



# *Sayembara* Pembuatan Logo & Slogan City Branding KABUPATEN PEMALANG

**T O R**

**( TERM OF REFERENCE )**

PEMERINTAH KABUPATEN PEMALANG  
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH  
Jl. Jend. Sudirman Timur No. 64 Pemalang



# TOR (TERM OF REFERENCE) SAYEMBARA PEMBUATAN LOGO DAN SLOGAN CITY BRANDING KABUPATEN PEMALANG

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa persaingan antar wilayah yang ada semakin ketat. Wilayah-wilayah yang ada saling berkompetisi dengan tempat lain untuk memperebutkan perhatian, investasi, pengunjung, pembeli, event-event, dan kegemaran. Sehubungan dengan hal tersebut, beberapa kota di dunia mulai menggunakan slogan sebagai media promosi seperti Paris dengan *The City of Lights*, Macao *Welcome You*, Bangalore *The Silicon Valley of India*, Osaka *Sports Paradise*, *Best on Earth* in Perth, Brisbane dengan *Australia's New World City*, Las Vegas dengan *What Happens Here, Stays Here*, Kuala Lumpur dengan *City of the Future*. Di Indonesia sendiri beberapa kota mulai meluncurkan slogan untuk menonjolkan identitasnya. Pada tahun 2001 Kota Yogyakarta menghadirkan *positioning* Jogja: *The Never Ending Asia*. Kota Semarang pada akhir tahun 2006 meluncurkan Semarang *The Beauty of Asia*, Jakarta dengan *Enjoy Jakarta*.



Gambar 1  
Contoh Logo dan Slogan City Branding dari Beberapa Kota

Pada tahun yang sama, Kota Surakarta mengusung brand Solo: *The Spirit of Java* dan tahun 2011 Kota Pekalongan dengan *World's City of Batik*. Penggunaan logo dan slogan tersebut merupakan salah satu bentuk penerapan *city branding*.

Menurut Chaniago dalam Yuli (2011), *city branding* adalah proses atau usaha membentuk merek dari suatu kota untuk mempermudah pemilik kota tersebut untuk memperkenalkan kotanya kepada target pasar (investor, tourist, talent, event) kota tersebut dengan menggunakan kalimat positioning, slogan, icon, eksibisi dan berbagai media lainnya.



Memberikan brand pada sebuah wilayah adalah gagasan menemukan atau menciptakan beberapa keunikan yang membedakan satu tempat dari tempat lain dalam rangka untuk mendapatkan nilai brand yang kompetitif. Fungsi city branding tidak hanya mencakup komunikasi pemasaran wilayah secara umum tetapi dapat juga mendukung strategi pengembangan wilayah, seperti pengembangan seni-budaya dan pariwisata, sentra industri dan perdagangan, pendidikan, kesejahteraan masyarakat dan masih banyak lagi.

Dampak akumulasi dari pengembangan wilayah akan turut memutar roda perekonomian dari masyarakat wilayah tersebut.

City branding pada Kabupaten Pemalang dibutuhkan untuk menonjolkan potensi-potensi yang ada agar Kabupaten Pemalang tidak terlihat sebagai kabupaten perlintasan saja, lebih lanjut harus memiliki ciri khasnya sendiri, yang membedakannya dengan kota dan daerah lainnya, seperti halnya dalam pemasaran produk dalam dunia bisnis dan komersial. Ciri khas tersebut dapat dimanfaatkan untuk 'menjual' daerah kepada calon pendatang dari seluruh penjuru dunia.



Menurut Van Gelder (2003), persyaratan suatu city brand tidak jauh dari persyaratan merek atau branding pada umumnya, yaitu:

- a. City brand harus menunjukkan kondisi kualitas dari kota atau daerah yang sebenarnya. City brand pada kenyataannya bukan merupakan cita-cita atau visi semata-mata yang ingin dicapai, tetapi adalah kenyataan yang sebenarnya yang menggambarkan kondisi kota tersebut. City brand juga bukan pula merupakan semata-mata suatu janji, tetapi adalah janji yang ditetapi ketika orang tinggal, hidup, menetap atau sekedar berkunjung ke dalam suatu kota.
- b. City brand memaparkan sesuatu yang baik dari kota. Bukan menjelaskan kekurangan atau sisi buruk dari kota tersebut.
- c. City brand harus mudah diucapkan, dikenal, diingat, dijiwai, dihayati dan dipahami oleh tidak hanya penduduk kota, tetapi juga bagi setiap orang yang melihat, membaca dan mendengarnya.
- d. City brand harus mudah terbedakan, oleh karena itu harus spesifik dan khas.
- e. City brand harus mudah diterjemahkan ke dalam bahasa asing, khususnya Bahasa Inggris harus menggambarkan pengertian yang sama dan identik, sehingga tidak membingungkan orang yang mengetahuinya.
- f. City brand harus bisa memperoleh hak untuk didaftarkan dan mendapat perlindungan hukum.



Konsep arahan desain branding Kabupaten Pemalang dengan menggunakan ikon-ikon terpilih berupa prioritas aspek. Ikon-ikon terpilih tersebut berupa 4 aspek potensi yang paling menonjol di Kabupaten Pemalang, berupa:

- Aspek Sumber Daya Alam
- Aspek Pertanian
- Aspek Pariwisata
- Aspek Kebudayaan





Pada Tahun Anggaran 2015 Pemerintah Kabupaten Pemalang melalui BAPPEDA Kabupaten Pemalang telah melaksanakan kajian tentang bagaimana Membangun City Branding Kabupaten Pemalang dengan maksud dan tujuan untuk mendapatkan Blueprint City Branding yang tepat bagi pembentukan pencitraan Kabupaten Pemalang dalam rangka memperkuat publikasi motto PEMALANG IKHLAS sebagai roh pembangunan daerah. Sebagai kelanjutannya, pada Tahun Anggaran 2016 Pemerintah Kabupaten Pemalang akan melaksanakan kegiatan Sayembara Pembuatan Logo dan Slogan City Branding Kabupaten Pemalang yang merupakan pengejawantahan peran serta masyarakat dalam pembangunan.



## 2. Tujuan

- a. Tujuan diselenggarakannya Sayembara ini adalah untuk menghasilkan desain yang berupa logo dan slogan yang mencerminkan identitas, sejarah, budaya, gaya hidup Kabupaten Pemalang.
- b. Sebagai bahan untuk penetapan City Branding Kabupaten Pemalang.

## B. ACUAN DAN ARAHAN SAYEMBARA

### 1. Tema Sayembara

Membangun citra Kabupaten Pemalang yang mencerminkan identitas, sejarah, budaya, dan gaya hidup dengan tetap berpedoman pada motto PEMALANG IKHLAS (Indah, Komunikatif, Hijau, Lancar, Aman dan Sehat).

### 2. Peserta Sayembara

Sayembara ini terbuka bagi seluruh berwarga negara Indonesia baik secara individu maupun tim yang bertempat tinggal di Pemalang maupun di luar Pemalang baik dari kalangan mahasiswa, praktisi, akademisi atau masyarakat umum.

Juri, panitia, dan Satuan Kerja Bappeda Kabupaten Pemalang beserta pegawai atau anggota keluarganya **tidak diperkenankan** mengikuti Sayembara ini.

### 3. Batasan Lokasi Sayembara

Lokasi sayembara adalah wilayah Kabupaten Pemalang yang mempunyai luas wilayah sebesar 111.530 Ha. Terletak pada  $109^{\circ} 17'30'' - 109^{\circ} 40'30''$  BT dan  $8^{\circ} 52'30'' - 7^{\circ} 20'11''$  LS. Wilayah Kabupaten Pemalang terdiri dari 14 kecamatan, 211 desa 11 kelurahan.

### 4. Batasan Keluaran Sayembara

Keluaran / produk yang harus dihasilkan oleh peserta sayembara adalah:

- a. Logo
- b. Slogan
- c. Deskripsi atau penjelasan pesan yang disampaikan dalam Logo dan Slogan

### 5. Kriteria Sayembara

Dalam kriteria sayembara dibagi menjadi 2 (dua) yaitu kriteria dalam PENYUSUNAN DESAIN LOGO DAN SLOGAN dan kriteria dalam PENILAIAN SAYEMBARA.





**A. Kriteria dalam penyusunan Desain Logo dan Slogan City Branding Kabupaten pemalang terdiri dari 4 kriteria yaitu :**

1. **Kriteria isi/konten**, merupakan kriteria yang berkaitan dengan substansi/isi yang meliputi satu kesatuan yaitu logo dan slogan. Kriteria isi ini meliputi :
  - a. Berkaitan dengan 4 aspek paling menonjol dalam pembentukan City Branding Kabupaten Pemalang (sumber daya alam, pertanian, pariwisata dan kebudayaan)
  - b. City brand menggambarkan/mencerminkan potensi Kabupaten Pemalang.
  - c. City brand harus mengakomodasikan visi pembangunan Kabupaten Pemalang.
  - d. Slogan harus jelas dan tidak ambigu.
  - e. Slogan yang diberikan orisinal/asli/tidak plagiat.
  - f. City Brand mudah dipahami masyarakat luas.
  - g. City Brand mudah dijiwai dan dihayati.
  - h. City Brand mudah dikenal masyarakat luas.
2. **Kriteria kata-kata/kalimat**, merupakan kriteria yang berkaitan dengan kalimat city branding.



- a. Slogan city branding harus merepresentasikan potensi Kabupaten Pematang.
  - b. Slogan city branding sulit disalah artikan.
  - c. Slogan city branding mudah dialih bahasa ke bahasa asing.
  - d. Slogan city branding harus berkonotasi positif tentang Kabupaten Pematang.
  - e. Slogan city branding harus harus singkat, jelas dan mudah diucapkan masyarakat luas.
3. **Kriteria bentuk**, merupakan kriteria yang berkaitan dengan bentuk gambar/logo.
- a. Desain city branding harus menunjukkan ciri khas Kabupaten Pematang.
  - b. Desain city branding harus mengikuti kaidah prinsip-prinsip desain seperti kesatuan (*unity*), keseimbangan (*balance*), proporsi (*proportion*), irama (*rhythm*), dominasi (*domination*).
4. **Kriteria warna**, merupakan kriteria yang berkaitan dengan komposisi warna.
- a. Warna yang digunakan mencerminkan karakteristik khas Kabupaten Pematang.



- b. Warna yang digunakan harus sesuai / cocok dengan maknanya.
- c. Warna yang digunakan memiliki komposisi yang seimbang dan serasi.

**B. Kriteria dalam Penilaian Sayembara adalah sebagai berikut :**

- a. Orisinalitas karya.
- b. Relevansi slogan dengan tema.
- c. Kreativitas.
- d. Komposisi antara logo dan slogan (meliputi warna, bentuk gambar, bentuk tulisan dan panjang tulisan).
- e. Penjelasan dari Slogan tersebut.

**6. Tata Cara Pelaksanaan Sayembara**

**A. TATA CARA PENGUMUMAN SAYEMBARA**

Pendaftaran peserta dimulai tanggal **29 Februari - 1 April 2016**, dimana calon peserta wajib mendaftarkan diri dengan mendownload formulir pendaftaran yang tersedia pada situs resmi sayembara **bappeda.pemalangkab.go.id**. dan mengirimkan kembali formulir disertai scan fotocopy KTP/SIM ke email: [citybranding.pemalang@gmail.com](mailto:citybranding.pemalang@gmail.com)





atau datang ke Kantor Sekretariat Panitia Sayembara, Bidang Prasarana dan Pengembangan Wilayah Bappeda Kabupaten Pemalang Jl. Jend. Sudirman Timur No. 64 Pemalang. Masing-masing pendaftar yang telah mengisi formulir pendaftaran akan menerima TOR sayembara. Untuk penjelasan mengenai sayembara akan dilakukan pada *technical meeting* pada tanggal 5 April 2016, tempat Ruang Rapat Bappeda Kabupaten Pemalang Jl. Jend. Sudirman Timur No. 64 Pemalang. Peserta akan diminta untuk mengkonfirmasi kehadiran pada formulir pendaftaran.

## B. TATA CARA PENGUMPULAN SAYEMBARA

- Seluruh hasil karya/desain peserta sayembara disajikan dalam kertas ukuran A3 dengan melampirkan penjelasan dari karya/desain tersebut serta softcopy (CD/DVD) ukuran file maksimal 5 MB dalam format JPEG/PDF.
- Seluruh hasil karya dimasukkan dalam amplop tertutup dengan mencantumkan kalimat "SAYEMBARA LOGO DAN SLOGAN CITY BRANDING KABUPATEN PEMALANG" pada pojok kanan atas sampul depan amplop dan mencantumkan nama lengkap, alamat dan nomor telepon pada sampul belakang amplop.



- Hasil karya peserta sayembara disampaikan kepada:  
"Panitia Sayembara Pembuatan Logo dan Slogan City Branding Kabupaten Pemalang C.q. Bidang Prasarana dan Pengembangan Wilayah Bappeda Kabupaten Pemalang Jl. Jend. Sudirman Timur No. 64 Pemalang".
- Penyampaian hasil karya mulai tanggal **6 April sampai dengan 6 Mei 2016**, cap pos bagi yang melalui pos atau disampaikan langsung ke Kantor Sekretariat Panitia Sayembara.

### **C. TATA CARA ADMINISTRASI DAN PENJURIAN**

Setiap karya yang masuk harus memenuhi seluruh syarat administrasi dan kriteria. Tahap awal, seluruh berkas yang masuk akan diperiksa oleh panitia sayembara menyangkut persyaratan administrasi, antara lain identitas peserta dan format penyajian. Berkas yang tidak memenuhi syarat administrasi tidak dapat diikutkan dalam proses seleksi selanjutnya. **Pada tanggal 9 Mei 2016** akan dilaksanakan Penjurian Tahap I, yaitu juri akan melakukan penilaian berdasarkan kriteria, untuk menghasilkan 10 (sepuluh) nominator pemenang dan akan diumumkan **pada tanggal 12 Mei 2016**. Kemudian penjurian tahap II yaitu berdasarkan hasil penjurian tahap I, peserta diundang untuk presentasi dan tanya jawab pada tanggal **17 Mei**



**2016**, guna menentukan juara 1, 2 dan 3. Dalam rangka memilih pemenang, dewan juri akan memperhatikan seluruh laporan terkait kriteria penyusunan logo dan slogan serta penilaian desain.

Sebuah karya akan gugur atau diskualifikasi, jika:

- Peserta mencoba mempengaruhi anggota dewan juri.
- Peserta mencoba mempengaruhi keputusan dewan juri.
- Bila diketahui ada unsur plagiat.

#### **D. TATA CARA PENGUMUMAN PEMENANG SAYEMBARA**

Setelah sesi presentasi menghasilkan pemenang pertama, kedua dan ketiga akan diumumkan melalui situs resmi sayembara melalui [bappeda.pemalangkab.go.id](http://bappeda.pemalangkab.go.id) pada tanggal **20 Mei 2016** (tentatif) dan penyerahan hadiah akan diserahkan pada tanggal **24 Mei 2016** (tentatif).

Status materi dan pemenang sayembara :

- Semua dokumen karya yang masuk ke Panitia sepenuhnya menjadi hak milik Bappeda Kabupaten Pemalang dan tidak dapat diganggu gugat.
- Kewajiban pemenang sayembara selesai sampai tahap sayembara dari keseluruhan rangkaian proses perencanaan, namun dimungkinkan masih terlibat apabila ada perbaikan logo city branding.





- Bagi para Pemenang, karya yang diserahkan harus asli bukan dari hasil plagiasi baik secara keseluruhan maupun sebagian dari hasil karya orang lain.
- Keputusan Tim Juri tidak dapat diganggu gugat dan tidak diadakan surat menyurat.

## 7. Hadiah Sayembara

Pemenang I : Rp. 10.000.000,- + Trofi dan Piagam Penghargaan

Pemenang II : Rp. 7.500.000,- + Trofi dan Piagam Penghargaan

Pemenang III : Rp. 5.000.000,- + Trofi dan Piagam Penghargaan

Catatan: Pajak ditanggung pemenang.

## 8. Sekretariat Sayembara

Panitia Sayembara Pembuatan Logo dan Slogan City Branding Kabupaten Pemalang:

Bidang Prasarana dan Pengembangan Wilayah Bappeda Kabupaten Pemalang

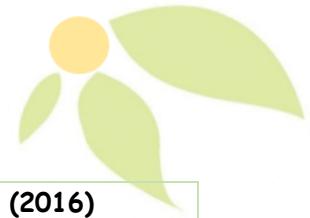
Jl. Jend. Sudirman Timur No. 64 Pemalang

Kontak person : Bapak Raharjo, SIP, MAP (087830159147/085842288393)

Email : [citybranding.pemalang@gmail.com](mailto:citybranding.pemalang@gmail.com)

Website : [bappeda.pemalangkab.go.id](http://bappeda.pemalangkab.go.id)





## Rangkuman Jadwal pelaksanaan sayembara

No	Tahapan	Tanggal (2016)
1.	Pengumuman	29 Februari - 1 April
2.	Pendaftaran dan pengambilan TOR Sayembara	29 Februari - 4 April
3.	Pemberian penjelasan/technical meeting	5 April
4.	Pengumpulan hasil karya peserta	6 April - 6 Mei
5.	Penjurian tahap I	9 Mei
6.	Pengumuman 10 nominator	12 Mei
7.	Penjurian tahap II/Presentasi penentuan pemenang 1,2,3	17 Mei
8.	Pengumuman pemenang 1,2,3	20 Mei (tentatif)
9.	Penyerahan hadiah	24 Mei (tentatif)