

**PERANCANGAN *REBRANDING* TAMAN REKREASI**

**CIMALATI**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Celin Djani**

**00000045934**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERANCANGAN *REBRANDING* TAMAN REKREASI**

**CIMALATI**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Celin Djani**

**00000045934**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Celin Djani

Nomor Induk Mahasiswa : 00000045934

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

### PERANCANGAN REBRANDING TAMAN REKREASI CIMALATI

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, 14 Mei 2024



(Celin Djani)

U M M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN *REBRANDING* TAMAN REKREASI CIMALATI**


Oleh

Nama : Celin Djani  
NIM : 00000045934  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

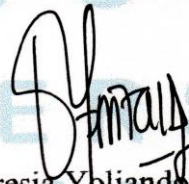
Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.  
0318127603/L00011

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN *REBRANDING* TAMAN REKREASI CIMALATI

Oleh

Nama : Celin Djani  
NIM : 00000045934  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 29 Mei 2024  
Pukul 13.00 s.d 13.45 dan dinyatakan  
LULUS

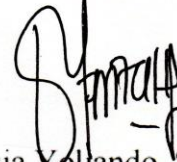
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



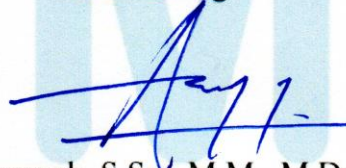
Ken Natasha Violeta, S.Sn., M.Ds.  
0309089201/L00691

Penguji



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

Pembimbing



Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.  
0318127603/L00011

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Celin Djani  
NIM : 00000045934  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : D3/S1/S2  
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN REBRANDING  
TAMAN REKREASI CIMALATI**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ✓ Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)\*\*.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Celin Djani )

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

U M M N I  
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

Seluruh puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan YME atas rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Rebranding Taman Rekreasi Cimalati” untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis memilih topik ini karena Taman Rekreasi Cimalati merupakan salah satu kolam renang yang memiliki keunikan dengan kolam renang yang menggunakan air alami dari Gunung Salak dan tidak menggunakan kaporit. Keunikan tersebut dapat menarik pengunjung untuk mengunjungi wisata Sukabumi, sehingga tingkat ekonomi Kabupaten Sukabumi dapat meningkat melalui sektor pariwisata. Dengan adanya perancangan *rebranding* ini, Taman Rekreasi Cimalati diharapkan dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan meningkatkan *brand awareness*-nya.

Penulis sadar bahwa tanpa bantuan beberapa pihak, penulis tidak mampu menyelesaikan proposal ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., 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. Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Supriyadi, sebagai narasumber dari bagian kepegawaian Taman Rekreasi Cimalati yang telah memberikan informasi mengenai Taman Rekreasi Cimalati.

6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman dan rekan saya yang telah memberikan dukungan dan bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Meski demikian, penulis berharap laporan Tugas Akhir ini dapat dimengerti oleh pembaca yang membacanya dan dapat berguna.

Tangerang, 12 Juni 2024



(Celin Djani)

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# PERANCANGAN *REBRANDING* TAMAN REKREASI

## CIMALATI

(Celin Djani)

### ABSTRAK

Salah satu spot pariwisata yang terletak di Kabupaten Sukabumi adalah Taman Rekreasi Cimalati. Kolam renang Cimalati sudah dibangun sejak tahun 1901 dan masih berdiri hingga sekarang menjadi sebuah tempat rekreasi. Taman Rekreasi Cimalati sudah dikenal oleh masyarakat sebagai kolam renang alami, karena air kolam yang digunakan merupakan air alami yang bersumber dari mata air Gunung Salak dan air kolam tidak menggunakan kaporit. Kelebihannya tersebut merupakan hal yang dapat menarik pengunjung dan memiliki potensi untuk meningkatkan pariwisata Sukabumi. Hal tersebut sehubungan dengan Sukabumi yang sedang melakukan upaya peningkatan tingkat ekonomi melalui dua sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata. Namun, Taman Rekreasi Cimalati saat ini belum memiliki elemen *brand* yang konsisten. Hal tersebut dapat menyebabkan penurunan tingkat *brand awareness* baik bagi pengunjung maupun masyarakat. Selain itu, Taman Rekreasi Cimalati memiliki rencana untuk melakukan *repositioning*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi, studi eksisting, dan kuesioner. Metode perancangan yang digunakan berdasarkan teori Wheeler, yaitu *conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, dan managing assets*. Hasil perancangan tugas akhir ini berupa *Graphic Standard Manual (GSM)*.

