



7.5%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 11 JUL 2024, 1:14 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

IDENTICAL 0.07% **CHANGED TEXT** 7.43% **QUOTES** 0.02%

Report #21989473

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Identitas visual merupakan representasi visual suatu entitas selayak perusahaan, merek, atau organisasi, yang menggunakan elemen-elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan desain grafis. Memiliki identitas visual merupakan cara untuk mengidentifikasi dan membedakan suatu merek dari yang lain, serta untuk membangun citra yang konsisten dan mudah diingat bagi konsumen. Identitas visual berperan penting dalam menyampaikan pesan, nilai, karakteristik yang khas, serta menciptakan pengenalan merek yang kuat. **53** Identitas visual yang konsisten dapat menciptakan kesan yang kuat dan profesional di benak audiens. Hal ini menunjukkan bahwa sebuah merek dapat dipercaya. Identitas visual memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan atau citra merek melalui elemen-elemen visual seperti simbol yang unik untuk membangun kepercayaan konsumen. (Surianto Rustan, 2009) Identitas visual biasa disebut juga sebagai "Logo". Sebuah logo memiliki hubungan yang kuat dengan nama. Nama dapat memberikan gambaran tentang seseorang, seperti jenis kelamin, kewarganegaraan, karakter, dan lainnya. Begitu juga logo yang berperan penting untuk menciptakan sebuah merek atau identitas. Memiliki Identitas visual yang kuat dan berciri khas merupakan salah satu bentuk dukungan untuk perkembangan dan potensi yang ada di daerah Indonesia. Adanya Identitas visual menjadi suatu cara yang tepat untuk mendukung city branding. Metode atau upaya dalam menciptakan merek untuk suatu kota

dengan tujuan memudahkan pengenalan kota tersebut kepada target pasar seperti investor, turis, talenta, dan penyelenggara acara berdasarkan positioning merupakan pengertian dari city branding . Secara umum, city branding berfokus pada pengelolaan citra kota untuk membangun citra yang positif, mempunyai ciri khas, dan mudah untuk dikenal (Darmawanto, 2019) Terdapat salah satu daerah di Banten, yaitu Kabupaten Serang yang berpotensi menjanjikan untuk masa depan, terutama dalam sektor pertanian, industri, pariwisata, perdagangan, dan jasa. Wilayah ini memiliki kekayaan alam dan tenaga manusia yang unggul dan mendukung pengembangan daerah secara optimal. Masyarakat Kabupaten Serang dikenal sebagai masyarakat yang religius, penuh kekeluargaan, dan tinggi rasa gotong royong. Hal ini membuat rendahnya konflik politik di Kabupaten Serang, sehingga menciptakan lingkungan yang damai, aman, dan teratur untuk membuka usaha. Kondisi tersebut membuat para investor yakin dan nyaman menjalankan bisnis di Kabupaten ini. (Nandang Rusnandar, 2019) Berdasarkan informasi Dinas Komunikasi Informatika, Persandian, dan Statistik Kabupaten Serang (DISKOMINFOSATIK) Kabupaten Serang dikenal sebagai salah satu daerah penghasil padi setiap tahunnya. Bupati Kabupaten Serang, Ibu Ratu Tatu Chasanah berpendapat bahwa Kabupaten Serang memiliki lahan yang luas hingga iklim yang mendukung. Kabupaten Serang adalah kabupaten berpotensi dalam aspek wisata, budaya, dan ekonomi yang menarik serta harus

dioptimalkan. Berdasarkan peraturan daerah (PERDA) Kabupaten Serang mengenai rencana pembangunan pariwisata Kabupaten Serang tahun 2014-2015 nomor 8 tahun 2014, pariwisata berpotensi untuk digunakan sebagai sumber dalam peningkatan kualitas masyarakat dari segi pembangunan sumber daya manusia, khususnya bagi penduduk yang bedekatan dengan tempat wisata. Pariwisata menjadi salah satu sumber dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tidak hanya dari segi material dan spiritual, tetapi juga dalam hal kesejahteraan intelektual dan kultural. Berdasarkan potensi ini, PERDA tentang rencana pembangunan pariwisata Kabupaten Serang adalah usaha Pemerintah Kabupaten Serang untuk membangun dengan optimal hal yang bersangkutan dengan pariwisata, mengingat Kabupaten Serang memiliki potensi wisata yang besar. Kabupaten Serang merupakan daerah di Banten yang menghubungkan dua pulau, yakni Pulau Jawa dan Pulau Sumatera. Jarak Kabupaten Serang sekitar 70 km dari Jakarta yang terletak di bagian ujung Barat dan Utara Pulau Jawa. 2 Memiliki luas wilayah adalah 1.467,35 km², terdiri dari 326 desa dan 29 kecamatan. 2 26 Dalam geografis, Kabupaten Serang terletak di koordinat 5°50' - 6°21' LS dan 105°0' - 106°22' BT. 1 5 10 Batas administratifnya adalah Kota Serang dan Laut Jawa di bagian Utara, Kota Cilegon dan Selat Sunda di Barat, Kabupaten Tangerang di Timur, serta Lebak dan Pandeglang di bagian Selatan. Berdasarkan artikel yang telah dikutip dari detik news dengan penulis Yudistira Perdana Imandiar pada Jumat, 17 Maret 2023 Bupati Serang Ibu Ratu Tatu Chasanah mengatakan bahwa telah meresmikan tempat wisata Bumi Tirtayasa di Desa Tirtayasa, Kecamatan Tirtayasa. Tempat wisata tersebut memanjakan mata dengan sawah dan pepohonan yang asri, dan dilengkapi dengan tempat kuliner serta tersedia kolam renang. Ibu Ratu Tatu mengatakan bahwa pemerintah kabupaten Serang sebelumnya sudah menetapkan 30 desa wisata yang akan diresmikan secara bertahap pada tahun 2023 ini. (Imandiar, 2023). Ini merupakan salah satu bukti bahwa pariwisata Kabupaten Serang memiliki potensi yang menjanjikan untuk kedepannya. Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, Kabupaten Serang perlu diimbangi dengan identitas visual dan city branding

yang unik dan sesuai dengan representasi daerahnya. Penulis mengetahui bahwa belum ada identitas visual pada Kabupaten Serang yang sudah ditetapkan dan disahkan secara resmi oleh pemerintah Kabupaten Serang. Penulis ingin membuat perancangan identitas visual city branding Kabupaten Serang untuk meningkatkan minat dan perhatian yang lebih banyak dari para wisatawan serta memberitahu kepada khalayak umum bahwa Kabupaten Serang juga memiliki banyak tempat wisata yang berpotensi dan sangat memadai untuk dikunjungi.

1.2 Identifikasi Masalah

Penulis menemukan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan berdasarkan uraian latar belakang, yaitu:

1. Potensi Kabupaten Serang belum diimbangi dengan perwujudan identitas visual berupa GSM (graphic standard manual) yang sesuai dengan visi dan misi Kabupaten Serang.
2. Kabupaten Serang memiliki keterbatasan dalam merepresentasikan citra (branding) dibenak masyarakat.

1.3 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan dua rumusan masalah sebagai dasar penyelesaian masalah, yaitu:

1. Bagaimana menyampaikan informasi nilai-nilai visi dan misi Kabupaten Serang melalui identitas visual?
2. Bagaimana merancang identitas visual Kabupaten Serang melalui pendekatan budaya melalui strategi city branding?

1.4 Tujuan Penulisan

Pada latar belakang dan penjelasan permasalahan, penulis memiliki tujuan dalam menulis tugas akhir, yaitu:

- a. Agar masyarakat luas mengetahui potensi dan keunggulan yang dimiliki oleh Kabupaten Serang melalui identitas visual.
- b. Membuat city branding Kabupaten Serang melalui strategi komunikasi dan strategi kreatif yang baik dan tepat agar masyarakat dapat menerima pesan melalui konsep visual dengan jelas dan tersampaikan.
- c. Memperlihatkan keunggulan dan karakter yang kuat untuk Kabupaten Serang serta menemukan differentiation atau USP Kabupaten Serang dengan identitas visual di daerah lainnya.
- d. Merancang brand guideline identitas visual Kabupaten Serang yang untuk menjaga konsistensi dan kualitas city branding Kabupaten Serang.

1.5 Manfaat Penulisan

Dari tujuan penulisan dan permasalahan yang telah jelaskan di atas, terdapat beberapa manfaat dalam penulisan ini yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1.5.1

Manfaat Praktis: Hasil penulisan tugas akhir ini diharapkan menghasilkan penulisan yang bermanfaat dan dapat memberi masukan bagi pihak yang berkepentingan, serta membantu pihak lain dalam menyajikan informasi untuk penulisan serupa dimasa mendatang.

1.5.2 Manfaat Teoritis: Penulisan ini penulis harap dapat menjadi acuan serta referensi dalam memberikan manfaat dalam memperluas pengetahuan mengenai bidang ilmu desain, khususnya dalam bidang desain grafis dan perancangan identitas visual.

A. Bagi Universitas Pembangunan Jaya Memperluas pandangan akademik pengetahuan di berbagai bidang, memperluas cakupan ide-ide yang dapat diakses oleh para akademisi, serta memberikan landasan yang kokoh bagi penulisan dan diskusi intelektual yang lebih mendalam.

B. Bagi Penulis Mengeksplorasi ide-ide baru, menguji hipotesis, dan menciptakan kontribusi berharga bagi bidang pengetahuan mereka. Selain itu, penulisan juga membuka peluang untuk berkolaborasi dengan sesama penulis, memperluas jaringan profesional, dan meningkatkan visibilitas dan kredibilitas mereka dalam komunitas ilmiah.

C. Bagi Perusahaan Mengembangkan produk atau layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar, mengidentifikasi peluang baru, serta meningkatkan efisiensi operasional dan strategi pemasaran yang efektif atau tepat.

D. Bagi Pihak Lain Menjadi sumber informasi yang berharga bagi masyarakat umum, pemerintah, dan lembaga non-profit. Hasil penulisan dapat digunakan untuk membuat kebijakan publik yang lebih efektif, meningkatkan kualitas layanan publik, serta memberikan solusi bagi berbagai masalah sosial, dan ekonomi.

1.6 Sistematika Penulisan Sistematika penulisan adalah kerangka atau struktur yang digunakan untuk menyusun suatu karya tulis agar tersusun secara teratur, logis, dan mudah dipahami oleh pembaca. Sistematika penulisan yang digunakan terdiri dari pendahuluan, tinjauan pustaka, metodologi desain, strategi kreatif, dan penutup yang akan dijelaskan secara singkat sebagai berikut:

1.6 **30** 1 BAB I PENDAHULUAN Bab ini membahas latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, dan sistematika penulisan. Pada bab ini akan dibahas juga mengenai permasalahan yang ada dalam mengembangkan identitas visual sebagai

bagian dari strategi city branding Kabupaten Serang 1.6.2 BAB II TINJAUAN UMUM Bab ini membahas tentang tinjauan pustaka dan tinjauan teori yang akan dijadikan landasan dalam merancang identitas visual city branding Kabupaten Serang. 1.6.3 BAB III METODOLOGI DESAIN Bab ini membahas tentang rancangan penulisan, jenis penulisan, lokasi penulisan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, analisis segmentasi, targeting, dan positioning, strategi 5W + 1H, analisis SWOT. 1.6.4 BAB I V STRATEGI KREATIF Bab ini membahas mengenai konsep karya, strategi media, strategi komunikasi, konsep visual, konsep kreatif, konsep verbal, dan final art mengenai perancangan identitas visual city branding Kabupaten Serang 1.6

13 5 BAB V PENUTUP Bab ini membahas kesimpulan serta saran dari hasil penulisan dan final art perancangan identitas visual Kabupaten Serang. BAB II TINJAUAN UMUM 2.1 Tinjauan Pustaka Tinjauan pustaka merupakan hal penting dalam karya tulis ilmiah yang berfungsi untuk menganalisis literatur atau penulisan yang sesuai dengan topik yang diteliti. Dengan menggali dan mengevaluasi berbagai sumber literatur yang relevan, tinjauan pustaka tidak hanya memperkuat landasan teoritis penulisan, tetapi juga memberikan wawasan yang diperlukan untuk mengidentifikasi kekosongan pengetahuan yang perlu diisi. Berikut merupakan beberapa acuan jurnal yang dijadikan tinjauan pustaka: a. (Renta Yusantiar, 2018). Perancangan Identitas Visual untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang. Andharupa, 10-15 Jurnal ini membahas tentang pariwisata di Kabupaten Rembang yang memiliki masalah dalam media promosi dan logo. Logo lama pariwisata Kabupaten Rembang menampilkan foto siluet dari RA Kartini dalam sebuah bingkai. Media promosi pariwisata Kabupaten Rembang juga tidak memiliki penggunaan elemen warna, visual, dan tipografi yang konsisten. Oleh karena itu, diperlukan perancangan ulang media promosi dan logo pada pariwisata Kabupaten Rembang untuk memperluas kesadaran masyarakat mengenai wisata di daerah tersebut. Perancangan ulang desain ini akan mencakup unsur visual dari Kabupaten Rembang seperti motif batik dan warna untuk memperkenalkan identitas daerah. b. (Firmandia Satria, 2021).

42 Konsep city branding dan Identifikasi Nilai Lokal Pada Kota-Kota

dalam Mendukung Nation Branding di Indonesia. Jurnal Desain, 30-40. Jurnal ini membahas tentang perancangan city branding untuk mendukung dan memperkuat nation branding. Jurnal tersebut juga menjelaskan bahwa nation branding adalah suatu pendekatan yang sering digunakan untuk membedakan identitas suatu negara dalam persaingan global yang semakin ketat, khususnya dalam hal kinerja ekonomi, aktivitas ekspor-impor, investasi, dan sektor pariwisata. c. (Wiratama, 2018). Perancangan Identitas Visual Kota Salatiga Sebagai Kota Multikultur dan Toleran. Jurnal Seni Rupa dan Desain, 190-200. Jurnal ini membahas perancangan identitas visual Kota Salatiga yang menekankan toleransi dan keberagaman melalui logo dan berbagai media. **50** Penulisan menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur, observasi, dan wawancara. Konsep branding yang dihasilkan adalah "Salatiga: Miniatur Indonesia, yang menggambarkan toleransi dan multikulturalisme. **45** Logo "Tiga Wajah" merepresentasikan toleransi, multikulturalisme, keharmonisan, keramahan, dan legenda Salatiga. 2.2 Tinjauan Teori Pada proses penulisan dan perancangan dibutuhkan beberapa teori utama dan teori pendukung untuk memaksimalkan penulisan dan perancangan. Berikut beberapa teori terkait yang dibutuhkan: 2.2.1 Identitas Visual Menurut (Surianto Rustan, 2009) Identitas visual merupakan elemen penting pada sebuah brand yang akan dikenali dan dipahami oleh audiens. **20** Identitas visual yang tepat dapat membentuk identitas sebuah perusahaan atau produk yang sesuai dengan nilai-nilai perusahaan atau produk tersebut sehingga lebih mudah diingat dan dikenali oleh masyarakat. Dalam berkompetisi di era industri kreatif ini, memiliki identitas visual dapat membantu menciptakan kesan yang konsisten, mudah dikenali oleh masyarakat, membedakan merek dari pesaingnya, dan berfungsi sebagai alat komunikasi utama dalam menyampaikan nilai dan pesan merek kepada audiens. Peran Identitas visual tidak hanya sekadar logo saja. Identitas visual adalah kegiatan membangun sebuah brand dan membuat identitas brand yang terdiri dari logo, nama, tata letak, warna, dan lain-lain. Beberapa komponen tersebut sangat diperlukan dalam merancang identitas visual city branding Kabupaten Serang untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan

mempertahankan konsistensi dan kualitas dari city branding Kabupaten Serang. Hasil perancangan identitas visual ini nantinya akan dikemas dan dirangkum dalam buku panduan berupa brand guideline . 2.2.2 Desain Komunikasi Visual Menurut buku karya Ricky W. Putra dengan judul "Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan", Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah bidang studi yang menggabungkan elemen- elemen seni, desain, dan komunikasi untuk menyampaikan pesan secara visual. 31 Tujuan utama DKV adalah untuk menciptakan karya visual yang efektif dalam mengkomunikasikan ide, informasi, atau pesan tertentu kepada audiens yang dituju. 16 44 Bidang ini mencakup berbagai disiplin, seperti grafis, ilustrasi, tipografi, fotografi, multimedia, dan desain interaktif. Desain melibatkan perancangan estetika, selera, dan kreativitas. Komunikasi adalah ilmu untuk menyampaikan ide, informasi, emosi, atau pesan dari satu pihak ke pihak lain melalui berbagai media. Sementara itu, visual adalah sesuatu yang bisa dilihat. Dari ketiga konsep ini, komunikasi menjadi Gambar Error: Reference source not found.1 Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan fokus utama. Teori dasar desain komunikasi visual ini akan digunakan sebagai dasar dalam proses perancangan identitas visual. 2.2.3 Komunikasi Berdasarkan teori yang didapatkan dari buku karya Ricky W. Putra dengan judul "Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan", komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari individu (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan). (Putra, Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan, 2020). Terdapat Komunikasi juga terdiri dari beberapa jenis, yaitu: 1. 12 27 Komunikasi Verbal: Komunikasi verbal adalah proses penyampaian informasi, ide, atau perasaan melalui penggunaan kata-kata, baik secara lisan maupun tulisan. Bentuk komunikasi ini melibatkan penggunaan bahasa yang terstruktur dan jelas untuk memastikan pesan dapat diterima dan dipahami oleh penerima dengan tepat. 38 2. Komunikasi Nonverbal: Komunikasi nonverbal adalah proses penyampaian informasi, ide, atau perasaan tanpa menggunakan kata-kata. 12 14 28 Bentuk komunikasi ini melibatkan isyarat tubuh, ekspresi wajah, gerakan tangan, intonasi suara, kontak mata, postur, dan penggunaan ruang atau jarak untuk menyampaikan pesan.



Komunikasi nonverbal sering kali melengkapi atau menggantikan komunikasi verbal, memberikan konteks tambahan dan makna pada interaksi. 3.

Komunikasi Tactual: Komunikasi tactual adalah bentuk komunikasi yang melibatkan sentuhan fisik untuk menyampaikan pesan, informasi, atau emosi. Ini mencakup berbagai interaksi seperti berjabat tangan, pelukan, tepukan di punggung, atau sentuhan ringan pada lengan. Komunikasi tactual sering digunakan untuk menunjukkan kasih sayang, empati, dukungan, atau kedekatan, dan bisa menjadi cara yang kuat untuk berinteraksi terutama dalam konteks di mana kata-kata mungkin tidak cukup atau tidak sesuai. 4.

Komunikasi Gustatory/Olfactory: Komunikasi gustatory adalah bentuk komunikasi yang melibatkan penggunaan rasa atau sensasi rasa sebagai medium untuk menyampaikan pesan atau emosi. Ini terkait dengan pengalaman rasa yang dapat mempengaruhi persepsi dan interaksi antara individu, seperti dalam konteks makanan atau minuman yang dikonsumsi bersama untuk memperkuat hubungan sosial atau menyampaikan pesan nonverbal tertentu. 5.

Komunikasi Perilaku: Komunikasi perilaku adalah proses pertukaran informasi, ide, atau perasaan antara individu atau kelompok yang melibatkan bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan tindakan fisik lainnya. Ini berbeda dari komunikasi verbal yang menggunakan kata-kata, karena komunikasi perilaku mengandalkan isyarat non-verbal untuk menyampaikan pesan. 6. Komunikasi Kinesika: Komunikasi kinesika adalah jenis komunikasi non-verbal yang melibatkan gerakan tubuh atau bahasa tubuh untuk menyampaikan pesan.

Istilah "kinesika" berasal dari kata Yunani "kinesis" yang berarti gerakan. 14 37

Komunikasi kinesika mencakup berbagai aspek seperti ekspresi wajah, gerakan tangan, postur tubuh, dan gerakan mata. Ini adalah cara penting bagi

individu untuk berkomunikasi tanpa menggunakan kata-kata, 7. Komunikasi Visual: Komunikasi visual adalah penyampaian suatu pesan, ide, atau informasi dalam bentuk visual. Bentuk visual yang digunakan bisa mencakup gambar, grafik, video, warna, simbol, dan desain visual lainnya. .

Komunikasi visual sangat efektif karena dapat memanfaatkan kemampuan manusia untuk memproses dan memahami informasi secara cepat dan intuitif melalui

penglihatan. Teori komunikasi ini berfungsi untuk menyampaikan informasi dari satu pihak ke pihak lainnya. Melalui proses komunikasi, individu atau kelompok dapat berbagi ide, gagasan, fakta, atau pandangan dengan orang lain. Komunikasi visual akan dijadikan dasar dalam membuat perancangan identitas visual untuk penyampaian pesan. Berdasarkan penjelasan teori di atas, terdapat 3 jenis komunikasi yang akan digunakan pada perancangan tugas akhir ini, yaitu komunikasi verbal, komunikasi perilaku, dan komunikasi visual. Komunikasi verbal tentunya sangat membantu penulis dalam berinteraksi dengan sesama manusia untuk berbagi informasi, mendapatkan pengetahuan, dan melakukan pencarian data berupa wawancara. Komunikasi perilaku juga membantu penulis dalam proses analisis, identifikasi dan observasi masyarakat di Kabupaten Serang untuk menciptakan city branding yang tepat. Jenis komunikasi terakhir yang paling penting dan sangat dibutuhkan yaitu komunikasi visual. Komunikasi visual berperan untuk menggambarkan ide dan konsep dalam bentuk visual yang mungkin sulit diungkapkan dengan kata-kata.

2.2.4 Hirarki Desain Menurut (Suriyanto Rustan, 2009)

"Hierarki desain" merujuk pada susunan atau pengaturan elemen-elemen dalam desain secara berjenjang, di mana elemen-elemen tersebut diorganisir berdasarkan tingkat penting atau prioritas. Hierarki desain membantu membimbing mata pengamat dan memandu pemirsa untuk memahami informasi dengan lebih mudah, karena elemen-elemen yang lebih penting atau signifikan diberikan penekanan visual yang lebih besar. Konsep hierarki desain dapat diterapkan dalam berbagai konteks desain, termasuk desain grafis, tata letak halaman, arsitektur, dan desain antarmuka pengguna. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menciptakan hierarki desain melibatkan:

1. Ukuran dan Skala Ukuran dan skala sangat diperlukan dan dirancang dengan versi yang dapat diaplikasikan dalam ukuran kecil maupun besar. Hal ini bertujuan agar logo tetap terlihat jelas di berbagai media, mulai dari billboard hingga aksesoris kecil seperti gantungan kunci.
2. Warna Warna membantu membangun identitas merek yang kuat dan konsisten. Merek sering memilih palet warna tertentu yang menjadi ciri khas mereka. Warna

membantu menyampaikan pesan secara lebih efektif. Misalnya, hijau sering digunakan untuk menyimbolkan lingkungan dan keberlanjutan, sedangkan merah dapat menandakan peringatan atau bahaya. 3. Tipografi Tipografi yang menarik dapat menarik perhatian pembaca. Menggunakan jenis huruf yang unik atau menonjol untuk judul dan memiliki penekanan dapat membuat teks lebih menarik dan mengundang pembaca untuk memperhatikan. Berbagai jenis huruf dapat menyampaikan suasana atau emosi tertentu. Misalnya, jenis huruf dengan garis tebal dan tegas mungkin digunakan untuk menyampaikan kekuatan atau profesionalisme, sementara jenis huruf yang melengkung dan ringan dapat menyampaikan kelembutan atau kreativitas. 4. Kontras Terdapat beberapa jenis kontras yang sangat perlu digunakan untuk membuat desain yang sesuai seperti kontras warna, kontras tipografi, kontras ukuran, kontras bentuk, kontras tekstur, dan lainnya. Penggunaan warna yang sangat berbeda satu sama lain dapat menciptakan kontras yang kuat. Misalnya, teks putih di atas latar belakang hitam atau merah di atas hijau. Warna-warna kontras membantu elemen desain menonjol dan lebih mudah terlihat, yang sangat penting untuk keterbacaan dan menarik perhatian. 5. Pola dan Tekstur Terdapat beberapa jenis kontras yang sangat perlu digunakan untuk membuat desain yang sesuai seperti kontras warna, kontras tipografi, kontras ukuran, kontras bentuk, kontras tekstur, dan lainnya. Penggunaan warna yang sangat berbeda satu sama lain dapat menciptakan kontras yang kuat. Misalnya, teks putih di atas latar belakang hitam atau merah di atas hijau. Warna-warna kontras membantu elemen desain menonjol dan lebih mudah terlihat, yang sangat penting untuk keterbacaan dan menarik perhatian. Para desainer grafis perlu menguasai prinsip-prinsip desain untuk menciptakan karya yang berkualitas. Prinsip-prinsip ini bertujuan untuk memandu pembuatan desain yang estetis dan membantu desainer dalam mengimplementasikan berbagai elemen atau menyusun komposisi dalam suatu layout, sehingga pesan dapat disampaikan dengan efektif dan jelas. 46

Prinsip desain terdiri dari kesatuan, keseimbangan, proporsi, irama, kontras, harmoni, dan penekanan. 11 25 2.2 8 11 17 22 25 5 Logo Kata "logo"

berasal dari bahasa Yunani, yaitu "logos" yang memiliki beberapa arti seperti, kata, pikiran, pembicaraan, atau akal budi yang dikaitkan dengan simbol citra dan semiotik. 8 11 17 Awalnya, istilah yang lebih populer adalah "logotype", bukan "logo". Logo adalah bentuk singkat dari logotype. 8 11 24 49 Istilah "logo" pertama kali muncul pada tahun 1937 dan sekarang istilah ini lebih dikenal daripada logotype. 8 24 Banyak yang menganggap bahwa logo sebagai elemen gambar atau simbol dalam identitas visual. Logo memiliki beberapa fungsi, antara lain: (Erlyana, 2020) 1. Sebagai identitas/pengenal yang dapat mewakili merek/individu 2. Sebagai pembeda untuk membedakan milik satu pihak dari milik pihak lain. 3. Menjamin kualitas, karena logo yang baik merepresentasikan citra yang berkualitas. Logo sangat mencerminkan citra perusahaan. 4. Mencegah pembajakan, karena logo merupakan identitas suatu brand. Adanya sebuah logo membuat oknum yang tidak bertanggung jawab akan kesulitan meniru atau membajak. Bukan hanya itu, Suriyanto Rustan menyatakan ciri logo yang baik meliputi beberapa aspek, yakni Logo harus dirancang agar tetap relevan dan menarik sepanjang waktu untuk target audiens. Desainnya harus unik dan menarik sehingga dapat menarik minat masyarakat. Selain itu, logo harus mudah diingat; sekali dilihat, orang langsung mengenali dan mengingatnya. Logo juga harus fleksibel, dengan versi vertikal, horizontal, dan berbagai warna agar dapat digunakan di berbagai latar belakang dan media. Meskipun unik dan menarik, logo harus tetap sederhana dan mudah dibaca. Yang terpenting, logo harus mencerminkan identitas dan citra perusahaan atau produk dengan tepat (Suriyanto Rustan, 2009).

2.2.6 Gestalt Teori

Gestalt didasari oleh konsep pandangan visual dalam proses desain logo. Penting untuk memahami bahwa pandangan visual merupakan kunci dalam mengerti bagaimana audiens cenderung memperhatikan suatu pola. Pandangan visual adalah proses di mana audiens memahami gambar melalui makna (pengenalan). 43 Penerapan teori ini merupakan metode visual dalam sebuah persepsi yang paling teruji, pasti dan masih relevan hingga saat ini. Teori Gestalt mencakup beberapa jenis yang terdiri dari: (Arifin, 2023) A. Similarity B.

Closure C. Figure and Ground D. Impossible Figure 2.2 34 7 Tagline Tagline adalah

frasa singkat atau kalimat pendek yang dirancang untuk merangkum esensi atau pesan inti dari suatu merek, produk, atau kampanye. Fungsi utama tagline adalah menyampaikan nilai-nilai kunci, tujuan, atau keunikan suatu entitas dalam kata-kata yang mudah diingat. Tagline biasanya digunakan sebagai bagian dari strategi pemasaran dan branding untuk membangun kesan yang kuat dan menarik perhatian target audiens. Contoh tagline yang terkenal termasuk "Just Do It" dari Nike, "Think Different" dari Apple, atau "The Real Thing" dari Coca-Cola. Tagline yang efektif dapat menjadi daya tarik kuat, membantu konsumen mengingat merek, dan menyampaikan pesan yang diinginkan oleh perusahaan atau organisasi. (Suriyanto Rustan, 2009) 2.2 16 32 8

Tipografi Tipografi adalah seni dan teknik pemilihan serta pengaturan huruf untuk membuat tulisan menjadi jelas, menarik, dan mudah dibaca. Tipografi mencakup pemilihan jenis huruf (font), ukuran huruf, jarak pada huruf, jarak setiap kata, dan jarak antar baris, serta penataan huruf dalam tata letak yang estetis dan fungsional. Tipografi digunakan dalam berbagai media, termasuk cetak, digital, dan lingkungan fisik, untuk menyampaikan pesan secara efektif melalui desain visual teks. (Hananto, 2018) Terdapat pula penjelasan atau teori lain yang sering digunakan dalam mengilustrasikan tipografi. Tipografi dikenal sebagai seni mekanistik dalam merancang angka, simbol, huruf, dan bentuk yang sesuai dalam pemahaman desain. Tipografi memiliki definisi yang lebih luas dan menggunakan istilah mekanistik karena awalnya merupakan keterampilan utama bagi desainer dan pencetak. Meskipun berdasarkan pada paradigma 'lama', namun konsep tipografi yang dijelaskan oleh Solomon tetap menarik karena mencakup elemen, prinsip, dan atribut desain. Dalam teorinya, Solomon juga menegaskan bahwa tipografi adalah bagian dari desain, sehingga penguasaan tipografi memerlukan keahlian dalam mendesain secara keseluruhan dan pemahaman yang mendalam tentang desain untuk memahami tipografi dengan baik. (Solomon, 1994) Elemen visual utama dalam tipografi adalah huruf itu sendiri. Menyusun huruf-huruf ini untuk mencapai keseimbangan adalah

hal yang mendasar dalam tipografi, dan faktor – faktor yang perlu diperhatikan untuk mencapainya. Mengingat setiap huruf memiliki bentuk yang berbeda, menyeimbangkan dua huruf yang berbeda (seperti 'l' dan 'K') bisa tampak rumit. Namun, sebenarnya tidaklah sulit karena huruf yang didesain dengan baik sudah memiliki keseimbangan. Untuk mengatur agar dua huruf tersebut seimbang, harus memperhatikan jarak antara huruf, kata, atau baris kalimat (Bringhurst, 004) Ketika membahas pengaturan jarak dalam tipografi, ada beberapa istilah dasar yang perlu diketahui. Istilah-istilah ini bisa memiliki interpretasi yang beda – beda, maka penulis akan menjabarkan istilah yang digunakan pada perancangan identitas visual Kabupaten Serang. Berikut merupakan istilah-istilah tersebut:

1. Leading , Jarak vertikal konsisten antara baris kalimat, yang didasarkan pada garis maya horizontal (baseline) tempat huruf-huruf berdiri. (Sihombing, 2001)
2. Word Spacing, jarak horizontal antara kata-kata. (Sihombing, 2001)
3. Tracking , jarak horizontal konsisten antara semua huruf secara keseluruhan. (Lupton, 2004)
4. Kerning , jarak horizontal spesifik antara dua huruf. (Lupton, 2004)

Terdapat beberapa prinsip tipografi yang harus diperhatikan, yaitu :

1. Legibility: Memiliki jenis atau kualitas huruf yang jelas dibaca
2. Readability: Memperhatikan jenis huruf agar mudah dibaca
3. Visibility: Bentuk visual berupa(huruf, kata, dan kalimat) dalam suatu karya memiliki keterbacaan yang jelas dalam berbagai jarak.
4. Clarity: Kemampuan huruf dalam sebuah karya dapat dibaca dan dimengerti dengan jelas oleh target.

2.2 **55** 9 Warna Warna merupakan hasil pantulan cahaya yang ditangkap oleh mata manusia. Cahaya sangat diperlukan agar dapat melihat warna. Untuk melihat warna. Sebuah eksperimen dengan lubang yang berada pada papan kayu untuk menangkap cahaya dikemukakan Isaac Newton pada tahun 1666. Diarahkannya cahaya melalui prisma dan kertas putih ditempatkan di jalur cahaya. Saat prisma pertama digunakan, warna pelangi muncul dari cahaya yang telah terurai, dan warna kembali menjadi seperti semula ketika diarahkan pada prisma kedua. Penemuan ini menyimpulkan bahwa cahaya putih sebenarnya terdiri dari tujuh warna meliputi oranye, kuning,

merah, hijau, biru, ungu, dan nila (Newton, 1952). Berdasarkan penemuan ini dapat dilihat bahwa meskipun cahaya tampak putih, namun cahaya tetap memiliki tujuh komponen warna yang terdiri dari oranye, kuning, merah, hijau, biru, ungu, dan nila. Gabungan warna – warna ini bias a dikenal dengan cahaya putih. Cahaya selalu mengandung spektrum warna pelangi dan merambat sebagai gelombang elektromagnetik dengan kecepatan 300.000 km per detik. Ketika cahaya putih mengenai benda putih, semua warna dipantulkan, sehingga tampak putih. Jika mengenai benda berwarna, seperti merah, hanya cahaya merah yang dipantulkan. Benda hitam tidak menyerap cahaya dan tidak memantulkan apapun. (Newton, 1952). 54 Ketujuh warna inti terdiri dari oranye, kuning, merah, hijau, biru, ungu, dan nila. 15 56 Dari warna-warna ini dipilih warna primer, yakni biru, merah, dan kuning. 52 Namun, dalam ilustrasi digital, warna primer yang digunakan adalah RGB (red, green, blue). Meskipun berbagai susunan warna dapat disebut warna primer, tidak semuanya efektif. Dalam seni tradisional, pencampuran merah, kuning, dan biru dapat menghasilkan berbagai warna, menjadikannya komposisi warna primer yang ideal. A. Color Wheel Gambar Error: Reference source not found.2 Cahaya dan Warna Dua susunan warna yang digunakan untuk kepentingan digital adalah RGB dan CMYK. RGB (red, green, blue) digunakan pada layar seperti TV dan komputer karena layar monitor memiliki latar belakang hitam, sehingga warna RGB dapat mencerahkan latar gelap. CMYK (cyan, magenta, yellow, key/black) digunakan untuk mencetak karena memiliki akurasi warna lebih baik daripada RGB. Color wheel adalah lingkaran hue yang menunjukkan hubungan antara warna dasar, sekunder, dan tersier (Nugroho, 2015). Berikut merupakan penjelasan singkat mengenai color wheel: 1. 15 36 47 61 Warna primer: merah, biru, kuning 2. 15 47 57 Warna sekunder: pencampuran warna primer (ungu, hijau, oranye) 3. 15 36 Warna tersier: pencampuran warna primer dan sekunder (magenta, teal) Gambar Error: Reference source not found 3 Jenis – Jenis Warna Gambar Error: Reference source not found.4 Warm and Cool Color Berdasarkan color wheel ini, juga terdapat jenis warna hangat dan warna dingin. Warna kuning hingga magenta termasuk kedalam warna

hangat. Serangkaian warna ungu hingga hijau termasuk kedalam warna dingin. Pencahayaan yang dapat merubah temperatur suatu warna dapat membuat seseorang kesulitan untuk menentukan warna tersebut masuk kedalam warna dingin atau warna hangat. **40** Warna yang mengarah ke warna merah dan kuning merupakan warna hangat, sedangkan warna yang mengarah ke warna biru merupakan warna dingin. B. Hue, Tints, Shade, Tone Terdapat 4 kategori: hue, shade, tint, dan tone. Hue adalah warna asli atau murni. Tint adalah hue yang dicampur dengan warna putih, shade dengan warna hitam, dan tone dengan warna abu-abu. Hue atau warna murni memiliki peran penting dalam seni, desain, dan ilmu warna, karena dari warna murni inilah warna-warna lainnya dapat dihasilkan melalui berbagai kombinasi atau pengurangan intensitasnya. Pada dasarnya, warna murni tidak mengandung campuran warna lainnya. Namun, dalam konteks sistem warna yang lebih kompleks, seperti model warna RGB (Red, Green, Blue) yang digunakan dalam teknologi display, warna murni dapat dihasilkan dengan menggabungkan intensitas dari tiga warna murni tersebut. Sebagai contoh, warna murni magenta dihasilkan dari campuran intensitas tinggi warna merah dan biru tanpa adanya warna hijau. (Darmawanto, 2019) C. Skema Warna Skema warna merupakan pengaturan atau gabungan warna yang dipakai bersama dalam desain untuk menciptakan harmoni visual dan estetika yang menarik. Skema warna didasarkan pada hubungan antar warna di roda warna dan digunakan dalam berbagai bidang seperti seni, desain grafis, desain interior, dan mode. Skema warna pada umumnya terbagi menjadi enam, yakni analogous, complementary monochromatic, tetradic, triadic, dan splitcomplementary. (Darisman, 2012) . Gambar Error: Reference source not found.5 Hue, Tints, Tone, and Shade Gambar Error: Reference source not found.6 Contoh warna monochromatic Skema warna monochromatic merupakan gabungan warna yang memakai satu warna dasar dan berbagai variasi terang-gelapnya (tints, tones, shades). Ini berarti skema ini hanya menggunakan satu warna dasar dan mengubahnya dengan menambahkan putih, hitam, atau abu-abu untuk menciptakan berbagai nuansa dari warna tersebut.

