



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

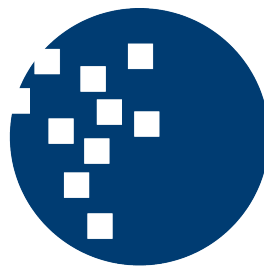
Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PERANCANGAN *BRANDING*
KAMPUNG KREATIF DAGO POJOK

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Rana Alifianza
NIM : 13120210288
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rana Alifianza

NIM : 1312021288

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN *BRANDING* KAMPUNG KREATIF DAGO POJOK

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 14 Januari 2018



Rana Alifianza

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Perancangan *Branding* Kampung

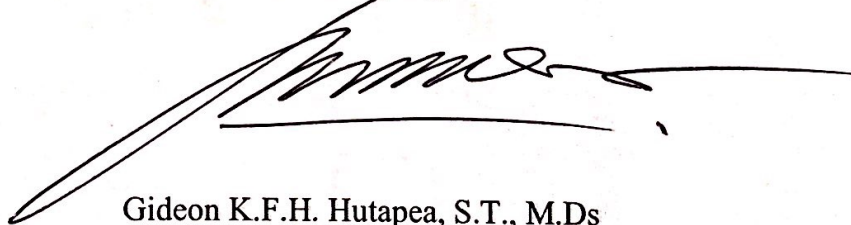
Kreatif Dago Pojok

Oleh

Nama : Rana Alifianza
NIM : 13120210288
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

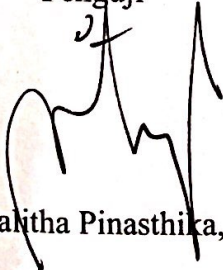
Tangerang, 24 Januari 2018

Pembimbing



Gideon K.F.H. Hutapea, S.T., M.Ds

Penguji



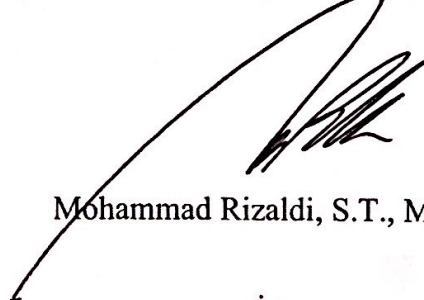
Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.

Ketua Sidang



Nadia Mahatmi, M.Ds.

Ketua Program Studi



Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang berjudul "Perancangan Branding Untuk Kampung Kreatif Dago Pojok" dengan baik dan tepat pada waktunya.

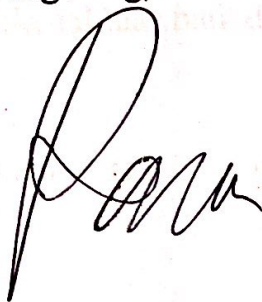
Kampung Kreatif Dago Pojok merupakan sebuah wisata edukasi yang unik. Terdapat banyak potensi pada warganya dan didukung dengan semangat dan kreativitas warga, kampung wisata ini menawarkan banyak pengalaman bagi pengunjung. Ratusan orang tiap tahunnya berdiskusi dan belajar di tempat ini. Angka kunjungan ini masih dapat terus ditambah dengan promosi yang baik. Sayangnya, promosi yang efektif ini belum tercapai. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi kampung ini agar lebih dikenal luas oleh masyarakat.

Rangkaian tugas akhir ini dapat diselesaikan tentunya atas bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Moh. Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual atas kesempatan yang diberikan.
2. Gideon K.F.H. Hutapea, S.T., M.Ds. selaku dosen pembimbing atas dukungan, bimbingan dan arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan tugas akhir ini.
3. Keluarga penulis, Ibu Ina dan Bapak Riza, Emirianza, Khairunnisa, Nila Nurjannah.

