



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 1312-1321

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Perancangan Rebranding Logo Pantai Joko Mursodo

Fairuzah Nafisah Adwitiya^{1✉}, Sri Wulandari², Alfian Candra Ayuswantana³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional

"Veteran" Jawa timur, Surabaya, Indonesia

Email: 20052010118@student.upnjatim.ac.id^{1✉}

Abstrak

Pantai Joko Mursodo, sebagai destinasi wisata di Kabupaten Lamongan, memiliki potensi yang besar namun terkendala oleh kelemahan dalam identitas visual yang belum kuat dan konsisten. Kurangnya perencanaan *branding* yang terkoordinasi serta kurangnya penerapan identitas visual yang jelas di berbagai media menjadi hambatan utama. Kurangnya informasi yang disampaikan kepada wisatawan melalui media sosial juga menjadi persoalan, yang mengakibatkan rendahnya kesadaran masyarakat dan wisatawan akan potensi pantai tersebut. Dalam perancangan ini, metode kualitatif diimplementasikan dengan melakukan wawancara, observasi, dan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan pendekatan deskriptif serta model TOWS. Oleh karena itu, *rebranding* Pantai Joko Mursodo diperlukan guna menciptakan citra yang kuat dan menarik. Ini akan dicapai melalui pengembangan desain yang terstruktur, peningkatan media promosi, dan penyampaian informasi yang lebih lengkap dan menarik. Langkah-langkah ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat serta daya tarik Pantai Joko Mursodo sebagai destinasi wisata yang menarik.

Kata Kunci : *Pantai Joko Mursodo, Rebranding, Identitas Visual.*

Abstract

Joko Mursodo Beach, as a tourist destination in Lamongan Regency, has great potential but is constrained by weaknesses in visual identity that are not yet strong and consistent. The lack of coordinated branding planning as well as the lack of implementation of a clear visual identity in various media are major obstacles. The lack of information conveyed to tourists through social media is also a problem, resulting in low public and tourist awareness of the potential of the beach. In this design, qualitative methods are implemented by conducting interviews, observations, and distributing questionnaires to the community. The data was then analyzed using a descriptive approach as well as the TOWS model. Therefore, the rebranding of Joko Mursodo Beach is needed to create a strong and attractive image. This will be achieved through the development of structured designs, improvement of promotional media, and delivery of more complete and interesting information. These steps aim to increase public awareness and the attractiveness of Joko Mursodo Beach as an attractive tourist destination.

Keyword: *Pantai Joko Mursodo, Rebranding, Visual Identity*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan kegiatan yang mempunyai peranan sangat strategis dalam mendukung pengembangan perekonomian masyarakat setempat. Sektor ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan desa, namun juga diharapkan mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong berkembangnya investasi. Pengembangan sektor ini Pemerintah sedang berupaya mengembangkan rencana dan berbagai langkah untuk mendukung pengembangan sektor pariwisata. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan mengeksplorasi dan mengembangkan atraksi wisata yang ada sebagai daya tarik utama wisatawan, serta melakukan inovasi untuk mewujudkan desa wisata. Dunia usaha juga saat ini sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini terlihat pada beberapa unit yang mengalami peningkatan dan kemajuan seiring berjalannya waktu. (Arif et al., 2020).

Dilansir dari (*Webside* Pemerintah Desa Lohgug, Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan), Lohgung merupakan desa pesisir yang terletak paling ujung barat dari



Kabupaten Lamongan, juga merupakan pembatas antara dua kabupaten yaitu Kabupaten Lamongan dan Kabupaten Tuban. Desa Lohgung berlokasi di Kecamatan Brondong yang terdiri dari 2 dusun yakni dusun Ganting dan Lohgung, dengan luas wilayah 290,5 Ha dan jumlah penduduk 3.970 jiwa.

Menurut Bapak Abdun Nasir selaku Kepala Pemerintahan Desa Lohgung keberadaan Wisata Pantai Joko Mursodo sebenarnya sudah ada sejak lama namun baru dikelola dan diresmikan sebagai objek wisata pada awal tahun 2020. Pantai Joko Mursodo terletak di perbatasan Lamongan dan Tuban, pantai ini berada di ujung barat kota Lamongan. Yang berlokasi di Desa Lohgung, Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan. Jika dari pusat kota Lamongan jarak dari tempat ini sekitar 60 kilometer. Tiket masuk wisata Pantai Joko Mursodo diperlukan biaya sebesar Rp2.000 per orang, Rp2.000 untuk pengendara motor dan Rp10.000 untuk pengendara mobil.

