

**PERANCANGAN DESAIN IDENTITAS *BRAND* BHUMI DAYA
DAN PT BUDAYA PARIWISATA INDONESIA**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Riani Keristendy

00000056674

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**PERANCANGAN DESAIN IDENTITAS *BRAND* BHUMI DAYA
DAN PT BUDAYA PARIWISATA INDONESIA**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Riani Keristendy

00000056674

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Riani Keristendy

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056674

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Laporan Cluster MBKM dengan judul:

**PERANCANGAN DESAIN IDENTITAS *BRAND* BHUMI DAYA DAN PT
BUDAYA PARIWISATA INDONESIA**

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 Cluster MBKM maupun dalam penulisan laporan Cluster MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Laporan Cluster MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2024



(Riani Keristendy)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul
**PERANCANGAN DESAIN IDENTITAS *BRAND* BHUMI DAYA DAN PT
BUDAYA PARIWISATA INDONESIA**

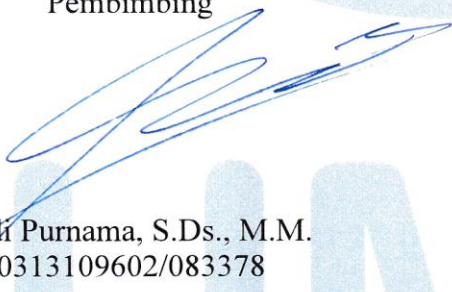
Oleh

Nama : Riani Keristendy
NIM : 00000056674
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

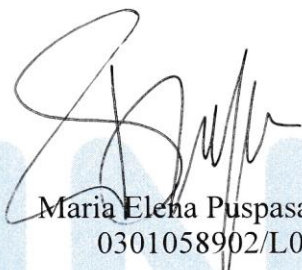
Telah diujikan pada hari Kamis, 13 Juni 2024
Pukul 15.30 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing


Hadi Purnama, S.Ds., M.M.
0313109602/083378

Penguji


Maria Elena Puspasari, M.Ds.
0301058902/L00445

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Riani Keristendy
NIM : 00000056674
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : Laporan Cluster MBKM

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 DESAIN IDENTITAS *BRAND* BHUMI DAYA DAN PT BUDAYA PARIWISATA INDONESIA

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 Laporan Cluster MBKM selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 31 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Riani Keristendy)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Cluster MBKM Kewirausahaan yang berjudul “PERANCANGAN DESAIN IDENTITAS *BRAND* BHUMI DAYA DAN PT BUDAYA PARIWISATA INDONESIA”. Perancangan ini didasari atas observasi penulis terhadap permasalahan yang berada dalam sektor pariwisata di Indonesia.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

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. Hadi Purnama, S.Ds., M.M., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan Cluster MBKM ini.
5. Michelle Greysianti dan Hoky Nanda, sebagai Pembimbing Eksternal/Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya karya dalam laporan Cluster MBKM ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Cluster MBKM ini.
7. Anggota tim Bhumi Daya yang telah memberikan kontribusinya dalam perancangan bisnis dan desain karya dalam laporan Cluster MBKM ini.
8. Teman-teman saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan emosional, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Cluster MBKM ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis terbuka atas kritik dan saran dari pihak yang terlibat. Namun, penulis berharap laporan ini dapat memberikan pengetahuan dan manfaat bagi penulis selanjutnya dalam merancang sebuah bisnis serta identitas brand dari sebuah perusahaan.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Riani Keristendy)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN DESAIN IDENTITAS *BRAND* BHUMI DAYA DAN PT BUDAYA PARIWISATA INDONESIA

(Riani Keristendy)

ABSTRAK

Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang dijadikan destinasi wisata paling diminati oleh banyak wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Salah satu daya tarik dari Bali adalah budayanya. Meskipun begitu, masih banyak destinasi wisata indah di Indonesia yang belum dikenal dan memiliki pengunjung yang sedikit, seperti desa wisata. Oleh karena itu, Bhumi Daya dirancang untuk memudahkan wisatawan dalam memesan akomodasi di sekitar desa-desa wisata dan bertujuan memberikan pengalaman budaya yang autentik. Metode yang digunakan dalam perancangan identitas brand Bhumi Daya adalah *Designing Brand Identity* dari Alina Wheeler (2013). Metode pengumpulan data yang dipakai adalah kualitatif dan kuantitatif, berupa studi eksisting dan kuesioner.

