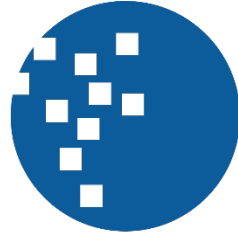


**PERANCANGAN *CITY BRANDING* KABUPATEN KLATEN**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Berlyana Cahya Utami**

**0000033288**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2022**

# PERANCANGAN *CITY BRANDING* KABUPATEN KLATEN



**Berlyana Cahya Utami**

**00000033288**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Berlyana Cahya Utami

Nomor Induk Mahasiswa : 00000033288

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

### PERANCANGAN *CITY BRANDING* KABUPATEN KLATEN

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2022



Berlyana Cahya Utami

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN *CITY BRANDING* KABUPATEN KLATEN**

Oleh

Nama : Berlyana Cahya Utami  
NIM : 00000033288  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

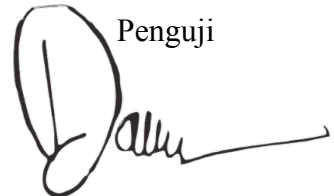
Telah diujikan pada hari Selasa, 14 Juni 2022  
Pukul 09.45 s.d 10.30 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



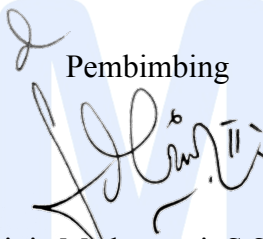
Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.  
0326128001/E038953

Penguji



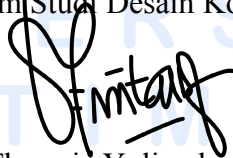
Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.  
0426108108/E023994

Pembimbing



Frindhinia Medyasepti, S.Sn.,M.Sc.  
0319098202/E068502

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds, M.A.  
0311099302/ E043487

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Berlyana Cahya Utami  
NIM : 00000033288  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain  
Jenis Karya : Tugas Akhir

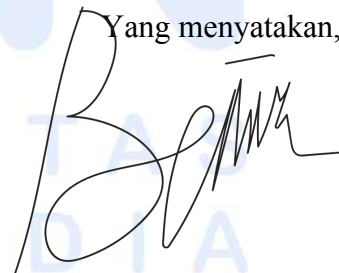
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

### **PERANCANGAN *CITY BRANDING* KABUPATEN KLATEN**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 28 Juni 2022

Yang menyatakan,



Berlyana Cahya Utami

## KATA PENGANTAR

Puji syukur diucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmatNya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Perancangan *City Branding* Kabupaten Klaten”. Alasan penulis tertarik untuk mengangkat topik pembahasan ini adalah Kabupaten Klaten memiliki potensi wisata yang banyak dan indah namun masih belum memiliki identitas kotanya sendiri sehingga belum banyak diketahui serta seringkali potensi yang dimiliki oleh Klaten dikenal sebagai milik kota lain.

Topik tentang *city branding* Kabupaten Klaten perlu dibuat agar Kabupaten Klaten dapat memiliki identitas kota dan membangun image kota yang baik serta menjadi pembeda dari kota lainnya sehingga dapat menjadi tujuan utama wisata bagi wisatawan, yang akan berpengaruh pada pertumbuhan perekonomian daerah. Dalam pembuatan tulisan ini, penulis mendapatkan banyak pengetahuan tentang *city branding* dan potensi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Klaten. Penulis juga dapat berlatih untuk berpikir secara ilmiah tentang sebab-akibat suatu masalah.

Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds, M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara
4. Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesaikannya tugas akhir ini
5. Edo Tirtadarma, M.Ds., sebagai Pembimbing Spesialis yang turut serta memberikan bimbingan dan arahan dalam perancangan ini
6. Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds., selaku Ketua Sidang dalam pelaksanaan sidang akhir penulis

7. Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds., selaku Dosen Penguji dalam pelaksanaan sidang akhir penulis
8. Sri Purwanto, selaku sekretaris Bappeda-Litbang kabupaten Klaten yang telah banyak memberikan informasi tentang kabupaten Klaten
9. Dwi Murwanti, selaku Kasi. Pemasaran Disparbudpora Kabupaten Klaten yang telah memberikan informasi tentang kabupaten Klaten dan pariwisatanya
10. FX Setiawan, selaku Ketua Harian Dewan Kesenian Klaten yang telah memberikan informasi tentang kesenian dan kebudayaan di Kabupaten Klaten
11. Seto Setiawan, selaku *Creative Director* Dapoer Creative Indonesia yang telah memberikan *insight* seputar *branding*
12. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik
13. Aditya, Melinda Balqis, Nasya, Fira, Aura, Wulan, Lutfi, Aditya, Pram, dan Feris, sebagai teman-teman yang selalu memberikan dukungan moral dan sedikit banyak membantu penulis dalam menyusun tugas akhir ini.

Dengan adanya perancangan ini, penulis berharap dapat berguna untuk membantu meningkatkan *awareness* terhadap keunggulan potensi dan pariwisata yang ada di Kabupaten Klaten.

Tangerang, 15 Juni 2022



Berlyana Cahya Utami

# PERANCANGAN *CITY BRANDING* KABUPATEN KLATEN

Berlyana Cahya Utami

## ABSTRAK

Kabupaten Klaten merupakan salah satu dari 35 kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah. Letaknya yang strategis diantara dua kota besar membuat Klaten memiliki peran penting dalam proses pertumbuhan wilayah di Jawa Tengah. Kabupaten Klaten juga memiliki banyak sekali potensi dan keunggulan wilayahnya beberapa diantaranya adalah dari sektor pariwisata, pertanian, industri, dan pertambangan. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang saat ini sedang menjadi keunggulan dari kabupaten Klaten. Walaupun begitu, masih banyak pengunjung yang datang ke Klaten hanya sebagai kota perlintasan untuk menuju ke kota lainnya. Selain itu, seringkali potensi dan keunikan yang dimiliki oleh Klaten disalah pahami sebagai keunikan milik kota lain. Untuk dapat membentuk *image* dan persepsi yang baik terhadap kabupaten Klaten serta dapat menonjolkan keunggulan wilayah milik kabupaten Klaten sehingga dapat dibedakan dengan wilayah lain serta mampu menarik perhatian wisatawan hingga investor, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan membuat *city branding* kabupaten Klaten. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian gabungan (*mix methods*) dengan pengambilan data melalui wawancara, observasi, studi eksisting, dan kuesioner. Perancangan ini berpedoman pada metode perancangan *branding* milik Alina Wheeler.

**Kata kunci:** *city branding*, Kabupaten Klaten, diferensiasi, wisatawan





# ***KLATEN REGENCY CITY BRAND DESIGN***

Berlyana Cahya Utami

## ***ABSTRACT***

*Klaten Regency is one of 35 regencies/cities in Central Java Province. Its strategic location between two big cities, namely Solo and Yogyakarta, makes Klaten have an important role in the process of regional growth in Central Java. Klaten Regency also has a lot of potential and regional advantages, some of which are from the tourism, agriculture, industry, and mining sectors. The tourism sector is one sector that is currently being the advantage of Klaten district. Even so, there are still many visitors who come to Klaten only as a crossing town to go to other cities. In addition, the potential and uniqueness of Klaten is often misunderstood as the uniqueness of other cities. To be able to form a good image and perception of the Klaten district and to highlight the advantages of the Klaten district so that it can be distinguished from other areas and be able to attract the attention of tourists and investors, one way that can be done is to create a city branding for the Klaten district. This study uses a combined research approach (mix methods) with data collection through interviews, observations, existing studies, and questionnaires. This design created based on Alina Wheeler's branding method.*

***Keywords:*** *city branding, Klaten Regency, differentiation, tourists*

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir .....	8
1.5 Manfaat Tugas Akhir .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Desain Grafis .....	9
2.1.1 Elemen Desain .....	9
2.1.2 Prinsip desain .....	15
2.1.3 Tipografi .....	20
2.1.4 <i>Grid</i> .....	27
2.1.5 <i>Photography</i> .....	30
2.2 <i>Brand</i> .....	31
2.2.1 <i>Branding</i> .....	32
2.2.2 <i>Brand Stakeholders</i> .....	34
2.2.3 <i>Brand Strategy</i> .....	35
2.2.4 <i>Brand Architecture</i> .....	35
2.2.5 <i>Brand ideals</i> .....	38
2.3 <i>Brand Identity</i> .....	40
2.3.1 <i>Visual Identity</i> .....	41
2.3.2 <i>City Branding</i> .....	55
2.4 Konsep <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)</i> .....	57
2.4.1 Segmentasi Pasar ( <i>Segmenting</i> ) .....	57
2.4.2 <i>Targeting</i> .....	60
2.4.3 <i>Positioning</i> .....	61
2.5 Gambaran Umum Kabupaten Klaten.....	62
2.5.1 Geografis Kabupaten Klaten.....	62

