media informasi yang menggunakan simbol-simbol desain grafis dalam menggambarkan posisi suatu tempat, arah menuju obyek wisata, serta petunjuk atau instruksi suatu acara (Tinarbuko, 2015:98)

Untuk mengoptimalkan hal tersebut, maka diperlukanlah sebuah

perancangan *visual branding* yang diterapkan untuk dapat menonjolkan eksistensi Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan. *Visual branding* adalah penggunaan unsur visual untuk menampilkan perbedaan satu *brand* dari *brand* yang lainnya serta pembentukan identitas visual dari *brand*.

Dengan perancangan *visual branding*, sebuah kota mampu membangun identitas yang jelas, asosiasi yang kuat, dan menyematkan atribut positif agar mampu menempatkan diri dan menenangkan persaingan dengan kota-kota lainnya (Yanada dan Salamah, 2014: 55). Perancangan *visual branding* Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan diharapkan dapat memperkenalkan Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan pada masyarakat luar, sehingga dapat menarik perhatian sekaligus minat wisatawan terhadap Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *visual branding* Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan yang menarik, efektif dan komunikatif sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas dan dapat menarik wisatawan?

C. Tujuan Perancangan

1. Sebagai upaya pemecahan masalah untuk membangun identitas visual Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan menjadi lebih baik melalui media komunikasi visual yang menarik, efektif dan komunikatif.
2. Mempromosikan Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan kepada masyarakat luas sehingga dapat menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk datang berkunjung ke Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan.

D. Batasan Masalah

Batasan masalah bertujuan agar pembahasan dalam penelitian tidak terlalu luas. Perancangan ini hanya sebatas lingkup identitas visual seperti logo, *tagline*, maskot, peta, *merchandise* dan perancangan berbagai media promosi *online* maupun *offline* dan tidak mencangkup berbagai bentuk

strategi promosi ke masyarakat luas.

E. Manfaat Perancangan

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan melalui perancangan *visual branding* Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan ini, dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang *branding* yang mengacu pada ilmu Desain Komunikasi Visual. Selain itu, diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi dan menambah sumber bacaan dalam bidang seni rupa dan desain.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Perancangan ini diharapkan mampu mengenalkan kepada masyarakat luas bahwa Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan merupakan desa wisata yang menjadikan jamu tradisional sebagai daya tarik utama sehingga ia sangat unik dan berbeda dibandingkan dengan desa wisata lainnya.

b. Bagi Mahasiswa

Menjadi salah satu acuan referensi mahasiswa desain untuk memperoleh pengetahuan tentang metode perancangan *visual branding*.

c. Bagi Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan

Perancangan ini ikut serta dalam upaya mewujudkan harapan dari Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan dengan mengiklankan kepada masyarakat luas agar masyarakat luas lebih mengenal Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan.

F. Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

1) Observasi

Pengumpulan data dengan cara terjun langsung ke Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan.

2) Wawancara

Pengumpulan data dengan cara mewawancarai narasumber dengan pihak pihak yang terkait, misalnya dengan kelurahan, komunitas, maupun masyarakat dari Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan.

