BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan identitas visual "Wonderful Majalengka" meliputi tiga tahap penting, tahap-tahap tersebut adalah: *Mind Identity, Behaviour Identity, Visual Identity*. Tahap-tahap ini diambil untuk memudahkan proses perancangan identitas visual Wonderful Majalengka.

Mind Identity adalah proses analisa tata nilai lembaga, atau landasan nilai yang diinginkan lembaga. Landasan nilai tersebut adalah visi dan misi Kabupaten Majalengka. Visi dan Misi tersebut antara lain:

1. **Visi**

   Terwujudnya Kabupaten Majalengka Yang Religius, Maju, dan Sejahtera (Remaja).

2. **Misi**

   - Meningkatkan kualitas kehidupan beragama dalam mewujudkan masyarakat Majalengka beriman dan bertaqwa.
   - Meningkatkan kualitas pendidikan dan kesehatan yang merata dan terjangkau.
   - Mengembangkan ekonomi kerakyatan yang berbasis agribisnis.
   - Reformasi birokrasi bagi pemenuhan pelayanan umum.
   - Optimalisasi otonomi desa.
   - Meningkatkan pembangunan infrastruktur yang proporsional, berkualitas dan berkelanjutan.
   - Meningkatkan pemberdayaan masyarakat.

3. **Tujuan**

   Menjadikan Kabupaten Majalengka sebagai kawasan agribisnis, pariwisata dan industri yang produktif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

4. Positioning

Kabupaten Majalengka memposisikan dirinya sebagai Kabupaten yang sedang tumbuh dan berproses disemua aspek untuk mencapai tujuannya menjadi kawasan agribisnis, pariwisata, dan industri yang produktif, berdaya saing dan berkelanjutan.

Behaviour Identity adalah proses observasi terhadap tingkah laku, kebiasaan dan kegiatan sehari-hari masyarakat di Kabupaten Majalengka. Kegiatan sehari-hari masyarakat Kabupaten Majalengka adalah bertani, berladang, berdagang, dan berwirausaha dibidang lainnya, sebagian juga berprofesi sebagai pegawai negeri sipil di instansi pemerintah.

Masyarakat Majalengka juga mempunyai karakter religius, dinamis, terbuka terhadap perubahan, menghargai perbedaan, kreatif dan produktif.

Hasil analisa dari *mind identity* dan *behaviour identity* tersebut dikembangkan menjadi aspek-aspek komunikasi visual. Pada akhirnya hasil analisa tersebut menjadi salah satu acuan dalam perancangan identitas visual Wonderful Majalengka yang kemudian diatur dalam mekanisme pembuatan logo. Proses pengolahan ini adalah proses *Visual Identify.*

Menurut Budi (3, 2008), sebelum mencapai tahap pembuatan logo, proses yang dilakukan adalah merumuskan mekanisme perancangan sebagai acuan dalam pembuatan logo. Hal ini dapat membantu memudahkan pembuatan logo. Mekanisme tersebut yaitu:

1. Logo Tidak mempunyai masalah legalitas.
2. Logo harus mencerminkan objek yang diwakili dan memiliki keunikan tersendiri.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Data yang didapat dari riset yang telah dilaksanakan ini menjadi acuan dalam proses pembuatan logo setelah menentukan mekanisme pembuatan

logo. Pembuatan logo dimulai dari konsep nama, logo, dan makna-makna yang terkandung dalam elemen visual logo.

1. Nama

Nama Kabupaten Majalengka akan menjadi terlalu panjang, dan akan menjadi kurang efektif untuk diingat, ditulis dan diucapkan. Sehngga nantinya tidak akan menciptakan kesan bagi orang-orang yang melihat logo tersebut. Maka nama Kabupaten Majalengka diganti menjadi Majalengka, dengan menghilangkan kata Kabupaten didepannya, agar memudahkan logo ini untuk diingat. Nama Majalengka akan menjadi identitas yang mudah untuk ditulis dan diucapkan. Sedangkan untuk memberikan kesan dan keunikan logo akan diperkuat oleh *bayline* yang berfungsi untuk memperjelas objek.

2. Byline

Byline Majalengka adalah "Wonderful". Konsep ini diambil sesuai dengan tujuan dan *positioning* Majalengka yang menggambarkan keberagaman potensi yang dimiliki oleh Majalengka. Selain itu konsep ini sesuai dengan program pariwisata Indonesia yaitu Wonderful Indonesia.

