

Pemahaman terhadap nilai budaya Yogyakarta melalui penggunaan logotype kota Yogyakarta tahun 2015 = Understanding Yogyakarta's cultural value in Yogyakarta's 2015 logotype

Yan Simba Patria, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20456591&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Keberhasilan proses komunikasi nilai budaya dalam membangun city branding salah satunya dibuktikan dengan adanya pemahaman masyarakat terhadap pesan yang disampaikan melalui material desain logo. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pemahaman masyarakat terhadap nilai budaya Yogyakarta yang disampaikan melalui logotype kota Yogyakarta tahun 2015. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan melakukan pengumpulan data melalui wawancara dan studi literatur. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pemahaman masyarakat terhadap nilai budaya dalam konsep visual logotype Kota Yogyakarta masih rendah. Hal dibuktikan dari temuan hasil wawancara terhadap 11 informan. Ketidapahaman tersebut disebabkan oleh beberapa faktor yaitu; kurangnya pengetahuan terhadap perubahan logotype, permasalahan publikasi dan sosialisasi makna logotype, dan perbedaan persepsi antara Dewan City Branding dan masyarakat terhadap nilai budaya. Permasalahan pengetahuan perubahan logotype terjadi akibat rendahnya awareness masyarakat terhadap perjalanan perubahan brand kota Yogyakarta dari tahun 2001 ke tahun 2015. Permasalahan ketidapahaman banyak dipengaruhi oleh adanya ketidaksesuaian antara nilai yang disampaikan oleh Dewan City branding dengan persepsi masyarakat terhadap nilai budaya Yogyakarta. Pada akhirnya, penelitian ini menghasilkan rekomendasi saran berupa pergantian sebagian visual logotype berdasarkan analisis yang telah dilakukan.

ABSTRACT

The measure of a successful communication of cultural values in city branding is the level of people's understanding of the message conveyed by the logo design. This research aims at exploring people's understanding of Yogyakarta's cultural values communicated through Yogyakarta's 2015 Logotype. Qualitative method is employed for this research and data are gathered through literature review and interviews. This study reveals that people's understanding of the cultural values in the visual concept of Yogyakarta's logotype is lacking. This is due to lack of knowledge about the changes in the logotype, problems related to the publication and dissemination of the logotype, and people's differing perceptions about cultural values. The lack of knowledge about the logotype is resulted from low level of awareness about the evolvement of the City of Yogyakarta's brand since 2001 until 2015. The lack of publication and dissemination of Yogyakarta's logotype to provide visual understanding of the logotype contributes to this lack of awareness. Furthermore, it's also a case of incompatibility between the messages that the City Branding Council tries to convey and the people's understanding of Yogyakarta's cultural values. This research concludes by providing recommendations on how some visual parts of the logotype should and could be modified to better represent Yogyakarta's cultural values based on the analysis provided by this study.