

BRANDING SANGGAR REOG SINGO BARONG PASAR GUNUNG KABUPATEN LANGKAT MELALUI PERANCANGAN LOGO

Joko Bintarto¹, Zainal Warhat², Agung Eko Budi Waspada³

1,2 Program Studi Pascasarjana Institut Seni Indonesia Padangpanjang

3 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain,

Institut Teknologi Bandung

1jbintarto@gmail.com, 2bidik@ymail.com, 3agungebw83@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Branding Sanggar Reog Singo Barong Pasar Gunung Kabupaten Langkat Melalui Perancangan Logo. Sanggar Reog Singo Barong merupakan Sanggar Reog yang sudah lama berdiri di Pasar Gunung Kecamatan Secanggang Hilai Hilir Kabupaten Langkat. Sejak berdiri tahun 1956 sampai saat ini sanggar ini belum mempunyai brand identity berupa logo, sehingga perkembangan Sanggar Reog Singo Barong mengalami hambatan misalnya permasalahan perizinan dan ketenarannya belum tertanam dalam pikiran masyarakat. Untuk itu salah satu solusi masalahnya adalah dengan Branding Sanggar Reog Singo Barong melalui perancangan logo. Adapun branding melalui logo dibuat meningkatkan citra dan sekaligus sebagai identitas Sanggar Reog Singo Barong. Branding Sanggar berupa perancangan logo beserta aplikasinya spanduk, poster, kartu nama, mug, pin, stiker, kaos, x-banner, jam, stempel, kepala surat, amplop dan gantungan kunci. Semua media tersebut merupakan proses branding Sanggar Reog Singo Barong. Didalam perancangannya pesan yang akan ditanamkan dalam pikiran masyarakat sesuai dengan rasa kidung yang berarti penyampaian tradisi reog dalam memelihara dan mempertahankan tradisi reog. Dari pesan komunikasi tersebut, maka dirancanglah bentuk visual yang mampu sebagai branding dalam memberikan citra yang positif dipikiran masyarakat.

Kata Kunci : Branding, Sanggar Reog Singo Barong, Logo

ABSTRACT

This research is entitled Branding of Reog Singo Barong Studio, Gunung Langkat Regency Market Through Logo Design. Reog Singo Barong Studio is a long-standing Studio of Reog in the Gunung Pasar, Secanggang Hilai Hilir District, Langkat Regency. Since its establishment in 1956 until now the studio has not had a brand identity in the form of a logo, so the development of the Reog Singo Barong Studio has experienced obstacles such as licensing issues and its fame has not been embedded in the minds of the community. For that, one solution to the problem is with the Branding of Reog Singo Barong Studio through logo design. The branding through the logo is made to improve the image and at the same time as the identity of the Reog Singo Barong Studio. Branding The studio is in the form of designing a logo along with its application banners, posters, business cards, mugs, pins, stickers, t-shirts, x-banners, clocks, stamps, letter heads, envelopes and key chains. All of these media are the branding process of the Reog Singo Barong Studio. In the design of the message that will be implanted in the mind of the community in accordance with the sense of kidung which means the delivery of the tradition of reog in maintaining and maintaining the tradition of reog. From the communication message, a visual form that is capable as branding is designed to provide a positive image in the minds of the people.

Keywords: Branding, Studio Reog Singo Barong, Logo

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kesenian Reog di Sumatera Utara masuk pada tahun 1965 dibawa oleh Parnun seorang seniman reog asli Ponorogo yang tinggal di desa pasar gunung Kabupaten Langkat. Parnun tetap melestarikan kesenian tradisionalnya walaupun berada di luar daerah asalnya, dengan cara memperkenalkan kepada masyarakat melalui Sanggar Singo Barong yang didirikannya. Berdirinya sanggar ini sudah berlangsung sampai tiga generasi berawal dari Parnun sebagai pendiri tahun 1965 dan dilanjutkan oleh Wito tahun 2004 dengan pelatihnya Katirun. Setelah Wito meninggal dunia maka diteruskan oleh Katirun tahun 2004 sampai sekarang.

