

**Perancangan Brand Identitas Event Kompetisi Surfing  
The Little Heroes di Batukaras**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Desain  
Pada  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Arsitektur dan Desain  
Institut Teknologi Nasional Bandung

Bandung, 22 Agustus 2023

Mengetahui / Menyetujui,

**Dosen Pembimbing I**



**Inko Sakti Dewanto, S.T., M.Ds.**  
NID/NIDK: 0401108804

**Dosen Pembimbing II**



**Wiwi Isnaini, S.Sn., M.Ds**  
NID/NIDK: 0416066801

**Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Ketua,**



**Aldrian Agusta, S.Sn., M.Ds.**  
NID/NIDK: 0416086901

# Perancangan Brand Identitas Event Kompetisi Surfing The Little Heroes di Batukaras

FAUZI JANUAR SLAMET<sup>1</sup>, INKO SAKTI DEWANTO<sup>2</sup>, WIWI ISNAINI<sup>3</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Arsitektur dan Desain  
Institut Teknologi Nasional Bandung

Email: [fauzijanuars@gmail.com](mailto:fauzijanuars@gmail.com)

## ABSTRAK

*Batukaras adalah daerah pesisir pantai yang mempunyai kekayaan alam dan panorama yang indah, aktifitas budayanya yang menyatu dengan alam sehingga menjadi sumber ekonomi untuk masyarakat sekitar. Olahraga surfing menjadi salah satu kegiatan yang sudah membudaya di Batukaras yang banyak menarik perhatian pengunjung dalam maupun luar negeri. Maka dari itu organisasi surfing di Batukaras yaitu Batukaras Surf Club mencetuskan solusi untuk terus meregenerasi generasi muda dalam hal surfing dengan memberikan pembinaan dan edukasi dengan wadah kompetisi yang bernama The Little Heroes. Namun The Little Heroes belum mempunyai identitas yang paten dan masih kurang menyeluruh dalam menyampaikan informasi. Maka dengan perancangan Brand Komunikasi pada Event Kompetisi Surfing The Little Heroes ini diharapkan bisa menjadi solusi untuk memecahkan masalah yang ada dalam event The Little Heroes.*

**Kata kunci:** Papan selancar, Ombak, Pantai, Anak kecil, Edukasi, Wisata

## ABSTRACT

*Batukaras is a coastal area that has natural wealth and beautiful panoramas, cultural activities that blend with nature so that it becomes an economic resource for the surrounding community. Surfing is one of the activities that is already entrenched in Batukaras which attracts a lot of attention from domestic and foreign visitors. Therefore, the surfing organization in Batukaras, namely Batukaras Surf Club, came up with a solution to continue to regenerate the younger generation in terms of surfing by providing coaching and education with a competition forum called The Little Heroes. However, The Little Heroes does not yet have a patent identity and is still not thorough in conveying information. So by designing Brand Communication at The Little Heroes Surfing Competition Event, it is hoped that it can be a solution to solving the problems that exist in The Little Heroes event.*

**Keywords:** Surfboards, Waves, Beaches, Small Children, Education,

Tourism

## 1. PENDAHULUAN

Batukaras adalah sebuah desa nelayan yang terletak di pantai selatan Jawa Barat, tepat di sebelah Samudera Hindia. Dilihat dari letak pantainya, Teluk Batukaras sangat mempengaruhi karakteristik gelombang di desa Batukaras. Ombak di Batukaras mempunyai karakter ombak yang tajam dengan membentuk buih saat pecah terus menerus. Jenis ombak ini sangat cocok untuk aktivitas bahari yaitu selancar. Karena karakteristik ombaknya yang berkualitas sangat bagus membuat desa Batukaras menjadi salah satu tujuan utama para peselancar, baik domestik hingga mancanegara. Kondisi ini juga melahirkan banyak peselancar Batukaras berbakat. Namun, talenta-talenta ini tentunya tidak akan banyak berkembang tanpa adanya ruang pengembangan bakat yang tersedia. Oleh karena itu, harus ada ruang bagi peselancar untuk mengembangkan kemampuannya. Diantara banyak ruang yang mendukung pengembangan bakat, salah satunya adalah kompetitif.