2.5.2	Semboyan Kabupaten Klaten.....	63
2.5.3	Visi dan Misi Kabupaten Klaten.....	63
2.5.4	Potensi wilayah Kabupaten Klaten.....	64
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN.....</b>	<b>71</b>
3.1	Metodologi Penelitian.....	71
3.1.1	Metode Kualitatif.....	71
3.1.2	Metode Kuantitatif.....	111
3.2	Analisis SWOT Kabupaten Klaten.....	123
3.3	Metodologi Perancangan.....	125
<b>BAB IV</b>	<b>STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....</b>	<b>127</b>
4.1	Strategi Perancangan.....	127
4.1.1	<i>Conducting Research</i> .....	127
4.1.2	<i>Clarifying Strategy</i> .....	127
4.1.3	<i>Designing Identity</i> .....	133
4.1.4	<i>Creating Touchpoints</i> .....	155
4.1.5	<i>Managing Assets</i> .....	177
4.2	Analisis Perancangan.....	180
4.2.1	Analisis Logo dan Sistem Identitas.....	180
4.2.2	Analisis Perancangan <i>Stationery</i> .....	192
4.2.3	Analisis Perancangan <i>Uniform</i> .....	198
4.2.4	Analisis Perancangan <i>Marketing Collateral</i> .....	199
4.2.5	Analisis Perancangan <i>Ephemera</i> .....	208
4.2.6	Analisis Perancangan <i>Graphic Standard Manual</i> .....	210
4.3	<i>Budgeting</i> .....	214
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>216</b>
5.1	Simpulan.....	216
5.2	Saran.....	217
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>xiii</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xviii</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Target Audiens.....	3
Tabel 2. 1. Spesialisasi dalam fotografi.....	31
Tabel 3. 1. Analisis SWOT Yogyakarta dan Solo.....	105
Tabel 3. 2. Identitas Responden.....	112
Tabel 3. 3. Pengalaman masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Klaten.....	113
Tabel 3. 4. Keperluan berkunjung ke Klaten.....	116
Tabel 3. 5. Persepsi terhadap Klaten.....	116
Tabel 3. 6. Pengalaman responden yang pernah mengunjungi Kabupaten Klaten.....	117
Tabel 3. 7. Rekomendasi Wisata di Klaten.....	118
Tabel 3. 8. Persepsi responden terhadap Klaten.....	119
Tabel 3. 9. Ketertarikan terhadap Kabupaten Klaten.....	120
Tabel 3. 10. Perkiraan jumlah pengeluaran selama berwisata.....	120
Tabel 3. 11. Pengaruh <i>city branding</i> terhadap responden.....	122
Tabel 3. 12. Media yang digunakan responden untuk mencari informasi tujuan wisata.....	123
Tabel 3. 13. Analisis SWOT kabupaten Klaten.....	123
Tabel 4. 1 <i>Brand mantra</i> .....	129
Tabel 4. 2 Perkiraan budget.....	214



