



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 IDENTITAS VISUAL TAMAN LAUT
PAHAWANG SEBAGAI DESTINASI WISATA**

Laporan Tugas Akhir

Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



Nama : Evelyn Shaina Yumiko

NIM : 12120210234

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2016

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Evelyn Shaina Yumiko

NIM : 12120210234

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL TAMAN LAUT

PAHAWANG SEBAGAI DESTINASI WISATA

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 pelaksanan 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, 5 Juni 2016

Evelyn Shaina Yumiko

UMN

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL TAMAN LAUT

PAHAWANG SEBAGAI DESTINASI WISATA

Oleh

Nama : Evelyn Shaina Yumiko

NIM : 12120210234

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 17 Juni 2016

Pembimbing

Ratna Cahaya Rina, S.Sos., M.Ds.

Pengaji

Ketua Sidang

Drs. Daru Paramayuga, M.Ds.

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

Ketua Program Studi

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan penyertaan Nya yang begitu besar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul “Perancangan Identitas Visual Taman Laut Pahawang Sebagai Destinasi Wisata” ini dengan baik. Laporan tugas akhir ini disusun oleh penulis sebagai mahasiswa tingkat akhir dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds).

Laporan ini berisi keseluruhan dokumentasi penulis selama melakukan penyusunan tugas akhir. Termasuk didalamnya proses pencarian data, survei, dan observasi lapangan sebagai penunjang perancangan tugas akhir ini. Judul tugas akhir ini dipilih dengan latar belakang kondisi pariwisata domestik yang tengah naik daun. Termasuk di dalamnya sebuah taman laut bernama Pahawang yang terletak di provinsi Lampung. Pahawang menawarkan jenis wisata unik yaitu berfoto di dalam laut. Namun, karena Pahawang tidak memiliki identitas visual, maka sebagian besar masyarakat hanya menganggap Pahawang sebagai salah satu pantai indah biasa di Indonesia. Oleh karena itu dibutuhkan Perancangan Identitas Visual Taman Laut Pahawang Sebagai Destinasi Wisata.

Penulis menyadari tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang ada, penulis tidak akan menyelesaikan laporan ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada

1. Yusup Sigit Martyastiadi, ST., M.Inf.Tech. selaku ketua program studi Desain Komunikasi Visual
2. Ratna Cahaya Rina, S.Sos., M.Ds. sebagai dosen pembimbing yang selalu memberikan saran dan masukan yang sangat membantu penulis untuk membuat laporan ini dapat terselesaikan tepat waktu dan benar.
3. Susana, dan Alberto Egashira yang selalu mendukung saya baik secara moril maupun mental dan memberikan masukan dalam membuat laporan ini.
4. Dra. Setianingsih Purnomo, M.A., Darfi Rizkavirwan, S.Sn, M.Ds., Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds., dan Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds. yang telah memberi masukan, saran dan kritik sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ali Hafiz, dan Helmi selaku narasumber penulis.
6. Teman seperjuangan Tugas Akhir, Thalia Giovanni, Natasha Widjaja, Erickson, Hendri Siman Santosa, Surya Setiawan, Zethria.
7. Juanrio, Jean Patricia, Anggita Mahardika, Vicky Sandria, Mia Chandra, Reza Arista, Divio Tanod, Selvie Oktavia, Desmonda Putri Chika, Yenny Kumaladewi, Ferddy Limas, Calvina Adrilia, Natasha Levina, seluruh rekan kerja Dreambox dan orang – orang yang penulis tidak dapat tuliskan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini baik dari segi teknis hingga materi, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan Laporan ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Tugas Akhir ini, semoga laporan ini dapat menjadi referensi bagi pembacanya di masa mendatang

Tangerang, 5 Juni 2016

Evelyn Shaina Yumiko



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAKSI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir.....	4
1.5. Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6. Metodologi Perancangan	5
1.7. Skematika Perancangan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Pariwisata.....	8

2.2. <i>Destination Branding</i>	10
2.2.1. Branding	11
2.2.2. Logo.....	12
2.2.3. Prinsip Desain.....	13
2.2.4. Elemen Desain.....	17
BAB III METODOLOGI	22
3.1. Gambaran Umum Pulau Pahawang.....	22
3.1.1. Wisata Lainnya di Lampung.....	30
3.1.2. Transportasi	34
3.2. Wawancara.....	36
3.2.1. Proses Wawancara	36
3.2.2. Analisa Wawancara	40
3.3. Kuisioner.....	41
3.3.1. Analisa Kuisioner	41
3.3.2. Kesimpulan Kuisioner	46
3.4. Observasi Eksisting	46
BAB IV PERANCANGAN.....	58
4.1. Mindmapping Perancangan	58
4.2. Brainstorming Perancangan.....	59
4.3. Konsep Perancangan.....	61