Batukaras Surf Club (BSC) adalah organisasi yang menyambut para peselancar di Batukaras. Berdasarkan kondisi tersebut, BSC berkomitmen untuk memfasilitasi semua kegiatan yang dapat meningkatkan pengembangan bakat para peselancar di Batukaras sehingga dapat menghasilkan karir peselancar profesional di masa depan.

"The Little Heroes" adalah pelatihan berupa sistem kompetisi yang lengkap, event ini telah sukses diselenggarakan sebanyak 2 kali yaitu tahun 2020 dan 2021 hingga 6 seri kompetisi dalam 1 tahun dengan pembukaan pada bulan April dan penutupan pada bulan Desember. Event ini akan kembali digelar di tahun 2023 khusus untuk peselancar lokal yang berdomisili di Batukaras yang terdaftar sebagai anggota Batukaras Surf Club (BSC) dan peselancar dari luar daerah dengan batasan usia kurang dari 16 tahun.

"The Little Heroes" terinspirasi dari proyek seni Andrew Wellman (Australia) yang tinggal di desa Batukaras, dia dan rekannya Anna berbagi cerita, cinta dan perhatian besar untuk masyarakat Batukaras, terutama anak-anak di Batukaras dari inspirasi yang mereka dapatkan. Mereka bekerja sama dengan BSC membuat pelatihan terstruktur berupa kompetisi khusus untuk peselancar lokal yang tinggal di Batukaras dengan batasan usia di bawah 16 tahun. The Little Heroes memiliki konsep yang menarik dalam menerapkan pendidikan selancar yang baik dan aman serta mendidik warga Batukaras untuk menggali potensi anak muda. Namun dibalik itu, simpati publik dan sponsor terhalang oleh kurangnya identitas yang melekat dan penyebaran informasi yang tidak jelas dan tidak konsisten.

Oleh karena itu, solusi yang diusulkan untuk permasalahan di atas yaitu dengan merancang brand komunikasi yang mencakup *graphic standard manual* dan *brand awareness*, menurut Rhenald Kasali (1999:378) *Awareness* adalah Pengetahuan yang dimiliki konsumen tentang keberadaan suatu produk. Biasanya diungkapkan dalam kalimat seperti: Saya pernah mendengarnya, saya pernah melihatnya, saya sudah mencobanya, saya tahu untuk apa itu.

## 2. METODE

### 2.1 METODE PERANCANGAN

Dalam perancangan ini, metode yang digunakan yaitu metode kualitatif, dimana data akan diteliti secara menyeluruh, mulai dari pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik dan simbol. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan wawancara, observasi, dokumentasi dan studi literatur.



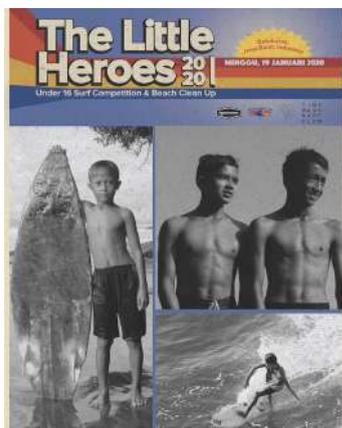
Gambar 01. Vanya Safitri



Gambar 02. Ganjar Aji Fajar

Wawancara dilakukan secara langsung kepada orang yang bersangkutan pada event ini, yaitu Vanya Safitri salah seorang pelopor The Little Heroes dan Ganjar Aji Fajar sebagai jajaran panitia dari BSC dan The Little Heroes. Mereka mengemukakan bahwa pentingnya edukasi sedari dini diterapkan pada anak dan khususnya calon para *atlet surfer* untuk menciptakan karakter ramah sopan santun serta berkompeten.

Observasi ditinjau secara langsung dengan mendatangi serta mengalami kasus yang sedang dirancang saat ini, Hal ini dilakukan dengan terjun langsung bagaimana *event* The Little Heroes ini terjadi, apa manfaat baik bagi para peserta atau anak yang mengikuti event ini sehingga kenapa harus terus berlanjut.



Gambar 03. The Little Heroes 2020



Gambar 04. The Little Heroes 2021



Gambar 04. The Little Heroes 2022

Dokumentasi dilakukan secara berturut-turut selama 4 tahun dari awal dibuatnya *event* ini. Setiap tahun selalu meningkat dengan baik perkembangannya namun pada tahun 2022 ada gesekan dari pihak sponsor yang mengatasnamakan milik pribadi dan memfasilitasi terlaksana event saat itu, namun yang kenyataannya nihil dan tidak sesuai perjanjian.