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Contoh Figure and Ground .....	10
Gambar 2. 2. Contoh typographic shape.....	11
Gambar 2. 3. Warna Primer .....	12
Gambar 2. 4. Warna Sekunder .....	12
Gambar 2. 5. Warna Tersier.....	13
Gambar 2. 6. Implementasi tactile texture .....	15
Gambar 2. 7. Implementasi visual texture .....	15
Gambar 2. 8. Format lipatan halaman.....	16
Gambar 2. 9. Contoh symmetrical balance .....	16
Gambar 2. 10. Contoh assymetrical balance.....	17
Gambar 2. 11. Contoh Emphasize by isolation.....	17
Gambar 2. 12. Contoh <i>Emphasize by Placement</i> .....	18
Gambar 2. 13. Contoh <i>Emphasize through scale</i> .....	18
Gambar 2. 14. Contoh <i>Emphasize through contrast</i> .....	19
Gambar 2. 15. Contoh Emphasize through direction.....	19
Gambar 2. 16. Anatomi tipografi.....	20
Gambar 2. 17. Contoh <i>typeface old style</i> .....	22
Gambar 2. 18. Transitional .....	22
Gambar 2. 19. <i>Modern</i> .....	23
Gambar 2. 20. Slab serif .....	23
Gambar 2. 21. Sans serif.....	24
Gambar 2. 22. Blackletter .....	24
Gambar 2. 23. <i>Script</i> .....	25
Gambar 2. 24. <i>Display</i> .....	25
Gambar 2. 25. Leading.....	26
Gambar 2. 26. Kerning.....	26
Gambar 2. 27. Tracking .....	27
Gambar 2. 28. <i>Simple typographic grid</i> .....	28
Gambar 2. 29. <i>Modular grid</i> .....	29
Gambar 2. 30. Symmetric grid.....	29
Gambar 2. 31. Asymmetric grid .....	30
Gambar 2. 32. Contoh <i>Co-Branding</i> .....	33
Gambar 2. 33. Contoh <i>Digital branding</i> .....	33
Gambar 2. 34. Contoh <i>cause branding</i> .....	34
Gambar 2. 35. Contoh <i>country branding</i> .....	34
Gambar 2. 36. Contoh monolithic brand architecture.....	36
Gambar 2. 37. Contoh endorsed brand architecture .....	37
Gambar 2. 38. Contoh pluralistic brand architecture.....	37
Gambar 2. 39. Brandmarks .....	43
Gambar 2. 40. Wordmarks.....	43
Gambar 2. 41. Letterform marks.....	44

Gambar 2. 42. Pictorial marks .....	44
Gambar 2. 43. Dynamic marks .....	45
Gambar 2. 44. Abstract Marks .....	45
Gambar 2. 45. Emblems.....	46
Gambar 2. 46. Tagline “Just Do It” milik Nike .....	47
Gambar 2. 47. Supergrafis HUT 75 <sup>th</sup> Indonesia .....	48
Gambar 2. 48. Website.....	49
Gambar 2. 49. Stationery .....	50
Gambar 2. 50. Packaging .....	50
Gambar 2. 51. Advertising.....	51
Gambar 2. 52. Vehicles.....	52
Gambar 2. 53. Uniforms .....	52
Gambar 2. 54. Ephemera .....	53
Gambar 2. 55. Contoh graphic standard manual.....	54
Gambar 2. 56. City branding Stockholm .....	55
Gambar 2. 57. VALS framework.....	58
Gambar 2. 58. Lambang daerah Kabupaten Klaten .....	62
Gambar 3. 1. Dokumentasi wawancara dengan sekretaris Bappeda Klaten.....	73
Gambar 3. 2. Dokumentasi wawancara dengan Kasi. Pemasaran Disparbudpora Klaten.....	76
Gambar 3. 3. Dokumentasi wawancara dengan Seto Setiawan .....	80
Gambar 3. 4. Dokumentasi wawancara dengan FX Setiawan .....	82
Gambar 3. 5. Sop ayam Sorlem .....	87
Gambar 3. 6. Tjokro Hotel.....	87
Gambar 3. 7. Stasiun Klaten .....	89
Gambar 3. 8. Terminal “Ir. Soekarno” Klaten .....	89
Gambar 3. 9. Umbul Ponggok .....	90
Gambar 3. 10. New Rivermoon .....	90
Gambar 3. 11. Makanan di New Rivermoon .....	91
Gambar 3. 12. RSUD Bagas Waras .....	91
Gambar 3. 13. Suspension bridge Girpasang .....	92
Gambar 3. 14. Gondola di Girpasang .....	92
Gambar 3. 15. <i>Website</i> resmi kabupaten Klaten, halaman peta wisata.....	93
Gambar 3. 16. <i>Website</i> resmi kabupaten Klaten, halaman destinasi wisata .....	93
Gambar 3. 17. Media promosi Klaten di sosial media.....	94
Gambar 3. 18. Klaten Lurik Carnival .....	94
Gambar 3. 19. Festival Payung Indonesia di Candi Prambanan.....	95
Gambar 3. 20. Tari Lurik Payung .....	96
Gambar 3. 21. Usulan logo Jogja milik Hermawan .....	97
Gambar 3. 22. Identitas baru Jogja: Jogja Istimewa .....	98
Gambar 3. 23. Konsep 9 Renaissance.....	99
Gambar 3. 24. Filosofi logo .....	99
Gambar 3. 25. Filosofi logo .....	100

Gambar 3. 26. Warna utama identitas Jogja .....	100
Gambar 3. 27. Warna turunan.....	101
Gambar 3. 28. Aplikasi city branding Jogja .....	102
Gambar 3. 29. Logo identitas Solo .....	103
Gambar 3. 30. Bentuk Lung.....	104
Gambar 3. 31. Penerapan city branding kota Solo.....	104
Gambar 3. 32. City branding Casablanca .....	108
Gambar 3. 33. Elemen grafis city branding Casablanca.....	109
Gambar 3. 34. Aplikasi pada fotografi.....	110
Gambar 3. 35. Penerapan identitas Casablanca .....	110
Gambar 3. 36. Faktor dalam memilih kota tujuan wisata .....	121
Gambar 3. 37. Preferensi jenis wisata.....	122
Gambar 4. 1 Mind mapping positioning dan big idea .....	128
Gambar 4. 2 Brand brief .....	133
Gambar 4. 3 Mind mapping konsep visual perancangan.....	133
Gambar 4. 4 Moodboard konsep visual perancangan.....	134
Gambar 4. 5 Alternatif logotype .....	135
Gambar 4. 6 Proses perancangan logotype .....	136
Gambar 4. 7 Hasil perancangan logotype .....	136
Gambar 4. 8 Sketsa alternatif logomark .....	137
Gambar 4. 9 Digitalisasi alternatif logomarks .....	137
Gambar 4. 10 Logomark terpilih dan logomark final setelah dilakukan modifikasi .....	138
Gambar 4. 11 Makna kata kunci Homey pada logo.....	139
Gambar 4. 12 Makna kata kunci Richness pada logo.....	140
Gambar 4. 13 Final logo identitas Kabupaten Klaten .....	140
Gambar 4. 14 Alternatif tagline.....	141
Gambar 4. 15 Variasi konfigurasi logo .....	142
Gambar 4. 16 Moodboard warna identitas .....	142
Gambar 4. 17 Color code warna primer .....	143
Gambar 4. 18 Color code warna sekunder.....	144
Gambar 4. 19 Proporsi penggunaan warna pada identitas.....	144
Gambar 4. 20 Logo versi berwarna.....	145
Gambar 4. 21 Logo di atas latar warna primer & sekunder.....	145
Gambar 4. 22 Logo black & white, grayscale, dan logo di atas latar bergambar.....	146
Gambar 4. 23 Elemen pembentuk supergrafis .....	146
Gambar 4. 24 Konfigurasi supergrafis (1) .....	147
Gambar 4. 25 Konfigurasi supergrafis (2) .....	148
Gambar 4. 26 Konfigurasi pattern .....	149
Gambar 4. 27 Penerapan elemen visual supergrafis “beauty” pada gambar .....	150
Gambar 4. 28 Warna pada aplikasi elemen supergrafis pada imagery .....	151
Gambar 4. 29 Jenis font pada headline dan subheadline .....	152
Gambar 4. 30 Jenis font pada body text .....	152

Gambar 4. 31 Opsi <i>treatment</i> pada fotografi .....	154
Gambar 4. 32 Sebelum dan sesudah diaplikasikan <i>treatment</i> fotografi .....	154
Gambar 4. 33 Perancangan kartu nama .....	156
Gambar 4. 34 Perancangan <i>ID card</i> .....	157
Gambar 4. 35 Perancangan kop surat .....	158
Gambar 4. 36 Perancangan amplop .....	159
Gambar 4. 37 Perancangan map folder .....	160
Gambar 4. 38 Perancangan stempel .....	161
Gambar 4. 39 Perancangan <i>polo shirt</i> .....	162
Gambar 4. 40 Alternatif <i>layout</i> media cetak horizontal .....	163
Gambar 4. 41 Perancangan media cetak horizontal .....	164
Gambar 4. 42 Sumber aset foto pada <i>vertical banner</i> .....	164
Gambar 4. 43 Perancangan <i>vertical banner</i> .....	165
Gambar 4. 44 Perancangan halaman pertama brosur panduan .....	166
Gambar 4. 45 Perancangan halaman kedua brosur panduan .....	167
Gambar 4. 46 Katern <i>city profile</i> .....	168
Gambar 4. 47 <i>Modular grid</i> pada <i>city profile</i> .....	168
Gambar 4. 48 Halaman isi <i>city profile</i> .....	169
Gambar 4. 49 Sumber aset foto pada <i>instagram post</i> .....	170
Gambar 4. 50 Perancangan <i>instagram post</i> .....	170
Gambar 4. 51 Susunan konten <i>instagram post</i> kabupaten Klaten .....	171
Gambar 4. 52 Perancangan <i>instagram story</i> .....	172
Gambar 4. 53 <i>Sitemap</i> situs web kabupaten Klaten .....	173
Gambar 4. 54 Perancangan <i>website</i> .....	174
Gambar 4. 55 Perancangan tumbler .....	175
Gambar 4. 56 Perancangan <i>tote bag</i> .....	175
Gambar 4. 57 Perancangan payung .....	176
Gambar 4. 58 Perancangan topi .....	176
Gambar 4. 59 Perancangan sandal .....	177
Gambar 4. 60 Katern GSM .....	178
Gambar 4. 61 <i>Modular grid</i> dalam GSM .....	179
Gambar 4. 62 Perancangan <i>graphic standard manual</i> .....	180
Gambar 4. 63 Logo Kabupaten Klaten .....	181
Gambar 4. 64 Analisis makna <i>logomark</i> .....	182
Gambar 4. 65 <i>Logotype</i> Klaten .....	183
Gambar 4. 66 Konfigurasi logo .....	185
Gambar 4. 67 Warna identitas Klaten .....	185
Gambar 4. 68 Warna primer pada identitas .....	186
Gambar 4. 69 Warna sekunder pada identitas .....	187
Gambar 4. 70 Analisis tipografi .....	188
Gambar 4. 71 Elemen pembentuk supergrafis .....	188
Gambar 4. 72 Konfigurasi Supergrafis .....	189
Gambar 4. 73 Panduan warna supergrafis .....	190



Gambar 4. 74 Panduan warna supergrafis .....	190
Gambar 4. 75 Warna dan aplikasi supergrafis pada fotografi .....	191
Gambar 4. 76 Sebelum dan sesudah diaplikasikan <i>treatment</i> .....	192
Gambar 4. 77 Analisis kartu nama.....	193
Gambar 4. 78 Analisis kop surat.....	194
Gambar 4. 79 Analisis amplop.....	195
Gambar 4. 80 Analisis <i>ID Card</i> .....	196
Gambar 4. 81 Analisis map folder .....	197
Gambar 4. 82 Analisis stempel .....	198
Gambar 4. 83 Seragam <i>polo shirt</i> .....	198
Gambar 4. 84 Analisis media cetak horizontal .....	200
Gambar 4. 85 Analisis media cetak vertikal .....	201
Gambar 4. 86 Analisis brosur panduan kota.....	202
Gambar 4. 87. Isi <i>city profile</i> .....	203
Gambar 4. 88. Sampul <i>city profile</i> .....	204
Gambar 4. 89 Analisis <i>instagram post</i> .....	205
Gambar 4. 90 <i>Instagram story</i> .....	206
Gambar 4. 91 Analisis <i>website</i> .....	207
Gambar 4. 92 Analisis <i>ephemera</i> .....	209
Gambar 4. 93 <i>Modular grid</i> pada GSM.....	211
Gambar 4. 94 Halaman isi pada GSM .....	212
Gambar 4. 95 Halaman pergantian bab.....	213
Gambar 4. 96 Halaman penerapan media.....	213
Gambar 4. 97 Tampilan <i>cover</i> pada GSM .....	214



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xviii
Lampiran B Turnitin .....	xxi
Lampiran C Surat izin penelitian .....	xxii
Lampiran D Screenshot Bimbingan.....	xxiii
Lampiran E Transkrip Wawancara dengan Sekretaris Bappeda Kabupaten Klaten .....	xxviii
Lampiran F Transkrip Wawancara dengan Kasi. Pemasaran Dinas Pariwisata Klaten.....	xxxiii
Lampiran G Transkrip Wawancara dengan Creative Director Dapoer Creative Indonesia.....	xl
Lampiran H Transkrip Wawancara dengan Ketua Harian Dewan Kesenian Klaten .....	xliii
Lampiran I Hasil Kuesioner.....	xlviii
Lampiran J Daftar sumber foto .....	lxv