Kata kunci: budaya, desa wisata, identitas merek

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DESIGNING BRAND IDENTITY OF BHUMI DAYA AND PT

BUDAYA PARIWISATA INDONESIA

(Riani Keristendy)

ABSTRACT (English)

Bali is one of many provinces in Indonesia that has been widely known as popular tourism destination for many tourists, both locals and foreigners. One of many factors of Bali's attractions is its culture. However, there are still many beautiful tourism destinations in Indonesia that still not widely known yet and has little visitors, tourism village as an example. Thus, Bhumi Daya is designed to help tourists to book accomodations around Indonesia's tourism villages with the goal to give them authentic cultural experiences. Design process method that is used in designing Bhumi Daya's brand identity is Designing Brand Identity by Alina Wheeler (2013). The instruments that were used are qualitative and quantitative methodology, which involves study case and questionairre.

Keywords: *culture, tourism village, brand identity*

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	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan	1
1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan	3
1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan.....	3
1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan	5
1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan	5
1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan.....	6
BAB II PEMBENTUKAN IDE BISNIS.....	8
2.1 Validasi Ide Bisnis	8
2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis	8
2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis	9
2.2 Business Model Canvas.....	13
2.3 Deskripsi Perusahaan.....	16
2.4 Struktur Perusahaan.....	20
2.5 Alur Kerja Perusahaan.....	20
2.6 Analisis Kelayakan Usaha	21
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION	25
3.1 Market Research Validation	25
3.1.1 Segmentation, Targeting, Positioning.....	25
3.1.2 Market Persona.....	28

3.2	Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis.....	31
3.2.1	Metode Pengumpulan Data Kualitatif.....	31
3.2.2	Pengumpulan Data Kuantitatif.....	36
3.3	Analisa Produk Merek dan Kompetitor.....	38
3.4	Studi Eksisting dan Studi Referensi	40
3.4.1	Studi Eksisting	40
3.4.2	Studi Referensi	44
3.5	Penetapan Harga Produk/Jasa.....	49
3.6	Metode Perancangan Produk/Jasa	50
BAB IV PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA		52
4.1	Timeline dan Tahapan Perancangan Prototype Produk/Jasa	52
4.2	Uraian Perancangan Prototype Produk/Jasa	57
4.2.1	Perancangan Brief Prototype Bhumi Daya.....	57
4.2.2	<i>Mindmapping/Brainstorming</i>	62
4.2.3	<i>Moodboard</i>	64
4.2.4	Perancangan Desain	67
4.2.5	Draft Desain	74
4.2.6	Revisi.....	79
4.2.7	Finalisasi	82
4.3	Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa.....	82
4.3.1	Identitas Visual Bhumi Daya.....	83
4.3.2	Identitas Visual PT Budaya Pariwisata Indonesia	96
4.3.3	<i>Media Collateral</i> Bhumi Daya.....	106
4.4	Penentuan Vendor Prototype Produk /Jasa.....	121
4.5	Hasil Ujicoba Prototype Produk/Jasa	127
4.6	Kendala yang Ditemukan	130
4.7	Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	130
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		132
5.1	Simpulan.....	132
5.2	Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA		xvii
LAMPIRAN.....		xx

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Deskripsi Waktu dan Prosedur.....	6
Tabel 2. 1 Tabel Harga Pokok Produksi	22
Tabel 3. 1 Tabel Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>	25
Tabel 3. 2 Tabel <i>Targeting</i>	27
Tabel 3. 3 Tabel Perbandingan Kompetitor	39
Tabel 3. 4 Tabel Analisa SWOT	42
Tabel 4. 1 Tabel Timeline Produksi <i>Prototype</i> Produk/Jasa.....	52
Tabel 4. 2 Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa	56
Tabel 4. 3 Tabel VRIO Bhumi Daya	57
Tabel 4. 4 Tabel PESTEL Bhumi Daya	61

