BAB III
METODOLOGI DESAIN

3.1 Sistematika Perancangan

Suatu proses perancangan dibutuhkan sistematika perancangan yang bertujuan untuk menentukan arah dalam pembuatan identitas visual. Perancangan identitas visual ini menggunakan metode RSVP (Riset, Strategi, Visualisasi, Penerapan) milik Surianto Rustan. Menurut Rustan, keempat tahap ini terdengar sederhana namun dapat mengakomodir kebutuhan dalam pembuatan logo nantinya (Rustan, 2021). Berikut adalah tahapan perancangan pada perancangan identitas visual Kementerian ATR/BPN menurut Surianto Rustan:

1. Riset

Riset merupakan tahap pertama yang dilakukan adalam proses perancangan identitas visual. Tahapan riset berguna untuk menemukan permasalahan yang dialami oleh identitas visual saat ini. Pada tahap ini akan digunakan metode 5W+1H dalam membantu proses riset. Peneliti juga mengumpulkan data-data terkait dengan melakukan wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data *brand* seperti visi misi, data industri seperti tugas lembaga, dan data *target audience.* Observasi dilakukan secara daring pada berbagai *platform* digital milik Kementerian ATR/BPN seperti sosial media dan situs resmi. Observasi dilakukan untuk mendapatkan data lebih lanjut. Proses observasi juga bertujuan untuk mencari data terkait pengaplikasian identitas visual yang sedang digunakan Kementerian.

2. Strategi

Setelah memperoleh semua data hasil riset, data akan diolah untuk digunakan pada tahap strategi. Data yang digunakan untuk menentukan strategi kreatif, adalah data yang diperoleh berdasarkan permasalahan yang terjadi pada perancangan yang akan dilakukan. Pada tahapan ini akan dilakukan proses *mindmapping* yang betujuan untuk menemukan kata-kata kunci yang akan menentukan bentuk logo. Kata-kata

kunci dapat merupakan sifat, kata kerja, atau kata benda dari Kementerian ATR/BPN. Dalam tahapan strategi peneliti juga akan mengumpulkan berbagai referensi yang berkaitan dengan identitas visual khususnya pada lembaga negara, termasuk Kementerian lain sebagai pesaing. Pada proses ini peneliti juga menentukan strategi untuk anatomi logo yang akan digunakan sebagai lembaga Kementerian.

3. Visualisasi

Pada tahap visualisasi peneliti akan memproses lebih lanjut data yang didapatkan, berdasarkan strategi yang telah disusun pada tahap sebelumnya. Tahap ini diawali dengan melakukan *doodling*, peneliti membuat coret-coret sketsa guna mengeksplorasi sebanyakn mungkin ide-ide yang menjadi cikal bakal logo. Setelah mendapatkan ide-ide yang berpotensi sebagai logo, peneliti melanjutkan proses ke tahap *sketching* atau alternatif logo. Peneliti akan membuat berbagai logo cadangan dalam bentuk sketsa yang memiliki potensi untuk digunakan sebagai logo final. Setelah membuat semua alternatif yang diperlukan, selanjutnya peneliti memilih lagi logo-logo yang berpotensi akan digunakan sebagai logo final. Logo yang telah dipilih akan didigitalisasi menjadi bentuk gambar digital, proses digitalisasi dilakukan menggunakan media digital seperti komputer dan laptop. Dalam proses digital juga sketsa alternatif yang telah dipilih akan diubah menjadi bentuk logo yang rapih dan hampir selesai. Setelahnya peneliti akan menentukan logo yang menjadi identitas final bagi lembaga berdasarkan permasalahan dan data.

4. Penerapan

Setelah memiliki logo, peneliti akan membuat sistem identitas visual Kementerian ATR/BPN. Peneliti akan membuat elemen-elemen identitas visual lainnya seperti tipografi, warna, tagline, dan lainnya. Setelah itu peneliti akan mengaplikasikan identitas visual pada berbagai media yang telah digunakan oleh Kementerian sebelumnya. Peneliti juga mengaplikasikan identitas visual pada media yang kemungkinan digunakan berdasarkan tujuan dan tugas yang dijalankan Kementerian ATR/BPN. Semua bentuk sistem identitas visual akan dimasukan ke

dalam buku pedoman yang disebut *Graphic Standard Manual* (GSM). GSM juga akan mencakup segala bentuk aturan seperti anjuran atau larangan penggunaan logo dan aset grafis lain. Sistem konfigurasi dan cara penggunaan logo juga akan dimasukan ke dalam GSM. GSM akan digunakan oleh mitra yang berkaitan agar identitas visual tetap konsisten selama mungkin.

3.2 Metode Pencarian Data

Perancangan Ulang Identitas Visual Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (ATR/BPN) membutuhkan data yang aktual dan faktual sebagai dasar perancangan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sebuah metode penelitian yang berdasarkan pada pengolahan data serta sifatnya yang deskriptif (Hanyfah, Fernandes, & Budiarso, 2022). Penelitian deskriptif kualitatif dilakukan untuk menggambarkan fenomena yang diteliti secara apa adanya tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah wawancara, observasi, dan studi literatur.

3.2.1 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Berbeda dengan percakapan, wawancara penelitian bertujuan untuk memperoleh data hanya dari satu sisi (Rachmawati, 2007). Penelitian ini menggunakan teknik jenis wawancara berstruktur dan berstandar. Dalam wawancara berstruktur, peneliti sudah menyiapkan pertanyaan yang akan ditanyakan sebelumnya. Semua pertanyaan juga sudah diberikan urutannya masing-masing saat akan ditanyakan kepada narasumber. Jenis wawancara seperti ini dilakukan guna menghemat waktu narasumber yang memiliki jadwal padat dan membatasi jawaban.

Kegiatan wawancara dilakukan oleh peneliti bersama para pihak yang terkait dalam penelitian, yaitu Kementerian ATR/BPN dan Surianto Rustan. Wawancara dilakukan bersama Biro Humas Kementerian ATR/BPN untuk mendapatkan informasi dan data yang aktual dan faktual. Informasi yang ditanyakan berupa data-data terkait identitas visual Kementerian ATR/BPN saat ini

dan di masa lampau, serta data terkait visi, misi, nilai, dan data-data instansi lainnya. Semua data yang diperoleh akan digunakan dan dianalisis sebagai data primer untuk perancangan.

