



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 VISUAL

DESTINATION BRANDING PERKAMPUNGAN

BUDAYA BETAWI SETU BABAKAN

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Josephine
NIM : 14120210033
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 : Josephine

NIM : 14120210033

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN VISUAL *DESTINATION BRANDING*

PERKAMPUNGAN BUDAYA BETAWI SETU BABAKAN

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, 27 Juni 2018

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Josephine".

Josephine

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN VISUAL DESTINATION BRANDING
PERKAMPUNGAN BUDAYA BETAWI
SETU BABAKAN

Oleh

Nama : Josephine

NIM : 14120210033

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

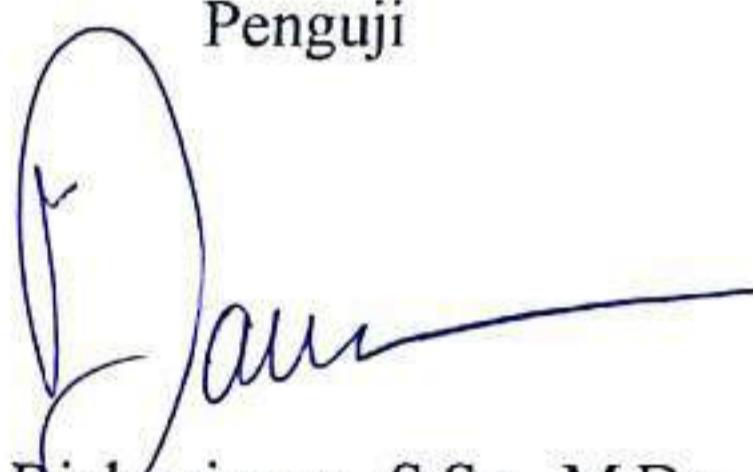
Tangerang, 12 Juli 2018

Pembimbing



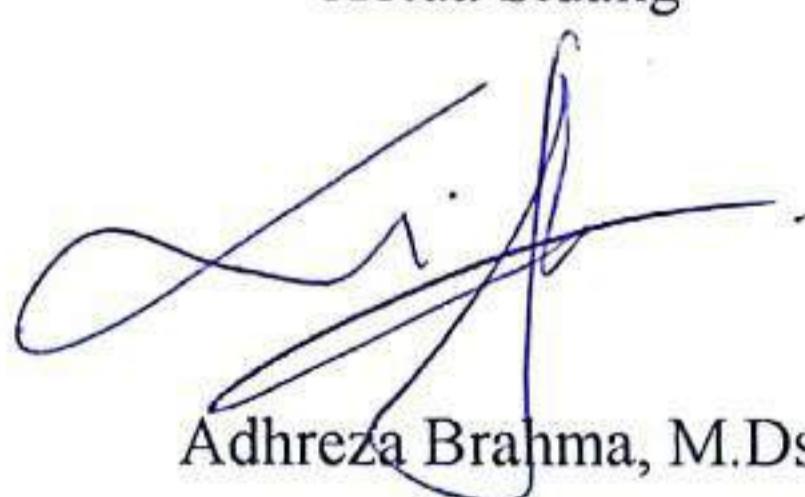
Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.

Penguji



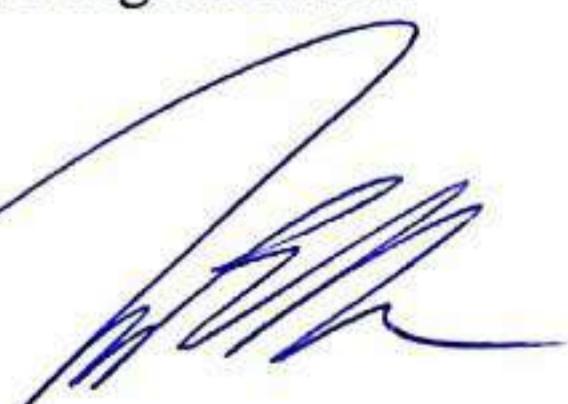
Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



Adhreza Brahma, M.Ds.

