BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ciri khas suatu *brand* dalam desain komunikasi visual tercermin melalui logonya. Logo sebagai bagian dari identitas visual mengandung gambar dan tulisan yang merepresentasikan nilai-nilai *brand*. Identitas visual sendiri adalah elemen-elemen yang dirancang untuk menciptakan *recognition* ditengah masyarakat dan menjadi pembeda antara *brand*. Konsistensi dalam identitas visual mampu membangun persepsi yang baik dan citra positif kepada masyarakat.

Apabila sebuah *brand* dapat memahami peran dan pentingnya identitas visual, *brand* tersebut dapat mempertahankan citra yang kuat di mata masyarakat. Estetika dan visual yang menarik tidak sepenuhnya membuat identitas visual menjadi baik, namun ada nilai-nilai, pesan, kepribadian, dan janji yang harus disampaikan dengan konsisten dan bermakna. Hal ini menjadi elemen kunci dalam menciptakan pengalaman *brand* yang kohesif dan bermakna bagi masyarakat. (Yasa, et al., 2024).

Penyebab suatu *brand* melakukan perancangan ulang dapat disebabkan oleh beberapa alasan, seperti hilangnya konsistensi pada identitas visual, terjadinya perubahan struktur kepemimpinan, perubahan visi dan misi, dan dilakukannya merging antara *brand*.

Lembaga Kementerian Republik Indonesia bertugas untuk mendukung visi misi presiden dalam fungsinya masing-masing. Identitas visual diperlukan oleh instansi pemerintahan untuk membangun citra positif, pengenalan pada instansi itu sendiri, dan membangun kepercayaan masyarakat dan stakeholder. Identitas visual yang konsisten dapat membangun kesan yang profesional dan terpercaya. Sejak tahun 2024 sejumlah Kementerian Republik Indonesia telah melakukan perancangan ulang pada identitas visualnya. Beberapa Kementerian yang telah melakukan perancangan ulang identitas visual adalah Kementerian Kebudayaan (Kemenkebud) dan Kementerian Lingkungan Hidup (KemenLH). Keduanya

melakukan perancangan ulang akibat terjadinya pemisahan lembaga sebelumnya menjadi lembaga baru, sehingga struktur dan visi misi juga berubah. Perancangan identitas visual sebelumnya dilakukan karena kurang mampu memenuhi nilai-nilai yang baru.

Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (ATR/BPN) merupakan lembaga yang membantu Presiden dan Wakil Presiden dalam urusan pertanahan. Berdasarkan Peraturan Presiden No. 47 Tahun 2020, Kementerian ATR berfokus pada perumusan kebijakan, pengawasan, dan pengendalian tata ruang nasional, seperti penerbitan regulasi, pembinaan kelembagaan, dan pengelolaan aset negara. Sementara itu, sesuai Peraturan Presiden No. 48 Tahun 2020, BPN menjalankan fungsi operasional yang langsung melayani masyarakat, seperti penerbitan sertifikat tanah, penanganan sengketa, serta pengukuran dan pemetaan bidang tanah.

Seiring berkembangnya zaman, banyak *brand* yang memanfaatkan berbagai media untuk menampilkan identitas visualnya masing-masing. Media yang digunakan juga bervariasi seperti billboard, televisi, majalah, website, dan lainnya. Kementerian ATR/BPN dengan berbagai fungsi dan tugasnya juga memanfaatkan media untuk identitas visualnya seperti alat tulis, signage, seragam, dan lainnya. Pemanfaatan media untuk menyebarkan *brand recognition* di tengah masyarakat membutuhkan identitas visual yang jelas, mudah dibaca, walaupun secara singkat namun dapat dipahami.

Kementerian ATR/BPN sebagai lembaga yang melayani masyarakat dan urusan tata ruang nasional memiliki logo yang terlalu rumit, karena mengandung banyak elemen grafis yang saling tidak bersinergi. Logo dalam penciptaannya harus mencakup unsur simplistik, salah satu tujuannya adalah untuk meningkatkan keterbacaan. Logo yang baik adalah logo yang mampu beradaptasi pada berbagai media. Baik media yang kecil seperti pada pulpen atau yang cepat seperti pada transportasi. Dalam pelaksanaannya Kementerian ATR/BPN memiliki nilai-nilai yang harus dipegang yaitu melayani, profesional, dan terpercaya. Penggunaan identitas visual yang baik pada media dapat membangun kepercayaan seluruh lapisan masyarakat dan stakeholder pada lembaga tersebut. Identitas visual yang

baik juga menunjukkan profesionalisme lembaga dalam melayani seluruh masyarakat Indonesia.

