BAB II
PERANCANGAN LOGO TAMAN KONSERVASI PENYU DAN EKOWISATA PANTAI PANGUMBAHAN

2.1 Pengertian Konservasi

Theodore Roosevelt (seperti dikutip Fathurrohman, 2013) “konservasi berasal dari kata *Conservation* yang terdiri atas kata *con* (*together*) dan *servare* (*keep/save*) yang memiliki pengertian mengenai upaya memelihara apa yang kita punya (*keep/save what you have*), namun secara bijaksana (*wise use*)”.

Sedangkan menurut International Union for Conservation of Nature (IUCN), konservasi merupakan manajemen udara, air, tanah, mineral ke organisme hidup termasuk manusia sehingga dapat dicapai kualitas kehidupan manusia yang meningkat termasuk dalam kegiatan manajemen adalah survei, penelitian, administrasi, preservasi, pendidikan, pemanfaatan dan latihan.

Dengan kata lain konservasi adalah suatu upaya pelestarian dan perlindungan yang dilakukan oleh manusia terhadap alam.

Adapun Secara umum, tujuan utama dari pengelolaan kawasan dilindungi adalah:

- Penelitian ilmiah.
- Perlindungan daerah liar/rimba.
- Pelestarian keanekaragaman spesies dan genetic.
- Pemeliharaan jasa-jasa lingkungan.
- Perlindungan fenomena-fenomena alam dan budaya yang khusus.
- Rekreasi dan wisata alam.
- Pendidikan (lingkungan).
- Penggunaan lestari dari sumberdaya alam yang berasal dari ekosistem alami.
- Pemeliharaan karakteristik budaya dan tradisi.

2.2 Pengertian Ekowisata

Ekowisata adalah perjalanan yang bertanggung jawab ke tempat-tempat yang alami dengan menjaga kelestarian lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan penduduk setempat (The International Ecotourism Society, 1990).

Ekowisata adalah wisata yang berbasis alam yang berkaitan dengan pendidikan dan pemahaman lingkungan alam dan dikelola dengan prinsip berkelanjutan (Australian National Ecotourism Strategy, 1994).

Dengan demikian Istilah ekowisata dapat diartikan sebagai wisata dengan tujuan menikmati dan mempelajari mengenai alam, sejarah dan budaya di suatu daerah, di mana pola wisatanya membantu ekonomi masyarakat lokal dan mendukung pelestarian alam.

Ekowisata merupakan suatu bentuk wisata yang sangat erat dengan prinsip konservasi. Bahkan dalam strategi pengembangan ekowisata juga menggunakan strategi konservasi. Dengan demikian ekowisata sangat tepat dalam mempertahankan keutuhan dan keaslian ekosistem di area yang masih alami.

2.3 Sekilas Tentang Penyu

Dari berbagai sumber yang didapatkan, hingga saat ini hanya 7 jenis penyu yang bertahan hidup di dunia, dimana 6 diantaranya hidup di perairan Indonesia. Keenam jenis penyu tersebut adalah:

1. Penyu Belimbing (*Dermochelys coriacea*),
2. Penyu Hijau (*Chelonia mydas*),
3. Penyu Sisik (*Eretmochelys imbricata*),
4. Penyu Lekang (*Lepidochelys olivacea*),
5. Penyu Tempayan (*Caretta caretta*),
6. Penyu Pipih (*Natator depressus*).

Sedangkan jenis penyu yang tidak ada diperairan Indonesia adalah Penyu Kempi (*Lepidochelys kempii*), penyu ini hanya ditemukan di kawasan Atlantik. Tetapi ada beberapa pihak yang menganggap jenis penyu didunia ini ada 8, satu

lagi jenis penyu tersebut adalah penyu hitam. Bagi para pakar yang sepakat dengan jenis penyu ada 8 maka penyu yang kedelapan ini adalah Penyu Hitam (*Chelonia agasizii*) sedangkan yang berpendapat ada 7, jenis penyu hitam ini adalah sub spesies dari penyu hijau dengan nama ilmiah *Chelonia mydas agasizii*.