Berbicara mengenai reog, tentu tidak dapat dipisahkan dengan komunitas yang mendukungnya. Sanggar Reog Singo Barong adalah salah satu kelompok kesenian reog di Sumatera Utara yang sampai sekarang tetap mempertahankan reog sebagai media ekspresi kesenian mereka. Sanggar yang dilanjutkan kembali dan dikelola oleh Katirun bertujuan untuk memelihara kesenian rakyat Jawa sebagai warisan keturunan dari orang-orang tua mereka yang datang ke Sumatera. Anggota Sanggar Reog Singo Barong terdiri dari orang-orang Jawa yang lahir di Sumatera Utara dengan sebutan Pujakesuma (Putra Jawa Kelahiran Sumatera). Sampai sekarang mereka masih mempertahankan adat dan tradisi serta mempertunjukkannya di hari-hari tertentu pada pesta perkawinan, khitanan/sunat, tahun baru Islam (Muharram) atau memperingati hari kemerdekaan Republik Indonesia.

Dalam kualitas perkembangan Sanggar Reog Singo Barong mengalami hambatan tertentu, misalnya tidak ikut serta dalam festival Danau Toba 2018. Hal ini antara lain adalah sampai saat ini masih terhambat legalitas perizinan Sanggar Reog Singo Barong. Dikarenakan sampai saat ini Sanggar Reog Singo Barong belum mempunyai logo sebagai identitas sanggar tersebut.

Ketiadaan identitas berupa logo sebagai penanda ciri khas dan pembangun kekuatan brand juga menjadi salah satu kekurangan dalam kegiatan branding sanggar, hal ini dapat berdampak pada perkembangan dan kualitas sanggar dalam melestarikan dan mengenalkan tradisi kesenian reog yang kurang direspon oleh khalayak masyarakat, dan beranggapan sanggar ini hanya sebagai sarana hiburan masyarakat di lingkungan masyarakat Jawa.

Sejalan perkembangan dan permasalahan sanggar yang sudah dipaparkan diatas, kenapa logo sangat penting bagi sanggar karena logo merupakan bentuk fisik dari media identitas sanggar dalam membangun kekuatan branding sanggar dalam upaya menciptakan brand awerness (kesadaran masyarakat), sehingga masyarakat bisa mengenal sanggar ini sebagai sarana pelestarian tradisi kesenian reog yang ada di Kabupaten Langkat serta sarana silaturahmi di lingkungan masyarakat Jawa.

Terkaitan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk membranding Sanggar Reog Singo Barong melalui perancangan logo dengan harapan menjadikan sanggar ini mempunyai brand identity berupa logo yang bisa diingat dan dikenal oleh masyarakat baik di Kabupaten Langkat maupun Sumatera Utara. Ketertarikan ini didasarkan oleh karena peneliti sebagai bagian dari komunitas masyarakat Ponorogo yang berdomisili di Kota Medan. Hal inilah yang memotivasi peneliti menciptakan logo karena keprihatinan pada Sanggar Reog Singo Barong yang belum memiliki logo. Padahal untuk dapat membangun sebuah sanggar yang kuat dan dapat sukses dalam jangka waktu yang lama diperlukan sebuah brand berupa logo yang kuat. Hal ini tentunya sangat penting mengingat sanggar ini sudah lama berdiri sehingga dibutuhkanlah sebuah logo yang tetap dan selanjutnya membangun strategi branding melalui pengaplikasian logo pada beberapa media dalam upaya membentuk citra positif yang kuat untuk memperkenalkan wajah dari sanggar ini.

I.1 Rumusan masalah

Bagaimana menciptakan branding Sanggar Reog Singo Barong melalui perancangan logo yang disesuaikan pada reog Ponorogo dan mengsinkronisasikan identitas yang ada di Kabupaten Langkat sehingga mudah diingat dan dikenal oleh masyarakat.

I.2 Maksud dan Tujuan

Adapun penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan sebagai berikut, untuk menciptakan branding Sanggar Reog Singo Barong melalui perancangan logo yang dikenal dan diingat oleh masyarakat.

II. STUDI LITERATUR

II.1 Kajian teori

Secara visualisasi, logo adalah suatu gambar. Gambar tersebut bisa berupa berbagai unsur bentuk dan warna. Oleh karena sifat dari apa yang diwakili oleh logo berbeda satu sama lain, maka logo memiliki bentuk yang berbeda pula. Bentuk logo yang berbeda dapat meliputi bentuk fisik, warna maupun dimensi (Kusrianto 2007: 231-233).

Menurut Kusrianto (2007: 240) Unsur bentuk logo dapat dipilah menjadi 4 kelompok. Namun demikian, kelompok-kelompok tersebut bisa digabungkan sehingga mengandung unsur campuran :

1) Logo dalam bentuk alphabetical

Logo yang terdiri dari bentuk huruf-huruf atau dimaksudkan untuk menggambarkan bentuk huruf dan kombinasi dari bentuk huruf. Kelompok ini merupakan jumlah yang paling banyak dan merupakan trend baru untuk diikuti.

