



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 VISUAL PROMOSI KAMPUNG

WISATA BRONTOKUSUMAN

Laporan Tugas Akhir

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



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Adeline Yovita Hartanto
NIM : 13120210364
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adeline Yovita Hartanto

NIM : 13120210364

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN VISUAL PROMOSI KAMPUNG WISATA BRONTOKUSUMAN

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, 6 Juni 2017

Adeline Yovita Hartanto



UMN

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN VISUAL PROMOSI
KAMPUNG WISATA BRONTOKUSUMAN**

Oleh

Nama : Adeline Yovita Hartanto

NIM : 13120210364

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 19 Juni 2017

Pembimbing

Darfi Rizkavirwan, S.Sn, M.Ds.

Penguji

Ketua Sidang

Gideon K. Frederick, S.T., M.Ds.

Moh. Rizaldi, S.T., M.Ds.

Ketua Program Studi

Yusup S. Martyastiadi, S.T., M. Inf.Tech.

KATA PENGANTAR

Terdapat sebuah kalimat yang mengatakan “Sesuatu yang berharga tidak datang dengan mudah”, hal inilah yang penulis rasakan selama berproses menyelesaikan tugas akhir. Namun penulis bersyukur karena kesempatan yang diberikan, untuk membuat perancangan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Visual promosi Kampung Wisata Brontokusuman”.

Industri pariwisata Indonesia saat ini sedang berkembang dengan pesat. Yogyakarta sebagai salah satu destinasi favorit menerima peningkatan kunjungan tiap tahunnya, sehingga terjadi penumpukan kunjungan wisatawan di beberapa destinasi. Maka hadirilah beberapa kampung wisata sebagai destinasi wisata alternatif, salah satunya Kampung Wisata Brontokusuman. Destinasi ini memiliki berbagai potensi wisata, antara lain wisata alam, wisata budaya, serta wisata kuliner dan penginapan. Permasalahannya adalah potensi tersebut tidak teridentifikasi oleh wisatawan, dikarenakan tidak ada informasi yang menyatakan adanya Kampung Wisata Brontokusuman. Maka dari itu pada perancangan tugas akhir ini membahas tentang pentingnya sebuah visual promosi untuk destinasi wisata, serta peran sebuah visual promosi untuk membangun *awareness* dalam *destination branding*.

Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini, antara lain kepada:

1. Bapak Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Darfi Rizkavirwan, S.Sn, M.Ds., selaku pembimbing, terima kasih atas kesabaran beliau selama membimbing penulis dari pemilihan topik hingga perancangan tugas akhir ini selesai.
3. Bapak Kelik, Bapak Hasan, dan Bapak Kusnan, selaku pengurus Komunitas Kampung Wisata Brontokusuman sebagai narasumber.
4. Bapak Edi Suparto, selaku ketua P4Y, selaku narasumber.
5. Bapak Mohammad Rizaldi selaku ketua sidang, dan Ibu Greysia Susilo selaku penguji. Bapak Zamzami selaku dosen seminar yang telah memberikan arahan kepada penulis.
6. Keluarga penulis, Mama dan Cici, yang selalu memberikan doa dan dukungan secara moral dan materi.
7. Teman-teman TenTARagrafis#10: Gabriella Lotus, Bernadeth Natasha, Alyssa Mutiara, Stefanus Hansel, Bowen Sutanto, Ivana Phobe, Suhardi Lie, Fahmi Putra, dan Alfonsus Thyonanda.
8. Teman-teman Universitas Multimedia Nusantara angkatan 2013, Novita Christina, Glory Amadea, Kelsey Kiantoro, dan Klarissa Liviana, atas motivasi yang diberikan.
9. Teman terdekat penulis, Calvin Dio, atas dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam perancangan tugas akhir ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Penulis berharap perancangan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak orang,

baik bagi Kampung Wisata Brontokusuman, bagi universitas, dan bagi mahasiswa yang akan menjalani tugas akhir.

Tangerang, 6 Juni 2017

Adeline Yovita Hartanto



ABSTRAKSI

Yogyakarta merupakan salah satu destinasi favorit para wisatawan, setiap tahunnya kunjungan ke kota ini terus meningkat. Namun terjadi penumpukan kunjungan wisatawan di beberapa destinasi. Maka hadirilah beberapa kampung wisata sebagai destinasi wisata alternatif, salah satunya Kampung Wisata Brontokusuman. Terdapat berbagai potensi wisata yang ada di destinasi ini, antara lain wisata alam, wisata budaya, serta wisata kuliner dan penginapan. Melihat potensi yang ada, seharusnya destinasi ini mampu menjadi tujuan utama para wisatawan. Namun sayangnya potensi tersebut tidak teridentifikasi oleh wisatawan, dikarenakan tidak ada informasi yang menyatakan adanya Kampung Wisata Brontokusuman. Sehingga dapat dirumuskan bagaimana membangun *awareness* Kampung Wisata Brontokusuman melalui *destination branding*, dengan fokus pada perancangan visual promosi.

Perancangan ini menggunakan penelitian *mix method* untuk mendapatkan data awal yang komprehensif. Hasil yang ingin dicapai adalah Kampung Wisata Brontokusuman dapat memiliki visual promosi yang sesuai dengan fungsinya sebagai kampung wisata, sehingga dapat teridentifikasi dengan baik oleh calon wisatawannya.

Kata kunci : *Awareness*, *destination branding*, visual promosi.

UMMN

ABSTRACT

Yogyakarta is one of the tourist's favorite destination, the number of visitor to this destinations increased each year. But there is accumulation of tourist in some destinations. Then there is idea of tourism village as a alternatives destination, one of them is Brontokusuman Tourism Village. They have various tourism potentials in these destinations, such as eco-tourism, cultural tourism, and culinary and lodging tourism. Seeing the potential of this destination should be able to become a major destination for tourists. Unfortunately, this potential is not identified by tourists because there is no information that states Brontokusuman Tourism Village as a tourism village. So it can be formulated how to build awareness of Brontokusuman Tourism Village through destination branding, focusing on on the design of visual promotion.

This design uses mixed research methods to obtain preliminary data comprehensively. Results to be achieved is the Brontokusuman Tourism Village have an visual promotion, so it can be identified by the tourists.

Key words : Awareness, destination branding, visual promotion.



U M N

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAKSI.....	VIII
ABSTRACT	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XVI
DAFTAR LAMPIRAN	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	5
1.5. Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Pariwisata	7
2.1.1. Fenomena Perkembangan Pariwisata.....	8
2.2. <i>Destination Branding</i>	8

2.2.1.	<i>Ekuitas Brand</i>	9
2.2.2.	<i>Proses Destination Branding</i>	10
2.2.3.	<i>Brand Strategy</i>	12
2.2.4.	<i>Brand Architecture</i>	13
2.2.5.	<i>Brand Identity</i>	15
2.3.	<i>Visual Identity</i>	17
2.3.1.	Logo	18
2.3.2.	Warna	19
2.3.3.	Tipografi.....	21
2.3.4.	Layout	23
2.4.	Promosi	24
2.4.1.	<i>Promotional Mix</i>	24
2.4.2.	AIDA.....	26
2.4.3.	Manfaat Promosi	27
2.4.4.	Media Promosi	27
2.4.5.	Iklan.....	29
2.4.6.	Intergrasi Visual dan <i>Copywriting</i>	32
2.5.	Ilustrasi.....	33
BAB III METODOLOGI		34
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data	34
3.1.1.	Wawancara	34
3.1.2.	Observasi.....	47
3.1.3.	Kuesioner	54

3.2.	Metodologi Perancangan Visual Promosi.....	59
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS		61
4.1.	Perancangan	61
4.1.1.	Perancangan Logo.....	65
4.1.2.	Perancangan Promosi.....	67
4.1.3.	Perancangan Media.....	70
4.1.4.	Proses Perancangan.....	75
4.2.	Analisis.....	91
4.2.1.	Gaya Visual.....	91
4.2.2.	Layout.....	91
4.2.3.	Warna.....	92
4.2.4.	Tipografi.....	93
4.2.5.	Intergrasi Visual dengan <i>Copywriting</i>	94
4.3.	<i>Media Plan</i> dan <i>Media Budgeting</i>	98
BAB V PENUTUP.....		100
5.1.	Kesimpulan.....	100
5.2.	Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA		XIV
LAMPIRAN A: PERTANYAAN WAWANCARA DAN KUESIONER....		XVI
LAMPIRAN B: DISPLAY KARYA TUGAS AKHIR		XXI
LAMPIRAN C: KARTU KONSULTASI BIMBINGAN.....		XVI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo Malaysia Truly Asia	15
Gambar 2.2. Kategori Logo	18
Gambar 2.3. Kategori Rupa Huruf	23
Gambar 3.1. Wawancara dengan Pengurus KWB	35
Gambar 3.2. Wawancara dengan Ketua P4Y	41
Gambar 3.3. Wawancara dengan Penduduk	44
Gambar 3.4. Petunjuk Arah KWB	47
Gambar 3.5. Gapura Prawirotaman.....	48
Gambar 3.6. Potensi Wisata Alam	49
Gambar 3.7. Potensi Wisata Budaya.....	50
Gambar 3.8. Potensi Wisata Kuliner dan Penginapan	51
Gambar 3.9. Hasil Observasi Jejak di Google	53
Gambar 3.10. Website Prawirotaman	53
Gambar 3.11. Diagram Tujuan Utama Wisatawan	56
Gambar 3.12. Diagram <i>Awareness</i> Wisatawan Terhadap KWB	57
Gambar 3.13. Diagram Penilaian Wisatawan Terhadap KWB.....	58
Gambar 4.1. <i>Mindmapping</i> Data.....	61
Gambar 4.2. <i>Brainstorming Personality</i>	63
Gambar 4.3. <i>Brainstorming Diversity, Harmony, Delightful</i>	64
Gambar 4.4. Alternatif Logo Delightful Brontokusuman.....	66
Gambar 4.5. Logo Delightful Brontokusuman	66
Gambar 4.6. Sketsa Strategi Visual.....	67

Gambar 4.7. Sketsa Perancangan	75
Gambar 4.8. <i>Moodboard</i> Target.....	76
Gambar 4.9. <i>Moodboard</i> Ilustrasi	76
Gambar 4.10. <i>Mindmapping</i> Gambaran Tradisional.....	77
Gambar 4.11. Alternatif Ilustrasi	78
Gambar 4.12. Instagram.....	81
Gambar 4.13. Facebook	82
Gambar 4.14. <i>Web banner</i>	83
Gambar 4.15. <i>Website</i>	84
Gambar 4.16. Majalah <i>Travelling</i>	85
Gambar 4.17. Cabin Pesawat	86
Gambar 4.18. Dinding Bandara	86
Gambar 4.19. Billboard.....	87
Gambar 4.20. Mobil.....	88
Gambar 4.21. Becak.....	88
Gambar 4.22. Umbul-umbul	89
Gambar 4.23. Brosur.....	90
Gambar 4.24. <i>Merchandise</i>	90
Gambar 4.25. Warna	92
Gambar 4.26. A Pompadour Display	93
Gambar 4.27. Lato.....	94
Gambar 4.28. Integrasi <i>Copywriting</i> Potensi Kuliner dan Penginapan	95
Gambar 4.29. Integrasi <i>Copywriting</i> Potensi Alam	96

Gambar 4.30. Integrasi *Copywriting* Potensi Budaya..... 97



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Jumlah Potensi Wisata	54
Tabel 3.2. Wisatawan Potensial	55
Tabel 3.3. Perhitungan Sampel	55
Tabel 4.1. Konsep Pesan	68
Tabel 4.2. Tahap Merancang Media	70
Tabel 4.3. <i>Touchpoint</i> target	72
Tabel 4.4. <i>Copywriting</i> Kuliner dan Penginapan	79
Tabel 4.5. <i>Copywriting</i> Alam.....	80
Tabel 4.6. <i>Copywriting</i> Kebudayaan.....	80
Tabel 4.7. <i>Media Plan</i>	98
Tabel 4.8. <i>Media Budgeting</i>	99

UMMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: PERTANYAAN WAWANCARA DAN KUESIONER.... XVI

LAMPIRAN B: DISPLAY KARYA TUGAS AKHIR..... XXI

LAMPIRAN C: KARTU KONSULTASI BIMBINGAN..... XVI