4. Rahmat Jabaril dan warga KKDP atas kesempatan dan bantuan yang diberikan.
5. Bapak Darfi dan Bapak Erwin selaku dosen pembimbing spesialis yang memberikan banyak masukan selama Tugas Akhir.
6. Syadza Syarifah, Hervina, Annisa, Adam, Trixedio, Tante Yuyun, Belladina, Nanda Novira, Petra Usie, Tevia, dan kelompok bimbingan yang memberi motivasi selama proses penulisan.

Tangerang, 18 Januari 2018



Rana Alifianza

ABSTRAKSI

Di Bandung, tepatnya di Dago Pojok Kecamatan Coblong, terdapat wisata edukasi yang bergerak dibidang kesenian, kebudayaan dan industri. Dikenal dengan Kampung Kreatif Dago Pojok, disetiap RT terdapat ruang kreatif yang berbeda-beda seperti pada bidang mural, teater, patung, musik, tari, wayang golek dan silat. Kampung ini menawarkan pengalaman mengeksplor diri yang tidak didapatkan di wisata edukasi lain. Hal ini sudah diakui oleh Wali Kota Bandung, Ridwan Kamil, bahwa wisata ini menyimpan banyak potensi dan harus dipromosikan.

Namun, promosi yang dilakukan oleh Kampung Kreatif Dago Pojok kurang efektif. Terlebih, banyak masyarakat Bandung dan sekitarnya tidak mengetahui tentang wisata edukasi ini. Menurut riset yang dilakukan penulis, hal ini dikarenakan wisata edukasi ini belum memiliki identitas, yang akan diaplikasikan secara konsisten kedalam promosinya. Diharapkan dengan penelitian ini, Kampung Kreatif Dago Pojok akan mampu mengefektifkan promosinya sehingga lebih dikenal luas baik di Bandung maupun diluar Bandung.

Kata kunci: Branding, City Branding, Wisata Edukasi

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRACT

In Bandung, at Dago Pojok to be exactly, there is a educational theme tour that is range in arts, cultures and industries. Known as Kampung Kreatif Dago Pojok, in every RT there are different type of creative space, such as mural, theater, sculpting, dancing, music, wayang and silat. This 'kampung kreatif' offers an exploration experience that you will not get from others. This statement is verified by RIdwan Kamil, that this tour has so much potention, and need to be promoted.

But, their promotion is not effective enough. Moreover, there are many people in Bandung and around that did not know about this place. Based on research I did, this awareness situation caused by the fact that Kampung Kreatif Dago Pojok did not have an identity that will applied on the promotion kit. After this research, hopefully this place could do the promotion more effectively so that people will know about this place more.

Keywords: Branding, City Branding, Educational Theme Tour

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	IV
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI	VII
<i>ABSTRACT</i>	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XX
DAFTAR LAMPIRAN.....	XXI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan Tugas Akhir	3
1.5. Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Desain	5
2.1.1. Elemen Desain	5
2.1.2. Prinsip Desain	10

2.2.	Teori Branding.....	14
2.2.1.	<i>Brand</i> (Merek)	14
2.2.2.	<i>Branding</i>	15
2.2.3.	<i>Place Branding</i>	17
2.2.4.	<i>Dynamic Brand</i>	19
2.2.5.	<i>Brand Identity</i>	23
2.2.6.	Merancang <i>Brand Identity</i>	27
2.2.7.	Logo dan <i>Logotype</i>	31
2.2.8.	Perancangan <i>Touchpoints</i>	41
2.2.9.	<i>Brand book</i>	43
2.2.10.	Proses Perancangan <i>Brand Identity</i>	44
2.3.	Teori <i>Consumer Behavior</i>	45
2.3.1.	<i>Trendsetter</i>	47
2.3.2.	Segmentasi Pasar	47
2.3.3.	<i>Targeting</i>	47
2.3.4.	Deferensiasi dan <i>Positioning</i>	48
2.4.	Pariwisata.....	48
2.4.1.	Pariwisata Perkotaan Kreatif.....	49
2.4.2.	Pariwisata Kota Bandung.....	50
BAB III METODOLOGI.....		51
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data	51
3.1.1.	Wawancara.....	51
3.1.2.	Kuesioner (Angket).....	57

3.1.3.	Observasi.....	63
3.1.4.	Materi Desain dan Promosi.....	66
3.1.5.	Studi Eksisting	69
3.2.	Metodologi Perancangan	74
3.2.1.	Perancangan Logo.....	75
3.2.2.	Perancangan Brand Book.....	75
3.2.3.	Visual Audit.....	77
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS		79
4.1.	Konsep Perancangan.....	79
4.1.1.	Tujuan Perancangan.....	79
4.1.2.	Strategi Perancangan.....	80
4.2.	Pengembangan Konsep.....	82
4.2.1.	<i>Mind-mapping</i>	82
4.2.2.	<i>Brainstorming</i>	85
4.2.3.	Eksplorasi Visual	89
4.3.	Perancangan.....	97
4.3.1.	<i>Brand Strategy</i>	97
4.3.2.	Perancangan <i>Brand</i>	102
4.3.3.	Perancangan Logo dan <i>Logotype</i>	110
4.3.4.	Penerapan Logo	125
4.3.5.	<i>Brand Book</i>	163
4.4.	Analisis	164
4.4.1.	<i>Logotype</i>	164

4.4.2.	Logogram.....	165
4.4.3.	Warna.....	166
4.4.4.	Supergrafis.....	166
4.4.5.	<i>Brand Attribute</i>	166
4.5.	<i>Budgeting Plan</i>	167
4.5.1.	<i>Master Design</i>	167
4.5.2.	Biaya Cetak.....	167
BAB V PENUTUP		172
5.1.	Kesimpulan.....	172
5.1.	Saran.....	173
DAFTAR PUSTAKA.....		174



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Bentuk Garis	5
Gambar 2.2. Bentuk dan Format Dasar	6
Gambar 2.3. Kategori Warna	7
Gambar 2.4. Ilustrasi <i>Color Wheel</i>	8
Gambar 2.5. Sistem <i>Additive Colors</i>	8
Gambar 2.6. Sistem <i>Subtractive Color</i>	9
Gambar 2.7. Contoh Tekstur.....	9
Gambar 2.8. <i>Radial Arrangement, Asymmetrical Arrangement, Symmetrical Arrangement</i> dalam <i>Balance</i>	10
Gambar 2.9. Contoh Emphasis	11
Gambar 2.10. Pengaturan dalam <i>Perceptual Organisation</i>	13
Gambar 2.11. Logo NYC.....	20
Gambar 2.12. Logo AOL	21
Gambar 2.13. Logo IDTV.....	21
Gambar 2.14. Logo New Calla Lily Museum.....	22
Gambar 2.15. OCAD University Logo	22
Gambar 2.16. Logo Dezeen Watch Store	23
Gambar 2.17. Aplikasi Hasil Rancangan untuk Studio 360.....	30
Gambar 2.18. Contoh <i>Signature</i>	31
Gambar 2.19. <i>Wordmarks</i> IKEA	32
Gambar 2.20. Contoh <i>Letterforms</i>	33
Gambar 2.21. Emblem TiVo.....	33

Gambar 2.22. Contoh <i>Pictorial Marks</i>	34
Gambar 2.23. Contoh <i>Abstract Mark</i>	34
Gambar 2.24. <i>Fibonacci Squares</i>	37
Gambar 2.25. <i>Rule of Third</i>	38
Gambar 2.26. <i>Modular Grid</i>	38
Gambar 2.27. Logo Spark.....	39
Gambar 2.28. Logo Talent.....	40
Gambar 2.29. Contoh Bentuk Pada Logo	40
Gambar 2.30. Contoh <i>Favicon</i>	42
Gambar 3.1. Wawancara dengan Bapak Rahmat Jabaril.....	51
Gambar 3.2. Diagram Usia Responden.....	59
Gambar 3.3. Diagram Penghasilan Perbulan	60
Gambar 3.4. Diagram Ketertarikan Pada Wisata Outdoor	60
Gambar 3.5. Diagram Ketertarikan Pada Budaya Sunda.....	61
Gambar 3.6. Diagram Ketertarikan Pada Kampung Wisata.....	61
Gambar 3.7. Diagram Pengetahuan Tentang KKDP	62
Gambar 3.8. Mural di Kampung Kreatif Dago Pojok.....	63
Gambar 3.9. Mural di gang KKDP.....	64
Gambar 3.10. Hasil Fotografi di KKDP	65
Gambar 3.11. Tempat <i>Workshop</i> Lukisan	65
Gambar 3.12. Lukisan Karya Warga KKDP.....	66
Gambar 3.13. Instagram KKDP.....	67
Gambar 3.14. Contoh konten Instagram KKDP.....	67

Gambar 3.15. Contoh konten Instagram KKDP	68
Gambar 3.16. Contoh Stiker KKDP	68
Gambar 3.17. Logo Friendly Bandung	69
Gambar 3.18. Representasi <i>value</i> dalam logo.....	70
Gambar 3.19. <i>Banner</i> Friendly Bandung.....	70
Gambar 3.20. <i>Banner</i> Friendly Bandung 2.....	71
Gambar 3.21. Konten Instagram Friendly Bandung.....	71
Gambar 3.22. Logo Aveiro City	72
Gambar 3.23. Logo Aveiro City	73
Gambar 3.24. Atribut Aveiro City	73
Gambar 3.25. Konten Instagram KKDP	77
Gambar 3.26. Konten Instagram KKDP	77
Gambar 4.1. <i>Mind-mapping</i> KKDP	82
Gambar 4.2. <i>Mind-mapping</i> Budaya Sunda dan Ruang Kampung.....	84
Gambar 4.3. Eksplorasi <i>Typeface</i>	90
Gambar 4.4. Elemen Visual.....	95
Gambar 4.5. Sketsa	96
Gambar 4.6. Eksplorasi Visual	97
Gambar 4.7. Moodboard.....	105
Gambar 4.8. Warna dari <i>Brand</i>	107
Gambar 0.9. Biru Kolot, Hejo Ngora, Kayas dan Jingga	107
Gambar 4.10. <i>Typeface</i>	109
Gambar 4.11. <i>Typeface</i> Suanda	110

Gambar 4.12. Kampung Kreatif Dago Pojok denga <i>typeface</i> Suanda.....	111
Gambar 4.13. Eksplorasi Perbandingan <i>Typeface</i>	111
Gambar 4.14. Eksplorasi Perbandingan <i>Typeface</i>	112
Gambar 4.15. <i>Logotype</i> dalam <i>Grid</i>	113
Gambar 4.16. <i>Clearspace</i> pada <i>Logotype</i>	113
Gambar 4.17. Pilari Cahya.....	114
Gambar 4.18. Robih.....	115
Gambar 4.19. Solusi.....	115
Gambar 4.20. Ulubiung.....	116
Gambar 4.21. Mimiti.....	117
Gambar 4.22. Adigang.....	117
Gambar 4.23. Kakaluargaan	118
Gambar 4.24. <i>Logotype</i> dalam <i>grid</i>	119
Gambar 4.25. Variasi Logo.....	120
Gambar 4.26. <i>Clearspace</i> pada Logo	121
Gambar 4.27. Adendum pada Logo.....	122
Gambar 4.28. <i>Color Palette</i> KKDP	123
Gambar 0.29. Biru Kolot, Hejo Ngora, Kayas dan Jingga	123
Gambar 4.30. Kombinasi Warna	124
Gambar 4.31. Supergrafis 1	124
Gambar 4.32. Supergrafis 2	125
Gambar 4.33. <i>Imageries</i> 1.....	125
Gambar 4.34. <i>Imageries</i> 2.....	126

Gambar 4.35. <i>Imageries 3</i>	127
Gambar 4.36. <i>Imageries 4</i>	127
Gambar 4.37. Baju Panitia.....	129
Gambar 4.38. <i>Scarf</i>	129
Gambar 4.39. <i>Polo Shirt</i>	130
Gambar 4.40. Tanda Pengenal.....	130
Gambar 4.41. <i>Banner</i>	131
Gambar 4.42. Spanduk dan <i>Backdrop</i>	132
Gambar 4.43. <i>Booklet</i>	132
Gambar 4.44. <i>Cover dan Back Cover Booklet</i>	133
Gambar 4.45. Peta KKDP.....	134
Gambar 4.46. Tiket.....	135
Gambar 4.47. <i>Directional Sign</i>	135
Gambar 4.48. <i>Icons</i>	136
Gambar 4.49. <i>Sign pada Grid</i>	137
Gambar 4.50. Perbandingan <i>sign</i> dengan manusia.....	137
Gambar 4.51. <i>Identification Sign</i>	138
Gambar 4.52. <i>Sign dalam Grid</i>	139
Gambar 4.53. Perbandingan <i>sign</i> dengan manusia.....	139
Gambar 4.54. Situs Web KKDP.....	140
Gambar 4.55 Halaman Facebook.....	141
Gambar 4.56. Instagram.....	142
Gambar 4.57. Conoth Konten Instagram.....	143

Gambar 4.58. Twitter.....	144
Gambar 4.59. YouTube.....	145
Gambar 4.60. Poster 1.....	146
Gambar 4.61. Poster 2.....	147
Gambar 4.62. Flyer 1.....	148
Gambar 4.63. <i>X-banner</i>	149
Gambar 4.64. Iklan Media Cetak.....	150
Gambar 4.65. Iklan Majalah.....	150
Gambar 4.66. Iklan Kotan.....	151
Gambar 4.67. Iklan YouTube.....	152
Gambar 4.68. Iklan Situs Web.....	153
Gambar 4.69. Instagram <i>Promote</i>	154
Gambar 4.70. Facebook Ads.....	154
Gambar 4.71. <i>Stationery</i>	155
Gambar 4.72. Kartu Nama.....	156
Gambar 4.73. Slide Presentasi.....	156
Gambar 4.74. Slide Presentasi 2.....	157
Gambar 4.75. Presentasi 3.....	157
Gambar 4.76. Proposal 1.....	158
Gambar 4.77. Proposal 2.....	159
Gambar 4.78. Kalendar.....	159
Gambar 4.79. Kop surat dan amplop.....	160
Gambar 4.80. Kop Surat E-mail.....	160

Gambar 4.81. Pin	161
Gambar 4.82. <i>Totebag</i>	161
Gambar 4.83. Gelas Keramik.....	162
Gambar 4.84. <i>Baju Merchandise</i>	162
Gambar 4.85. <i>Brand Book</i>	163
Gambar 4.86. <i>Brandbook 2</i>	163
Gambar 4.87. <i>Numbering Subbab</i>	164
Gambar 4.88. <i>Typeface</i>	165
Gambar 4.89. Logogram.....	166



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Visual Matriks 1.....	86
Tabel 4.2. Visual Matriks 2.....	92
Tabel 4.3. Visual Matriks 3.....	106
Tabel 4.4 <i>Budgeting</i> 1.....	167
Tabel 4.5. <i>Budgeting</i> 2.....	168
Tabel 4.6 <i>Budgeting</i> 3.....	169
Tabel 4.7. <i>Budgeting</i> 4.....	169
Tabel 4.8. <i>Budgeting</i> 5.....	170
Tabel 4.9. <i>Budgeting</i> 6.....	171

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISIONER176

LAMPIRAN B: KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR.....178

UMN

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**