Sementara itu, kegiatan wawancara bersama Surianto Rustan berguna untuk mengambil sudut pandang lain sebagai pelaku perancang identias visual. Wawancara ini berguna untuk menerima masukan dan arahan menurut sudut pandang lain, terkait perancangan yang akan dilakukan.

3.2.2 Observasi

Observasi merupakan salah satu dasar fundamental, dari kegiatan pengumpulan data penelitian kualitatif. Observasi merupakan kegiatan mengamati dan mencatat suatu gejala menggunakan bantuan instrumen tertentu, dan merekamnya (Hasanah, 2017). Proses observasi dilakukan dengan mengamati instansi secara daring melalui situs resmi Kementerian ATR/BPN. Pengamatan juga dilakukan lewat akun media sosial Kementerian seperti Instagram. Situs dan media sosial menyediakan banyak informasi terkait penggunaan identitas visual yang telah dipalikasikan ke berbagai media oleh Kementerian ATR/BPN. Hasil pengamatan yang dilakukan akan digunakan untuk mendukung data primer terkait identitas visual yang telah dilakukan.

Proses observasi juga dilakukan pada pesaing Kementerian ATR/BPN. Observasi pada pesaing dilakukan untuk memaparkan kemiripan antara dua *brand* yang memiliki kesamaan. Studi dilakukan untuk mendapatkan celah atau kelemahan pada pesaing yang dapat dimanfaatkan dan menjadi peluang untuk melakukan perbaikan. Pesaing yang akan dijadikan bahan studi adalah Kementerian Kebudayaan yang telah melakukan perancangan ulang identitas visualnya. Melalui pengamatan ini diharapkan segala kekurangan yang dimiliki Kemenkebud dapat menjadi pelajaran dan referensi pada proses perancangan.

3.2.3 Studi Literatur

Metode penelitian studi literatur merupakan rangkaian aktivitas yang mencakup pengumpulan data dari sumber pustaka, membaca, mencatat, dan

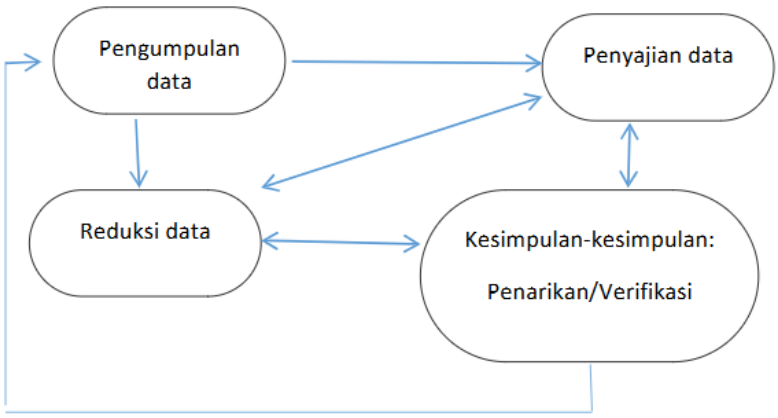
mengolah bahan penelitian. Studi literatur adalah bentuk penelitian yang memperoleh data untuk referensi dari buku, majalah, dan lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Metode ini digunakan untuk menyelesaikan permasalahan dari tulisan-tulisan yang sudah dipublikasi sebelumnya (Sjafei, 2022).

Studi literatur dalam perancangan ini digunakan untuk mencari data mengenai teori terkait perancangan identitas visual. Studi literatur berguna untuk mendapatkan referensi terkait teori-teori yang menjadi acuan perancangan. Data-data yang didapatkan berasal dari sumber literatur seperti buku, jurnal, dan artikel internet.

3.3 Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif yang dilakukan, proses konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi dibangun berdasarkan peristiwa-peristiwa yang ditemukan selama kegiatan. Maka dari itu, pengumpulan dan analisis data tidak dapat dipisahkan, keduanya berlangsung secara bersamaan dalam proses yang bersifat siklik dan interaktif, bukan mengikuti urutan yang linier.

Perancangan ini menggunakan proses analisis data berdasarkan teori Miles dan Huberman.



Gambar III.1 Proses analisis data Miles dan Huberman

Melalui proses pada gambar dapat diketahui bahwa pengumpulan data merupakan bagian intergral dalam proses analisis data. Proses yang dilakukan setelah melakukan reduksi data dan penyajian data dapat dilakukan secara

berulang-ulang, hal tersebut tergantung kompleksitas data yang diperoleh (Rijali, 2019).

- Reduksi Data

Reduksi data adalah proses menyederhanakan, memilah, dan mengorganisasi data kasar dari catatan lapangan secara berkelanjutan selama penelitian. Proses ini mencakup meringkas, mengkode, mencari tema, dan membentuk gugus data melalui seleksi ketat, ringkasan, serta pengelompokan dalam pola tertentu.

Proses ini berlangsung secara interaktif dan berulang, saling terkait dengan pengumpulan data, penarikan kesimpulan, dan penyajian data. Perkembangannya tidak linier, melainkan sekuensial dan melingkar. Tingkat kompleksitas tergantung pada ketajaman analisis yang digunakan.

- Penyajian Data

Penyajian data adalah proses menyusun informasi agar memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian kualitatif, data disajikan dalam bentuk narasi, catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, atau bagan yang memadukan informasi secara jelas dan terstruktur, sehingga memudahkan pemahaman dan analisis ulang jika diperlukan.

- Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan secara berkelanjutan sejak awal pengumpulan data. Peneliti kualitatif mulai mengidentifikasi makna, pola, penjelasan, alur sebab-akibat, dan proposisi. Kesimpulan awal bersifat sementara, terbuka, dan kritis, namun seiring waktu menjadi lebih jelas, rinci, dan kuat secara konseptual.

3.3.1 Wawancara

Wawancara dilakukan bersama Humas Kementerian ATR/BPN dan Surianto Rustan, seorang perancang identitas visual. Surianto Rustan telah menulis buku tentang dasar desain logo pada 2013 dan menulis versi terbarunya di publikasi

pada 2021. Berikut adalah hasil tanya jawab pada sesi wawancara yang dilakukan lewat *zoom meeting*.

Tabel III.1 Hasil wawancara bersama Surianto Rustan

No	Topik	Pertanyaan	Jawaban
1	Dasar Identitas Visual	Menurut anda, apakah yang dimaksud dengan identitas visual secara garis besar?	Identitas visual di Indonesia adalah identitas yang dimiliki oleh entitas dan berfokus pada elemen visual. Namun, pengertian identitas visual di luar negeri sedikit berbeda, yang dimana mereka juga mencakup kepada elemen selain visual seperti bunyi, bau, dan rasa.
		Kenapa *brand* memperlukan sebuah identitas visual yang baik?	Untuk dikenali dan untuk dibedakan, harus unik. Unik yang dimaksud adalah sesuatu yang berbeda dari yang lain. Identitas yang unik adalah identitas yang berbeda dari yang lainnya dan mudah dikenali.
		Apa yang membuat identitas visual pada *brand* harus dirancang ulang?	*Brand* sudah lama berdiri sehingga implementasi nya acak-acakan dan tidak konsisten. Terjadi *refreshment* pada *brand,* perubahan atasan. Perubahan visi dan misi pada *brand.* Terjadi *merging* antara *brand*.

		Menurut anda, bagaimanakah proses perancangan identitas visual yang sesuai?	Semua bentuk desain, memiliki proses yang sama yaitu, RSVP. RSVP adalah riset, strategi, visual, dan penerapan. Terdapat penyesuaian tergantung bidang desainnya.
2	Kriteria Logo Sebagai Elemen Utama Identitas Visual	Menurut anda, bagaimana kriteria yang baik untuk sebuah logo?	Yang paling utama adalah *unique, unique* merupakan tuhannya identitas dan logo, desain logo berbeda dari yang lainnya. *Simple*, sehingga mudah dikenali, tidak *crowded. Adaptive*, dia harus bisa diimplementasikan ke berbagai media seperti contohnya bordir baju, bordir di baju itu harus terbaca jelas. Itulah alasan kenapa logo harus *simple*, selain itu juga agar bisa dibaca atau *Legible. Timeless* atau panjang umur, desain logo tidak boleh mengikuti tren yang sifatnya sementara sehingga logo dapat bertahan lama. Tujuannya agar logo mudah dikenali. Logo juga harus menarik sesuai identitas, dan wajah *brand*.

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

		Apa yang membuat logo dapat dikatakan *original*/*distinctive*?	Masih terjadi perdebatan sebenarnya bagaimana logo yang *original*, karena *original* adalah sebuah entitas yang sama sekali baru. *Original* yang dimaksud mungkin memiliki makna otentik, merupakan penggabungan antara ide-ide visual logo lain. Maka dari itu, dibutuhkan perbendaharaan logo yang luas dalam diri desainer untuk menggabungkannya menjadi satu kesatuan logo yang otentik.
		Menurut anda, bagaimana ciri dari logo yang simple?	Sebenarnya tidak bisa dibahas secara umum, harus menggunakan kasus-kasus nyata. Tapi intinya adalah tidak sulit dikenali. Logo yang *simple* kadang tidak dapat menjadi logo yang baik karena elemen yang digunakan tidak *original*. Bahkan sebaliknya, logo abstrak bisa dikatakan *simple,* apabila dapat dijelaskan sebagai objek identitas milik entitas tersebut dengan jelas.

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

3	Identitas Visual pada Kementerian	Bagiamanakah identitas visual yang cocok dalam menggambarkan sebuah *brand* lembaga kementerian?	Harus berwibawa, dalam artian elegan dan ekslusif. Karena kementerian adalah pembuat aturan supaya dijalankan masyarakat secara seragam. Kementerian juga merupakan lembaga yang berwibawa dan dihormati. Logo juga tetap harus mengikuti kriteria yang sudah ada.
		Menurut anda, apakah identitas visual Kementerian Agraria dan Tata Ruang membutuhkan perancangan ulang? Kenapa?	Jelas butuh. Gunakan analisis kriteria pada logo. Seperti contohnya *original,* Logo jenis ini tidak dapat dikatakan *original* karena bentuknya yang terlalu banyak digunakan logo lain, begitupun dengan kriteria lainnya.

Melalui wawancara bersama Surianto Rustan, dapat dijelaskan bahwa identitas visual sangat penting bagi sebuah *brand* untuk menjadi pembeda dengan *brand* lain. Surianto Rustan juga menjelaskan bahwa setiap perancangan dalam desain membutuhkan proses yang terstruktur. Kriteria pada logo juga harus diikuti dalam pembuatannya. Melalui wawancara diatas peneliti mendalami makna dari beberapa kriteria logo seperti *original,* dan *simple,* dengan tujuan untuk memperjelas batas-batas pada kriteria tersebut.

Surianto Rustan menjelaskan ciri identitas visual yang cocok untuk lembaga Kementerian. Berikutnya Surianto Rustan juga menyampaikan bahwa dirinya setuju dengan perancangan ulang untuk identitas visual Kementerian ATR/BPN, dia juga menjelaskan bahwa dalam proses analisa nya menggunakan kriteria pada

logo yang telah ditentukan. Perancangan ulang diharapkan mampu untuk memenuhi semua kriteria dasar logo sehingga logo dapat berfungsi dengan baik.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara bersama Humas Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (ATR/BPN) guna memperoleh informasi mengenai lembaga Kementerian. Wawancara dilakukan secara daring melalui Whatsapp, prosedur yang dilakukan peneliti adalah dengan menyediakan pertanyaan pada lembar dokumen digital. Lembar dokumen digital akan diterima oleh pihak Kementerian untuk dijawab masing-masing pertanyaannya. Jawaban yang diterima oleh peneliti juga dalam bentuk dokumen digital. Data profil yang didapatkan berguna untuk mengetahui konsep *brand*, visi, misi, *target audience*, dan lainnya. Berikut adalah hasil data yang diperoleh melalui wawancara bersama Humas Kementerian ATR/BPN