2) Logo dalam bentuk benda konkret

Bentuk konkret, misalnya bentuk manusia, (seorang tokoh, wajah, bentuk tubuh yang menarik), bentuk binatang, tanaman, peralatan, maupun benda lainnya.

3) Logo dalam bentuk abstrak, poligon, spiral dan sebagainya

Logo dalam kelompok ini memiliki elemen-elemen yang merupakan bentuk abstrak, bentuk geometri, bentuk spiral, busur, segitiga, bujur sangkar, poligon, titik-titik, garis, panah, gabungan bentuk-bentuk lengkung, dan bentuk ekspresi 3 dimensi.

4) Logo simbol, nomor, dan elemen lain

Bentuk-bentuk yang sudah dikenal untuk menggambarkan sesuatu seperti hati, tanda silang, tanda plus, tanda petir, tanda notasi musik, dan sebagainya.

Dalam (<https://www.jurnal.id/id/blog/2017/semua-tentang-branding-yang-harus-anda-tahu.htm> diakses 23 Juni 2018) menjelaskan pengertian branding, jenis-jenis branding, unsur-unsur branding.

Branding adalah berbagai aktivitas perusahaan dalam menyampaikan visi dan misi dalam bentuk brand atau merek yang akan dibangun serta dikenal oleh khalayak masyarakat. Adapun jenis-jenis branding sebagai berikut; (1) Cultural Branding, usaha pemberian identitas atau merek yang disesuaikan dengan keadaan reputasi suatu bangsa atau orang-orang dari daerah tertentu. (2) Product Branding, usaha pemberian identitas pada sebuah produk yang mampu mempengaruhi konsumen untuk memilih produk tersebut dibandingkan produk pesaing lainnya. (3) Geographic Branding, sebuah perusahaan identitas yang memiliki tujuan dalam memunculkan gambaran dari produk atau

jasa yang identik dengan nama sebuah lokasi sehingga bila lokasi itu disebut maka orang akan langsung mengingat brand tersebut. (4) Personal Branding, usaha yang digunakan oleh perseorangan untuk menjadikan diri mereka sebagai brand yang dikenal dan diingat sehingga memiliki penilaian atau pandangan tersendiri dari masyarakat umum. (5) Corporate Branding, Aspek branding dari sebuah perusahaan yang dimulai dari produk yang ditawarkan hingga kontribusi pegawai perusahaan terhadap masyarakat. Karena sebuah brand adalah identitas dan kegiatan branding akan menyangkut pada pengenalan identitas tersebut pada masyarakat, maka proses branding harus dimahami unsur-unsur branding, diantaranya; (1) Nama Merek, nama adalah hal pertama yang harus dipenuhi jika akan melakukan branding tanpa nama, maka produk tidak akan memiliki identitas yang akan memudahkannya untuk dikenali masyarakat. (2) Logo, dalam pembuatan logo, perhatikan faktor keunikan dan image yang sesuai dengan brand. Logo yang unik akan meninggalkan kesan tak terlupakan bagi konsumen. (3) Tampilan Visual, pengaplikasian pada desain produk, desain kemasan, desain seraga, dan lain-lainnya. Menggunakan tampilan visual dengan warna-warna yang cerah atau elegan akan menambahkan pencitraan terhadap produk. (4) Penggunaan Juru Bicara, juru bicara dalam hal ini bisa jadi seorang co-founder dari perusahaan, maskot, tokoh perusahaan, atau orang terkenal yang telah diajak berkerja sama untuk meningkatkan pemasaran produk. (5) Suara (lagu tematik), kehadiran sebuah lagu akan melengkapi unsur visualisasi branding dan membuatnya lebih indah dan lebih diingat. (6) Kata-kata (slogan, tagline, jingle, akronim), slogan yang cerdas selalu meninggalkan kesan mendalam. Dalam proses pembuatan brand, gunakan kata-kata yang memiliki unsur ceria dan positif, mudah diingat, dan beda dari brand lain. (Ani Rahmani, 2017)

Menurut Boomsma dalam Diarta menjelaskan branding juga memiliki beberapa pengertian tergantung sudut pandang penggunaannya. Secara awam, branding dipahami sebagai kegiatan promosi, iklan, atau publisitas. (Diarta, 2016: 173).

Hal diatas bisa dijelaskan bahwa branding adalah proses suatu kegiatan dalam mengelola suatu *brand* sehingga mudah diingat oleh masyarakat. Adapun jenis *branding* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cultural Branding* yaitu usaha pemberian *brand* (merek) budaya, dalam hal ini *Cultural Reog* sebagai brand yang ada pada Sanggar Reog Singo Barong di Kabupaten Langkat. Brand yang digunakan berupa logo serta pengaplikasian logo dalam setiap media sebagai kegiatan dalam membesarkan brand sanggar serta promosi merupakan strategi branding dalam memperkenalkan suatu brand atau merek yang berupa logo sehingga terbentuk brand awareness dan menciptakan brand image yang positif. Hal ini dapat dicapai melalui beragam cara termasuk media promosi yang digunakan seperti poster, brosur, spanduk, dan lain-lain.

Warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya (Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua, 1996: 1125). Sedangkan menurut Supriyono (2010: 19) salah satu elemen visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian pembaca adalah warna. Betapa sepiunya dunia ini tanpa adanya warna. Kekuatan warna sangat dipengaruhi oleh *background*. Dengan pemberian warna yang lain diatas *background* sehingga terjadi efek kontras yang berlainan.

Ilustrasi secara luas tidak terbatas pada gambar dan foto. Ilustrasi bisa berupa garis, bidang, dan bahkan susunan huruf bisa disebut ilustrasi. Pengertian ilustrasi secara umum adalah gambar atau foto yang bertujuan menjelaskan teks dan sekaligus menciptakan daya tarik. Ilustrasi dapat digunakan untuk memperjelas dan mempermudah pembaca dalam memahami pesan, serta menambah daya tarik pesan. Penggunaan ilustrasi yang berlebihan justru dapat membingungkan dan mengurangi nilai keterbacaan (Supriyono, 2010: 50).

Tipografi dalam hal ini adalah seni memilih dan menata huruf untuk berbagai kepentingan komunikasi visual (Tinarbuko, 2015 : 144). Menurut Supriyono (2010: 19)

cara memilih dan mengelola huruf dalam desain grafis sudah menjadi disiplin ilmu tersendiri, disebut Tipografi (Typography). Serta menurut Kusrianto (2009: 190) Tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak.

Dari penjelasan yang sudah dipaparkan di atas menjadi kerangka konseptual ataupun acuan pemilihan konsep visual dalam membangun branding Sanggar Reog Singo Barong melalui perancangan logo.

III. METODE PENELITIAN

Agar mendapatkan data yang sesuai dan relevan untuk branding Sanggar Reog Singo Barong melalui perancangan logo ini maka digunakanlah teknik pengumpulan data.

III.1 Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang akan dilakukan (Riduwan, 2010:104). Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan dengan melihat langsung pertunjukan kesenian reog yang dilakukan oleh Sanggar Reog Singo Barong pada beberapa acara di lingkungan masyarakat Jawa serta lingkungan Sanggar ini berada dan masyarakat yang berada disekitar Sanggar. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang akurat tentang Sanggar dan lingkungannya.

III.2 Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya (Riduwan, 2010:102). Wawancara dilakukan dengan pimpinan sanggar, tokoh masyarakat yang mendukung sanggar. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dan data-data mengenai sanggar yang membantu proses branding Sanggar Reog Singo Barong melalui perancangan logo. Adapun narasumber utama yang telah diwawancara adalah Katirun merupakan pelatih dan juga pimpinan Sanggar Reog Singo Barong di Kabupaten Langkat, Supardi merupakan mantan ketua cabang organisasi masyarakat Jawa Joko Tingkir di Kota Medan, dan Sugeng Tukul adalah tokoh masyarakat Jawa peminat kesenian reog yang ada di Kota Medan.

Kesimpulan yang didapatkan dari hasil wawancara adalah perlu dibuatkan logo yang memiliki karakter atau simbol reog didalamnya seperti dadak merak, jathilan. Alasannya karena dadak merak merupakan simbol kekuatan dan identitas reog itu sendiri serta jathilan merupakan bentuk kebersamaan. Dari logo inilah Sanggar Reog Singo Barong dapat dikenal dan menjadikan logo ini mempermudah dalam proses perijinan sanggar ke dinas pariwisata pemerintahan kota Langkat.

III.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian (Riduwan, 2010:104). Sehubungan dengan pengertian di atas peneliti hanya menerapkan mendokumentasikan data terkait Sanggar Reog Singo Barong berupa lingkungan sanggar dan pertunjukan kesenian Reog yang dilakukan oleh sanggar.

III.4 Analisa SWOT

Branding Sanggar Reog Singo Barong melalui perancangan logo metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT (strength, weakness, opportunities, and threats) yaitu :

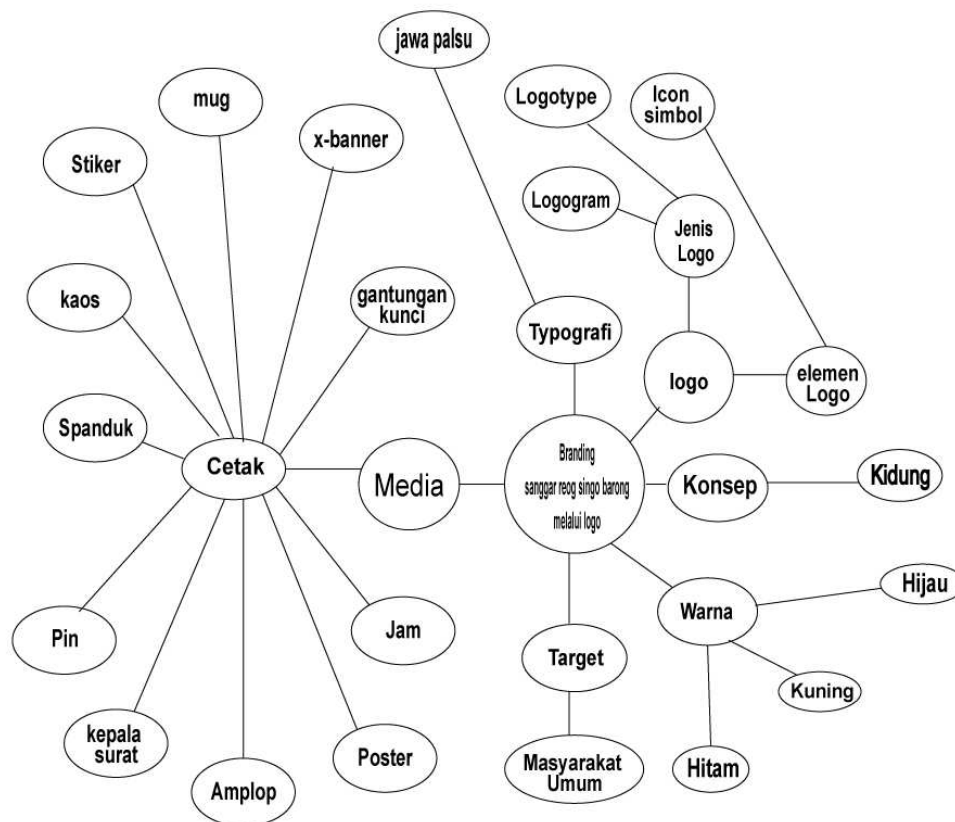
- a. Kekuatan (Strength) Sanggar Reog Singo Barong didukung oleh komunitas masyarakat Ponorogo yang ada di Langkat maupun di luar Langkat seperti arisan keluarga Ponorogo yang ada di Medan.
- b. Kelemahan (Weakness) Sanggar Reog Singo Barong adalah, belum ada logo sebagai identitas sanggar, terhambatnya legalitas perizinan sanggar serta belum ada tempat yang tetap untuk pelatihan seni reog.
- c. Peluang (Oppoturnities) semua peluang yang mungkin didapatkan oleh sanggar. Sanggar Reog Singo Barong, selalu diundang dalam acara hajatan masyarakat Jawa seperti pesta perkawinan dan sunnatan, diundang pada acara kebudayaan seperti pesta budaya baik regional maupun nasional.
- d. Ancaman (Threats) yang dihadapi oleh Sanggar Reog Singo Barong adalah dampak kemajuan teknologi yang mempengaruhi rasa cinta terhadap budaya kesenian reog khususnya generasi muda sehingga kurangnya regenerasi anggota sanggar reog,

IV. PEMBAHASAN DESAIN

IV.1 Konsep Desain

Ditinjau dari makna kata reog yang asli adalah reyog, yang mempunyai makna kehidupan yang religius, meliputi “Rasa Kidung, Eingwang Suksma Adiluhung, Yang Widhi Olah Kridaning Gusti, Gelar Gulung Kersaning Kang Maha Kuasa”. Pemilihan salah satu kata reyog yang berupa Rasa Kidung memberikan makna penyampaian yang artinya Sanggar Reog Singo Barong sebagai sarana hiburan kesenian untuk menyampaikan dan memperkenalkan tradisi kesenian reog di khayalak masyarakat melalui seni pertunjukan. Tujuan penggunaan konsep rasa kidung adalah terciptanya rasa memiliki dan mencintai budaya reog di lingkungan masyarakat Jawa.

Menurut Rustan (2010 : 36) brainstorming adalah aktivitas yang dilakukan untuk memperoleh solusi, mengeluarkan ide-ide sehingga bisa dikembangkan dengan baik. Jadi proses ini adalah penjaringan ide yang berguna untuk menciptakan strategi dan inspirasi guna memudahkan dalam pengembangan konsep yang lebih baik.

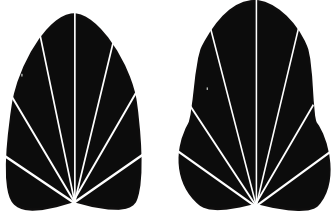


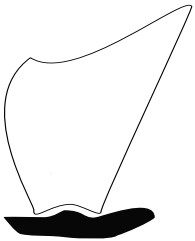
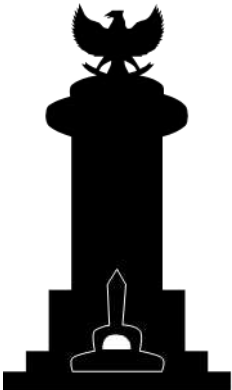
Gambar 1. Analisa Brainstorming konsep desain

IV.2 Konsep Visual

Unsur-unsur visual yang akan dipilih untuk membentuk brand identity berupa logo Sanggar Reog Singo Barong yang dibuat meliputi pemilihan bentuk simbolik yang dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 1. Tabel Konsep Visual dan Makna simbolik

Visual (Gambar)	Makna simbolik
	Dadak Merak melambangkan daya tarik sanggar dalam pertunjukan reog, karena dadak merak memiliki keindahan dan kecantikan seperti bulu merak yang berkembang untuk mencari perhatian lawan jenisnya. Bentuk simbolik dadak merak bermakna keindahan dan kecantikan
	Penari Jathilan melambangkan kebersamaan para penari dalam menarikan tarian reog. Bentuk simbolik penari jathilan adalah kuda yang berhadapan dengan bentuk yang sama.

	Kepala harimau dalam dadak merak melambangkan kekuatan dan keberanian Sanggar Reog Singo Barong dalam melestarikan dan mengenalkan tradisi seni pertunjukan reog ke khalayak masyarakat.
	Bentuk Keris melambangkan patriotisme rakyat Langkat, bentuk simbolik keris yang posisinya di tengah atas dalam logo yang mengartikan bahwa Sanggar Reog Singo Barong berada di tengah-tengah masyarakat Langkat yang mempunyai semangat patriotisme.
	Bentuk sampan nelayan melambangkan Langkat merupakan daerah yang berpantai luas dan rakyatnya bersemangat bahari, bentuk simbolik sampan nelayan yang posisinya di tengah bawah dalam logo yang mengartikan bahwa Sanggar Singo Barong berada di tengah-tengah masyarakat Langkat yang mempunyai pantai luas dan bersemangat bahari.
	Bentuk tugu monumen Tengku Amir Hamzah melambangkan patriotisme dan nasionalisme salah satu tokoh pahlawan yang berasal dari Langkat bernama Tengku Amir Hamzah, bentuk simbolik tugu monumen Tengku Amir Hamzah yang posisinya di tengah dalam logo yang mengartikan bahwa Sanggar Reog Singo Barong berada di tengah-tengah masyarakat Langkat yang mempunyai sosok pahlawan yang bernama Tengku Amir Hamzah yang berjiwa patriotisme dan nasionalisme.