4.4.	Sketsa Perancangan.....	65
4.5.	Logo Perancangan.....	70
4.6.	Supergrafis	78
4.7.	<i>Brand Guidelines</i>	80
4.8.	Aplikasi Perancangan	86
4.9.	Media	98
4.10.	Budgeting.....	101
BAB V PENUTUP		102
5.1.	Kesimpulan	102
5.2.	Saran	103
DAFTAR PUSTAKA.....		xix



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kegiatan snorkeling	9
Gambar 2.2. Logo City of Melbourne	13
Gambar 2.3. <i>Balance</i>	14
Gambar 2.4. <i>Rhytm</i>	15
Gambar 2.5. <i>company profile City of Melbourne</i>	16
Gambar 2.6. Garis	18
Gambar 2.7. Tipografi	20
Gambar 2.8. Helvetica	21
Gambar 3.1.Letak Pulau Pahawang.....	22
Gambar 3.2.Pelabuhan Ketapang.....	23
Gambar 3.3. Kejernihan Perairan Pahawang	24
Gambar 3.4. Spot Foto 1 Pahawang	25
Gambar 3.5. Spot Foto 2 Pahawang	26
Gambar 3.6. Ikan Uta – uta.....	27
Gambar 3.7. Ikan Nemo di Pahawang	28
Gambar 3.8. <i>Homestay</i> Pahawang	29
Gambar 3.9. Teluk Kiluan	30
Gambar 3.10. Laguna Kiluan.....	31
Gambar 3.11. Taman Nasional Way Kambas.....	32
Gambar 3.12. Pantai Tanjung Setia	33

Gambar 3.13. Wawancara dengan Ali Hafiz	37
Gambar 3.14. Wawancara dengan Helmi	40
Gambar 3.15. Chart Usia	41
Gambar 3.16. Chart Pekerjaan	42
Gambar 3.17. Chart Pendapatan	42
Gambar 3.18. Chart Frekuensi Perjalanan Wisata.....	43
Gambar 3.19. Chart Teman Wisata	44
Gambar 3.20. Chart Frekuensi Jenis Wisata.....	44
Gambar 3.21. Chart Aktivitas Wisatawan	45
Gambar 3.22. Logo The Islands of the Bahamas.....	47
Gambar 3.23. Map The Islands of the Bahamas.....	48
Gambar 3.24. Supergrafis The Islands of the Bahamas.....	49
Gambar 3.25. Logo Gulf Shores.....	50
Gambar 3.26. <i>Sea Oats</i> di Gulf Shores.....	51
Gambar 3.27. Media cetak Gulf Shores.....	52
Gambar 3.28. Logo <i>USVI</i>	53
Gambar 3.29. Mocko Jumbie.....	54
Gambar 3.30. Supergrafis <i>USVI</i>	55
Gambar 4.1. Mindmapping Perancangan	58
Gambar 4.2. Brainstorming Perancangan 1	59
Gambar 4.3. Brainstorming Perancangan 2	60
Gambar 4.4. Refleksi Pada Air	61
Gambar 4.5. Warna pada air	63

Gambar 4.6. Warna pada air	63
Gambar 4.7. Gradasi Warna	64
Gambar 4.8. Sketsa Perancangan 1.....	66
Gambar 4.9. Sketsa Perancangan 2.....	66
Gambar 4.10. Sketsa Perancangan 3.....	67
Gambar 4.12. Adaptasi Pola Gelombang Laut	68
Gambar 4.13. Sketsa Perancangan 4.....	69
Gambar 4.14. Sketsa Digital 1	70
Gambar 4.15. Sketsa Digital 2	71
Gambar 4.16. Logogram Final.....	72
Gambar 4.17. Diagram Konsep	72
Gambar 4.18. Konstruksi Logogram	74
Gambar 4.19. Pemilihan Logotype	74
Gambar 4.20. Font Exo 2.0.....	76
Gambar 4.21. Warna.....	77
Gambar 4.22. Gradasi Warna	78
Gambar 4.23. Konstruksi Supergrafis	78
Gambar 4.24. Pengaplikasian Supergrafis.....	79
Gambar 4.25. Versi Logo Horizontal	80
Gambar 4.26. Versi Logo Vertikal	81
Gambar 4.27. Versi Warna	82
Gambar 4.28. Clear Space Horizontal	83
Gambar 4.29. Clear Space Vertikal	83

Gambar 4.30. Positioning	84
Gambar 4.31. <i>What Not To Do</i>	85
Gambar 4.32. Kartu Nama.....	86
Gambar 4.33. Kop Surat	87
Gambar 4.34. Amplop	88
Gambar 4.35. ID Card.....	89
Gambar 4.36. CD	90
Gambar 4.37. CD Cover	91
Gambar 4.38. Folder	92
Gambar 4.39. Notes	93
Gambar 4.40. Pin	93
Gambar 4.41. Mug	94
Gambar 4.42. Tumbler.....	94
Gambar 4.43. Totebag	95
Gambar 4.44. Kaos	96
Gambar 4.45. Mobil.....	97
Gambar 4.46. Kapal	97
Gambar 4.47. Media Vertikal	98
Gambar 4.48. Aplikasi Media Vertikal.....	99
Gambar 4.49. Media Horizontal	99
Gambar 4.50. Aplikasi Media Horizontal.....	100

DAFTAR TABEL

Table 3.1. Tarif Kapal Merak Bakauheni	35
Table 3.2. Perbandingan Observasi Eksisting	56
Table 4.1. Anggaran Harga.....	99

UMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: SURAT PERIZINAN UMN	xxii
LAMPIRAN B: KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR	xxiii
LAMPIRAN C: DOKUMENTASI OBSERVASI LAPANGAN	xxvii
LAMPIRAN D: SKETSA	xxix
LAMPIRAN E: DISPLAY	xxxviii

UMN

ABSTRAKSI

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia menjadikan Indonesia memiliki kekayaan sumber daya perairan dan garis pantai yang panjang. Sumber daya yang dimiliki indonesia ini dapat memberikan banyak manfaat bagi masyarakat jika dikelola dengan tepat. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengelola kekayaan perairan Indonesia adalah dengan menjadikan daerah perairan yang ada menjadi sebuah objek wisata yaitu wisata pantai. Di provinsi Lampung, terdapat sebuah tempat bernama Pahawang yang merupakan salah satu primadona objek wisata baru Lampung yang menyuguhkan pemandangan eksotis bawah laut sebagai daya tarik utamanya. Dari konteks di atas, sebuah identitas visual dirasa dapat menjadi salah satu strategi dari Pulau Pahawang untuk membuat posisi yang kuat di dalam benak wisatawan seperti layaknya sebuah produk atau jasa. Dengan demikian Pahawang diharapkan dapat dikenal secara luas baik regional maupun global.

Perancangan identitas visual Pahawang sebagai destinasi wisata ini dilakukan dengan perpaduan antara metodologi dan teori yang didukung juga dengan data yang telah diperoleh dari observasi lapangan, studi pustaka dan kuisioner serta teori. Hal tersebut digunakan sebagai acuan merancang sebuah identitas visual yang efektif dan dapat merepresentasikan Pahawang dengan baik.

Kata kunci: rekreasi, wisata, Pahawang, identitas visual



ABSTRACT

Indonesia is the largest archipelago in the world which makes Indonesia has a wealth of marine resources and long coastline. Resources owned by Indonesia can provide many benefits to the community if it is managed properly. One of the ways that can be done to manage the marine resources of Indonesia is to make the existing marine area into a tourist attraction which is nautical tourism. In the very south province of Sumatera, Lampung. There is a place called Pahawang, which is the new belle of tourism that offers exotic underwater scenery as its main attraction. Based on the context as described, a visual identity can be considered one of the strategies to make a strong impression towards Pahawang Island as a tourist destination as if it's a product or service. Thus Pahawang is expected to be more widely known both regionally and globally.

The Pahawang Island visual identity design as a tourist destination is done by the combination of methodologies and theories that are supported by the data that has been obtained from onsite observation, literature, and questionnaire. Those activities done as a reference to design a visual identity that is effective and can present Pahawang well as an attractive tourist destination.

Kata kunci: recreation, tourism, Pahawang, visual identity