Tabel III.2 Hasil wawancara bersama Kementerian ATR/BPN

No	Topik	Pertanyaan	Jawaban
1	*Brand*/Corporate Profile	Apa corporate *Value* dan Corporate Culture yang dimiliki oleh ATR/BPN?	Untuk mewujudkan tata ruang dan pertanahan yang produktif, berkelanjutan, dan adil, Kementerian ATR/BPN memiliki tiga nilai, diantaranya: Melayani, memberikan pelayan berstandar dunia, demi meningkatkan kepercayaan dan kepuasan masyarakat; Profesionalisme, mengutamakan kolaborasi, bersikap terbuka, dan semangat menghadapi perubahan, termasuk

			perkembangan teknologi; Terpercaya berarti bekerja, berpikir, berbicara, dan bertindak dengan benar, menjunjung kode etik, amanat jabatan, serta prinsip moral.
		Bagaimana citra dan identitas yang ingin dibangun oleh Kementerian ATR/BPN di mata publik?	Kementerian ATR/BPN memiliki peran strategis dalam mengurangi ketimpangan penguasaan tanah yang masih cukup tinggi. Intinya, Kementerian ATR/BPN bukan sekadar lembaga yang membagikan sertifikat atau tanah, tetapi bertanggung jawab memastikan pelaksanaan Reforma Agraria melalui pendekatan IP4T untuk mendukung pembangunan yang berkelanjutan dan bermanfaat.
		Siapa saja yang menjadi target audiens utama dari komunikasi visual Kementerian ATR/BPN? Dan bagaimana karakteristik dari audiens tersebut?	Target audiens utama komunikasi visual Kementerian ATR/BPN adalah seluruh jajaran internal, masyarakat, dan stakeholder terkait. Karakteristik Kementerian ATR/BPN mencerminkan seluruh jajarannya, disesuaikan dengan

			kebutuhan, gaya komunikasi, serta budaya dan ciri khas tiap bagian dalam lingkungan kementerian. Sementara karakteristik masyarakat dan stakeholder disesuaikan dengan kebutuhan informasi serta gaya komunikasi yang disukai dan mudah dipahami.
2	Identitas Visual Kementerian ATR/BPN	Menurut Bapak, apa saja kelebihan dan kekurangan dari logo atau identitas visual Kementerian ATR/BPN saat ini?	Kelebihan: Tampil formal dan mudah diingat, fleksibel untuk berbagai media cetak dan digital, merepresentasikan identitas Kementerian ATR/BPN. Kekurangan: Kombinasi warna logo atau identitas visual kurang dinamis.
		Bagaimana pengaplikasian logo dan identitas visual Kementerian pada berbagai media saat ini, baik cetak maupun digital?	Pengaplikasian logo atau identitas visual Kementerian ATR/BPN cukup mudah karena desainnya resmi dan formal, dengan standar warna yang konsisten agar selaras dengan key visual yang telah digunakan.

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

		Apakah terdapat kendala atau tantangan dalam mengaplikasikan logo dan identitas visual Kementerian ke berbagai media? Jika ya, mohon dijelaskan.	Selama ini, pengaplikasian tergolong aman dan tidak mengalami kendala karena desainnya yang jelas dan sederhana, sehingga mudah diterapkan di berbagai media cetak maupun digital.
		Apakah Kementerian ATR/BPN saat ini memiliki pedoman resmi yang mengatur sistem identitas visual (seperti *brand* guideline atau manual penggunaan logo)?	Ada, di dalam Permen ATR/Kepala BPN No. 2 Tahun 2023. (Dokumen tersebut membahas standarisasi sarana dan prasarana Kementerian ATR/BPN seperti gedung, ruangan, alat kerja, angkutan darat, dan lainnya. Terdapat *brand guidelines* singkat yang membahas sebagian kecil dari identitas visual. *Guidelines* hanya mengatur penggunaan *signage* pada kulit bangunan.)
3	Perancangan Ulang Identitas Visual	Apakah sebelumnya pernah dilakukan survei, riset, atau evaluasi terkait logo dan identitas visual Kementerian ATR/BPN? Jika	Dalam wawancaranya, Kementerian ATR/BPN tidak memberikan jawaban terkait pertanyaan tersebut.

		pernah, mohon dijelaskan bentuk dan hasilnya.	
		Jika kedepannya dilakukan perancangan ulang terhadap logo dan identitas visual, menurut Bapak, aspek apa saja yang perlu mendapatkan perhatian lebih?	Kemungkinan perhatian tertuju pada aspek pilihan warna dan bentuk logo.
		Menurut pandangan Bapak, seperti apa logo dan identitas visual yang ideal bagi Kementerian ATR/BPN untuk ke depannya agar dapat merepresentasikan visi dan misi secara lebih efektif?	Untuk logo dan identitas visual, pemilihan warna bisa diarahkan ke warna-warna pastel, sementara bentuk logo dapat diperbarui menjadi lebih modern dengan kombinasi bentuk yang dinamis dan tegas.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Kementerian ATR/BPN, dapat diketahui beberapa informasi mengenai Kementerian ATR/BPN. Kementerian ATR/BPN memegang tiga nilai untuk mewujudkan tata ruang dan pertanahan yang produktif, berkelanjutan, dan adil. Diantara tiga nilai tersebut adalah: Melayani, memberikan

pelayanan berstandar dunia; Profesionalisme, mengutamakan kolaborasi, sikap terbuka, dan semangat perubahan; Terpercaya, menjunjung kode etik, amanat, dan prinsip. Citra yang ingin dibangun Kementerian adalah, sebagai sosok penting yang berperan mendukung pembangunan berkelanjutan dan bermanfaat.

Target audience Kementerian ATR/BPN adalah seluruh jajaran internal, masyarakat, dan *stakeholder*. Karakteristiknya saling berbeda, jajaran internal memeiliki karakteristik yang dicerminkan Kementerian ATR/BPN, disesuaikan sesuai kebutuhan komunikasi dan budaya, serta ciri khas tiap bagian dalam lingkungan Kementerian. Karakteristik masyarakat dan *stakeholder* disesuaikan berdasarkan kebutuhan informasi dan gaya komunikasinya.

Menurut Kementerian ATR/BPN, kelebihan yang dimiliki oleh logo dan identitas visual saat ini adalah mampu tampil secara formal sehingga mudah diingat, fleksibel untuk berbagai media cetak dan digital, serta mampu merepresentasikan identitas Kementerian. Sementara itu, kekurangan yang dimiliki adalah logo dan identitas visual memiliki kombinasi yang kurang dinamis. Saat melakuakan pengaplikasian logo pada media, Kementerian ATR/BPN mengaku cukup mudah dan tanpa kendala yang berarti, hal tersebut disebabkan karena desain sudah resmi dan formal serta warna konsisten.

Kementerian ATR/BPN mengklaim telah memiliki pedoman sistem identitas visual dalam Peraturan Menteri ATR/Kepala BPN No. 2 Tahun 2023, namun isi dari peraturan tersebut lebih menitikberatkan pada standardisasi sarana dan prasarana kerja, seperti bangunan, perlengkapan kantor, dan kendaraan operasional. Dokumen ini belum sepenuhnya memenuhi kriteria sebagai pedoman identitas visual grafis yang komprehensif seperti Graphic Standard Manual karena tidak mencakup elemen-elemen penting seperti tata letak logo, aplikasi pada media, tipografi, warna sekunder, hingga pedoman penggunaan visual dalam konteks digital dan cetak.

Pada upaya perancangan identitas visual Kementerian ATR/BPN, Kementerian memberikan saran dan masukan untuk proses perancangan. Menurut

Kementerian ATR/BPN, pemilihan warna dan bentuk logo menjadi aspek yang membutuhkan perhatian lebih. Kementerian menyarankan penggunaan logo berwarna pastel adalah pilihan yang cocok untuk lembaga Kementerian. Sementara itu, bentuk pada logo disarankan untuk diperbaharui menjadi lebih modern dengan kombinasi yang dinamis dan tegas.

3.3.2 Observasi

Melalui proses observasi yang dilakukan secara daring, berupa pengamatan dan pencatatan pada jejaring sosial dan situs resmi Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional. Peneliti menemukan beberapa data yang dapat menjadi bahan penelitian untuk mendukung data primer perancangan ulang identitas visual.

A. Kementerian ATR/BPN

Berdasarkan Pasal 4 Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2020 tentang Kementerian Agraria dan Tata Ruang (ATR), Kementerian ATR bertugas melaksanakan fungsi pemerintahan di bidang agraria, pertanahan, dan tata ruang untuk mendukung Presiden dalam menjalankan pemerintahan negara. Kementerian ATR/BPN juga memiliki visi dan misi nya dalam menjalankan tugas.

- Visi Kementerian ATR/BPN

Terwujudnya Penataan Ruang dan Pengelolaan Pertanahan yang Terpercaya dan Berstandar Dunia dalam Melayani Masyarakat untuk Mendukung Tercapainya: "Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong"

- Misi Kementerian ATR/BPN

a. Menyelenggarakan Penataan Ruang dan Pengelolaan Pertanahan yang Produktif, Berkelanjutan dan Berkeadilan;

b. Menyelenggarakan Pelayanan Pertanahan dan Penataan Ruang yang Berstandar Dunia.

Kementerian ATR/BPN juga memiliki moto dalam *brand* nya yang berbunyi, melayani, profesional, dan terpercaya. Kementerian ATR/BPN dalam tugasnya memiliki fungsi yang terbagi antara Kementerian ATR dan BPN. Kementerian bertugas melaksanakan fungsi pemerintahan di bidang pertanahan serta suburusan tata ruang yang termasuk dalam lingkup pekerjaan umum, guna mendukung Presiden dalam menjalankan pemerintahan negara. Fungsi yang dimiliki oleh Kementerian ATR adalah:

1) Perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan di bidang tata ruang, survei dan pemetaan pertanahan dan ruang, penetapan hak dan pendaftaran tanah, penataan agraria, pengadaan tanah dan pengembangan pertanahan, pengendalian dan penertiban tanah dan ruang, serta penanganan sengketa dan konflik pertanahan
2) Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan urusan Kementerian di daerah
3) Koordinasi pelaksanaan tugas, pembinaan, dan pemberian dukungan administrasi kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kementerian
4) Pengelolaan barang milik/kekayaan negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian
5) Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian
6) Pelaksanaan pengembangan sumber daya manusia di bidang pertanahan dan tata ruang
7) Pelaksanaan dukungan yang bersifat substantif kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kementerian
8) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Presiden

BPN bertugas mengatur urusan pemerintah di bidang pertanahan sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Berikut adalah fungsi yang dimiliki BPN:

1) Penyusunan dan penetapan kebijakan di bidang pertanahan
2) Perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang survei dan pemetaan pertanahan
3) Perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penetapan hak dan pendaftaran tanah
4) Perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang redistribusi tanah, pemberdayaan tanah masyarakat, penatagunaan tanah, penataan tanah sesuai rencana tata ruang, dan penataan wilayah pesisir, pulau-pulau kecil, perbatasan dan wilayah tertentu
5) Perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pengadaan tanah dan pengembangan pertanahan
6) Perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pengendalian dan penertiban penguasaan dan pemilikan tanah, serta penggunaan dan pemanfaatan tanah sesuai rencana tata ruang
7) Perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penanganan dan pencegahan sengketa dan konflik serta penanganan perkara pertanahan
8) Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan BPN
9) Pelaksanaan koordinasi tugas, pembinaan, dan pemberian dukungan administrasi kepada seluruh unit organisasi di lingkungan BPN
10) Pelaksanaan pengelolaan data dan informasi pertanahan dan lahan pertanian pangan berkelanjutan
11) Pelaksanaan pengembangan sumber daya manusia di bidang pertanahan

Setelah mengetahui data awal meliputi pengertian, visi dan misi, serta tugas dan fungsi Kementerian ATR/BPN. Dapat disimpulkan bahwa lembaga ini memiliki

identitas yang jelas sebagai Kementerian, dalam menjalankan bidang pertanahan, agraria, dan tata ruang. Untuk mendapatkan data yang lebih mendalam mengenai *brand* atau lembaga ini, akan dilakukan pencarian data lebih lanjut melalui wawancara bersama *public relations* pihak Kementerian, di waktu yang akan datang.

