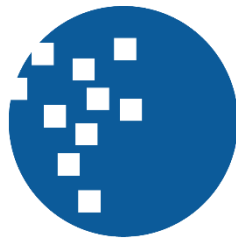


**PROSES PERANCANGAN BRAND IDENTITY HUTAN
DUNGUS KI HAJI SEBAGAI DESTINASI EKOWISATA
DALAM BENTUK BRAND GUIDELINE**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Antonius Christiawan Mahardika

00000061633

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**PROSES PERANCANGAN BRAND IDENTITY HUTAN
DUNGUS KI HAJI SEBAGAI DESTINASI EKOWISATA
DALAM BENTUK BRAND GUIDELINE**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Antonius Christiawan Mahardika

0000061633

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Antonius Christiawan Mahardika

NIM : 00000061633

Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul:
**PROSES PERANCANGAN BRAND IDENTITY HUTAN
DUNGUS KI HAJI SEBAGAI DESTINASI EKOWISATA
DALAM BENTUK BRAND GUIDELINE**

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, 18 Desember 2024



(Antonius Christiawan Mahardika)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan tugas akhir dengan judul

PROSES PERANCANGAN BRAND IDENTITY HUTAN DUNGUS KI HAJI SEBAGAI DESTINASI EKOWISATA DALAM BENTUK BRAND GUIDELINE

Oleh
Nama : Antonius Christiawan Mahardika
NIM : 00000061633
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada 13 Januari 2025
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang




Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
NIDN 0309027705

Penguji



Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0306027102

Pembimbing



Helga
2025.01.2
7 20:03:28
+07'00'

Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm.
NIDN 0317089201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by Cendera
Rizky Anugrah Bangun
Date: 2025.01.27 21:06:19
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Antonius Christiawan Mahardika

NIM : 00000061633

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Proses Perancangan Brand Hutan Dungus
Ki Haji Sebagai Destinasi Ekowisata.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 18 Desember 2024



(Antonius Christiawan Mahardika)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur, penulis panjatkan kepada Tuhan yang maha kuasa. Karena berkat rahmat dan karunianya. Penulis dapat menyelesaikan Laporan MBKM Skripsi Berbasis Karya dengan judul “**PROSES PERANCANGAN BRAND HUTAN DUNGUS KI HAJI SEBAGAI DESTINASI EKOWISATA**”. Laporan ini disusun sebagai salah satu pemenuhan syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

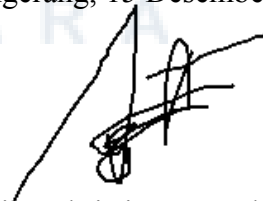
Dalam proses penyusunan skripsi penulis telah menerima banyak dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm., Selaku pembimbing laporan. Beliau selalu memberikan arahan serta bimbingan selama penulis berproses dalam *Humanity Project Batch V*. Banyak hal yang penulis pelajari dan penulis dapatkan selama bimbingan bersama Bu Helga.
5. Bapak Anis Faisal Reza dan Keluarga Besar Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS). Untuk pelajaran yang sangat berharga di bidang kemanusiaan. Serta senantiasa mengajarkan penulis untuk tetap rendah hati dan peduli dengan sekitar. Setiap wejangan yang diberikan telah merubah pandangan dan sikap penulis menjadi lebih baik

6. Ellysabeth Nursanti Nugraheni dan Yohanes Baptista Didik Ardika selaku orang tua penulis yang selalu mendukung penulis baik secara finansial dan moral.
7. Jessica Chandra sebagai orang terdekat yang sudah membantu penulis secara terus menerus. Melalui dukungan doa dan dukungan mental.
8. Asher Novraoctans Julian, Valecia Monroe Thendy, Brilliana Thalia Wijaya, Charlize Sakiko Deqita. Sebagai kerabat dekat penulis yang selalu menemani penulis dalam proses pengerjaan dan memberikan dukungan secara mental untuk penulis.
9. Tim Marimba, Tim Niskala, Tim Jahera, dan Tim FGK yang telah hadir bersama penulis dalam menjalankan MBKM *Humanity Project*.
10. Kiji Mahardika sebagai hewan peliharaan yang selalu menemani penulis dalam menulis laporan. Serta memberikan semangat kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam laporan ini. Namun penulis berharap karya ini dapat memberikan dampak yang baik bagi civitas akademik khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara ataupun masyarakat secara umum.

Tangerang, 15 Desember 2024



Antonius Christiawan Mahardika

“PROSES PERANCANGAN BRAND IDENTITY HUTAN DUNGUS KI HAJI SEBAGAI DESTINASI EKOWISATA DALAM BENTUK BRAND GUIDELINE”

(Antonius Christiawan Mahardika)

ABSTRAK

Dungus Ki Haji merupakan hutan alami yang terletak di Desa Sindang Ratu dan dikenal sebagai kawasan yang kaya akan keanekaragaman hayati. Keberadaan sumber mata air di tengah hutan menjadi elemen inti yang menopang ekosistem di sekitarnya. ini bertujuan untuk merancang identitas merek (*brand identity*) Dungus Ki Haji sebagai destinasi ekowisata yang berfokus pada pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal. Latar belakang pembuatan karya ini didasarkan pada kekhawatiran masyarakat terhadap pengelolaan ekowisata yang dianggap dapat merusak hutan serta mengancam keseimbangan ekosistem. Metodologi yang digunakan mencakup observasi langsung di lapangan untuk mengidentifikasi potensi alam dan budaya, wawancara dengan masyarakat setempat untuk memahami sudut pandang mereka, serta diskusi kelompok terarah (FGD) bersama tokoh masyarakat dan kepala desa guna menggali aspirasi serta solusi kolaboratif. Hasil keseluruhan dari proses pembuatan karya ini menghasilkan satu luaran karya utama, yaitu panduan identitas merek (*brand guideline*) sebanyak 54 halaman. Panduan identitas merek tersebut mencakup strategi pengembangan *brand* yang selaras dengan nilai-nilai ekowisata, pelestarian lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat. Hasil karya ini menunjukkan bahwa strategi *branding* berbasis pelestarian lingkungan dapat secara efektif mengubah persepsi masyarakat terhadap ekowisata. Selain itu, pendekatan ini juga mampu mengoptimalkan potensi hutan sebagai destinasi wisata yang tetap menjaga keseimbangan ekosistem, sekaligus mendukung kesejahteraan masyarakat lokal.

Kata kunci: *Branding*, Ekowisata, Konservasi, Pemberdayaan Masyarakat

**“THE PROCESS OF DESIGNING THE BRAND IDENTITY OF
DUNGUS KI HAJI FOREST AS AN ECOTOURISM
DESTINATION IN THE FROM OF A BRAND GUIDELINE”**

(Antonius Christiawan Mahardika)

ABSTRACT

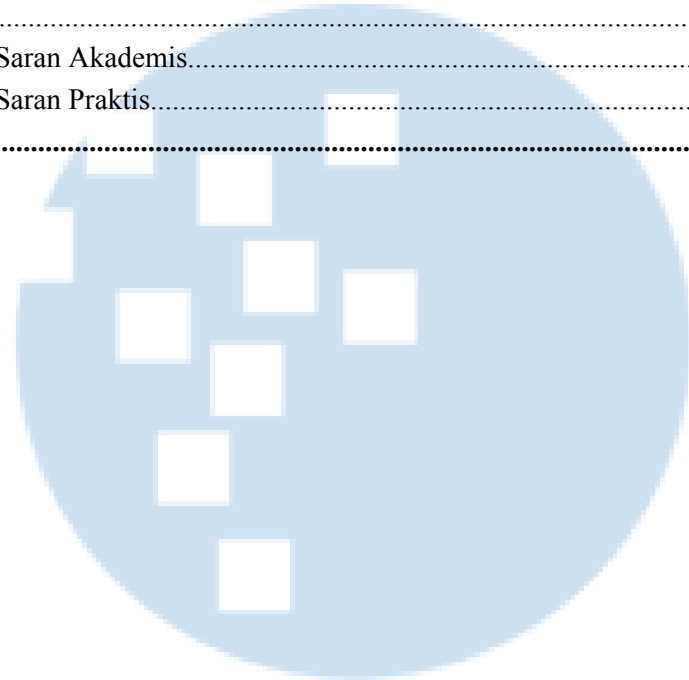
Dungus Ki Haji is a natural forest located in Sindang Ratu Village, renowned for its rich biodiversity. The presence of a natural spring at the heart of the forest serves as a vital element sustaining the surrounding ecosystem. This project aims to design the brand identity of Dungus Ki Haji as an ecotourism destination that emphasizes environmental conservation and local community empowerment. The background of this project stems from community concerns about ecotourism management, which is often perceived as a potential threat to the forest and its ecological balance. The methodology includes direct field observations to identify the natural and cultural potential of the area, interviews with local residents to understand their perspectives, and focused group discussions (FGD) with community leaders and village heads to explore aspirations and collaborative solutions. The overall output of this project resulted in a primary deliverable: a 54-page brand guideline. This brand guideline outlines strategies for brand development aligned with the principles of ecotourism, environmental conservation, and community empowerment. The results of this project demonstrate that branding strategies rooted in environmental conservation can effectively reshape public perceptions of ecotourism. Moreover, this approach optimizes the forest's potential as a tourist destination while maintaining ecological balance and supporting the well-being of the local community.

Keywords: *Branding, Ecotourism, Conservation, Community Development*

DAFTAR ISI

| | |
|--|----|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT | 2 |
| HALAMAN PENGESAHAN | 3 |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH | 4 |
| KATA PENGANTAR | 5 |
| ABSTRAK | 7 |
| ABSTRACT | 8 |
| DAFTAR ISI | 9 |
| DAFTAR TABEL | 10 |
| DAFTAR GAMBAR | 11 |
| DAFTAR LAMPIRAN | 12 |
| BAB I | |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Tujuan Karya..... | 8 |
| 1.3 Kegunaan Karya..... | 9 |
| 1.3.1 Kegunaan Akademis..... | 9 |
| 1.3.2 Kegunaan Praktis..... | 9 |
| 1.3.3 Kegunaan Sosial..... | 9 |
| BAB II | |
| TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Referensi Karya..... | 11 |
| 2.2 Landasan Konsep..... | 17 |
| 2.2.1 Conducting Research (Melakukan Riset)..... | 20 |
| 2.2.2 Clarifying Strategy (Memperjelas Strategi)..... | 21 |
| 2.2.3 Designing Identity (Merancang Identitas)..... | 21 |
| 2.2.4 Creating Touchpoints (Menciptakan Titik Sentuh)..... | 21 |
| 2.2.5 Managing Assets (Mengelola Aset)..... | 22 |
| BAB III | |
| METODOLOGI PERANCANGAN KARYA | 39 |
| 3.1 Tahapan Pembuatan..... | 39 |
| 3.1.1. Metode Pengumpulan Data..... | 39 |
| 3.1.2. Metode Perancangan Karya..... | 41 |
| 3.2. Rencana Anggaran..... | 48 |
| 3.3. Target Luaran/Publikasi/HKI..... | 49 |
| BAB IV | |
| STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN | 52 |
| 4.1 Strategi Perancangan..... | 52 |
| 4.2 Implementasi Karya..... | 59 |

| | |
|---|------------|
| 4.4 Evaluasi..... | 103 |
| 4.4.1 Evaluasi Hasil Proses Perancangan Brand Identity..... | 103 |
| BAB V | |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 107 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 107 |
| 5.2 Saran..... | 109 |
| 5.2.1 Saran Akademis..... | 109 |
| 5.2.2 Saran Praktis..... | 110 |
| LAMPIRAN..... | 116 |



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 2.1 Referensi Karya..... | 12 |
| Tabel 3.1 Rencana Anggaran Riset dan Video Profil..... | 48 |
| Tabel 3.2 Rencana Anggaran Kolateral | 49 |
| Tabel 4.1 Analisa Dungus Ki Haji | 56 |
| Tabel 4.2 Analisa Masalah Dungus Ki Haji | 57 |
| Tabel 4.3 Jadwal Observasi | 63 |
| Tabel 4.4 Strategi Pembukaan Ekowisata..... | 66 |
| Tabel 4.5 Analisa SWOT..... | 74 |
| Tabel 4.6 Analisa Pengunjung..... | 77 |
| Tabel 4.7 Makna Logo dan Warna..... | 83 |
| Tabel 4.8 Rangkaian Acara Peresmian KIII..... | 100 |
| Tabel 4.9 Realisasi Anggaran..... | 102 |
| Tabel 4.10 Analisa Pretest dan Posttest..... | 110 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 1.1 Festival Seni Bali | 2 |
| Gambar 1.2 Infografis Pulau Komodo | 3 |
| Gambar 1.3 Arei Melilit Tanaman Besar | 6 |
| Gambar 1.4 Sumur Liar | 7 |
| Gambar 2.1 Skema Destination Branding | 36 |
| Gambar 3.1 Cover Brand Guideline | 50 |
| Gambar 4.1 Observasi Pertama di Desa Naga Jaya | 59 |
| Gambar 4.2 Interview Pemilik Pabrik Cengkeh | 60 |
| Gambar 4.3 Interview Juru Kunci Hutan | 61 |
| Gambar 4.4 Madu Odeng | 62 |
| Gambar 4.5 Temuan Peninggalan Ekowisata Sebelumnya | 64 |
| Gambar 4.6 Temuan Sumur Warga | 65 |
| Gambar 4.7 Kegiatan Sebar Undangan | 67 |
| Gambar 4.8 Diskusi Dengan Warga | 68 |
| Gambar 4.9 Permohonan Bantuan Puskesmas Bayah | 69 |
| Gambar 4.10 Berdebat Dengan Masyarakat | 70 |
| Gambar 4.11 Mengurus Perizinan ke Kecamatan | 71 |
| Gambar 4.12 Poster Acara Kampung Sehat | 72 |
| Gambar 4.13 Referensi Logo | 79 |
| Gambar 4.14 Desain Awal Logo | 80 |
| Gambar 4.15 Final Logo | 82 |
| Gambar 4.16 Desain Feeds Instagram | 84 |
| Gambar 4.17 Logo Kampanye | 85 |
| Gambar 4.18 Pemasangan Poster Oleh Warga | 86 |
| Gambar 4.19 Referensi <i>Brand Guideline</i> | 92 |
| Gambar 4.20 Visualisasi Tujuan <i>Brand</i> | 95 |
| Gambar 4.21 Visualisasi Filosofi Logo | 96 |
| Gambar 4.22 Visualisasi Panduan Komunikasi <i>Brand</i> | 97 |
| Gambar 4.23 Visualisasi Desain Baju Kiji | 98 |
| Gambar 4.24 Surat Pernyataan HKI | 101 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran A Bukti Turnitin | 114 |
| Lampiran B Form Konsultasi Pembimbing Pertama | 115 |
| Lampiran C Form Konsultasi Pembimbing Kedua | 117 |
| Lampiran D Dokumen Pengajuan HKI..... | 118 |
| Lampiran E Surat Izin Penggunaan Logo GMLS..... | 120 |
| Lampiran F Lampiran Penerimaan Dokumen GMLS | 121 |
| Lampiran G Dokumentasi Kegiatan | 122 |