b. Data Sekunder

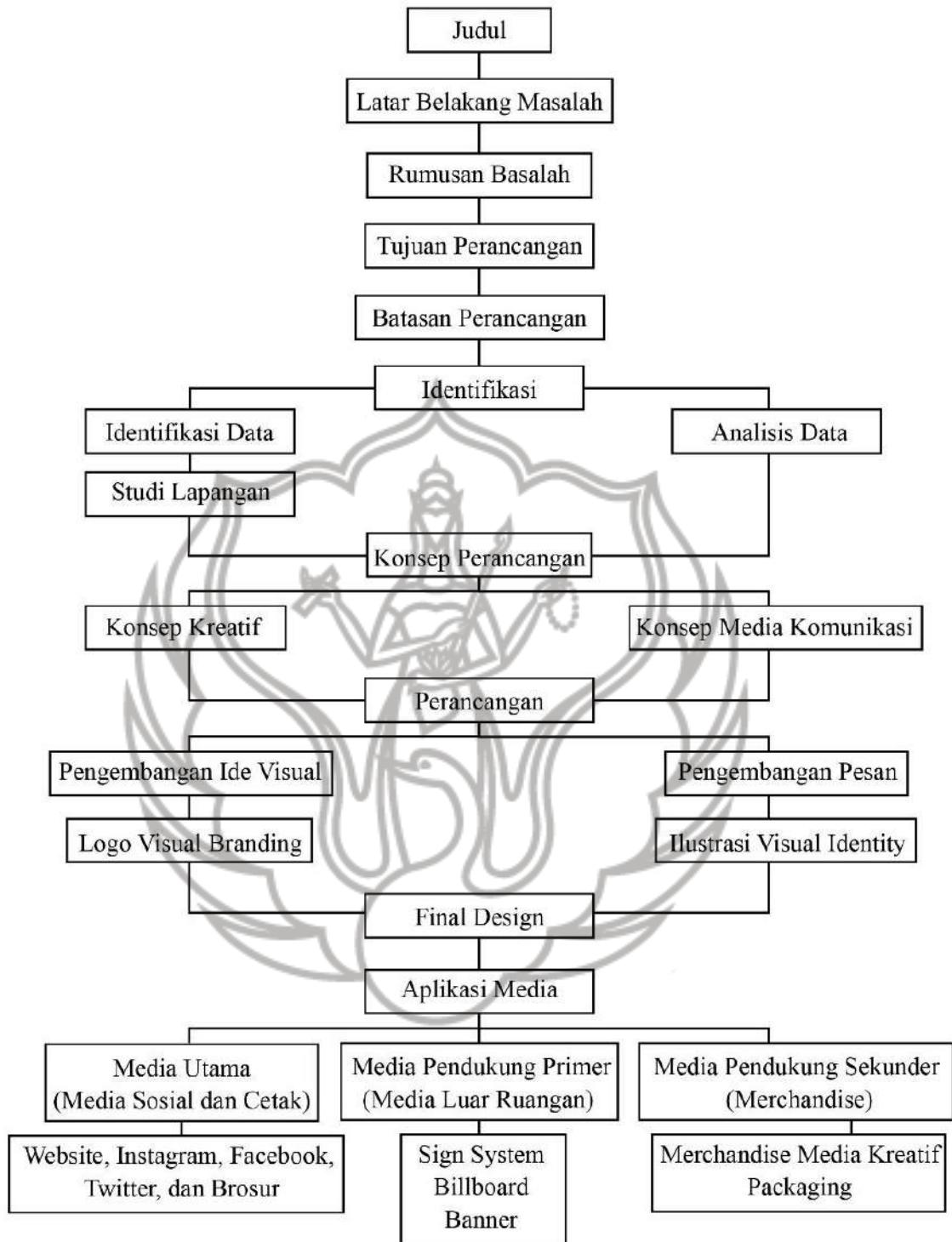
Data mengenai teori teori dalam menciptakan konsep *visual branding* yang diperoleh dari berbagai sumber dan melakukan studi data visual berdasarkan hasil dokumentasi di lapangan sehingga menjadi acuan dalam proses perancangan.

G. Metode Analisis Data

Dalam perancangan ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif untuk mengkaji dan memaparkan secara rinci berdasarkan judul perancangan dengan menjabarkan semua informasi dan data yang diperoleh melalui proses pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan identifikasi data. Ditinjau dari jenis data diatas, maka pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode analisis SWOT.

Perancangan *visual branding* Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan termasuk dalam kategori promosi sehingga yang akan dipakai adalah metode analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*) dan metode ini dianggap cocok untuk perancangan *visual branding* karena menjabarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat memudahkan proses perancangan *visual branding* Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan kedepannya.

H. Skematika Perancangan



Gambar 1.1: Skematika Perancangan *Visual branding* Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan

(Sumber: Nyundia Gian Fitri Anggraeni, 2020)