



BUPATI BANTUL

PERATURAN BUPATI BANTUL

NOMOR 69 TAHUN 2013

TENTANG

BRAND KABUPATEN BANTUL

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
BUPATI BANTUL,

Menimbang :

- a. bahwa dalam meningkatkan daya saing seluruh potensi dan sumberdaya Kabupaten Bantul, perlu mempromosikan potensi daerah dan keunggulan wilayahnya demi memajukan kehidupan masyarakat;
- b. bahwa untuk mempromosikan Kabupaten Bantul sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu dibuatkan *brand* yang menarik untuk membangun citra positif Kabupaten Bantul;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Bupati Bantul tentang *Brand* Kabupaten Bantul;

Mengingat :

1. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kabupaten Dalam Lingkungan Daerah Istimewa Jogjakarta (Berita Negara Republik Indonesia tanggal 8 Agustus 1950 Nomor 44);
2. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 104, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 4421);
3. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4844);

4. Peraturan Pemerintahan Nomor 32 Tahun 1950 tentang Penetapan Mulai Berlakunya Undang-Undang Tahun 1950 Nomor 12,13,14 dan 15 (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 1950 Nomor 59);
5. Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 14 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kabupaten Bantul Tahun 2006-2025 (Lembaran Daerah Kabupaten Bantul Seri D Nomor 14 Tahun 2005) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 12 Tahun 2010 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 14 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kabupaten Bantul Tahun 2006-2025 (Lembaran Daerah Kabupaten Bantul Seri D Nomor 12 Tahun 2010);
6. Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 01 Tahun 2011 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Bantul Tahun 2011-2015 (Lembaran Daerah Kabupaten Bantul Seri D Nomor 01 Tahun 2011);

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : PERATURAN BUPATI TENTANG *BRAND* KABUPATEN BANTUL.

BAB I
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Bupati ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kabupaten Bantul.
2. Bupati adalah Bupati Bantul.
3. Pemerintah Daerah adalah Bupati dan Perangkat Daerah sebagai unsure penyelenggaraan Pemerintah Daerah.
4. *Brand* adalah identitas visual yang mencerminkan ciri-ciri, potensi, dan budaya masyarakat yang membedakan dengan daerah lain.

Pasal 2

Tujuan penetapan *Brand* Kabupaten Bantul adalah :

- a. menggambarkan Kabupaten Bantul dalam makna yang seluas luasnya, namun cukup spesifik mempunyai ciri dominan, yang diabstraksikan melalui penerjemahan kondisi lingkungan Kabupaten Bantul, dan merupakan harmonisasi antara kondisi geografis dan potensi unggulan daerah; dan
- b. mempromosikan daerah sebagai bagian dari Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan mengedepankan potensi dan keunggulan daerah sebagai tempat investasi dan tujuan wisata.

BAB II PENETAPAN BRAND KABUPATEN BANTUL

Pasal 3

- (1) Dengan Peraturan Bupati ini ditetapkan *Brand* Kabupaten Bantul sebagai berikut :



- (1) Aplikasi bentuk, warna, slogan (*tagline*) dan tulisan sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Bupati ini.

BAB III ARTI DARI BENTUK DAN WARNA BRAND

Pasal 4

- (1) Bentuk gentong gerabah menggambarkan hasil dari sebuah usaha budi daya akal dan pikiran yang ditopang oleh usaha bekerja dalam sebuah proses mencipta (karsa dan karya), merupakan manifestasi dari konsep produktif dan profesional dalam visi dan misi Kabupaten Bantul.
- (2) Konsep ijo royo-royo dan asri disimbolkan dalam bentuk dan warna pada bagian tengah brand yang berbentuk dan berwarna menyerupai tanaman/pohon, mewakili ide tentang kesinambungan kehidupan atau kehidupan yang berkelanjutan (*sustainable*).
- (3) Konsep aman, tertib dan sehat tergambar melalui urutan simbol yang mengikuti pola teratur dari model lingkungan fisik yang ada, yang mengikuti arah pergerakan air mulai dari hulu hingga ke hilir (pantai), keteraturan yang mendasari kinerja alam tentu akan menghasilkan lingkungan yang lebih sehat, berkualitas dan berkelanjutan.
- (4) Karakter bentuk yang plastis dan dinamis namun mengikuti kaidah atau order tertentu memberikan kesan luasnya keterlibatan semua lapisan masyarakat Bantul dalam membangun wilayahnya, dalam bentuk *Bottom-Up* yang fleksibel, dan partisipatif yang akomodatif, merupakan simbolisasi dari konsep demokratis.

Pasal 5

- (1) Dominan hijau berarti mewakili ide "ijo royo-royo" yang melambangkan kehidupan yang berkelanjutan di Kabupaten Bantul; warna ini berasosiasi pada konsep pembaharuan, pergantian yang lebih baik dan harmonis.
- (2) Warna biru berarti berasosiasi pada air dan bahari yang merupakan pelengkap yang ideal dari kehidupan agraris, biru dapat juga berarti ketenangan.

(3) Warna coklat berarti berasosiasi pada potensi tanah yang baik untuk berbagai kegiatan produksi baik tanaman maupun olahan industri; warna coklat juga berhubungan dengan stabilitas, berkaitan dengan kebumihan, keutuhan dan keteraturan.

(4) Warna abu-abu berarti berasosiasi pada dinamika dan harapan.

BAB IV SLOGAN

Pasal 6

"Bantul The Harmoni of Nature and Culture", merupakan abstraksi dari konsep lingkungan alam (fisik, hayati dan budaya) yang semuanya merupakan obyek yang tercipta dari hasil karya Tuhan Yang Maha Esa, yang menjadi pengingat bagi masyarakat Bantul agar dengan sadar senantiasa mensyukuri nikmat kekayaan sumberdaya alam, melalui kegiatan berbudaya dan pengelolaan sumberdaya dengan sebaik-baiknya.

BAB V PEMANFAATAN *BRAND*

Pasal 7

(1) *Brand* Kabupaten Bantul agar dimanfaatkan oleh seluruh Satuan Kerja Perangkat Daerah untuk mempromosikan dan membangun citra positif Kabupaten Bantul melalui :

- a. pemanfaatan dalam setiap kegiatan presentasi;
- b. pemanfaatan dalam produk *mercendise* dan cetak;
- c. penyebarluasan kepada masyarakat/kelompok binaan dan jejaringnya; dan
- d. media atau sarana sosialisasi lainnya.

(2) *Brand* Kabupaten Bantul dapat dimanfaatkan oleh segenap masyarakat Kabupaten Bantul bertujuan memajukan kehidupan masyarakat Kabupaten Bantul.

BAB VI KETENTUAN PENUTUP

Pasal 8

Peraturan Bupati ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Bupati ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kabupaten Bantul.

Ditetapkan di Bantul
pada tanggal 29 November 2013


BUPATI BANTUL,
SRI SURYA WIDATI

Diundangkan di Bantul
pada tanggal

29 NOV 2013
SEKRETARIS DAERAH KABUPATEN BANTUL,


RIYANTONO

BERITA DAERAH KABUPATEN BANTUL TAHUN 2013 NOMOR 69

LAMPIRAN
PERATURAN BUPATI BANTUL
NOMOR 69 TAHUN 2013
TENTANG *BRAND* KABUPATEN BANTUL

BRAND KABUPATEN BANTUL



A. PENDAHULUAN

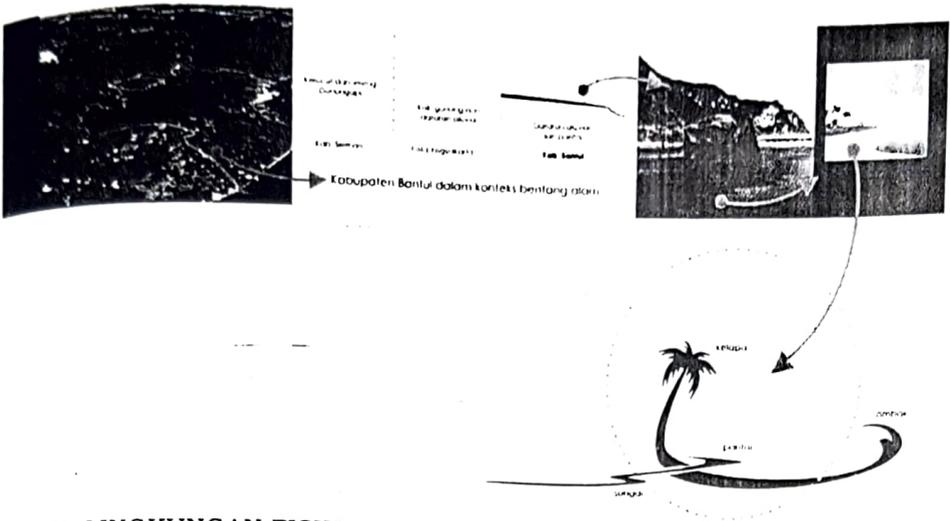
Dalam memasuki era pasar bebas, Kabupaten Bantul turut mengambil inisiatif dalam mempromosikan potensi daerah dan keunggulan wilayahnya demi memajukan kehidupan masyarakat. Usaha promosi ini merupakan usaha memasarkan Kabupaten Bantul dengan target market yang meliputi (1). penduduk dan masyarakat daerah yang membutuhkan layanan publik yang memadai; (2). TTI (*trader, tourist dan investor*) baik yang berasal dari dalam maupun dari luar daerah; dan (3). TDO yang terdiri dari *talent* (SDM berkualitas), *developer* (pengembang) dan organizer.

Untuk mendukung upaya promosi dan pemasaran ini, Kabupaten Bantul membutuhkan sebuah ikon grafis berupa Brand yang dapat mencerminkan ciri-ciri, potensi, sejarah dan budaya masyarakat Kabupaten Bantul. Tema dari Brand ini adalah membangun citra Bantul yang memiliki visi Bantul Progotamansari Sejahtera, Demokratis dan Agamis.

Untuk mewakili Kabupaten Bantul dalam makna yang seluas mungkin namun cukup spesifik mengetengahkan ciri yang dominan maka Brand Kabupaten Bantul ini diabstraksikan melalui penterjemahan kondisi lingkungan Kabupaten Bantul. Konsep lingkungan merupakan konsep yang luas yang terdiri dari gabungan konsep lingkungan abiotik (fisik), lingkungan biotik (makhluk hidup) dan lingkungan budaya (manusia dan aktifitasnya). Abstraksi dari konsep lingkungan di Kabupaten Bantul ini diharapkan mewakili citra Bantul dalam sebuah rancangan identitas visual dalam bentuk *Brand*.

B. PROSES ABSTRAKSI IDE

Brand ini dirancang untuk mewakili Kabupaten Bantul melalui visualisasi kondisi geografis dan potensi unggulan wilayah. Dengan penggambaran ini, pembaca atau pengamat *brand* dapat mengasosiasikannya dengan Kabupaten Bantul dengan atribut-atribut fisik, lingkungan hidup, ekonomi, sosial dan budayanya.



C. ASPEK LINGKUNGAN FISIK

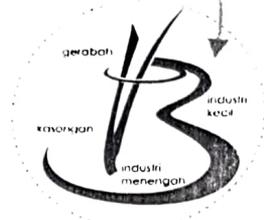
Kabupaten Bantul terletak di bentang alam yang sebagian besar terdiri dari dataran aluvial dan beberapa perbukitan di sebelah Timur wilayah kabupaten. Wilayah Kabupaten Bantul merupakan bagian dari geoekosistem yang lebih besar, di mana termasuk di dalamnya Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Geoekosistem ini terdiri dari ekosistem kerucut gunung api, lereng dan kaki gunung api serta dataran aluvial yang berujung di sebelah Selatan yaitu ekosistem pantai dan perairan laut. Kabupaten Bantul menempati wilayah yang dicirikan dengan dataran yang relatif landai dengan beberapa variasi relief bumi yang berbukit. Wilayah ini memiliki kelimpahan sumber daya air yang memadai untuk mendukung keberlangsungan lingkungan hidup di dalamnya. Lingkungan fisik ini merupakan potensi yang sangat kuat sebagai obyek kunjungan wisata. Lingkungan ini menghadirkan berbagai pilihan wisata alam seperti sungai, hutan dan pantai.



D. ASPEK LINGKUNGAN HIDUP

Lingkungan fisik yang ada menjadi wadah untuk hidup yang ideal dari beberapa jenis produk unggulan di Kabupaten Bantul, termasuk sejumlah besar potensi pertanian, perkebunan, kehutanan, dan juga peternakan serta perikanan.

Kabupaten Bantul juga memiliki kawasan lindung yang merupakan lingkungan hidup untuk menjamin berlangsungnya pembangunan yang berkelanjutan.



E. ASPEK SOSIAL EKONOMI DAN BUDAYA

Mayoritas masyarakat Kabupaten Bantul bekerja di bidang pertanian, perdagangan, industri (kecil dan menengah) dan jasa. Hal ini menggambarkan pergeseran dari budaya subsistence menuju masyarakat industri. Pergeseran ini ditandai dengan mulai beragamnya kegiatan industri kecil dan menengah di samping kegiatan agraris yang dominan. Kegiatan industri menjadi wahana masyarakat Bantul untuk mengekspresikan kemampuan olah rasa dan olah pikir dalam menghasilkan karya-karya budaya yang berkualitas. Karya-karya ini merupakan hasil budaya yang adi luhung dengan berbagai fungsi dan makna serta didasari cita rasa seni yang tinggi.

F. ARTI WARNA DAN BENTUK

1. Warna

Dominan hijau, mewakili ide 'ijo royo-royo' yang melambangkan kehidupan yang berkelanjutan di Kabupaten Bantul; warna ini berasosiasi pada konsep pembaharuan, pergantian yang lebih baik dan harmonis.

Warna biru, berasosiasi pada air dan bahari yang merupakan pelengkap yang ideal dari kehidupan agraris; biru dapat juga berarti ketenangan.

Warna coklat, berasosiasi pada potensi tanah yang baik untuk berbagai kegiatan produksi baik tanaman maupun olahan industri; warna coklat juga berhubungan dengan stabilitas, berkaitan dengan kebumian, keutuhan dan keteraturan.

Warna abu-abu, berasosiasi pada dinamika dan harapan.

2. Bentuk

Brand Kabupaten Bantul dirancang menggunakan bentuk-bentuk plastis, non-formal dan dinamis. Pemilihan ini bertujuan:

- menggambarkan dinamika masyarakat Bantul yang senantiasa bergerak menuju perbaikan; dan
- secara visual bentuk plastis yang dibangun dari kurva-kurva yang halus memberikan kualitas estetika dan mempengaruhi persepsi ke arah keindahan, keluhuran dan keagungan.

G. MUATAN VISI DAN MISI KABUPATEN BANTUL

Bentuk gentong gerabah menggambarkan hasil dari sebuah usaha budi daya akal dan pikiran yang ditopang oleh usaha bekerja dalam sebuah proses mencipta (karsa dan karya). Ini merupakan manifestasi dari konsep produktif dan profesional dalam visi dan misi Kabupaten Bantul.

Konsep ijo royo-royo dan asri disimbolkan dalam bentuk dan warna pada bagian tengah brand yang berbentuk dan berwarna menyerupai tanaman/pohon. Simbol ini mewakili ide tentang kesinambungan kehidupan atau kehidupan yang berkelanjutan (*sustainable*). Konsep aman, tertib dan sehat tergambar melalui urutan simbol yang mengikuti pola teratur dari model lingkungan fisik yang ada, yang mengikuti arah pergerakan air mulai dari hulu hingga ke hilir (pantai). Keteraturan yang mendasari kinerja alam tentu akan menghasilkan lingkungan yang lebih sehat, berkualitas dan berkelanjutan.

Karakter bentuk yang plastis dan dinamis namun mengikuti kaidah atau order tertentu memberikan kesan luasnya keterlibatan semua lapisan masyarakat Bantul dalam membangun wilayahnya, bukan bentuk *Top-Down* yang rigid melainkan *Bottom-Up* yang fleksibel, bukan birokratis yang kaku melainkan partisipatif yang akomodatif. Ini merupakan simbolisasi dari konsep demokratis.

Brand ini merupakan abstraksi dari konsep lingkungan alam (fisik, hayati dan budaya) yang semuanya merupakan obyek yang tercipta dari hasil karya Tuhan Yang Maha Esa. *Brand* ini diharapkan akan menjadi pengingat bagi masyarakat Bantul agar dengan sadar senantiasa mensyukuri nikmat kekayaan sumberdaya alam ini melalui kegiatan berbudaya dan pengelolaan sumberdaya dengan sebaik-baiknya.