1. Logo Kementerian ATR/BPN

a. Filosofi Logo Kementerian ATR/BPN

Berikut adalah logo Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional. Apabila menerapkan konsep The sequence of cognition (Wheeler, 2013). Bagi setiap individu yang melihat logo, otak mereka akan menyadari bentuknya terlebih dahulu, lalu warna nya, kemudian wujud keseluruhannya. Logo Kementerian ATR/BPN memiliki bentuk dasar lingkaran yang berbentuk seperti globe, memiliki warna dominan berupa biru dan kuning yang didukung dengan putih, biru muda, dan hijau. Logo ini menyertakan elemen grafis berupa padi, bangunan yang mencakup rumah dan gedung, serta pohon, tanah, dan air.

Gambar III.2 Logo Kementerian ATR/BPN

Logo Kementerian ATR/BPN memiliki makna pada setiap elemen grafis yang dibuatnya. Berikut adalah makna-makna untuk setiap elemen pada logo:

1) Lingkaran (Bumi)

Melambangkan sumber penghidupan manusia, Memaknai wadah yang berhubungan langsung dengan unsur-unsur yang ada di dalam bumi, meliputi tanah dan udara.

2) Sumbu

Melambangkan poros keseimbangan 3 (tiga) garis lintang, 3 (tiga) garis bujur Memaknai atau melambangkan Pasal 33 ayat 3 UUD 1945 mendasari lahirnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1960 tentang Peraturan Dasar Pokok-Pokok Agraria.

3) Empat Butir Padi

Melambangkan kemakmuran dan kesejahteraan. Memaknai atau melambangkan empat tujuan Penataan Pertanahan yang akan dan telah dilakukan Kementerian ATR/BPN yaitu:

- Kemakmuran
- Keadilan
- Keberlanjutan
- Harmoni Sosial

4) Bangunan, Gedung, dan Pohon

Sebagai simbol kekuatan, tekad yang bulat, keberlanjutan, dan sinergitas. Memaknai pelaksanaan secara konsisten dalam menangani, menyelesaikan dan mengutamakan hak serta menuntaskan kewajiban dengan penuh konsistensi, tertib, disiplin sesuai kebijakan yang berlaku. Lambang ini juga bermakna penggunaan dan pemanfaatan tanah yang selaras sesuai dengan tata ruang.

5) Gelombang Hijau dan Biru

Hijau melambangkan lingkungan yang terjaga Biru melambangkan warna air, Memaknai tugas Kementerian ATR/BPN yang berhubungan langsung dengan pemanfaatan ruang, tanah dan air.

Berdasarkan jenisnya, secara umum logo Kementerian ATR/BPN masuk kedalam jenis *logogram* atau ikonik, yang memiliki ciri khas bentuk dan lambang pada logonya. Jenis logo Kementerian ATR/BPN berdasarkan teori Wheeler merupakan jenis Emblem yang memiliki kaitan erat dengan makna dari *brand* itu sendiri. Logo jenis emblem sendiri memiliki kekurangan yang sering dialami, yaitu sulitnya keterbacaan logo. Logo jenis ini cocok digunakan pada seragam-seragam pegawai.

b. Warna Logo

Berikutnya adalah daftar warna yang digunakan menurut logo Kementerian ATR/BPN, beserta dengan maknannya.

Tabel III.3 Arti warna dalam logo

Warna	Makna dan Arti
Hijau	Melambangkan lingkungan alam sekitar yang terjaga dengan baik serta air
Biru Muda	Melambangkan air pada lingkungan alam sekitar
Kuning	Melambangkan kehangatan, pencerahan, intelektual dan kemakmuran
Biru	Melambangkan ruang terbuka, kebijaksanaan, kejujuran, dinamis dan keseimbangan
Merah	Melambangkan semangat, usaha yang menyeluruh dan antusiasme

Putih	Melambangkan perdamaian, spiritualitas, persatuan, pencapaian dipadukan dengan keterbukaan, kejujuran, dinamis serta berimbang

Setelah mengetahui makna dalam elemen-elemen pada logo, dapat disimpulkan logo Kementerian ATR/BPN merupakan simbol identitas yang dimilikinya. Kementerian melalui logonya berusaha menyampaikan pesan dan nilai yang dimiliki *brand*, serta visi dan misi sebagai lembaga kementerian. Logo sebagai elemen utama identitas visual memiliki kriteria yang menjadi dasar pembuatannya agar fungsinya sebagai identitas visual dapat maksimal. Media Grafis Kementerian ATR/BPN

Kementerian ATR/BPN menggunakan logo nya sebagai elemen utama dalam identitas visual pada berbagai media publikasi dan informasi. Tujuan penggunaan logo pada media adalah supaya orang dapat mengidentifikasi informasi dan berita yang diterima nya. Informasi yang diberikan oleh Kementerian aktif dipublikasikan melalui jejaring sosial dan situs resmi miliknya. Berikut adalah macam-macam media yang digunakan oleh Kementerian ATR/BPN.

2. Identitas Visual Media Grafis

a. Media Sosial Instagram

Setelah melakukan pengamatan pada Instagram resmi Kementerian ATR/BPN, terdapat setidaknya tiga jenis *template* yang digunakan sebagai media publikasi sehari-hari diantaranya adalah:

1) *Feed* Berita dan Informasi

Feed ini berisikan tentang informasi dan berita yang sedang/telah terjadi disaat proses kerja Kementerian ATR/BPN.

Gambar III.3 Tampilan Feed Berita pada Instagram (Dari Kiri ke Kanan)

Feed tersebut memiliki sampul sebagai tampilan utama pada profil Instagram Kementerian yang diikuti dengan konten dengan beberap *slide* yang berkaitan dengan judul pada sampul.

2) *Feed* Dokumentasi Kegiatan

Kementerian ATR/BPN tidak jarang memplubikasikan dokumentasi hasil kegiatannya seperti rapat pada Instagram miliknya. Berikut adalah *template* yang digunakan pada media publikasi dokumentasi.

Gambar III.4 Tampilan Feed untuk Media Publikasi Dokumentasi (Dari Kiri ke Kanan)

Feed diawali dengan sampul berisi judul kegiatan yang dilaksanakan, setelah itu diikuti dengan gambar dan foto saat kegiatan sedang berlangsung.

3) *Feed* Konten *Reels*/Video

Kementerian ATR/BPN selain mempublikasi berita dan dokumentasi kegiatan, Kementerian tidak jarang membuat konten *reels*/video yang bersifat edukatif dan informatif tentang hal yang terkait urusan agraria, tata ruang, dan pertanahan. Berikut adalah *template* pada postingan *reels* Instagram.

Konten yang dipublikasikan berupa video dengan format yang berbeda dengan *feed*

Gambar III.5 Tampilan Feed Konten Video

biasanya untuk mengikuti standar Instagram. Konten video selalu dibungkus dengan sampul yang memberi judul dari isi video tersebut, sementara konten video tidak memiliki elemen identitas visual selain dengan *subtitle*.

Selain *feed* sebagai media publikasi informasi, konten, dan dokumentasi harian. Kementerian ATR/BPN juga rutin membuat *feed* yang terkesan khusus, seperti *feed* hari raya, suka dan duka, pengumuman penting, kolaborasi, dan lainnya.

Gambar III.6 Tampilan Feed Khusus

b. Poster Infografis

Tidak jarang Kementerian ATR/BPN merilis sebuah poster yang berisikan informasi, atau biasa disebut infografis. Judul infografis yang dibuat juga bervariasi tergantung pada fenomena yang sedang terjadi atau ingin dibahas.

Gambar III.7 Salah Satu Infografis Kementerian ATR/BPN (Dari Kiri ke Kanan)

c. Media Lain

Selain media-media diatas, Kementerian ATR/BPN juga menggunakan identitas visualnya pada berbagai media lainnya seperti *thumbnail* pengumuman hingga seragam para pegawai.

Gambar III.8 Thumbnail Pengumuman

Gambar III.9 Seragam Para Pegawai Kementerian ATR/BPN

d. Signage Kementerian ATR/BPN

Kementerian ATR/BPN memiliki *signage* yang digunakan sebagai lambang yang memudahkan masyarakat mengidentifikasi lingkungannya. Berikut beberapa *signage* yang digunakannya.

Gambar III.10 Signage pada Area Halaman Kantor

Signage tersebut digunakan pada ruang terbuka dan memiliki ukuran yang besar. *Signage* digunakan untuk memberikan kemudahan pada msyarakat dalam menavigasi area sekitar kantor.

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

Gambar III.11 Signage pada Bangunan Kantor

Signage digunakan pada bagian depan bangunan kantor Kementerian. *Signage* tersebut berguna untuk memudahkan masyarakat dalam mengidentifikasi bangunan Kementerian.

3. Analisis Kriteria Logo

Berikut adalah analisis pada kriteria logo berdasarkan teori Surianto Rustan. Analisis dilakukan untuk mengetahui kekurangan dalam logo yang belum terpenuhi, guna menciptakan logo yang sempurna secara prinsipnya.

Tabel III.4 Analisis Kriteria Logo

No	Kriteria Logo	Baik	Tidak	Analisa Logo
1	Unik/*Distinctive*		V	Logo tidak memiliki visual yang menjadi ciri khas, penggunaan elemen pada logo terlalu umum, seperti elemen "web" atau "*globe*" yang menjadi bagian terbesar, dan elemen padi.
2	Sesuai Kepribadian	V		Penggunaan elemen pada logo untuk menyampaikan filosofi sudah sesuai dengan pribadi Kementerian. Pemilihan elemen

				yang digunakan memberi gambaran fungsi dan tugas Kementerian ATR/BPN sebagai lembaga yang mengatur tata ruang dan pertanahan nasional.
3	Sederhana		V	Elemen pada logo terlalu rumit dan saling menimpa satu sama lainnya. Desain pada logo juga terlihat tidak konsisten, terutama dalam penggunaan *stroke* kuning yang tidak merata. Penggunaan elemen bangunan dengan gaya *outline* tanpa isi menambah kesan yang rumit, ditambah dengan peletakannya kurang tepat.
4	Beradaptasi		V	Akibat dari kerumitannya, logo Kementerian kurang mampu untuk beradaptasi terutama pada media berukuran kecil. Menurut Alina Wheeler, logo jenis emblem seperti ini juga sulit untuk beradaptasi pada media, dan lebih cocok digunakan pada seragam.
5	Menarik		V	Logo tidak terlihat memiliki keharmonisan dalam desainnya. Banyak elemen yang digunakan namun gayanya berbeda. Logo

				tidak memiliki bentuk yang simetris dan berat sebelah.
6	Panjang Umur/*Timeless*		V	Logo belum cukup mampu untuk bertahan lama. Logo yang kompleks kurang mampu berkembang di era modern digital yang mengharuskan adaptabilitas visual dan respon cepat di berbagai ukuran dan *platform*. Penggunaan elemen *globe* memberikan kesan gaya visual kuno. Walaupun logo sudah menggambarkan kepribadian *brand*, namun tidak memiliki ciri khas yang menjadi pembeda dengan *brand* lainnya.

3.3.3 Studi Literatur

Melalui studi literatur, peneliti berupaya mengumpulkan berbagai informasi yang relevan dengan subjek penelitian untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan komprehensif. Perancangan Ulang Identitas Visual Kementerian ATR/BPN sebagian besar mengacu pada buku "Logo 2021" karya Surianto Rustan, dan buku *"Designing Brand Identity: an essential guide for the whole branding team"* karya Alina Wheeler. Berikut adalah penjelasan mengenai literatur yang digunakan:

1. *"Designing Brand Identity: an essential guide for the whole branding team*" karya Alina Wheeler

Buku ciptaan Alina Wheeler ini membahas mengenai pembuatan *brand* identity secara luas dan menyeluruh. Banyak aspek yang dibahas mengenai *brand identity* dalam buku ini seperti startegi *brand*, pengembangan konsep, komunikasi, desain identitas visual, serta penerapannya. Buku ini juga memberikan studi kasus yang terjadi pada perusahaan besar, guna menjelaskan konsep dalam buku.

Menggunakan buku ini, peniliti dapat memperoleh berbagai teori yang dapat menunjang proses perancangan. Informasi penting seperti bentuk dan kegunaan logo, elemen-elemen identitas visual, dan penjelasan mengenai *graphic standard manual* dapat membantu peneliti selama proses perancangan.

2. “Logo 2021” karya Surianto Rustan

Buku Logo 2021 terbagi menjadi dua bagian, keduanya membahas identitas visual secara spesifik untuk membangun *brand*. Topik yang paling banyak dibahas dalam buku ini adalah logo dalam sistem identitas visual. Surianto Rustan dalam bukunya juga sering menggunakan berbagai contoh nyata dari *brand* yang ada untuk menjelaskan konsepnya.

Beberapa informasi yang diperoleh peneliti melalui buku ini menjadi dasar dalam penciptaan sebuah logo. Seperti contohnya, prinsip desain logo, proses perancangan desain logo, dan penerapan sistem identitas.

3.4 Kesimpulan Hasil Analisis

Melalui pemarapan analisis data diatas, dapat diketahui kesimpulan yang berasal dari wawancara, observasi, dan studi literatur. Kementerian ATR/BPN saat ini menilai logonya cukup formal, mudah diingat, dan fleksibel untuk berbagai media. Namun, kekurangannya terletak pada desain yang kurang dinamis dan tidak sepenuhnya merepresentasikan karakter modern. Pedoman identitas visual yang ada belum lengkap sebagai standar grafis karena tidak mencakup elemen-elemen penting seperti tata letak logo, tipografi, dan aplikasi media. Kementerian menyarankan pembaruan desain dengan bentuk yang lebih modern, kombinasi visual yang dinamis, serta penggunaan warna pastel untuk mencerminkan citra kelembagaan.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Surianto Rustan, dia berpendapat bahwa sebuah logo harus unik, dalam artian dapat dengan mudah dikenali dan dibedakan. Alasan kuat yang menyebabkan sebuah identitas visual harus dirancang ulang adalah kurangnya konsistensi dalam penerapannya. Surianto Rustan dalam wawancaranya juga menjelaskan ciri-ciri yang harus dimiliki dalam proses pembuatan logo seperti unik, berkepribadian, sederhana, mudah beradaptasi, menarik, dan *timeless*.

Setelah melakukan wawancara, peneliti mencoba melakukan observasi melalui sosial media Kementerian ATR/BPN dan pesaingnya. Peneliti menemukan filosofi masing-masing logo, visi misi serta tujuan, dan pengaplikasiannya pada berbagai media. Kelebihan yang dimiliki pesaing saat menggunakan logo pada medianya adalah, mereka cenderung memanfaatkan elemen yang ada di logo menjadi aset grafis pada medianya. Sementara itu Kementerian ATR/BPN belum mampu memanfaatkan logonya sejauh itu. Namun Kementerian ATR/BPN sudah mampu menggunakan warna yang terkandung pada logo untuk media digitalnya.

Pada proses observasi, peneliti melakukan analisis terhadap kriteria desain logo Kementerian ATR/BPN dan membandingkannya dengan logo Kementerian Kebudayaan. Berdasarkan enam kriteria desain logo menurut Surianto Rustan yaitu unik, sesuai kepribadian, sederhana, adaptif, menarik, dan berumur panjang (*timeless*) logo Kementerian ATR/BPN hanya memenuhi sebagian kecil dari aspek-aspek tersebut. Logo ini cenderung:

- Tidak cukup unik, karena menggunakan elemen visual yang terlalu umum dan sering digunakan (seperti globe dan padi)
- Kurang sederhana, dengan banyak elemen yang saling tumpang tindih dan rumit sehingga mengurangi efektivitas visual
- Sulit beradaptasi, terutama pada ukuran kecil atau aplikasi digital karena kerumitan bentuk

- Kurang menarik dan tidak harmonis, akibat tidak konsistennya gaya antar elemen
- Kurang memiliki daya tahan visual (*timeless*), karena mengikuti gaya desain yang cenderung usang.

Sementara itu, logo Kementerian Kebudayaan menunjukkan performa visual yang baik pada semua kriteria, dengan desain yang unik, fungsional, sederhana, dan memiliki potensi bertahan lama dalam berbagai konteks media. Hal ini menunjukkan perlunya perancangan ulang identitas visual secara menyeluruh dan profesional.

Sebelum melakukan perancangan ulang, peneliti harus memperhatikan proses perancangan identitas visual. Perancangan ini menggunakan metode riset, strategi, visualisasi, dan penerapan yang diambil dari salah satu literatur milik Surianto Rustan. Metode ini berguna karena mampu memudahkan peneliti dalam prosesnya dan menciptakan perancangan yang efektif.

3.5 Pemecahan Masalah

Setelah melalui proses pengumpulan dan analisis data, hasil dari kesimpulannya akan digunakan selama proses perancangan ulang identitas untuk Kementerian ATR/BPN. Pada prosesnya, peneliti akan menggunakan literatur berjudul Logo 2021 karya Surianto Rustan sebagai acuan. Mulai dari tahap Riset, Strategi, Visualisasi, dan Penerapan/Produksi. Hasil dari perancangan adalah sebuah pedoman sistem identitas visual yang mengatur segala hal terkait identitas visual Kementerian ATR/BPN. Pedoman sistem atau disebut Graphic Standard Manual dapat menjadi acuan bagi Kementerian ATR/BPN untuk menjaga konsistensinya dalam memproduksi karya-karya selanjutnya..