Ketua Program Studi



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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik dan lancar. Seperti kata sebuah pepatah “Tidak ada rahasia untuk sukses. Sukses hanyalah hasil dari persiapan kerja keras, ketekunan, dan belajar dari kegagalan”. Penulis mendapati pepatah tersebut benar adanya ketika menjalani secara langsung proses bertahap dari penyusunan tugas akhir ini.

Perancangan tugas akhir ini merupakan sebuah kesempatan berharga bagi penulis untuk mengukur kemampuan diri dan mengaplikasikan teori-teori yang telah dipelajari selama proses perkuliahan ke dalam bentuk sebuah karya yang dapat memberi manfaat bagi para audiens. Jatuh bangun merupakan sebuah bagian dari proses pengembangan diri agar nantinya penulis dapat siap ketika memasuki jenjang yang selanjutnya.

Selama proses perancangan tugas akhir ini tentunya penulis mendapatkan banyak pelajaran dan pengalaman berharga yang tidak pernah didapatkan sebelumnya. Penulis belajar bagaimana berdisiplin dan mengatur waktu, bagaimana berkomunikasi dengan orang-orang yang baru, menjaga konsistensi dan performa yang prima dalam setiap pekerjaan meskipun dihadapkan pada situasi *deadline* yang ketat, dan tentunya bagaimana menemukan sebuah solusi dari sebuah problem yang diselesaikan menggunakan ilmu dan kemampuan desain yang telah dipelajari selama ini.

Adapun penulis berharap, penulisan laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan wisata budaya di Indonesia ke depannya dan tentunya menjadi sarana pembelajaran bagi para pembaca.

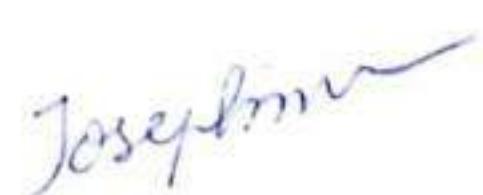
Penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak berikut, yang telah turut serta membantu penulis selama proses penyelesaian tugas akhir ini dan juga memberikan kontribusi dan bantuan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini:

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
2. Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds. selaku dosen pembimbing tugas akhir penulis yang telah banyak membantu dalam keseluruhan proses penulisan dan perancangan tugas akhir ini.
3. Keluarga, rekan-rekan seperjuangan, teman-teman dekat yang sedikit banyak telah membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan perancangan ini, Kevin Darmawan, Maya Rosianti, dan juga teman-teman grup cuka anggur yang bersama-sama dalam susah maupun senang mengerjakan keseluruhan tugas akhir ini dengan semangat, keringat dan kerja keras.
4. Teman-teman lainnya yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan bantuan selama proses perancangan tugas akhir ini berlangsung,

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam laporan ini. Oleh karena itu, penulis selalu terbuka akan kritik, saran, dan masukan untuk

pembelajaran dan koreksi diri agar penulis dapat berkembang lebih baik lagi di masa mendatang.

Tangerang, 29 Juni 2018

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Josephine".

Josephine

ABSTRAKSI

Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan merupakan sebuah wilayah yang dikhususkan untuk menjaga, melestarikan, dan mengembangkan warisan budaya khas Jakarta. Keberadaannya sebagai salah satu cagar budaya yang ditetapkan oleh pemerintah belum didukung oleh adanya sebuah identitas destinasi secara menyeluruh dan komprehensif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Jakarta terhadap kawasan Setu Babakan sebagai salah satu sarana pelestarian kebudayaan Betawi. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah *destination branding* yang tepat untuk mendukung potensi wisata budaya Setu Babakan agar dapat menjangkau wisatawan lokal juga wisatawan asing. Metode yang digunakan dalam perancangan *destination branding* ini adalah observasi, studi pustaka, existing studies, wawancara, dan kuesioner untuk mendapatkan data-data yang nantinya digunakan sebagai acuan pembuatan identitas visual yang tepat untuk Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan yang nantinya dapat membantu keseluruhan konsep komunikasi dan promosi ke depannya. Perancangan identitas ini merupakan salah satu langkah untuk memajukan pariwisata lokal dan meningkatkan kedulian masyarakat terhadap peninggalan tradisi budaya Betawi.

Kata kunci : budaya, Betawi, wisata budaya, pariwisata, *destination branding*.



ABSTRACT

Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan is an area devoted to preserve and develop Jakarta's distinctive cultural heritage. Its existence as one of the cultural heritage set by the government has not been supported by the existence of visual identity to raise the awareness of the citizen of Jakarta towards Setu Babakan area as one means to preserve Betawi culture. Therefore, it needs a proper brand identity to support the cultural tourism potential of Setu Babakan in order to reach the citizens of Jakarta as well as local and foreign tourists. The methods used in designing this visual identity are observation, literature study, existing studies, interviews, and questionnaires to obtain data that will be used as a future reference for making the right and comprehensive destination branding for Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. The main purpose of designing this identity is to promote Jakarta's local tourism and increase public awareness of the cultural heritage of Betawi.

Keywords: ***culture, Betawi, cultural tourism, tourism, destination branding.***



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.....	XIV
DAFTAR TABEL	XX
DAFTAR LAMPIRAN.....	XXI
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. Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Pariwisata	7
2.1.1. Destinasi Pariwisata	8
2.1.2. Faktor Pendukung Kegiatan Minat Berwisata	8

2.1.3.	<i>Daya Tarik Wisata</i>	9
2.1.4.	<i>Wisata Budaya</i>	9
2.2.	<i>Brand</i>	10
2.3.	<i>Destination Branding</i>	10
2.3.1.	<i>Brand Identity</i>	11
2.3.2.	<i>Brand Positioning</i>	13
2.3.3.	<i>Brand Value</i>	13
2.3.4.	<i>Brand Personality</i>	14
2.3.5.	<i>Brand Proposition</i>	14
2.3.6.	<i>Brand Experience</i>	15
2.4.	<i>Identitas Visual</i>	16
2.4.1.	<i>Logo/ signature/ brandmark</i>	16
2.4.2.	<i>Warna</i>	21
2.4.3.	<i>Tipografi</i>	24
2.4.4.	<i>Layout</i>	28
2.4.5.	<i>Ilustrasi</i>	32
2.5.	<i>Copywriting</i>	33
2.5.1.	<i>Tagline</i>	34
2.5.2.	<i>Gestalt Principle</i>	34
2.5.3.	<i>Headline</i>	39
2.6.	<i>Media</i>	43
2.6.1.	<i>Internet</i>	43
2.6.2.	<i>Media Sosial</i>	44

2.7. <i>Camera Shot</i>	45
2.7.1. <i>Composition</i>	49
2.7.2. <i>Angle</i>	50
2.7.3. <i>Camera Movement</i>	52
2.7.4. <i>Transitions</i>	53
BAB III METODOLOGI.....	55
3.1. Metodologi Pengumpulan Data	55
3.1.1. Wawancara.....	55
3.1.2. Kuesioner	68
3.1.3. Studi Eksisting	72
3.1.4. Analisa SWOT	80
3.1.5. Studi Pustaka.....	81
3.2. Metodologi Perancangan	82
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS.....	85
4.1. Perancangan	85
4.1.1. Perancangan Logo.....	89
4.1.2. Perancangan <i>Supergraphic</i>	97
4.1.3. Perancangan <i>Tagline</i> dan <i>Copywriting</i>	106
4.1.4. Tipografi	106
4.1.5. Perancangan Video dan <i>Photographic Style</i>	108
4.1.6. Perancangan <i>Graphic Standard Manual</i>	120
4.2. Analisis	125

4.2.1.	Analisis Logo	125
4.2.2.	Analisis <i>Supergraphic</i>	129
4.2.3.	Analisis Tipografi	132
4.2.4.	Analisis Video dan <i>Photographic Style</i>	134
4.2.5.	Analisis <i>Graphic Standard Manual</i>	141
4.2.6.	<i>Budgeting</i>	143
BAB V PENUTUP		146
5.1.	Kesimpulan	146
5.2.	Saran	147
DAFTAR PUSTAKA.....		XIV



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>The Brand Benefit Pyramid</i>	15
Gambar 2.2. <i>Signature Composition</i>	17
Gambar 2.3. Logo Google	17
Gambar 2.4. Logo IBM.....	18
Gambar 2.5. Logo Crocs	18
Gambar 2.6. Logo Apple	19
Gambar 2.7. Logo Nike	19
Gambar 2.8. Logo OCAD University.....	20
Gambar 2.9. Warna merah.....	22
Gambar 2.10. Warna kuning.....	22
Gambar 2.11. Warna biru.....	23
Gambar 2.12. Warna hijau.....	24
Gambar 2.13. <i>Serif type</i>	26
Gambar 2.14. <i>Sans Serif type</i>	27
Gambar 2.15. Cara mata membaca	29
Gambar 2.16. <i>Basic grid systems</i>	29
Gambar 2.17. <i>Basic two column symmetrical grid</i>	30
Gambar 2.18. <i>Basic two column asymmetrical grid</i>	31
Gambar 2.19. <i>Similarity Principle</i>	35
Gambar 2.20. <i>Continuity Principle</i>	36
Gambar 2.21. <i>Proximity Principle</i>	36
Gambar 2.22. <i>Closure Principle</i>	37

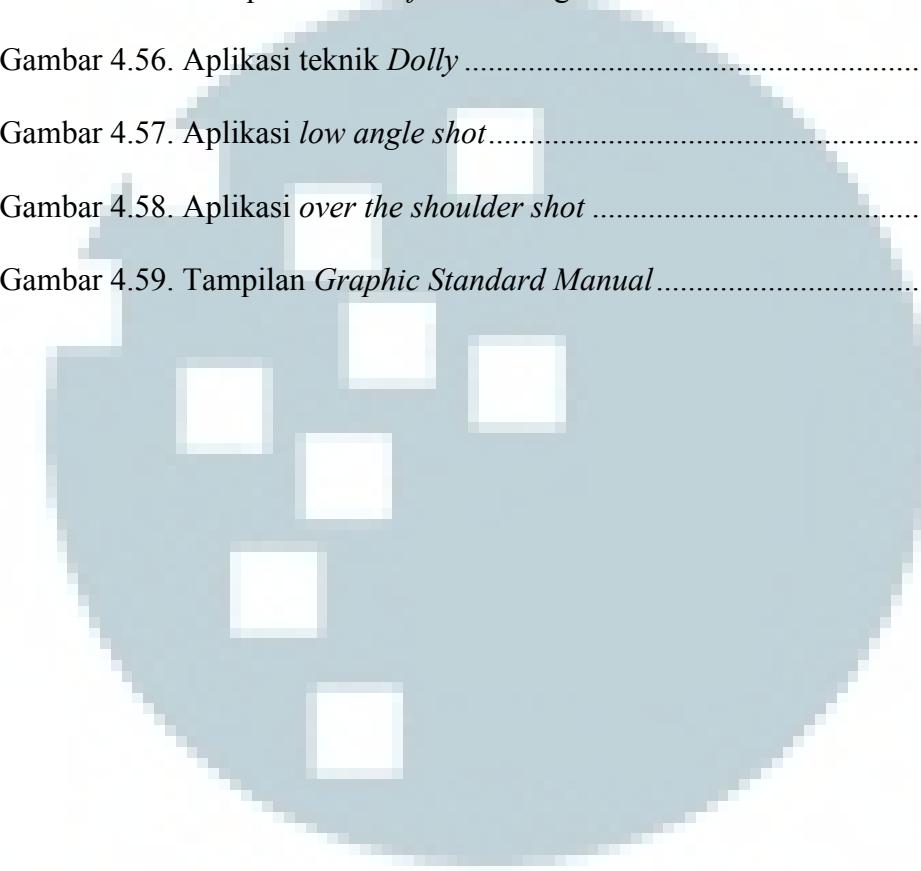
Gambar 2.23. <i>Common Fate Principle</i>	37
Gambar 2.24. <i>Figure and Ground Principle</i>	38
Gambar 2.25. <i>Continuing Line Principle</i>	38
Gambar 2.26. <i>Direct benefit headline</i>	40
Gambar 2.27. <i>Reverse benefit headline</i>	40
Gambar 2.28. <i>Factual headline</i>	41
Gambar 2.29. <i>Selective headline</i>	41
Gambar 2.30. <i>Curiosity headline</i>	42
Gambar 2.31. <i>Question headline</i>	42
Gambar 2.32. <i>Close up shot</i>	46
Gambar 2.33. <i>Medium shot</i>	47
Gambar 2.34. <i>Long shot</i>	48
Gambar 2.35. <i>Combination of shot</i>	48
Gambar 2.36. <i>Rule of Third</i>	49
Gambar 2.37. <i>Low Angle shot</i>	50
Gambar 2.38. <i>High angle shot</i>	51
Gambar 2.39. <i>Over the shoulder shot</i>	52
Gambar 2.27. <i>Types of shot</i>	52
Gambar 3.1. Wawancara dengan Kepsubbag TU Setu Babakan.....	56
Gambar 3.2. Gerbang I Pintu Masuk si Pitung Setu Babakan	58
Gambar 3.3. Kantor UPKPBB Setu Babakan.....	59
Gambar 3.4. Museum Budaya Betawi Setu Babakan	59
Gambar 3.5. Rumah adat tradisional Betawi di Setu Babakan	60

Gambar 3.6. Suasana warung makan di sekitar danau.....	61
Gambar 3.7. Media publikasi Setu Babakan.....	62
Gambar 3.8. Media publikasi Setu Babakan.....	63
Gambar 3.9. Media publikasi Setu Babakan.....	63
Gambar 3.10. Tabel jumlah pengunjung Setu Babakan	64
Gambar 3.11. Wawancara dengan <i>Head of Section Regulation</i> Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta	67
Gambar 3.12. Media informasi yang sering digunakan oleh <i>target audience</i>	71
Gambar 3.13. Identitas visual TMII.....	72
Gambar 3.14. Teater Keong Mas, TMII	73
Gambar 3.15. Tampilan <i>website</i> TMII.....	74
Gambar 3.16. Peta wahana TMII.....	75
Gambar 3.17. Anjungan DKI Jakarta, TMII.....	76
Gambar 3.18. Koleksi Anjungan DKI, TMII.....	76
Gambar 3.19. <i>Handout</i> Anjungan DKI, TMII	77
Gambar 3.20. Media sosial <i>Instagram</i> TMII	78
Gambar 3.21. Wawancara pengunjung Anjungan DKI TMII	79
Gambar 4.1. <i>Mind mapping</i>	86
Gambar 4.2. <i>Brand Proposition</i>	88
Gambar 4.3. <i>Tone of Voice</i>	89
Gambar 4.4. <i>Moodboard</i> perancangan.....	90
Gambar 4.5. Sketsa logo	91
Gambar 4.6. Digitalisasi logo dan alternatif logo	91

Gambar 4.7. Stilasi bentuk logo.....	92
Gambar 4.8. Logo untuk dikembangkan.....	93
Gambar 4.9. Penggunaan stilasi untuk struktur dasar huruf	95
Gambar 4.10. Hasil revisi logo	95
Gambar 4.11. Desain final logo	96
Gambar 4.12. Warna logo	96
Gambar 4.13. Tampilan super grafis Setu Babakan	97
Gambar 4.14. Stilasi bentuk <i>supergraphic</i> Setu Babakan	98
Gambar 4.15. Stilasi bentuk <i>supergraphic</i> Setu Babakan	99
Gambar 4.16. Elemen-elemen dalam super grafis	100
Gambar 4.17. <i>Color pallete</i> primer.....	102
Gambar 4.18. <i>Color pallete</i> sekunder	103
Gambar 4.19. Aplikasi <i>color pallete</i> sekunder	103
Gambar 4.20. Aplikasi lainnya dari super grafis	104
Gambar 4.21. Tipografi.....	107
Gambar 4.18. Referensi video	108
Gambar 4.23. Pembuatan <i>storyboard</i>	111
Gambar 4.24. <i>Scene</i> video 1	112
Gambar 4.25. Adegan video setelah revisi	113
Gambar 4.26. Animasi logo	114
Gambar 4.27. Foto sebelum dan sesudah <i>editing</i>	115
Gambar 4.28. Foto <i>human interest</i> Setu Babakan	115
Gambar 4.29. Foto sebelum dan sesudah <i>editing</i>	116

Gambar 4.30. Foto <i>landscape & architecture</i> Setu Babakan	116
Gambar 4.31. Media sosial <i>Youtube</i> Setu Babakan	117
Gambar 4.32. Media sosial <i>Instagram</i> Setu Babakan.....	117
Gambar 4.33. <i>Website</i> Setu Babakan <i>desktop view</i>	118
Gambar 4.34. <i>Website</i> Setu Babakan.....	119
Gambar 4.35. <i>Website mobile view</i>	119
Gambar 4.36. <i>Layout grid system</i> GSM.....	121
Gambar 4.37. <i>GSM Brand Platform</i>	122
Gambar 4.38. <i>GSM logo usage</i>	123
Gambar 4.39. <i>GSM visual identity guideline</i>	123
Gambar 4.40. <i>GSM brand application guidelines</i>	124
Gambar 4.41. <i>GSM brand application guidelines</i>	125
Gambar 4.42. Aplikasi logo pada media 1.....	126
Gambar 4.43. Aplikasi logo pada media 2.....	127
Gambar 4.44. Area <i>clear space logo</i>	128
Gambar 4.45. <i>Minimum size logo</i>	128
Gambar 4.46. Contoh aplikasi logo dengan <i>finishing</i>	129
Gambar 4.47. Contoh aplikasi <i>supergraphic</i>	130
Gambar 4.48. Contoh <i>measurement supergraphic</i>	131
Gambar 4.49. Contoh aplikasi <i>supergraphic pattern</i>	132
Gambar 4.50. Tampilan <i>font Foco</i>	133
Gambar 4.51. Aplikasi <i>font</i> ke dalam desain	133
Gambar 4.52. <i>Establishing shot</i> suasana Kota Jakarta	135

Gambar 4.53. <i>Establishing shot</i> suasana Setu Babakan	136
Gambar 4.54. Komposisi <i>Rule of Third</i> pada video.....	137
Gambar 4.55. Komposisi <i>Rule of Third</i> dengan <i>medium shot</i>	138
Gambar 4.56. Aplikasi teknik <i>Dolly</i>	139
Gambar 4.57. Aplikasi <i>low angle shot</i>	140
Gambar 4.58. Aplikasi <i>over the shoulder shot</i>	141
Gambar 4.59. Tampilan <i>Graphic Standard Manual</i>	142



DAFTAR TABEL

Tabel 4.2. Rincian Anggaran 143



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: LEMBAR BIMBINGAN.....	XVII
LAMPIRAN B: SURAT IZIN WAWANCARA	XVIII
LAMPIRAN C: SKETSA PERANCANGAN	XIX
LAMPIRAN D: <i>STORYBOARD</i>	XX

UMN