DATA PERUMAHAN WILAYAH DI 2022
KABUPATEN LAMONGAN

NO	NAMA DSW	Desa				Dusun				Jumlah	Total Dusun			
		WYANAKA	WYASIS	WYAPAS	WYAPUS	WYEMAS	WYEMUS	WYEMAS	WYEMUS		WYANAKA	WYEMUS		
1	Wisata Bahari Lamongan (WBL) Kec. Paciran		98.188		42.817		50.751		1.247	68.892	0	20.000	0	20.000
2	Gua Mahesari (Magoesari) Kec. Paciran	4	39.770	1	15.101	1	26.820		1.218	68.891	0	67.172	0	111.823
3	Museum Tugu Desa Driyat Kec. Paciran		18.888		21.999		87.880		28.882	5.937	0	11.884	0	111.410
4	Musajid Istiqlah Kec. Tumpang		10.111		9.126		39.877		11.877	21.499	0	82.129	0	100.748
5	Wisata Edukasi Gondang Outbond Kecamatan Brondong		0.000		0.000		1.799		7.911	0.000	0	7.911	0	10.000
6	Joko Beach Club Lohgung Kec. Brondong		0.000		0.000		0.000		0.000	0.000	0	0.000	0	0.000
7	Wisata Gunung Mas Kec. Masaran		1.500		1.478		1.101		688	1.073	0	1.995	0	1.991
8	Wisata Berong Di Dusun Mekar Kec. Masaran		1.000		1.071		1.056		871	1.040	0	1.866	0	11.709
9	Moratorium Vahid Dar Wajik Kec. Brondong		1.000		1.400		1.412		812	889	0	1.298	0	8.290
10	Pi. Park Desa Surodandang Kec. Sugal		720		488		111		78	1.386	0	684	0	4.464
11	Wisata Edukasi Pahlawan (Pahlawan) Desa Trianggung Kec.		840		431		819		819	844	0	888	0	1.473
12	Wisata Pantai Kec. Surodandang										0		0	0
13	Wisata Edukasi Hutan Kota Kec. Brondong										0		0	0
14	Wisata Religi: Masjid Suryan Driyat Kec. Paciran		158.133		180.046		100.717		7.788	1.98.824	0	1.88.111	0	392.438
15	Wisata Religi: Masjid Maulana (Jaka Kembar) Paciran		98.118		88.988		198.971		3.209	181.878	0	179.111	0	684.094
16	Wisata Religi: Masjid Surodandang Driyat Kec. Paciran		9.187		9.187		4.651		1.005	1.888	0	1.011	0	10.148
17	Wisata Religi: Masjid Nyi Aningsari Sari Kec. ngantang		760		486		117		919	1.008	0	937	0	7.707
18	Wisata Religi: Masjid Jaka Trigun Kec. Masaran						111		110	111	0	110	0	718
19	Wisata Desa Pantai: Ratu Desa Sekeloa Kec. Brondong		0.000		0.000		0.000		0.000	11.000	0	9.000	0	20.000
20	Wisata Desa di garis Brantas Desa Lohgung Kec. Paciran		0.000		1.000		1.179		419	9.000	0	9.419	0	10.895
21	Wisata Desa Bumi Perumahan Murodandang Kec.		707		790		100		100	100	0	100	0	1.201
22	Wisata Desa Selayang Murodandang Desa Ganting Kec. Sugal		117		186		189		278	371	0	888	0	1.827
23	Wisata Desa Bumi Selayang Desa Pajangan Kec. Suralaba		140		98		124		101	107	0	101	0	1.111
24	Wisata Desa Terasan di pinggir pantai (pantai) Desa Jakanan Kec.		91		81		74		71	107	0	106	0	981
25	Wisata Desa: Masjid Fajriya Desa Sekeloa Kec. Sekeloa		0.001		1.170		1.440		110	0.000	0	1.074	0	10.780
26	Wisata Desa Pantai: Pangkajene										0		0	0
27	Wisata Desa Pantai: Loran Kecamatan										0		0	0
28	Wisata Desa Wisata Kecamatan										0		0	0
29	Wisata Desa: Suda Kecamatan		98		79		81		110	104	0	100	0	751
30	Wisata Desa Bumi Gunung Suda Lohgung Kecamatan										0		0	0
31	Wisata Desa: Bumi Cakrawala Kecamatan		1.700		1.890		1.110		790	1.111	0	1.781	0	8.914
32	Wisata Desa: Bumi Cakrawala Kecamatan										0		0	0
33	Wisata Desa Pantai: Jaka Mursodo Desa Lohgung Kec. Brondong		0.100		791		1.110		1.100	1.000	0	1.004	0	9.078
34	Wisata Desa: Pantai: Mekar Kecamatan		0.001		0.000		1.701		1.901	1.901	0	1.901	0	11.918

Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan (2022) Wisata Pantai Kutang terhitung dari bulan Januari hingga Juni total terdapat 29.871 wisatawan yang berkunjung, Wisata Edukasi Gondang Outbond terhitung dari bulan Januari hingga Juni total terdapat 17.302 wisatawan yang berkunjung, Wisata Pantai Joko Mursodo terhitung dari bulan Januari hingga Juni total terdapat 8.076 wisatawan yang berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa Pantai Kutang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan, diikuti oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond, serta kunjungan ke Pantai Joko Mursodo yang lebih rendah.

Hal ini juga diperkuat dengan hasil kuesioner yang telah disebar pada tanggal 20 Oktober 2023 kepada masyarakat Kabupaten Lamongan dan sekitarnya, dari total 110 responden sebanyak 39,1% responden menyatakan mengetahui keberadaan Wisata Pantai Joko Mursodo, sementara 60,9% responden lainnya menyatakan tidak mengetahui

keberadaan tempat wisata tersebut.

Identitas visual merupakan suatu cara membentuk persepsi dan menciptakan kesan melalui elemen visual suatu *brand*, suatu bentuk komunikasi yang ditujukan kepada wisatawan yang sesuai dengan citra dan kualitas yang ingin disampaikan. Tujuan dari identitas visual adalah untuk menciptakan citra destinasi wisata dan membedakan destinasi wisata dari pesaing. Selain itu, tujuan identitas visual adalah membantu membangun pengenalan *brand* dengan menciptakan citra identitas visual yang konsisten sehingga mudah diingat oleh masyarakat. Bangun kepercayaan dengan menciptakan identitas visual yang profesional dan konsisten ciptakan visual unik yang menonjol dari pesaing. Penyampaian pesan komunikasi

visual destinasi wisata secara konsisten, Menciptakan profesionalisme dengan memastikan bahwa gambar yang dibuat berkualitas tinggi, dapat dipercaya dan konsisten, Kami menjaga konsistensi tampilan visual yang konsisten dan terorganisir, Kami menciptakan tampilan visual yang menarik untuk membangun hubungan dengan wisatawan (Gunawan, 2022)

METODE PENELITIAN

Metode perancangan merupakan tahapan yang digunakan dalam proses perancangan untuk mempermudah pengembangan ide-ide dalam proses perancangan. Pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam Perancangan *Rebranding* Pantai Joko Mursodo adalah menggunakan metode kualitatif dengan memperoleh data melalui wawancara, observasi dan kuesioner.

Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dalam penelitian yang melibatkan interaksi antara peneliti dan subjek penelitian atau responden dengan tujuan untuk menggali informasi, pandangan, atau pemahaman yang lebih dalam tentang subjek yang sedang diteliti. Dalam tahap perencanaan ini, penulis mengadakan wawancara dengan Ibu Nurhayati As'adah yang menjabat sebagai kepala bidang pengembangan pariwisata kabupaten Lamongan dan Bapak Moh Abdun Nasir yang menjabat sebagai Kepala Pemerintah Desa Lohgung. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan Wisata Pantai Joko Mursodo yang akan digunakan sebagai data dalam proses perancangan.

Observasi

Observasi ini dilakukan peneliti pada hari Minggu, 24 September 2023 Metode observasi melibatkan kunjungan langsung ke lokasi Wisata Pantai Joko Mursodo, peneliti melihat dan memperhatikan bagaimana merespons pengalaman mereka saat mengunjungi tempat wisata tersebut. Pendekatan ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai tingkah laku para pengunjung yang datang ke Wisata Pantai Joko Mursodo.

Kuesioner

Kuesioner berisi serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan data dan informasi dari individu atau kelompok dalam bentuk tulisan, yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi tambahan dan memberikan kemudahan kepada penulis dalam merancang strategi perancangan rebranding yang akan dilakukan. Kuesioner disebar pada hari Jumat, 20 Oktober 2023 kepada masyarakat Kabupaten Lamongan dan sekitarnya dengan tujuan untuk mendapatkan data terkait seberapa banyak Masyarakat Lamongan mengetahui

keberadaan Wisata Pantai Joko Mursodo. Dari hasil penyebaran kuesioner didapatkan sebanyak 110 orang yang mengisi kuesioner tersebut.

Teknik Sampling Geografis

Masyarakat Kabupaten Lamongan dan sekitarnya

Demografis

Usia : 15 – 45 tahun

Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan Profesi : pelajar, mahasiswa, wiraswasta

Penghasilan : < Rp 500.000 – Rp 5.000.000 Kelas sosial : kelas menengah bawah

Psikografis

- Suka berwisata
- Menghabiskan waktu di luar rumah
- Suka bersosialisasi
- Tertarik dengan keindahan alam di sekitar pantai
- Tertarik mencoba hal baru saat berwisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan *rebranding* Wisata Pantai Joko Mursodo akan menghasilkan batasan luaran berupa logo, yang diperlukan untuk membangun citra yang kuat, konsisten, dan

menarik, melalui pengembangan desain yang terstruktur, bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat serta daya tarik pantai tersebut sebagai destinasi wisata yang menarik dan menyajikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pengunjung.

PERUMUSAN KONSEP

a. Konsep Verbal

Mengacu pada kata kunci yang disiapkan oleh peneliti, perancangan *rebranding* ini akan fokus pada "Keindahan Mangrove Pantai Joko Mursodo". Konsep desain mengacu pada kata kunci yang ditentukan akan menjadi pemahaman konsep perancangan ini secara menyeluruh. Bahasa yang digunakan oleh peneliti pada perancangan identitas visual adalah bahasa Indonesia sehingga memudahkan audiens mengingat destinasi wisata ini.

b. Konsep Visual

Logo

Merujuk pada hasil penelitian dan kata kunci yang disusun peneliti, maka identitas visual yang dirancang tidak jauh dari potensi yang ada di sana yaitu tumbuhan mangrove, pasir putih dan air laut. Kedua unsur tersebut akan dimasukkan dalam identitas visual sehingga wisatawan dapat dengan mudah mengenali objek wisata ini dan mengintegrasikannya dengan kearifan lokal dan budaya yang ada. Logo



yang akan dirancang merupakan kombinasi logo antara logotype dan logogram, seperti logo di bawah ini yang peneliti gunakan sebagai bahan referensi.

Warna

Dalam merancang konsep logo untuk Pantai Joko Mursodo dengan keindahan pasir dan tumbuhan mangrove, beberapa alternatif warna yang cocok adalah biru laut yang memberikan kesan kedamaian dan ketenangan, hijau segar yang merepresentasikan tumbuhan mangrove serta keberagaman alam, dan krem atau

coklat muda yang melambangkan pasir pantai yang indah. Warna-warna tersebut dapat mencerminkan kealamian dan keindahan alam Pantai Joko Mursodo, menciptakan identitas visual yang menarik serta merangkul keunikan dari destinasi tersebut.



Tipografi

Pada perancangan ini peneliti menggunakan jenis huruf yaitu Cantarell memiliki karakteristik Serif Font Canterall memiliki karakteristik yang menonjol, dengan gaya yang elegan dan mudah dibaca. Desainnya terinspirasi oleh gaya klasik serif, namun dengan sentuhan modern. Canterall menampilkan keteguhan dalam bentuk hurufnya, dengan proporsi yang seimbang antara kesan formal dan ramah. Ketajaman ujung-



ujung hurufnya memberikan kesan profesional tanpa mengorbankan keterbacaan.

PROSES PERANCANGAN DESAIN

Sketsa Kasar

Tahap awal dari pembuatan logo dalam perancangan ini adalah *rough design*, yang juga sering disebut sebagai desain kasar. Desain logo dibuat berdasarkan hasil dari *brain storming* yang telah dilakukan, kemudian menghasilkan beragam visual alternatif seperti yang terlihat di bawah ini. Logo yang terpilih akan diteruskan ke tahap desain komprehensif.



Sketsa Kasar Alternatif Desain Logo

Komprehensif Desain

Sketsa kasar yang sudah terpilih kemudian dilanjutkan ke tahap desain komprehensif, dimana desain tersebut akan dikembangkan lebih lanjut menjadi beberapa opsi logo digital yang beragam, termasuk penambahan warna yang sesuai dengan konsep visual yang telah ditetapkan. Berikut adalah beberapa alternatif logo digital yang telah dibuat untuk Pantai Joko Mursodo.



Alternatif 1 Desain Logo



Alternatif 2 Desain Logo

Validasi Desain

Dari berbagai alternatif desain logo yang telah dibuat, proses selanjutnya adalah melakukan validasi untuk menentukan desain logo terbaik yang akan dimasukkan ke Graphic Standar Manual. Sebelum melakukan validasi dengan pakar terpilih dua alternatif desain logo oleh Dosen Pembimbing Ibu Sri Wulandari, kemudian Validasi melalui pakar logo yakni Mas Septa dan pihak mitra yakni Bapak Deni Prasetya.

Final Desain

Hasil akhir dari serangkaian proses dalam perancangan ini adalah desain final. Pada tahap ini, satu desain dipilih dari beberapa alternatif desain yang telah dibuat sebelumnya. Desain yang terpilih telah melewati validasi dari mitra Pantai Joko Mursodo.



Logo Pantai Joko Mursodo

SIMPULAN

Pantai Joko Mursodo, merupakan sebuah destinasi wisata di Kabupaten Lamongan, yang memiliki potensi besar sebagai tujuan wisata, tetapi mengalami tantangan terkait identitas visual yang kurang kuat dan konsisten. Kurangnya perencanaan *branding* yang terintegrasi dan minimnya penerapan elemen identitas visual pada media sosial menjadi faktor utama dalam rendahnya kesadaran masyarakat dan wisatawan tentang potensi pantai tersebut. Oleh karena itu, perancangan *rebranding* Pantai Joko Mursodo menjadi suatu yang diperlukan untuk membangun citra yang kuat, konsisten, dan menarik, melalui pengembangan desain yang terstruktur, penyempurnaan media promosi, dan

penyampaian informasi yang lebih lengkap dan edukatif, bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat serta daya tarik pantai tersebut sebagai destinasi wisata yang menarik dan menyajikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- <http://lohgung.epizy.com/author/lohgung>. (2021, August 30). Pesona Tersembunyi Pantai Joko Mursodo, Lamongan. Pemerintah Desa LOHGUNG, Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan. <http://lohgung.epizy.com/pesona-tersembunyi-pantai-joko-mursodo-lamongan/?i=1>
- yahdinihanifa. (2022, March 14). Produk Wisata yang Dibutuhkan Wisatawan - Kompasiana.com. KOMPASIANA; Kompasiana.com. <https://www.kompasiana.com/udon30/622ec38780a65a2f2919c993/produk-wisata-yang-dibutuhkan-wisatawan>
- Cholil, A. M. (2018). 101 Branding Ideas. Anak Hebat Indonesia. Firmansyah, A. (2023). PEMASARAN PRODUK DAN MEREK. Penerbit Qiara Media.
- Judisseno, R. K. (2019). Branding Destinasi & Promosi Pariwisata. Gramedia pustaka utama.
- Michandani, E. S., & Arida, I. N. S. (2019). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Kerta di Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar. JURNAL DESTINASI PARIWISATA, 7(1), 111. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2019.v07.i01.p17>
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). Strategi Branding. Universitas Brawijaya Press.
- Rachma, A. Z., Wila Adi, N., & Al Fikri, H. (2023). IDENTITAS VISUAL DESA BUDAYA PAMPANG SAMARINDA. JSRW (Jurnal Senirupa Warna), 11(1), 25–42. <https://doi.org/10.36806/jsrw.v11i1.165>
- Salsabila, A., Sayekti, P., & Hermanto, Y. A. L. (2023). Perancangan Visual Identity Pada Butik E Collection Balikpapan Sebagai Media Informasi. Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia, 7(02), 29. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v7i02.952>
- Tempat, B. (2014). Branding tempat. Makna Informasi.
- Wahyuningsih, Sri. (2015). Desain Komu Nikasi Visual. Universitas Trunojoyo Madura: Utm Press.