2.4 Profil Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan

2.4.1 Tentang Pantai Pangumbahan

Pantai Pangumbahan merupakan pantai yang termasuk tempat pendaratan penyu terbaik se-Pulau Jawa bahkan diakui secara internasional. Letaknya sekitar 5 kilometer sebelah barat pantai Ujung Genteng, kabupaten Sukabumi dan memiliki garis pantai sepanjang sekitar 3.000 meter dengan butiran pasir yang halus dan tebal.



Gambar 2.1 Peta Lokasi Pantai Pangumbahan

Sumber : Data Pribadi

Jenis penyu yang banyak terdapat di Pantai Pangumbahan adalah jenis Penyu Hijau (*Chelonia mydas*), Penyu Hijau dewasa bisa mencapai panjang 1,5 meter dengan berat sampai 300 kg. Sekali bertelur penyu betina bisa menghasilkan 100 - 200 butir telur. Selain Penyu Hijau, di kawasan Pantai Pangumbahan juga menjadi tempat pendaratan untuk

bertelur Penyu Pipih (*Natator depressus*) dan Penyu Lekang (*Lepidochelys olivacea*).



Gambar 2.2 Penyu Hijau
Sumber: http://seaturtlenet.com/

Sebelumnya pengelolaan kawasan Pantai Pangumbahan dilakukan dengan bekerja sama dengan pihak swasta, diantaranya yaitu oleh CV. Daya Bakti. Tetapi ternyata sistem pengelolaan yang kurang baik mengakibatkan kawasan Taman Pesisir Pantai Pangumbahan tersebut menjadi terabaikan dan tidak memberikan kontribusi bagi pengembangan daerah, juga dengan Peraturan Daerah yang dikeluarkan Pemda Sukabumi No.2 Tahun 2001 yang memberikan keleluasaan kepada pengusaha untuk memanfaatkan penjualan telur penyu dengan pajak 10 persen dari penjualan per-butir telur penyu dikhawatirkan akan mengancam pelestarian populasi Penyu Hijau.

Akhirnya pada Agustus 2008 pengelolaan kawasan Pantai Pangumbahan kembali dipegang sepenuhnya oleh pemerintah kabupaten Sukabumi dengan pengawasan langsung dan bekerjasama dengan Departemen Kelautan dan Perikanan (DKP).

2.4.2 Pantai Pangumbahan sebagai Kawasan Konservasi Penyu dan Ekowisata

Saat ini kawasan Pantai Pangumbahan dibagi menjadi dua jenis kawasan, yaitu kawasan yang murni sebagai kawasan konservasi yang bebas dari aktifitas campur tangan manusia, sedangkan yang lainnya dijadikan sebagai kawasan ekowisata dengan muatan edukasi didalamnya sehingga masyarakat dapat lebih mengenal tentang penyu melalui kegiatan-kegiatan yang terdapat di tempat tersebut.

Pembagian kawasan tersebut dilakukan untuk menjaga keseimbangan habitat penyu demi melestarikan keberadaannya, selain itu sebagai salah satu aset berharga pemerintah dengan daya tarik tempat tersebut sebagai kawasan ekowisata yang dapat bermanfaat bagi masyarakat.

Pergantian kepengelolaan kawasan Pantai Pangumbahan oleh pihak pemerintah kabupaten Sukabumi saat ini sudah mulai terlihat peningkatannya, mulai dari perbaikan akses jalan, pembangunan infrastruktur yang lebih memadai, juga peningkatan fasilitas lainnya.

2.4.3 Visi dan Misi Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan

2.4.3.1 Visi

Menjadikan Taman Pesisir Pantai Pangumbahan sebagai kawasan konservasi penyu dan ekowisata terpadu dengan muatan-muatan edukasi tentang segala hal yang berhubungan dengan penyu.

2.4.3.2 Misi

Adapun misi yang dimiliki oleh pengelola Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan adalah sebagai berikut:

1. Membangkitkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga dan melestarikan penyu sebagai hewan yang dilindungi dan hampir punah keberadaannya.
2. Meningkatkan potensi objek wisata lainnya yang berada di daerah kabupaten Sukabumi dengan segala daya tarik dan ciri khas yang dimiliki oleh Pantai Pangumbahan.
3. Menjadi pusat kawasan konservasi penyu se-Indonesia.

2.4.4 Fasilitas pada Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan

Berdasarkan obsevasi terakhir yang dilakukan, perkembangan fasilitas yang dimiliki Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan sudah mengalami peningkatan dibanding tahun-tahun sebelumnya. Beberapa fasilitas yang terdapat di tempat tersebut diantaranya yaitu:

1. Ruangan Kantor UPTD

   Ruangan ini merupakan ruangan tempat bertugasnya Kepala UPTD dan Staf di Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan.



Gambar 2.3 Ruangan Kantor UPTD

Sumber: Data Pribadi

2. Aula Utama

Aula utama merupakan bangunan yang dapat digunakan sebagai tempat untuk rapat, seminar, maupun kegiatan lainnya yang membutuhkan ruangan cukup luas.



Gambar 2.4 Aula Utama
Sumber: Data Pribadi

3. Ruangan Informasi

Bangunan unik dengan dekorasi patung penyu raksasa di bagian atap depan ini merupakan ruangan informasi yang berisi tentang segala hal yang dapat bermanfaat bagi pengunjung mengenai pengetahuan akan penyu.

Letaknya sangat strategis berada tepat didepan pintu gerbang masuk menuju Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan.

Selain digunakan sebagai ruangan informasi, bangunan ini juga dapat digunakan sebagai tempat untuk mengadakan acara atau kegiatan yg bersifat formal seperti pameran, seminar, dan sebagainya.



Gambar 2.5 Ruangan Informasi
Sumber: Data Pribadi

4. Mess Pengunjung

Untuk pengunjung yang kebetulan belum mendapatkan tempat istirahat dan menginap, pengelola menyediakan beberapa mess yang cukup nyaman dan terletak masih di area Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan.



Gambar 2.6 Mess Pengunjung
Sumber: Data Pribadi

5. Mess Karyawan

Selain mess untuk pengunjung, terdapat pula beberapa mess istirahat untuk karyawan yang bekerja di kawasan

konservasi penyu dan ekowisata Taman Pesisir Pantai Pangumbahan.



Gambar 2.7 Mess Karyawan
Sumber: Data Pribadi

2.4.5 Program dan Kegiatan Edukasi yang Terdapat di Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan

Berbagai macam kegiatan edukasi bagi pengunjung terdapat di tempat ini, kegiatan utamanya yang pasti adalah upaya pelestarian hewan langka tersebut mulai dari pengawasan ketika proses bertelur, pengeraman, hingga ke tingkat proses pelepasan anak-anak penyu (tukik) ke pantai.

Untuk beberapa posko yang dijadikan kawasan ekowisata, pengunjung dapat menyaksikan langsung proses-proses diatas dengan panduan petugas setempat, kecuali untuk beberapa posko lainnya yang murni dijadikan sebagai kawasan konservasi.

Proses penyu bertelur biasanya terjadi pada malam hari mulai dari sekitar pukul 23.00 hingga pukul 04.00 dini hari. Pada hal ini pengunjung dapat melihat secara langsung proses bagaimana penyu bertelur hingga penyu tersebut kembali lagi ke laut lepas, tetapi tentu saja dengan peraturan-peraturan tertentu yang harus dipatuhii supaya tidak mengganggu ataupun menghambat proses penyu-penyu tersebut bertelur.

Untuk menyaksikan proses penyu bertelur di Pantai Pangumbahan para pengunjung harus menunggu di pos penjaga. Petugas pengintai akan memberitahukan para pengunjung bila penyu sudah mendarat dan siap untuk bertelur. Setelah itu barulah para pengunjung menuju lokasi penyu bertelur dengan berjalan kaki menyusuri kelembutan pasir Pantai Pangumbahan. Setibanya para pengunjung di lokasi itu petugas penjaga telah selesai membuat lubang yang disediakan untuk para pengunjung agar dapat melihat proses bertelurnya penyu.



Gambar 2.8 Proses Penyu Bertelur
Sumber: http://tripadvisor.co.uk/

Selanjutnya pada proses pengeraman telur penyu dilakukan di area khusus yang terdapat di dalam kawasan Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan, pada proses ini memerlukan waktu beberapa hari/minggu.

Area pengeraman telur penyu terletak di samping arah jalan menuju pesisir Pantai Pangumbahan. Terdapat dua area pengeraman telur penyu yang masing-masing berisi beberapa lokasi yang disertai tanda lengkap dengan data-data didalamnya.



Gambar 2.9 Area Pengeraman Telur Penyu

Sumber: Data Pribadi

Lalu yang terakhir yaitu proses pelepasan anak-anak penyu ke pantai. Pada proses ini pengunjung juga dapat melihat langsung bahkan ikut membantu proses pelepasan anak-anak penyu (tukik) tersebut, dan tentu saja dengan pengawasan yang ketat dari pihak petugas pengelola.

Pada saat masa telur menetas, sekitar ratusan bahkan ribuan anak penyu dilepaskan ke lautan bebas guna regenerasi dari hewan langka tersebut supaya kehidupannya tetap berlanjut di masa yg akan datang.



Gambar 2.10 Proses Pelepasan Anak Penyu/Tukik

Sumber: Data Pribadi

Selain kegiatan-kegiatan yang telah disebutkan tadi, terdapat juga beberapa kegiatan yang dapat mengedukasi pengetahuan pengunjung

mengenai kehidupan penyu, kegiatan tersebut dapat dilakukan di ruangan informasi dan kolam sentuh yang terdapat di area Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan.

Pada fasilitas kolam sentuh, pengunjung dapat melihat langsung dan berinteraksi dengan penyu yang memang telah disediakan di kolam tersebut. Dilengkapi dengan jembatan gantung yang melintasi kolam tersebut, pengunjung dapat merasakan pengalaman yang tak terlupakan dengan dapat melihat penyu dari jarak yang dekat.



Gambar 2.11 Area Kolam Sentuh
Sumber: Data Pribadi

2.4.6 Objek Wisata Lainnya yang Terdapat di Sekitar Kawasan Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan

Selain hal-hal tersebut diatas, terdapat juga keunggulan lainnya yang dapat menjadi daya tarik penunjang wisatawan terhadap Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan, diantaranya yaitu keindahan Pantai Ujunggenteng yang bisa diandalkan dengan wisata fotografinya, lalu Pantai Cibuaya yang merupakan kawasan pantai dengan pasir putih dan air laut jernihnya, juga Pantai Ombak Tujuh yang sudah cukup terkenal dikalangan peselancar dengan keganasan ombaknya, hingga tempat-tempat menakjubkan lainnya yang terdapat

tidak jauh dari kawasan Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan tersebut.



Gambar 2.12 Wisata Fotografi di Pantai Ujunggenteng
Sumber: Data Pribadi



Gambar 2.13 Wisata Selancar di Pantai Ombak Tujuh
Sumber: http://sukabumitours.tripod.com/

Beberapa titik tujuan wisata tersebut tentu saja dapat menjadi daya tarik lebih yang dapat menjadikan Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan sebagai tujuan utama masyarakat untuk berlibur, berwisata, dan belajar tentang pentingnya menjaga dan melestarikan hewan langka yang hampir punah tersebut.

2.5 Logo Sebagai Identitas Lembaga atau Perusahaan (*Corporate Identity*)

Identitas merupakan jati diri, identitas juga berarti suatu ciri atau tanda yang dapat membedakan sesuatu dengan yang lainnya. Begitupun identitas dalam sebuah lembaga atau perusahaan (*Corporate Identity*), hal tersebut merupakan salah satu aspek penting yang harus dimiliki setiap lembaga atau perusahaan sehingga hal tersebut dapat menjadi sebuah jati diri yang dapat membedakan suatu lembaga atau perusahaan tersebut dengan lembaga atau perusahaan lainnya.

2.5.1 Pengertian *Corporate Identity*

F.H.K. Henrion (1990) mendefinisikan *Corporate Identity* kedalam beberapa pengertian antara lain:

- Identitas korporat adalah wahana yang memproyeksikan organisasi secara singkat dan padat dalam bentuk komunikasi visual yang jelas.
- Identitas korporat merefleksikan segala sesuatu yang dikatakan dan dilakukan, apa dan bagaimana keadaan suatu perusahaan.
- Identitas korporat adalah perekat emosional yang menyatukan perusahaan.
- Apapun yang dimiliki, dibuat, dilakukan, dan dikatakan perusahaan adalah ekspresi identitas korporat.
- Identitas korporat tidak terbatas pada logo atau simbol saja.

Corporate Identity menurut M. Linggar Anggoro (2000:280) adalah suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya. Ia juga menyebutkan bahwa identitas perusahaan harus diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang meliputi hal-hal unik atau khas tentang perusahaan yang bersangkutan secara fisik.

Balmer (seperti dikutip Kasmana, 2010) menjelaskan bahwa *Corporate Identity* atau identitas perusahaan terdiri dari tiga bagian yang digunakan dalam bermacam cakupan:

- *Corporate Visual* (logo, uniform dsb)
- *Corporate Communication* (iklan, public relations, informasi dsb)
- *Corporate Behavior* (nilai-nilai internal, norma-norma dsb)

2.5.2 Fungsi *Corporate Identity*

Selain berfungsi sebagai identitas suatu lembaga atau perusahaan, *corporate identity* juga mempunyai fungsi-fungsi lain, yaitu:

- Sebagai alat yang menyatukan strategi suatu lembaga atau perusahaan.
- Sebagai pemacu sistem operasional suatu lembaga atau perusahaan.
- Sebagai pendiri jaringan yang baik.
- Sebagai alat jual dan promosi.

2.5.3 Tentang Logo

Logo adalah tanda atau gambar yang mengandung makna untuk melambangkan tujuan positif produk atau jasa yang diwakilinya. Melalui penampilan sebuah gambar atau tulisan pada logo, orang akan diajak untuk lebih mudah dan cepat mengerti tentang makna/visi yang tersirat tanpa harus mempelajari secara detail semua penjelasan lewat tulisan yang panjang karena logo adalah bahasa gambar atau tulisan yang bersifat sangat komunikatif sehingga cepat dimengerti dan mudah diingat (Dian dan Kartika, 2010, h.3).

Menurut Lori Siebert dan Lisa Ballad (1992), “logo adalah pengembangan suatu simbol sehingga simbol tersebut dapat

mengkomunikasikan identitas suatu perusahaan dimata masyarakat" (h.91).

Sedangkan menurut John Murphy & Michael Rowe (1998), "logo merupakan suatu desain yang spesifik, baik berupa simbol dan pola gambar atau huruf tertulis yang menggambarkan citra perusahan".

Pada masa sekarang ini, logo merupakan salah satu elemen penting dalam suatu identitas sebuah lembaga atau perusahaan. Logo dapat menjadi sebuah identitas yang mampu memberikan citra dan ciri khas yang membedakan dengan lembaga atau perusahaan lainnya. Logo juga merupakan salah satu media representasi visual dari visi dan misi yang dimiliki sebuah lembaga atau perusahaan.

2.5.4 Fungsi dan Tujuan Logo

Fungsi logo menurut John Murphy dan Michael Rowe (1998, h. 8) yaitu :

- Fungsi identifikasi. Khalayak dapat mengidentifikasi perusahaan tersebut bergerak di bidang apa dan barang serta jasa apa yang dihasilkan.
- Fungsi pembeda. Logo dapat membedakan perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, produk yang satu dengan produk yang lainnya.
- Fungsi komunikasi. Logo berperan sebagai pemberi informasi (jika berupa rambu-rambu), dan dapat juga menjadi pemberi tahu keaslian sebuah produk.
- Merupakan aset yang berharga. Jika produk tersebut lebih dikenal di negara-negara lain maka suatu perusahaan/merek akan dihargai dengan cara waralaba.
- Mempunyai kekuatan hukum. Logo yang telah diregistrasi dapat dijadikan jaminan kualitas produk yang dilindungi Undang-Undang.

David E. Carter (2005) menjelaskan bahwa logo dihadirkan memiliki tujuan, diantaranya yaitu:

- Sebagai ciri khas dan identitas agar mudah dikenal oleh publik.
- Sebagai petunjuk karakter perusahaan di mata publik.
- Menginformasikan jenis usaha untuk membangun image.
- Merefleksikan semangat dan cita-cita perusahaan.
- Menumbuhkan kebanggaan di antara anggota perusahaan.

Oleh sebab itu, menurut Carter (2005) pertimbangan tentang logo yang baik itu harus mencakup beberapa hal diantaranya:

- *Original & Desctinctive,* memiliki nilai kekhasan, keunikan dan daya pembeda yang jelas.
- *Legible*, memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda.
- *Simple* atau sederhana, dengan pengertian mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relative singkat.
- *Memorable* atau cukup mudah untuk diingat, karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang lama.
- *Easily associated with the company*, dimana logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.
- *Easily adaptable for all graphic media*, disini faktor kemudahan mengaplikasikan (memasang) logo baik itu yang menyangkut bentuk fisik, warna maupun konfigurasi logo di berbagai media grafis (cetak) perlu diperhitungkan pada proses perancangan.

2.5.5 Desain dan Jenis Logo

Pada dasarnya dapat disimpulkan bahwa desain logo terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

- *Logogram*

  Yaitu logo yang terbentuk dari visualisasi sebuah objek gambar ataupun simbol yang melambangkan sesuatu baik itu secara bentuk nyata maupun abstrak.

- *Logotype*

  Yaitu logo yang berbentuk sebuah tulisan maupun nama dengan menggunakan huruf tertentu dan teknik visualisasi sehigga menjadi sebuah bentuk tulisan yang berkarakter.

Menurut John Murphy & Michael Rowe (1998) logo dapat digolongkan kedalam beberapa jenis, yaitu:

- *Name - Only Logo*

  Adalah logo yang diambil dari sebuah nama, dengan menggunakan gaya grafis khusus. Logo jenis ini memberi ketegasan dan pesan langsung kepada konsumen. Contoh logo jenis ini seperti pada produk sandang karya perancang ternama Yves Saint Laurent, produk elektronik Sony, Toshiba, Panasonic, produk kamera Nikon, Leica, Yashica, peralatan fotokopi Xerox, dan lain-lain.



Gambar 2.14 Contoh *Name-Only Logo*

Sumber: Data Pribadi

- *Name/Symbol Logo*

  Yaitu logo yang terdiri dari nama perusahaan atau produk dengan gaya tipografis yang berkarakter kuat, tersusun atas bentuk-bentuk grafis seperti oval, lingkaran atau kotak. Sebagai contoh adalah logo Ford, Du Pont, Hertz dan banyak lagi. Kelebihan jenis logo ini adalah pada bentuknya yang ringkas dan fleksibel karena jenis logo seperti ini mampu berdiri sendiri.



Gambar 2.15 Contoh *Name/Symbol Logo*

Sumber: Data Pribadi

- *Initial Letter Logo*

  Yaitu logo yang menggunakan huruf awal (inisial) dari nama produk atau perusahaan dan menjadikannya sebagai elemen utama dari logo tersebut. Logo jenis ini terkadang menunjukkan gabungan nama pemilik perusahaan seperti logo produsen hardware komputer Hewlett-Packard. Selain contoh diatas banyak contoh lain seperti logo Bank BCA, IBM, RCTI, dan lainnya.



Gambar 2.16 Contoh *Initial Letter Logo*

Sumber: Data Pribadi

- *Pictorial Name Logo*

  Adalah logo yang menggunakan nama produk atau organisasi sebagai komponen penting dari gaya logo, yang secara keseluruhan logo ini memiliki gaya yang sangat khusus. Perusahaan yang menggunakan logo jenis ini, biasanya adalah perusahaan yang sudah terkenal, seperti Coca Cola, Kodak, McDonald, Rolls Royce dan lain sebagainya. Karena kuatnya image perusahaan/produk yang memakai logo ini, maka bila terjadi peniruan logo tersebut oleh produk atau perusahaan lain maka citra yang dihasilkannya tetap mengarah pada produk atau perusahaan yang ditiru.



Gambar 2.17 Contoh *Pictorial Name Logo*
Sumber: Data Pribadi

- *Associative Logo*

  Yaitu logo yang berdiri bebas yang biasanya tidak memuat nama produk atau perusahaan, tetapi memiliki asosiasi langsung dengan nama, produk atau wilayah aktifitasnya. Sebagai contoh logo perusahaan pembuat pesawat terbang Aerospatiale, logonya terdiri dari kalimat Aerospatiale yang membentuk bola planet yang dengan jelas memperlihatkan jangkauan aktifitasnya yakni penerbangan, logo perusahaan minyak Shell yang menunjukkan gambar kerang sebagai asosiasi dari fosil penghasil minyak,

kemudian logo 20th Century Fox, yang menggambarkan gemerlap dan megahnya dunia perfilman dan masih banyak lagi. Jenis logo seperti ini mempunyai daya tarik kuat dan mudah untuk dipahami.



Gambar 2.18 Contoh *Associative Logo*
Sumber: Data Pribadi

- *Allusive Logo*

  Adalah logo yang bersifat kiasan, seperti logo Mercedes Benz yang terdiri dari bentuk bintang segitiga yang merupakan representasi dari sistem kemudi mobil, bentuk A pada perusahaan penerbangan Alitalia yang dideformasikan dari bentuk ekor pesawat yang berfungsi sebagai penyeimbang. Logo jenis ini memiliki hubungan yang tidak langsung antara nama dengan logonya sehingga logo jenis ini sulit untuk dipahami, dan memerlukan waktu lebih agar seseorang bisa memahami apa maksud dari logo yang bersangkutan.



Gambar 2.19 Contoh *Allusive Logo*
Sumber: Data Pribadi

- *Abstract Logo*

  Logo jenis ini adalah logo yang dapat menimbulkan beraneka kesan, yang dipengaruhi oleh daya pemahaman konsumen. Ini terjadi karena bentuk visual logo ini sangat abstrak. Diantaranya mengambil suatu bentuk struktural yang dikreasikan dengan efek optis yang bervariasi. Sebagai contoh adalah logo Citroen. Logo jenis ini sangat disukai di Amerika, karena logo jenis ini mampu dibuat dengan bermacam variasi dan sangat orisinil sehingga terjadinya kemiripan sebuah logo dengan logo yang lainnya akibat dari banyaknya produk dan perusahaan yang tumbuh di Amerika bisa dihindari. Bentuk logo abstrak yang ada di Indonesia adalah seperti logo Bakrie Brothers. *Abstract logo* pertama kali digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar Jepang, yang kemudian perusahaan-perusahaan tersebut mengalami kesuksesan di negara barat, sehingga menjadi ide baru bagi perkembangan logo di dunia barat. Logo jenis ini sekarang menjadi standar disain logo kontemporer. Kelemahan dari jenis logo ini adalah bentuknya yang abstrak, sehingga sukar dipahami oleh konsumen serta tidak memiliki pengertian yang benar-benar tepat seperti apa yang diinginkan.



Gambar 2.20 Contoh *Abstract Logo*

Sumber: Data Pribadi

2.6 Logo pada Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan

Saat ini belum ada logo pribadi yang dimiliki oleh Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan. Adapun logo yang selama ini biasa digunakan yaitu dengan menggunakan logo Pemerintah Daerah Kabupaten Sukabumi sebagai pihak pengelola, disamping itu juga biasanya dalam beberapa kegiatan ataupun program yang dilakukan Taman Pesisir Pantai Pangumbahan terdapat logo Departemen Kelautan dan Perikanan (DKP) sebagai badan yang menaungi tempat tersebut.



Gambar 2.21 Logo Pemda Kabupaten Sukabumi

Sumber: Data Pribadi



Gambar 2.22 Logo Departemen Kelautan dan Perikanan

Sumber: Data Pribadi

Padahal keberadaan sebuah logo pada suatu kawasan seperti Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan sangat diperlukan supaya mampu menjadi sebuah identitas resmi yang dapat memperkenalkan tempat tersebut kepada masyarakat luas, sehingga mampu merepresentasikan segala tujuan yang ingin dicapai baik itu melalui kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan ditempat tersebut maupun hal lainnya yang secara otomatis akan mencantumkan logo dari Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan.

2.7 Analisa Data

Pada pembahasan sebelumnya telah dijelaskan tentang pengertian mengenai konservasi dan ekowisata, pembahasan tentang penyu, *corporate identity*, logo serta pembahasan tentang Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan, mulai dari profil, fasilitas, Sumber Daya Manusia, kegiatan ekowisata, hingga mengenai objek wisata lainnya yang terdapat di sekitar Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan.

Peningkatan beberapa fasilitas dan perbaikan sistem kepengelolaan di tempat tersebut dapat menjadi suatu daya tarik dan citra baru bagi kawasan yang menjadi salah satu aset berharga pemerintah kabupaten Sukabumi ini. Citra yang kurang baik dimata masyarakat atas kepengelolaan tempat tersebut selama ini dapat menjadi peluang bagi pengelola baru untuk lebih solid dalam melakukan upaya peningkatan sistem kepengelolaan yang lebih baik dari sebelumnya. Karena sebuah logo juga dapat menjadi media yang dapat menyatukan strategi

suatu lembaga atau perusahaan, selain itu juga berperan positif sebagai pemacu semangat dan sistem operasional suatu lembaga atau perusahaan.

Keberadaan identitas visual/logo pada Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan merupakan hal yang penting, karena diharapkan dengan adanya logo yang baik dapat menjadi media untuk merepresentasikan segala visi dan misi yang dimiliki Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan kepada masyarakat, karena logo juga dapat berperan sebagai pendiri jaringan yang baik, maupun sebagai alat promosi sehingga dapat menjadi sebuah identitas yang selalu dicantumkan dalam segala kegiatan maupun program yang dilaksanakan.

2.8 Solusi

Berdasarkan analisa dari data-data diatas, dapat disimpulkan bahwa diperlukannya sebuah perancangan identitas visual/logo dari Taman Konservasi Penyu dan Ekowisata Pantai Pangumbahan yang sesuai dengan visi, misi, dan juga dapat menjadi citra baru bagi tempat tersebut.