- *Core Idea*

Perancangan logo Wonderful Majalengka terinspirasi dari program pengembanga yang dilaksanakan oleh Kabupaten Majalengka. Program ini juga didukung oleh Perda Majalengka nomor 11 tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Majalengka Tahun 2011-2031. Belum adanya identitas visual yang mendukung program tersebut menjadi dasar pemikiran yang menginspirasi pembuatan logo Wonderful Majalengka. Agar penginformasian pengembangan potensi yang dilakukan Majalengka bias dilaksanakan secara baik dan tepat.

Konsep perancangan logo dimulai dari pernyataan ***"Majalengka, a Harmony Among Nature, Culture And Humanity"*** yang dalam bahasa Indonesia berarti **"Majalengka, Sebuah Keselarasan Antara Alam,**

Budaya Dan Manusia". Konsep ini diambil dari pendekatan langsung terhadap beberapa unsur yang berkaitan dengan Majalengka, baik unsur fsik maupun non-fisik. Setelah itu didapatlah kata kunci yang mewakili unsur-unsur tersebut.

- **Keselarasan**

Majalengka memiliki banyak sumber daya, baik sumberdaya alam maupun manusia. Dalam sumber daya alam, Majalengka menggali semua sektornya dari mulai air, tanah dan udara. Sumberdaya manusia Majalengka juga beragam, dari seni tradisi sampai industri kreatif yang tidak dimiliki daerah lain.

- **Alam**

Majalengka adalah sebuah kabupaten yang sebagian besar kegiatan masyarakatnya sangat terkait dengan alam, seperti bertani, berladang dan beternak. Majalengka juga dikenal sebagai kota angin, karena sebagan besar manyarakatnya berprofesi sebagai petani dan peternak yang mengandalkan angin sebagai penanda musim sebagai dimulainya suatu kegiatan seperti bertani dan berladang, sehingga Majalengka dikenal sebagai kabupaten agraris yang menghasilkan komoditi pertanian yang sangat dikenal masyarakat Indonesia seperti sayuran dan buah-buahan.

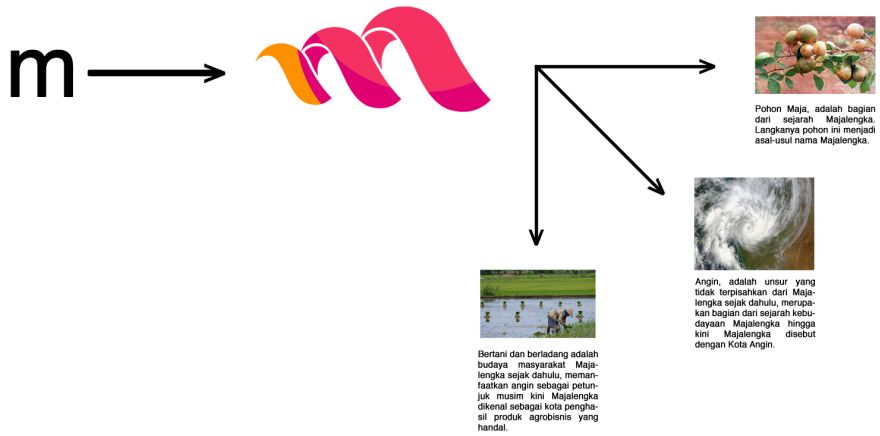
- **Budaya**

Majalengka adalah tempat yang sangat kental dengan budaya dan karakter masyarakatnya yang mampu menerima perbedaan dan kemajuan dengan pemikiran terbuka. Majalengka juga adalah tempat dimana keslarasan dan toleransi antar umat beragama terwujud dengan baik. Keselarasan tersebut menciptakan stabilitas dimasyarakat yang mendukung program pengembangan Majalengka.

- **Manusia**

Manusia merupakan subjek dan objek program pengembangan Majalengka. Peran masyarakat majalengka akan menjadi sangat penting karena memiliki karakter yang mampu sejalan dengan program tersebut.

Dari ketiga kata tersebut diambil analogi-analogi visual yang dapat mewakili dan menggambarkan Majalengka.



Gambar 9. Konsep Visual Logo

Simbol-simbol tersebut diambil berdasarkan konsep yang telah dibuat, menjadikan acuan pembuatan logo menjadi lebih mudah, akan tidak menyimpang dari konsep awal. Visual yang terdapatdalam logo ini sangat erat hubungannya satu sama lain dengan objek yang diteliti yaitu Kabupaten Majalengka.

III.1.2 Elemen Visual

- **Garis**

  Tarikan garis yang tegas dan jelas, garis lengkung merepresentasikan kelenturan, memberikan kesan dinamis. Karena Pariwisata Majalengka sedang berkembang kearah yang lebih baik.

- **Bentuk**

  Gabungan dari garis lengkung ini menampilkan bentuk memancar segitiga, sebagai elemen grafis sifat memancar dari suatu garis merepresentasikan visi dan misi Majalengka yaitu Religius, Maju dan Sejahtera (Remaja). Bentuk Segitiga, merupakan lambang dari konsep trinitas, sebuah konsep religius yang berdasarkan pada tiga unsur alam semesta yaitu Tuhan, manusia dan alam. Secara umum bentuk dari segitiga mencerminkan asosiasi kekuatan, pergerakan, dinamis dan

perasaan maskulin. Selain itu segitiga juga bisa melambangkan unsur, agung, bijaksana, agama, energi dan kekuatan. Dalam Ilmu arsitektur, segitiga adalah bidang paling kuat, karena setiap sudutnya saling menguatkan.



Gambar 10. Logo Terpilih

Bentuk keseluruhan dari pattern logo gram adalah penyederhanaan dari bentuk angin, pengambilan angin sendiri adalah nama/sebutan lain bagi Majalengka yaitu kota angin, hal ini berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan metode kuesioner kepada seratus orang sebagai sampelnya:

NO.	NAMA KECAMATAN	JUMLAH PENDUDUK	PERSENTASE (%)	KUESIONER/RESPONDEN
1	LEMAHSUGIH	59689	4,6	5
2	BANTARUJEG	48032	3,7	4
3	CIKIJING	61719	4,8	5
4	TALAGA	49168	3,8	4
5	ARGAPURA	32650	2,4	2
6	MAJA	54008	4,2	4
7	MAJALENGKA	66872	5,2	5
8	SUKAHAJI	46004	3,6	4
9	RAJAGALUH	47034	3,6	4
10	LEUWIMUNDING	63117	4,9	5
11	JATIWANGI	87227	6,7	7
12	DAWUAN	46519	3,6	4
13	KADIPATEN	47172	3,7	4

14	KERTAJATI	47861	3,7	4
15	JATITUJUH	56787	4,4	4
16	LIGUNG	67068	5,2	5
17	SUMBERJAYA	63694	4,9	5
18	PANYINGKIRAN	31748	2,4	2
19	PALASAH	51403	4,0	4
20	CIGASONG	38423	2,9	3
21	SINDANGWANGI	31059	2,4	2
22	BANJARAN	26524	2,0	2
23	CINGAMBUL	43336	3,3	3
24	KASOKANDEL	51251	3,9	4
25	SINDANG	15929	1,2	1
26	MALAUSMA	49071	3,8	4
JUMLAH		**1283365**	**100%**	**100**

Tabel 3. Sampel Dan Penyebaran Kuota Kuesioner Penelitian.

Rumus Perhitungan Kuota Kuesioner = $\frac{\text{Jumlah Penduduk Kecamatan}}{\text{Total Penduduk Kabupaten}} \times 100\%$

Penyebaran Kuesioner dilakukan dengan pertanyaan:

"Sebutan/Julukan/Brand apakah yang cocok untuk menggambarkan Majalengka?"

Dari metode ini didapatlah hasil sebagai berikut:

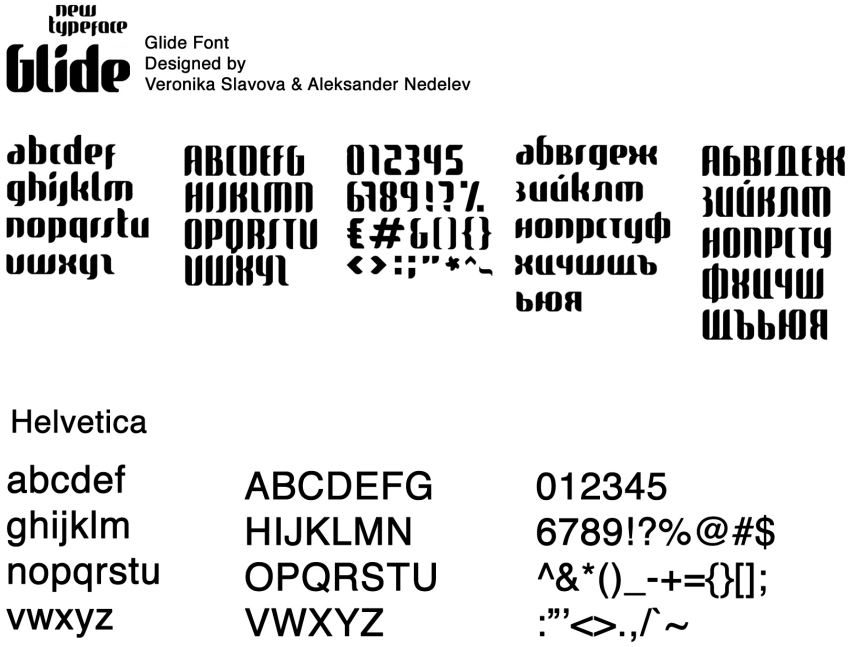
No.	Hasil Penelitan	Jumlah	Persentase (%)
1	Kota Angin	93	93%
2	Kota Kecap	3	3%
3	Kota Pertanian	2	2%
4	Kota Religi	1	1%
5	Tidak Tau	1	1%

Tabel 4. Hasil Kuesioner Peneliitian

Pattern Sayap tersebut merupakan penyederhanaan dari daun pohon maja, hal ini karena pohon maja merupakan bagian dari sejarah yang menjadi asal mula nama kota Majalengka.

- **Tipografi**

  Jenis huruf yang dipakai dalam logo ini adalah *Glide,* disesuaikan dengan karakter Logo gram, merupakan jenis huruf sant serif, pengertian sant serif adalah tanpa serif/kaki, jadi huruf jenis ini tidak memiliki serif pada ujung huruf nya dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama, sehingga menimbulkan kesan moderen, kontemporer dan efisien, dinamis, lentur dan alami.



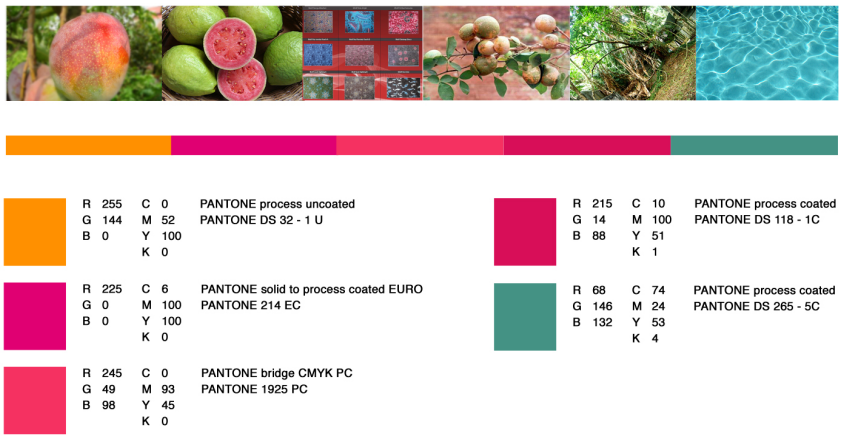
Gambar 11. Tipografi Logo

- **Warna**

  Warna yang diambil berasal dari unsur-unsur visual yang terdapat di Majalengka. Sesuai dengan konsep *harmony* atau keselarasan.

  1. Jingga, mempunyai sifat selaras, kreatif, dinamis, dan menyenangkan.
  2. Magenta, memberikan kesan cinta, venusitas atau keindahan.

3. Biru Tosca, mempunyai sifat, muda, menyegarkan, membangkitkan ketenangan dan tempat mengumpulkan daya-daya baru.
4. Merah, bersifat kuat, meluas atau berkembang, maskulin, dominan, aktif dan hidup.
5. Merah muda mempunyai sifat belajar, keindahan, cinta dan feminin.



Gambar 12. Skema Warna Pada Logo