

## **BRANDING RUMAH LIMAS 100 TIANG DI OGAN KOMERING ILIR SUMATERA SELATAN**

**M. Baqifidynillah<sup>1</sup>, Aji Windu Viatra<sup>2</sup>, Heri Iswandi<sup>3</sup>**

*<sup>1), 2), 3)</sup> Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya  
Universitas Indo Global Mandiri  
Jl. Jend. Sudirman No.62 Km.4, 20 ilir, Kota Palembang  
Email : [m.baqifidynillah123@gmail.com](mailto:m.baqifidynillah123@gmail.com)*

Received: 1 September 2023

Revised: 2 November 2023

Accepted: 4 Desember 2023

**Abstrak:** Rumah Limas 100 Tiang ini, memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri karena memiliki pondasi dan penyangga sebanyak 100 tiang. Menurut (Hartini, 2016) Bentuk motif ukiran pada Rumah Seratus Tiang pada umumnya berbentuk Geometris, seperti bentuk segitiga, segi empat, bentuk lingkaran, bentuk jajar genjang, dengan ukiran seperti selampit garang, bentuk gelombang, daun kipas, tangkai melati dan tabur seruje. Flora seperti motif bunga mawar serumpun, tabur bunga, bunga tulip, daun manggis, bunga inton dan teratai. Fauna seperti motif belalai gajah. Motif- motif alam lainnya dengan bentuk seperti gelinak lidah, lidah api (cina), lidah api (Kayuagung), bintang kejora, dan matahari terbit. Bahkan Rumah Limas 100 Tiang ini memiliki nilai sejarah dan menyimpan kisah unik dibalik pembuatannya. Meski telah berdiri ratusan tahun, rumah tersebut hingga kini masih ada dan dipelihara dengan baik oleh warga setempat. Keadaan sekarang, sebagian masyarakat lebih memilih mendirikan rumah secara modern sehingga kurangnya pelestarian terhadap rumah tradisional salah satunya yaitu rumah limas 100 tiang, jika hal ini dibiarkan maka timbul kekhawatiran akan hilang suatu kebudayaan, dengan adanya perancangan *branding* dari Rumah limas 100 tiang sehingga dapat lebih memperkenalkan rumah limas 100 tiang di ogan komering ilir.

**Kata kunci:** Rumah Limas 100 Tiang, Branding, Wisata Tradisional

**Abstract:** *This 100-Pole Limas House has its own charm and uniqueness because it has 100 pillars and foundations. According to (Hartini, 2016) The forms of the carving motifs on the Hundred Pillar House are generally geometric in shape, such as triangle shapes, rectangles, circle shapes, parallelogram shapes, with carvings such as slampit garang, wave shapes, fan leaves, jasmine stalks and sowing seruje. Flora such as allied rose motifs, sow flowers, tulips, mangosteen leaves, melon and lotus flowers. Fauna is like an elephant's trunk motif. Other natural motifs with shapes such as tongues, flames (China), flames (Kayuagung), morning stars, and sunrises. Even the 100 Pillar Limas House has historical value and keeps a unique story behind its construction. Even though it has been standing for hundreds of years, the house is still there and is well maintained by local residents. The current situation, some people prefer to build houses in a modern way so that there is a lack of preservation of traditional houses, one of which is the 100-pole pyramid house. 100 pillar pyramid house in Ogan Komering Ilir.*

**Keywords:** *100 pillar pyramid house, Branding, Traditional tourism*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia memiliki banyak ragam rumah tradisional dari Sabang hingga Marauke dengan memiliki gaya arsitektur yang khas dan unik yang menjadi ciri dari suatu daerah, seperti di Sumatera Barat rumah tradisionalnya dikenal dengan sebutan rumah Gadang, di Jambi rumah adat dinamakan rumah panggung Kajang Leko, di Palembang rumah tradisional ada dua yaitu rumah limas dan rumah rakit, dan masih banyak rumah-rumah tradisional lain yang tersebar diseluruh daerah di Indonesia. Rumah menurut bahasa adalah tempat untuk berteduh dan tempat berlindung diri dari alam sekitar. Sedangkan menurut istilah rumah adalah tempat tinggal seseorang yang didesain oleh pemiliknya untuk dijadikan sebagai hunian atau tempat berlindung dari segala aktifitas sehari-hari.

(Muafiah, 2019) Salah satu warisan budaya dari masyarakat Palembang adalah Rumah Limas, Rumah Limas adalah rumah tradisional Palembang (Saragih, 2002), sedangkan menurut wahid (2006) Rumah Limas memiliki budaya dan historis, yang terlihat pada bentuk arsitektur dan ragam hias yang sangat erat kaitannya dengan sistem kepercayaan, status sosial, lingkungan dan cara hidup masyarakatnya. Pada zaman dahulu Rumah Limas ini dibuat hanya untuk golongan tertentu saja misalnya bangsawan, penguasa, tokoh masyarakat, dan orang-orang yang mampu. Namun Keberadaan rumah limas tradisional tersebut semakin lama semakin sedikit hal ini dikarenakan perubahan budaya dan ketidaksediaan bahan-bahan pembuatan rumah sehingga agar rumah tradisional tersebut tetap terjaga dan dikenang maka diperlukan dokumentasi dan inventarisasi yang dilakukan diberbagai daerah Indonesia karena masyarakat Indonesia dikenal sebagai masyarakat yang majemuk atas keanekaragaman kebudayaannya.

Rumah-rumah tradisional atau rumah yang telah dijadikan cagar budaya memiliki perlindungan baik dari masyarakat setempat maupun UU pemerintah yang telah menetapkan tentang perlindungan terhadap bangunan kuno yang dianggap sebagai warisan budaya Nusantara. Peraturan atau hukum Negara mengenai perlindungan terhadap Rumah Limas dalam Pasal 2 dan Pasal 10

Undang-Undang Nomor 11 tahun 2010 tentang Cagar Budaya. Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan Cagar Budaya mengatakan bahwa (1) Cagar Budaya adalah warisan budaya yang bersifat kebendaan berupa benda cagar budaya, bangunan cagar budaya, struktur cagar budaya, situs cagar budaya, dan kawasan cagar budaya di darat dan/atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan melalui proses penetapan. Benda Cagar Budaya adalah benda alam dan/atau benda buatan manusia, baik bergerak maupun tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya, atau sisa-sisanya yang memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia. (Muafiah, 2019)

Bangunan bersejarah sebagai warisan budaya sangat penting untuk dipelihara dan dilestarikan keberadaannya karena itu memberikan peluang bagi generasi penerus untuk menyentuh dan menghayati perjuangan nenek moyangnya (Patriansyah, 2016). Bangunan bersejarah adalah bangunan yang merupakan tempat terjadinya berbagai peristiwa sejarah, tempat dimana tokoh-tokoh penting yang pernah tinggal.

Sumatera Selatan sendiri banyak memiliki rumah adat tidak hanya Rumah Limas. Rumah adat di SUMSEL terbagi menjadi dua suku yaitu suku Palembang dan suku Pasemah, Suku Palembang ini berlokasi di kota Palembang, dulunya kota Palembang dikelilingi sungai dan rawa, dalam suku Palembang ini memiliki rumah adat yaitu Rumah Limas, Rumah Limas, Rumah Cara Gudang, Rumah Ulu sedangkan suku Pasemah adalah suku yang tinggal di daerah pegunungan atau dapat dibidang lebih banyak daratannya dalam rumah adat pasemah ini memiliki rumah adat yaitu Rumah Kilapan, Rumah Tatahan, Rumah Kingking. (<https://www.lamudi.co.id>,2023)

Rumah Limas adalah rumah tradisional berbentuk limas yang dibuat dengan gaya panggung, dibangun bertingkat. Kumpulan tingkat-tingkatnya disebut masyarakat sebagai *Bengkalis* yang memiliki makna tersendiri. Luasan Rumah Limas berkisar mulai dari 400 hingga 1000 meter persegi, sering kali dipinjamkan pemilik rumah untuk digunakan sebagai tempat pesta pernikahan dan acara adat. Hampir seluruh bagian dari Rumah Limas terbentuk dari kayu. Pemilihan kayu dilakukan bukan tanpa sebab, namun menyesuaikan dengan

karakter kayu dan kepercayaan masyarakat di Sumatera Selatan. Uniknya, jenis kayu-kayu yang digunakan merupakan Kayu Unggulan dan dikabarkan hanya tumbuh subur di daerah yang beribu kota di Palembang. Untuk bagian pondasi biasanya menggunakan kayu unglan, kayu yang berstruktur kuat dan tahan air. Sedangkan bagian kerangka rumah, digunakan kayu Seru. Kayu ini cukup langka dan sengaja tidak digunakan untuk bagian bawah rumah karena dalam kebudayaan masyarakat, kayu Seru dilarang untuk diinjak dan dilangkahi. Khusus dinding, lantai, jendela, dan pintu menggunakan kayu Tembesu, yang mempunyai keunggulan dari segi ekologi dan ekonomi. Kentalnya budaya Sumatera Selatan bisa terlihat dari seni ukiran dan ornamen pintu, dinding, maupun atap Rumah Limas yang menggambarkan nilai-nilai kebudayaan setempat. (<https://indonesia.go.id>, 2023)

Menurut Ancok dan Suroso (2008:11) religius adalah merupakan perilaku terhadap agama, yang berupa penghayatan terhadap nilai-nilai agama yang tidak dapat ditandai tidak hanya melalui ketaatan dalam menjalankan ibadah ritual tapi juga dengan adanya keyakinan, pengamalan, dan pengetahuan mengenai agama yang dianutnya. Rumah adat Limas sendiri merupakan hasil dari kebudayaan perpaduan budaya yang ada di Palembang Walaupun tampak sekilas rumah Limas santa kental dengan suasana Islam, namun di dalamnya jga terdapat nilai-nilai dari hasil dari kebudayaan Hindu-Budha.

Rumah Limas 100 Tiang ini, memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri karena memiliki pondasi dan penyangga sebanyak 100 tiang. Menurut (Hartini, 2016) Bentuk motif ukiran pada Rumah Seratus Tiang pada umumnya berbentuk Geometris, seperti bentuk segitiga, segi empat, bentuk lingkaran, bentuk jajargenjang, dengan ukiran seperti selampit garang, bentuk gelombang, daun kipas, tangkai melati dan tabur seruje. Flora seperti motif bunga mawar serumpun, tabur bunga, bunga tulip, daun manggis, bunga inton dan teratai (Patriansyah and Hariansyah, 2018) Fauna seperti motif belalai gajah. Motif- motif alam lainnya dengan bentuk seperti gelinak lidah, lidah api (cina), lidah api (Kayuagung), bintang kejora, dan matahari terbit (Patriansah, 2019). Bahkan Rumah Limas 100 Tiang ini memiliki nilai sejarah dan menyimpan kisah unik dibalik pembuatannya. Meski telah berdiri ratusan tahun, rumah tersebut hingga kini masih ada dan

dipelihara dengan baik oleh warga setempat untuk kunjungan wisatawan. Sejarawan Kabupaten OKI Yuslizal menjelaskan bagaimana asal muasal adanya Rumah Limas 100 Tiang. Menurutnya rumah tersebut dibangun oleh seorang raja demi mendapatkan restu dari orangtua sang calon mempelai wanita.



**Gambar 1** : Rumah Limas Palembang

Sumber : <https://wonderfulindonesia.rumah-limas-khas-palembang>



**Gambar 2** : Rumah Limas 100 Tiang

Sumber : (Baqi,2023)

Berdasarkan Masalah di atas, perlu adanya identitas yang kuat untuk memberikan informasi yang jelas terhadap masyarakat tentang adanya rumah Limas 100 tiang di Ogan Komering Ilir, Oleh karenanya penulis berpikir akan menarik jika *Branding* Rumah Limas 100 Tiang di Ogan Komering Ilir tersebut, dan motif yang ada pada rumah adat limas tersebut merupakan kekayaan daerah yang seharusnya diketahui oleh masyarakat sekitar, karena motif ini merupakan kekayaan bangsa. Keadaan sekarang, sebagian masyarakat lebih memilih

mendirikan rumah secara modern sehingga kurangnya pelestarian terhadap rumah tradisional salah satunya yaitu rumah limas 100 tiang, sehingga kurang informasi dan komunikasi yang membahas tentang motif ukiran Rumah Limas 100 Tiang.

Selain itu kebanyakan masyarakat tidak peduli dan tidak memahami bentuk, nama dan penempatan motif di setiap ukiran Rumah Limas 100 Tiang, jika hal ini dibiarkan maka timbul kekhawatiran akan hilang suatu kebudayaan dan khasanah bangsa yang dimiliki, sehingga dapat mengakibatkan tidak dikenalnya peninggalan budaya berupa bentuk, nama dan penempatan motif ukiran dari Rumah Limas 100 Tiang tersebut. mengingat masih minimnya perancangan *branding* terkait Rumah Limas 100 Tiang baik itu iklan, poster, dan media-media Komunikasi visual lainnya itu masih sangat sedikit sekali dan kurangnya perhatian pemerintah terhadap pelestarian rumah limas 100 tiang karena tidak adanya media-media komunikasi visual yang menginformasikan tentang adanya rumah limas 100 tiang sehingga masyarakat luas khususnya kota Palembang tidak mendapat informasi yang lebih, maka dari itu diperlukan suatu perancangan komunikasi visual yang menarik untuk *branding* Rumah Limas 100 Tiang di Ogan Komering Ilir ini.

*Branding* adalah kegiatan membangun sebuah *brand*. Membuat identitas, termasuk logo, merupakan salah satu kegiatan *branding*. Karena *Branding* adalah proses mendesain, merencanakan, dan mengkomunikasikan nama serta identitas dengan tujuan membangun atau mengelola reputasi (Anholt, 2003:5). Dengan adanya *branding* dari Rumah limas 100 tiang sehingga dapat lebih memperkenalkan rumah limas 100 tiang di ogan komering ilir. Media utama yang dipakai dalam *branding* Rumah Limas 100 Tiang di ogan komering ini adalah media elektronik yaitu iklan televisi, animasi *tilte branding*, animasi banner web.

## **METODE PERANCANGAN**

### **A. Metode Perancangan**

#### **1. Metode Pengumpulan data**

Untuk mendapatkan data yang akurat yakni dengan mendapatkan empati dari masalah yang ingin dipecahkan dengan cara melakukan pendekatan terhadap masyarakat, wawancara dan observasi langsung ke tempat para ahli. Karena dengan begitu data-data yang didapatkan lebih lengkap, akurat dan terpercaya.

## 2. Metode Pengumpulan Data Sekunder

Adapun data-data yang didapatkan dari membuka internet, dokumentasi Pengumpulan data ini dilakukan dengan mencari data melalui jurnal-jurnal dan e-book. Untuk melengkapi data yang kurang dan informasi yang belum didapat dari data primer.

### B. Metode Analisis Data

Perancang menggunakan metode *Design Thinking*. *Design thinking* digunakan sebagai metode analisis data melalui proses pemahaman kebutuhan pengguna dan focus terhadap bentuk, hubungan, perilaku, interaksi serta emosi manusia untuk menghasilkan sebuah solusi dengan optimal (Soedewi, 2022). Terdapat lima tahapan di dalam metode design thinking, yaitu *emphatize*, *define*, *ideation*, *prototype*, dan *test*. Dengan memahami lima proses tahapan tersebut di dalam proses perancangan, maka masalah kompleks yang dihadapi oleh pengguna dapat terpecahkan (Dam & Siang, 2020). Dalam tahapan design thinking sendiri terbagi kedalam 5 alur perancangan yakni : *Emphatize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype* dan *Test* sehingga mendapatkan hasil sebagai berikut :

#### 1. *Emphatize*

Metode pengumpulan data primer, untuk mendapatkan data yang akurat adalah mendapatkan empatik dari masalah yang ingin dipecahkan dengan cara melakukan pendekatan terhadap kostumer, wawancara dan observasi langsung ketempat destinasi wisata yang bersangkutan. Karena dengan begitu data-data yang didapatkan lebih lengkap, terpercaya dan akurat. Serta dapat melihat, merasakan langsung kondisi dan suasana pada objek wisata tersebut. Pada tahap ini perancang melakukan observasi secara langsung ke rumah limas 100 tiang. Perancang bertemu langsung dengan pengurus dari rumah limas 100 tiang agar mendapatkan data yang akurat serta untuk mendapatkan dokumentasi berupa foto suasana dari objek wisata ini.

Metode pengumpulan data sekunder, adapun data-data yang didapatkan dari membuka internet, dokumentasi dan sosial media dari tempat yang bersangkutan. Hal ini lebih mempermudah untuk mendapatkan data-data dari rumah limas 100 tiang tersebut.

## 2. *Define*

Setelah pengumpulan data-data dari rumah limas 100 tiang, terdapat beberapa keunikan dari objek wisata tersebut. Keunikan dari destinasi wisata ini dapat menjadi bahan acuan yang dapat divisualisasikan ke dalam perancangan komunikasi visual yang akan digunakan sebagai referensi dalam perancangan objek wisata ini. Perancangan akan dibuat semenarik dan seunik mungkin, agar rumah limas 100 tiang dapat membuat masyarakat tertarik untuk berkunjung ke objek wisata rumah limas 100 tiang.

## 3. *Ideate*

Tahap ini merupakan tahap untuk menghasilkan ide/konsep dalam sebuah perancangan. Setelah melewati proses dari metode pengumpulan data dan analisis data, akan mempermudah dalam proses menghasilkan ide atau konsep Perancangan komunikasi visual dengan cara diawali dengan pembuatan mind mapping mengenai rumah limas 100 tiang sebagai upaya mempermudah perancangan komunikasi visual. Hasil perancangan tersebut dirancang sesuai dengan karakteristik objek wisata rumah limas 100 tiang itu sendiri, sehingga berbeda dari wisata-wisata lain dan mampu mengembangkan pemanfaatan yang ada di rumah limas 100 tiang agar lebih dikenal masyarakat serta memberikan daya tarik tersendiri.

## 4. *Prototype*

Setelah ada ide utama selanjutnya ke tahap prototype, dikenal sebagai rancangan awal sesuatu yang akan dibuat atau produk mentah, agar kita tahu kesalahan-kesalahan apa saja dari sesuatu yang kita buat tersebut dan memperoleh berbagai kemungkinan solusi baru. Dalam penerapannya, rancangan awal yang dibuat akan diuji coba kepada masyarakat untuk memperoleh respon dan feedback yang sesuai untuk menyempurnakan rancangan.

## 5. *Test*



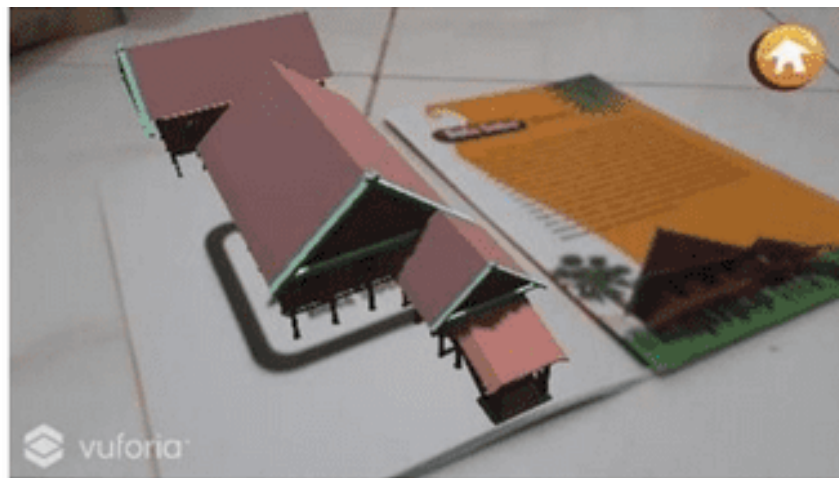
Tahap ini merupakan tahapan terakhir dalam perancangan media promosi dimana pada tahap ini melakukan pengujian terhadap media promosi yang telah dirancang. Dari *respons* masyarakat, maka akan didapatkan masukan apakah media promosi tersebut masih ada perbaikan dan tepat sasaran.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Dalam menganalisis data menjadi suatu ide kreatif kemudian menjadi sebuah media akan penulis uraikan seperti berikut.

### **1. Tinjauan Ide Perancangan**

Tinjauan ide perancangan merupakan bahasan secara garis besar tentang apa yang telah dicapai dalam proses berkarya. Selain itu, tinjauan ide perancangan dilakukan untuk mengungkapkan apa yang ingin disampaikan dan dapat diberikan pemahaman arah dan tujuan, serta konsep karya tersebut diciptakan. Ide gagasan dalam sebuah perancangan dapat ditinjau dari karya yang sudah ada sebelumnya, berdasarkan tema, materi, subjek, ide, bentuk, teknik maupun gaya serupa.



**Gambar 3** : AR Rumah Adat Bola Soba  
Sumber : (Caprisa and Irfan, 2020)

Aplikasi *Augmented Reality* rumah-rumah adat di Sulawesi Selatan ini, mengusung konsep *fun* atau ceria dan menyenangkan. Desain yang akan dibuat adalah tampilan visual pada aplikasi dengan menggunakan gaya desain yang simpel dan mudah dipahami oleh anak-anak. Perancangan media *Augmented Reality* rumah adat di Sulawesi Selatan ini memasukkan konten visual grafis 3D dengan cara memindai marker pada buku yang akan berfungsi sebagai panduan.



**Gambar 4** : cover buku pendamping  
Sumber : (Caprisa and Irfan, 2020)

Cover Buku Pendamping merupakan marker dari rumah adat Tongkonan, Sao Mario, Saoraja La Tenri Bali, Saoraja Lapinceng, Bola Soba, dan Balla Lompoa. Marker ini dapat di scan dan menghasilkan visualisasi 3D dari ke enam rumah adat tersebut. Cover buku pada umumnya digunakan untuk gambaran tentang isi didalam buku yang akan dibahas dan untuk memberikan kesan menarik pada buku. Pada cover buku ini memiliki kelebihan pada warna yang nyaman dipandang, pada ilustrasi terkesan lebih modern. dan menampilkan gambar dari beberapa rumah adat, perancangan ini akan mengambil kelebihan cover buku tersebut untuk digunakan sebagai referensi dalam perancangan. akan tetap menggunakan gaya desain, tipografi, warna dan lain-lain berdasarkan perencanaan kreatif yang di tentukan.



**Gambar 5** : Puzzel Rumah Limas

Sumber : (Ebit, Patriansyah and Mubarat, 2018)

(Ebit, Patriansyah and Mubarat, 2018) Permainan puzzle ini dibuat dengan menyesuaikan target pasar yaitu umur 6-12 tahun dan menggunakan bahan MDF jenis E1 (*low emission*), yang berarti memiliki kandungan di bawah batas maksimum yang sesuai dengan standar internasional, dengan menggunakan bahan MDF E1 lebih ekonomis, aman, dan kuat. Sehingga produk aman digunakan dan tetap awet atau tidak rusak walaupun digunakan berkali-kali. Dalam hal produksi permainan puzzle ini menggunakan teknik cetak laser cutting dan ukir, teknik laser cutting dan ukir merupakan sebuah teknologi mesin yang menggunakan laser untuk memotong dan mengukir dengan material tertentu seperti kayu, akrilik, kulit, dan lain lain sebagainya. Dengan diproduksi menggunakan teknik laser akan mempermudah dalam pembentukan ukiran yang ada dipermukaan puzzle ini dan dapat mempersingkat waktu dalam pelaksanaan produksi, dengan teknik laser ini membuat bagian yang dicutting tidak terasa tajam. Permainan puzzle ini menggunakan warna asli dari bahan yaitu menggunakan bahan MDF E1, dengan menggunakan bahan MDF akan lebih sesuai dengan bentuk dari objek rumah adat yang asli.

## **2. Strategi Kreatif**

### **a. Gagasan Kreatif**

Gagasan Kreatif adalah Tema Pokok perancangan /big idea dari Perancangan *Branding* Rumah Limas 100 Tiang di Ogan Komering Ilir yakni “Atap Rumah Limas 100 Tiang” memakai Rumah Limas 100 Tiang dipakai sebagai big idea menjadi media *Branding* dari perancangan ini.

### **b. Tujuan Kreatif**

Tujuan Penulis dalam Perancangan *Branding* Rumah Limas 100 Tiang agar wisata Rumah Limas ini dapat lebih mudah dikenal oleh masyarakat Kabupaten Ogan Komering Ilir dan rumah adat lebih bisa dilestarikan lagi sehingga masyarakat tidak akan lupa dengan adanya rumah adat yang terdapat di Ogan Komering Ilir.

### **c. Pesan Visual**

Objek visual yaitu sesuatu yang dapat dilihat oleh penlihatan/mata, arti secara harfiah yaitu pandangan yang memiliki fungsi sebagai cerminan

gambar/image yang menceritakan suatu keadaan dalam ruang dan waktu, hingga objek visual diolah memiliki cita rasa seni secara artistik. Dalam Perancangan *Branding* Rumah Limas 100 Tiang di Ogan Komering Ilir ini memiliki objek visual yang dapat menjadi referensi.








**Gambar 6** : Motif Ukiran Matahari Terbit  
Sumber : M.Baqifidynillah,2023



**Gambar 7** : Atap Rumah Limas 100 Tiang  
Sumber : M. Baqifidynillah, 2023

d. Warna

Menampilkan pilihan warna-warna yang sudah ditentukan karena akan mengacu pada sebuah konsep desain. Warna Perancangan *Branding* Rumah Limas 100 Tiang ini merupakan warna yang memiliki kemampuan memberikan ciri khas dari warna Rumah Limas 100 Tiang Itu sendiri. Tampilan desain perancangan ini menggunakan warna Coklat, kuning emas yang mewakilkan warna yang identik dengan Rumah Limas 100 Tiang.

	B6962F C : 29% M : 36% Y : 100% K : 4%		A2282F C : 25% M : 96% Y : 85% K : 19%
	3E2A15 C : 52% M : 67% Y : 84% K : 67%		262525 C : 71% M : 64% Y : 65% K : 70%
	DBB88D C : 14% M : 27% Y : 48% K : 0%		

**Gambar 8** Palet warna  
Sumber : M. Baqifidynillah

#### e. Tipografi

Dalam Tipografi Perancangan *Branding* Rumah Limas 100 Tiang ini menggunakan Tipografi Bauhaus karna tipografi ini memiliki kesan sederhana dan tegas sehingga cocok dalam menjelaskan informasi di dalam media-media yang digunakan untuk *branding* Rumah Limas 100 Tiang karena sifat dari tipografi ini sederhana dan tegas yang memudahkan orang untuk membaca informasi-informasi yang menggunakan tipografi ini.

#### f. Gaya Tampilan Desain

Asal muasal Desain Swiss Swiss Design atau disebut juga The International Typographic Style adalah gerakan yang muncul di Swiss selama periode 40an. Desain Swiss muncul dan terpengaruh dari gaya desain sebelumnya seperti De Stijl, Constructivism, Bauhaus, dan The New Typography, gaya-gaya tersebut seolah bergabung dan tersaji dengan baik di Swiss. Fakta bahwa Swiss berada dalam posisi netral selama periode antar perang dan pascaperang dunia membuat Swiss menjadi surga bagi para intelektual dan persimpangan ide dari berbagai tempat, dari Inggris dan Belanda hingga Jerman dan Rusia. Ernst Keller dalam banyak hal disebut kakek dari Desain Swiss. Dia mengajar di Kunstgewerbeschule School of Arts & Crafts di Zürich, Di sana, Keller mengajarkan bahwa desain harus disesuaikan dengan konten dan mulai bereksperimen dengan grid system yang merupakan bagian tak terpisahkan dari gaya desain ideal yang populer saat ini.

### 3. Visualisasi Desain

a. Logo



**Gambar 9** Final Desain Logo  
Sumber : M. Baqifidynillah, 2023

b. Pemilihan Media

1) Media Elektronik

a) Video iklan Televisi



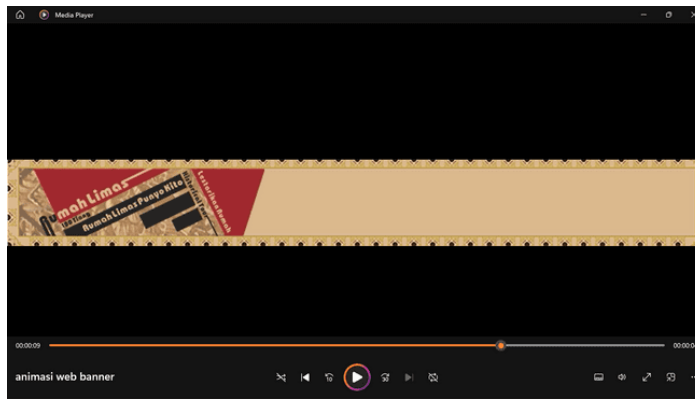
**Gambar 10** Final Video Iklan Televisi  
Sumber : M. Baqifidynillah

b) Animasi Title *Branding*



**Gambar 11** Final Animasi Title *Branding*  
Sumber : M. Baqifidynillah

c. Animasi Banner Web

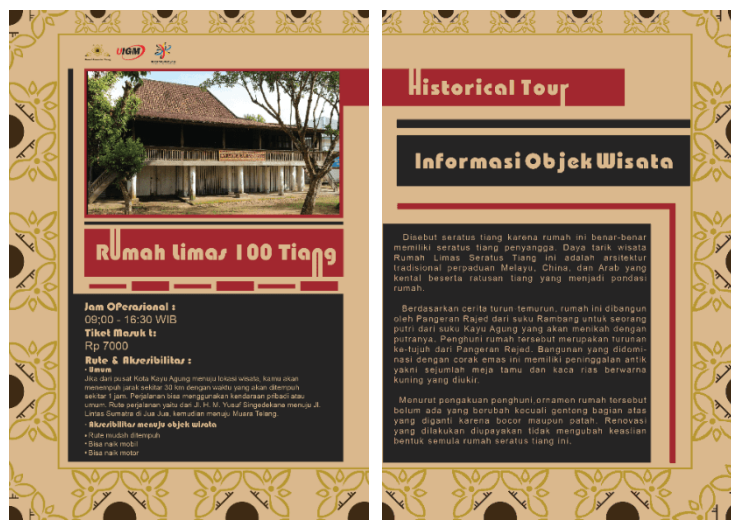


Gambar 12 Final Animasi Banner Web  
Sumber : M. Baqifidynillah

2) Media Cetak



Gambar 13 Poster  
Sumber : M. Baqifidynillah





**Gambar 14** Brosur  
Sumber : M. Baqifidynillah



**Gambar 15** T-Shirt  
Sumber : M. Baqifidynillah



**Gambar 14** Gantungan Kunci  
Sumber : M. Baqifidynillah, 2023

## KESIMPULAN

Rumah Limas 100 Tiang Yang berada di Ogan Komering Ilir ini memiliki



tiang berjumlah 104 tiang dan memiliki cerita khusus dibalik pembuatannya, Rumah Limas 100 Tiang ini termasuk dalam cagar budaya bangunan, Walaupun sudah menjadi tempat wisata tetapi Rumah Limas 100 Tiang ini masih kurang dalam *branding* nya sehingga masyarakat kurang mengetahui bahwa terdapat Rumah Limas 100 Tiang ini. Upaya yang dilakukan agar Rumah Limas 100 Tiang ini dikenal oleh masyarakat luas yaitu dengan cara mem*branding* dari Rumah Limas 100 Tiang itu sendiri. Media utama yang digunakan adalah video promosi rumah limas 100 tiang, media isu yang digunakan seperti Animasi Title *Branding*, Animasi Banner Web, Poster, *Brosur* dan *X-banner* dan media pendukung seperti *T-shirt*, Stiker magnet, Gantungan Kunci.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Caprisa, N. and Irfan, I. (2020) 'Perancangan Augmented Reality Rumah Adat Sulawesi Selatan', *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 7(1), p. 13. doi: 10.26858/tanra.v7i1.12969.
- Ebit, G., Patriansyah, M. and Mubarat, H. (2018) 'Perancangan Permainan Puzzle Ragam Rumah Adat Sumatera Barat', *Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 3(1), pp. 24–32.
- Hartini, Y. (2016) 'Studi Tentang Bentuk Nama Dan Penempatan Motif Ukiran Rumah Seratus Tiang Di Desa Sugih Waras Kabupaten Ogan Komering Ilir Sumatera Selatan', *SERUPA: The Journal Of Art Education*, 4(3).
- Muafiah, A. F. (2019) 'Rumah Limas 100 Tiang Pangeran Rejed (1225 H/1811 M) Di Desa Sugihwaras Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten Ogan KOMERING ILIR', *Ayan*, 8(5), p. 55.
- Patriansah, M. (2019) 'ANALISIS BENTUK ORNAMEN RUMAH TRADISIONAL KAMPUNG ARAB AL-MUNAWWAR', *Ekspresi Seni*, Vol.21, N.
- Patriansyah, M. (2016) 'Kajian Estetika Ornamen Rumah Laheik Desa Seleman Kabupaten Kerinci - Jambi', *Besaung*, 1(1), pp. 26–32.
- Patriansyah, M. and Hariansyah, Y. (2018) 'Kajian Fungsi Ornamen Rumah Tradisional Kampung Arab Al-Munawwar', *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 3(1), p. 83. doi: 10.18326/inject.v3i1.83-104.
- Soedewi, S. (2022) 'Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan

M. Baqifidynillah<sup>1</sup>, Aji Windu Viatra<sup>2</sup>, Heri Iswandi<sup>3</sup>  
Perancangan Branding Rumah Limas 100 Tiang Di Ogan Komering Ilir  
Sumatera Selatan

Website Umkm Kiri huci', *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*,  
10(02), p. 17. doi: 10.34010/visualita.v10i02.5378.