Pada akhirnya pembuatan logo dalam identitas visual tidak hanya harus simple dan mudah beradaptasi, namun juga memperhatikan aspek lainnya yang berkaitan. Selain itu logo juga harus mudah diingat dan disadari oleh masyarakat. Sebelum memulai perancangan, peneliti harus melakukan pengumpulan data. Metode yang digunakan dalam menyusun perancangan terdiri dari wawancara, observasi, dan studi literatur. Saat melakukan perancangan peneliti menggunakan metode RSVP yang terdiri dari Riset, Strategi, Visualisasi, dan Produksi. Peneliti akan menggunakan teori Suriyanto Rustan sebagai acuan prinsip pada logo yang membantu proses perancangan.

1.2 Identifikasi Masalah

Melalui latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional memiliki beberapa masalah, yaitu:

1. Kementerian ATR/BPN membutuhkan identitas visual yang mampu beradaptasi di berbagai media,
2. Kementerian ATR/BPN membutuhkan identitas visual yang dapat merepresentasikan *brand value*, visi, dan misi lembaga.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu:

1. Bagaimana merancang identitas visual Kementerian ATR/BPN yang mampu beradaptasi di berbagai media?
2. Bagaimana menyampaikan *brand value*, visi, dan misi Kementerian ATR/BPN melalui perancangan ulang identitas visual?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan penjelasan permasalahan, peneliti memiliki tujuan dalam penelitian tugas akhir yaitu:

- a. Agar logo dan identitas visual mudah dibaca dan dipahami. Menciptakan citra positif lewat ciri khas lembaga di kalangan masyarakat dan seluruh stakeholder,
- b. Untuk menciptakan identitas visual yang sesuai dengan *brand value*, visi, dan misi Kementerian ATR/BPN yang konsisten, agar memiliki kesan profesional dan dapat dipercaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan wawasan dan edukasi terkait perancangan identitas visual, serta memperluas wawasan tentang kriteria logo yang sesuai dalam menciptakan *brand recognition*.

1.5.1 Bagi Universitas Pembangunan Jaya

Hasil perancangan ulang identitas visual dapat membuka peluang antara Kementerian dan pihak kampus dalam bekerja sama. Menciptakan dan membenahi identitas visual kementerian dapat mengangkat nama universitas apabila kerja sama berhasil terjalin.

1.5.2 Bagi Kementerian ATR/BPN

Hasil penelitian dapat dijadikan acuan untuk memahami kekurangan dalam identitas visual yang ada, dan memperbaikinya sesuai teori, kriteria, dan prinsipnya. Kementerian ATR/BPN juga dapat menggunakan hasil perancangan dalam tujuan untuk membangun citra dan *brand recognition* pada masyarakat

1.5.3 Bagi Peneliti

Memberi wawasan lebih pada peneliti melalui proses observasi dan studi literatur. Edukasi mengenai perancangan identitas visual serta teknik-teknik, prinsip, dan aturan pembuatannya menjadi informasi yang dapat membantu peneliti dalam proyek-proyek yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1. Pendahuluan

Berisikan latar belakang yang menjelaskan pengertian identitas visual secara umum, informasi dasar mengenai Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (ATR/BPN), hingga permasalahan dalam identitas visual pada Kementerian ATR/BPN. Bab ini juga berisikan identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat.

BAB 2. Tinjauan Umum

Tinjauan umum membahas penelitian lain yang memiliki judul serupa guna mencari *research gap* antara penelitian ini dengan yang lain. Bab ini juga menyajikan data-data teori yang berkaitan dengan desain komunikasi visual. Data teori digunakan dalam perancangan identitas Kementerian Agraria dan tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional.

BAB 3. METODOLOGI DESAIN

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai data yang telah diperoleh, selanjutnya data akan dianalisis dan diberikan kesimpulan. Data hasil analisis akan menentukan bagaimana jalannya perancangan. Bab ini juga menjelaskan proses perancangan identitas visual secara teratur.

BAB 4. STRATEGI KREATIF

Bab ini berisikan berbagai macam strategi dan pendekatan guna melakukan perancangan yang tepat sasaran. Pada bab ini juga dibahas proses pembuatan identitas visual, mulai dari sketsa, alternatif, hingga logo final.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan hasil kesimpulan penelitian terhadap perancangan identitas visual pada Kementerian ATR/BPN. Bab ini juga memberikan saran-saran yang dimasukan peneliti untuk penelitian serupa yang akan datang.