**Kata kunci:** *Branding*, pariwisata, Taman Rekreasi Cimalati

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

# ***THE REBRANDING OF TAMAN REKREASI CIMALATI***

(Celin Djani)

## ***ABSTRACT (English)***

*One of the tourist spots located in Sukabumi Regency is Taman Rekreasi Cimalati. Cimalati swimming pool was built in 1901 and it stands as a recreational area today. Taman Rekreasi Cimalati is known as a natural swimming pool because the water used in the pool comes from natural springs of Mount Salak and does not use chlorine. These unique features could attract visitors and have the potential to boost tourism in Sukabumi. This is in line with Sukabumi's mission to improve its economy through two sectors, one of which is tourism. However, Taman Rekreasi Cimalati currently lacks a consistent brand element, which may decreasing the brand awareness for both visitors and the public. Additionally, Taman Rekreasi Cimalati plans to reposition itself. Data collection was done using interview methods, observation, existing studies, and questionnaires. The design method used is based on Wheeler's theory, which includes conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, and managing assets. The result of this Final Project design is a Graphic Standard Manual (GSM).*

***Keywords:*** Branding, Taman Rekreasi Cimalati, tourism

UMMN

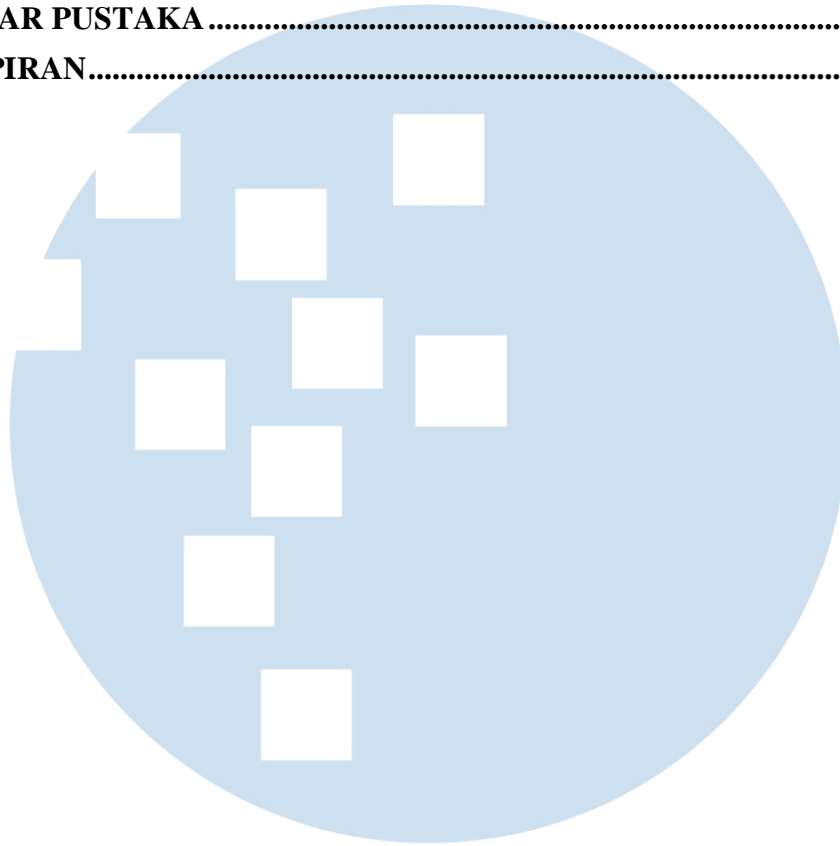
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Desain Grafis.....	5
2.1.1 Elemen Grafis.....	5
2.1.2 Prinsip Desain .....	16
2.1.3 Tipografi .....	23
2.1.4 <i>Layout</i> .....	29
2.2 Fotografi .....	39
2.2.1 Komposisi Fotografi .....	39
2.2.2 Manajemen warna gambar.....	40
2.3 <i>Brand</i> .....	41
2.3.1 <i>Branding</i> .....	41
2.3.2 <i>Brand Strategy</i> .....	43
2.3.3 <i>Brand equity</i> .....	43
2.3.4 <i>Brand Rejuvenation</i> .....	44

2.3.5	<i>Brand Architecture</i> .....	45
2.3.6	<i>Brand Mantra</i> .....	45
2.3.7	<i>Brand Personality</i> .....	46
2.3.8	<i>Brand Positioning</i> .....	46
2.3.9	<b>Identitas Visual</b> .....	48
2.4	<i>Graphic Standard Manual</i> .....	53
2.4.1	<i>Collateral</i> .....	53
2.5	<b>Pariwisata</b> .....	59
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....	<b>60</b>
3.1	<b>Metodologi Penelitian</b> .....	<b>60</b>
3.1.1	<b>Metode Kualitatif</b> .....	<b>60</b>
3.1.2	<b>Metode Kuantitatif</b> .....	<b>84</b>
3.2	<b>Metodologi Perancangan</b> .....	<b>90</b>
<b>BAB IV</b>	<b>STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....	<b>92</b>
4.1	<b>Strategi Perancangan</b> .....	<b>92</b>
4.1.1	<i>Conducting Research</i> .....	92
4.1.2	<i>Clarifying Strategy</i> .....	97
4.1.3	<i>Designing Identity</i> .....	104
4.1.4	<i>Creating Touchpoints</i> .....	113
4.1.5	<i>Managing Assets</i> .....	126
4.1.6	<b>Bimbingan Spesialis</b> .....	128
4.2	<b>Analisis Perancangan</b> .....	<b>130</b>
4.2.1	<i>Analisis Beta Test</i> .....	130
4.2.2	<b>Analisis Warna</b> .....	135
4.2.3	<b>Analisis Tipografi</b> .....	135
4.2.4	<b>Analisis Logo</b> .....	136
4.2.5	<b>Analisis Supergrafis</b> .....	137
4.2.6	<b>Analisis Collateral</b> .....	138
4.2.7	<i>Analisis Graphic Standard Manual</i> .....	146
4.3	<i>Budgeting</i> .....	148
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	<b>150</b>
5.1	<b>Simpulan</b> .....	<b>150</b>

5.2 Saran.....	151
DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
LAMPIRAN.....	xvi



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT Cicurug Waterland.....	77
Tabel 3.2 Analisis SWOT Taman Angsa.....	79
Tabel 3.3 Analisis SWOT The Jungle Waterpark Bogor.....	82
Tabel 4.1 Tabel analisis brand dan kompetitor .....	95
Tabel 4.2 Tabel analisis SWOT Taman Rekreasi Cimalati .....	96
Tabel 4.3 Tabel daftar <i>alternative big idea</i> Taman Rekreasi Cimalati .....	102
Tabel 4.4 Tabel <i>brand brief</i> Taman Rekreasi Cimalati.....	103
Tabel 4.5 Tabel filosofi Taman Rekreasi Tjimelati .....	110
Tabel 4.6 Tabel pertanyaan <i>beta test</i> .....	131
Tabel 4.7 Tabel profil narasumber .....	132
Tabel 4.8 Tabel <i>budgeting</i> .....	148

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Lines</i> .....	6
Gambar 2.2 <i>Basic shapes and forms</i> .....	7
Gambar 2.3 <i>Diagram: Additive Color System</i> .....	9
Gambar 2.4 Warna merah pada logo Netflix .....	10
Gambar 2.5 Warna kuning pada logo IMDb .....	11
Gambar 2.6 Warna biru pada logo BCA .....	12
Gambar 2.7 Warna hijau pada logo Tropicana .....	12
Gambar 2.8 Warna ungu pada logo Chatime .....	13
Gambar 2.9 Warna jingga pada logo Fanta Orange .....	14
Gambar 2.10 Warna hitam pada logo Dior .....	14
Gambar 2.11 Warna putih pada logo Nike .....	15
Gambar 2.12 <i>Textures</i> .....	16
Gambar 2.13 <i>Rectangles, square, and circle</i> .....	17
Gambar 2.14 <i>Factors Affecting Visual Weight</i> .....	18
Gambar 2.15 <i>Package Design, Superdrug Herbal Supplements</i> .....	18
Gambar 2.16 <i>Tress, Nests, and Stairs</i> .....	19
Gambar 2.17 <i>Rounder Records CD Packaging, Baby Wayne RAM D</i> .....	21
Gambar 2.18 <i>Gestalt</i> .....	22
Gambar 2.19 Contoh jenis huruf .....	26
Gambar 2.20 Contoh <i>grid</i> .....	30
Gambar 2.21 Contoh <i>manuscript</i> .....	34
Gambar 2.22 Contoh <i>symmetrical grid</i> .....	35
Gambar 2.23 Contoh <i>modular grid</i> .....	36
Gambar 2.24 Contoh <i>asymmetrical grid</i> .....	36
Gambar 2.25 Contoh <i>baseline grid</i> .....	37
Gambar 2.26 Contoh <i>hierarchical grid</i> .....	38
Gambar 2.27 Contoh <i>compound grid</i> .....	39
Gambar 2.28 Contoh <i>golden spiral and golden section</i> .....	40
Gambar 2.29 <i>Callibration</i> .....	41
Gambar 2.30 Contoh logo <i>Wordmarks</i> .....	49
Gambar 2.31 Logo Unilever .....	50
Gambar 2.32 Logo Shell Oil .....	51
Gambar 2.33 Contoh logo <i>abstract mark</i> .....	51
Gambar 2.34 Logo IKEA .....	52
Gambar 2.35 <i>Collateral</i> .....	54
Gambar 2.36 <i>Stationery</i> .....	55
Gambar 2.37 <i>Advertising Georgetown Opticians: Design Army</i> .....	55
Gambar 2.38 Produk <i>Closca Helmet: Closca &amp; Culdesac</i> .....	56

Gambar 2.39 Just Eat: Venturethree .....	57
Gambar 2.40 Fiji Airways: Futurebrand .....	58
Gambar 2.41 Adanu: Marchstic .....	59
Gambar 3.1 Dokumentasi wawancara dengan Supriyadi .....	61
Gambar 3.2 Dokumentasi observasi pintu masuk.....	64
Gambar 3.3 Dokumentasi observasi wilayah bermain.....	65
Gambar 3.4 Dokumentasi observasi kolam renang .....	66
Gambar 3.5 Dokumentasi observasi <i>signage</i> .....	67
Gambar 3.6 Dokumentasi observasi identitas visual .....	67
Gambar 3.7 Dokumentasi instagram Taman Rekreasi Cimalati.....	69
Gambar 3.8 Logo Taman Rekreasi Cimalati tahun 1900-an.....	70
Gambar 3.9 Logo Taman Rekreasi Cimalati tahun 1990-an.....	71
Gambar 3.10 Logo Taman Rekreasi Cimalati tahun 2017.....	72
Gambar 3.11 Janji Hati Cimalati.....	72
Gambar 3.12 Logo Cimalati sekarang .....	73
Gambar 3.13 Logo Cicurug Waterland.....	75
Gambar 3.14 Post feeds Instagram Cicurug Waterland .....	75
Gambar 3.15 Logo Taman Angsa .....	78
Gambar 3.16 Logo The Jungle Waterpark Bogor.....	80
Gambar 3.17 Instagram feeds The Jungle Waterpark Bogor.....	81
Gambar 3.18 Website The Jungle Waterpark Bogor .....	81
Gambar 3.19 Perhitungan jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin .....	84
Gambar 3.20 Diagram sata usia responden.....	85
Gambar 3.21 Diagram data rutinitas responden liburan ke kolam renang.....	86
Gambar 3.22 Diagram data faktor kunjungan ke kolam renang .....	87
Gambar 3.23 Diagram data biaya masuk yang dikeluarkan .....	87
Gambar 3.24 Diagram data kunjungan Taman Rekreasi Cimalati .....	88
Gambar 3.25 Diagram data brand awareness Taman Rekreasi Cimalati.....	88
Gambar 3.26 Diagram data atraktivitas logo Taman Rekreasi Cimalati .....	89
Gambar 4.1 <i>Mind map</i> perancangan .....	98
Gambar 4.2 <i>Brand mantra</i> dan <i>imagery</i> .....	99
Gambar 4.3 <i>Moodboard</i> .....	104
Gambar 4.4 Pemilihan warna.....	105
Gambar 4.5 Pemilihan tipografi.....	106
Gambar 4.6 Sketsa awal logo.....	107
Gambar 4.7 Sketsa tahap kedia logo.....	107
Gambar 4.8 Sketsa komposisi ulang logo .....	108
Gambar 4.9 Tahap finalisasi logo .....	108
Gambar 4.10 Komponen logo .....	109
Gambar 4.11 Logo final Taman Rekreasi Tjmelati .....	111
Gambar 4.12 Sketsa supergrafis.....	112
Gambar 4.13 Supergrafis final .....	112
Gambar 4.14 Proses pembuatan kartu nama .....	114



Gambar 4.15 Proses pembuatan kop surat .....	115
Gambar 4.16 Proses perancangan amplop .....	116
Gambar 4.17 Proses perancangan kartu ID .....	117
Gambar 4.18 Lanyard.....	117
Gambar 4.19 Proses perancangan X-Banner .....	118
Gambar 4.20 Proses perancangan brosur .....	119
Gambar 4.21 Proses perancangan tiket masuk.....	120
Gambar 4.22 Handuk .....	121
Gambar 4.23 Sandal .....	121
Gambar 4.24 Ban renang.....	122
Gambar 4.25 <i>Uniforms</i> .....	123
Gambar 4.26 <i>Vehicle</i> .....	123
Gambar 4.27 <i>Totebag</i> .....	124
Gambar 4.28 Desain payung .....	125
Gambar 4.29 Desain kipas .....	125
Gambar 4.30 Stiker .....	126
Gambar 4.31 <i>Grid</i> untuk <i>Graphic Standard Manual</i> .....	127
Gambar 4.32 <i>Divider</i> untuk <i>Graphic Standard Manual</i> .....	128
Gambar 4.33 <i>Cover</i> depan dan <i>Cover</i> belakang <i>Graphic Standard Manual</i> .....	128
Gambar 4.34 Bimbingan spesialis .....	129
Gambar 4.35 Perbaikan logo.....	129
Gambar 4.36 Analisis warna .....	135
Gambar 4.37 Analisis tipografi .....	136
Gambar 4.38 Analisis logo.....	136
Gambar 4.39 Analisis supergrafis .....	137
Gambar 4.40 Analisis kartu nama.....	138
Gambar 4.41 Analisis kop surat .....	139
Gambar 4.42 Analisis amplop.....	139
Gambar 4.43 Analisis kartu ID & lanyard .....	140
Gambar 4.44 Analisis tiket masuk .....	141
Gambar 4.45 Analisis produk .....	142
Gambar 4.46 Analisis <i>advertising</i> .....	143
Gambar 4.47 Analisis <i>vehicle</i> .....	143
Gambar 4.48 Analisis <i>uniform</i> .....	144
Gambar 4.49 Analisis <i>ephemera</i> .....	145
Gambar 4.50 Analisis <i>divider</i> .....	145
Gambar 4.51 Analisis peletakan gambar .....	146
Gambar 4.52 Analisis konten <i>collateral</i> .....	146

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

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xv
Lampiran B Hasil Turnitin.....	xvi
Lampiran C Transkrip hasil wawancara dengan Supriyadi.....	xvii
Lampiran D Hasil Kuesioner.....	xxiii



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA