

**PERANCANGAN LOGO WISATA ALAM HUTAN PINUS BULU TANAH
KABUPATEN BONE**

Nur Atika Sukma, Nurabdiansyah, Sukarman B

Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar
nursatikasukma@gmail.com
nurabdiansyah@unm.ac.id
sukarman@unm.ac.id

ABSTRAK

Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan sebuah identitas visual berupa logo objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah Kabupaten Bone agar dapat menjadi sebuah ciri khas sehingga objek wisata menjadi baik dalam pengelolaannya terkhusus dari sektor identitas. Dalam penelitian, penulis menggunakan metode penelitian *Research and Development* atau penelitian dan pengembangan. Penelitian diawali dengan kegiatan observasi langsung ke wisata Hutan Pinus Bulu Tanah kemudian dilanjutkan dengan sesi wawancara dengan pengelola wisata mengenai asal usul sampai dengan visi misi wisata kemudian melakukan pendokumentasian. Dari analisis yang dilakukan kemudian disepakati konsep desain yang digunakan ialah "*Nature Concept*" yang mana konsep tersebut dapat menggambarkan citra dan nilai wisata. Hasil perancangan ini mencakup beberapa hal yakni *Logogram* dan *logotype* yang saling berkaitan dan berkesinambungan dalam strategi pengenalan wisata Hutan Pinus Bulu Tanah. Pengadaan media pendukung serta media promosi.

Kata Kunci : Logo, Objek wisata, identitas visual, Hutan Pinus Bulu Tanah

ABSTRACT

This design aims to create a visual identity in the form of the tourist object logo Hutan Pinus Bulu Tanah Bone Regency so that it can become a characteristic so that the tourist object becomes good in its management, especially from the identity sector. In research, the authors use research methods Research and Development or research and development. The research began with direct observation activities to the Bulu Tanah Pine Forest tour, then continued with an interview session with the tourism manager regarding the origins to the vision and mission of the tour, then documented. From the analysis carried out, it was agreed that the design concept used was the "Nature Concept" in which this concept can describe tourism image and value. The results of this design include several things, namely logograms and logotypes that are interrelated and sustainable in the introduction strategy of Bulu Tanah Pine Forest tourism. Procurement of supporting media and promotional media.

Keywords: Logo, Tourist attraction, visual identity, Bulu Tanah Pine Forest

1. PENDAHULUAN

Objek wisata adalah salah satu sektor yang dapat mendukung peningkatan perekonomian di Indonesia. Sebuah objek wisata mampu meningkatkan penghasilan masyarakat, selain itu objek wisata juga mampu menyediakan lapangan kerja baru dan dapat meningkatkan pendapatan suatu daerah ketika objek wisata sudah ramai dikunjungi oleh wisatawan. Agar objek wisata memenuhi ketentuan-ketentuan tersebut maka objek wisata tersebut sangat penting untuk dikembangkan dengan baik. Namun, objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah belum dikembangkan secara optimal terkhusus pada bagian logo.

Objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah merupakan objek wisata yang terletak di Desa Mattampa Walie, Kecamatan Lappariaja, Kabupaten Bone. Hutan Pinus Bulu Tanah adalah sebuah objek wisata yang sudah lama ada Desa Mattampa Walie, tapi terkendala karena untuk memanfaatkan lahan ini pemerintah desa harus melakukan kerja sama dengan Dinas Kehutanan Provinsi. Setelah melewati berbagai tahap, akhirnya hari Jumat pada tanggal 30 Oktober 2020 Ekowisata Hutan Pinus Bulu Tanah ini diresmikan.

Objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah merupakan tempat wisata yang menyediakan tempat perkemahan dengan pemandangan yang sangat indah. Saat berkemah di lokasi, wisatawan akan dikelilingi oleh pohon pinus tinggi menjulang disertai kabut yang memberikan rasa sejuk dan kedamaian tersendiri. Jejeran pohon pinus yang teratata dengan baik cocok sebagai tempat menggantung hammuk (ayunan) untuk menikmati panorama di sekitarnya. Sesuatu hal yang

menjadi keunggulan di bandingkan dengan Hutan Pinus yang ada di Malino Kecamatan Tinggimoncong, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan, akses menuju perkampungan lokasi hutan pinus ini cukup mudah karena jalanan sudah teraspal. Di samping itu, lingkungan sekitar Hutan Pinus Bulu Tanah juga sangat bersih dibandingkan dengan Hutan Pinus yang berada di Malino, dikarenakan tenaga kebersihan bekerja efektif menjaga kebersihan lingkungan taman hutan. Perjalanan dari poros Lapri hingga lokasi dapat ditempuh sekitar 30 menit. Hal itulah yang menjadi daya tarik liburan bagi kaum muda- muda dan masyarakat umum untuk menjadi wisata Hutan Pinus sebagai pilihan wisata populer yang ada di Kabupaten Bone. Selain dijadikan sebagai lokasi wisata liburan dan berkemah, lokasi ini biasa pula dijadikan sebagai tempat kegiatan keorganisasian mahasiswa, *family gathering*, foto *prewedding*, tempat festival musik, dan tempat mengadakan kegiatan *anniversary* dari berbagai kalangan organisasi.

Sayangnya, sebagai objek wisata, Hutan Pinus Bulu Tanah belum memiliki ciri khas yang menarik dari segi pemasaran dan promosi. Belum adanya citra visual yang terlihat di kawasan objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah. Dapat dipahami bahwa identitas visual belum ada yang mendukung dalam upaya informasi kepada pengunjung seperti desain logo, tipografi, warna dan *branding*. Sesungguhnya, *branding* merupakan suatu hal yang sederhana namun penting karna dapat menyampaikan ciri khas dari objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah dan segala kelebihan-kelebihan yang dimiliki dari objek tersebut hanya dalam bentuk visual yang sederhana.

Dengan adanya permasalahan tersebut, maka diperlukan upaya perancangan identitas visual berupa logo objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah untuk lebih meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah.

Identitas objek wisata adalah suatu ide atau konsep yang berkembang dari konsep identitas Perusahaan (*corporate identity*). Identitas objek wisata adalah suatu bentuk desain komunikasi visual dalam bentuk gambar atau simbol yang dibuat sesederhana mungkin untuk mengkomunikasikan karakter dan citra objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah secara efektif dan efisien. Hal ini juga dapat digunakan untuk memberikan suatu ciri khas terdapat suatu objek wisata untuk membedakan objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah dengan objek wisata lainnya. Objek wisata dengan tampilan yang positif berpeluang besar dalam mengembangkan sayapnya untuk mempromosikan atau mengembangkan suatu objek wisata (Cenadi, 1999).

2. METODE PERANCANGAN

Adapun jenis penelitian pada perancangan ini yaitu menggunakan jenis metode *Research & Development* (R&D) atau biasa dikenal sebagai penelitian pengembangan. *Research & Development* (R&D) adalah penelitian yang digunakan untuk mengembangkan produk atau barang baru atau menyempurnakan produk yang sudah ada (Sukmadinata, 2006).

Research & Development dipahami sebagai kegiatan penelitian yang dimulai dengan *research* dan diteruskan dengan *development*. Kegiatan *research* dilakukan untuk mendapatkan informasi

tentang kebutuhan pengguna (*needs assessment*), sedangkan kegiatan *development* dilakukan untuk menghasilkan produk tertentu sesuai kebutuhan. Kegiatan *research* tidak hanya dilakukan pada tahap *needs assessment*, tapi juga pada tahap proses pengembangan produk, yang memerlukan kegiatan pengumpulan data dan analisis data, yaitu pada tahap proses validasi pakar dan pada tahap validasi empiris atau uji-coba. Sedangkan nama *development* mengacu pada produk yang dihasilkan dalam proyek penelitian.

Model yang digunakan adalah pengembangan model 4-D (Four D), Model pengembangan 4-D terdiri atas 4 tahap utama yaitu : Pendefinisian (*Define*), Perancangan (*Design*), Pengembangan (*Develop*) dan Diseminasi/penyebaran (*Disseminate*). Model perancangan ini bertujuan untuk menyampaikan informasi melalui sebuah logo. (S. Thiagarajan, 1974).

Produk yang akan dihasilkan pada perancangan ini adalah identitas visual dari objek Hutan Pinus Bulu Tanah yang berupa logo. Pada tahap pendefinisian (*Define*) Proses menentukan masalah inti yang akan diidentifikasi melalui proses pengumpulan data, data-data yang dikumpul berupa hasil wawancara, observasi, dokumentasi, kuisisioner, serta studi pustaka yang merupakan instrument pengumpulan data yang berkaitan dengan topik yang diangkat. Serta dilakukan juga analisis objek materi komunikasi, target audiens, unsur-unsur visual/strategi visual dan perencanaan kebutuhan media. Pada tahapan kedua yaitu tahapan perancangan

(*Design*) dalam model 4D, tahapan ini adalah proses perancangan yang dimulai dari menentukan sumber inspirasi visual, membuat alternatif sketsa logo. Pada tahapan ketiga yaitu tahapan pengembangan (*Develop*), ialah tahapan pengembangan hasil perancangan logo kedalam bentuk buku *Graphic Standar Manual (GSM Book)* sebagai pedoman penggunaan logo.

Kemudian Tahapan terakhir dari model 4D yaitu tahapan diseminasi (*Disseminate*), ialah tahapan penyebarluasan hasil perancangan berupa implementasi logo dan penyebarluasan melalui media-media promosi dan stationary kepada target *audiens*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Konsep Desain

Konsep desain merupakan acuan utama yang akan menentukan arah perancangan dalam rangka visualisasi grafis yang direncanakan kedepannya sehingga berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Setelah melakukan penelitian berdasarkan masalah dari kebutuhan yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya serta melalui proses *brainstorming*, maka perancangan yang akan dibuat yaitu identitas visual berupa logo dan elemen-elemen visualnya yang akan menjadi wajah baru bagi wisata Hutan Pinus Bulu Tanah dan menjadi acuan atau dasar perancangan media utama, media pendukungnya dan media promosi. Konsep desain yang akan diangkat oleh penulis dalam proses perancangan ini adalah "*Nature*"

kemudian akan diterjemahkan kedalam konsep komunikasi visual.

3.2 Konsep Komunikasi

Dalam perancangan ini, pohon pinus, matahari, gunung Bulu Tanah menjadi titik fokus materi pesan yang akan di visualisasikan menjadi logo, *icon*, serta perancangan media promosi objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah yang memiliki unsur pohon pinus, gunung, sunset/sunrise dan nama objek wisatanya itu sendiri. Gaya visual logo terkesan minimalis, simple, mudah diingat dan hasilnya akan berupa *Logogram* dan *Logotype* atau biasa disebut logo kombinasi yang memenuhi unsur-unsur visual tersebut.

Pada proses tersebut, agar penyampaian pesan dapat dikomunikasikan dengan efektif, maka diperlukan beberapa media untuk menunjang perancangan tersebut. Media tersebut terdiri dari media pendukung dan media promosi.

3.2.1 Media Pendukung

Graphic Standard Manual (GSM) menjadi media pendukung pada perancangan identitas ini. *Graphic Standard Manual (GSM)* merupakan sebuah pedoman dalam penerapan identitas visual agar tidak menimbulkan kekeliruan pada pengaplikasiannya. *Graphic Standard Manual (GSM)* dirancang

dikemas dalam bentuk buku fisik maupun digital.

3.2.2 Media Promosi

Perancangan media promosi diharapkan dapat memberikan peningkatan sektor pemasaran objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah. *Merchandise* yang meliputi Gantungan Kunci, Stiker, *tumbler*, mug, *t-shirt* yang akan dirancang tetap mengacu kepada visual grafis dari logo yang telah dirancang. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, diketahui bahwa *stationary*, tiket/karcis dan *Banner* adalah suatu hal yang dibutuhkan oleh objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah ini. *Stationary*, tiket/karcis dan *Banner* akan menjadi media promosi yang akan memberikan kenyamanan berwisata kepada wisatawan.

3.3 Sumber Inspirasi

Untuk menyaring dan memilih ide terbaik dari berbagai variasi yang ada, dibutuhkan sumber inspirasi yang dapat memperkaya ide-ide. Berdasarkan beberapa referensi yang menjadi sumber inspirasi dalam pengembangan desain seperti :

- Pohon Pinus
Salah satu unsur yang paling penting dari konsep kreatif pada perancangan ini yaitu pohon pinus itu sendiri. Wisata tersebut ditumbuhi kurang lebih 90% pohon pinus yang menjulang tinggi sehingga kawasan tersebut

menjadi lebih nyaman, sejuk, dan indah.



Gambar 1. Pohon Pinus

- Matahari
Para pengunjung wisata Hutan Pinus Bulu Tanah juga sering mengadakan camp dengan tujuan untuk menikmati senja dan sunrise di pagi hari, bukan hanya puluhan tapi ratusan orang yang datang di lingkungan wisata tersebut di hari *weekend*.



Gambar 2. Matahari

- Gunung
Hutan Pinus tersebut terletak di pegunungan Dusun Bulu Tanah Desa Matampa Walie. Maka dari itu, salah satu yang menarik

dari wisata tersebut adalah pengunungannya. Untuk tiba di wisata tersebut kita harus melewati pegunungan yang tinggi dengan pemandangan yang indah.



Gambar 3. Gunung

3.4 Tipografi

Pada perancangan identitas visual Hutan Pinus Bulu Tanah ini, khusus dalam merancang *logotype* atau bisa dikenal juga dengan *brandname* akan digunakan tipografi jenis serif untuk memberikan kesan formal dan fleksibel sebagai representasi dari citra dari entitas Hutan Pinus Bulu Tanah. Font yang digunakan adalah hasil *request* dari Pimpinan wisata Hutan Pinus Bulu Tanah yaitu *font* Simply Serif dimana jenis huruf yang terkesan modern dengan yang dinamis dan sesuai dengan konsep logo yang akan dirancang dan dipakai sebagai tagname dilogo. Selain itu font tersebut juga dipilih karena pimpinan

wisata terinspirasi dari font logo *wonderful Indonesia*.

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Gambar 4. *Simply Serif*

Selain penggunaan font *serif* pada *brandname/logotype* terdapat beberapa jenis font yang akan digunakan dalam pengaplikasian media pendukung dan promosi yaitu *font* dengan jenis *sanserif* agar dapat terlihat dinamis dan berkelas, seperti:

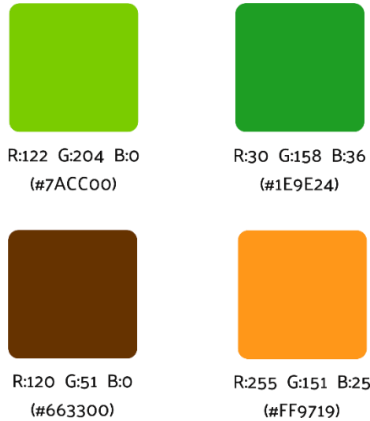
A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Gambar 5. *Palanquin*

3.5 Warna

Warna yang diterapkan pada perancangan identitas visual objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah Mengacu kepada hasil observasi yang telah dilakukan. Hasil observasi warna yang didapatkan yaitu hijau, coklat dan jingga, warna ini berdasarkan unsur visual yang ada di objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah. Warna tersebut dipilih karna sesuai dengan konsep *nature* yang akan digunakan

Unsur visual dari perancangan identitas visual berupa pohon pinus, matahari, dan Gunung. Warna Hijau melambangkan gunung dan pohon pinus, warna Coklat melambangkan warna alam yang dapat menetralkan warna lain sedangkan warna jingga melambangkan sunset/sunrise.



Gambar 6. Palet Warna

3.6 Sketsa

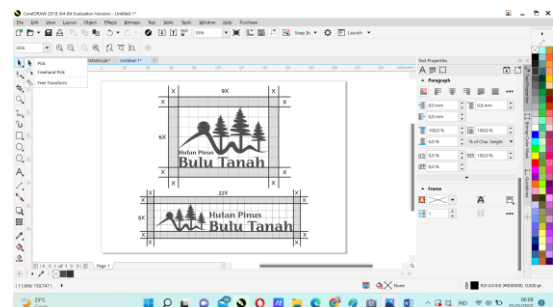
Sketsa ide merupakan hasil eksplorasi dari stilasi yang dilakukan oleh penulis untuk menemukan visualisasi dari sumber inspirasi Hutan Pinus Bulu Tanah yang sudah dijabarkan sebelumnya. *Image* yang digambarkan dalam sketsa ide adalah visualisasi yang muncul dari sumber inspirasi seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.



Gambar 7. Sketsa

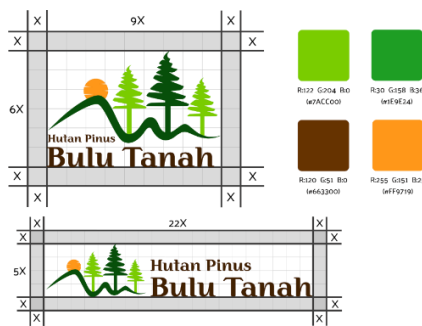
3.7 Implementasi Digital

Sketsa dipilih berdasarkan ide, gagasan, strategi visual yang ingin disampaikan pada perancangan identitas visual objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah ini sehingga ditetapkan identitas yang terkesan abstrak dan modern untuk menciptakan wajah baru dari objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah.



Gambar 8. Logo Grid

Setelah melakukan proses *tracing* dan kemudian meakukan penyempurnaan bentuk dengan menggunakan *Grid space* guna menciptakan komposisi gambar yang tepat, selanjutnya dilakukan tahap pewarnaan logo. Warna yang digunakan adalah warna yang mampu memberikan penggambaran terhadap konsep “*Nature*” adapun hasil perancangan terdapat dalam gambar berikut:



Gambar 9. Pewarnaan logo

3.8 Media Utama

Berdasarkan masalah yang dihadapi oleh wisata Hutan Pinus Bulu Tanah, maka solusi untuk mengatasinya adalah dengan merancang identitas visual dari Hutan Pinus Bulu Tanah yang terbagi atas 3 jenis yaitu media utama, media pendukung dan media promosi. Media Utama berupa logo.



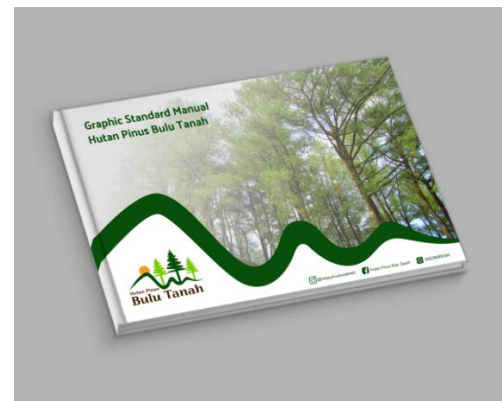
Gambar 10. Final Logo Hutan Pinus Bulu Tanah



Gambar 11. Logo Alternatif

3.9 Media Pendukung

Media pendukung pada perancangan ini yaitu *Graphic Standard Manual (GSM)*. *Graphic Standard Manual (GSM)* merupakan buku panduan dalam pengaplikasian logo agar tidak terjadi kesalahan ketika menerapkan logo ditempat objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah.



Gambar 12. *Graphic Standard Manual*

3.10 Media Promosi



Gambar 13. *Amplop*



Gambar 14. *Notebook*



Gambar 17. *Totebag*



Gambar 15. *Pin*



Gambar 18. *Tumbler*



Gambar 16. *T-Shirt*



Gambar 19. *Mug*



Gambar 20. Gantungan Kunci



Gambar 21. X-banner



Gambar 21. Tiket/Karcis

3.10 Deskripsi Hasil Pembahasan

Pada desain akhir perancangan identitas visual objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah. Dalam proses desain logo ini berkaitan dengan Tinjauan Pustaka yang telah dikumpulkan bahwa perancangan logo terdapat beberapa unsur yang dalam hal ini selesai dirancang, yakni Logo, Karcis/Tiket, Stationery Set, Merchandise, unsur tersebut kemudian dirangkum menjadi satu buku pedoman atau *Graphic Standard Manual (GSM)*.

Sketsa logo dipilih berdasarkan ide, gagasan, dan strategi visual yang ingin disampaikan pada perancangan ini. Selain itu, pada perancangan logo harus memenuhi unsur-unsur desain yang telah dipaparkan di Bab sebelumnya yakni raut, ukuran, warna dan komposisi. Raut memiliki beberapa unsur didalamnya yakni titik, garis, bidang, dan gempal. Pada Perancangan logo identitas visual objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah telah memiliki unsur rupa raut pada visualnya.

Pengaturan komposisi dari perancangan logo ini dilakukan agar hasil perancangan yang telah dibuat menjadi enak dipandang. Logo akan terasa kurang sempurna ketika logo tersebut tidak memiliki komposisi yang baik. Dalam pengaturan komposisi pada perancangan ini harus memenuhi beberapa prinsip dalam penataannya yakni Kesatuan (*Unity*), Keseimbangan (*Balance*), Kecerahan (*Harmony*), Irama (*Rhythm*),

Kesebandingan (*Proportion*) , dan Fokus Perhatian (*Center of Interest*).

Warna yang diterapkan pada perancangan identitas visual objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah Mengacu kepada hasil observasi yang telah dilakukan. Hasil observasi warna yang didapatkan yaitu hijau, coklat dan jingga, warna ini berdasarkan unsur visual yang ada di objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah. Warna tersebut dipilih karena sesuai dengan konsep *nature* yang akan digunakan.

Adapun hasil dari perancangan logo wisata alam Hutan Pinus Bulu Tanah adalah logo, yang mana berangkat dari konsep "*Nature*". Hasil perancangan ini merupakan penggabungan *logogram* dan *logotype*. *Logogram* berfungsi sebagai identitas utama yang mana dapat dilihat dan dapat menyampaikan secara visual potensi yang dimiliki oleh wisata Hutan Pinus Bulu Tanah yang mana dalam penciptaannya berangkat dari sumber inspirasi dari komponen-komponen yang ada di dalam lingkungan wisata. Adapun *logotype* yang digunakan untuk menuliskan nama perusahaan. *Logotype* yang digunakan adalah jenis font Simply Serif dimana font tersebut merupakan *request* dari pimpinan wisata Hutan Pinus Bulu Tanah yang terinspirasi dari *logotype* "Wonderful Indonesia".

Dengan adanya perancangan logo ini dapat menjadi inspirasi bagi wisata lain terutama wisata yang

berada di Kabupaten Bone untuk menciptakan identitas visual wisata agar dapat menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung selain itu dapat menjadikan pembeda dengan wisata- wisata lain.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Perancangan ini dirancang berdasarkan data dan hasil observasi yang telah dilakukan/didapat bahwa objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah belum dikelola dengan baik terkhusus dari sektor identitas visual, idealnya sebuah objek wisata harus memiliki sebuah identitas visual agar dapat menjadi pembeda dari objek wisata lainnya sehingga objek wisata tersebut dapat ramai dikunjungi oleh wisatawan. Maka dari itu, merancang sebuah identitas visual objek wisata menjadi tujuan utama pada perancangan ini.

Dalam perancangan identitas visual objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah yang terletak di Kecamatan Lappariaja, Kabupaten Bone ini telah dilakukan tahap-tahap perancangan dimulai dari latar belakang masalah sampai kepada hasil dari perancangan yang dibuat. Hasil dari perancangan meliputi dari perancangan media utama berupa logo dan media pendukung berupa *Graphic Standard Manual* (GSM). Selanjutnya perancangan media promosi yang terdiri dari *Stationary*, tiket/karcis dan *x-banner*, *merchandise*.

Media tersebut dirancang berdasarkan data dan hasil observasi yang diperoleh. Pada perancangan logo objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah ini memiliki konsep visual berdasarkan ciri khas dari objek wisata itu sendiri yaitu Pohon Pinus, Gunung Bulu Tanah dan Matahari, dan dikemas dalam bentuk *logogram* dan *logotype* (kombinasi) yang menggambarkan objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah. Setelah perancangan logo telah dilakukan, media pendukung dirancang mengikuti unsur visual dari logo yang telah dirancang.

4.2 Keterbatasan

Keterbatasan yang dialami oleh penulis ketika melakukan perancangan objek wisata Hutan Pinus Bulu Tanah yakni kurangnya manajemen waktu dalam pengerjaan. Selain itu, jarak wisata yang jauh sehingga sulit untuk sering berkomunikasi secara langsung dengan pengelola.

4.3 Saran

Perancangan Logo Wisata Alam Hutan Pinus Bulu Tanah Kabupaten Bone ini masih memiliki kekurangan dan perlu dikembangkan, terkhusus dalam penggunaan hasil perancangan identitas visual agar konsep visual objek wisata ini dapat tersampaikan dengan baik. Misalnya,

1. Mengaplikasikan identitas visual secara terus menerus agar objek

wisata ini baik dalam pengelolaan objek wisatanya.

2. Dapat menjadi referensi pemerintah setempat jika ingin membangun objek wisata baru di Kabupaten Bone.

5. REFERENSI

- Aaker, D. (2000). *Brand Leadership*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ahdi, S. (2016). Perancangan Visual Identity Bakara Kafe Pada Media Adprint. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7-8.
- Al, C. (1982). *Dua Jenis logo (Tahunan)*. Baru York: Seni Arah Perusahaan Buku.
- Bilyan Putra Sari, M. S. (2020). Branding Destinasi Wisata Kabupaten Maros.
- Cenadi, C. S. (1999). Corporate Identity, Sejarah dan Aplikasi. Dalam *IRMARA* (hal. Vol, 1, No. 2, 75-76).
- Cholil, A. M. (2018). Branding Ideas. Yogyakarta: Quadrant.
- Hanindharputri, M. A. (2018). Elemen Visual Sebagai Pembentuk Kekuatan Logo. hal. 162-165.
- Hendratman, H. (2010). Tips & Trik Graphic Desain. 9-19.
- Kasali, R. (1992). *Management Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

- Kodyat, H. (1983). Sejarah dan perkembangan di Indonesia. *Pt Gramedia Pustaka Utama*. <http://putrasun.blogspot.com/2011/02/sayamau-sedikit-berbagi-pemahaman-saya.html>.
- Kootler, P. (1997). Manajemen Pemasaran. Dalam *Edisi Bahasa Indonesia Jilid Satu* (hal. 219). Jakarta: Prentice Hall.
- Kusrianto, A. (2009). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Dan Saya.
- Ladjamuddin, A. B. (2005). Analisis dan Desain Sistem Informasi. *ejournal*, 39.
- Limbeng, S. d. (2017). Pengertian Wisata Menurut Para Ahli. <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-pariwisata-menurut-para-ahli/>, 5.
- Muljadi, H. d. (2018). 25 Pengertian Pariwisata Menurut Para Ahli Terlengkap. <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-pariwisata/>.
- Nugraha, G. A. (2020). *Perancangan Komunikasi Visual Objek Wisata Hutan Tinjomoyo Sebagai Salah Satu Destinasi Kota Semarang*. Semarang: Google Scholar.
- Putrasun. (2011, Desember 30). *Graphic Standard Manual*. Diambil kembali dari <http://putrasun.blogspot.com/2011/02/sayamau-sedikit-berbagi-pemahaman-saya.html>.
- Reid, D. L. (2016). *Ten Steps To Develop Your Brand Identity*. from Skoll World Forum : <https://skoll.org/skoll-world-forum/>.
- Rustan, S. (2017). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- S. Thiagarajan, D. S. (1974). Metode Pengembangan Perangkat Pembelajaran Metode 4-D. *e-journal*.
- Said, A. A. (2015). *Desain Logo*. Makassar : Fakultas Seni dan Desain UNM Makassar.
- Sugiana. (2011). 24 Pengertian Pariwisata menurut Para Ahli Lengkap. <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-pariwisata/>.
- Sukmadinata, S. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suyanto, M. (2004). *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi.
- Zed, M. (2003). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.