

## PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL TAMAN KOTA 1 TANGERANG SELATAN MELALUI MEDIA INFORMASI

### *VISUAL IDENTITY DESIGN OF SOUTH TANGERANG TAMAN KOTA 1 THROUGH INFORMATION MEDIA*

Muhammad Akbar Hafidzan<sup>1</sup>, Diani Apsari<sup>2</sup>, dan Taufiq Wahab<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Telkom Jl. Telekomunikasi No. 01, Terusan Buah Batu, Bandung, Indonesia

<sup>1</sup>[akbarhafidzan@students.telkomuniversity.ac.id](mailto:akbarhafidzan@students.telkomuniversity.ac.id)

<sup>2</sup>[dianiapsari@telkomuniversity.ac.id](mailto:dianiapsari@telkomuniversity.ac.id)

<sup>3</sup>[taufiqwahab@telkomuniversity.ac.id](mailto:taufiqwahab@telkomuniversity.ac.id)

---

#### Abstrak

Saat ini, perkotaan di Indonesia mengalami peningkatan kepadatan penduduk yang sangat besar dan kuantitas lahan terbuka yang ada di tiap kota semakin menipis, hal ini dikhawatirkan akan menimbulkan berbagai pencemaran lingkungan. Melihat fenomena tersebut, Kota Tangerang Selatan menyediakan RTH yang dimana taman kota termasuk di dalamnya. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui pemahaman masyarakat Kota Tangerang Selatan mengenai taman kota yang ada di Kota Tangerang Selatan serta mengetahui cara merancang media dapat memberikan informasi mengenai taman kota yang ada di Kota Tangerang Selatan secara efektif dan detail. Objek penelitian ini mengambil satu sampel yang berasal dari salah satu taman kota yang ada di Kota Tangerang Selatan, yaitu Taman Kota 1. Penelitian ini akan menghasilkan sebuah identitas visual yang diaplikasikan ke berbagai media informasi. Dengan ini, identitas dan informasi taman kota Tangerang Selatan akan dapat dipahami serta diakses dengan mudah dan cepat yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan fasilitas taman kota yang ada di Kota Tangerang Selatan.

**Kata kunci:** Identitas visual, Media informasi, Taman kota, Tangerang Selatan

---

#### Abstract

*Nowadays, urban areas in Indonesia are experiencing a very large increase in population density and the quantity of open land in each city is getting thinner, this is feared to cause various environmental pollution. Seeing this phenomenon, the City of South Tangerang provides green space where city parks are included. This research was made to find out the understanding of the people of South Tangerang City about city parks in South Tangerang City and to know how to design media that can provide information about city parks in South Tangerang City effectively and in detail. The object of this research took a sample from one of the city parks in South Tangerang City, namely Taman Kota 1. This research will produce a visual identity that is applied to various information media. With this, the identity and information of city parks in South Tangerang City will be able to be understood and accessed easily and quickly which will later be expected to increase public interest in using the city parks facilities in the South Tangerang City.*

**Keywords:** Visual identity, Information media, City Park, South Tangerang

---

---

*Muhammad Akbar Hafidzan adalah mahasiswa S1 (S.Ds) studi desain komunikasi visual di Universitas Telkom, Bandung. Diani Apsari dan Taufiq Wahab adalah dosen studi desain komunikasi visual di Universitas Telkom, Bandung.*

## 1. Pendahuluan

Saat ini, perkotaan di Indonesia mengalami peningkatan kepadatan penduduk yang sangat besar dan kuantitas lahan terbuka yang ada di tiap kota semakin menipis, hal ini dikhawatirkan akan menimbulkan berbagai pencemaran lingkungan. Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 1 Tahun 2007, daya dukung lahan di perkotaan telah mengalami kerusakan akibat pengalihan fungsi lahan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan penduduk perkotaan yang pada akhirnya menyebabkan menurunnya kualitas lingkungan perkotaan. Melihat fenomena tersebut, perlu dilakukan upaya untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan perkotaan dan Ruang Terbuka Hijau (RTH) yang memadai dinilai sebagai sebagai solusi yang dapat mengurangi dampak pencemaran lingkungan pada wilayah perkotaan.

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 1 Tahun 2007, Ruang Terbuka Hijau Kawasan Perkotaan (RTHKP) adalah salah satu bagian dari ruang terbuka suatu kawasan perkotaan yang diisi oleh tumbuhan dan tanaman guna mendukung manfaat ekologi, sosial, budaya, ekonomi dan estetika. Di Indonesia sendiri telah banyak pembangunan ruang terbuka hijau khususnya taman kota yang terletak di berbagai perkotaan baik di Indonesia. Taman kota adalah sebuah taman dengan skala luas yang terletak di lingkungan perkotaan dan dapat dinikmati oleh masyarakatnya. Menurut Karyono (2005), taman kota secara ideal tidak hanya sekedar objek yang dapat dilihat atau dipandang, taman kota merupakan suatu ruang di mana warga kota dapat menggunakannya secara spasial untuk berbagai aktivitas ringan.

Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu kota di Indonesia yang mengikuti Program Pengembangan Kota Hijau (P2KH) dari Kementerian Pekerjaan Umum dan Pembangunan Rakyat (PUPR) dengan membangun beberapa taman kota di wilayahnya. Menurut Peraturan Daerah Kota Tangerang Selatan No. 15 Tahun 2011, penyediaan RTH publik di Kota Tangerang Selatan meliputi luas kurang lebih 2.930,13 hektar atau 20% dari luas kota yang dimana taman kota termasuk di dalamnya. Sayangnya, banyak dari masyarakat Kota Tangerang Selatan itu sendiri yang kurang memahami keberadaan dan fungsi dari taman-taman kota yang ada di Tangerang Selatan karena tidak adanya identitas serta media yang memberikan informasi secara efektif dan detail mengenai hal tersebut. Kurangnya pengelolaan dari taman-taman kota tersebut juga menjadi salah satu alasan mengapa masyarakat Kota Tangerang Selatan itu sendiri kurang mengetahui keberadaannya, mayoritas dari mereka hanya mengenal satu atau dua taman kota dan itu-pun tidak semua mengetahui letak lokasinya maupun apa saja yang ada di dalamnya. Pada akhirnya, ini mengakibatkan kurangnya penggunaan dan tidak meratanya penggunaan fasilitas taman-taman kota yang ada di Kota Tangerang Selatan.

Untuk itu, perlu dirancang sebuah identitas untuk taman-taman kota yang ada di Kota Tangerang Selatan. Identitas berbentuk visual yang disampaikan lewat media informasi sangat mungkin dijadikan sebagai solusi. Dengan ini, identitas dan informasi taman-taman kota tersebut akan dapat dikenali serta diakses dengan mudah dan cepat yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan fasilitas taman-taman kota yang ada di Kota Tangerang Selatan. Penelitian ini juga dapat dijadikan acuan untuk taman-taman kota lainnya baik yang ada di dalam maupun luar Tangerang Selatan kedepannya. Berdasarkan uraian diatas, penyusun melihat potensi yang sangat luas dari penelitian ini.

## 2. Kajian Teori

*Branding* adalah suatu cara penyampaian untuk mengidentifikasi ciri khas suatu objek atau jasa melalui suatu rancangan merek dengan bentuk nama, tanda, atau gabungan dari keseluruhan elemen tersebut. (Kotler, 2009: 269). *Branding* tidak hanya berupa simbol semata, namun juga mempresentasikan kesatuan dari keunikan, fungsi, nilai, kebiasaan, jati diri, dan pengguna yang tidak dapat dipisahkan. Dalam *branding*, setidaknya ada enam penetapan barometer merek, diantaranya yaitu dapat diingat, dapat menyampaikan ciri khas tertentu, dapat diminati, dapat dialihkan dan disesuaikan, dan dapat dilindungi. Merek memiliki kegunaan khususnya bagi para produsen, diantaranya yaitu memudahkan jalannya penelusuran produk, membantu mengendalikan rencana persediaan dan akuntansi, menawarkan perlindungan hukum untuk mengamankan keunggulan ciri khas produk, dan menciptakan loyalitas konsumen terhadap kualitas produk. Identitas visual adalah personalitas yang dibentuk oleh elemen visual yang pada akhirnya membentuk jati diri sebuah merek, elemen visual tersebut bisa berbentuk logo, teks, warna, maupun gabungan dari semuanya.

Media adalah suatu perantara yang dapat difungsikan sebagai alat untuk menyampaikan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat mempengaruhi persepsi seseorang (Sadiman, 2002:6). Media informasi adalah media yang dapat memproses informasi visual yang dapat tersampaikan pada penerima informasi (Sobur, 2006). Media informasi dapat dibagi menjadi beberapa kelompok, diantaranya yaitu media lini atas dan media lini bawah. Media lini atas adalah media informasi yang memiliki jumlah terbatas, tidak secara langsung berhubungan dengan penerima, tetapi memiliki ruang lingkup target yang luas sedangkan media lini bawah adalah media informasi yang hanya memiliki ruang lingkup target yang spesifik dan tidak disampaikan melalui media massa.

*Environmental Graphic Design* atau EGD adalah sistem komunikasi grafis melalui perancangan visual yang terstruktur, saling berhubungan satu dengan yang lain, dan visual yang terpadu dengan lingkungan tertentu (Chris Calori dan David Vanden, 2007). Dalam ruang lingkup EGD, *Wayfinding* memiliki arti sebagai penunjuk arah yang berfungsi untuk memandu seseorang dalam menelusuri ke suatu tempat tujuan. Lalu *signage* merupakan suatu media grafis yang menyampaikan informasi suatu objek atau hal lainnya dengan bentuk fisik maupun visual yang konsepnya berasal lingkungan sekitarnya (Ahmad Zakiyy Maymun, Wirania Swasty, 2018).

Ruang Terbuka Hijau Kawasan Perkotaan yang selanjutnya disingkat RTHKP adalah bagian dari ruang terbuka suatu kawasan perkotaan yang diisi oleh tumbuhan dan tanaman guna mendukung manfaat ekologi, sosial, budaya, ekonomi dan estetika (Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 1 Tahun 2007). Fungsi RTHKP adalah pengamanan keberadaan kawasan lindung perkotaan, pengendali pencemaran dan kerusakan tanah, air dan udara, tempat perlindungan plasma nutfah dan keanekaragaman hayati, pengendali tata air, dan sarana estetika kota. Sedangkan manfaat RTHKP adalah sarana untuk mencerminkan identitas daerah, sarana penelitian, pendidikan dan penyuluhan, sarana rekreasi aktif dan pasif serta interaksi sosial,

meningkatkan nilai ekonomi lahan perkotaan, menumbuhkan rasa bangga dan meningkatkan prestise daerah, sarana aktivitas sosial bagi anak-anak, remaja, dewasa dan manula, sarana ruang evakuasi untuk keadaan darurat, memperbaiki iklim mikro, dan meningkatkan cadangan oksigen di perkotaan.

Taman kota adalah ruang di dalam kota yang strukturnya bersifat alami dengan sedikit bagian yang terbangun. Taman ini berisi beraneka pepohonan dan sering juga terdapat lahan terbuka yang luas sebagai tempat aktivitas olah raga dan aktivitas lainnya. Taman ini berfungsi sebagai tempat bereduh, perlindungan terhadap angin, penyerapan cahaya matahari dan sebagai penunjang kepuasan dan kesenangan melalui fasilitas yang ada di dalamnya (Grey, 1996: 10-20).

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menciptakan identitas visual melalui media yang dapat menginformasikan secara efektif dan detail mengenai taman-taman kota yang ada di Tangerang Selatan. Objek penelitian ini mengambil satu sampel yang berasal dari salah satu taman kota yang ada di Kota Tangerang Selatan, yaitu Taman Kota 1. Ini dikarenakan mengingat saat ini taman-taman kota lainnya yang ada di Kota Tangerang Selatan tidak memiliki beberapa spesifikasi yang dibutuhkan dan dapat diangkat untuk menjadi objek penelitian. Target sasaran penelitian ini ditujukan untuk masyarakat Kota Tangerang Selatan, sedangkan target narasumber pada penelitian ini yaitu pihak yang pernah atau yang sedang menangani Taman Kota 1 Tangerang Selatan atau ahli yang menekuni di bidang taman kota atau masyarakat yang menggunakan fasilitas pihak yang pernah atau yang sedang menangani Taman Kota 1 Tangerang Selatan. Penelitian fenomena ini dilakukan di wilayah Kota Tangerang Selatan. Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari Februari 2020 sampai Juni 2020. Metode penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data yang dilakukan dengan beberapa metode, diantaranya studi pustaka, observasi, dan wawancara. Pertama penulis melakukan riset terlebih dahulu dengan mengumpulkan informasi dari beberapa sumber pustaka seperti jurnal penelitian sejenis, buku atau artikel yang membahas atau yang berkaitan dengan topik penelitian ini, diantaranya berasal dari beberapa keilmuan seperti perancangan, desain komunikasi visual, *branding*, media, semiotika, dan ruang terbuka hijau (RTH). Penulis juga mengumpulkan informasi dari sumber lainnya sebagai bahan pendukung topik penelitian ini seperti peraturan pemerintahan yang membahas mengenai beberapa hal seperti penataan ruang terbuka hijau kawasan perkotaan, dinas lingkungan hidup Tangerang Selatan, dan rencana tata ruang wilayah kota Tangerang Selatan tahun 2011-2031. Kedua, penulis melakukan observasi yang diawali dengan menganalisis objek penelitian yaitu Taman Kota 1 Tangerang Selatan, lalu menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada masyarakat Kota Tangerang Selatan sebagai target utama, serta melakukan dokumentasi berbentuk gambar terhadap objek penelitian maupun rekaman berbentuk suara terhadap narasumber penelitian. Terakhir, penulis melakukan wawancara dengan pihak-pihak narasumber yang terkait dalam topik penelitian ini, diantaranya yaitu Dinas Lingkungan Hidup Kota Tangerang Selatan selaku pihak yang sekarang mengelola objek penelitian ini atau PT. Bumi Serpong Damai selaku pihak

yang sebelumnya pernah mengelola objek penelitian ini, lalu dosen program studi Arsitektur Lanskap sebagai ahli akademik yang menekuni bidang objek penelitian ini, serta pengunjung Taman Kota 1 Tangerang Selatan sebagai target sasaran penelitian ini.

