

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Identitas visual adalah representasi visual dan verbal dari sebuah merek atau kelompok. Identitas visual mencakup semua elemen desain yang relevan seperti logo, kop surat, kartu nama, dan situs web. Kunci dari identitas visual adalah logo sebagai simbol identifikasi yang unik. Logo ini penting karena setiap kali dilihat oleh audiens, mereka harus dapat segera mengenali dan mengidentifikasi entitas yang dimaksud. Logo memiliki nilai signifikan dalam membangun identitas sebuah merek, tujuan sosial, atau perusahaan (Landa, 2019). Identitas visual dapat memperkuat citra dan daya tarik suatu daerah. Melalui desain logo, warna, dan elemen visual lainnya, identitas visual memungkinkan suatu daerah untuk menyampaikan nilai-nilai budaya, sejarah, dan karakteristik uniknya kepada masyarakat lokal dan pengunjung. Dengan memiliki identitas visual yang khas dan mudah dikenali, suatu daerah dapat meningkatkan citra dan daya tariknya sebagai destinasi wisata, investasi, atau tempat tinggal. Identitas visual yang kuat juga mempermudah dalam upaya pemasaran dan *branding*, membantu membedakan dari daerah lain serta mempromosikan potensi pariwisata dan ekonomi lokal. Oleh karena itu, identitas visual menjadi aspek yang penting dalam membangun identitas suatu daerah secara keseluruhan.

*City branding* adalah strategi yang digunakan oleh suatu kota untuk menarik perhatian wisatawan dan investasi asing, serta mempromosikan perkembangan yang sedang berlangsung. Strategi *city branding* sering kali menekankan unsur budaya dan kreativitas untuk membentuk identitas yang unik, yang dapat mencerminkan keistimewaan dan keunikan kota atau kabupaten tersebut (Wahyudi, L., Sarjiyanto, & Suryanadi, P, 2019). Identitas visual dan *City Branding* memiliki hubungan yang erat karena identitas visual, seperti logo, warna, dan desain grafis, berperan penting dalam membentuk citra dan reputasi suatu kota. Melalui elemen-elemen visual yang sesuai, sebuah kabupaten atau kota dapat mengekspresikan nilai-nilai, sejarah, dan keunikan budayanya, serta menarik minat wisatawan dan penduduk lokal. Identitas visual yang kuat dan terencana dengan baik membantu membedakan kota dari yang lain, menciptakan kesan kesatuan dan profesionalisme, serta memperkuat ikatan emosional antara masyarakat dan tempat tinggal mereka. Maka dari itu, identitas visual menjadi alat penting dalam proses *branding*

kabupaten atau kota, membantu memperkuat citra kabupaten atau kota sebagai destinasi menarik dan tempat yang layak untuk dikunjungi.

Kabupaten Magelang adalah suatu daerah yang dikelilingi oleh banyak gunung dan bukit. Kabupaten Magelang memiliki banyak kekayaan alam serta peninggalan sejarah sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan nusantara (wisnus) ataupun wisatawan mancanegara (wisman). Candi Borobudur adalah salah satu peninggalan sejarah yang paling dikenal di Kabupaten Magelang. Candi Borobudur yang merupakan salah satu objek wisata yang berada dibawah perlindungan UNESCO sebagai warisan dunia (World Heritage, 1991) . Selain Candi Borobudur, Kabupaten Magelang juga menyimpan kekayaan budaya lain, seperti Candi Selogriyo, Candi Ngawen, Candi Pawon, dan masih banyak lagi. Banyaknya peninggalan sejarah merupakan salah satu alasan Kabupaten Magelang menjadi destinasi unggulan di Indonesia. Menurut data dari Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Magelang yang diambil dari situs [pusaka.magelangkab.go.id](http://pusaka.magelangkab.go.id) dengan judul ‘Rekap Kunjungan Wisatawan Perbulan Tahun 2022’, wisatawan di Kabupaten Magelang pada tahun 2021 berjumlah 566.503 orang yang terdiri dari wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus). Kemudian jumlah wisatawan mengalami kenaikan pada tahun 2022 menjadi 1.951.701 orang. Berdasarkan data yang telah disebutkan sebelumnya, Kabupaten Magelang teridentifikasi sebagai salah satu daerah di Indonesia yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang melimpah. Selain itu, Kabupaten Magelang memiliki jumlah kunjungan wisatawan yang banyak. Walaupun begitu, hingga saat ini, Kabupaten Magelang belum memiliki identitas visual yang kuat untuk meningkatkan citra dan daya tariknya. Perlu upaya lebih lanjut dalam merancang identitas visual yang mencerminkan keberagaman dan keunikan daerah tersebut, sehingga mampu menarik perhatian wisatawan dan masyarakat luas, serta memperkuat posisi Kabupaten Magelang sebagai tujuan wisata yang menarik di Indonesia.

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, penting bagi Kabupaten Magelang untuk memiliki strategi yang tepat. Strategi untuk meningkatkan citra dan pengenalan Kabupaten Magelang adalah dengan merancang identitas visual *City Branding* Kabupaten Magelang yang dinamis melalui buku pedoman *Graphic Standard Manual* (GSM). Pada situs [magelangkab.go.id](http://magelangkab.go.id) tanggal 19 April 2018 dengan judul artikel ‘Pemkab Magelang Serius Bangun *'City Branding'*’, Asisten Administrasi Umum Sekretariat Daerah

Magelang, Endra Wacana, mengatakan bahwa *branding* yang kuat akan memudahkan identifikasi dan membedakan destinasi Kabupaten Magelang dari yang lain, menciptakan daya tarik yang berkelanjutan bagi wisatawan. Upaya membangun citra dan identitas yang khas bagi Kabupaten Magelang menjadi kunci untuk memaksimalkan potensi pariwisata dan menjaga pertumbuhan kunjungan wisatawan. Identitas visual sebaiknya mendukung *City Branding* Kabupaten Magelang dan dapat diimplementasikan di berbagai media dan platform, mulai dari brosur, spanduk, *website*, hingga media sosial. Dengan adanya identitas visual yang dinamis, Kabupaten Magelang dapat membangun citra yang lebih kuat dan meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata yang menjanjikan.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, ditemukan beberapa identifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

1. Kabupaten Magelang belum memiliki identitas visual yang mencerminkan kekhasan, nilai-nilai, visi dan misi Kabupaten Magelang.
2. Belum adanya pedoman *Graphic Standard Manual (GSM)* untuk Kabupaten Magelang.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, ditemukan beberapa rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana cara menyampaikan informasi tentang identitas visual yang mencerminkan kekhasan, nilai-nilai, visi dan misi Kabupaten Magelang?
2. Bagaimana merancang identitas visual *City Branding* Kabupaten Magelang yang dinamis melalui buku pedoman *Graphic Standard Manual (GSM)*?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, ditemukan beberapa tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Agar masyarakat luas dapat mengetahui dan memahami kekhasan, nilai-nilai, visi dan misi Kabupaten Magelang.

2. Dengan strategi komunikasi, strategi kreatif, strategi media, dan konsep visual yang tepat, masyarakat luas dapat menerima pesan identitas visual *City Branding* Kabupaten Magelang yang dinamis melalui buku pedoman *Graphic Standard Manual* (GSM).

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Bagi Universitas Pembangunan Jaya**

Berikut adalah beberapa manfaat bagi Universitas Pembangunan Jaya yang dihasilkan dari Tugas Akhir:

1. Meningkatkan reputasi universitas dengan melakukan penelitian yang relevan dengan kebutuhan daerah dan industri.
2. Memperluas jaringan kerjasama antara universitas dengan pemerintah daerah.
3. Berpotensi menjadi contoh prestasi yang dapat digunakan untuk promosi universitas kepada calon mahasiswa dan pemangku kepentingan lainnya.

### **1.5.2 Bagi Peneliti**

Berikut adalah beberapa manfaat bagi peneliti yang dihasilkan dari Tugas Akhir:

1. Mendapatkan pengalaman nyata dalam melakukan penelitian dan memecahkan masalah desain yang kompleks.
2. Meningkatkan keterampilan analisis, desain grafis, dan riset.
3. Membangun portofolio yang kuat untuk meningkatkan peluang karir di industri kreatif.

### **1.5.3 Bagi Pemerintah**

Berikut adalah beberapa manfaat bagi pemerintah yang dihasilkan dari Tugas Akhir:

1. Memperoleh identitas visual untuk mempromosikan Kabupaten Magelang sebagai tujuan wisata yang menarik.
2. Meningkatkan citra daerah sebagai destinasi yang berdaya tarik bagi wisatawan dan penduduk lokal.
3. Mengoptimalkan upaya pemasaran dan promosi untuk meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan penduduk lokal.

### **1.5.4 Bagi Pihak Lain**

Berikut adalah beberapa manfaat bagi pihak lain yang dihasilkan dari Tugas Akhir:

1. Memiliki identitas visual yang mempermudah pengenalan dan memperkuat identitas lokal bagi masyarakat Kabupaten Magelang.
2. Meningkatkan daya tarik bagi pelaku usaha lokal dengan menyediakan platform untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing.
3. Memudahkan wisatawan dalam mengidentifikasi dan mengakses informasi tentang potensi wisata, produk lokal, dan layanan di Kabupaten Magelang.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

BAB I berisi tentang latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN UMUM**

BAB II berisi teori yang berkaitan dengan Desain Grafis, *Design Thinking*, Branding, Identitas Visual, *City Branding*, dan Kabupaten Magelang

### **BAB III : METODOLOGI DESAIN**

BAB III berisi proses rancangan penelitian, jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, hasil pengumpulan data, dan teknik analisa data. Penganalisaan data akan digunakan untuk pemecahan masalah yang diangkat pada topik Tugas Akhir.

### **BAB IV : STRATEGI KREATIF**

BAB IV berisi rancangan konsep karya dan *final art*. Konsep karya terdiri dari strategi komunikasi, strategi media, konsep kreatif, konsep visual, dan konsep verbal.

### **BAB V : PENUTUP**

BAB V membahas kesimpulan dan saran dari penelitian dalam perancangan Identitas Visual *City Branding* Kabupaten Magelang.