Keuntungan dari skema warna monokromatik adalah kesederhanaannya yang menghasilkan kesan harmonis dan kohesif. Karena semua warna dalam skema berasal dari satu warna dasar, maka secara alami cocok satu sama lain. **35** Warna monokromatik sering digunakan dalam desain grafis, seni, dan dekorasi interior untuk menciptakan tampilan yang bersih, elegan, dan menenangkan. 2.2.10 Tata Letak Menurut (Michael Lewrick, 2018) teori tata letak dalam desain melibatkan prinsip-prinsip dan pedoman yang digunakan untuk menyusun elemen-elemen dalam suatu ruang atau area dengan tujuan mencapai efisiensi, fungsionalitas, dan estetika. Dalam konteks desain, tata letak berkaitan dengan penempatan dan organisasi elemen-elemen visual dan fungsional dalam suatu karya atau proyek. Berikut adalah beberapa prinsip dasar teori tata letak dalam desain: 1. Hierarki Visual: Menempatkan elemen-elemen desain dengan mempertimbangkan hierarki visual untuk membimbing mata pengamat melalui informasi secara teratur. Elemen-elemen yang lebih penting atau yang memerlukan perhatian lebih ditekankan melalui ukuran, warna, atau posisi. 2. Ruang dan Keselarasan: Memberikan ruang yang memadai antara elemen-elemen desain untuk menciptakan tata letak yang teratur dan mudah dipahami. Keselarasan antara elemen-elemen dapat dicapai dengan penggunaan garis, arah, dan proporsi yang konsisten. 3. Kelompok dan Proxemics: Gambar Error: Reference source not found.7 Warna monokromatik yang diambil dari objek nyata Mengelompokkan elemen-elemen yang memiliki hubungan atau fungsi serupa agar membentuk satu kesatuan visual. Pengaturan berdasarkan prinsip-prinsip proxemics, yaitu hubungan spasial antar elemen, juga penting dalam menciptakan tata letak yang nyaman. 4. Keterbacaan dan Navigasi: Memastikan bahwa informasi dapat dibaca dan diakses dengan mudah. Penggunaan hierarki tipografi, kontras warna, dan penempatan yang logis dapat meningkatkan keterbacaan dan navigabilitas. 5. Estetika dan Rasa Seni: Menciptakan tata letak yang estetis dan menarik secara visual. Prinsip desain seperti simetri, proporsi, dan kontras digunakan untuk menciptakan keseimbangan visual dan daya tarik. 6. Responsif terhadap Konten: Merancang tata letak agar

dapat menyesuaikan diri dengan berbagai jenis konten yang mungkin dimasukkan, memberikan fleksibilitas dan konsistensi dalam pengalaman desain.

7. Konteks dan Tujuan: Konteks penggunaan dan tujuan dari desain untuk menyesuaikan tata letak sesuai kebutuhan spesifik pengguna atau proyek

Teori tata letak dalam desain tidak hanya mencakup elemen visual, tetapi juga mempertimbangkan interaksi pengguna dengan desain, fungsionalitas, dan pesan yang ingin disampaikan. Dengan memahami dan mengaplikasikan prinsip-prinsip ini, desainer dapat menciptakan karya yang efektif, menarik, dan dapat berjalan sesuai dengan tujuan dan kebutuhan.

2.2.11 Sign System Menurut (Arifin, 2023) sistem tanda atau " sign system "

merujuk pada suatu sistem yang terdiri dari simbol-simbol yang dipakai untuk menyampaikan makna. Dalam konteks semiotika, yang merupakan studi tentang tanda dan simbol, sign system membentuk cara berkomunikasi dan memberikan makna dalam suatu budaya atau sistem tertentu. Tanda dalam sistem ini dapat berupa kata-kata, gambar, bunyi, atau segala hal yang dapat merepresentasikan suatu hal yang lain. Konsep utama sign system melibatkan dua elemen dasar:

1. Sign (Tanda): Tanda adalah unit dasar dalam sistem tanda. Secara umum, suatu tanda terdiri dari dua komponen:
 - ☒ Signifier (Pengindera): Bagian fisik atau sensorik dari tanda, seperti kata tertulis, gambar, atau bunyi.
 - ☒ Signified (Yang Diindikasikan) : Konsep atau makna yang diwakili oleh signifier. Contoh sederhana dari sign system adalah bahasa. Kata-kata (signifier) digunakan untuk merepresentasikan objek atau konsep (signified) dalam dunia nyata. Namun, sign system tidak hanya terbatas pada bahasa; itu juga dapat mencakup lambang, warna, gestur, dan segala bentuk ekspresi simbolik lainnya. Penting untuk diingat bahwa makna dari suatu tanda tidak bersifat mutlak atau tetap. Makna dapat berubah tergantung pada konteks budaya, sosial, dan individual. Oleh karena itu, semiotika dan sign system membantu kita memahami bagaimana tanda-tanda digunakan untuk berkomunikasi dan bagaimana makna dihasilkan dan diinterpretasikan.

Dalam konteks signage (tata letak tanda atau sistem penandaan), teori sign system atau semiotika

dapat diterapkan untuk memahami bagaimana tanda-tanda dan simbol-simbol digunakan untuk berkomunikasi dengan pemirsa atau pengguna. Sistem tanda pada signage bertujuan untuk menyampaikan informasi dengan jelas dan efektif. Beberapa konsep penting yang dapat diterapkan dalam teori sign system pada signage meliputi:

1. Sign (Tanda): Tanda pada signage dapat berupa kata-kata, simbol, ikon, atau kombinasi dari keduanya. Setiap tanda memiliki signifier (bentuk fisik atau visual) dan signified (makna atau informasi yang ingin disampaikan).
2. Icon, Index, dan Symbol: Prinsip ikon, indeks, dan simbol dalam semiotika juga berlaku untuk signage. Ikon mewakili referent dengan kemiripan fisik, indeks menunjukkan hubungan langsung, dan simbol memiliki makna yang disepakati.
3. Warna dan Kontras: Pemilihan warna pada signage dapat memberikan petunjuk visual dan membedakan informasi. Kontras yang baik dengan latar belakang dapat meningkatkan keterbacaan.
4. Pola dan Keselarasan: Pemodelan signage dengan pola tertentu atau menciptakan keselarasan dalam desain dapat membantu pengguna mengidentifikasi informasi dengan lebih mudah.
5. Penggunaan Ruang dan Hierarki Visual: Penempatan tanda dan informasi dalam signage perlu memperhatikan penggunaan ruang dan hierarki visual. Informasi yang lebih penting atau mendesak harus diberikan penekanan yang sesuai.
6. Interaktivitas: Dalam beberapa kasus, signage dapat menjadi interaktif, dan teori sign system dapat membantu memahami cara pengguna berinteraksi dengan elemen-elemen signage tersebut.
7. Konteks dan Tujuan: Desainer signage perlu mempertimbangkan konteks penggunaan dan tujuan dari signage. Desain signage untuk pusat perbelanjaan mungkin berbeda dengan signage untuk fasilitas medis.
8. Universal Design: Desain signage yang memperhitungkan berbagai kebutuhan, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan merupakan aspek penting dalam aplikasi teori sign system pada signage.

Melalui penerapan teori sign system, desainer signage dapat menciptakan sistem penandaan yang efektif, konsisten, dan mudah dimengerti oleh pengguna. Desain signage yang baik dapat meningkatkan pengalaman pengguna, memberikan informasi dengan jelas, dan mendukung navigasi yang

efisienpretasikan dalam berbagai konteks. 2.2.12 City branding City branding adalah proses strategis untuk membangun, mengelola, dan mempromosikan identitas dan citra unik suatu kota dengan tujuan menarik wisatawan, investor, penduduk baru, dan mendukung kesejahteraan penduduk yang sudah ada. City branding melibatkan penciptaan dan komunikasi pesan-pesan yang menonjolkan kekuatan, daya tarik, dan karakteristik khas kota tersebut. Menurut (Firmandia Satria, 2021) City branding selalu dipakai oleh kota di berbagai dunia untuk mengubah dan meningkatkan citra suatu daerah dengan memperkenalkan keunikan dan kelebihan daerah tersebut. Manfaat melakukan city branding bagi daerah antara lain: 1. Pengenalan yang Luas (Awareness): Kota menjadi lebih dikenal luas dan memperoleh persepsi positif. 4 Strategi city branding yang baik dan terencana dapat membuat kota terkenal melalui media internet, terlihat oleh seluruh dunia, dan mendapatkan persepsi yang baik. 2. Tujuan Khusus (Specific Purpose): Ketika sebuah kota terkenal dan memiliki kejelasan identitas, orang akan menetapkan kota tersebut sebagai tujuan khusus sesuai dengan potensi yang ada pada city branding. 3. Tempat Investasi, Wisata, dan Tinggal: Kota dijadikan sebagai tempat untuk investasi, tujuan wisata, tempat tinggal, dan penyelenggaraan sebuah events. 4. Persepsi Keamanan dan Kenyamanan: Kota dipersepsikan sebagai tempat yang aman, nyaman, dan makmur. Menurut (Raharjo, 2013) ada empat langkah dalam penerapan strategi city branding yang dapat menjadi pertimbangan dalam membuat city branding, yaitu: 1. Identity, Melihat berbagai aspek dalam kota yang dapat meningkatkan branding 2. Objective, Menentukan tujuan city branding untuk membuat perencanaan yang lebih matang dan mendukung pertumbuhan ekonomi kota. 4 3. Communication, membangun komunikasi dan interaksi dengan pihak - pihak penting di suatu kota. 4. Coherence, menyampaikan program komunikasi dengan baik dan terarah. Berdasarkan buku karya Andriani Kusumawati dengan judul "City branding, Konsep dan Isu Dalam Pemasaran Terdapat beberapa kriteria dalam merancang logo yang sesuai dengan city branding atau tidak. (Andriani Kusumawati, 2019). Berikut merupakan

kriteria dalam merancang logo: 1. Attributes: Menggambarkan interseset, karakter gaya, dan pandangan kota 2. Message: Sebuah pesan agar selalu diingat. 3. Differentiations: Memiliki perbedaan dan keunikan dari kota-kota yang lain. 4. Ambassadorship: Menginspirasi individu untuk tinggal dan berkunjung. Buku tersebut juga menjelaskan bahwa kriteria kota yang baik harus memiliki ciri-ciri berikut: 1. Menawarkan pekerjaan yang menarik 2. Menyediakan perumahan yang baik dan terjangkau. 3. Memiliki transportasi umum yang memadai. 4. Memiliki sekolah yang baik dan atraksi rekreasi/kultural. 5. Memiliki kondisi iklim yang wajar/baik

2.2.13 Kabupaten Serang Kabupaten Serang merupakan daerah di Banten yang menghubungkan dua pulau, yakni Pulau Jawa dan Pulau Sumatera. Jarak Kabupaten Serang sekitar 70 km dari Jakarta yang terletak di bagian ujung Barat dan Utara Pulau Jawa.

2 Memiliki luas wilayah adalah 1.467,35 km², terdiri dari 326 desa dan 29 kecamatan. 2

26 Dalam geografis, Kabupaten Serang terletak di koordinat 5°50' - 6°

21' LS dan 105°0' - 106°22' BT. 1 5 10 Batas administratifnya adalah Kota

Serang dan Laut Jawa di bagian Utara, Kota Cilegon dan Selat Sunda

di Barat, Kabupaten Tangerang di Timur, serta Lebak dan Pandeglang di bagian Selatan.

Berdasarkan artikel yang telah dikutip dari detik news dengan penulis

Yudistira Perdana Imandiar pada Jumat, 17 Maret 2023 Bupati Serang Ibu

Ratu Tatu Chasanah mengatakan bahwa telah meresmikan tempat wisata Bumi

Tirtayasa di Desa Tirtayasa, Kecamatan Tirtayasa. Kawasan tersebut

memanjakan mata dengan pemandangan persawahan dan perkebunan yang asri,

lengkap dengan beragam kuliner dan kolam renang. Ibu Ratu Tatu

mengatakan bahwa pemerintah kabupaten Serang sebelumnya sudah menetapkan 30

desa wisata yang akan diresmikan secara bertahap pada tahun 2023 ini.

(Imandiar, 2023). Ini merupakan salah satu bukti bahwa pariwisata

Kabupaten Serang memiliki potensi yang menjanjikan untuk kedepannya. Penulis

memahami bahwa pentingnya dukungan dari pemerintah untuk mengembangkan dan

mempromosikan Kabupaten Serang melalui city branding identitas visual.

Penulis mengetahui bahwa belum ada identitas visual pada Kabupaten Serang

yang sudah di sahkan secara resmi oleh pemerintah Kabupaten Serang.

Dalam perancangan ini penulis ingin membuat identitas visual khas Kabupaten Serang untuk meningkatkan minat dan perhatian yang lebih banyak dari para wisatawan serta memberitahu kepada khalayak umum bahwa Kabupaten Serang juga memiliki banyak tempat wisata yang berpotensi dan sangat memadai untuk dikunjungi. 2.3 Kerangka Berpikir Gambar Error: Reference source not found.8 Kerangka Berpikir Berdasarkan latar belakang yang diuraikan oleh penulis dalam informasi yang penulis temukan pada buku karya Nandang Rusnandar, Ria Intani Tresnasih, Yuzar Purnama yang berjudul "Potensi Budaya Kabupaten Serang Provinsi Banten" bahwa Kabupaten Serang memiliki potensi SDA (Sumber Daya Alam) dan SDM (Sumber Daya Manusia) yang dapat memajukan sektor pertanian, pariwisata, jasa, industri, dan perdagangan. (Nandang Rusnandar, 2019) Maka dari data tersebut penulis mendapatkan identifikasi masalah mengenai potensi Kabupaten Serang yang belum diimbangi dengan perwujudan identitas visual berupa graphic standard manual yang sesuai standard dan STP (segmentasi, targeting, positioning) serta unique selling point yang jelas untuk mendukung city branding. Penulis juga telah mendapatkan judul tugas akhir mengenai Perancangan Identitas Visual City branding Kabupaten Serang berdasarkan data, teori, dan permasalahan yang ditemukan. Kerangka pemikiran berfungsi untuk membantu penulis dalam menetapkan teori, konsep, dan prinsip-prinsip desain yang akan dipakai dalam penulisan. Kerangka ini mencakup variabel-variabel yang menerangkan masalah yang diteliti, sehingga bermanfaat untuk menjawab pertanyaan yang sedang dibahas. Dari permasalahan yang didapatkan, penulis dapat menemukan solusi berdasarkan teori dan data terkait yang ada. Kemudian proses analisis terbagi menjadi beberapa proses, yaitu analisis STP, analisis 5W+1H, analisis SWOT, dan design thinking sebagai analisis untuk proses penulisan. BAB III METODOLOGI DESAIN 3.1 Sistematis Perancangan Untuk melakukan analisis secara mendalam dan menemukan pemecahan masalah maka dibutuhkan sistematis perancangan. Sistematis Perancangan adalah suatu kerangka atau susunan yang terstruktur dan logis yang digunakan untuk mengatur dan mengelola proses perancangan dari awal hingga

akhir. Ini mencakup langkah-langkah yang sistematis, metodologi, dan prosedur yang diikuti untuk mencapai tujuan perancangan yang spesifik. Sistematika ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua aspek penting dari perancangan dipertimbangkan dan diintegrasikan secara efektif, sehingga dapat memberikan hasil dan solusi yang baik dan optimal sesuai dengan apa yang sudah ditentukan. Sistematika perancangan menggunakan metode design thinking. Buku karya Michael Lewrick, Patrick Link, dan Larry Leifer dengan judul “Memahami Pemikiran Desain terdapat siklus pemikiran desain atau biasa dikenal sebagai design thinking. Proses atau pendekatan inovatif untuk memecahkan suatu masalah disebut sebagai design thinking. Pada dasarnya design thinking memberikan penekanan pada keterlibatan pengguna secara langsung, kolaborasi tim multidisiplin, dan fleksibilitas dalam eksplorasi ide. (Michael Lewrick, 2018). Pendekatan ini memberikan ruang bagi kreativitas, eksperimen, dan pemikiran non-linear untuk menemukan dan mengembangkan solusi inovatif. Terdapat 5 tahapan design thinking yang terdiri dari: 1. Emphatize: Tahap ini merupakan tahap memahami dan mengamati mengenai hal yang menjadi fokus melalui keterlibatan, observasi, dan wawancara. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam terkait sebuah masalah. Bersimpati memungkinkan para perancang untuk tidak memikirkan asumsi pribadi, sehingga mereka dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai pengguna dan kebutuhan mereka. Dalam penulisan ini penulis mengamati dan memahami topik permasalahan yang akan diangkat, yaitu pariwisata Kabupaten Serang. 2. Define: Tahap ini merupakan analisis informasi yang didapat dari tahap empati adalah untuk menguraikan dan menganalisis informasi tersebut guna mengidentifikasi masalah inti. Identifikasi masalah dilakukan dengan merumuskan pernyataan masalah yang berfokus pada topik yang relevan. 3. Ideate: Pada tahap ini kita dapat mengeksplorasi ide dalam menyelesaikan masalah yang telah ditetapkan. Untuk melakukan eksplorasi ide melibatkan penggunaan metode kreatif seperti brainstorming dan benchmarking. Melakukan ideasi sangat berkaitan dengan tahap selanjutnya, yaitu prototype dan test. Tujuan utama pada tahap

ini adalah untuk mendapatkan kreatifitas dalam melakukan perancangan. 4. Prototype: Tahap ini merupakan tahap perancangan yang bersifat eksperimental, dengan tujuan mengidentifikasi solusi yang optimal terhadap permasalahan yang ada. Solusi-solusi tersebut diwujudkan dalam bentuk prototype yang akan dieksplorasi, disesuaikan dan dinilai berdasarkan observasi dan pengalaman. Dengan melakukan prototype, maka akan memiliki pemahaman mengenai permasalahan produk yang teridentifikasi, serta memiliki pandangan yang lebih terperinci tentang pemikiran, perilaku, dan perasaan pengguna ketika berinteraksi dengan produk. 23 5. Test: Testing merupakan tahap akhir dari design thinking, prototipe diuji secara ketat menggunakan penyelesaian terbaik yang telah diidentifikasi selama fase prototyping. Pengujian dilakukan langsung dengan calon pengguna untuk mendapatkan ulasan dan memastikan solusi yang diusulkan efektif dan memenuhi kebutuhan pengguna sebelum peluncuran produk atau layanan. Tahap ini krusial karena membantu identifikasi kelemahan atau masalah sebelum produk atau layanan diluncurkan.

21 3.2 Metode Pencarian data Metode penulisan menggunakan mix method dengan kualitatif deskriptif berupa wawancara, observasi, dan studi literatur serta kuantitatif dalam bentuk kuesioner/survei sebagai data pendukung.

Penulis juga menggunakan metode design thinking serta metode terkait lainnya, sebagai berikut: 3.2.1 Kualitatif Deskriptif Buku dengan judul “Metodologi Penulisan Kualitatif karya Prof. Dr. Lexy J. Moleong, M.A. menjelaskan bahwa kualitatif deskriptif merupakan suatu metode penulisan yang menghasilkan data dalam bentuk deskriptif menggunakan kata-kata, baik tertulis maupun lisan, yang berasal dari orang-orang yang menjadi objek pengamatan. Landasan teori dari metode ini berfungsi sebagai kerangka dasar untuk penulisan yang dilakukan. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk memberikan deskripsi yang komprehensif dan mendalam tentang fenomena yang diteliti, termasuk konteks, pengalaman, dan perspektif subjek penulisan. (Prof. Dr. Lexy J. Moleong, 2009). 3.2.2 Design Thinking Buku karya Michael Lewrick, Patrick Link, dan Larry Leifer dengan judul “Memahami Pemikiran Desain menjelaskan bahwa terdapat siklus pemikiran desain atau biasa

dikenal sebagai design thinking. Proses atau pendekatan inovatif yang diperlukan untuk mengatasi permasalahan merupakan penjelasan tentang design thinking. Pendekatan ini menyoroti partisipasi langsung pengguna, kolaborasi tim yang diantaranya terdiri dari berbagai disiplin ilmu, dan fleksibilitas dalam menjelajahi ide-ide kreatif. **13** Emphasize, define, ideate, prototype, dan test merupakan tahapan dalam design thinking yang akan digunakan pada proses pencarian data dan analisis (Michael Lewrick, 2018) . 3.3

Lokasi Penulisan Pada tahap ini penulis melakukan penulisan berdasarkan wawancara observasi, dan studi literatur untuk memenuhi proses perancangan identitas visual city branding Kabupaten Serang. Berikut merupakan lokasi penulisan yang akan penulis kunjungi: a. Wawancara dan observasi pada tanggal 17 & 27 November 2023 di DISPARPORA (Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga) Kabupaten Serang Jl. Moh. Yusuf Martadilaga No.58, Cipare, Kec. Serang, Kota Serang, Banten 42117. Telepon: (0254) 200010 b. Observasi pada CBD Emerald, Jl. **59** Boulevard Bintaro Jaya No 02 CE/ B, Parigi, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15227. Telepon: 0851-5724-4757 c. Studi literatur 1. Buku karya Suriyanto Rustan, S.Sn. dengan judul “Mendesain Logo” tahun 2009. 2. Buku karya Firdaus Azwar Ersyad dan Dinda Sophiea Arifin dengan judul “Semiotika Teori dan Aplikasi pada Desain Logo tahun 2023. 3. Jurnal karya Renta Yutasiar dan Didit Widiatmoko Soewardikoen dengan judul “Perancangan Identitas Visual untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang tahun 2018 4. Jurnal karya Muchammad Imam Iskandar dan Muhamad Ariffudin Islam dengan judul “ Destination Branding: Pendekatan Segmentation, Targeting, dan Positioning dalam Perancangan Media Wisata Bahari Tlocor Sidoarjo tahun 2021 5. Jurnal karya Firmanda Satria dan Fadillah dengan judul “Konsep City Branding dan Identifikasi Nilai Lokal Pada Kota-Kota dalam Mendukung Nation Branding Indonesia tahun 2021 3.4 Teknik Pengumpulan Data Untuk melakukan analisis dibutuhkan pengumpulan data mengenai observasi, wawancara, studi literatur, dan kuesioner yang akan diuraikan sebagai berikut: 3.4.1 Wawancara Pada hari Jumat, 17 November 2023 penulis mendatangi kantor DISPARPORA yang berlokasi di Kabupaten

Serang Jl. Moh. Yusuf Martadilaga No.58. Penulis memberikan surat pengantar untuk melakukan wawancara kepada pihak yang terkait. Surat pengantar diproses kurang lebih selama seminggu. Kemudian penulis diberikan kontak staff pariwisata divisi pemasaran Kabupaten Serang oleh yang bersangkutan untuk membuat jadwal wawancara. Wawancara dilaksanakan Senin, 27 November 2023 di tempat yang sama, yaitu DISPARPORA. Penulis melakukan wawancara dengan Bapak Ma'ruf selaku kepala divisi pemasaran pariwisata Kabupaten Serang. Hasil garis besar wawancara dengan Bapak Ma'ruf menyimpulkan bahwa Kabupaten Serang belum diimbangi dengan identitas visual berupa logo serta graphic standard manual yang sudah secara sah dan resmi ditetapkan oleh pemerintahan daerah. Hal tersebut dikarenakan ekonomi kreatif baru memasuki dan ditetapkan di Kabupaten Serang pada tahun 2022, khususnya dalam bidang wisata dan kuliner. Penulis juga telah mendapatkan informasi untuk menganalisis data, diantaranya sebagai berikut: 1. Visi & Misi pariwisata Kabupaten Serang: Visi: Mewujudkan pariwisata sebagai daerah terdepan di Provinsi yang nyaman, aman, religius, dan ramah lingkungan. Misi: - Pariwisata yang mempesona dan unggul. - Pemasaran pariwisata yang baik, inovatif, dan sinergis. - Industri wisata yang memiliki kearifan lokal yang ramah lingkungan, berbasis budaya, dan berdaya saing. - Memiliki tata kelola dan kapasitas kelembagaan kepariwisataan yang profesional. 2. Destinasi wisata di Kabupaten Serang: Terdapat sebanyak 69 obyek wisata, 45 hotel, dan 19 rumah makan. 3. Target wisatawan pariwisata Kabupaten Serang: Target wisatawan prioritas adalah wisatawan lokal. Berdasarkan data terakhir di tahun 2022 yang penulis dapatkan, terdapat 2.164.145 total kunjungan wisatawan lokal dan 13.550 total wisatawan mancanegara. Jumlah ini telah memenuhi target dimana target wisatawan lokal sebanyak 2.000.000 dan target wisatawan mancanegara 3.000 disetiap tahunnya. 4. Ekonomi kreatif baru memasuki & ditetapkan di Kabupaten Serang pada tahun 2022: 5. Rincian asal negara wisatawan mancanegara Pariwisata Kabupaten Serang: Rata-rata wisatawan mancanegara pariwisata Kabupaten Serang terdiri dari

negara Paris, Korea Selatan, Jerman, Jepang, Korea Utara, India, Slovakia, Rusia, Filipina, Saudi Arabia, Australia, USA, Malaysia, Cina, Iran, Belanda, Rusia, Amerika Serikat, Inggris, dan Malaysia. 6. Destinasi wisata yang paling terkenal di Kabupaten Serang: Destinasi Wisata yang terkenal di wilayah Kabupaten Serang, antara lain Pantai Anyer- Cinangka, Mercusuar/ Titik Nol Anyer, Wisata Bahari Pulau Tunda, Bukit Waruwangi, Bendungan Lama Pamarayan, Binuang Waterpark, Pesona Waterpark dan berbagai curug yang ada di Wilayah Kabupaten Serang. Namun karena akses ke arah curug masih kurang memadai, masih belum bisa dikatakan wisata unggulan. Akan tetapi untuk keindahan alam, curug yang ada di Kabupaten Serang tidak kalah dengan yang lain. 7. Kuliner Kabupaten Serang: Beberapa kuliner khas Kabupaten Serang antara lain Sate Bandeng, Rabeg, Gerem Asem, Sate Bebek, Angeun Lada, Pecak Pada hari Kamis tanggal 8 Februari 2024, penulis juga melakukan FGD (focus group discussion) dengan Bapak Danang Adri Wiratama selaku Creative Manager di GoTo Financial. Penulis mengkaji jurnal karya beliau dengan judul “ Perancangan Identitas Visual Kota Salatiga Sebagai Kota Multikultur dan Toleran . Penulis berdiskusi terkait city branding sebuah kota dengan Bapak Danang. Berikut merupakan beberapa informasi yang telah dirangkun oleh penulis ketika melakukan FGD:

1. Penduduk lokal sangat berkontribusi untuk city branding, karena mereka adalah bagian dari kota tersebut dari segi budaya dan warga lokal dapat mengetahui apa yang bisa dibanggakan dan keresahan terhadap warga lokal. Warga lokal adalah citra dari suatu kota
2. Tidak semua kota dapat dikunjungi. Salatiga merupakan kota untuk ditinggali, bukan untuk dikunjungi
3. Branding kota dinilai dari kebudayaan alam, potensi dan banyak hal yang harus dikenalkan terlebih dahulu serta mengenali kota tersebut untuk branding
4. City branding biasanya mencakup semuanya.

Namun, unsur pariwisata yang biasanya dijual Gambar Error: Reference source not found.9 Foto bersama Bapak Ma'ruf selaku Kepala Divisi Bagian Pemasaran DISPARPORA Kab. Serang 3.4.2 Observasi Penulis melakukan observasi pada hari Jumat, 17 November 2023 dan hari Senin, 27

November 2023 dengan mendatangi kantor DISPARPORA yang berlokasi di Kabupaten Serang Jl. Moh. Yusuf Martadilaga. Selain itu, penulis juga melakukan observasi dengan masyarakat setempat mengenai tempat wisata yang paling sering dikunjungi. Kemudian terdapat juga beberapa hal penting yang dapat dijadikan acuan dan landasan dalam membuat perancangan identitas visual, seperti data berikut yang penulis dapatkan ketika observasi: 1. Data kunjungan wisatawan Kabupaten Serang dari tahun 2020-2022. 2. PERDA Kabupaten Serang Nomor 8 Tahun 2014 Tentang Rencana Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Serang Tahun 2014-2025. 3. 15 dari 20 orang menjawab bahwa Pantai Anyer adalah tempat wisata yang terkenal dan paling sering dikunjungi. 4. 12 motif batik Kabupaten Serang, yaitu batik motif Gerabah, Karang Bolong, Pencak Silat dan Debus, Bendungan Pamarayan, Jamblang, Pulau Sangiang, Wisata Bahari Pulau Tunda, Rawa Danau dan Elang Jawa, Pencak Silat dan Golok, Mercusuar Cikoneng, Gandaria, serta Paok Pancawarna dan Buah Jamblang. 5. Serang Tourist Map yang berfungsi untuk membantu wisatawan untuk melakukan navigasi dan orientasi di destinasi wisata. Peta tersebut biasanya mencakup informasi tentang tempat-tempat penting, seperti atraksi wisata, hotel, restoran, dan transportasi umum, sehingga wisatawan dapat dengan mudah menemukan dan merencanakan rute perjalanan mereka. 6. Visi dan Misi Kabupaten Serang: Gambar Error: Reference source not found.10 Forum Grup Discussion bersama Bapak Danang selaku Creative Manager di GoTo Financial Gambar Error: Reference source not found.12 Serang Tourist Map Gambar Error: Reference source not found.11 Visi dan Misi Kabupaten Serang Gambar Error: Reference source not found.14 Foto Praktikan di Lokasi DISPARPORA Kab. Serang Gambar Error: Reference source not found.13 Tanda Selamat Datang di Kota Serang Gambar Error: Reference source not found.15 DISPARPORA Kabupaten Serang Gambar Error: Reference source not found.16 Alun – Alun Kota Serang Gambar Error: Reference source not found.17 Masjid Agung Ats Tsauroh Gambar Error: Reference source not found.18 Motif Batik Kabupaten Serang Gambar Error: Reference source not found.20Motif Batik

Kabupaten Serang Gambar Error: Reference source not found.21 Motif Batik Kabupaten Serang Gambar Error: Reference source not found.22 Jumlah Wisatawan Mancanegara Kabupaten Serang Gambar Error: Reference source not found.23 Jumlah Wisatawan Mancanegara Kabupaten Serang Gambar Error: Reference source not found.24 Jumlah Wisatawan Mancanegara Kabupaten Serang Gambar Error: Reference source not found.25 Jumlah Wisatawan Mancanegara Kabupaten Serang Gambar Error: Reference source not found.26 Rekap Data Kunjungan Wisatawan Lokal dan Mancanegara Tahun 2021

3.4.3 Kuesioner



















Berdasarkan hasil penulisan dari kuesioner dengan total 60 responden, telah disimpulkan bahwa sebanyak 70% responden mengetahui Kabupaten Serang dari wisatanya. Kemudian sebanyak 78,3% responden menjawab bahwa yang membuat Kabupaten Serang menarik untuk dikunjungi adalah wisata alamnya. Lalu sebanyak 83,3% respon menjawab bahwa salah satu tempat wisata di Kabupaten Serang yang pernah dikunjungi adalah Pantai Anyer. Serta sebanyak 91,5% responden akan merekomendasikan wisata Kabupaten Serang kepada teman, keluarga, atau kerabat terdekat. Gambar Error: Reference source not found.27 Rekap Data Kunjungan Wisatawan Lokal dan Mancanegara Tahun 2022 Gambar Error: Reference source not found.28 Kuesioner Gambar Error: Reference source not found.29 Kuesioner Mengenai Tempat Wisata Kabupaten Serang

3.4.4 Studi Literatur

Proses penting dalam penulisan yang melibatkan analisis mendalam terhadap karya-karya yang relevan dengan topik penulisan merupakan pengertian dari studi literatur. Dalam studi literatur, penulis mengidentifikasi, meninjau, dan mensintesis literatur yang telah ada untuk mendapatkan pemahaman terbaik mengenai topik yang sedang diteliti. Berikut merupakan studi literatur yang telah diidentifikasi oleh penulis:

A. Sejarah Kabupaten Serang Sejarah Kabupaten Serang erat kaitannya dengan sejarah Banten. Pada abad ke-16, Serang menjadi pusat pemerintahan Kesultanan Banten, yang didirikan setelah Sultan Syarif Hidayatullah (Sunan Gunung Jati) mengalahkan Kerajaan Sunda pada tahun 1524-1525 M dan menunjuk putranya, Sultan Maulana Hasanuddin, sebagai Sultan Banten pertama. Pusat pemerintahan berpindah dari Banten Girang ke Surosowan. Kesultanan

Banten bertahan hingga 1813, dengan Sultan terakhir adalah Sultan Muhammad Shafiuddin. Pada akhir abad ke-16, Belanda mulai berdagang di Banten, menimbulkan ketegangan yang berlanjut terutama selama pemerintahan Sultan Ageng Tirtayasa, seorang Pahlawan Nasional. Setelah kekalahan Sultan Ageng Tirtayasa, pengaruh Belanda menyebabkan kemunduran kesultanan. Pada tahun 1816, Banten dibagi menjadi tiga kabupaten oleh Belanda. Selama pendudukan Jepang dan setelah kemerdekaan Indonesia pada tahun 1945, Banten, termasuk Serang, menjadi bagian dari Republik Indonesia. Dalam agresi Belanda pertama tahun 1947, Serang bertahan dan mencetak uang sendiri yang dikenal sebagai ORIDAB. Setelah Konferensi Meja Bundar tahun 1949, Serang menjadi bagian dari Provinsi Jawa Barat, dan pada 4 Oktober 2000, Provinsi Banten dibentuk dari pemekaran Jawa Barat. Hari Jadi Kabupaten Serang ditetapkan pada 8 Oktober 1526. (Nandang Rusnandar, 2019) . Gambar Error: Reference source not found.³¹ Kuesioner Mengenai rekomendasi Kabupaten Serang B. Logo Pemerintah Kabupaten Serang Kabupaten Serang memiliki logo pemerintah Kabupaten Serang yang menggunakan standar bentuk logo pemerintahan. Logo pemerintahan ini disertai tulisan " Sepi Ing Pamrih Rame Ing Gawe " yang merupakan semboyan dari pepatah, dalam bahasa Jawa yang secara harfiah berarti "sedikit pamrih, banyak bekerja. Maknanya adalah seseorang yang mengutamakan bekerja keras dan berbuat banyak tanpa mengharapkan imbalan atau pamrih. Semboyan ini mengajarkan pentingnya dedikasi, pengabdian, dan kerja keras dengan tulus hati tanpa terfokus pada keuntungan pribadi. Berikut merupakan arti dari logo pemerintah Kabupaten Serang: Warna-warna dalam logo Pemerintahan Serang memiliki makna tertentu: putih melambangkan kesucian, kuning melambangkan keindahan dan cahaya, merah bata melambangkan semangat, hijau melambangkan kesegaran dan kesehatan, biru langit melambangkan kejernihan, kuning emas melambangkan keanggunan, dan hitam melambangkan ketenangan jiwa. Warna-warna ini bersatu membentuk logo Kabupaten Serang. Logo ini juga memiliki gambar-gambar dengan makna spesifik. Enam buah cengkeh melambangkan ketakwaan dan kesejahteraan dari hasil pertanian dan perdagangan. Menara Masjid Banten

mewakili pusat kebudayaan, syi'ar agama, dan pemerintahan yang bersih dan kuat. Benteng Keraton Surosowan, dengan 26 kotak, 10 pucuk kotak, dan 8 celah kotak, menandakan hari jadi Kabupaten Serang pada 8 Oktober 1926. Tujuh belas lengkung menggambarkan hari proklamasi Kemerdekaan Indonesia pada 17 Agustus 1945. Pohon beringin mengartikan persatuan rakyat yang kuat. Dua sungai melambangkan aliran sungai Cibanten dan Ciujung di Kabupaten Serang, sementara dua laut menunjukkan posisi Kabupaten Serang yang diapit oleh Laut Jawa dan Selat Sunda. Susunan gambar dalam logo ini memiliki arti sebagai berikut, enam buah cengkeh dan Menara Masjid Agung Banten di belakang Benteng Keraton Surosowan melambangkan kepribadian yang kuat, pertahanan yang solid, serta kejayaan dan kesejahteraan daerah. Pohon beringin di depan Benteng Surosowan melambangkan persatuan, keadilan, dan kesiapsiagaan masyarakat, dengan pandangan ke laut yang mencerminkan kewaspadaan dan pandangan luas. Sungai di depan Benteng Surosowan mencerminkan keterbukaan, semangat bahari, kemakmuran, pengabdian, dan penghormatan terhadap sesama manusia. Gambar Error: Reference source not found.³² Logo Pemerintah Kabupaten Serang C. Geografis Kabupaten Serang Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) dan BAPPEDA (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah), Kabupaten Serang memiliki 1.786.223 penduduk, dengan 1.402  818 pada sensus 2010 dan 1.622 630 pada sensus 2020. Jika digabungkan, penduduk Kota Serang, Kota Cilegon, dan Kabupaten Serang mencapai 2.749 627 jiwa dengan luas daratan 1.909,56 km² dan kepadatan 1.440 jiwa/km².       Kabupaten Serang berada di ujung barat laut Pulau Jawa, dan berbatasan dengan Kabupaten Tangerang yang terletak di timur, Kabupaten Lebak yang terletak di selatan, Laut Jawa dan Kota Serang yang terletak di utara, serta Kota Cilegon yang terletak di barat.  Kabupaten ini memiliki 29 kecamatan dan 326 desa, dengan jumlah penduduk sebesar 1.684 986 jiwa pada tahun 2020, luas wilayah 1.449,66 km² serta kepadatan 1.146 jiwa/km².        D. Topografi Kabupaten Serang Permukaan tanah di Kabupaten Serang terdiri dari dataran rendah dan tinggi (pegunungan) yang memiliki ketinggian sampai dengan 1.778 meter.   

7 9 Fisiografi atau bentuk fisik dari wilayah ini meliputi rawa – rawa , perbukitan, dataran, dan pegunungan. Di utara terdapat pantai, kecuali di sekitar pegunungan Sawi, Terbang, dan Batusipat. Bagian selatan kerah barat meliputi dari perbukitan dan pegunungan. Sebagian besar tanah subur karena terdapat tanah alluvial dan banyak batu vulkanis, serta dialiri oleh sungai-sungai besar seperti Cidurian, Ciujung, dan Cibanten yang mendukung pertanian (Nandang Rusnandar, 2019). 1 2 3 E. Iklim Cuaca Kabupaten Serang memiliki iklim yang tropis, dengan musim hujan yang turun dari bulan November sampai April dan kemarau mulai bulan Mei hingga Oktober. 1 Rata-rata hujan/hari sekitar 3,92 mm. Suhu berkisar diantara 24,8° hingga 26,6 °C , dengan suhu minimum sekitar 20,90 °C dan suhu maksimum mencapai 33,8 °C. Tekanan udara dan kelembaban rata-rata setiap bulannya adalah sekitar 81,00 mb. 1 2 48 Kecepatan rata-rata arah angin adalah sekitar 2,80 knot, dengan arah angin dominan berasal dari barat. Gambar Error: Reference source not found.33 Geografis Kabupaten Serang Gambar Error: Reference source not found.34 Data Iklim Kabupaten Serang F. 1 Pendidikan Menurut situs resmi Kabupaten Serang, pendidikan di daerah ini, dengan mayoritas penduduk beragama Islam, menekankan pendidikan agama sesuai semboyan "Serang Bertakwa". Pemerintah fokus pada pendidikan berlandaskan Islam, baik formal maupun non-formal seperti madrasah dan pesantren. 1 Sistem pendidikan juga mencakup sekolah-sekolah formal dari tingkat SD, SMP, SMA, dan SMK, dengan beberapa sekolah favorit seperti SD Kristen Penabur, SMP Negeri 1 Ciruas, SD Islam Al- Azhar, dan SMA Negeri 1 Ciruas. Selain itu, Universitas Terbuka di Serang menawarkan pendidikan sarjana jarak jauh. G. Perekonomian Kabupaten Serang Berdasarkan BPS (Badan Pusat Statistik) Kabupaten Serang, pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Serang pada tahun 2022 melebihi target yang ditetapkan, yaitu 2,97 persen, dan tercapai 5,04 persen. Hal ini disampaikan dalam Penyampaian Laporan Keterangan Pertanggungjawaban (LKPJ) Bupati Serang. Pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Serang meningkat sebesar 5,04 persen setelah pandemi Covid-19. Berikut adalah beberapa poin yang disampaikan oleh Ketua DPRD Kabupaten Serang,

Bapak Bahrul Ulum 1. Pada tahun 2022, laju pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Serang melebihi target yang telah ditetapkan. 2. Pada tahun 2022, presentasi tingkat kemiskinan ditargetkan sekitar 4,22%, tetapi tercapai 4,96% H. Sosial Masyarakat Kabupaten Serang Masyarakat Kabupaten Serang menunjukkan karakteristik yang sangat religius, memiliki kekeluargaan yang solid, dan semangat gotong royong yang berarti. Mereka menjunjung tinggi kesetiakawanan sosial dengan tanggung jawab besar terhadap keamanan dan ketertiban wilayah mereka. Situasi ini menciptakan lingkungan yang tenang, aman, dan mendukung pertumbuhan bisnis. Budaya yang kaya dan sejarah pahlawan dalam perlawanan terhadap penjajah Belanda memberikan kekuatan dalam usaha bersama membangun kesejahteraan. 6 Semua nilai ini tercermin dalam lambang Kabupaten Serang dengan moto 1 "Sepi ingpamrih, rsme inggawe, 6 yang mencerminkan semangat kerja keras untuk masyarakat dan kebudayaan Serang (Imandiar, 2023).

Mayoritas penduduk Serang memeluk agama Islam dan menghormati nilai-nilai budaya Islam. Mereka terkenal dengan religiositas yang tinggi, semangat gotong royong yang kuat, dan kehidupan keluarga yang solid. 6 Masyarakat ini bertanggung jawab dalam menjaga ketertiban, yang membantu mengurangi konflik etnik, sosial, dan ekonomi. Kondisi ini menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan bisnis, dengan banyak perusahaan besar dan menengah yang berkembang di Serang. I. Penduduk Kabupaten Serang Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan pada visualisasi data kependudukan kementerian dalam negeri, Kabupaten Serang memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.623.409 orang pada tahun Gambar Error: Reference source not found.35 Pendidikan di Kabupaten Serang 2021, dengan sebagian besar populasi berdomisili di wilayah utara. 1 Dalam hal bahasa, Bahasa Sunda Banten biasanya digunakan pada wilayah selatan, sedangkan Bahasa Jawa Serang umumnya digunakan di sepanjang pesisir pantai utara, terutama di dekat Kota Cilegon dan Kota Serang. Jumlah penduduk di Kabupaten Serang secara keseluruhan mencapai 1,345,557 dengan jumlah penduduk pria sebanyak 684,243 jiwa, dan penduduk wanita sebesar 661,314 jiwa. (Nandang Rusnandar, 2019) J. Kebudayaan Kabupaten Serang Warisan budaya yang kaya dan sejarah yang heroik dari masyarakat

Kabupaten Serang, yang dikenal karena keberaniannya melawan penjajahan Belanda, telah memberikan inspirasi kegigihan dalam membangun Kabupaten Serang untuk kesejahteraan bersama. Hal ini tercermin dalam semboyan Kabupaten Serang, yaitu "Sepi Ing Pamrih, Rame Ing Gawe" yang berarti bekerja keras Gambar Error: Reference source not found.³⁶Jumlah Penduduk Kabupaten Serang Gambar Error: Reference source not found.³⁷ Jumlah Penduduk Kabupaten Serang tanpa mengharapkan imbalan. (Nandang Rusnandar, 2019) . Berikut merupakan potensi kebudayaan dan kesenian Kabupaten Serang:

- ☒ Upacara tradisional yang terdiri dari: ☒ Upacara Ruat Laut, Upacara Ngaruk Panjang Mulud, Upacara Bedolan Pamarayan, Upacara Nurun Kapal, Upacara Sedekah Bumi, Upacara Ritual Keceran, Upacara Syahadar Bumi, Upacara Dalailan.
- ☒ Makanan tradisional yang terdiri dari: ☒ Angeun Lada, Sate Bandeng, Kue Balok, Cucur, Sate Bebek Cibeber, Pasung, Nasi sumsum, Ketan Bintul, Rabeg, Pecak Bandeng, Jojorong, dan Gipang.
- ☒ Teknologi tradisional yang terdiri dari: Alat Pacing, Awi, Tali Jala, Jala, Rumpon atau Tali Kapal, Perahu, Golok Banten, Pamoean Ikan Asin.
- ☒ Kesenian tradisional yang terdiri dari: Patingtung, Debus, Pencak Silat, Rudat, Terbang Gedem Qosidah, Ubrug, Tari Marhaban, Tradisi Ayun Pengantin.

Masyarakat Banten, terutama di Kabupaten Serang, dikenal religius dan memiliki reputasi kuat dalam praktik ilmu hikmah. Ilmu ini melibatkan kekuatan supranatural yang dipelajari melalui metode seperti shalat, wirid, amalan, dan doa. M. Athoullah Ahmad dalam karyanya "Ilmu Hikmat di Banten: Studi Kasus Praktik Islam Mistik di Serang" menjelaskan cara mendapatkan sumber-sumber Ilmu Hikmah. Kitab-kitab seperti Syam al-Ma'arif wa Lathaif al-Awarif dan Manbah digunakan sebagai panduan untuk mempelajari Ilmu Hikmah dengan kesabaran dan kehati-hatian agar tidak disalahgunakan K.

Wisata Kabupaten Serang Pariwisata merupakan sektor kehidupan yang tidak dapat dipisahkan dan merupakan bagian esensial dari kebutuhan dan gaya hidup manusia. Hal ini mendorong manusia untuk mengenal lebih dalam alam dan budaya, memainkan peran vital dalam pengembangan ekonomi daerah. Di sisi lain, pariwisata memiliki potensi untuk menggerakkan rantai

ekonomi, memberikan kontribusi penting terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi di tingkat masyarakat lokal. Kabupaten Serang memiliki 69 obyek wisata yang terdiri dari wisata alam, wisata kreatif, wisata bahari, dan agrowisata.

3.5 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data merupakan suatu pendekatan yang mendalam dan sistematis dalam mengolah informasi yang terkumpul dari berbagai sumber, baik itu dalam bentuk angka, teks, maupun gambar. Berikut merupakan analisis data wawancara, observasi, dan kuesioner dalam bentuk tabel:

3.5.1 Analisis Pengumpulan Data

Berikut merupakan analisis pengumpulan data berupa wawancara, kuesioner, dan observasi:

A. Wawancara

Berikut merupakan analisis data wawancara bersama Bapak Ma'ruf selaku ketua divisi pemasaran DISPARPORA (Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olah Raga) Kabupaten Serang:

Table Error: Reference source not found.

1 Tabel Analisa Data Wawancara Gambar Error: Reference source not found.

38 Data Kunjungan Obyek Wisata Tahun 2022 Gambar Error: Reference source not found.

39 Tabel Kunjungan Obyek Wisata Tahun 2022

No. Indikator Pertanyaan Jawaban Hasil Analisis

1. Apakah ada ikon yang terkenal di Kabupaten Serang? Menara Mercusuar Anyer Kabupaten Serang memiliki salah satu ikon terkenal Kabupaten Serang
2. Apa yang menjadi daya tarik Kabupaten Serang? - Kehidupan dengan budaya pesisir pantai serta wisata alamnya. - Penduduknya yang ramah Wisata dan penduduk yang ramah menjadi daya tarik
3. Apa yang menjadi tantangan utama dalam pembangunan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat di Kabupaten Serang? - Peningkatan partisipasi masyarakat dalam melibatkan proses pembangunan dan pengambilan keputusan serta meningkatkan infrastruktur pembangunan Kabupaten Serang harus meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan & peningkatan kualitas hidup

2. Pariwisata

1. Wisata apa yang paling banyak dikunjungi di Kabupaten Serang? Pantai Anyer, Agrowisata Bukit Waruwangi, Pulau Tunda, Terdapat 3 tempat wisata yang paling banyak dikunjungi
2. Bagaimana mengembangkan potensi pariwisata di Kabupaten Serang? - Mengembangkan destinasi wisata unggulan dan wisata budaya - Meningkatkan aksesibilitas berupa infrastruktur transportasi - Promosi wisata

secara digital - Bekerjasama dengan pihak swasta Masih banyak permasalahan yang harus dibenahi dalam membangun potensi pariwisata Kabupaten Serang 3. Bagaimana peran pemerintah daerah Kabupaten Serang yang bekerja sama dengan pihak swasta atau komunitas lokal untuk meningkatkan industri pariwisata? - Membentuk kemitraan dengan pihak swasta seperti hotel dan restoran - Menyediakan insentif dan fasilitas kepada investor swasta atau komunitas yang berkontribusi pada Untuk meningkatkan industri pariwisata pemerintah, pihak swasta, dan komunitas lokal sudah pengembangan industri pariwisata di Kabupaten Serang. bekerjasama dalam beberapa aspek. 3. Kuliner 1. Apakah di Kabupaten Serang terdapat acara kuliner tahunan? Tidak ada, namun terdapat beberapa acara swasta yang bekerja sama dengan ekonomi kreatif. Di Kabupaten Serang tidak ada acara kuliner tahunan 2. Apa makanan khas Serang? Beberapa diantaranya terdapat Sate Bandeng, Rabeg, Gerem Asem, Sate Bebek, Angeun Lada. Kabupaten Serang memiliki makanan khas 4. Kesenian 1. Bagaimana kesenian di Kabupaten Serang beradaptasi dengan perubahan zaman dan modernisasi? - Menggunakan media sosial dan teknologi untuk membagikan karya seni, memperluas jangkauan audiens, dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. - Partisipasi dalam festival dan event kota, kabupaten, dan provinsi lain. - untuk membagikan karya seni, memperluas jangkauan audiens, dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Kesenian Kabupaten Serang hingga saat ini masih beradaptasi dengan perubahan zaman dan modernisasi 2. Bagaimana cara kesenian lokal di Kabupaten Serang dapat berkontribusi pada identitas Kesenian lokal menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang mengunjungi Kabupaten Serang. Pertunjukan tarian Kesenian di Kabupaten Serang dapat budaya dan pariwisata daerah? tradisional, pameran seni kerajinan, dan festival budaya adalah contoh-contoh acara yang menarik wisatawan dan membantu mempromosikan pariwisata daerah. menjadi identitas budaya dan pariwisata karena memiliki daya tarik. 3. Apakah terdapat festival seni atau acara budaya tahunan yang menjadi sorotan di Kabupaten Serang? Di Kabupaten serang belum terdapat festival seni/acara budaya tahunan yang

menjadi sorotan Tidak memiliki festival seni/acara budaya. 4. Apa jenis kesenian tradisional yang paling dominan atau khas di Kabupaten Serang? Patingtung, Debus, Pencak Silat, Rudat, Terbang Gedem Qosidah, Ubrug Kabupaten Serang memiliki beberapa kesenian tradisional yang khas. 5. Apakah peran kesenian tradisional dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Kabupaten Serang sangat berpengaruh? Dampak ekonomi yang signifikan dalam kehidupan masyarakat Kabupaten Serang. Pertunjukan seni tradisional sering menjadi daya tarik pariwisata, yang dapat meningkatkan pendapatan lokal melalui penjualan tiket, kerajinan tangan, dan layanan pendukung lainnya. Kesenian di Kabupaten Serang dapat memengaruhi kehidupan masyarakat sehari-hari 5. 1. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap kualitas infrastruktur dan Di beberapa daerah tertentu terdapat kesenjangan Kabupaten Serang memiliki B. Kuesione r Berikut merupakan kuesioner mengenai Kabupaten Serang sebagai data pendukung: Table Error: Reference source not found.2 Profil Responden No. Kriteria Sub Kriteria Jumlah 1. 60 Jenis Kelamin Laki-laki 13 Perempuan 47 2. Usia Responden 16-20 tahun 6 21-25 tahun 30 26-30 tahun 2 31-35 tahun 2 36-40 tahun 1 Lebih dari 40 19 3. Pekerjaan Pelajar/mahasiswa 27 Dosen/guru 3 Karyawan Swasta 9 Pegawai Negeri Sipil 2 Ibu Rumah tangga 7 Pekerjaan Lainnya 12 4. Kabupaten/ Kota Serang 5 Brand Awareness layanan publik di Kabupaten Serang? infrastruktur dan layanan publik karena kurang memadai. masalah dalam kesenjangan infrastruktur dan layanan publik. 2. Apa persepsi masyarakat mengenai Kabupaten Serang dalam benak mereka? Kabupaten serang terkenal sebagai daerah yang penduduknya ramah & daerah santri serta religius karena Kabupaten Serang mempunyai sejarah kesultanan banten. Kabupaten Serang identik dengan daerah yang ramah, terkenal santri serta religius Domisili Dalam pulau Jawa 40 Diluar pulau Jawa 15 Tanggapan responden mengenai Kabupaten Serang: Table Error: Reference source not found.3 Tanggapan Responden Mengenai Kabupaten Serang No. Pertanyaan Kriteria Jumlah 1. Apa yang anda ketahui tentang Kabupaten Serang? Kuliner 10 Wisata 40 Geografis 2 Sejarah 7 Kebudayaan 1 2. Menurut anda, apa yang

membuat Kabupaten Serang menarik untuk dikunjungi? Sejarah 7 Kebudayaan 2
Wisata Alam 30 Wisata Religi 15 Wisata Kuliner 6 3. Adakah salah
satu wisata Kabupaten Serang dibawah ini yang pernah anda kunjungi?
Pantai Anyer 35 Agrowisata Bukit Waruwangi 15 Pulau Panjang 5 Desa
Tirtayasa 5 4. Apakah anda akan merekomendasikan pariwisata Kabupaten
Serang kepada teman, keluarga, atau kerabat terdekat? Ya 50 Tidak 10

3.5.2 Analisa Segmentasi, Targeting , dan Positioning

Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) adalah kerangka kerja strategis dalam pemasaran yang membantu perusahaan memahami dan mengelola suatu pasar dengan lebih efektif. Berikut merupakan analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning untuk perancangan identitas visual dan graphic standard manual pariwisata Kabupaten Serang:

- Segmentasi Segmentasi terbagi menjadi 3 bagian , yaitu geografis, demografis, dan psikografis yang akan dijelaskan sebagai berikut:
 - Geografis: Mancanegara dan wilayah Indonesia yang terdiri dari 38 provinsi, 416 kabupaten, dan 98 kota.
 - Demografis:
 - Jenis kelamin pria dan wanita
 - Usia 15 – 50 tahun
 - Siklus hidup belum menikah dan sudah menikah
 - Psikografis:
 - Kelas sosial menengah yang menyukai dan memiliki ketertarikan pada wisata alam, rekreasi, dan hal-hal yang bernuansa etnik
 - Memiliki penghasilan yang mencukupi untuk kebutuhan sehari – hari
- Targeting: Target audiens dalam penulisan ini adalah generasi x, generasi milenial, dan generasi z dengan rentang usia 15 – 50 tahun yang memiliki tempat tinggal di Indonesia, khususnya Pulau Jawa. Kemudian memiliki ketertarikan pada wisata alam, rekreasi, dan hal – hal yang bernuansa etnik.
- Positioning: Identitas visual Kabupaten Serang berupa GSM sebagai sarana dalam mengembangkan city branding Kabupaten Serang dengan nuansa etnik dan sesuai dengan kultur. (bedanya dengan pembanding, riset perbandingan)

3.5.3 Strategi 5W+1H

Pendekatan sistematis dalam mengidentifikasi dan merinci unsur-unsur kunci suatu konsep atau proyek dikenal sebagai strategi analisis 5W+1H. Dalam perancangan identitas visual pariwisata Kabupaten Serang, strategi analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. What

(apa)? ❑ Mengidentifikasi karakteristik Kabupaten Serang untuk membuat perancangan identitas visual dan city branding yang sesuai dengan ciri khas Kabupaten Serang ❑ Studi literatur dan sumber data lainnya untuk memahami konsep city branding dan identitas visual 2. Who (siapa)? ❑ Mengidentifikasi pemangku kepentingan (stake holder) terkait, masyarakat sekitar, pemerintah Kabupaten Serang, dan narasumber yang terkait 3. Where (dimana)? ❑ Melakukan observasi secara optimal di Kabupaten Serang mengenai keadaan daerah, masyarakat sekitar, tempat wisata, kultur, dan tempat terkait lainnya. ❑ Mempertimbangkan pengaplikasian identitas visual pada berbagai media pendukung 5. Why (kenapa)? ❑ Mengoptimalkan potensi Kabupaten Serang dengan membuat perancangan identitas visual dan city branding agar dapat bersaing dengan kota, kabupate, dan provinsi di Indonesia 6. How (bagaimana)? ❑ Menentukan metodologi perancangan dan identifikasi yang mendalam terkait identitas visual dan city branding Kabupaten Serang ❑ Mengidentifikasi teknologi dan media lainnya yang akan digunakan untuk perancangan. 3.5.4 Analisa Pesaing A. Kabupaten Tangerang Identitas visual Kabupaten Tangerang adalah salah satu pesaing dalam penulisan ini.

19 Logo city branding yang menggunakan simbol tumbuhan mangrove mencerminkan Kabupaten Tangerang sebagai wilayah yang kuat dan mampu mendukung warganya menuju masyarakat yang solid dan sukses atau gemilang. Pada 12 Mei 2022, Kabupaten Tangerang bersama LPPM (Lembaga Penulisan dan Pengabdian Masyarakat) meluncurkan branding Kabupaten Tangerang Gemilang sebagai langkah menuju smart city . Proses pembuatan city branding ini juga melibatkan mahasiswa Desain Komunikasi Visual dari Universitas Multimedia Nusantara. Berdasarkan teori yang telah dijelaskan oleh Suriyanto Rustan bahwa ciri - ciri logo yang baik memiliki kriteria-kritea tertentu, yaitu longlasting, unique, memorable, flexible, simple, dan representation . 6 ciri tersebut lah yang akan dijadikan kriteria dalam menganalisis pesaing. Pada tabel tersebut telah dianalisis bahwa: ❑ Bentuk logomark dan tagline kurang merepresentasikan visi & misi Kabupaten Serang Gambar Error: Reference source not found.40 Logo City branding

Kabupaten Tangerang Table Error: Reference source not found.4 Tabel Analisis Logo City branding Kabupaten Tangerang ✕ Warna kurang mencerminkan Kabupaten Tangerang ✕ Tipografi bersifat modern dan timeless ✕ Komposisi dan layout terlihat kurang sederhana dan flexible 3.5.5 Analisa SWOT Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan sebuah metode yang digunakan untuk melakukan analisis dan evaluasi terhadap faktor internal dan eksternal pada suatu proyek, organisasi, bisnis, dan lain sebagainya. Analisis SWOT membantu dalam pemahaman lingkungan bisnis dan membantu organisasi merancang strategi yang lebih efektif. 1. Strengths (kekuatan): - Kunjungan wisatawan di Kabupaten Serang yang memenuhi target dalam 2 tahun terakhir. - Memiliki sejarah sejarah Provinsi Banten, karena Kabupaten Serang merupakan bagian dari wilayah Kesultanan Banten yang berdiri pada abad ke XVI dan Pusat Pemerintahannya terletak di daerah Serang. - Memiliki beragam sektor pariwisata yang melibatkan destinasi wisata yang mencakup aspek-aspek seperti wisata religi, alam, kuliner, edukasi, dan budaya. - Kabupaten Serang memiliki nuansa etnik yang sangat kuat. - Pengembangan pariwisata dan sumber daya manusia memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, terutama penduduk di sekitar destinasi wisata Kabupaten Serang. - Kabupaten Serang memiliki akses yang mudah untuk ditempuh. 2. Weakness (kelemahan): - Pariwisata Kabupaten Serang tidak memiliki identitas visual dan graphic standard manual yang sudah ditetapkan secara sah dan resmi oleh pemerintahan daerah. - Potensi Kabupaten Serang dari segi ekonomi, budaya, dan pariwisata tidak berjalan dan dikenal dengan baik karena tidak memiliki identitas visual. - Tidak konsisten dalam mempromosikan pariwisata Kabupaten Serang 3. Opportunities (kesempatan): - Dibutuhkan Identitas visual berupa graphic standard manual yang sesuai dengan standar STP agar identitas visual memiliki kekuatan dalam membantu menciptakan citra yang baik dan tepat. 4. Threats (ancaman): - Kabupaten Serang yang tidak memiliki identitas visual dapat menyebabkan rendahnya daya saing dengan provinsi, kabupaten, atau kota lain di Indonesia Table

Error: Reference source not found.5 Tabel Analisa SWOT 3.6 Kesimpulan Hasil Analisis Berdasarkan tahapan proses analisis yang telah diidentifikasi maka telah disimpulkan bahwa Kabupaten Serang adalah daerah yang memiliki keberagaman potensi yang dapat dilihat dari segi budaya, sumber daya alam, serta sumber daya manusia nya. Tidak adanya identitas visual pada Kabupaten Serang dapat mempersulit masyarakat di luar daerah untuk mengetahui segala potensi yang ada. identitas visual berperan sangat penting dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu wilayah. Kabupaten Serang membutuhkan identitas visual yang kuat untuk memperkuat posisinya sebagai daerah yang kaya akan kebudayaan, sejarah, sumber daya alam, serta sumber daya manusia., 3.7 Pemecahan Masalah Merancang identitas visual city branding Kabupaten Serang yang sesuai dengan nilai serta karakteristik merupakan solusi yang tepat untuk membuat Kabupaten Serang lebih dikenal dan diingat oleh masyarakat diluar daerah. Identitas visual yang efektif dapat meningkatkan daya tarik wisata, menarik investasi, serta meningkatkan rasa bangga dan keterikatan masyarakat terhadap daerah mereka. Kemudian partisipasi masyarakat dan dukungan dari pemerintah daerah sangat penting dalam memperkuat identitas visual ini. BAB IV STRATEGI KREATIF 4.1 Konsep Karya Perancangan Identitas visual city branding Kabupaten Serang menggunakan konsep karya melalui pendekatan budaya kehidupan masyarakat Kabupaten Serang. Pendekatan budaya merujuk pada suatu perspektif yang melihat kebudayaan sebagai obyek kajian yang dapat diteliti atau dipahami menjadi suatu fenomena yang terdiri dari beragam unsur yang saling terkait dalam sebuah sistem, baik secara hierarkis maupun fungsional. (Darmawanto, 2019). 39 Konsep karya melalui pendekatan budaya ini ada yang bersifat intangible (tidak wurwujud) dan tangible (berwujud). Pada konsep karya diperlukan beberapa aspek yang harus diperhatikan, yaitu strategi komunikasi, strategi media, konsep kreatif, konsep visual, dan konsep verbal. Berdasarkan tinjauan data dan analisis yang telah diperoleh dari wawancara, observasi, studi literatur, dan kuesioner dapat dilihat bahwa kekuatan Kabupaten Serang adalah pada sisi kehidupan sosial

masyarakatnya yang harmonis, dinamis, dan magis religius. Dari benang merah tersebut telah didapatkan ide secara garis besar, yaitu Kabupaten Serang sebagai daerah yang kental akan tradisi spiritual masyarakat. 4.2 Strategi Komunikasi Strategi komunikasi yang digunakan pada perancangan ini, yaitu melalui model AISAS (attention, interest, search, action, dan share). Penggunaan strategi komunikasi dengan model AISAS dapat mengoptimalkan pemasaran yang dapat memotivasi atau mempengaruhi pelanggan untuk melakukan sebuah tindakan, sehingga dapat membuat dan meningkatkan kesadaran merek, kepuasan pelanggan, dan penjualan yang meningkat. Table Error: Reference source not found.6 Strategi Komunikasi dengan Model AISAS No AISAS Tujuan Media Visual Warna Verbal 1. Attention menarik perhatian target audiens untuk meningkatkan citra/ brand awareness Kabupaten Serang Poster, iklan sosial media, Identitas Visual Kabupate n Serang dengan konsep magis religius, dan memikat Merah, biru, orange, hijau Serang, Magical of Java 2. Interest Melakuka pendekatan emosional terhadap masyarakat Poster event dan media sosial Identitas visual dengan supergrafis Merah, biru, orange, hijau Serang, Magical of Java 3. Search Mempermudah target audiens untuk mencari informasi mengenai Kabupaten Serang Website , sosial media, dan promosi Identitas visual dengan supergrafis Merah, biru, orange, hijau Serang, Magical of Java 4. Action Membangun kesadaran target audiens untuk mendatangi Adverting, dan kolaborasi Identitas visual dengan supergrafis dan Merah, biru, orange, hijau Serang, Magical of Java Kabupaten Serang dengan stakeholder foto 5. Share Membuat target audiens membagikan pengalamannya a selama berada di Kabupaten Serang Sosial Media Pemandangan dan suasana Kabupaten Merah, biru, orange, hijau Serang, Magical of Java 4.3 Strategi Media Strategi media yang digunakan meliputi media utama dan media pendukung. Media utama adalah platform utama yang digunakan untuk mengomunikasikan informasi, pesan, atau konten kepada audiens secara luas. Media pendukung adalah sarana atau saluran komunikasi yang digunakan sebagai pelengkap atau penunjang dalam menyampaikan pesan kepada khalayak.

Berikut merupakan media utama dan pendukung dalam perancangan identitas visual city branding Kabupaten Serang:

A. Media Utama

1. Media Promosi Menggunakan media promosi untuk mengkomunikasikan pesan atau informasi kepada audiens. Media promosi yang digunakan adalah Poster Sosial media Website Billboard
2. Brand Guideline Menggunakan brand guideline sebagai pedoman identitas visual. Ukuran yang digunakan adalah A4 (29,7 x 21) landscape.

B. Media Pendukung

1. Signage Menggunakan signage yang diaplikasikan di tempat wisata, jalan utama, pusat kota, transportasi umum, area perbelanjaan, dan area pemerintahan.
2. Stationery Stationery adalah kumpulan benda-benda kantor atau alat tulis yang digunakan untuk keperluan sehari-hari di tempat kerja, sekolah, atau rumah. Berikut merupakan stationery yang digunakan: Amplop Pulpen & Pensil Kop Surat Id Card Kartu Nama
3. Merchandise Menggunakan Merchandise sebagai elemen promosi yang terdiri dari t-shirt, polo shirt, kipas, tumbler, keychain lanyard, tote bag, pouch, topi, pillow, dan note book. Media ini digunakan sebagai awareness dari Kabupaten Serang.
4. Media Luar Ruangan Menggunakan media luar ruangan sebagai elemen promosi yang terdiri dari wall display, dan umbul-umbul.
5. Landmark Landmark merupakan suatu penanda yang memiliki ciri khas. Landmark berfungsi sebagai titik referensi yang membantu penduduk dan wisatawan untuk bernavigasi di suatu area. Mereka dapat menjadi acuan visual yang memudahkan orang menemukan jalan mereka di kota atau wilayah tertentu.

4.4 Mood Board Mood board adalah sebuah alat visual yang digunakan untuk mengumpulkan dan menyusun berbagai referensi visual yang mencerminkan konsep, ide, dan suasana yang ingin dicapai dalam suatu perancangan. Gambar dibawah ini merupakan beberapa referensi visual untuk perancangan identitas visual city branding Kabupaten Serang

4.5 Konsep Kreatif Konsep kreatif merupakan ide atau gagasan dalam menciptakan suatu karya seni yang mencakup beberapa aspek penting seperti perencanaan dan strategi komunikasi yang efektif. Berikut adalah beberapa aspek yang harus diperhatikan:

A. Tone and Manner

Gambar Error: Reference source not

found.41 Mood Board Dalam perancangan identitas visual untuk city branding Kabupaten Serang, "tone and manner" harus mencerminkan karakter dan nilai-nilai unik dari daerah tersebut. Berikut adalah beberapa aspek tone and manner yang akan digunakan pada identitas visual Kabupaten Serang

1. Inspiratif Menggambaka Menggambarkan Kabupaten Serang sebagai sumber inspirasi, baik dari segi budaya, sejarah, maupun pencapaian masyarakatnya.
2. Modern Mengintegrasikan unsur-unsur kontemporer untuk menunjukkan kemajuan dan inovasi, seperti desain minimalis, tipografi modern, dan penggunaan teknologi dalam visualisasi.
3. Bersahabat Menggunakan elemen desain yang ramah dan mudah didekati, seperti warna-warna cerah dan hangat.
4. Dinamis Menunjukkan semangat kerja keras dan perkembangan daerah yang terus bergerak maju.