#### 4. Hasil Rancangan

*Brand* dirancang dengan menganalisis filosofi dan ciri khas dari Taman Kota 1, BSD City, Kota Tangerang Selatan beserta psikografis dari masyarakatnya. Nama Taman Kota 1 ditransformasi menjadi "SOUTH TANGERANG CITY PARK" dengan tetap mencantumkan nama Tangerang Selatan di dalamnya. Nantinya, SOUTH TANGERANG CITY PARK akan menjadi salah satu taman kota sekaligus menjadi *mother brand* yang menaungi taman-taman kota kecil lainnya yang ada di Kota Tangerang Selatan. Lalu, taglinenya yang berbunyi "*The Living Green Area*" akan dicantumkan juga di logo dan menjadi konten utama yang akan diaplikasikan di beberapa media informasi. Dengan *tagline* "*The Living Green Area*" yang akan diciptakan pada identitas visual nantinya, ini akan memberikan pemahaman bahwa Taman Kota 1 Tangerang Selatan merupakan wilayah hijau yang tidak hanya menjadi tempat kehidupan berbagai vegetasi alam tetapi juga menjadi tempat yang nyaman, ramah, dan menyenangkan bagi masyarakat Kota Tangerang Selatan untuk melakukan berbagai macam aktivitas sehat. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran merek dari masyarakat Kota Tangerang Selatan terhadap SOUTH TANGERANG CITY PARK dengan lebih cepat.



Gambar 1 Logo Utama SOUTH TANGERANG CITY PARK

(Sumber: Behance.net)

Logogram dirancang dengan merepresentasikan beberapa objek serta ciri khas yang berasal dari tiga hal diatas. Pertama yaitu lengkungan dari tiga perempat lingkaran yang berujung lancip dengan gradasi hijau dan hijau *tosca*, bentuk ini diambil dari atap kanopi dan juga *jogging track* yang terdapat pada Taman Kota 1 dimana kedua objek tersebut merupakan dua ciri khas dari Taman Kota 1 yang sangat mencolok, ini merepresentasikan bahwa semua hal yang ada di dalam Taman Kota 1 dilindungi keamanan dan kenyamanannya. Kedua yaitu tiga perempat lingkaran dengan gradasi hijau dan hijau *tosca*, bentuk ini juga diambil dari bagian dalam atap kanopi, ini merepresentasikan lingkungan yang ada di dalam Taman Kota 1 yang memiliki suasana alam yang asri dan juga dinamis. Ketiga gambar dua kelopak daun berwarna putih

serta lingkaran putih di atasnya, bentuk ini diambil dari daun dan juga pose orang yang sedang merentangkan tangannya ke atas, ini merepresentasikan bahwa baik pengunjung dan vegetasi alam yang ada di dalamnya saling memberikan kebaikan.



Gambar 2 Variasi logo SOUTH TANGERANG CITY PARK  
(Sumber: Behance.net)

EGD ini terdiri dari tujuh jenis. Pertama yaitu *introduction signage* yang dibagi menjadi 3D Logo dan *hoarding signage*, kedua *signage* ini merupakan media identifikasi atau tanda pengenalan utama Taman Kota 1, 3D Logo terbuat dari aluminium dan menempel tepat pada gerbang masuk sementara *hoarding signage* terbuat dari bahan kalsiboard dengan desain dari digital printing, *hoarding signage* berfungsi sebagai pagar yang berjajar disepanjang batas area taman kota.



Gambar 3 3D Logo dan Hoarding Signage SOUTH TANGERANG CITY PARK  
(Sumber: Behance.net)

Kedua yaitu *operational signage*. *Operational signage* dibagi menjadi *operational hour signage* yang berfungsi sebagai keterangan waktu operasional taman kota, serta *parking signage* yang berfungsi sebagai keterangan tarif parkir sesuai dengan jenis kendaraannya. Kedua *signage* ini di depan gerbang masuk taman kota, tepatnya *operational hour signage* menempel pada tembok gerbang dan *parking signage* terletak di sekitar area parkir.



Gambar 4 Operational Signage SOUTH TANGERANG CITY PARK  
 (Sumber: Behance.net)

Ketiga yaitu *rules & map signage*. Kedua *signage* ini terbuat dari *stainless steel* dan terletak di depan atap kanopi, tepatnya disebelah kiri dan kanannya. *Rules signage* berfungsi sebagai peraturan yang harus ditaati selama mengunjungi taman kota, sedangkan *map signage* berfungsi sebagai denah lokasi taman kota.



Gambar 5 Rules & Map Signage SOUTH TANGERANG CITY PARK  
 (Sumber: Behance.net)

Keempat yaitu *identification signage*. *Signage* ini terbuat dari *stainless steel* dan berisi penjelasan-

penjelasan dan tanda mengenai fasilitas atau hal yang ada di taman kota. *Reflexion track signage* menjelaskan dan menandai area jalur refleksi. *Street workout signage* menjelaskan dan menandai area kalistenik. *Toilet* dan *musholla* signage masing-masing menjelaskan dan menandai area toilet dan musholla. Lalu terakhir *plants identification signage* menjelaskan dan menandai jenis tumbuhan yang ada di dalam taman kota.

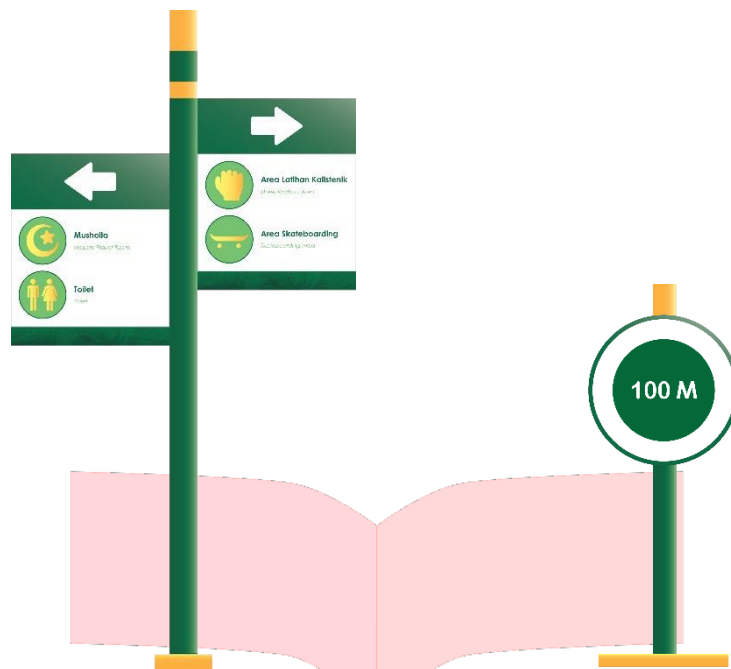


Gambar 6 Identification Signage SOUTH TANGERANG CITY PARK

(Sumber: Behance.net)

Kelima yaitu *direction signage* dan *distance signage*, kedua *signage* ini terbuat dari *stainless steel*. *Distance signage* berfungsi untuk memberitahu arah lokasi ke suatu fasilitas tertentu, *signage* ini terletak di setiap pertigaan jalur. Lalu *distance signage* berfungsi sebagai penanda jarak untuk olahraga *jogging*, *signage* ini terletak di sisi kanan atau kiri lintasan *jogging* setiap 100 meter.

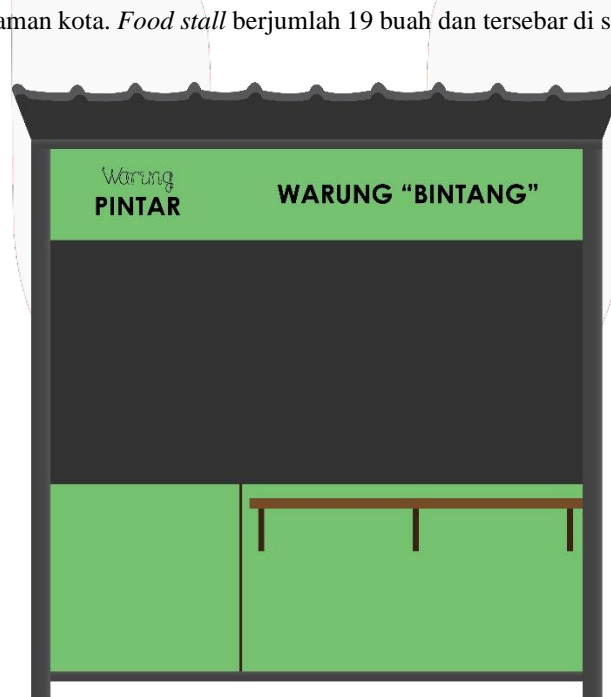




Gambar 7 Direction & Distance Signage SOUTH TANGERANG CITY PARK

(Sumber: Behance.net)

Keenam yaitu *food stall*. *Food stall* terbuat dari *container booth* dan juga merupakan kantin yang terdapat di dalam area taman kota. *Food stall* berjumlah 19 buah dan tersebar di sisi lintasan *jogging*.



Gambar 8 Food Stall SOUTH TANGERANG CITY PARK

(Sumber: Behance.net)

Keenam yaitu *feature signage* dan *persuasion signage* yang keduanya terbuat dari *stainless steel*. *Feature signage* merupakan fasilitas berupa area *free wifi* yang dapat dinikmati di dalam taman kota, *signage* ini terletak di dekat gerbang masuk taman kota. *Persuasion signage* merupakan *signage* yang berisi

ajakan untuk menjaga kebersihan lingkungan, *signage* ini terletak di antara pepohonan di dalam taman kota.



Gambar 9 Feature Signage SOUTH TANGERANG CITY PARK  
(Sumber: Behance.net)

Dan ketujuh yaitu *street signage*. *Signage* ini dibagi menjadi *stand banner* dan juga *hanging banner* yang terbuat dari bahan *flexy*, lalu *street direction* dan *street distance* yang terbuat dari bahan *vynil*, serta videotron yang terhubung langsung di layar panel LED raksasa. *Signage* ini tersebar di jalan-jalan raya Kota Tangerang Selatan dan berfungsi sebagai penanda yang mengiklankan sekaligus mengarahkan ke lokasi taman kota.





Gambar 10 Street Signage SOUTH TANGERANG CITY PARK

(Sumber: Behance.net)

Selain EGD di atas, identitas visual juga dirancang melalui berbagai media informasi pendukung lainnya seperti *website*, media sosial, *mock up signage*, *guide book* identitas visual, serta pakaian dan perlengkapan khusus staf dan pekerja Taman Kota 1.



Gambar 11 Media pendukung SOUTH TANGERANG CITY PARK

(Sumber: Behance.net)

Wawancara dilakukan dengan Gozi selaku salah satu anggota komunitas Calistnation yang rutin melakukan olahraga kalistenik di Taman Kota 1 Tangerang Selatan, wawancara ini dilakukan pada 22 Februari 2020. Beliau mengatakan bahwa Taman Kota 1 Tangerang Selatan memiliki ketersediaan fasilitas yang cukup memadai, bahkan komunitas yang ia ikuti memiliki area tersendiri untuk melakukan kegiatan komunitasnya disana.

Menurutnya, tidak semua taman kota yang ada di Tangerang Selatan diketahui oleh masyarakat

Kota Tangerang Selatan itu sendiri, banyak dari masyarakat Kota Tangerang Selatan yang hanya mengetahui beberapa taman kota saja di Tangerang Selatan seperti Taman Kota 1 dan Taman Kota 2. Hal ini sangat disayangkan karena pemanfaatan fasilitas taman kota jadi tidak merata, padahal Kota Tangerang Selatan memiliki taman kota lainnya selain dua taman kota tersebut. Menurutnya, tidak semua taman kota yang ada di Tangerang Selatan diketahui oleh masyarakat Kota Tangerang Selatan itu sendiri, banyak dari masyarakat Kota Tangerang Selatan yang hanya mengetahui beberapa taman kota saja di Tangerang Selatan seperti Taman Kota 1 dan Taman Kota 2. Hal ini sangat disayangkan karena pemanfaatan fasilitas taman kota jadi tidak merata, meningat Kota Tangerang Selatan memiliki taman kota lainnya selain dua taman kota tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT terhadap data yang didapatkan. SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi suatu proyek perencanaan dilihat dari kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), serta ancamannya (*threats*). Dengan metode analisis SWOT, penulis dapat merancang prioritas serta strategi yang perlu dilakukan untuk menganalisis permasalahan serta menciptakan solusi yang tepat untuk penelitian ini.

**STRENGTH;** Media EGD dinilai lebih efektif karena jumlahnya cukup banyak, bervariasi, dan dapat diakses lebih cepat oleh masyarakat.

**WEAKNESS;** EGD hanya dapat diakses di jalan raya dan di area Taman Kota 1 itu sendiri. Lalu, EGD tidak terlalu diperhatikan dan hanya dilihat sekilas.

**OPPORTUNITY;** Belum ada EGD yang memberikan informasi mengenai taman kota di Tangerang Selatan. Lalu, kepadatan lalu lintas Kota Tangerang Selatan dinilai cukup ramai, sehingga peluang masyarakat untuk melihat EGD lebih besar.

**THREAT;** EGD atau *sign system* dari berbagai *brand* yang tersebar di jalan-jalan Kota Tangerang Selatan sangat banyak.

## 5. Diskusi

Identitas visual ini menghadirkan sebuah citra mulai dari warna, tipografi, logo, *tagline*, sampai berbagai macam desain visual *environmental graphic design* (EGD) seperti *signage*, dan desain visual fasilitas umum lainnya yang merupakan media informasi utama dengan konsep yang diambil dari ciri khas Taman Kota 1, BSD City, dan Kota Tangerang Selatan sehingga ini dapat memunculkan sebuah karakter baru yang dapat dengan mudah dibayangkan dan divisualisasikan oleh masyarakat.

Dengan perancangan identitas visual melalui media informasi ini, dipercaya akan meningkatkan pola hidup sehat melalui aktivitas sehat dan kegiatan sosial di luar ruangan yang memiliki udara segar dan lingkungan yang asri pada masyarakat Kota Tangerang Selatan. Dengan banyaknya masyarakat yang sadar dan tertarik untuk menggunakan fasilitas Taman Kota 1, ini akan berdampak pada peningkatan kualitas serta penyebaran informasi fasilitas tersebut. Dengan mempelajari ciri khas dan orisinalitas dari Taman Kota 1 melalui perancangan identitas visual, ini tidak hanya berdampak pada kesadaran identitas Taman

Kota 1 saja tetapi juga secara tidak langsung akan meningkatkan kesadaran identitas wilayah BSD City dan Kota Tangerang Selatan di mata masyarakat luas.

## 6. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari perancangan identitas visual ini yaitu, dengan dirancangnya identitas visual melalui media informasi ini diharapkan akan meningkatkan pemahaman masyarakat Kota Tangerang Selatan akan keberadaan taman-taman kota yang ada di Kota Tangerang Selatan serta memunculkan pemahaman bahwa bahwa taman-taman kota yang ada di Kota Tangerang Selatan merupakan wilayah hijau yang tidak hanya menjadi tempat kehidupan berbagai vegetasi alam tetapi juga menjadi tempat yang nyaman, ramah, dan menyenangkan bagi masyarakat Kota Tangerang Selatan untuk melakukan berbagai macam aktivitas sehat. Lalu, dengan meningkatnya pemahaman masyarakat, ini akan meningkatkan peluang minat bagi masyarakat Kota Tangerang Selatan untuk melakukan aktivitas sehat di luar ruangan yang memiliki udara segar dan lingkungan yang asri, khususnya taman kota.

## 7. Pernyataan Penghargaan

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada PT. Bumi Serpong Damai dan komunitas Calsitnation yang telah bersedia menjadi narasumber mengenai Taman Kota 1 Tangerang Selatan untuk penulis dalam perancangan penelitian tugas akhir ini hingga akhir.

## Daftar Pustaka

### Buku

Estrada, Sylvie. (2010). A GRAPHIC DESIGN PROJECT FROM START TO FINISH. Index Books. Belanda.

### Jurnal

Ardi, Wildan Fadhlillah; Parfi Khadiyanto. (2017). Efektivitas Taman Kota 1 BSD Sebagai Ruang Terbuka Hijau Publik Di Kawasan Perkotaan BSD City, Kota Tangerang Selatan. Perencanaan Wilayah Dan Kota. Fakultas Teknik. Universitas Diponegoro. Semarang

Arifrahara, G., Haswanto, N., & Wahjudi, D. (2015). Analisa Karakteristik Visual dan Strategi Visual Iklan Wall Painting: Studi Kasus Iklan Wall Painting Empat Operator Telekomunikasi Nasional. Wimba : Jurnal Komunikasi Visual, 5(1).

Atmiko, Fendi Puji. (2017). *TA : Rancang Bangun Aplikasi Pengendalian Biaya Produksi pada PT. Sinar Baja Hutama. Undergraduate thesis.* Institut Bisnis dan Informatika Stikom. Surabaya.

Darma, Andika. (2012). Landasan Teori Merek. Universitas Bina Nusantara. Jakarta.

Dwiputri, A., & Swasty, W. (2019). Color Coding and Thematic Environmental Graphic Design in Hermina Children's Hospital. *Journal of Visual Art and Design*, 11(1), 35-44.

Maymun, Ahmad Zakiyy; Wirania Swasty. (2018). Identitas Visual Dan Penerapannya Pada *Signage* Untuk Kawasan Wisata Edukasi. *Desain Komunikasi Visual.* Fakultas Industri Kreatif.

Universitas Telkom. Bandung.

Putri, N. Kiasatina Ekibtri. (2019). Evaluasi Pengelolaan Taman Kota 1 Bsd City, Tangerang Selatan. Departemen Arsitektur Lanskap. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Setiawan, Ardy. (2016). *TA : Rancang Bangun Aplikasi Manajemen Klien pada Paris (Parking Information System)*. Undergraduate thesis. Institut Bisnis dan Informatika Stikom. Surabaya

Soedewi, S. (2019). Identitas Visual pada Signage System di Pusat Perbelanjaan Metro Indah Mall. Waca Cipta Ruang, 5(2), 379–387.

Suryaatmadja, Jean Patricia. (2016). Analisa Tanda Visual Iklan Televisi Nestle Bear Brand. Desain Komunikasi Visual. Fakultas Seni dan Desain. Universitas Multimedia Nusantara. Tangerang Selatan.

Sutami, Ray White. Teori Gambar. Teknik Informatika Fakultas Rekayasa Perangkat Lunak. Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Lembaga Ilmu Komputer dan Manajemen Indonesia (STMIK LIKMI). Bandung.

#### Situs Web

Ansari, Isbul. Pengertian Semiotika Menurut Para Ahli. <http://arkalalandshary.blogspot.com/2015/12/pengertian-semiotika-menurut-para-ahli/>. Diakses pada 8 Juli 2020.

Brian, Rio. Apa Itu Branding, Unsur, Tujuan, dan Fungsinya Dalam Bisnis. <https://www.maxmanroe.com/pengertian-branding.html>. diakses pada 23 Maret 2020.

Dosen Pendidikan. 24 Pengertian Media Menurut Para Ahli. <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-media/>. Diakses pada 30 Maret 2020.

Dosen Pendidikan. Desain adalah. [https://www.dosenpendidikan.co.id/desain-adalah/#Prinsip\\_Desain](https://www.dosenpendidikan.co.id/desain-adalah/#Prinsip_Desain). Diakses pada 23 Maret 2020.

Dosen Pendidikan. Tipografi adalah. [https://www.dosenpendidikan.co.id/tipografi-adalah/#JenisJenis\\_Tipografi](https://www.dosenpendidikan.co.id/tipografi-adalah/#JenisJenis_Tipografi). Diakses pada 23 Maret 2020.

Eril. Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Saat Ini. <https://qwords.com/blog/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia/>. Diakses pada 12 April 2020.

Galviratama, Ben. *Environmental Graphic Design* Dan Pengaplikasiannya Pada Trans Studio Mall Bandung. <https://mutekigalvirasjournal.wordpress.com/2017/10/08/environmental-graphic-design-dan-pengaplikasiannya-pada-trans-studio-mall-bandung>. Diakses pada 8 Juli 2020

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Arti Kata Rancang-2. <https://kbbi.web.id/rancang-2>. Diakses pada 23 Maret 2020.

Kurniawan, Aris. Pengertian Media Sosial – Sejarah, Fungsi, Peran, Jenis, Ciri, Pertumbuhan, Dampak, Para Ahli. <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-media-sosial/>. Diakses pada 30 Maret 2020.

Makers Institute. Part 1: UI dan UX, Perbedaannya. <https://medium.com/@makersinstitute/ui-ux-705e37916934>. Diakses pada 6 April 2020.

Manis, Si. 12 Pengertian Promosi Menurut Para Ahli Terlengkap. <https://www.pelajaran.co.id/2017/28/pengertian-promosi-menurut-para-ahli.html>. Diakses pada 6 April 2020.

Pengertian Media Informasi. <http://holiskakashi.blogspot.com/2012/11/pengertian-media-informasi.html>. Diakses pada 30 Maret 2020.

Pengertian New Media Menurut Para Ahli. <http://meaningaccordingtoexperts.blogspot.com/2017/04/pengertian-new-media-menurut-ahli.html>. Diakses pada 30 Maret 2020.

Thabroni, Gamal. Desain Komunikasi Visual (DKV): Penjelasan Lengkap. <https://serupa.id/desain-komunikasi-visual-dkv-penjelasan-lengkap/>. Diakses pada 23 Maret 2020.

Thabroni, Gamal. Unsur Unsur Seni Rupa & Desain; diperkuat Pendapat Ahli. <https://serupa.id/unsur-unsur-seni-rupa-dan-desain/>. Diakses pada 23 Maret 2020.

Tinarbuko, Sumbo. DeKaVe: Berkomunikasi Lewat Tanda (Visual). <https://dgi.or.id/read/observation/dekave-berkomunikasi-lewat-tanda-visual.html>. Diakses pada 23 Maret 2020.

Sahabatartikel. 7 Pengertian Website Menurut Para Ahli Terlengkap. <https://sahabatartikel.co.id/2018/03/7-pengertian-website-menurut-para-ahli-terlengkap/>. Diakses pada 6 April 2020.

Suwand, Dendy Pandy; Lilim Asyiyah Nurhasanah; Jenal Mutaqin. *NATURE PHOTOGRAPHY*. <http://fotografi.upi.edu/home/6-keahlian-khusus/5-alam>. Diakses pada 23 Maret 2020.

Wahyuni, Reni Siti. *LANDSCAPE PHOTOGRAPHY*. <http://fotografi.upi.edu/home/6-keahlian-khusus/5-alam>. Diakses pada 23 Maret 2020.

Wicaksi, Atreda. Berbagai Macam Layout Desain Web. <https://hiduptreda.com/knowledge/berbagai-macam-layout-desain-web.html>. Diakses pada 23 Maret 2020.

Wikipedia. Perancangan Web. [https://id.wikipedia.org/wiki/Perancangan\\_web#Jenis-Jenis\\_Layout\\_Website](https://id.wikipedia.org/wiki/Perancangan_web#Jenis-Jenis_Layout_Website). Diakses pada 23 Maret 2020.

Yoga. Definisi Merek dan Strategi Visual Branding. <https://riaubrand.com/definisi-merek-dan-strategi-visual-branding/>. Diakses pada 23 Maret 2020.