Maka studi literatur yang dihasilkan dari The Little Heroes yaitu tidak adanya kekukuhan dalam brand wadah edukasi ini yang melekat secara signifikan, sehingga mudahnya pihak luar untuk mengambil alih event ini sendiri.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 PENGUMPULAN DATA

Tahap dokumentasi dengan observasi langsung melibatkan pengumpulan data mendalam mengenai target audiens dan konteks perancangan. Data mengenai event surfing anak dan nilai kerja sama pada anak usia dini diperoleh melalui studi literatur dan wawancara. Berdasarkan pengumpulan data, Menurut Harun Rasyid (2009:64), anak usia dini dianggap sebagai "the golden age" dengan potensi besar untuk mengembangkan berbagai kecerdasan melalui Pendidikan (H. et al., 2020). Undang-undang no.20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional menetapkan anak usia dini sebagai anak berusia 0-6 tahun. Menurut Hurlock (1978:38), masa kanak-kanak dini, yang juga dikenal sebagai usia prasekolah atau pra kelompok, melibatkan anak-anak berusia 2-6 tahun yang mulai belajar mengendalikan lingkungan dan menyesuaikan diri secara sosial. Pada periode ini, anak-anak berusaha untuk mengendalikan lingkungan sekitar mereka dan mulai belajar menyesuaikan diri secara sosial (Musyarofah, 2017).

Salah satu kemampuan sosial yang penting dikembangkan anak usia dini adalah kemampuan kerja sama. Penelitian oleh Musfiroh, Hasbullah, dan Makhmudi pada tahun 2007 menunjukkan pentingnya mengajarkan kerjasama sejak dini karena kemampuan ini sangat dibutuhkan dalam kehidupan bermasyarakat (Fitriah & Pamungkas, 2023). Khususnya dalam pendidikan anak usia dini, nilai-nilai kerjasama menjadi sangat relevan mengingat pada usia ini anak-anak sedang mengembangkan pola pikir dan perilaku sosial mereka.

Selain itu, Hasil wawancara menunjukkan bahwa perlunya edukasi sedari dini dimulai dari pendidikan dasar tentang beretika yang baik terhadap sesama manusia, alam dan sekitar. Hal ini pun diterapkan langsung pada saat anak-anak berkegiatan setiap hari, pada saat surfing di air dan menjalani kompetisi.

### 3.2 ANALISIS DATA

Pada tahap analisis ini yaitu mengumpulkan semua data dari hasil wawancara, observasi dan studi literatur, terkumpul pemikiran untuk merancang identitas dan *awareness* untuk membangun dan menguatkan nama dari wadah edukasi yang berkompeten agar terus berkembang memunculkan nama-nama di kancah internasional.

Perancangan *brand identity* ini bertujuan untuk memberikan simpati terhadap masyarakat yang dituju serta universal untuk merasakan hegemoni dan manfaat yang didapat dari wadah The Little Heroes ini dengan lebih berwarna dan bahagia. Hal ini mengantisipasi terjadinya pengakuan dan mengatasnamakan pihak lain untuk kepentingan tersendiri. Maka dari itu dalam perancangan ini akan mematenkan identitas dari *brand event* dan wadah edukasi The Little Heroes.

Manfaat dari perancangan ini yaitu menambah nilai estetika terhadap visual yang ditampilkan serta menetapkan identitas brand dan manfaat dari segi informasi yaitu untuk menarik perhatian masyarakat untuk mengikuti rangkaian event competition surfing the Little Heroes serta menarik media sponsor untuk ikut berkontribusi dalam perhelatan event competition surfing the Little Heroes.

**Think** target disuguhkan dengan konten yang menguatkan estetika identitas visual logo The Little Heroes dan memberikan pengetahuan informasi mengenai The Little Heroes.

**Feel** Target memiliki sudut pandang tersendiri mengenai event kompetisi The Little Heroes yang mengedukasi dan berkompeten sehingga memunculkan simpati dan rasa bangga.

**Do** Target datang dan mengikuti event kompetisi The Little Heroes yang digelar setiap tahunnya untuk mendukung dan mengembangkan potensi.

### 3.3 KONSEP KREATIF

Tahap ideate merupakan tahap di mana konsep perancangan The Little Heroes mempunyai konsep berbobot dikarenakan diusung dari berbagai macam karakter, ekspresi warna dan sikap yang terbentuk dari ekosistem wilayah itu sendiri, yakni Batukaras. The Little Heroes berperan penting untuk peselancar baik generasi muda maupun tua, oleh karena itu banyak pengembangan yang dibangun untuk The Little Heroes yang mencakup edukasi tentang bagaimana bermain dan bersikap diatas air, bersosialisasi dan peka terhadap sesama manusia maupun lingkungan.

Maka dari itu konsep visual diambil dari banyak warna kebahagiaan dan ketekunan dalam berproses yang disuguhkan oleh warga Batukaras dan menjadikan sebuah identitas baik yang teringat di mata orang dalam maupun luar yang dilengkapi perancangan logo, Font, strategi komunikasi, *Graphic Standard Manual* dan Video Campaign.

Creative Approach mengubah cara pandang masyarakat dan pihak pendukung untuk lebih simpati terhadap event kompetisi yang beredukasi dan berkompeten dan menampilkan sisi lain dari bakat yang dihasilkan dari kompetisi yang diadakan.

Pembawaan *tone and manner* dengan pendekatan *Fun* Menampilkan visual dalam perancangan logo, poster, banner, merchandise dan segala kebutuhan acara dengan kesan yang bahagia, menghibur menarik perhatian. Dilengkapi *Colorfull* Menampilkan visual yang berwarna seirama dengan tema acara untuk menampilkan identitas yang berkarakter. Sehingga menghasilkan *Interesting* dari suguhan layout dan asset visual beragam yang

diolah langsung dari hasil karya para peserta sehingga menjadi ketertarikan terhadap acara yang diselenggarakan.



Gambar 05. Color pallet

Warna yang diambil merupakan warna pilihan yang disesuaikan dengan karakter anak-anak di Batukaras, warna ini mewakili dua gender yaitu laki-laki dan perempuan yang dimana perempuan juga bisa mengikuti dan menaklukan ombak untuk menjadi juara. Disisi lain warna ini diambil dari warna alam khas Batukaras, hal ini bisa dibuktikan dari warna biru yaitu warna yang ramah serta mewakili warna dari birunya laut di Batukaras dan ramahnya masyarakat disana. Warna hijau mengartikan keasrian alam sekitar yang dimana alam disana masih asri terjaga dengan baik. Warna jingga diambil dari karakter anak-anak di Batukaras yang berani menaklukan hantaman ombak dan bersikukuh untuk menjadi juara yang berkompeten serta menjadi warna ikonik yang diambil dari menara suar tsunami yang ada di Batukaras. Warna pink menjadi warna yang merepresentasikan dari para perempuan yang ada di Batukaras yang ikut berjuang mengharumkan nama selancar ombak di Batukaras dari mata perempuan yang bisa juga menjadi juara dan menaklukan hempasan dan deburan ombak.

SignPainter

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn  
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu  
Vv Ww Xx Yy Zz  
1234567890

Gambar 06. SignPainter (*Primary Font*)

Roboto

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn  
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu  
Vv Ww Xx Yy Zz  
1234567890

Gambar 07. Roboto (*Secondary font*)

Media Aplikasi yang disajikan tidak luput dari kombinasi font yang menjadi pelengkap dari semua Brand Collateral maupun publikasi. Maka dari itu font SignPainter menjadi font utama berkesan *rustik* yang dipakai untuk tagline dari logo atau asset visual pendukung grafis serta font Roboto yang menjadi patokan font untuk penulisan umum yang digunakan untuk kebutuhan grafis seperti poster surat dan sebagainya.

Media aplikasi yang dirancang meliputi kebutuhan strategi komunikasi untuk menyampaikan pesan dari brand yang dikemukakan kepada masyarakat luas yang diantaranya yaitu pembuatan poster event, merchandise, banner serta social media post untuk strategi

pemasaran dengan menggunakan media Instagram, tiktok dan facebook sebagai media publikasi.

The Little Heroes mempunyai konsep berbobot dikarenakan diusung dari berbagai macam karakter, ekspresi warna dan sikap yang terbentuk dari ekosistem wilayah itu sendiri, yakni Batukaras. The Little Heroes berperan penting untuk peselancar baik generasi muda maupun tua, oleh karena itu banyak pengembangan yang dibangun untuk The Little Heroes yang mencakup edukasi tentang bagaimana bermain dan bersikap diatas air, bersosialisasi dan peka terhadap sesama manusia maupun lingkungan.

Maka dari itu konsep visual diambil dari banyak warna kebahagiaan dan ketekunan dalam berproses yang disuguhkan oleh warga Batukaras dan menjadikan sebuah identitas baik yang teringat di mata orang dalam maupun luar negeri.

### 3.4 Hasil Karya

Hasil karya perancangan identitas logo dan strategi komunikasi melalui output *Graphic Standard Manual* meliputi pembuatan logo, Typography, Asset grafis dan publikasi.

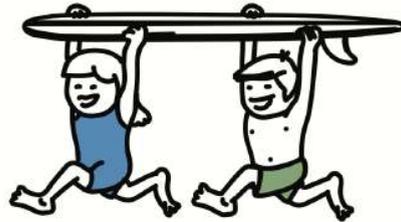
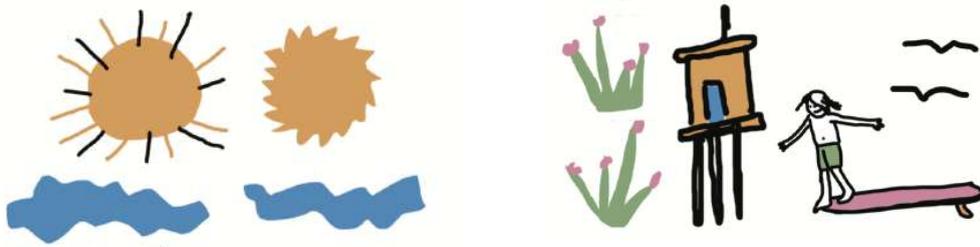
Dari hasil penelitian dan dirancang lah sebuah identitas melalui *typography visual* dengan nama Karas03. diambil dari nama Batukaras yang bernuansa playful dan beraneka ragam serta dar karakter goresan pena pada kertas yang buat oleh anak-nak di Batukaras.



Karas03  
Decorative Type | Hand Writing

Gambar 08. Typography identity

Tidak luput dari visual pendukung untuk meramaikan suasana visual yang ditampilkan, dibuatlah super grafis bernuansa pantai dan berkarakter bagi Batukaras itu sendiri.



Gambar 09. Super Graphic

### Rancangan Logo

Logo dirancang dari susunan huruf Karas03 dan dijadikan sebagai logo type utama untuk logo The Little Heroes. Menurut Rustan (2009: 13) fungsi dari logo adalah sebagai berikut: Identitas Perusahaan (Agar dapat membedakan dengan identitas milik orang lain) Tanda Kepemilikan (Agar dapat membedakannya dengan milik orang lain) Tanda Jaminan kualitas.

Pembuatan logo ini melalui beberapa proses dan persetujuan dari pihak The Little Heroes untuk mencapai hak paten identitas yang dirancang. Rancangan awal dimulai dari proses sketsa dengan pengaplikasian karakter goresan kasar dari gambar anak-anak lokal Batukaras sehingga menjadi logo dengan kombinasi warna dari setiap huruf yang disajikan.



Gambar 10. Logo The Little Heroes

## Rancangan *Graphic Standard Manual*

Graphic standard manual berisi brand guideline sebagai patokan dan pedoman identitas yang dirancang, buku yang berisikan tentang aturan logo, pemilihan jenis *font*, *layout*, *pattern*, dan segala elemen yang digunakan oleh sebuah *brand* atau perusahaan guna membangun identitas yang kuat. Biasanya aturan ini digunakan sebagai panduan dasar untuk desainer supaya tidak keluar dari jalur dan tetap konsisten dari apa yang terlihat, terdengar, dan terasa dari suatu brand.



Gambar 11 dan 12. Buku Graphic Standard Manual

## Rancangan Poster

Poster digunakan sebagai media informasi pendukung dari terselenggaranya event, poster dipilih karena menjadi salah satu merchandise yang bisa dikoleksi dan menjadi media buruan bagi para target audiens. Isi dari poster memberikan informasi terselenggaranya event dan menyuguhkan visual dari suasana dan karakter para peserta The Little Heroes.



Gambar 13. Poster Event

### **Rancangan Merchandise**

Merchandise dipilih sebagai media pendukung karena bisa menjadi buah tangan untuk dibawa pulang, di lain sisi merchandise menjadi media promosi untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas serta menjadi penghasil dana dari hasil penjualan merchandise atau produk yang dijual.



Gambar 13. Poster Event

#### **4. KESIMPULAN**

Perancangan *Brand Identity* dan strategi komunikasi pada event The Little Heroes ini diharapkan menjadi solusi untuk lebih memudahkan dalam mengakses informasi tentang edukasi sedari dini dan menjadi semangat kepada generasi penerus di Batukaras, juga menjadi arsip prestasi yang terus tercetak di kancah Nasional maupun Internasional. Perancangan ini sudah melalui tahap uji coba dengan menerapkan hak paten pada identitas serta menyalurkan informasi melalui strategi komunikasi dengan bantuan para atlet dan influencer untuk mempublikasikan informasi tentang event The Little Heroes.

Bila ditinjau dari karakteristik audiens yang dituju dengan kegemarannya ikut serta dalam event kompetisi ini serta satu irama dalam karakter visual dengan hegemoni event yang dilaksanakan menjadi kepuasan bagi para penikmat dan perancang untuk menikmati isi dari rancangan dan event yang dilaksanakan.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Saya panjatkan puji dan syukur kepada Tuhan yang maha pengasih juga maha bijaksana telah memberikan kesempatan untuk mengerjakan proyek rancangan ini dengan keadaan sadar dan sehat. Tidak lupa kepada orang tua yang selalu memberikan doa dengan semangat yang tinggi. Terimakasih juga saya ucapkan kepada pihak pendukung PT. Bujang Rimba Berjaya yang selalu mensupport proses, memberikan alat dalam proses perancangan ini dan memberikan toleransi waktu lebih fleksibel dalam mengerjakan proyek ini. Terimakasih juga kepada jajaran Batukaras Surf Club, Andre Wellman, Vanya Safitri, Dean Permana, Ganjar Aji Fajar, Edgar Yoga beserta seluruh keluarga Batukaras yang telah sudi menampung ide dan menjalan proyek ini dengan hasil yang baik. Terima Kasih kepada Enya dan keluarga CGD34 yang selalu mendukung dari pelaksanaan proyek ini. Tidak lupa terimakasih kepada para dosen pembimbing Pak Inko Sakti Dewanto, S.T., M.Ds., dan Ibu Wiwi Isnaini, S.Sn., M.Ds.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Musyarofah. (2017). PENGEMBANGAN ASPEK SOSIAL ANAK USIA DINI DI TAMAN KANAK KANAK ABA IV MANGLI JEMBER TAHUN 2016 Musyarofah. *Inject: Interdisciplinary Journal of Communication*, 2(1), 99–122.
- Silvana, H. (2010). KOMUNIKASI ANTARBUDAYA PARA SURFER DI LOKASI PARIWISATA PANTAI BATUKARAS. *Jurnal Socioteknologi Edisi 20 Tahun*.
- Scarfe, B. E., Elwany, M. H. S., Mead, S. at., & Black, K. P. (2003). *The Science of Surfing Waves and Surfing Breaks - A Review*. Integrative Oceanography Division EScholarship Repository.
- Labola, Y. A. (2019). KONSEP Pengembangan Sumber Daya Manusia berbasis kompetensi, Bakat Dan Ketahanan Dalam Organisasi. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 7(1). <https://doi.org/10.26905/jmdk.v7i1.2760>
- Maimunah, Manula, D. E., & Kusuma, D. B. (2017). PERANCANGAN PROTOTYPE VISUAL PADA BAGIAN DESAIN SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI PADA PT.SULINDAFIN.
- Rhenald Kasali. (1998). "Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning". Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2008). In *B2B brand management*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer
- Ghodeswar, B.M. (2008), "Building brand identity in competitive markets: a conceptual model", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 17 No. 1, pp. 4-12.
- Sobur, Alex. {2006}. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Yosdakarya