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Testimoni Riset Pasar 1	12
Gambar 2. 2 Testimoni Riset Pasar 2.....	13
Gambar 2. 3 Testimoni Riset Pasar 3.....	13
Gambar 2. 4 Gambar <i>Business Model Canvas</i>	16
Gambar 2. 5 Logo PT Budaya Pariwisata Indonesia	17
Gambar 2. 6 Logo Bhumi Daya	19
Gambar 2. 7 Struktur Perusahaan PT Budaya Pariwisata Indonesia	20
Gambar 2. 8 Alur Koordinasi tim MBKM Cluster Kewirausahaan.....	21
Gambar 2. 9 Alur Koordinasi dalam perusahaan PT. Budaya Pariwisata Indonesia	21
Gambar 3. 1 <i>Market Persona 1</i>	28
Gambar 3. 2 <i>Market Persona 2</i>	29
Gambar 3. 3 <i>Market Persona 3</i>	30
Gambar 3. 4 Dokumentasi wawancara dengan Omah Minggir	33
Gambar 3. 5 Dokumentasi wawancara dengan pemilik Dreamy Tinyhouse	36
Gambar 3. 6 <i>Brand Positioning Map</i>	39
Gambar 3. 7 Logo <i>Tiket.com</i>	40
Gambar 3. 8 <i>Website Tiket.com</i>	41
Gambar 3. 9 Aplikasi <i>Mobile Tiket.com</i>	41
Gambar 3. 10 Logo <i>Atourin</i>	43
Gambar 3. 11 Aplikasi <i>Atourin</i>	44
Gambar 3. 12 Logo <i>Airbnb</i>	45
Gambar 3. 13 Gambar <i>Brand Identity</i> logo <i>Airbnb</i>	46
Gambar 3. 14 Logo <i>Traveloka</i>	47
Gambar 3. 15 Logo <i>Agoda</i>	48
Gambar 3. 16 <i>Guidelines</i> Logo <i>Agoda</i>	49
Gambar 3. 17 Metode <i>Designing Brand Identity</i> by Alina Wheeler.....	51
Gambar 4. 1 <i>Big Idea</i>	63
Gambar 4. 2 <i>Tone of Voice</i>	63

Gambar 4. 3 <i>Value</i> Bhumi Daya	64
Gambar 4. 4 <i>Moodboard</i> Bhumi Daya.....	65
Gambar 4. 5 <i>Color palette</i> primer dan sekunder Bhumi Daya	66
Gambar 4. 6 <i>Typeface header</i> dan <i>body text</i> Bhumi Daya.....	67
Gambar 4. 7 Alternatif nama bisnis	69
Gambar 4. 8 Finalisasi nama bisnis.....	70
Gambar 4. 9 Referensi logo abstrak Bhumi Daya.....	72
Gambar 4. 10 Referensi Logo <i>Wordmark</i> Bhumi Daya.....	73
Gambar 4. 11 Sketsa logo abstrak.....	75
Gambar 4. 12 Sketsa logo <i>wordmark</i>	76
Gambar 4. 13 <i>Outline</i> logo abstrak	77
Gambar 4. 14 Pewarnaan logo abstrak.....	77
Gambar 4. 15 Alternatif elemen garis logo <i>wordmark</i>	78
Gambar 4. 16 Alternatif tata letak logo Bhumi Daya	79
Gambar 4. 17 Alternatif pewarnaan logo <i>wordmark</i>	79
Gambar 4. 18 Hasil akhir logo <i>wordmark</i>	80
Gambar 4. 19 Alternatif warna logo abstrak	80
Gambar 4. 20 Hasil akhir logo abstrak	81
Gambar 4. 21 Hasil akhir tata letak logo gabungan.....	82
Gambar 4. 22 <i>Mindmap</i> logo Bhumi Daya	84
Gambar 4. 23 <i>Mindmap keyword</i> pertama	85
Gambar 4. 24 <i>Mindmap keyword</i> kedua	86
Gambar 4. 25 <i>Mindmap keyword</i> ketiga	87
Gambar 4. 26 <i>Moodboard</i> logo Bhumi Daya.....	89
Gambar 4. 27 Referensi logo abstrak Bhumi Daya.....	90
Gambar 4. 28 Referensi logo <i>wordmark</i> Bhumi Daya.....	91
Gambar 4. 29 Sketsa alternatif logo abstrak Bhumi Daya.....	92
Gambar 4. 30 Sketsa alternatif logo <i>wordmark</i> Bhumi Daya.....	93
Gambar 4. 31 Sketsa logo abstrak Bhumi Daya	94
Gambar 4. 32 Dokumentasi perancangan logo Bhumi Daya.....	95
Gambar 4. 33 Revisi logo dari sketsa ke finalisasi	95