B. Key word Keyword adalah kata atau frasa yang digunakan untuk menggambarkan inti dari sebuah topik. Pemilihan keyword yang digunakan untuk perancangan terdiri dari beberapa proses seperti brainstorming secara keseluruhan, proses mindmapping, membuat valuable word, dan hasil keyword yang diambil dari ketiga proses tersebut. Berdasarkan proses brainstorming tersebut telah didapatkan 3 keyword inti yang nantinya akan dijadikan acuan dalam membuat logo atau identitas Visual. 3 keyword tersebut terdiri dari

- ☒ Magis
- ☒ Religius
- ☒ Memikat

Proses mindmapping telah dilakukan sebanyak 5 kali sehingga mendapatkan 3 keyword inti. Pada tahap pertama penulis melakukan brainstorming mengenai Kabupaten Serang secara umum pada beberapa aspek penting yang telah diidentifikasi dan dianalisis seperti aspek kesenian, sejarah, arsitektur, geografi, teknologi tradisional, visi, misi, wisata, sosial

Gambar Error: Reference source not found.42 Proses Mindmapping Tahap Pertama masyarakat, transportasi, kuliner, dan sejarah. 12 Aspek tersebut dianalisis berdasarkan data studi literatur dan website resmi Kabupaten Serang. Pada tahap kedua ini pembuatan mindmapping lebih sederhana dan hanya mencakup 8 aspek yang terdiri dari teknologi tradisional, visi, misi, wisata, arsitektur, sosial masyarakat, kuliner, dan kesenian. Mindmapping dibuat lebih sederhana agar dapat mempermudah penulis

menemukan keyword yang sesuai. Pada tahap ketiga ini telah dianalisis dan diidentifikasi valuable word yang Gambar Error: Reference source not found.⁴³ Proses Mindmapping Tahap Kedua Gambar Error: Reference source not found.⁴⁴ Proses Mindmamping Tahap Ketiga Terdiri dari 8 aspek, yaitu latar belakang, SWOT, 5W+1H, STP, wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur. Pada tahap ini penulis mendapatkan valuable word berdasarkan hasil dari kedelapan aspek tersebut. Pada tahap keempat merupakan bentuk sederhana dari valuable word pertama dan mindmapping yang terdiri dari 6 aspek, yaitu arsitektur, observasi, wawancara, sosial masyarakat, visi, dan studi literatur. Keenam aspek tersebut menghasilkan 9 keyword yang terdiri dari Mercusuar Anyer, agamis, magis, pantai, religius, ramah, adil, etnik, dan memikat. Pada tahap kelima merupakan hasil akhir valuable word yang terdiri dari 3 aspek, yaitu observasi, sosial masyarakat, dan studi literatur. Hasil akhir dari valuable word ini merupakan keyword yang akan dijadikan acuan dalam perancangan. Keyword tersebut juga merepresentasikan unique selling point dari Kabupaten Serang Gambar Error: Reference source not found.⁴⁵ Proses Mindmapping Tahap Keempat Gambar Error: Reference source not found.⁴⁶ Proses Mind Mapping Tahap Kelima C. Key Message Key message adalah inti atau pokok pesan yang ingin disampaikan kepada audiens atau target pasar dalam sebuah promosi. Key message biasanya merupakan informasi utama yang ingin ditekankan untuk mempengaruhi persepsi, sikap, atau perilaku. Berdasarkan keyword yang telah didapatkan, maka key message Kabupaten Serang adalah daerah destinasi yang religius, magis, dan memikat. D. Key Promise Key promise adalah janji atau komitmen yang diberikan oleh sebuah merek kepada konsumen atau pemangku kepentingan lainnya. Berdasarkan proses analisis, identifikasi, dan brainstorming, maka telah didapatkan key promise “Kabupaten Serang sebagai daerah yang memberikan kenyamanan dalam aspek spiritualitas dan nuansa religius yang kental E. Brand Positioning Brand positioning adalah proses penentuan tempat atau posisi yang diinginkan oleh merek atau brand di dalam benak konsumen atau audiens. Berdasarkan keyword,

maka telah didapatkan brand positioning Kabupaten Serang sebagai daerah “Magis”. Magis yang dimaksud disini adalah Istilah untuk menggambarkan sesuatu yang luar biasa dan dapat mewakili berbagai aspek secara keseluruhan seperti tempat wisata, kebudayaan, tradisi, dan kehidupan masyarakat. Dalam konteks yang lebih luas, "Magis" juga bisa merujuk pada sesuatu yang memiliki daya tarik yang kuat. Penulis juga ingin menjadikan Kabupaten Serang sebagai pelopor atau the central spot kabupaten, kota, atau provinsi di Indonesia yang aktif dalam melestarikan dan membudayakan tradisi spiritual kehidupan masyarakat.

F. Brand Value
Brand value adalah nilai yang terkait dengan sebuah merek dalam konteks pasar dan persepsi konsumen. Brand value biasanya mengacu pada financial . Brand value Kabupaten Serang adalah “Kabupaten Serang yang Memiliki tempat wisata memikat .

G. Brand Culture
Brand culture adalah pemberian identitas berdasarkan kebudayaan, tradisi, atau nilai-nilai yang menjadi bagian dari identitas suatu merek. Brand Culture dari Kabupaten Serang adalah “Magis Religius” yang lebih menekankan pada aspek kehidupan sosial masyarakat Kabupaten Serang.

4.5.1 Konsep Visual

Pada perancangan ini diperlukan konsep visual yang sesuai untuk merepresentasikan Kabupaten Serang. Konsep ini melibatkan penggunaan elemen-elemen desain seperti warna, bentuk, tone and manner , tipografi, logo, tagline, layout, dan gambar untuk menciptakan gaya visual yang menarik dan kuat.

1. Making Brand Mark

Process 1. Sketsa Logo
Pada proses sketsa logo diperlukan tahap perancangan ikon, simbol, dan eksplorasi logo yang sesuai dengan keyword yang telah ditentukan, yaitu religius, magis, dan memikat. Perlu diketahui bahwa terdapat perbedaan dalam perancangan sketsa ikon dan simbol. Ikon merupakan bentuk yang mewakili objek dan memiliki bentuk yang sedemikian rupa sedangkan simbol merupakan tanda yang mewakili suatu objek berdasarkan kesepakatan/persetujuan yang spesifik

Gambar Error: Reference source not found.
47 Eksplorasi Logo Gambar Error: Reference source not found.
48 Eksplorasi Logo Gambar Error: Reference source not found.
49 Eksplorasi Logo Gambar Error: Reference source not found.
50

Eksplorasi Logo Gambar Error: Reference source not found.⁵¹ Eksplorasi Logo Gambar Error: Reference source not found.⁵² Eksplorasi Logo Gambar Error: Reference source not found.⁵³ Eksplorasi Logo Gambar Error: Reference source not found.⁵⁴ Eksplorasi Logo Gambar Error: Reference source not found.⁵⁵ Eksplorasi Logo 2. Alternatif Logo Berikut merupakan 26 alternatif logo yang telah dirancang berdasarkan eksplorasi logo. Beberapa logo menggunakan prinsip gestalt. Prinsip gestalt adalah kemampuan otak manusia untuk melihat gambar atau elemen dalam bentuk yang lengkap meskipun Gambar Error: Reference source not found.⁵⁶ Eksplorasi Logo sebagian elemennya hilang. Dengan kata lain, prinsip closure menyatakan bahwa mata manusia cenderung melengkapi bagian yang kurang dalam sebuah desain. Perancangan alternatif logo juga diambil dari beberapa bentuk arsitektur, wisata alam, dan nilai masyarakat di Kabupaten Serang. Tahap eksplorasi logo versi digital dikembangkan kembali dari 9 alternatif menjadi 26 alternatif. Sketsa alternatif logo dikembangkan menjadi lebih banyak dan bervariasi agar dapat menemukan identitas visual yang paling cocok serta sesuai dengan nilai & karakteristik Kabupaten Serang Gambar Error: Reference source not found.⁵⁸ 9 Alternatif Eksplorasi Logo Versi Digital Kemudian dari 26 alternatif yang sebelumnya sudah ada, telah dipilih 5 alternatif terbaik untuk dijadikan identitas visual city branding Kabupaten Serang. Perancangan ke-5 logo tersebut menggunakan prinsip gestalt closure, yaitu salah satu prinsip dari teori gestalt yang menyatakan bahwa otak manusia cenderung mengisi celah atau bagian yang hilang dalam sebuah gambar atau bentuk untuk menciptakan kesatuan yang lengkap. Berdasarkan beberapa sketsa alternatif logo yang telah dirancang sebelumnya, dibawah ini merupakan hasil eksplorasi logomark yang dipilih karena dirasa lebih merepresentasikan Kabupaten Serang 3. Logotype Berikut merupakan alternatif pemilihan tipografi untuk logotype. Pemilihan jenis tipografi berdasarkan readability, legability, visibility, dan clarity. Gambar Error: Reference source not found.⁵⁹ 5 Alternatif Eksplorasi Logomark Berikut merupakan logotype yang akan digunakan pada identitas

visual city branding Kabupaten Serang. Bentuk logotype dikustomisasi dan diambil dari bentuk karang bolong pada pantai. Gambar Error: Reference source not found.60 Alternatif Logotype Gambar Error: Reference source not found.61 Alternatif Penggabungan Logotype & Logomark Gambar Error: Reference source not found.62 Fix Logotype 4. Fix Logo Menggunakan logo jenis combination mark. Combination marks adalah logo yang dibentuk dari kombinasi antara ikon, simbol, maskot, gambar abstrak, dan teks, yang membuat brand lebih leluasa dalam menekankan identitas diri kepada masyarakat. (Suriyanto Rustan, 2009) 5. Filosofi Logo Perancangan logomark menggunakan prinsip gestalt closure, dimana gambar & elemen dalam bentuk standarnya terlepas dari elemen yang kehilangan beberapa bagiannya. Secara keseluruhan, dari ketiga bentuk tersebut jika digabungkan maka akan menyerupai bentuk Golok Ciomas dan api yang biasanya digunakan dalam kesenian tradisional Debus, Kabupaten Serang. Golok adalah bagian dari warisan kebudayaan atau sejarah Kabupaten Serang, penggunaannya dalam logo bisa menjadi simbol yang kuat untuk identitas lokal daerah Kabupaten Serang. Bentuk logomark pada bagian ruang positif juga dimodifikasi dengan bentuk api yang biasa digunakan dalam kesenian tradisional Debus. Ketiga bentuk logo pada ruang positif secara keseluruhan menggambarkan kekuatan serta keberanian. Gambar Error: Reference source not found.63 Fix Logo Gambar Error: Reference source not found.64 Ruang Negatif dan Positif Pada Logo Gambar Error: Reference source not found.65 Golok Ciomas & Api Kesenian Tradisional Debus Pada bagian berwarna putih/ruang negatif bentuk logo diatas, dirancang dari bentuk Mercusuar Anyer yang dianggap sebagai Ikon di Kabupaten Serang. Bentuk tersebut bertujuan untuk merepresentasikan Kabupaten Serang dari segi sejarah. Gambar Error: Reference source not found.67 Logo Filosofi Logo Gambar Error: Reference source not found.68 Mercusuar Anyer Bagian berwarna putih atau ruang negatif terinspirasi dari bentuk gelombang pantai Pulau Sangiang yang bertujuan untuk merepresentasikan Kabupaten Serang dari segi kekayaan tempat wisata alamnya. Ruang berwarna putih terinspirasi dari bentuk pada Masjid

Agung Banten. Bentuk ini menyerupai geometri islam yang bertujuan untuk merepresentasikan kehidupan masyarakat Kabupaten Serang yang religius. Gambar Error: Reference source not found.69 Filosofi Logo Gambar Error: Reference source not found.70 Pantai Pulau Sangiang Gambar Error: Reference source not found.71 6. Warna Warna yang digunakan pada perancangan identitas visual city branding Kabupaten Serang terbagi menjadi 2, yaitu warna primer dan warna sekunder. ❑ Warna Primer 1. Raisin Black (hitam)) Mengartikan cerminan kekuatan karakter, ketegasan, kesan magis, dan elegan 2. Red (Merah) Mengartikan kerajaan, religius, dan kebijaksanaan dari sejarah Kabupaten Serang . Merah juga mengartikan keberanian dan semangat kerja keras, sesuai dengan semboyan Kabupaten Serang, yaitu “Sepi Ing Pamrih, Rame Ing Gawe yang memiliki arti tidak mengharapkan imbalan atau balasan, namun tetap bersungguh-sungguh dalam bekerja 3. Orange (Oranye) Secara sosial, orange bisa melambangkan kebersamaan, kehangatan, dan hubungan yang akrab. Warna ini sering digunakan dalam konteks sosial untuk menciptakan suasana yang ramah dan menyambut 4. Blue (biru) Warna biru terinspirasi dari warna pada pantai di Kabupaten Serang yang memberikan arti kedamaian, stabilitas, dan kepercayaan. ❑ Warna Sekunder 1 . Green (hijau) Gambar Error: Reference source not found.73 Warna Logo & Supergrafis Digunakan untuk mengekspresikan nilai-nilai religius kehidupan masyarakat Kabupaten Serang. Warna hijau dapat memberikan kesan yang tenang dan keberkahan . 7. Supergrafis Bentuk supergrafis yang digunakan berasal dari motif batik khas Kabupaten Serang. Motif batik ini dirancang dari bentuk Bendungan Pamayaran dan padi. Bendungan pamarayan adalah bendungan hasil peninggalan kolonial Belanda yang sampai saat ini masih berdiri kokoh dan memiliki nilai sejarah di Kabupaten Serang. Sedangkan padi melambangkan kesuburan dan kecukupan.VBila digabungkan menjadi satu maka, makna dari motif batik ini adalah jiwa masyarakatnya yang kokoh, mudah berbagi, dan memiliki jiwa yang berkecukupan.VV Supergrafi dirancang menjadi 2 alternatif dan dapat diaplikasikan sesuai dengan kebutuhan Gambar Error: Reference source not found.75 Proses Perancangan

Supergrafis Gambar Error: Reference source not found.74 Motif Batik Kabupaten Serang Supergrafis diambil dari salah satu bentuk yang sederhana pada motif batik Kabupaten Serang. Terdapat 2 jenis supergrafis, yaitu supergrafis utama dan pattern. Bentuk supergrafis utama merupakan penggabungan dari salah satu elemen pada motif batik Kabupaten Serang. Bentuk pattern yang dirancang menyerupai bentuk senyuman yang mengartikan keramahan dan kehangatan penduduk masyarakat Kabupaten Serang. Gambar Error: Reference source not found.76 Supergrafis Utama Pattern merupakan versi lain atau variasi unsur alternatif visual dari perancangan supergrafis utama. Penggunaan pattern diaplikasikan untuk mengisi detail-detail kecil pada berbagai media perancangan yang dibutuhkan dalam aktivasi city branding Kabupaten Serang. Penggunaan pattern hanya boleh diaplikasikan pada merchandise saja. 8. Ikon Ikon adalah representasi visual sederhana dan mudah dikenali yang digunakan untuk menggambarkan objek, ide, atau konsep tertentu. Dalam konteks desain identitas visual dan city branding, ikon membantu menyampaikan informasi dengan cepat dan jelas, meningkatkan pengakuan dan identifikasi merek atau tempat. Manfaat penggunaan ikon meliputi komunikasi yang efektif, estetika yang menarik, konsistensi visual, serta kemampuan untuk mewakili nilai dan karakteristik unik dari sebuah daerah. Ikon juga menyederhanakan informasi kompleks menjadi visual yang mudah dipahami dan memberikan fleksibilitas penggunaan dalam berbagai ukuran dan media, dari cetak hingga digital. Ikon juga dapat digunakan untuk kebutuhan wayfinding, materi promosi, situs web, dan aplikasi Gambar Error: Reference source not found.77 Pattern/Supergrafis Sekunder Gambar Error: Reference source not found.78 Ikon 4.6 Konsep Verbal Pada perancangan identitas visual city branding Kabupaten Serang ini diperlukan konsep verbal yang tepat dan sesuai dengan STP (Segmenting, Targeting, Positioning). Tujuannya agar pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Penggunaan bahasa yang digunakan pada perancangan ini adalah bahasa Indonesia baku dan non baku karena menyesuaikan dengan target audiens yang mengikuti perkembangan zaman sehingga dalam kehidupan

sehari-hari menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Inggris baku dan non baku.

4.6.1 Tagline

Tagline membantu menyampaikan nilai-nilai inti dan pesan utama dari sebuah merek secara ringkas dan mudah diingat. **41** Tagline yang efektif dapat membedakan merek dari pesaing dengan menyoroti keunikan dan keunggulan kompetitif. Berikut merupakan 2 alternatif tagline untuk identitas visual city branding Kabupaten Serang: ☒ Beyond Serenity ☒ Magical of Java. Berdasarkan beberapa alternatif tersebut, maka tagline yang akan digunakan dalam perancangan identitas visual city branding adalah "Magical of Java". Konsep tagline "Magical of Java" dipilih karena mencerminkan keajaiban dan keindahan yang dimiliki oleh Kabupaten Serang. Kabupaten Serang memiliki sejarah, budaya, dan alam yang kaya, dan dapat menciptakan pengalaman yang berkesan bagi para pengunjung. Tagline ini juga dapat menarik minat orang untuk menjelajahi Kabupaten Serang dan semua yang ditawarkannya. Selain itu, kata magic atau "magis" memberikan nuansa misteri dan keunikan, yang dapat membuat tagline ini mudah diingat dan menggugah rasa ingin tahu masyarakat. Jenis font yang digunakan pada tagline adalah jenis slab serif yang dirasa cocok dengan tone and manner Kabupaten Serang yang terlihat dinamis serta tidak kaku.

4.6.2 Jenis Huruf

Jenis huruf yang digunakan untuk kepentingan media iklan cetak ataupun online adalah jenis sans serif. Font sans serif umumnya lebih mudah dibaca di layar digital, seperti komputer, tablet, dan smartphone, karena bentuknya yang sederhana dan bersih. Tipografi jenis sans serif yang modern dan fleksibel dapat digunakan dalam berbagai konteks, mulai dari judul hingga teks paragraf. Huruf ini cocok untuk diaplikasikan pada media yang beragam termasuk desain web, aplikasi mobile, presentasi, dan materi pemasaran. Jenis huruf yang digunakan pada buku panduan identitas visual Kabupaten Serang, serta kebutuhan lainnya menggunakan jenis huruf Poppins.

4.7 Final Art

Final Art merupakan tahap akhir dalam proses desain di mana karya visual atau

grafis diselesaikan dengan semua detail yang diperlukan untuk produksi akhir. Pada tahap ini, desainer memastikan bahwa setiap elemen visual, termasuk warna, tipografi, gambar, dan tata letak, sudah akurat dan siap untuk dicetak atau dipublikasikan secara digital.

4.7.1 Visual Utama

Berikut merupakan visual utama dari logo identitas visual city branding Kabupaten Serang yang terdiri dari logotype, logogram, dan tagline. Secara keseluruhan logo memiliki kesan yang flexible karena bentuknya yang dinamis. Logo yang telah dirancang telah melalui beberapa tahap dan didesain sedemikian rupa agar mudah diaplikasikan.

Gambar Error: Reference source not found.⁸² Logo Utama Gambar Error: Reference source not found.⁸³ Logo Sekunder Gambar Error: Reference source not found.⁸⁴ Warna Logo & Supergrafis Gambar Error: Reference source not found.⁸⁵ Warna Utama dan Versi Monokrom Gambar Error: Reference source not found.⁸⁶ Tolak Ukur Logo Gambar Error: Reference source not found.⁸⁷ Ukuran Minimal Logo

4.7.2 Supergrafis

Supergrafis adalah elemen desain yang menggunakan grafis atau gambar dalam skala besar untuk menciptakan dampak visual yang kuat dan menarik. Gambar berikut merupakan hasil perancangan dan bentuk utuh dari 2 alternatif supergrafis. Gambar Error: Reference source not found.⁸⁸ Penyalahgunaan Logo Gambar Error: Reference source not found.⁸⁹ Penyalahgunaan Latar Gambar Error: Reference source not found.⁹⁰ Supergrafis Utama Gambar Error: Reference source not found.⁹¹ Pattern Gambar Error: Reference source not found.⁹² Contoh Tata Letak dan Pengaplikasian Supergrafis Gambar Error: Reference source not found.⁹³ Contoh Pengaplikasian Supergrafis dengan Warna Latar

4.7.3 Jenis Huruf

Jenis huruf adalah kategori atau gaya karakter yang digunakan dalam penulisan teks. Jenis huruf ini memiliki desain yang seragam dan dapat dibedakan berdasarkan berbagai karakteristik seperti bentuk, ukuran, dan gaya. Pada perancangan identitas visual city branding Kabupaten Serang menggunakan jenis huruf Poppins yang memiliki gaya simple, dan clear.

51 Penggunaan jenis huruf dapat diaplikasikan pada surat, buku, poster, brosur, dan lain-lain. Gambar Error: Reference source not found.⁹⁴ Contoh Pengaplikasian Supergrafis

dengan Warna Latar 4.7.4 Ikon Ikon adalah simbol atau gambar yang mewakili suatu objek, konsep, fungsi, atau tindakan. Dalam konteks desain grafis dan antarmuka pengguna (user interface), ikon digunakan untuk memudahkan pemahaman dan navigasi. Berikut merupakan hasil perancangan 12 ikon travel city branding Gambar Error: Reference source not found.95 Jenis Huruf Gambar Error: Reference source not found.96 Pengaplikasian Jenis Huruf Kabupaten Serang dengan gaya gestalt closure. Penggunaan ikon dapat diaplikasikan pada media cetak atau digital. 4.7.5 Media Cetak Media cetak adalah segala bentuk media yang mencetak informasi atau konten di atas kertas atau bahan fisik lainnya untuk didistribusikan kepada pembaca. Media ini merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang telah digunakan selama berabad-abad untuk menyebarkan informasi, berita, pendidikan, hiburan, dan iklan. Berikut merupakan contoh pengaplikasian identitas visual city branding Kabupaten Serang pada media cetak. Gambar Error: Reference source not found.97 Ikon Gambar Error: Reference source not found.98 Contoh Pengaplikasian Media Cetak Gambar Error: Reference source not found.99 Contoh Pengaplikasian Media Cetak Vertikal 4.7.6 Stationery Stationery adalah kumpulan produk yang digunakan untuk menulis, mencatat, atau kegiatan administrasi lainnya di kantor, sekolah, atau rumah. Produk-produk ini meliputi berbagai alat dan bahan yang membantu dalam proses komunikasi tertulis dan dokumentasi. Berikut pengaplikasian perancangan identitas visual city branding Kabupaten Serang pada stationery. Pengaplikasian supergrafis pada stationery menggunakan supergrafis utama karena stationery merupakan produk inti yang penggunaannya lebih formal serta harus memiliki identitas visual yang lebih konsisten. Gambar Error: Reference source not found.100 Contoh Pengaplikasian Media Cetak Horizontal Gambar Error: Reference source not found.101Contoh Pengaplikasian Media Cetak Horizontal 1. Kop Surat 2. Amplop Gambar Error: Reference source not found.102 Kop Surat 3. Kartu Nama Gambar Error: Reference source not found.103 Amplop 4. Pulpen Gambar Error: Reference source not found.104 Kartu Nama Gambar Error: Reference source

not found.105 Pulpen Gambar Error: Reference source not found.106 Mockup Stationery Gambar Error: Reference source not found.107 Stamp Mockup 4.7.7 Media Dalam dan Luar Ruangan Perancangan media dalam dan luar ruangan meliputi merchandise, media sosial, website, corporate transportation, wall display, billboard, umbul-umbul, landmark, dan signage. Penggunaan merchandise dan media luar ruangan lainnya dapat digunakan pada kegiatan formal dan non formal, sehingga supergrafis yang digunakan bisa menggunakan supergrafis primer dan sekunder. Gambar Error: Reference source not found.108 Lanyard Mockup Gambar Error: Reference source not found.109 ID Card Mockup Gambar Error: Reference source not found.110 Keychain Lanyard Gambar Error: Reference source not found.111 Kipas Tangan Gambar Error: Reference source not found **33** 112 Kalender Gambar Error: Reference source not found 113 Topi Gambar Error: Reference source not found 114 T Shirt Gambar Error: Reference source not found 115 Polo Shirt Gambar Error: Reference source not found.116 Pin Gambar Error: Reference source not found.117 Tote Bag Gambar Error: Reference source not found.118 Notebook/ Notepad Gambar Error: Reference source not found.119 Pouch Serut Gambar Error: Reference source not found.121 Pillow Gambar Error: Reference source not found.122 Umbul-umbul Gambar Error: Reference source not found.123 Billboard Gambar Error: Reference source not found.124 Stan Acara Gambar Error: Reference source not found.126 Website Gambar Error: Reference source not found.127 Corporate Transportation Gambar Error: Reference source not found.128 Wall Display Gambar Error: Reference source not found.129 Landmark Gambar Error: Reference source not found.130 Signage 4.7.8 Brand Guidelinebook Brand guideline book adalah dokumen yang memberikan panduan lengkap mengenai cara mengaplikasikan identitas visual dan elemen-elemen merek secara konsisten. Dokumen ini sangat penting untuk memastikan bahwa semua komunikasi dan representasi merek, baik internal maupun eksternal, sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Berikut merupakan visual dari final art brand guideline book city branding Kabupaten Serang dengan menggunakan jenis soft cover, art paper, 97

halaman Gambar Error: Reference source not found.131 Signage/way finding
Gambar Error: Reference source not found.133Brand Guidelinebook City
branding Kabupaten Serang bagian dala BAB V PENUTUP Gambar Error:
Reference source not found.132 Brand Guideline book city branding
Kabupaten Serang 5.1 Kesimpulan Perancangan Identitas Visual City branding
Kabupaten Serang, secara keseluruhan menggambarkan upaya yang dilakukan
untuk menciptakan identitas visual yang kuat dan menggambarkan citra yang
positif dari Kabupaten Serang. Melalui penulisan yang mendalam, analisis,
konsep, dan proses perancangan, identitas visual yang dirancang memiliki
elemen yang merepresentasikan karakteristik unik, nilai-nilai budaya, dan
potensi pengembangan daerah. Dengan adanya Brand guideline, sebuah daerah
dapat memiliki konsistensi visual agar mudah dikenal dan diingat oleh
masyarakat didalam maupun diluar daerah. Dengan demikian, tugas akhir ini
menunjukkan pentingnya identitas visual dalam memperkuat branding suatu
wilayah dan memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempromosikan
Kabupaten Serang sebagai destinasi yang menarik dan berkembang. 5.2 Saran
Penulis berharap penulisan ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang
membutuhkan serta pembaca. Diharapkan hasil dari tugas akhir ini dapat
dijadikan acuan, dikembangkan, atau diterapkan oleh pemerintah daerah
Kabupaten Serang dan pihak terkait lainnya untuk memperkuat identitas
visual Kabupaten Serang sebagai destinasi yang menarik bagi wisatawan dan
investor. Saran untuk penulisan selanjutnya adalah melakukan evaluasi
terhadap efektivitas identitas visual yang telah dirancang, untuk memastikan
bahwa elemen-elemen visual yang digunakan benar-benar mampu mewakili
karakteristik dan nilai-nilai Kabupaten Serang. Perlu adanya kolaborasi
antara desainer grafis, pemangku kepentingan lokal, dan masyarakat dalam
proses perancangan identitas visual ini, agar hasilnya dapat mencerminkan
aspirasi dan budaya lokal dengan akurat.



REPORT #21989473

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	1.86% id.wikipedia.org https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Serang	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.72% www.slideshare.net https://www.slideshare.net/slideshow/potensi-geografis-kabupaten-serang/563...	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.66% eprints.untirta.ac.id https://eprints.untirta.ac.id/1183/1/KEPEMIMPINAN%20%20HJ%20RATU%20TA...	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.66% e-journal.uajy.ac.id http://e-journal.uajy.ac.id/26183/3/185402943_bab%202.pdf	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.59% repository.ub.ac.id http://repository.ub.ac.id/10631/2/BAB%20IV.pdf	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.43% repository.uinbanten.ac.id http://repository.uinbanten.ac.id/1928/3/BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.37% desakami.com https://desakami.com/daerah/detail/3604/kabupaten-serang	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.36% lib.unnes.ac.id https://lib.unnes.ac.id/30650/1/2411313029.pdf	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.3% repository.uinbanten.ac.id http://repository.uinbanten.ac.id/4516/4/BAB%20II%20Revisi.pdf	●



REPORT #21989473

INTERNET SOURCE		
10. 0.29%	wiki.laduni.id http://wiki.laduni.id/Kabupaten_Serang	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.29%	library.binus.ac.id http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/RS1_2017_1_989_Bab2.pdf	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.28%	umsida.ac.id https://umsida.ac.id/8-alasan-pentingnya-komunikasi-verbal-dan-nonverbal/	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.26%	repository.pnj.ac.id https://repository.pnj.ac.id/11949/7/Halaman%20Identitas%20Skripsi%20%28G...	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.24%	id.wikipedia.org https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.23%	core.ac.uk https://core.ac.uk/download/pdf/16508515.pdf	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.22%	dkv.ittelkom-pwt.ac.id https://dkv.ittelkom-pwt.ac.id/?author=4	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.2%	media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/454004-jalan-tak-berujung-makna...	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.2%	id.wikipedia.org https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Serang	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.18%	www.umn.ac.id https://www.umn.ac.id/peresmian-branding-kabupaten-tangerang-gemilang-m...	●
INTERNET SOURCE		
20. 0.17%	prosiding.pnj.ac.id https://prosiding.pnj.ac.id/tetamekraf/article/download/1346/1065/6979	●



REPORT #21989473

INTERNET SOURCE		
21. 0.17%	repository.pnj.ac.id https://repository.pnj.ac.id/5879/1/Halaman%20Identitas%20Skripsi.pdf	●
INTERNET SOURCE		
22. 0.15%	repository.dinamika.ac.id https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/1426/4/BAB_II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
23. 0.15%	sis.binus.ac.id https://sis.binus.ac.id/2020/03/17/design-thinking-pengertian-tahapan-dan-con...	●
INTERNET SOURCE		
24. 0.15%	journal.interstudi.edu https://journal.interstudi.edu/index.php/journaldesain/article/download/2106/3..	●
INTERNET SOURCE		
25. 0.15%	kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/2155/3/BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
26. 0.15%	ejournal.lppm-unbaja.ac.id https://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/abdikarya/article/download/1073...	●
INTERNET SOURCE		
27. 0.14%	journalkreatif.sttbandung.ac.id https://journalkreatif.sttbandung.ac.id/index.php/files/article/download/30/26/...	●
INTERNET SOURCE		
28. 0.13%	www.lspr.ac.id https://www.lspr.ac.id/definisi-jenis-penggunaannya-komunikasi/	●
INTERNET SOURCE		
29. 0.13%	repository.uinbanten.ac.id http://repository.uinbanten.ac.id/7891/4/BAB%20II%20JADI.pdf	●
INTERNET SOURCE		
30. 0.12%	repository.dinamika.ac.id https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/5431/1/17420100059-2020-UNIVERSI...	●
INTERNET SOURCE		
31. 0.12%	toffeeev.com https://toffeeev.com/blog/business-and-marketing/media-adalah/	●



REPORT #21989473

INTERNET SOURCE		
32.	0.12% www.liputan6.com https://www.liputan6.com/hot/read/5275748/seni-grafis-adalah-salah-satu-bida..	●
INTERNET SOURCE		
33.	0.12% digilib.isi.ac.id http://digilib.isi.ac.id/16176/2/Muadz%20Syafiq_2024_BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
34.	0.12% kasirpintar.co.id https://kasirpintar.co.id/solusi/detail/perbedaan-tagline-vs-slogan-dalam-mark...	●
INTERNET SOURCE		
35.	0.11% www.liputan6.com https://www.liputan6.com/hot/read/5379774/warna-sekunder-adalah-campura...	●
INTERNET SOURCE		
36.	0.11% jurnal2.isi-dps.ac.id https://jurnal2.isi-dps.ac.id/index.php/amarasi/article/download/1954/720/4758	●
INTERNET SOURCE		
37.	0.1% www.slideshare.net https://www.slideshare.net/slideshow/komunikasi-nonverbal-240354314/24035...	●
INTERNET SOURCE		
38.	0.1% kumparan.com https://kumparan.com/berita-terkini/penjelasan-dan-contoh-bentuk-bentuk-ko...	●
INTERNET SOURCE		
39.	0.1% dspace.uui.ac.id https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/10769/NASKAH%20PUBLIK..	●
INTERNET SOURCE		
40.	0.1% kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/id/eprint/20239/4/BAB_II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
41.	0.09% eprints.unm.ac.id https://eprints.unm.ac.id/33986/1/DIKTAT%20MATA%20KULIAH%20METODOLO...	●
INTERNET SOURCE		
42.	0.09% journal.lppmunindra.ac.id https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/download/8...	●



REPORT #21989473

INTERNET SOURCE		
43. 0.09%	dgi.or.id http://dgi.or.id/dgi-archive/aplikasi-prinsip-gestalt-pada-media-desain-komunik..	●
INTERNET SOURCE		
44. 0.09%	www.lspr.ac.id https://www.lspr.ac.id/kuliah-jurusan-dkv/	●
INTERNET SOURCE		
45. 0.09%	journal.isi.ac.id https://journal.isi.ac.id/index.php/ars/article/download/2894/1558	●
INTERNET SOURCE		
46. 0.08%	ajiswardhana.medium.com https://ajiswardhana.medium.com/prinsip-desain-grafis-untuk-publikasi-2afa8c...	●
INTERNET SOURCE		
47. 0.08%	lmsspada.kemdikbud.go.id https://lmsspada.kemdikbud.go.id/mod/page/view.php?id=73087&forceview=1	●
INTERNET SOURCE		
48. 0.08%	fliphtml5.com https://fliphtml5.com/whslu/etrh/basic	●
INTERNET SOURCE		
49. 0.08%	repository.bsi.ac.id https://repository.bsi.ac.id/repo/files/241822/download/File_10-Bab-II-Landasa...	●
INTERNET SOURCE		
50. 0.07%	jurnal.untirta.ac.id https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom/article/view/10058	●
INTERNET SOURCE		
51. 0.07%	gitkreatif.com https://gitkreatif.com/blog/keistimewaan-dalam-perbedaan-panduan-menyelam.	●
INTERNET SOURCE		
52. 0.07%	www.gramedia.com https://www.gramedia.com/literasi/macam-macam-warna-primer/	●
INTERNET SOURCE		
53. 0.07%	bithourproduction.com https://bithourproduction.com/blog/apa-itu-identitas-visual-dan-manfaatnya/	●



REPORT #21989473

INTERNET SOURCE		
54. 0.06%	kumparan.com https://kumparan.com/tips-dan-trik/cara-membuat-warna-abu-abu-dengan-cat...	●
INTERNET SOURCE		
55. 0.06%	iniblogmateri.blogspot.com http://iniblogmateri.blogspot.com/2018/09/fungsi-warna-dalam-multimedia-ini...	●
INTERNET SOURCE		
56. 0.05%	www.kompas.com https://www.kompas.com/skola/read/2021/11/15/140000069/pengertian-campu..	●
INTERNET SOURCE		
57. 0.05%	www.medcom.id https://www.medcom.id/pendidikan/news-pendidikan/LKYPR2jk-mengenal-war...	●
INTERNET SOURCE		
58. 0.05%	upgraded.id https://upgraded.id/visual-brand-pengertian-manfaat-tips	●
INTERNET SOURCE		
59. 0.03%	www.rspondokindah.co.id https://www.rspondokindah.co.id/id/news/gangguan-empedu-pada-anak	●
INTERNET SOURCE		
60. 0.03%	ejournal.itn.ac.id https://ejournal.itn.ac.id/index.php/valtech/article/download/3874/2824	●
INTERNET SOURCE		
61. 0.02%	phobiagrafis.blogspot.com https://phobiagrafis.blogspot.com/2013/10/warna.html	●

● QUOTES

INTERNET SOURCE		
1. 0.02%	repository.uinbanten.ac.id http://repository.uinbanten.ac.id/1928/3/BAB%20II.pdf	