



### **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 ULANG IDENTITAS VISUAL WISATA LUBANA SENGKOL DI TANGERANG**

**Laporan Tugas Akhir**

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



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Nama : Gloria Oktaviani  
NIM : 14120210096  
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 : Gloria Oktaviani

NIM : 14120210096

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

### **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL**

#### **WISATA LUBANA SENGKOL DI TANGERANG**

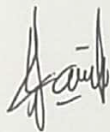
dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

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, 28 Juni 2018



Gloria Oktaviani

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

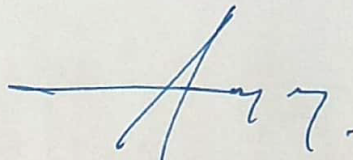
### PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL WISATA LUBANA SENGKOL DI TANGERANG

Oleh

Nama : Gloria Oktaviani  
NIM : 14120210096  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain

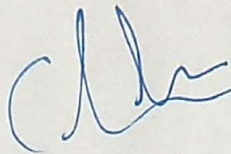
Tangerang, 12 Juli 2018

Pembimbing



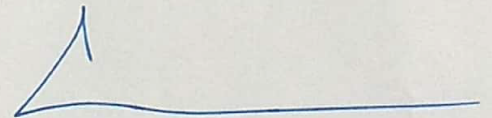
Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.

Penguji



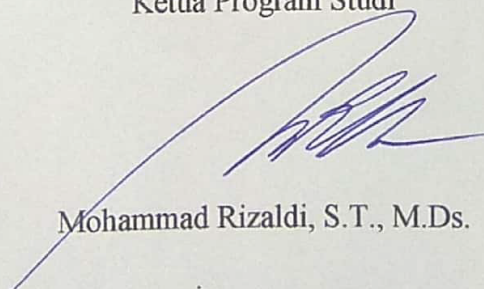
Clemens Felix Setiyawan, S.Sn., M.Hum.

Ketua Sidang



Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Ketua Program Studi



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

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan anugrahNya yang begitu besar, sehingga dapat menyelenggarakan tugas akhir dengan judul “Perancangan Ulang Identitas Visual Wisata Lubana Sengkol di Tangerang” dengan baik.

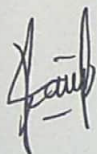
Laporan tugas akhir ini diperuntukkan sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar S.Ds. dan menambah informasi bagi pembaca mengenai pentingnya identitas tempat wisata. Lubana Sengkol merupakan wisata yang berpotensi terutama di Tangerang Selatan, karena wisata ini selain memberikan rekreasi keluarga, juga memberikan edukasi. Maka dari itu penulis berharap dengan merancang identitas visual, Lubana Sengkol dapat menjadi tempat wisata yang ingin dikunjungi, adanya konsistensi dalam menggunakan logo, identitas dapat lebih merepresentasikan wisata Lubana Sengkol, dan masyarakat dapat langsung mengenal Lubana Sengkol hanya dengan melihat logonya saja.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada orang-orang yang telah membantu dan memperlancar pembuatan laporan tugas akhir ini, yaitu :

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan kesempatan dan dukungan
2. Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan semangat, masukan, dan membimbing dalam pembuatan tugas akhir

3. Dosen Desain Komunikasi Visual terutama Adhreza Brahma, M.Ds., Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds., Clemen Felix Setiyawan, S.Sn., M.Hum., dan Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds. yang telah memberi masukan
4. Andre selaku *management* Lubana Sengkol dan Ozy selaku *marketing* Lubana Sengkol *outbound*, yang telah menyempatkan waktunya dan memberikan kesempatan untuk menjelaskan perihal Lubana Sengkol
5. Pihak Lubana Sengkol yang telah memberikan kesempatan dan kesediaannya untuk dijadikan objek penelitian
6. Keluarga yang memberikan semangat, doa, dan bantuan dari awal pembuatan hingga akhir
7. Teman-teman seperjuangan tugas akhir 'Design Army' yang telah menyemangati satu sama lain dan memberi masukan
8. Teman-teman 'wacana' yang telah memberikan dukungan dan canda
9. Orang-orang yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan telah ikut andil dalam pembuatan laporan tugas akhir

Tangerang, 2 Juli 2018



Gloria Oktaviani

## ABSTRAKSI

Kota Tangerang Selatan sebagai salah satu kota di provinsi Banten memiliki potensi yang baik untuk dijadikan destinasi wisata, hal ini didukung dengan kenaikan wisatawan terus menerus setiap tahunnya. Salah satunya yaitu wisata keluarga pemancingan dan *outbound* Lubana Sengkol yang terletak di Kampung Sengkol, Setu, Banten dan sudah berdiri selama 10 tahun. Pengembangan yang terus dilakukan, membuat pihak Lubana Sengkol perlu merubah identitas visual agar masyarakat lebih mengenal dan tidak salah persepsi mengenai wisata ini. Maka dibutuhkan identitas visual yang baru agar wisata ini menjadi salah satu destinasi yang ingin dikunjungi, adanya konsistensi dalam penerapan, dan masyarakat lebih mengenal Lubana Sengkol.

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui kuesioner, wawancara dengan pihak Lubana Sengkol dan masyarakat, observasi lapangan, analisa logo, dan studi eksisting terhadap logo wisata sekitar yang terkait, dengan disesuaikan studi literatur yang telah ada. Sumber data yang sudah terkumpul menjadi acuan dalam pembuatan logo baru, yaitu terbentuknya big idea 'Enjoying the nature and family'. Diharapkan logo yang baru ini dapat lebih menggambarkan Lubana Sengkol baik dari segi persepsi masyarakat maupun semangat yang ingin disampaikan wisata ini. Identitas visual yang terbentuk akan dibukukan ke dalam pedoman identitas visual, yang menjadi acuan atau tata cara dalam penggunaan logo baru, sehingga lebih konsisten dan bijak dalam menggunakan logo.

Kata kunci : Lubana, Sengkol, identitas, visual, logo, pemancingan, *outbound*





## **ABSTRACT**

*South Tangerang City as one of the cities in Banten has good potential to be a destination for tourist, this is also supported by the increase of tourist continuously every year. One of them is fishing pond and outbound Lubana Sengkol located in Kampung Sengkol, Setu, Banten, and has been there for 10 years. They want to continue to make this tourism increase, so they need to change brand identity. Hopefully with this change, can make the people is more familiar, know and not misperception, make want to visit Lubana Sengkol, and consistent to use the logos.*

*This research was conducted by collecting data from questionnaire, in depth interview with Lubana Sengkol and local communities, observation, logo analysis, and study existing about logos in Indonesia, using study literature that have been written. Sources of data that have been collected, used as a reference to make new logos, discover the big idea 'Enjoying the nature and family'. Perhaps logo can be better describe about Lubana Sengkol, both in terms of people perception or the spirit to be conveyed. Brand Identity that has been formed, will be made graphic standard manual (GSM) book, this book is used as a reference or procedure to use logos in the application media, so can more consistent, flexible, and wise to use the logos.*

*Keywords : Lubana, Sengkol, brand, identity, logo, fishing, outbound*

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Tugas Akhir.....	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 <i>Branding</i> .....	6

2.1.1	<i>Brand Positioning dan Brand Mantra</i> .....	7
2.2	Identitas Visual.....	8
2.2.1	Nama .....	11
2.2.2	Logo .....	11
2.2.2.1	Kriteria Logo .....	16
2.2.2.2	<i>Sequence of cognition</i> .....	16
2.2.2.3	Karakteristik bentuk .....	18
2.2.2.4	<i>Gestalt</i> .....	20
2.2.2.5	Jenis bentuk lainnya dalam logo.....	23
2.2.3	Warna .....	23
2.2.4	Tipografi.....	30
2.2.5	Elemen Gambar.....	33
2.2.6	Penerapan Identitas .....	33
2.3	Pedoman Sistem Identitas ( <i>Graphic Standard Manual</i> ) .....	34
2.4	<i>Layout</i> .....	36
2.5.1	<i>Grid</i> .....	36
2.5	Visual Semiotika .....	41

<b>BAB III METODOLOGI .....</b>	<b>44</b>
3.1 Metodologi Pengumpulan Data.....	44
3.1.1 Wawancara.....	44
3.1.1.1 Bapak Andre – <i>Management</i> Lubana Sengkol.....	45
3.1.1.2 Bapak Ozy – <i>Marketing</i> Lubana Sengkol <i>Outbound</i> .....	48
3.1.1.3 Masyarakat .....	51
3.1.2 Observasi.....	54
3.1.3 Kuesioner .....	59
3.1.4 Analisa Logo .....	61
3.1.5 Studi Eksisting .....	63
3.2 Metodologi Perancangan.....	67
<b>BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS .....</b>	<b>69</b>
4.1 Perancangan.....	69
4.1.1 <i>Mind Mapping</i> .....	70
4.1.2 Sketsa .....	74
4.1.3 Logo .....	78
4.1.4 Supergrafis .....	82

4.1.5	Pedoman Identitas Visual (GSM) .....	84
4.2	Analisa Visual .....	88
4.2.1	Logo .....	88
4.2.2	Elemen Supergrafis .....	92
4.2.3	<i>Graphic Standard Manual Book</i> .....	93
4.2.4	<i>Typeface</i> .....	96
4.3	Media Penerapan .....	97
4.3.1	Promosi .....	98
4.3.2	Perlengkapan Dokumen Perusahaan .....	102
4.3.3	Perlengkapan untuk Lubana Sengkol .....	103
4.3.4	Kendaraan .....	105
4.3.5	Penghargaan ( <i>Award</i> ) .....	107
4.4	Anggaran Biaya .....	109
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>112</b>
5.1	Kesimpulan .....	112
5.2	Saran .....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>xx</b>



<b>LAMPIRAN A: Kartu Konsultasi Bimbingan.....</b>	<b>xxiii</b>
<b>LAMPIRAN B: Surat Wawancara Narasumber.....</b>	<b>xxvii</b>
<b>LAMPIRAN C: Transkrip Wawancara.....</b>	<b>xxviii</b>
<b>LAMPIRAN D: Hasil Kuesioner <i>Online</i>.....</b>	<b>xxx</b>
<b>LAMPIRAN E: Sketsa Logo Manual.....</b>	<b>xxxii</b>
<b>LAMPIRAN F: Pameran Tugas Akhir.....</b>	<b>xxxiv</b>

**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

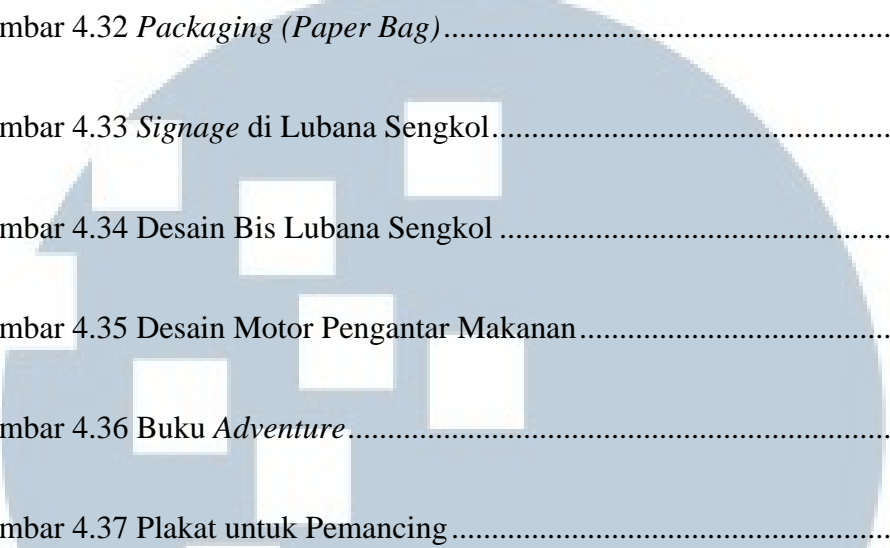
Gambar 2.1 Anatomi Logo .....	13
Gambar 2.2 Contoh Logo Verbatim.....	13
Gambar 2.3 Penerapan Logo yang Salah .....	15
Gambar 2.4 <i>Sequence of Cognition</i> .....	17
Gambar 2.5 Contoh Logo Bentuk Dasar Lingkaran .....	18
Gambar 2.6 Contoh Logo Bentuk Dasar Segi Empat .....	19
Gambar 2.7 Contoh Logo Bentuk Dasar Segitiga.....	19
Gambar 2.8 Contoh Logo <i>Similarity</i> .....	21
Gambar 2.9 Contoh Logo <i>Closure</i> .....	22
Gambar 2.10 Contoh Logo <i>Figure Ground</i> .....	22
Gambar 2.11 <i>Color Wheel</i> .....	26
Gambar 2.0.12 Bagian dari Tipografi .....	31
Gambar 2.13 <i>Grid Single -Column</i> .....	38
Gambar 2.14 <i>Grid Two-Column</i> .....	39
Gambar 2.15 <i>Grid Five-Column</i> .....	39
Gambar 2.16 <i>Grid Asimetris</i> .....	40

Gambar 2.17 Contoh Visual Semiotika .....	43
Gambar 3.1 Foto Bersama Bapak Andre .....	46
Gambar 3.2 Logo Lubana Sengkol .....	47
Gambar 3.3 Foto Bersama Bapak Ozy.....	49
Gambar 3.4 Logo Lubana Sengkol <i>Outbound</i> .....	50
Gambar 3.5 Foto Bersama Ibu Vera .....	52
Gambar 3.6 Foto Bersama Bapak Yuda (Tengah) dan Bapak Adit (Kanan).....	53
Gambar 3.7 Suasana Kantin.....	54
Gambar 3.8 Suasana Lubana Sengkol.....	55
Gambar 3.9 Suasana <i>Wedding Venue</i> .....	56
Gambar 3.10 Suasana <i>Outbound</i> .....	56
Gambar 3.11 Penerapan Logo di Lapangan.....	57
Gambar 3.12 Logo pada Brosur.....	58
Gambar 3.13 Kuesioner 1 .....	60
Gambar 3.14 Kuesioner 2 .....	61
Gambar 3.15 <i>Logogram</i> Lubana Sengkol.....	61
Gambar 3.16 Logo Pulo Saiji.....	64



Gambar 3.17 Logo Citra Alam.....	65
Gambar 3.18 Logo Kopeng Treetop .....	66
Gambar 3.19 Logo Saung Dolken.....	67
Gambar 4.1 <i>Mind Mapping</i> Filosofi Lubana Sengkol .....	70
Gambar 4.2 <i>Mind Mapping</i> Wisata Lubana Sengkol.....	72
Gambar 4.3 <i>Moodboard</i> Visual Lubana Sengkol .....	73
Gambar 4.4 Sketsa Logo.....	75
Gambar 4.5 Referensi <i>Monster Fish</i> .....	76
Gambar 4.6 Gambar Ikan pada Logo.....	76
Gambar 4.7 Gambar <i>Flying fox</i> pada Logo.....	77
Gambar 4.8 Sketsa Logo <i>Digital</i> .....	78
Gambar 4.9 Master Logo .....	79
Gambar 4.10 Logo Tanpa <i>Tagline</i> .....	79
Gambar 4.11 Palet Warna pada Logo .....	81
Gambar 4.12 Warna <i>Backgorund</i> .....	81
Gambar 4.13 Pengaruh <i>Background</i> Gelap.....	82
Gambar 4.14 Elemen Supergrafis dari Logo.....	83

Gambar 4.15 Pengaplikasian Elemen Supergrafis.....	83
Gambar 4.16 Warna Elemen Supergrafis.....	84
Gambar 4.17 <i>Grid</i> GSM.....	85
Gambar 4.18 Subab Halaman GSM.....	86
Gambar 4.19 Kategori Bab di GSM.....	87
Gambar 4.20 Logo Lubana Sengkol Baru.....	88
Gambar 4.21 Logo Lubana Sengkol Hitam Putih.....	90
Gambar 4.22 Penerapan di <i>Packaging</i> .....	91
Gambar 4.23 Proporsi Logo (Ukuran Terkecil Logo).....	92
Gambar 4.24 Penerapan <i>Grid</i> di GSM.....	93
Gambar 4.25 Salah Satu Contoh Isi GSM.....	95
Gambar 4.26 <i>Typeface</i> yang Digunakan.....	97
Gambar 4.27 Slogan untuk Promosi.....	99
Gambar 4.28 <i>Flyer</i> dan <i>X-banner</i> .....	100
Gambar 4.29 Promosi Berupa Brosur.....	101
Gambar 4.30 Promosi Berupa Media Sosial.....	102
Gambar 4.31 Perlengkapan Dokumen Perusahaan.....	103



Gambar 4.32 <i>Packaging (Paper Bag)</i> .....	104
Gambar 4.33 <i>Signage di Lubana Sengkol</i> .....	105
Gambar 4.34 <i>Desain Bis Lubana Sengkol</i> .....	106
Gambar 4.35 <i>Desain Motor Pengantar Makanan</i> .....	107
Gambar 4.36 <i>Buku Adventure</i> .....	108
Gambar 4.37 <i>Plakat untuk Pemancing</i> .....	109

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kriteria Logo yang Baik .....	16
Tabel 4.1 SWOT Lubana Sengkol .....	71
Tabel 4.2 Anggaran Biaya Lubana Sengkol .....	110

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA