

**PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING* DESA WISATA**

**SUKARAME BANTEN**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Nixie Claribel Chandra**

**00000046906**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING* DESA WISATA**

**SUKARAME BANTEN**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Nixie Claribel Chandra**

**00000046906**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nixie Claribel Chandra  
NIM : 00000046906  
Program studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul:

### **PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING* DESA WISATA SUKARAME BANTEN**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 3 Juni 2024

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Nixie Claribel Chandra

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

### **PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING* DESA WISATA SUKARAME BANTEN**

Oleh

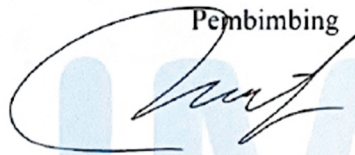
Nama : Nixie Claribel Chandra  
NIM : 00000046906  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.  
0319109601/081434

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING* DESA WISATA SUKARAME BANTEN

Oleh

Nama : Nixie Claribel Chandra  
NIM : 00000046906  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain


Telah diujikan pada hari Senin, 27 Mei 2024

Pukul 13.00 s.d 13.45 dan dinyatakan


LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

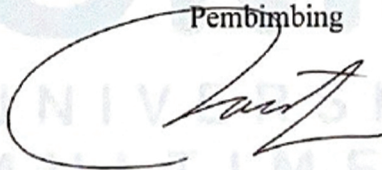
Ketua Sidang

  
Lia Herna, S.Sn., M.M.  
0315048108/081472

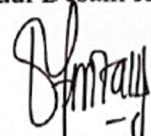
Penguji

  
Cennywati, S.Sn., M.Ds.  
1024128201/071277

Pembimbing

  
Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.  
0319109601/081434

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 : Nixie Claribel Chandra  
NIM : 00000046906  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Perancangan *Destination Branding*  
Desa Wisata Sukarame Banten

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, 27 Mei 2024



Nixie Claribel Chandra

\*\* 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 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 segala limpahan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Perancangan *Destination Branding* Desa Wisata Sukarame Banten” dengan baik. Melalui perancangan ini, penulis berharap Desa Wisata Sukarame dapat diketahui oleh masyarakat Banten dan sekitarnya.

Penulis berharap tugas akhir ini dapat direalisasikan atas bantuan banyak pihak, secara moral dan material. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

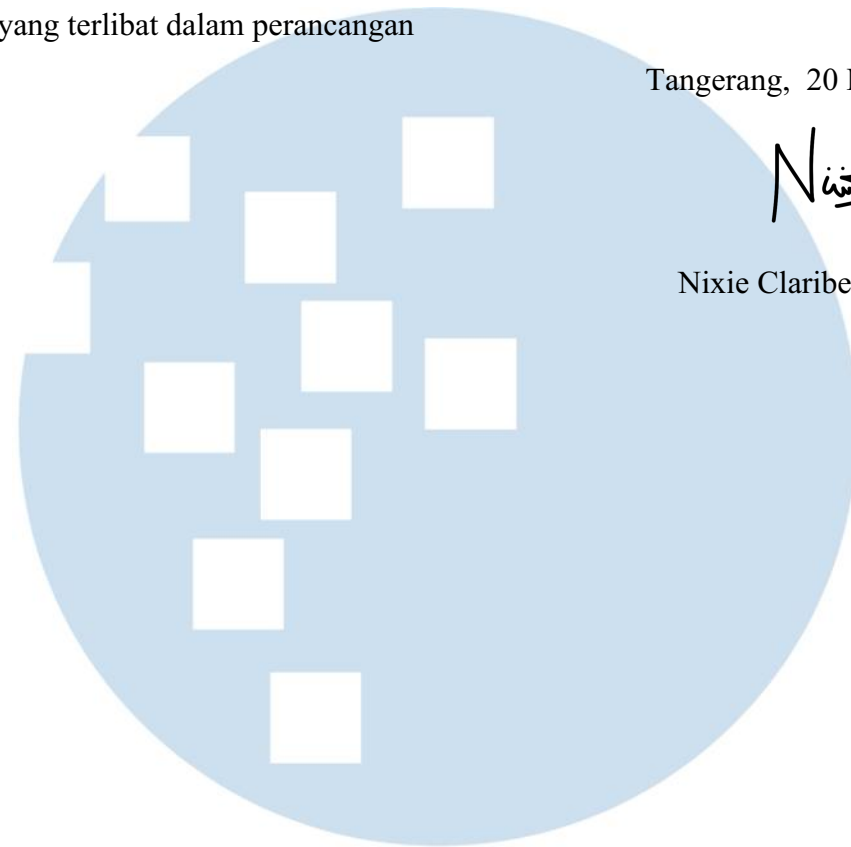
1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga yang telah memberikan saya dukungan moral dan mental, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini
6. Apud Saipudin dan Pak Eton, selaku pengelola Desa Wisata Sukarame yang telah membantu penulis dalam menyediakan waktunya untuk menjadi sumber wawancara dan informasi.
7. Teman-teman saya selaku Aurora, Azkia, Bernice, Benita, Christoper, Celine, Delicia, Nathania, Natalie, Jasmine, Jessica, Jidan, Kenzie, Kennedy, Thirza, Kevin, Vicky, dan Wendy yang telah memberikan dukungan moral dan mental, sehingga saya bisa menyelesaikan pembuatan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat membawa dampak yang positif terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam perancangan

Tangerang, 20 Mei 2024



Nixie Claribel Chandra



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING* DESA WISATA

## SUKARAME BANTEN

Nixie Claribel Chandra

### ABSTRAK

Desa Wisata Sukarame merupakan desa yang terletak di Pandeglang, Banten. Desa ini memiliki wisata alam dan wisata budaya yang masih asri. Dari keindahan alamnya, Desa Wisata Sukarame masuk ke dalam Anugerah Desa Wisata Indonesia 2021. Akan tetapi, terjadi penurunan pengunjung yang drastis akibat *covid* 2020-2021 dan diikuti dengan isu yang merusak citra Desa Wisata Sukarame pada tahun 2023, sehingga mempengaruhi ekonomi masyarakat dimana mayoritas penduduk desa bermata pencaharian bidang sektor wisata seperti *homestay*, kuliner, souvenir oleh-oleh, dan UMKM lainnya. Maka dari itu, untuk meningkatkan pengunjung desa, dibutuhkannya *destination branding* Desa Wisata Sukarame yang menonjolkan potensi desa dan memperbaiki citra desa tersebut. Pada penelitian ini, penulis menggunakan *mix method* berupa metode kuantitatif dan kualitatif untuk mengetahui informasi lebih dalam mengenai desa. Pada kualitatif, penulis menggunakan jenis metode wawancara, observasi, dan *expert interview*. Sedangkan metode kuantitatif, penulis menggunakan kuesioner. Selain itu, sebagai pendekatan dalam metode kualitatif penulis melakukan studi eksisting dan studi referensi. Kesimpulan dari perancangan ini adalah Desa Wisata Sukarame membutuhkan *destination branding* agar potensi wisata desa terekspos masyarakat Banten dan sekitarnya, sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan perekonomian desa.

**Kata kunci:** *Destination Branding*, Desa Wisata Sukarame, Banten.

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

# ***DESTINATION BRANDING DESIGN FOR SUKARAME***

## ***TOURISM VILLAGE BANTEN***

Nixie Claribel Chandra

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

*Sukarame Tourism Village is a village located in Pandeglang, Banten. This village has beautiful natural and cultural tourism. Due to its natural beauty, Sukarame Tourism Village was included in the 2021 Indonesian Tourism Village Award. However, there was a drastic decline in visitors due to Covid 2020-2021 and was followed by issues that damaged the image of Sukarame Tourism Village in 2023, thus affecting the economy of the community where the majority of the population villages earn their livelihood in the tourism sector such as homestays, culinary delights, souvenirs and other MSMEs. Therefore, to increase village visitors, destination branding for the Sukarame Tourism Village is needed which highlights the village's potential and improves the image of the village. In this research, the author used a mix method in the form of quantitative and qualitative methods to find out more in-depth information about the village. In qualitative, the author uses interview, observation and expert interview methods. While the quantitative method, the author uses a questionnaire. Apart from that, as an approach to qualitative methods the author conducted existing studies and reference studies. The conclusion of this design is that the Sukarame Tourism Village needs destination branding so that the village's tourism potential is exposed to the people of Banten and its surroundings, so that it can increase the number of visitors and the village economy.*

***Keywords:*** Destination Branding, Sukarame Tourism Village, Banten

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 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 .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.3.1 Segmentasi Demografis .....	3
1.3.2 Segmentasi Psikografis.....	4
1.3.2 Segmentasi Geografis .....	5
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	5
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Desain Komunikasi Visual.....	7
2.1.1 Elemen Desain.....	7
2.1.2 Prinsip desain .....	13
2.2 Tipografi.....	17
2.2.1 <i>Sizes</i> .....	19
2.2.2 <i>Alignment</i> .....	20
2.3 <i>Layout</i> .....	21
2.4 Fotografi.....	22
2.4.1 Komposisi .....	22
2.4.2 <i>Genre</i> .....	24

2.5	<i>Destination Branding</i> .....	25
2.5.1	<i>Tujuan Destination Branding</i> .....	26
2.5.2	<i>Strategi Destination Branding</i> .....	26
2.5.3	<i>Customer Brand Value</i> .....	27
2.5.4	<i>Brand Loyalty</i> .....	27
2.5.5	<i>Brand Positioning</i> .....	28
2.5.6	<i>Brand Associations</i> .....	28
2.6	<i>Brand</i> .....	28
2.6.1	<i>Branding</i> .....	29
2.6.2	<i>Brand Identity</i> .....	29
2.6.3	<i>Brandmarks</i> .....	29
2.6.4	<i>Collateral</i> .....	31
2.6.5	<i>Graphic Standard Manual</i> .....	32
2.7	<i>Pariwisata Banten</i> .....	32
2.7.1	<i>Manfaat Pariwisata</i> .....	33
2.7.2	<i>Jenis Pariwisata</i> .....	33
2.7.3	<i>Desa Wisata Sukarame</i> .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....		37
3.1	<i>Metodologi Penelitian</i> .....	37
3.1.1	<i>Metode Kualitatif</i> .....	37
3.1.2	<i>Metode Kuantitatif</i> .....	56
3.1.3	<i>Metode Studi Eksisting</i> .....	62
3.1.4	<i>Studi Referensi</i> .....	66
3.2	<i>Metodologi Perancangan</i> .....	69
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....		71
4.1	<i>Strategi Perancangan</i> .....	71
4.1.1	<i>Conducting Research</i> .....	71
4.1.2	<i>Clarifying Strategy</i> .....	72
4.1.2.1	<i>Brand Positioning</i> .....	73
4.1.3	<i>Designing Identity</i> .....	83
4.1.4	<i>Creating Touch Point</i> .....	98
4.1.5	<i>Managing Assets</i> .....	121

4.2	<b>Analisis Perancangan</b> .....	124
4.2.1	<b>Analisis Logo dan Sistem Identitas</b> .....	124
4.2.2	<b>Analisis Perancangan <i>Stationery</i></b> .....	130
4.2.3	<b>Analisis Perancangan <i>Advertising</i></b> .....	136
4.2.4	<b>Analisis Perancangan <i>Placemaking</i></b> .....	144
4.2.5	<b>Analisis Perancangan <i>Uniform</i></b> .....	146
4.2.6	<b>Analisis Perancangan <i>Ephemera</i></b> .....	147
4.2.7	<b>Analisis Perancangan <i>Signage</i></b> .....	151
4.2.8	<b>Analisis <i>Managing Assets</i></b> .....	155
4.2.9	<b>Bimbingan Spesialis</b> .....	156
4.2.10	<b><i>Beta Test</i></b> .....	156
4.3	<b><i>Budgeting</i></b> .....	165
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		169
5.1	<b>Simpulan</b> .....	169
5.2	<b>Saran</b> .....	170
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		xiii
<b>LAMPIRAN</b> .....		xv

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Psikologi Warna Faber Birren.....	11
Tabel 3.1 Data Penduduk Jabodetabek .....	56
Tabel 3.2 SWOT Setu Babakan .....	63
Tabel 3.3 SWOT Desa Wisata Sukarame .....	66
Tabel 4.1 <i>Brand Positioning</i> .....	73
Tabel 4.2 Tabel <i>Positioning</i> Kompetitor.....	74
Tabel 4.3 <i>Brand Mantra</i> .....	76
Tabel 4.4 <i>Brand Brief</i> .....	81



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Garis .....	7
Gambar 2.2 Elemen Bentuk .....	8
Gambar 2.3 <i>Figure and Ground</i> .....	9
Gambar 2.4 <i>Nomenclature Color</i> .....	10
Gambar 2.5 <i>Pattern</i> .....	11
Gambar 2.6 <i>Symmetrical Balance</i> .....	13
Gambar 2.7 <i>Asymmetrical Balance</i> .....	14
Gambar 2.8 <i>Radial Balance</i> .....	14
Gambar 2.9 Hierarki.....	15
Gambar 2.10 <i>Emphasis</i> .....	15
Gambar 2.11 <i>Rhythm</i> .....	16
Gambar 2.12 <i>Unity</i> .....	16
Gambar 2.13 <i>Serif</i> .....	17
Gambar 2.14 <i>Sans Serif</i> .....	18
Gambar 2.15 <i>Slab Serif</i> .....	18
Gambar 2.16 <i>Script</i> .....	18
Gambar 2.17 Dekoratif.....	19
Gambar 2.18 <i>Sizes</i> .....	20
Gambar 2.19 <i>Alignment</i> .....	20
Gambar 2.20 <i>Layout</i> .....	21
Gambar 2.21 <i>Rule of Third</i> .....	23
Gambar 2.22 <i>Rule of Odds</i> .....	23
Gambar 2.23 Teori <i>Gestalt</i> .....	24
Gambar 2.24 <i>Landscape Photography</i> .....	24
Gambar 2.25 <i>Street Photography</i> .....	25
Gambar 2.26 <i>Wordmark</i> .....	30
Gambar 2.27 <i>Lettermark</i> .....	30
Gambar 2.28 <i>Pictorial Mark</i> .....	31
Gambar 2.29 <i>Abstract Mark</i> .....	31
Gambar 2.30 <i>Collateral</i> .....	32
Gambar 2.31 Logo Desa Wisata Sukarame .....	36
Gambar 2.32 Logo Desa dan Pokdarwis.....	37
Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara Pak Apud.....	38
Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara Pak Eton .....	42
Gambar 3.3 Dokumentasi Wawancara Bu Entin .....	44
Gambar 3.4 Dokumentasi Wawancara Pak Nurdin .....	45
Gambar 3.5 Dokumentasi Gerbang Masuk Desa.....	49
Gambar 3.6 Dokumentasi <i>Homestay</i> Badak .....	50
Gambar 3.7 Dokumentasi <i>Homestay</i> Badak (2) .....	50
Gambar 3.8 Dokumentasi Galeri Badak .....	51
Gambar 3.9 Dokumentasi Galeri Badak (2).....	51
Gambar 3.10 Dokumentasi <i>Trekking</i> .....	52
Gambar 3.12 Dokumentasi Pantai Carita.....	53
Gambar 3.13 Dokumentasi <i>Birding Tour</i> .....	55

Gambar 3.14 Dokumentasi Area <i>Birding Tour</i> .....	55
Gambar 3.15 Persentase Usia Responden.....	57
Gambar 3.16 Persentase Domisili Responden.....	59
Gambar 3.17 Persentase Pekerjaan dan Pengeluaran Responden.....	60
Gambar 3.18 Persentase Responden Terhadap Desa Wisata Sukarame.....	60
Gambar 3.19 Persentase Responden Terhadap Wisata Desa Wisata Sukarame....	61
Gambar 3.20 Persentase Keraguan Responden.....	61
Gambar 3.21 Logo Setu Babakan.....	63
Gambar 3.22 Signage Setu Babakan.....	63
Gambar 3.23 Logo Desa Wisata Cikolelet.....	65
Gambar 3.24 Instagram Desa Wisata Cikolelet.....	66
Gambar 3.25 Logo Subang.....	68
Gambar 3.26 Arti Elemen Logo Subang.....	69
Gambar 3.27 <i>Logotype</i> Subang.....	70
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i> .....	72
Gambar 4.2 Persentase Usia Responden.....	57
Gambar 4.3 Persentase Domisili Responden.....	59
Gambar 3.17 Persentase Pekerjaan dan Pengeluaran Responden.....	60
Gambar 3.18 Persentase Responden Terhadap Desa Wisata Sukarame.....	60
Gambar 3.19 Persentase Responden Terhadap Wisata Desa Wisata Sukaram....	61
Gambar 3.20 Persentase Keraguan Responden.....	61
Gambar 3.21 Logo Setu Babakan.....	63
Gambar 3.22 Signage Setu Babakan.....	63
Gambar 3.23 Logo Desa Wisata Cikolelet.....	65
Gambar 3.24 Instagram Desa Wisata Cikolelet.....	66
Gambar 3.25 Logo Subang.....	68
Gambar 3.26 Arti Elemen Logo Subang.....	69
Gambar 3.27 <i>Logotype</i> Subang.....	70
Gambar 3.14 Dokumentasi Area <i>Birding Tour</i> .....	55
Gambar 3.15 Persentase Usia Responden.....	57
Gambar 3.16 Persentase Domisili Responden.....	59
Gambar 3.17 Persentase Pekerjaan dan Pengeluaran Responden.....	60
Gambar 3.18 Persentase Responden Terhadap Desa Wisata Sukarame.....	60
Gambar 3.19 Persentase Responden Terhadap Wisata Desa Wisata Sukaram....	61
Gambar 3.20 Persentase Keraguan Responden.....	61
Gambar 3.21 Logo Setu Babakan.....	63
Gambar 3.22 Signage Setu Babakan.....	63
Gambar 3.23 Logo Desa Wisata Cikolelet.....	65
Gambar 3.24 Instagram Desa Wisata Cikolelet.....	66
Gambar 3.25 Logo Subang.....	68
Gambar 3.26 Arti Elemen Logo Subang.....	69
Gambar 3.27 <i>Logotype</i> Subang.....	70
Gambar 3.14 Dokumentasi Area <i>Birding Tour</i> .....	55
Gambar 3.15 Persentase Usia Responden.....	57
Gambar 3.16 Persentase Domisili Responden.....	59
Gambar 3.17 Persentase Pekerjaan dan Pengeluaran Responden.....	60



Gambar 3.18 Persentase Responden Terhadap Desa Wisata Sukarame .....	60
Gambar 3.19 Persentase Responden Terhadap Wisata Desa Wisata Sukaram.....	61
Gambar 3.20 Persentase Keraguan Responden.....	61
Gambar 3.21 Logo Setu Babakan .....	63
Gambar 3.22 Signage Setu Babakan.....	63
Gambar 3.23 Logo Desa Wisata Cikolelet.....	65
Gambar 3.24 Instagram Desa Wisata Cikolelet.....	66
Gambar 3.25 Logo Subang .....	68
Gambar 3.26 Arti Elemen Logo Subang.....	69
Gambar 3.27 <i>Logotype</i> Subang.....	70
Gambar 3.14 Dokumentasi Area <i>Birding Tour</i> .....	55
Gambar 3.15 Persentase Usia Responden.....	57
Gambar 3.16 Persentase Domisili Responden .....	59
Gambar 3.17 Persentase Pekerjaan dan Pengeluaran Responden .....	60
Gambar 3.18 Persentase Responden Terhadap Desa Wisata Sukarame .....	60
Gambar 3.19 Persentase Responden Terhadap Wisata Desa Wisata Sukaram.....	61
Gambar 3.20 Persentase Keraguan Responden.....	61
Gambar 3.21 Logo Setu Babakan .....	63
Gambar 3.22 Signage Setu Babakan.....	63
Gambar 3.23 Logo Desa Wisata Cikolelet.....	65
Gambar 3.24 Instagram Desa Wisata Cikolelet.....	66
Gambar 3.25 Logo Subang .....	68
Gambar 3.26 Arti Elemen Logo Subang.....	69
Gambar 3.27 <i>Logotype</i> Subang.....	70
Gambar 3.14 Dokumentasi Area <i>Birding Tour</i> .....	55
Gambar 3.15 Persentase Usia Responden.....	57
Gambar 3.16 Persentase Domisili Responden .....	59
Gambar 3.17 Persentase Pekerjaan dan Pengeluaran Responden .....	60
Gambar 3.18 Persentase Responden Terhadap Desa Wisata Sukarame .....	60
Gambar 3.19 Persentase Responden Terhadap Wisata Desa Wisata Sukaram.....	61
Gambar 3.20 Persentase Keraguan Responden.....	61
Gambar 3.21 Logo Setu Babakan .....	63
Gambar 3.22 Signage Setu Babakan.....	63
Gambar 3.23 Logo Desa Wisata Cikolelet.....	65
Gambar 3.24 Instagram Desa Wisata Cikolelet.....	66
Gambar 3.25 Logo Subang .....	68
Gambar 3.26 Arti Elemen Logo Subang.....	69
Gambar 3.27 <i>Logotype</i> Subang.....	70
Gambar 3.14 Dokumentasi Area <i>Birding Tour</i> .....	55
Gambar 3.15 Persentase Usia Responden.....	57
Gambar 3.16 Persentase Domisili Responden .....	59
Gambar 3.17 Persentase Pekerjaan dan Pengeluaran Responden .....	60
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i> .....	72
Gambar 4.2 Tabel <i>Positioning</i> Kompetitor.....	74
Gambar 4.3 Logo <i>Brand Mandatory</i> .....	76
Gambar 4. 4 <i>Tone of Voice by Nng</i> .....	79
Gambar 4.5 Alternatif Big Idea.....	80

Gambar 4.6 Moodboard .....	82
Gambar 4.7 <i>Stylescape</i> .....	82
Gambar 4.8 Referensi Logo .....	84
Gambar 4.9 Sketsa Alternatif Logo .....	84
Gambar 4.10 Opsi Logo .....	85
Gambar 4.11 Logogram Terpilih .....	86
Gambar 4.12 Alternatif <i>Wordmark</i> .....	86
Gambar 4.13 <i>Tagline</i> Alternatif .....	86
Gambar 4.14 <i>Wordmark</i> .....	87
Gambar 4.15 Logo Final .....	87
Gambar 4.16 <i>Moodboard</i> .....	88
Gambar 4.17 <i>Color Palette</i> .....	88
Gambar 4.18 Format Logo .....	89
Gambar 4.19 <i>Black and White</i> .....	89
Gambar 4.20 Alternatif Supergrafis .....	90
Gambar 4.21 Perancangan Supergrafis .....	90
Gambar 4.22 <i>Pattern</i> Supergrafis .....	91
Gambar 4.23 <i>Vector Pattern</i> .....	92
Gambar 4.24 <i>Pattern</i> Eksplorasi .....	92
Gambar 4.25 <i>Pattern</i> Final .....	93
Gambar 4.26 Huruf dalam Logo .....	93
Gambar 4.27 Implementasi <i>Typeface</i> .....	94
Gambar 4.28 <i>Moodboard Photoshoot</i> .....	95
Gambar 4.29 Hasil Fotografi .....	95
Gambar 4.30 Implementasi <i>Rule of Thirds</i> .....	96
Gambar 4.31 <i>Landscape Photography</i> .....	96
Gambar 4.32 <i>Editing</i> Foto .....	97
Gambar 4.33 <i>Preset Editing</i> .....	97
Gambar 4.34 Perancangan Kartu Nama .....	98
Gambar 4.35 Perancangan Kop Surat .....	99
Gambar 4.36 Perancangan Amplop .....	100
Gambar 4.37 Perancangan Map Folder .....	100
Gambar 4.38 Perancangan Stamp .....	101
Gambar 4.39 Sketsa <i>Entrance Ticket</i> .....	101
Gambar 4.40 Perancangan <i>Entrance Ticket</i> .....	102
Gambar 4.41 Sketsa <i>QR Feedback</i> .....	102
Gambar 4.42 <i>QR Feedback</i> .....	103
Gambar 4.43 Sketsa <i>Billboard</i> .....	104
Gambar 4.44 Perancangan <i>Billboard</i> .....	104
Gambar 4.45 Sketsa <i>Hanging Poster</i> .....	105
Gambar 4.46 Perancangan <i>Hanging Poster</i> .....	106
Gambar 4.47 Sketsa Poster .....	107
Gambar 4.48 Perancangan Poster .....	107

Gambar 4.49 Referensi desain .....	108
Gambar 4.50 <i>Company Profile</i> .....	108
Gambar 4.51 Sketsa <i>Instagram Feeds</i> .....	109
Gambar 4.52 Perancangan <i>IG Feeds</i> .....	109
Gambar 4. 53 Perancangan <i>IG Story</i> .....	110
Gambar 4.54 Sketsa Brosur.....	111
Gambar 4.55 Perancangan Brosur.....	111
Gambar 4.56 Sketsa <i>Bazaar Stand</i> .....	112
Gambar 4. 57 Perancangan <i>Bazaar Stand</i> .....	112
Gambar 4.58 Sketsa <i>Door Tag</i> .....	113
Gambar 4.59 Perancangan <i>Door Tag</i> .....	113
Gambar 4.60 Perancangan <i>Polo Shirt</i> .....	114
Gambar 4.61 Sketsa <i>ID Badge</i> .....	114
Gambar 4.62 Visualisasi <i>ID Badge</i> .....	115
Gambar 4.63 Sketsa Kalender Meja.....	115
Gambar 4.64 Perancangan Kalender.....	116
Gambar 4. 65 Perancangan <i>Totebag</i> .....	117
Gambar 4. 66 Perancangan <i>Car Sticker</i> .....	117
Gambar 4. 67 Perancangan Sandal.....	118
Gambar 4.68 Perancangan Payung .....	118
Gambar 4.69 Perancangan Topi.....	119
Gambar 4.70 Sketsa <i>Identification Sign</i> .....	120
Gambar 4.71 Sketsa <i>Identification Sign</i> .....	120
Gambar 4.72 Perancangan <i>Identification Sign</i> .....	121
Gambar 4. 73 <i>Multicolumn Grid</i> .....	122
Gambar 4.74 <i>Grid GSM</i> .....	122
Gambar 4.75 Halaman GSM.....	123
Gambar 4.76 <i>overview GSM</i> .....	123
Gambar 4.77 Analisa Logo .....	124
Gambar 4.78 Elemen Logo .....	125
Gambar 4.79 <i>Palette Color</i> .....	126
Gambar 4.80 <i>Typeface</i> .....	127
Gambar 4.81 Supergrafis Konfigurasi .....	128
Gambar 4.82 Supergrafis <i>Pattern</i> .....	129
Gambar 4.83 Konfigurasi <i>Frame Supergrafis</i> .....	129
Gambar 4. 84 Supergrafis pada fotografi.....	130
Gambar 4. 85 <i>Pattern</i> Sesuai Destinasi.....	130
Gambar 4.86 Analisa Kartu Nama .....	131
Gambar 4.87 Analisa Kop Surat .....	132
Gambar 4.88 Analisa <i>Map Folder</i> .....	133
Gambar 4.89 Analisa Amplop.....	133
Gambar 4. 90 Analisa <i>Entrance Ticket</i> .....	134
Gambar 4. 91 Analisa <i>QR Feedback</i> .....	135

Gambar 4.92 Analisa <i>Billboard</i> .....	137
Gambar 4.93 Analisa <i>Hanging Poster</i> .....	138
Gambar 4.94 Analisa <i>Poster</i> .....	139
Gambar 4.95 Analisa <i>Company Profile</i> .....	140
Gambar 4.96 Analisa <i>Instagram Feeds</i> .....	141
Gambar 4.97 Analisa <i>Instagram Story</i> .....	142
Gambar 4.98 Analisa <i>Brosur</i> .....	143
Gambar 4.99 Analisa <i>Bazar stand</i> .....	144
Gambar 4.100 Analisa <i>Door Tag</i> .....	145
Gambar 4.101 Analisa <i>Shirt</i> .....	146
Gambar 4.102 Analisa <i>ID Badge</i> .....	147
Gambar 4.103 Analisa <i>Kalender</i> .....	148
Gambar 4.104 Analisa <i>Totebag</i> .....	149
Gambar 4.105 Analisa <i>Car Sticker</i> .....	149
Gambar 4.106 Analisa <i>Sandal</i> .....	150
Gambar 4.107 Analisa <i>Payung</i> .....	151
Gambar 4.108 Analisa <i>Topi</i> .....	151
Gambar 4.109 Analisa <i>Identification Sign</i> .....	152
Gambar 4.110 Ukuran <i>Identification Sign</i> .....	152
Gambar 4.111 Analisa <i>Directional Sign</i> .....	153
Gambar 4.112 Analisa <i>Peta Lokasi</i> .....	154
Gambar 4.113 Analisa <i>Managing Assets</i> .....	155
Gambar 4.114 <i>Beta Test Session 1</i> .....	157
Gambar 4.115 <i>Beta Test Session 2</i> .....	159
Gambar 4.116 <i>Beta Test Session 3</i> .....	162
Gambar 4.117 <i>Beta Test Session 4</i> .....	162
Gambar 4.118 <i>Beta Test Session 5</i> .....	164
Gambar 4.119 <i>Beta Test Session 6</i> .....	165

U M N

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 Lembar Bimbingan .....	xv
Lampiran B Hasil Kuesioner.....	xvii
Lampiran C Transkrip Wawancara .....	xxiii
Lampiran D Turnitin .....	xxxvi
Lampiran E Karya .....	xl



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA