

# Perancangan Visual Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang Dalam Upaya Pelestarian Budaya

**Yahya Dewanto<sup>1)</sup>,**

*dewanto.yahya@trisaktimultimedia.ac.id*

**Ferdiansyah Ali<sup>2)</sup>,**

*ferdiansyah.ali@trisaktimultimedia.ac.id*

**Moreira Anzura Sahri<sup>3)</sup>**

*201933047.moreira@trisaktimultimedia.ac.id*

Program Studi Desain Komunikasi Visual<sup>1)2)3)</sup>  
Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti<sup>1)2)3)</sup>

## **ABSTRACT**

*Sungsang Village is located in the Muara Sungai Musi, South Sumatra, and has only been designated as a tourist village in 2020. For this reason, building the image of a city/village is one of the most important efforts to introduce a new tourism village. One of the efforts of the government is to hold the Breech Fisherman Ornamental Boat Festival in 2020, in addition to improving the image, this event is also held to move the economic wheels of the community in the west wind season. Unfortunately, This event does not have a consistent and professional Ship Visual Design. Futhermore, the authors designed the Visual Festival of Breech Fisherman Ornamental Boats using a descriptive and quantitative approach, namely by directly interviewing related parties. As a result, this final project uses the Graphic Standard Manual (GSM) which will be applied to supporting media properly and consistently, in accordance with the vision and mission of the Breech Fisherman Ornamental Boat Festival event. The concept created is "Semarak Ombak" based on the concept of mind mapping.*

**Kata Kunci: Festival, Fisherman Ornamental Boat, Graphic Standard Manual, Pelestarian Budaya, Desa Sungsang**

## ABSTRAK

Desa Sungsang berada di Muara Sungai Musi, Sumatera Selatan baru ditetapkan menjadi desa wisata pada tahun 2020. Untuk itu, membangun citra sebuah Kota/Desa merupakan salah satu upaya yang cukup penting untuk mengenalkan Desa wisata baru. Salah satu upaya pemerintah Desa Sungsang yaitu dengan mengadakan Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang pada tahun 2020, selain untuk meningkatkan citra, acara ini juga diselenggarakan untuk menggerakkan roda ekonomi masyarakatnya di musim angin barat. Tentunya, acara ini belum memiliki Perancangan Visual Kapal yang konsisten serta professional. Oleh karena itu, penulis merancang Visual Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif yaitu dengan cara mewawancarai langsung pihak terkait. Sebagai hasilnya, tugas akhir ini menggunakan *Graphic Standard Manual* (GSM) yang akan diaplikasikan pada media-media pendukung dengan baik dan konsisten, sesuai dengan visi dan misi acara Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang. Konsep yang dibuat yaitu “Semarak Ombak” berdasarkan konsep *mind mapping*.

**Kata Kunci:** Festival, Kapal Hias Nelayan, *Graphic Standard Manual*, Cultural Preservation, Desa Sungsang

## I. PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai salah satu aset penting bagi negara dalam mempromosikan citranya, yaitu beragam kebudayaan dan kekayaan. Kekayaan dan kebudayaan Indonesia menjadi daya tarik yang sangat kuat bagi wisatawan lokal dan asing untuk mengunjungi dan menelusuri negara ini. Hal ini tentunya harus dipertahankan, dimanfaatkan, dijaga dan dikembangkan dengan baik. Pelestarian kebudayaan Indonesia dapat dimulai dari diadakannya kegiatan kegiatan di setiap kota dan desa contohnya perayaan yang dapat memamerkan keunikan adat-istiadat setempat. Manfaat dari perayaan ini diharapkan dapat meningkatkan potensi dan bakat masyarakat setempat, serta melestarikan budaya Indonesia.

Pemerintah Indonesia khususnya di setiap kota dan desa pasti mengharapkan adanya upaya yang dapat membangun citra kota-nya masing masing. Ada beberapa kota yang mengadakan acara Festival sebagai salah satu cara membangun citra desa dan kota-nya masing-masing.

Festival menurut Falassi (Jiunkpe, 1998) adalah "*Festival is an event, a social phenomenon, encountered in vitually all human cultures*" (Festival adalah suatu peristiwa atau kejadian penting, suatu fenomena sosial yang pada hakekatnya dijumpai dalam semua kebudayaan manusia).

Festival identik dengan identitas budaya disetiap desa dan kota, contohnya Kota Garut dengan Festival Dodol Garut, Desa Sungai Pinang dengan Festival Pasar Tera-pung Lok Bintang, Desa Rappoa dengan Fes-

tival Nelayan serta Desa Sungsang dengan Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang.

Desa Sungsang merupakan salah satu desa nelayan terbesar di Indonesia yang dapat menjadi salah satu destinasi wisata bahari. Desa Sungsang terletak di muara sungai musi, ujung Kota Palembang, Sumatera Selatan, Kecamatan Banyuasin, Kelurahan Banyuasin merupakan salah satu tempat wisata bahari yang berpotensi meningkatkan citra Negara Indonesia dari segi pariwisata, kuliner, seni serta kebudayaannya. Hal ini menarik Pemerintah Sungsang untuk mengadakan acara "Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang"

Festival Kapal Hias Nelayan adalah acara perayaan untuk masyarakat Sungsang yang diadakan di Marga Sungsang. Tujuan Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang diadakan yaitu karena Bapak Salinan S.Sos selaku Camat Banyuasin II Sungsang berupaya untuk mensejahterakan masyarakatnya dengan menggerakkan roda perekonomian saat musim angin barat ataupun pandemi Covid19. [Salinan, S.Sos, Hasil Wawancara, 09 Januari 2021]

Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang diharapkan dapat menjadi salah satu upaya terwujudnya citra Desa Sungsang karena festival ini merupakan ajang salah satu cara menggerakkan roda perekonomian masyarakat Desa Sungsang, sebagai hiburan, kegiatan apresiasi untuk para nelayan Sungsang serta salah satu cara untuk mengenalkan budaya Sungsang khususnya disaat Musim Angin Barat/Angin Muson Barat. Dimana musim angin barat ini terjadi antara bulan Oktober sampai bulan April di

Indonesia akan terjadi musim hujan. Fenomena ini akan berdampak pada berkurangnya pendapatan hasil tangkap nelayan serta UMKM karena curah hujan yang tinggi akan membuat gelombang laut tinggi. Oleh karena itu, keadaan ini akan sangat beresiko jika para nelayan tetap melaut.

Selain untuk memajukan roda ekonomi UMKM hasil nelayan Sungsang, kegiatan hiburan berupa penampilan seni dan budaya di dalam acara festival kapal hias ini bermacam-macam, diantaranya; lomba mars PKK, lomba busana, dan penampilan tari khas Sungsang. Kegiatan yang ada di dalam festival ini seluruhnya merupakan kegiatan gotong royong yang dilakukan bersama mulai dari Pemerintah hingga masyarakatnya.

Festival ini belum memiliki visual karena festival ini baru pertama kali diselenggarakan pada Desember 2020 [Salinan S.Sos, Hasil Wawancara, 09 Januari 2021]. Untuk membangun citra Desa Sungsang sebagai salah satu desa wisata bahari sesuai dengan visi dan misi acaranya.

Perancangan Visual Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang tahun 2021 ini dilengkapi dengan media pendukung yang dapat digunakan sebagai dekorasi acara, regulasi hiasan kapal, media promosi *online* dan cetak berupa *merchandise* yang dapat digunakan untuk *souvenir* dan dapat diperjual-belikan saat acara berlangsung guna menggerakkan roda ekonomi Desa Sungsang. Perancangan ini dibuat oleh penulis agar dapat digunakan menjadi landasan desain yang baik dan konsisten agar dapat mendukung kesuksesan acara hingga acara ini dinilai lebih profesional karena sebelumnya acara ini belum

memiliki Visual yang dapat membangun pesan dan citra acara itu sendiri.

## II. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam melakukan perancangan ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dikarenakan dari fenomena, kecenderungan, atau dinamika yang terjadi di Desa Sungsang.

Dalam Pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dengan berbagai narasumber secara tatap muka dan observasi langsung serta ditunjang Studi Pustaka dilakukan dalam berbagai jenis media cetak, maupun *online* seperti buku, jurnal, majalah, dan artikel yang berkaitan dengan desain komunikasi visual, *Graphic Standard Manual* dan sebagainya.

## III. TINJAUAN TEORITIS

### 1. Pariwisata

Menurut Pepri Prasetyo (2008), pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain, di dalam bahasa Inggris disebut dengan kata "*tour*", sedangkan untuk pengertian jamak, kata kepariwisataan dapat menggunakan kata "*tourisme*" atau "*tourism*". Kata pariwisata yang berasal dari bahasa Sansakerta, yang komponennya terdiri dari:

- (1) Pari: penuh, lengkap, berkeliling.
- (2) Wis (*man*): rumah, property, kampung, komunitas.
- (3) Ata: pergi terus-menerus, mengembara (*roaming about*).

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi. Tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Di Indonesia istilah pariwisata baru digunakan pada awal tahun 1960-an.

Istilah pariwisata diperoleh dari budayawan intelektual atas permintaan presiden Soekarno (Bung Karno) kepada Sri Sultan Hamengku Buwono IX selaku ketua Dewan *Tourisme* Indonesia. Secara terpisah dua orang budayawan Indonesia, yaitu Prof. Mr. Moh Yamin dan Prof. Dr. Prijono, yang memberi istilah *tourisme* atau *travel*, yang konotasinya biasterkait dengan selera rasa *pleasure, excitement, entertainment, adventure* dan sejenisnya.

Menurut definisi yang luas pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Pepri juga mendefinisikan pariwisata menjadi dua, yaitu:

- (1) Definisi yang bersifat umum. Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan.
- (2) Definisi yang lebih teknis. Pariwisata

merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan

## 2. Festival

Festival menurut Falassi (Jiunkpe, 1998) adalah "*Festival is an event, a social phenomenon, encountered in virtually all human cultures*" (Festival adalah suatu peristiwa atau kejadian penting, suatu fenomena sosial yang pada hakekatnya dijumpai dalam semua kebudayaan manusia). *Summarized contemporary English-Language definitions of festival as the following:*

- (1) *A sacred or profane time of celebration, marked by special observances.*
- (2) *The annual celebration of a notable person or event, or the harvest of an important product.*
- (3) *A cultural event consisting of a series of performances of works in the fine arts, often devoted to a single artist or genre.*
- (4) *A fair.*
- (5) *Generic gaiety, conviviality, cheerfulness.*

Sedangkan, menurut Poerwadarminta (dalam Jiunkpe: 1998) Festival dapat diartikan dalam dua pengertian, yaitu :

- (1) Hari atau pekan gembira dalam rangka peringatan peristiwa penting dan bersejarah serta pesta rakyat
- (2) Perlombaan.

Dapat diketahui atau disimpulkan bahwa sifat dasar dari semua festival adalah sesuatu yang berhubungan dengan perayaan dan juga pesta rakyat yang pada umumnya ditentukan oleh sesuatu yang mempunyai nilai kebudayaan.

Berdasarkan pemaparan definisi dia-

tas dapat dinyatakan bahwa festival adalah suatu fenomena sosial yang dapat kita temui di berbagai kebudayaan bangsa. Festival ini biasanya dikenal dengan perayaan khusus, pesta panen, peristiwa penting, perayaan budaya dan lain-lain. Sedangkan menurut Getz (2001, 54) pengertian festival yaitu *public celebration, wether of a scared or profane nature, and encompassing rituals and commemorations*. Getz mengemukakan bahwa festival itu merupakan perayaan atau ritual yang bersifat umum tidak berhubungan dengan ritual keagamaan. Ferdinand (2016) menyatakan bahwa festival adalah kemeriahan yang dilakukan oleh masyarakat dalam rangka memperingati kejadian bersejarah. Berdasarkan beberapa pemahaman diatas dapat disimpulkan bahwa festival adalah pesta rakyat yang dilakukan dalam rangka mengenang kejadian-kejadian yang memiliki nilai sejarah. Beberapa jenis festival, diantaranya sebagai berikut:

- (1) Festival film, yaitu festival yang diselenggarakan dengan menayangkan berbagai adegan-adegan penting yang memiliki nilai-nilai sejarah atau nilai penting lainnya.
- (2) Festival musik, yaitu festival yang seringkali diselenggarakan oleh masyarakat melalui tampilan band-band nasional atau indie band di daerah-daerah tertentu.
- (3) Festival seni, yaitu festival yang diselenggarakan dalam rangka memperingati momentum kesenian daerah; dengan adanya festival ini masyarakat juga didorong untuk ikut serta memajukan aneka ragam kesenian di Indonesia.

- (4) Festival budaya, yaitu festival yang diselenggarakan dalam rangka melestarikan budaya tradisional

### 3. *Visual Identity*

Menurut Landa (Graphic Design Solutions, 2013:245) "*Visual identity* adalah visual dan verbal artikulasi dari brand atau grup termasuk beberapa aplikasi desain, seperti logo, *letterhead*, *business card*, dan *website*". *Visual identity* berperan mewakili suatu brand. *Visual identity* yang ideal harus:

- (1) *Identifiable*, yaitu nama, bentuk, dan warnanya dapat dibedakan.
- (2) *Memorable*, yaitu nama, bentuk, dan warnanya jelas dan mudah diingat.
- (3) *Disctinctive*, yaitu nama, bentuk, dan warnanya memiliki karakteristik unik untuk perbedaan dan dapat membedakannya dari competitor.
- (4) *Suistanable*, yaitu nama, bentuk, dan warnanya akan bertahan lama, relevan untuk suatu periode atau tahun.
- (5) *Flexible/Extendible*, yaitu nama, bentuk, dan warnanya cukup fleksibel untuk media, mudah beradaptasi untuk eksistensi *brand* dan *sub-brand*.

Konsep identitas visual disusun berdasarkan nilai *brand*, tujuan komunikasi, dan *positioning*. Kunci dasar elemen grafis untuk desain identitas visual adalah warna, jenis huruf, dan citra. Jenis huruf, bentuk, karakteristik visual dan logo, dan palet warna akan menentukan kerangka kerja untuk seluruh identitas visual. (Swasty, 2016, 5) "*Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*", "*Brand* adalah penanda suatu produk atau jasa yang terdiri dari un-

sur visual (logo, maskot, kemasan) maupun unsur verbal (*name, tagline, jingle*) yang membedakan dengan pesaing sejenis. Tak hanya sebagai penanda, brand memiliki makna yang berkaitan dengan kinerja produk tersebut. Brand yang baik tentu saja dapat tertanam di benak konsumen". Tujuan dari *visual identity* terdiri atas tiga bagian yaitu komunikasi, diferensiasi, dan inspirasi. Dalam proses penciptaan dan penggunaan, kerja sama optimal dalam menguraikan informasi sangatlah penting terutama dalam membangun jaringan komunikasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan, menentukan diferensiasi dalam kategori industri di pasar, dan menjadi inspirasi bagi setiap elemen dalam perusahaan. (Kartika & Wijaya, 2015, 25-26).

#### 4. *Graphic Standard Manual (GSM)*

*Brand guidelines* atau *Graphic Standard Manual* adalah buku yang berisikan tentang aturan logo, pemilihan jenis *font, layout, pattern*, dan segala elemen yang digunakan oleh sebuah brand atau perusahaan guna membangun identitas yang kuat. Biasanya aturan ini digunakan sebagai panduan dasar untuk desainer supaya tidak keluar dari jalur alias konsisten dari apa yang terlihat, terdengar, dan terasa dari suatu merek.

Menurut Rustan (Mendesain Logo, 2009, 90), "Pedoman sistem identitas adalah pegangan bagi perusahaan atau entitas apapun, dalam menerapkan konsistensi identitas. Namun selain fungsi tersebut, ia sebetulnya memiliki peran yang lebih mendasar sebagai alat yang memvisualkan citra perusahaan sebagai citra bersama (seluruh

personil) dalam satu entitas yang utuh.

Pedoman identitas juga memiliki fungsi untuk mengecek dan mengukur keaslian sebuah identitas, untuk menghindarinya dari pembajakan. Desainer perlu mengkomunikasikan kepada klien apa dan mengapa pedoman system identitas ini penting, karena pada umumnya masyarakat awam tidak mengerti.

Fungsi *Graphic Standard Manual*:

- (1) Cerminan kepribadian sebuah brand atau perusahaan.
- (2) Lebih mengenal brand atau perusahaanmu lebih dalam.
- (3) Membangun citra brand atau perusahaan.
- (4) Membangun kepercayaan klien terhadap sebuah brand.
- (5) Panduan gaya untuk desainer.
- (6) Menjaga konsistensi logo meskipun digunakan pada media yang berbeda-beda.
- (7) Pengingat jika sedang mengalami kehabisan ide.

Di dalamnya terdapat spesifikasi penggunaan/penerapan sistem identitas yang pada umumnya berisi antara lain:

##### (1) Pembukaan

Berisi kata pengantar dari pemimpin perusahaan, menerangkan tujuan dari pedoman tersebut, dan bagaimana memanfaatkannya atau visi dan misi guna mengingat kembali apa yang ingin dicapai oleh perusahaan. Ini adalah pengenalan singkat supaya calon pelanggan mengetahui sebenarnya apa yang

sedang ditawarkan ke mereka. berguna sebagai alat untuk merepresentasikan brand.

## (2) Logo

Sebuah logo berarti visualisasi dari konsep, perpaduan dari elemen grafis yang bisa mencerminkan orientasi perusahaan, situs atau produk. Yang penting logo bisa membuat orang membayangkan sesuatu dalam benaknya agar selanjutnya menjadi pelanggan potensial. Ujung-ujungnya orang diajak membeli produk atau menggunakan jasa tersebut. (Hendratman, 2014, 251).

Asal kata logo dari bahasa Yunani *logos*, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. (Rustan, 2009, 12). Fungsi dari logo sendiri adalah sebagai sebuah bendera, tanda tangan dan sebuah lambang yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas, informasi, persuasi yang akhirnya sebagai alat pemasaran. (Rustan, 2009, 8).

### a. Tahapan Membuat Logo

Pengetahuan mengenai tahapan kerja, kriteria logo yang baik, dan sejumlah pengetahuan lain dibutuhkan untuk membuat logo yang efektif. Rustan (2009), Untuk membuat logo tahapan kerja yang dilakukan adalah:

(1) Riset dan analisa, bisa dilakukan dengan cara mencari kekuatan dan kelemahan perusahaan, wawancara kemudian dikumpulkan dalam bentuk *keyword*/kata kunci.

Keseluruhan hasil riset dan analisa ini dirangkum dalam *creative brief* yang akan digunakan untuk tahap berikutnya.

(2) Thumbnail, berdasarkan *creative brief* membuat *thumbnail* yang merupakan visual *brainstorming* atau cara pengembangan ide lewat visual, berupa sketsa pensil atau pulpen yang dilakukan secara manual.

(3) Komputer, beberapa *Thumbnail* yang berpotensi dipilih, lalu dipindahkan ke komputer.

(4) *Review*, tahap selanjutnya adalah mengajukan ke klien untuk dipilih.

(5) Pendaftaran merek, logo yang sudah selesai kemudian didaftarkan ke DIRJEN HAKI.

(6) Sistem Identitas, dalam tahap ini menentukan atribut lainnya seperti logo turunan, sistem warna, sistem tipografi, sistem penerapan logo pada berbagai media, dan lain-lain. Semua itu dirangkum dalam pedoman sistem identitas.

(7) Produksi, Berdasarkan pedoman sistem identitas, berbagai media internal dan eksternal mulai diproduksi dengan menggunakan identitas yang sudah didaftarkan/dipamerkan.

### b. Fungsi Logo

Menurut Rustan (2009, 13) fungsi dari logo adalah sebagai berikut:

(1) Identitas diri. Untuk membedakannya dengan identitas orang

lain

(2) Tanda kepemilikan. Untuk membedakan miliknya dengan milik orang lain

(3) Tanda jaminan kualitas.

(4) Mencegah peniruan/pembajakan.

(5) Menambah nilai positif

(6) Pro pergi legal suatu produk atau organisasi

(7) Mengkomunikasikan informasi seperti keaslian, nilai dan kualitas.

c. Jenis-Jenis Logo

Berdasarkan pendapat John Murphy dan Michael Rowe (Perdana, 2007, 20), logo berdasarkan elemen visualnya yaitu sebagai berikut:

(1) Logo berupa nama

Logo ini terdiri atas nama saja dari produk atau lembaga. Logo ini akan berfungsi dengan tepat untuk nama yang pendek dan mudah dieja.

(2) Logo berupa nama dan gambar (*Name/symbol logos*)

Logo ini terdiri dari nama dengan tipe huruf yang berkarakter dan dipadu dengan gambar yang sederhana yang keduanya merupakan satu kesatuan yang utuh yang saling melengkapi.

(3) Logo berupa inisial/singkatan nama (*Initial letter logos*)

Logo dengan nama singkatan dari nama lembaga yang panjang dan sulit serta perlu banyak waktu untuk mengingatnya. Masalah yang

sering timbul dari logo ini adalah khalayak tidak mengetahui apa kepanjangan dari singkatan tersebut walaupun logonya sudah dikenal.

(4) Logo berupa nama dengan visual yang khusus (*Pictorial name logos*)

Logo ini berupa nama dari produk dan lembaga dengan elemen yang penting dan menonjol yang secara keseluruhan memiliki ciri yang sangat khusus. Bahkan jika nama/kata/ teks dari logo tersebut diganti dengan yang lain tidak akan terlihat berbeda dengan sebelumnya. Contohnya logo Coca-Cola dan Rolls Royce. Jika kedua nama lembaga tersebut diganti maka kekhususan dan integritas dari logo akan tetap terlihat.

(5) Logo asosiatif (*Associative logos*)

Contoh: Shell Oil, Greyhound Corporation, Monsieur Bibendum of Michellin, British Airways. Oleh karena itu logo jenis ini biasanya sederhana dan memiliki tampilan visual dari pengolahan teks dan gambar yang secara tepat dapat merepresentasikan produk dan lembaga secara langsung. Logo jenis ini juga memiliki kelebihan mudah dipahami dan memberikan pertimbangan yang fleksibel bagi pemilik logo tersebut.

(6) Logo dalam bentuk kiasan (*Alusive logos*)

Logo jenis ini memiliki tampilan visual yang mengiakan bentuk dari benda benda tertentu misalnya, Mercedes Benz dengan bentuk kiasan stir mobil, Phillips dengan bentuk kiasan gelombang audio, walaupun mungkin saja hubungan logo dengan bentuk-bentuk kiasan tersebut terjadi secara kebetulan atau hanya dihubungkan saja. Logo jenis ini tidak dapat langsung memberikan hubungan antara nama lembaga atau produk dengan logonya dan pada kenyataannya bentuk-bentuk kiasan tersebut merupakan penarik (*focus of interest*) yang dapat digunakan dalam hubungan masyarakat (*public relation*).

(7) Logo dalam bentuk abstrak (*Abstract logos*)

Banyak logo yang dibuat saat ini menggunakan bentuk-bentuk abstrak atau tidak memiliki asosiasi dengan bentuk apapun yang ada di alam. Bentuk-bentuk ini dalam proses pengenalannya pada khalayak menuntut waktu dan biaya yang tidak sedikit dibanding dengan bentuk-bentuk yang sudah akrab apalagi sampai melekatnya dalam benak khalayak. Masalah yang sering timbul adalah kemiripan dengan logo lainnya yang beredar di masyarakat.

d. Aspek Logo

Menurut Kusrianto (2007, 234) pertimbangan- pertimbangan ten-

tang logo yang baik itu harus mencakup beberapa hal sebagai berikut:

(1) *Original* dan *Destinctive*, atau memiliki nilai kekhasan, keunikan, dan gaya pembeda yang jelas.

(2) *Legible* atau memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda.

(3) *Simple* dan sederhana, dengan pengertian mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang singkat.

(4) *Memorable*, atau cukup mudah untuk diingat, karna keunikannya bahkan dalam kurun waktu yang lama.

(5) *Easy associated with the company*, dimana logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.

(6) *Easily adapble for all graphic media*. Di sini faktor kemudahan mengaplikasikan (memasang) logo baik menyangkut bentuk fisik, warna maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada saat proses perancangan.

e. Prinsip Logo

Menurut Swasty (2016, 43), prinsip perancangan logo menurut Andrew McNally adalah sebagai berikut:

(1) *Balance*

Komponen kunci dalam kebanyakan desain logo. Keseimbangan yang dihasilkan dari melihat dan menilai gambar.

(2) *Unity*

Interaksi antara bagian-bagian dari suatu gambar dan bagaimana berinteraksi secara keseluruhan. Adapun faktor yang memengaruhi adalah kelanjutan, penutupan, kesamaan, kedekatan, dan keselarasan.

(3) *Rhythm*

Irama menciptakan gerakan serta pola melalui pengulangan unsur-unsur tertentu.

(4) *Proportion*

Hubungan dalam skala antara dua atau lebih objek dalam desain yang menciptakan rasa kedalaman serta dominasi.

(5) *Dominance*

Menentukan dimana tatapan mata pertama berdasarkan berat visual yang aspek-aspek tertentu dari desain yang dominan atas yang lain.

## 5. Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual

Unsur unsur desain komunikasi visual merupakan bahan atau komponen-komponen yang saling berkaitan satu sama lain dalam membangun atau membuat suatu desain.

(1) *Layout*:

Struktur pengaturan yang mengayomi suatu tampilan informasi, seperti pada buku, majalah, website dan media lainnya. Smith (1985) dalam Sutopo (2002,

174) mengatakan bahwa proses membuat layout berarti merangkaikan unsur rupa menjadi susunan yang baik, sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

(2) *Tipografi*:

Tatanan huruf yang dirancang agar proses komunikasi dalam bentuk teks tersampaikan dengan baik melalui keterbacaan yang baik dan estetika yang apik. Seperti yang bisa diungkapkan oleh Jefkins (1997, 248) Tipografi yang baik mengarah pada keterbacaan dan kemenarikan, desain huruf tertentu dapat menciptakan gaya dan karakteristik yang sesuai untuk subjek iklan.

(3) *Ilustrasi*:

Ilustrasi dibagi menjadi dua, yaitu ilustrasi yang dihasilkan dengan tangan atau gambar, dan ilustrasi yang dihasilkan oleh kamera atau fotografi (Wirya, 1999, 32). Terkadang ahli lain memecah unsur ini menjadi Ilustrasi dan Fotografi.

(4) *Simbolisme*:

Berarti menyatakan sesuatu secara tidak langsung melalui suatu hal lain yang dapat mewakilinya. Contohnya: Logo perusahaan yang berbentuk grafis atau lambang negara.

(5) *Warna*:

Merupakan elemen penting yang berdampak besar pada suatu desain. Pemilihan warna yang harmonis akan menghasilkan kesan tertentu dan tampak indah.

(6) *Suara*:

Elemen pendukung yang dapat digunakan untuk lebih menghidupkan suasana

na, terutama pada gambar bergerak dan media interaktif.

#### IV. PEMBAHASAN

##### Konsep Perancangan

Setelah diuraikan dalam tahap perancangan kemudian kita berbicara dengan masalah konsep sesuai dengan *mind mapping*, *moodboard*, dan *key visual* yang telah dipilih, maka Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang adalah Festival yang dapat menghidupkan citra Desa Sungsang dengan konsep “Semarak Ombak” dengan *Key visual* perahu, kembang api, dan bendera perahu layar. Konsep ini menyelaraskan konsep Desa Sungsang. Warna-warna yang dipilih adalah warna ceria yang dingin dan hangat mengusung dari konsep angin barat dan kehangatan masyarakat Sungsang.

##### Konsep Visual

Setelah diuraikan dalam tahap perancangan kemudian kita berbicara dengan masalah konsep sesuai dengan *mind mapping*, *moodboard*, dan *key visual* yang telah dipilih yaitu:

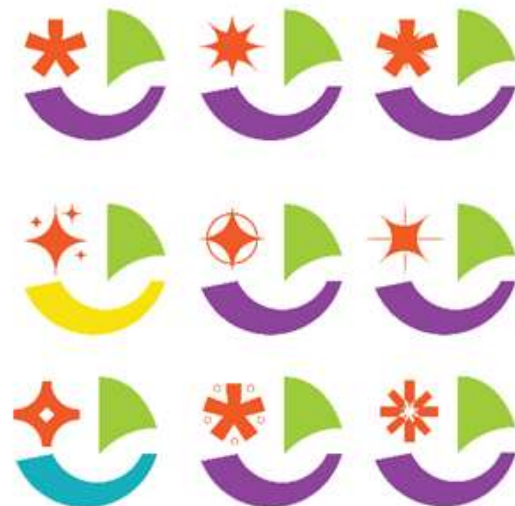
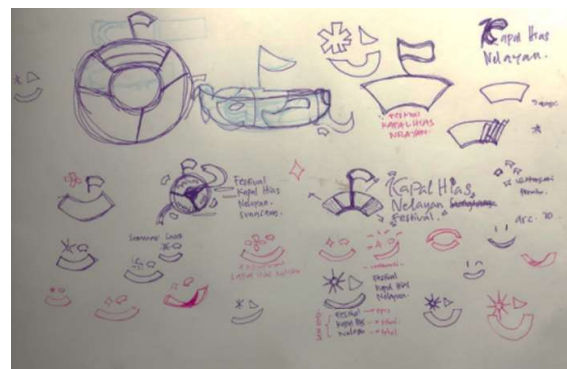
- (1) Laut: Jaring, Ombak dan Perahu.
- (2) Kesenian: Musik, Menari, Berhias, Menyanyi.
- (3) Suasana: Meriah, Hangat dan Dingin.
- (4) Kuliner: Pempek, Udang dan Kerupuk Kemplang.

Maka Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang adalah Festival yang dapat menghidupkan citra Desa Sungsang dengan konsep “Semarak Ombak” dengan *Key visual* perahu, kembang api, dan bendera perahu layar. Dengan menggunakan objek grafis yang

terbentuk dari geometri minimalis dengan gabungan warna-warna *vibrant* yang dingin dan hangat.

##### Logo

Logo yang dibuat adalah logo yang baru hasil dari visualisasi konsep dari penulis. Perancangan logo akan dimulai dari tahap sketsa hingga proses digital. Logo akan menjadi identitas utama Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang.



Gambar 4. 2 Tahap Logo  
(Sumber: Koleksi Pribadi)

Proses pembuatan logo yang didasari oleh hasil *mindmapping*, *moodboard*, *keyword* dan *keyvisual*. Dimulai dari sketsa lalu diaplikasikan kedalam digital.

### Produksi Logo



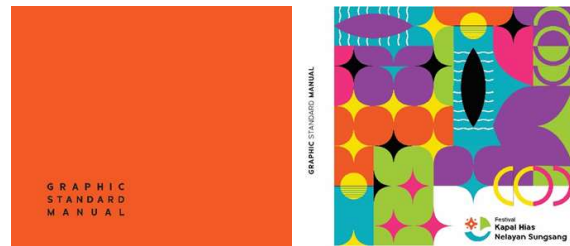
Gambar 4. 3 Produksi Logo (Sumber: Koleksi Pribadi)

Logo Festival Kapal Hias Nelayan terbentuk dari perahu, layar perahu dan kembang api. Arti warna biru pada perahu melambangkan langit, udara dan laut. Warna hijau pada layar melambangkan kesejahteraan yang akan selalu berkibar dan asset flora Taman Nasional Sembilang yaitu Mangrove. Warna oranye pada kembang api melambangkan kemeriahan serta memberi kesan hangat dan semangat. Komposisi logo ini jika diperhatikan akan membentuk wajah tersenyum.

### Visualisasi Desain

#### Graphic Standar Manual

*Graphic Standard Manual* adalah buku yang berisikan tentang aturan logo, pemilihan jenis font, layout, pattern, dan segala elemen yang digunakan oleh sebuah brand atau perusahaan guna membangun identitas yang kuat. Biasanya aturan ini digunakan sebagai panduan dasar untuk desainer supaya tidak keluar dari jalur alias konsisten dari apa yang terlihat, terdengar, dan terasa dari suatu merek. Berikut merupakan layout dari *Graphic Standard Manual (GSM)* yang dirancang:



Gambar 4. 4 Layout Cover Depan dan Belakang (Sumber: Koleksi Pribadi)

Halaman Cover belakang buku bertuliskan "*Graphic Standard Manual*" dengan latar berwarna oranye primer dan cover depan halaman terbentuk dari berbagai elemen grafis yang hampir 70% desain menggunakan elemen ombak dan cahaya/budaya mengikuti keyword yaitu "Semarak Ombak" yang kemudian disusun menjadi sebuah pola. Menggunakan elemen layout *youthful*.



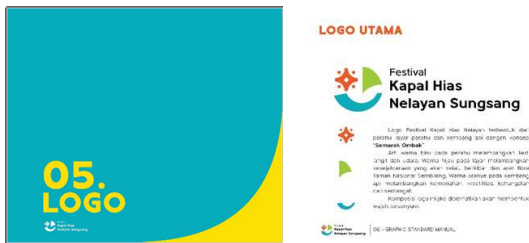
Gambar 4. 5 Layout Daftar Isi (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, menggunakan *photography element* yang berwarna abu-abu oranye untuk menegaskan gambar yang tajam, halaman sebelah kiri merupakan gambar kapal pompong tampak samping dan halaman daftar isi dibuat menggunakan elemen layout *Juvenile* dengan menggunakan nomor halaman warna-warni yang memberikan kesan meriah.



Gambar 4. 6 Tentang Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini menggunakan *photography element* yang berwarna abu-abu oranye untuk menegaskan gambar yang tajam, halaman sebelah kiri menampilkan 2 kapal pompong untuk menunjukkan suasana festival dan halaman tentang festival berisi tentang penjelasan festival serta dibuat menggunakan elemen layout *Conventional* dengan menggunakan *headline* disebelah kiri atas serta diisi dengan penjelasan secara singkat tentang Festival Kapal Hias Nelayan. Menggunakan jenis layout ini akan menambah *legible* agar mudah dibaca.



Gambar 4. 7 Halaman Logo Utama (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, halaman sebelah kiri menunjukkan nomor halaman dan pembatas bab yang menjelaskan bab logo. Halaman ini menggunakan elemen layout *Prestigious* dengan menggunakan *headline* disebelah kiri atas serta diisi dengan penjelasan secara singkat tentang Festival Kapal Hias Nelayan. Menggunakan jenis layout ini akan menambah kesan bersih dan kuat. Dan halaman logo utama menggunakan layout *4 column*. Halaman ini menjelaskan arti logo utama Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang.



Gambar 4. 8 Halaman Horizontal Logo dan Negative Logo Sumber: Koleksi Pribadi

Pada halaman ini, menggunakan elemen layout *Technical* dengan menggunakan blok layout *4 column*. Halaman ini menjelaskan logo utama/logo horizontal dan penerapan warna hitam-putih pada logo. Warna abu abu menggunakan 67% warna magenta.



Gambar 4. 9 Halaman Ukuran logo dan Cara Pengaplikasian Logo (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, menggunakan elemen layout *Technical* dengan menggunakan blok layout *4 column*. Halaman ini menjelaskan jenis logo yang digunakan dan ukuran logo dalam *grid*. Batas ruang kosong logo harus terlihat *legible* dan memiliki *readability* yang kuat maka dibuatlah ukuran terkecil logo yaitu 25%. *Grid* logo menggunakan ukuran 27 dan 18.



Gambar 4. 10 Halaman Penggunaan Logo dan Warna (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, menggunakan elemen layout *Technical* dengan menggunakan blok layout *4 column*. Halaman Pengaplikasian logo ini menjelaskan cara pengaplikasian logo selain menggunakan logo utama, yaitu dengan menggunakan warna utama yang ada pada logo untuk mempertahankan konsistensi warna logo. Halaman larangan penggunaan logo ini tidak menggunakan aspek-aspek logo.



Gambar 4. 11 Halaman Warna (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, menjelaskan warna-warna yang cerah yang dingin dan beragam. Warna utama mempresentasikan nuansa dan aset di Desa Sungsang. Warna biru identik dengan Langit, Udara, Air, warna oranye identik dengan percikan dan warna Hijau identik dengan aset flora di Desa Sungsang yaitu Mangrove. Warna pendukung yang dipilih yaitu Magenta, Kuning dan Ungu.



Gambar 4. 11 Halaman Warna (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, halaman sebelah kiri menunjukkan nomor halaman dan pembatas bab yang menjelaskan bab desain dan menggunakan photography element yang berwarna abu-abu oranye untuk menegaskan gambar yang tajam, halaman sebelah kiri menampilkan perahu pompong untuk menunjukkan suasana festival.



Gambar 4. 13 Halaman Font dan cara pengaplikasiannya (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, menjelaskan jenis font yang digunakan dan bagaimana cara mengaplikasikan font kedalam teks. elemen layout *Conventional* dengan menggunakan headline disebelah kiri atas.



Gambar 4. 14 Halaman Halaman Elemen grafis dan Pengaplikasiannya (Sumber: Koleksi Pribadi)

Halaman elemen grafis ini terbentuk dari:

- (a) Cahaya
- (b) Kembang Api (Logo)
- (c) Jaring Nelayan
- (d) Pempek
- (e) Perahu
- (f) Layar Perahu (Logo)
- (g) Kincir Angin
- (h) Ombak



Gambar 4. 15 Halaman Elemen Fotografi dan Pengaplikasiannya (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, menggunakan elemen layout *Technical* dengan menggunakan blok layout 2 column dengan berisi contoh pengaplikasian foto pada desain. Yaitu dengan konsep abu+oranye atau hitam putih



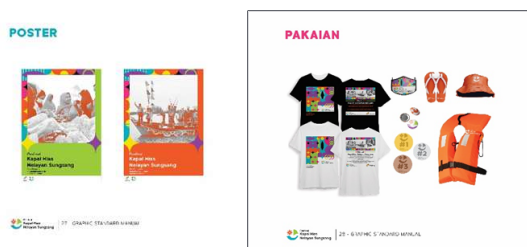
Gambar 4. 16 Halaman Media Pendukung (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, halaman sebelah kiri menunjukkan nomor halaman dan pembatas bab yang menjelaskan bab desain dan menggunakan *photography element* yang berwarna abu-abu orange untuk menegaskan gambar yang tajam, halaman sebelah kiri menampilkan contoh dekorasi kapal pompong.



Gambar 4. 17 Halaman Poster (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, menggunakan elemen layout *Technical* dengan menggunakan blok layout 2 column dengan berisi desain poster.



Gambar 4. 18 Halaman Poster dan Pakaian (Sumber: Koleksi Pribadi)

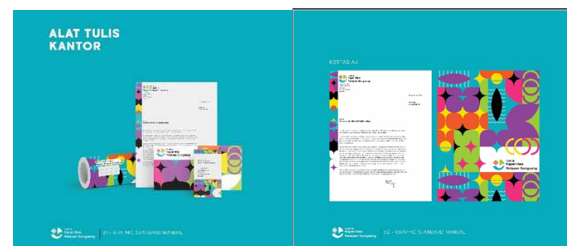
Pada halaman ini, menjelaskan halaman poster dan atribut pakaian. Desain kaos berwarna hitam & putih, masker, sendal jepit, topi, pin, gantungan kunci, medali, pi-

ala, dan rompi keselamatan. Halaman poster menggunakan elemen layout *Technical* dengan menggunakan blok layout 2 berisi contoh poster.



Gambar 4. 19 Halaman Spanduk (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, menggunakan elemen layout *Technical* dengan menggunakan blok layout 2 column dengan berisi contoh banner dan desain banner.



Gambar 4. 20 Alat Tulis Kantor (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, menggunakan elemen layout *Technical* dengan menggunakan blok layout 2 column dengan berisi contoh alat kantor.



Gambar 4. 21 Halaman Latar (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, menggunakan elemen layout *Technical* dengan menggunakan blok layout 1 column dengan berisi contoh backdrop.



Gambar 4. 22 Halaman Bendera dan visual kapal (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, menggunakan elemen layout *Technical* dengan berisi contoh Bendera dan cara pengaplikasiannya pada Kapal Hias yang akan menjadi regulasi atau salah satu identitas untuk menghias kapal.



Gambar 4. 23 Halaman Bendera dan e-money (Sumber: Koleksi Pribadi)

Pada halaman ini, menggunakan elemen layout *Technical* dengan berisi contoh desain E-Money dan desain *feeds* Instagram Festival Kapal Hias Nelayan sebagai media promosi yang menjangkau luas dan mudah diakses.

## Media Pendukung

### (1) Stationery



Gambar 4. 24 Kop Surat (Sumber: Koleksi Pribadi)

*Stationery* adalah peralatan kantor yang dicetak dan merupakan gambar yang harus didesain agar menarik dan menggambarkan citra perusahaan serta akan digunakan oleh panitia Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang di semua kebutuhannya untuk memperkuat identitas.

Keterangan:

- Kertas HVS
- A4 Portrait
- Berwarna

### (2) Apparel



Gambar 4. 25 Apparel (Sumber: Koleksi Pribadi)

*Apparel* adalah pakaian yang akan digunakan oleh Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang di semua kebutuhannya untuk memperkuat identitas.

(3) Backdrop



Gambar 4. 26 Backdrop  
(Sumber: Koleksi Pribadi)

*Backdrop* merupakan kebutuhan acara yang dapat digunakan sebagai properti dekorasi sebuah acara atau *event* dimana bisa berdiri sendiri ataupun sebagai pelengkap dekorasi lain. Salah satu fungsi *backdrop* dalam *event* yaitu sebagai latar belakang atau *background* panggung. Dengan kombinasi *pop up* serta *lighting* akan membuat panggung semakin menarik. Festival Kapal Hias Nelayan Sungsang di semua kebutuhannya untuk memperkuat identitas.

Keterangan:

- a. Ukuran: 3722 x 2616 px
- b. Resolusi: 300 dpi
- c. Berwarna

(4) Poster



Gambar 4. 27 Poster  
(Sumber: Koleksi Pribadi)

Poster akan diletakan diberbagai dinding-dinding informasi. Keterangan:

- a. Ukuran: 3508 x 4961 px
- b. Resolusi: 300 dpi
- c. Berwarna
- d. Artcartoon A4

(5) Spanduk/Umbul-umbul

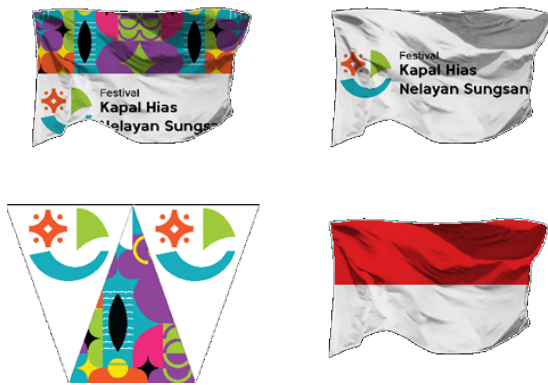


Gambar 4. 28 Banner  
(Sumber: Koleksi Pribadi)

Umbul-Umbul akan ditempatkan sebagai dekorasi acara, media informasi, serta media promosi yang berukuran besar sehingga dapat menarik perhatian masyarakat. Keterangan:

- a. Ukuran: 1274 x 2823 px
- b. Resolusi: 300 dpi
- c. Berwarna

#### (6) Bendera



Gambar 4. 29 Bendera  
(Sumber: Koleksi Pribadi)

Sama seperti Umbul-Umbul, Bendera akan ditempatkan sebagai dekorasi acara, media informasi, serta media promosi yang berukuran besar sehingga dapat menarik perhatian masyarakat. Bendera juga akan digunakan sebagai atribut wajib pada perahu.

#### (7) Instagram



Keterangan:

- a. Ukuran: 500 x 500 px
- b. Resolusi: 300 dpi
- c. CMYK

## V. SIMPULAN

Pada seluruh pemaparan pada bab sebelumnya, Perancangan Visual Festival Kapal Hias Nelayan dengan media utama *Graphic Standard Manual* ini sudah menggunakan kaidah, konsep dan tahapan yang dibuat dengan menggunakan aspek logo, fungsi logo, menyesuaikan visi dan misi Festival Kapal Hias Nelayan.

Logo yang digunakan adalah logo berupa nama dan gambar/*name* dan *symbol*. Warna yang digunakan adalah warna warna cerah yang diambil dari nuansa Desa Sungsang. Filosofi logo dan perancangan dibuat didasarkan oleh proses *mind mapping*, *keyword* dan *keyvisual*.

Seluruh konsep dan ide murni pemikiran oleh perancang dibantu dengan data data observasi dan wawancara langsung ke Sungsang.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Anggraini S, Lia, Kirana Nathalia. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Hendratman, H. (2017). *Computer graphic design: warna layout teks logo ilustrasi efek produksi WPAP*. Hendi Hendratman.
- Horst H. Liebner, (2014). *Beberapa Catatan akan Sejarah Pembuatan Perahu dan Pelayaran Nusantara*.
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga
- McGill University Library. (1944). *The Suma*

- Oriental of Tomé Pires and The Book of Fransisco Rodrigues*. London: The Hakluyt Society.
- Murphy, J., & Rowe, M. (1991). *How to design trade marks and logos*. Betterway Books.
- R. Landa. (2019). *Graphic design solutions*. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Rustan, Suriyanto. (2011). *Hurufontipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suriyanto, R. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan merancang strategi merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sihombing, Danton. (2015). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Teguh Wibowo, Ibnu. (2015). *Cara Cepat dan Mudah Belajar Desain Grafis Untuk Pemula*. Yogyakarta: Notebook.
- Wibowo, I. T. (2015). *Belajar Desain Grafis: Cara Cepat dan Mudah Belajar Desain Grafis Untuk Pemula*.
- WEBSITE**
- Andina, Yurista. Apa Itu Graphic Standard Manual? Yuk Baca Penjelasan Lengkapnya!. Diunduh dari laman <https://kreativv.com/creativepreneur-career/graphic-standard-manual/>. Diakses pada tanggal 26 Desember 2020
- Bush Sawa, Bartholo. Teori Logo Part 2. Artikel diunduh dari laman <https://www.dumetschool.com/blog/Teori-Logo-Part%202>. Diakses pada tanggal 26 Desember 2020
- Huskey, Jenifer., & Johnson, Hilary. Color Wheel Primer. Artikel diunduh dari laman <https://www.hgtv.com/design/decorating/design-101/color-wheel-primer>. Diakses pada tanggal 27 Desember 2020
- Ibnu, Yusril. Lengkap! Inilah 8 Jenis Logo yang Harus Dipahami Desainer Grafis. Diunduh dari laman <https://www.portaldekave.com/artikel/lengkap-inilah-8-jenis-logo-yang-harus-dipahami-desainer-grafis>. Diakses pada tanggal 26 Desember 2020
- Spooner, Chris. A History of Typeface Styles & Type Classification. Artikel diunduh dari laman <https://blog.spoongraphics.co.uk/articles/a-history-of-typeface-styles-type-classification>. Diakses pada tanggal 27 Desember 2020
- Taman Nasional Sembilang Sumatera Selatan (2017, Mei 23). Artikel diunduh dari laman <https://gpswisataindonesia.info/2017/05/taman-nasional-sembilang-sumatera-selatan/>. Diakses pada 15 November 2020
- Thabrani, Gamal. Desain Komunikasi Visual (DKV): Penjelasan Lengkap. <https://serupa.id/desain-komunikasi-visual-dkv-penjelasan-lengkap/> Diakses pada tanggal 19 Februari 2020