Gambar 4. 34 Dokumentasi keseluruhan perancangan logo Bhumi Daya.....	96
Gambar 4. 35 <i>Mindmap big idea</i> logo PT Budaya Pariwisata Indonesia	98
Gambar 4. 36 <i>Moodboard</i> identitas merek PT Budaya Pariwisata Indonesia	99
Gambar 4. 37 Referensi logo <i>lettermark</i> PT Budaya Pariwisata Indonesia.....	100
Gambar 4. 38 Referensi logo simbol PT Budaya Pariwisata Indonesia	101
Gambar 4. 39 Alternatif sketsa logo PT Budaya Pariwisata Indonesia	102
Gambar 4. 40 Sketsa simbol logo PT Budaya Pariwisata Indonesia	103
Gambar 4. 41 Modifikasi dari teks ke <i>outlines</i> logo PT BPI	104
Gambar 4. 42 Finalisasi logo <i>lettermark</i> PT BPI.....	104
Gambar 4. 43 Finalisasi simbol logo PT BPI.....	105
Gambar 4. 44 Kartu nama (atas) dan <i>ID Card</i> (bawah) dari PT BPI.....	106
Gambar 4. 45 Sketsa <i>lanyard</i> Bhumi Daya.....	107
Gambar 4. 46 Finalisasi (atas) <i>lanyard</i> Bhumi Daya.....	108
Gambar 4. 47 Finalisasi (atas) dan <i>mockup</i> (bawah) <i>ID Card</i> Bhumi Daya	109
Gambar 4. 48 Sketsa kartu nama Bhumi Daya	110
Gambar 4. 49 Finalisasi kartu nama Bhumi Daya	110
Gambar 4. 50 Sketsa <i>T-shirt</i> Bhumi Daya	111
Gambar 4. 51 Finalisasi ilustrasi <i>T-shirt</i> Bhumi Daya.....	112
Gambar 4. 52 Desain final <i>T-shirt</i> Bhumi Daya	113
Gambar 4. 53 <i>Mockup T-shirt</i> Bhumi Daya.....	113
Gambar 4. 54 Sketsa <i>bucket hat</i> Bhumi Daya	114
Gambar 4. 55 Finalisasi (atas) dan <i>mockup</i> (bawah) <i>bucket hat</i> Bhumi Daya ...	115
Gambar 4. 56 Finalisasi stiker Bhumi Daya	116
Gambar 4. 57 <i>Ephemera</i> Bhumi Daya	117
Gambar 4. 58 Finalisasi desain (kiri) dan <i>mockup</i> (kanan) botol <i>tumbler</i> Bhumi Daya	118
Gambar 4. 59 Finalisasi pin Bhumi Daya	119
Gambar 4. 60 Alternatif desain <i>cover notebook</i> Bhumi Daya	120
Gambar 4. 61 Finalisasi desain <i>cover notebook</i> Bhumi Daya	121
Gambar 4. 62 Adobe Illustrator	122
Gambar 4. 63 Procreate.....	123

Gambar 4. 64 Hasil cetak dari Herbsclothing	124
Gambar 4. 65 Hasil cetak dari NGEprint Digital Indonesia	125
Gambar 4. 66 Bukti pembelian dan hasil cetak Global Promosi	126
Gambar 4. 67 Bukti pembelian dari Jasa Print Center	126
Gambar 4. 68 <i>Profile</i> Unii Media	127
Gambar 4. 69 Hasil kuesioner <i>user test</i> identitas merek Bhumi Daya.....	128
Gambar 4. 70 <i>User test</i> secara lisan dengan Leticia	129



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A MBKM 01 (Cover Letter).....	xx
Lampiran B MBKM 02 (Kartu Identitas MBKM).....	xxi
Lampiran C MBKM 03 (Supervisor Daily Task)	xxii
Lampiran D MBKM 04 (Lembar Verifikasi Laporan)	xxxiv
Lampiran E LoA (Letter of Acceptance)	xxxv
Lampiran F LoC (Letter of Completion)	xxxvi
Lampiran G Lampiran Karya	xxxvii
Lampiran H Kuesioner	lxxxvi
Lampiran I Perancangan Karya.....	cii
Lampiran J Hasil Turnitin Laporan Cluster MBKM	cv
Lampiran K Transkrip Wawancara.....	cvi

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA