

- g. Panitia tidak menerima pengiriman desain logo dalam bentuk hardcopy maupun CD.
- h. Setiap karya yang dilombakan menjadi hak milik panitia dan berhak dipergunakan untuk keperluan publikasi.
- i. karya 3 terbaik akan dihubungi oleh panitia dan wajib mengirimkan file high resolusi dari logo dan tagline karyanya.
- j. Keputusan dewan juri berlaku mutlak dan tidak dapat diganggu gugat.

VI. KARYA

a. Tagline

1. Menggunakan frase dalam bahasa Inggris dan tidak lebih dari 7 kata
2. Mengandung makna, dan filosofi yang mencerminkan kepariwisataan Lovina. Semakin dalam makna dan filosofi semakin menambah nilai
3. Menunjukkan keindahan alam, keunikan budaya, partisipasi masyarakat dan konservasi lingkungan Lovina
4. Tagline tidak mengandung unsur SARA, pornografi, dan tidak melanggar hukum/aturan yang berlaku, tidak melanggar hak kekayaan intelektual pihak manapun serta belum pernah dipublikasikan sebelumnya maupun dilombakan.
5. Font bebas / karya sendiri dan dapat menggunakan warna hitam dan/atau merujuk pada Brand Guideline Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada link berikut <https://drive.google.com/file/d/1D52ccgcIj7AeXMkDov5DbXXQKD7QR7M/view?usp=sharing>

b. Logo

1. Hasil karya yang merespresentasi dari kawasan Lovina
2. Menunjukkan keindahan alam, keunikan budaya, partisipasi masyarakat dan konservasi lingkungan Lovina
3. Pewarnaan dan Pemaknaan dapat menggunakan pedoman pada Brand Guideline Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
4. Semakin dalam pemaknaan terhadap warna yang digunakan akan menambah nilai.
5. Karya High Resolusi dengan untuk ukuran kertas F4, maksimal
6. Logo tidak mengandung unsur SARA, pornografi, dan tidak melanggar hukum/aturan yang berlaku, tidak melanggar hak kekayaan intelektual pihak manapun serta belum pernah dipublikasikan sebelumnya maupun dilombakan.
7. Format terlampir dijadikan 1 dengan karya tagline, maksimal 10 MB, dikirimkan pada link google form pada bagian peserta
8. Penamaan File Karya: Nama_Judul Tagline/Logo

VII. WAKTU PELAKSANAAN LOMBA

No	Uraian	Tanggal
1	Pengumuman Lomba dan Pengumpulan Hasil Karya	14 Juni 2023 s.d 10 Juli 2023 (23.59 Wita)
2	Penilaian Karya	11 s.d 12 Juli 2023
3	Pengumuman 3 Karya Terbaik	13 Juli 2023
4	Vote Karya Terbaik	14 s.d 20 Juli 2023
5	Pengumuman Karya Terbaik hasil Vote Dan voter yang beruntung	21 Juli 2023

VIII. KRITERIA LOMBA

- a. Orisinalitas karya, 20 %
- b. Relevansi logo dan tagline branding dengan kawasan lovina, 20 %
- c. Kreatifitas dan estetika, 20 %
- d. Deskripsi/penjelasan dari tagline dan logo branding, 20 %
- e. Filosofi makna serta keterkaitan logo dan tagline branding, 20 %

IX. JURI

- a. Akademisi
- b. Pemerintah
- c. Komunitas
- d. Praktisi Branding
- e. Media

X. VOTE / SAYEMBARA TERBAIK

- a. Juri memilih 3 karya terbaik atas dasar kriteria yang telah ditetapkan.
- b. Selanjutnya 3 karya terbaik tersebut akan dilakukan vote melibatkan masyarakat umum dengan cara memberikan like pada ig.yukkebuleleng yang dikelola Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng
- c. Vote ditutup pada 20 Juli 2023 Pukul 23.59 Wita.

XI. HADIAH

- a. 3 Karya Terbaik masing-masing mendapatkan Rp. 2.500.000
- b. Karya Terbaik Hasil Vote mendapatkan tambahan Rp. 3.000.000

XII. PEMBATALAN PEMENANG DAN PENUTUP

- a. Panitia dan juri dapat membatalkan apabila terbukti bahwa karya adalah bukan orisinal, plagiat, mencontek dan meniru
- b. Apabila diketahui setelah penetapan pemenang maka peserta dibatalkan menjadi pemenang dan wajib mengembalikan hadiah kepada pihak panitia
- c. Kontak Panitia 087863134907 (Agus WS)

Contoh Formulir

Nama Peserta:

Tampilan Tagline dan Logo

Narasi Tagline dan Logo

(narasi ini menceritakan tentang pemilihan tagline dan logo)

Minimal 2 paragraf

Filosofi tagline

1.
2.
3.
4.

Filosofi Logo dan pewarnaan

1.
2.
3.
4.

Narasi keterikatan dengan Kawasan Pariwisata Lovina

(2 - 3 Paragraf)

Contoh Form Karya:

Nama Peserta: Kementerian pariwisata dan Ekonomi Kreatif



Narasi Tagline dan Logo

Burung yang suka berkelompok melambangkan hidup damai antar sesama di alam sentosa. Burung juga satwa dengan populasi terbesar di Indonesia dan salah satu dari mereka menjadi lambang bangsa. Rentangan sayap menggambarkan keterbukaan, hasrat untuk terbang jauh, melintas batas. Sifatnya semesta, dikenali oleh semua. Warna dari tulisan "Indonesia" harus lebih gelap daripada "Wonderful" untuk mengedepankan dan memperkuat Indonesia diantara persaingan pariwisata internasional.

Lambang Burung Garuda dimaknai sebagai makhluk bermasyarakat, melambangkan hidup damai, dengan sesama di alam raya, Burung juga satwa yang sangat populer dengan populasi terbesar di Inodnesia dan menjadi Lambang Negara. Rentangan saya berarti keterbukaan, Hasrat untuk terbang jauh, melintas batas, sifatnya semesta dan dikenali semua orang

Dalam membangun brand yang mempunyai banyak variasi produk, harus diberikan suatu konsep petunjuk yang dapat memisahkan produk-produk ini dan membuat wawasan yang berbeda-beda dari setiap wonders, sehingga orang-orang dapat merasakan cerita dibalik keberadaan mereka. The thematic wonders experience adalah 5 pilar komunikasi tematik yang dibuat sesuai destinasi dan/atau pengalaman di Indonesia, di mana masing-masing pilar akan mengangkat warna dari logo utama. Setiap pilar ini mempunyai elemen pengalaman yang erkesinambungan dengan tema pilar tersebut

Filosofi tagline

Indonesia percaya bahwa dunia akan menjadi tempat yang lebih baik ketika semua orang memiliki kesempatan untuk menikmati "World of Wonderful". Wonderful Indonesia adalah janji pariwisata Indonesia kepada dunia. Kata "Wonderful" mengandung janji bahwa Indonesia kaya dengan ketakjuban, dari aspek manusia maupun alamnya, yang mengusik kalbu dan menjanjikan pengalaman baru yang menyenangkan bagi para wisatawan.

Masyarakat Indonesia pecinta damai yang menyambut dengan tangan terbuka digabungkan dengan keindahan, kemenarikan, kekayaan, dan warna dari keagungan negara ini membuat Indonesia tidak hanya sebagai destinasi liburan yang hebat tetapi juga sebagai pengalaman sekali seumur hidup.

Filosofi Logo dan pewarnaan

Warna sangat membantu membangun perhatian dan asosiasi dengan brand. Warna logo citra Wonderful Indonesia adalah bagian vital dari keseluruhan logo dan harus selalu digunakan sesuai dengan peraturan yang terdapat di dalam buku ini tanpa

pengecualian untuk menjaga konsistensi dan kesinambungan citra Wonderful Indonesia

Ungu adalah warna primer kita, warna ini harus diaplikasikan pada saat media memperlihatkan beberapa wonders, dan pada saat kita tidak sedang mengkomunikasikan wonders.

Lambang burung mempunyai lima warna bulu yang berbeda, yang masing-masing mewakili makna sebagai berikut:

Hijau : Kreativitas, Ramah kepada Alam dan Keselarasan.

Ungu : Daya Imajinasi, Keimanan, Kesatuan Lahir dan Batin.

Jingga : Inovasi, Semangat Pembaruan, dan Keterbukaan.

Biru : Kesemestaan, Kedamaian, dan Keteguhan.

Magenta : Keseimbangan, Akal Sehat, dan Sifat Praktis.

Narasi keterikatan dengan Pariwisata Indonesia

Pariwisata Indonesia terdiri atas alam budaya dan handmade yang secara keseluruhan hampir ada di setiap provinsi di Indonesia oleh karena itu pewarnaan yang digunakan adalah seluruh warna dasar dalam penempatan branding. Termasuk juga arti dari setiap warna memberikan wonders experience terhadap semua provinsi di Indonesia Natural Wonders experience menggambarkan hal seperti bahari & kelautan, pegunungan dan daerah yang hijau. Wonders experience ini hanya dapat digunakan saat mengkomunikasikan kehebatan alam Indonesia

Sensory Wonders experience menggambarkan hal seperti makanan & minuman, kesehatan, dan hiburan. wonders experience ini hanya dapat digunakan saat mengkomunikasikan kegiatan di Indonesia yang bisa dirasakan oleh 5 panca indera dari tubuh manusia.

Cultural Wonders experience menggambarkan hal seperti kesenian, kebudayaan, dan warisan. Wonders experience ini hanya dapat digunakan saat mengkomunikasikan kehebatan tradisi dan kegiatan budaya di Indonesia

Modern Wonders experience menggambarkan hal seperti kehidupan perkotaan, teknologi, dan transportasi. Wonders experience ini hanya dapat digunakan saat mengkomunikasikan kehebatan, kemodernan dan kemajuan peradaban Indonesia

Adventurous Wonders experience menggambarkan hal seperti olahraga, petualangan, dan eksplorasi. Wonders experience ini hanya dapat digunakan saat mengkomunikasikan kehebatan, jiwa bertualang, dan keunikan kegiatan olahraga di Indonesia.