IV.3 Struktur Desain

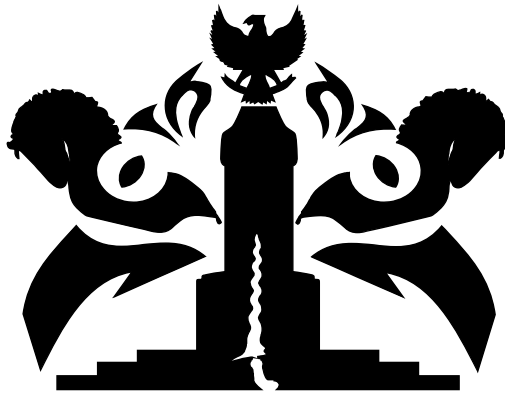
Struktur desain dalam logo sebagai brand identity sanggar meliputi tipografi sebagai slogan ataupun logotype, logogram, dan warna. Tipografi yang digunakan adalah font Jawa palsu mengambil bentuk dan dekoratif dari aksara Jawa yang terkesan sehingga

seperti huruf aksara Jawa latin. Pemilihan font Jawa palsu didasarkan konsep rasa kidung dalam menyampaikan tradisi reog yang merupakan salah satu budaya Jawa. Adapun untuk tagline atau slogan menggunakan font arial black, font arial black merupakan jenis arial yang mempunyai ketebalan garis yang merata, sederhana, dan kestabilan kualitas cetak sehingga memudahkan pembacaan.

Sanggar Reog Singo Barong

Gambar 2 . Font Jawa Palsu pada logotype Sanggar Reog Singo Barong

Sedangkan logogram merupakan ilustrasi bentuk dari konsep visual yang sudah dipaparkan diatas, dapat dilihat pada gambar berikut



Gambar 3 . Logogram Sanggar Reog Singo Barong

Deskripsi logogram :

- Logogram yang terpilih ini terdiri dari gambar tugu Amir Hamzah, Kuda jatilhan yang mempunyai bentuk yang sama, kedua mata harimau yang tajam, keris yang tegak lurus, dua bulu dadak merak dibawa kuda, dan ilustrasi huruf S dan B diatas kedua mata harimau.
- Tugu Amir Hamzah adalah icon kota Langkat dimana tempat lokasi sanggar ini berada.
- Keris ditengah bawah tugu mengartikan sanggar ini berada ditengah-tengah masyarakat melayu Langkat yang memiliki pusaka berupa keris.
- Kedua jatilhan dengan bentuk yang sama mengartikan sanggar dalam melakukan gelar pertunjukan kesenian reog memiliki rasa kebersamaan dan kekeluargaan.
- Kedua mata harimau yang tajam mengartikan keseriusan, keyakinan, dan keberanian dalam melestarikan dan memperkenalkan tradisi reog di kalangan masyarakat Langkat maupun Sumatera Utara.
- Kedua bulu dadak merak mengartikan keindahan dan daya tarik sanggar dalam memperkenalkan tradisi reog melalui gelar pertunjukan.
- Ilustrasi huruf "S" dan "B" adalah nama sanggar yaitu Singo Barong.

Untuk warna yang digunakan yaitu kuning, hijau, dan hitam. Warna kuning adalah warna kewibawaan, keagungan masyarakat melayu langkat. warna hijau adalah keyakinan, kesanggupan, kesetiaan sanggar dalam melestarikan tradisi

kesenian reog, sedangkan warna hitam adalah kekuatan dan ketegasan yang dimiliki sanggar dalam upaya melestarikan kesenian reog.

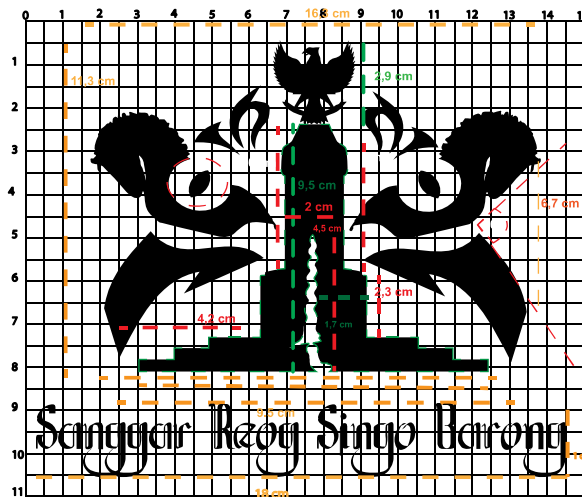
VI.4 Desain Layout

Desain Layout merupakan pengolahan atau penyusunan struktur desain dalam tampilan hasil desain yang meliputi penggabungan logotype dan logogram, sistem grid, pengecilan Minimum, dan penerapan latar belakang logo. Logo Penggabungan Logogram dan logotype merupakan sebuah proses guna mendapatkan sebuah logo utuh yang tentunya menghasilkan bentuk logo final.



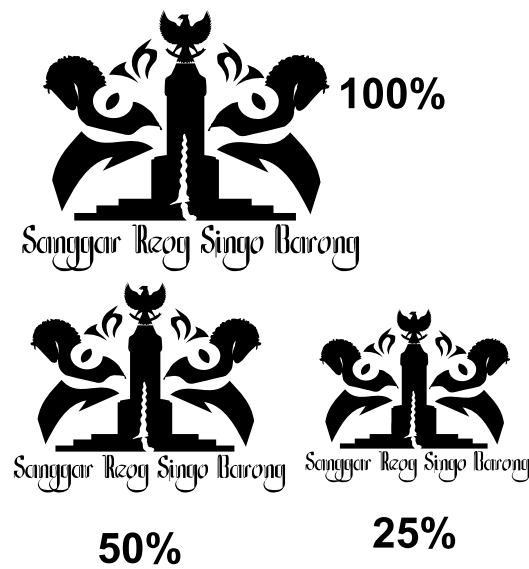
Gambar 4. Logo Final

Fungsi sistem grid adalah sebagai acuan untuk menentukan bentuk, dimensi, proporsi, ukuran, dan skala, yang diatur sebagai berikut:



Gambar 5. Sistem grid Logo

Agar terjaga keutuhan bentuk dan keterbacaan logo terjaga, maka batas minimum pengecilan dari logo ditetapkan sebesar 20%. Penggunaan logo akan disesuaikan dengan media yang digunakan. Semakin besar media, logo akan diperbesar disesuaikan dengan kebutuhan. Sedangkan ukuran terkecil yaitu dengan sisi terpanjang 2 cm.



Gambar 6. Pengecilan Minimum Logo

Pengaturan warna khusus pada logo dipakai untuk penerapan logo berwarna pada latar yang warna yang sudah ditetapkan.



Gambar 7. Penerapan Latar pada Logo

VI.5 Desain Media Aplikasi Logo

Pengaplikasian logo dalam media merupakan salah satu kegiatan dalam branding, hal ini bertujuan untuk memperkenalkan brand identity ke khlayak masyarakat. Beberapa media yang digunakan yaitu spanduk, poster, mug, pin, gantungan kunci, kepala surat, amplop, jam, stiker, stampel, x-banner, dan t-shirt.



Gambar 8. Media Aplikasi Logo

V. KESIMPULAN

Dalam proses branding Sanggar Reog Singo Barong terlebih dahulu merancang sebuah logo sebagai brand identitas sanggar yang mempunyai konsep rasa kidung. Konsep rasa kidung diambil huruf “R” dari salah satu kata reyog, rasa kidung mengartikan penyampai tradisi lewat pertunjukan reog yang dipentaskan oleh Sanggar Reog Singo Barong. Visualiasai bentuk Logo diambil dari beberapa konsep visual yang terdiri dari dadak merak, kuda jathilan, harimau yang menyimbolkan karakter pertunjukan reog. Sedangkan tugu amir hamzah dan keris menyimbolkan lokasi sanggar ini berada di Kabupaten Langkat. Tahapan selanjutnya adalah pengaplikasian brand yang berupa pada media. Adapun media rancangannya adalah branding sanggar berupa logo beserta aplikasinya spanduk, poster, kartu nama, mug, pin, stiker, kaos, x-banner, jam, stempel, kepala surat, amplop dan gantungan kunci. Semua media tersebut merupakan proses branding Sanggar Reog Singo Barong. Didalam perancangannya pesan yang akan ditanamkan dalam pikiran masyarakat sesuai dengan rasa kidung yang berarti penyampaian tradisi reog dalam memelihara dan mempertahankan tradisi reog. Dari pesan komunikasi tersebut, maka dirancanglah bentuk visual yang mampu sebagai branding dalam memberikan citra yang positif dipikiran masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- .
- [1] Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua. 1996, Jakarta : Balai Pustaka 3685
 - [2] Kusrianto, A. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta : Andi Offset.
 - [3] Kusrianto, A. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Andi Offset.
 - [4] Rustan, Surianto. 2009. Mendesain Logo. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
 - [5] Supriyono, R. 2010. Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : Andi Offset..
 - [5] Tim Penyusun. 1996. Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua. Jakarta : Balai Pustaka.
 - [6] Tinarbuko, S. 2009. Semiotika Komunikasi Visual Edisi Revisi. Yogyakarta : Jalasutra.
 - [7] Vardiansyah, Dani. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bogor : Ghalia Indonesia.
 - [8] <https://www.jurnal.id/id/blog/2017/semua-tentang-branding-yang-harus-anda-tahu.htm>
diakses 23 Juni 2018