



WALIKOTA MADIUN
PERATURAN WALIKOTA MADIUN
NOMOR 52 TAHUN 2018
TENTANG
LOGO DAN TAGLINE CITY BRANDING KOTA MADIUN

WALIKOTA MADIUN,

Menimbang : a. bahwa dalam rangka memberikan citra positif dan kekhasan Kota Madiun sebagai media untuk mempromosikan potensi Kota Madiun baik di dalam maupun di luar daerah, maka dipandang perlu untuk menciptakan Logo dan *Tagline City Branding* yang dapat mewakili karakteristik Kota Madiun ;

b. bahwa untuk memastikan dan menjamin pemanfaatan, penggunaan dan penerapan Logo dan *Tagline City Branding* dengan benar dan tepat, perlu diatur dalam Peraturan Walikota ;

c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Walikota Madiun tentang Logo dan *Tagline City Branding* Kota Madiun ;

Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan ;

2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 ;

3. Peraturan Daerah Kota Madiun Nomor 3 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah ;

4. Peraturan Daerah Kota Madiun Nomor 6 Tahun 2017 tentang Pedoman Pembentukan Produk Hukum Daerah ;

5. Peraturan Daerah Kota Madiun Nomor 18 Tahun 2017 tentang Identitas Daerah ;

MEMUTUSKAN :

**Menetapkan : PERATURAN WALIKOTA MADIUN TENTANG LOGO DAN
TAGLINE CITY BRANDING KOTA MADIUN.**

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Walikota ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kota Madiun.
2. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kota Madiun.
3. Walikota adalah Walikota Madiun.
4. Perangkat Daerah adalah Perangkat Daerah di Lingkungan Pemerintah Kota Madiun.
5. *City Branding* adalah strategi atau upaya Pemerintah Kota Madiun untuk memberikan posisi yang kuat kepada Kota Madiun agar dapat lebih dikenal baik di dalam maupun di luar daerah.
6. Logo *City Branding* adalah identitas visual yang terdiri atas *logotype*, *logogram* dan *tagline* yang mencerminkan karakteristik, ciri-ciri, potensi dan budaya masyarakat Kota Madiun yang membedakan dengan daerah lain.
7. *Logotype* adalah tulisan "Madiun" pada Logo *City Branding*.
8. *Logogram* adalah gabungan simbol pandangan mata, goresan loreng harimau dan tanduk banteng serta unsur-unsur ikonik lain yakni kilatan api, gerakan efek pencak silat, alam madiun dan kerambit.
9. *Tagline* adalah tulisan "Kota Karismatik" pada Logo *City Branding*.

BAB II

MAKSUD DAN TUJUAN

Pasal 2

- (1) Logo *City Branding* Daerah dimaksudkan untuk memberikan identitas visual yang menggambarkan kekhasan, potensi, sejarah, karakter dan budaya masyarakat Daerah.

- (2) Tujuan ditetapkan Logo *City Branding* Daerah adalah :
- untuk mempromosikan potensi dan memberikan citra positif kepada Daerah ;
 - untuk meningkatkan kemampuan Daerah agar dapat bersaing dan berkompetisi dengan daerah-daerah lain dalam mengembangkan potensi dan kunjungan wisata.

BAB III

PENETAPAN LOGO CITY BRANDING DAERAH

Pasal 3

- (1) Logo *City Branding* Daerah terdiri dari :
- logotype* ;
 - logogram* ; dan
 - tagline*.
- (2) Bentuk, warna dan penerapan logo *City Branding* Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tercantum dalam Lampiran Peraturan Walikota ini.

BAB IV

MAKNA LOGO CITY BRANDING DAERAH

Bagian Kesatu

Logotype

Pasal 4

- (1) *Logotype* sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (1) huruf a terbentuk dari nama Kota yaitu Madiun.
- (2) *Logotype* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menggunakan jenis huruf Iskra sebagai huruf utama dan huruf Gotham sebagai huruf sekunder.
- (3) *Logotype* dengan jenis huruf Iskra sebagaimana dimaksud pada ayat (2) digunakan untuk segala bentuk publikasi dari *City Branding* Daerah, terutama dalam pemakaian judul suatu informasi, untuk menggambarkan sisi estetis, kesantunan dan kekuasaan yang dimiliki Daerah.
- 

- (4) *Logotype* dengan jenis huruf Gotham sebagaimana dimaksud pada ayat (2) digunakan untuk keperluan aktivasi *branding* Daerah seperti penulisan surat, dokumen atau lainnya.
- (5) Bentuk *Logotype* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tercantum dalam Lampiran Peraturan Walikota ini.

Bagian Kedua

Logogram

Pasal 5

- (1) *Logogram* sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (1) huruf b terinspirasi dari ikon-ikon yang menggambarkan Daerah, yaitu sosok hewan Harimau dan Banteng, kilatan api, gerakan efek pencak silat, alam Daerah dan kerambit.
- (2) Makna filosofis dari *logogram* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah :
 - a. sosok harimau yang terkenal berkarisma, sebagai representasi masyarakat daerah yang tenang, berani dan percaya diri, divisualkan dalam pandangan mata dan goresan loreng harimau ;
 - b. sosok Banteng, sebagai representasi masyarakat daerah yang tangguh, kuat dan berani juga defensif pada ancaman dan problematika yang datang, divisualkan dalam pandangan mata dan tanduk banteng ;
 - c. kilatan api, yang menggambarkan semangat masyarakat Daerah yang berapi-api, siap menyelesaikan tantangan yang ada di masa depan ;
 - d. gerakan efek pencak silat, yang digambarkan dalam gaya visual yang dinamis ;
 - e. alam daerah sebagai representasi keberadaan Daerah yang diapit dua lembah dan gunung, digambarkan dengan lekukan rerumputan ;

- f. kerambit yang akan tampak jika *logogram* tersebut dilihat dari jauh, sebagai pelengkap citra masyarakat daerah.
- (3) *Logogram* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) secara keseluruhan bertujuan untuk membangunkan kembali semangat dan kejayaan masyarakat Daerah.
- (4) *Logogram* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri dari 5 (lima) warna yaitu :
- a. Hitam (C:0, M:0, Y:0, K:90) melambangkan keabadian ;
 - b. Hijau Tua (C:80.4, M:20.8, Y:100, K:6.1) dan Hijau Muda (C:62.5, M:1.2, Y:78.3, K:0, R:101, G:187, B:106) melambangkan kesuburan, kemakmuran, dan kesejahteraan ;
 - c. Kuning (C:0, M:63.1, Y:100, K:0, R :243, G :124, B:32) dan Kuning emas (C:0.2, M:33.1, Y:100, K:0, R:251, G:178, B:22) melambangkan kebesaran dan kejayaan.

Bagian Ketiga

Tagline

Pasal 6

- (1) *Tagline* sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (1) huruf c terbentuk dari kata "Karismatik" yang menggambarkan Daerah secara keseluruhan.
- (2) Karismatik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berarti bersifat keadaan atau bakat yang dihubungkan dengan kemampuan yang luar biasa dalam hal kepemimpinan seseorang untuk membangkitkan pemujaan dan rasa kagum dari masyarakat terhadap dirinya atau atribut kepemimpinan yang didasarkan atas kualitas kepribadian individu.
- (3) *Tagline* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menggunakan jenis huruf Iskra untuk menggambarkan sisi estetis, kesantunan dan kekuasaan yang dimiliki Daerah.
- (4) *Tagline* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berwarna abu-abu.

BAB V
PENGUNAAN

Pasal 7

- (1) *Logo City Branding* sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 digunakan oleh Perangkat Daerah untuk mempromosikan dan mengembangkan citra positif Daerah melalui kegiatan yang dilaksanakan Pemerintah Daerah dalam rangka :
 - a. kegiatan resmi Pemerintah Daerah ;
 - b. promosi Daerah ;
 - c. penyebaran informasi kepada masyarakat/ kelompok binaan/stakeholder dan jejaringnya.
- (2) *Logo City Branding* dapat digunakan oleh masyarakat Daerah dalam rangka meningkatkan taraf kehidupan/tingkat kesejahteraan.

BAB VI
LARANGAN

Pasal 8

- (1) *Logo City Branding* sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 tidak boleh digunakan pada :
 - a. *background* gradasi yang terlalu kontras dan tidak sesuai dengan warna brand Daerah ;
 - b. *background* berpola atau tekstur.
 - (2) *Logo City Branding* sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 tidak boleh :
 - a. diberi *outline* atau *stroke* pada logo dengan cara apapun ;
 - b. diberi bayangan atau beragam efek ;
 - c. membuat logo satu warna diluar ketentuan.
- 

BAB VII
KETENTUAN PENUTUP
Pasal 9

Peraturan Walikota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Walikota ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kota Madiun.

Ditetapkan di **MADIUN**

pada tanggal 15 Oktober 2018

WALIKOTA MADIUN,



H. SUGENG RISMIYANTO, SH, M.Hum.

Diundangkan di **MADIUN**
pada tanggal 15 Oktober 2018



SEKRETARIS DAERAH

RUSDIYANTO, SH, M.Hum.

Pembina Utama Muda

NIP. 19671213 199503 1 003

BERITA DAERAH KOTA MADIUN
TAHUN 2018 NOMOR 52/G

LAMPIRAN : PERATURAN WALIKOTA MADIUN
NOMOR : 52 TAHUN 2018
TANGGAL : 15 Oktober 2018

BENTUK, WARNA DAN PENERAPAN LOGO CITY BRANDING DAERAH

1. Logo *City Branding* dengan Latar Berwarna Putih dan Hitam



2. Logogram



Ikon sebagai dasar Filosofi Logogram terdiri dari :

- a. sosok harimau ;
- b. sosok banteng ;
- c. kilatan api;
- d. gerakan efek pencak silat ;
- e. alam daerah ;
- f. kerambit.



3. Logo Grid



4. Ukuran Logo Minimal

Ukuran logo pada setiap implementasinya tidak boleh lebih kecil dari ukuran yang telah ditetapkan



5. Konfigurasi Logo dan Ruang Kosong

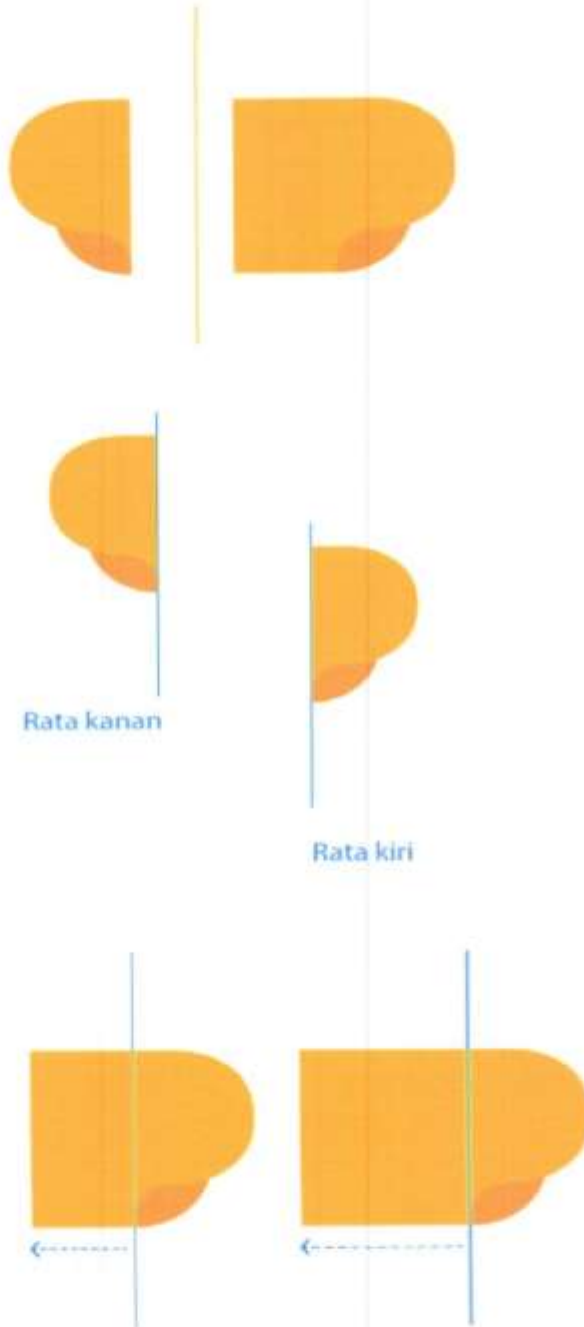


6. Secondary Graphic

Adalah suatu alat visual yang unik untuk mendukung keutuhan *brand*.

Secondary Graphic pada *branding* Kota Madiun dibedakan menjadi 2 (dua), yakni *supergraphic* dan *pattern* (pola)

a. *Supergraphic*





Gambar di dalam
supergraphic



Gambar *op-up* pada
supergraphic



Menambahkan *stroke* di
supergraphic



Mengisi gambar lain
pada bentuk yang salah



Supergraphic yang
sesuai



Memberi bentuk tambahan
di *supergraphic*



Memutar bentuk
supergraphic yang tidak
sesuai

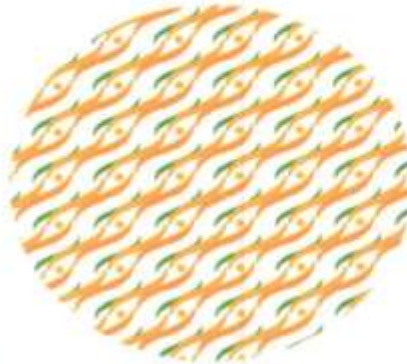


Supergraphic yang
sesuai

7

b. Pola/Motif

Sebagai variasi unsur visual alternatif dari *supergraphic*, digunakan untuk mengisi detail-detail kecil pada media perancangan yang dibutuhkan dalam aktivasi *city branding* daerah.



(Pola dengan warna gelap pada latar terang)



(Pola dengan warna terang pada latar terang)



(Pola dengan warna terang pada latar terang)

7. Adaptasi Latar



(Latar standar putih polos tanpa ada pola, tekstur, atau gambar)



(Latar warna Madiun abu-abu)



(Latar foto terang dengan dominasi warna putih)



(Latar gelap dengan dominasi warna hitam)



WALIKOTA MADIUN,

H. SUGENG RISMIYANTO, SH, M.Hum.