

**PERANCANGAN PROMOSI WISATA ALAM POSONG
KABUPATEN TEMANGGUNG**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Fedora Nathania Rusdiono
00000053437

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

PERANCANGAN PROMOSI WISATA ALAM POSONG

KABUPATEN TEMANGGUNG



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Fedora Nathania Rusdiono

00000053437

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fedora Nathania Rusdiono

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053437

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM*~~ saya yang berjudul:

**PERANCANGAN PROMOSI WISATA ALAM POSONG KABUPATEN
TEMANGGUNG**

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 penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, 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 Juni 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Fedora Nathania Rusdiono

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
PERANCANGAN PROMOSI WISATA ALAM POSONG
KABUPATEN TEMANGGUNG

Oleh

Nama Lengkap : Fedora Nathania Rusdiono

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053437

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 18 Juni 2025

Pukul 16.00 s.d. 16.45 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



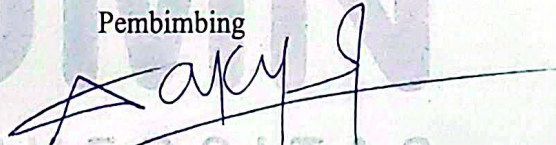
Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/ L00011

Penguji



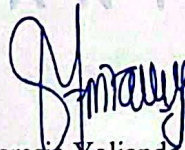
Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.
033011750/ 081436

Pembimbing



Ardiles Akyuwen, M.Sn.
0323067804/ 067811

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fedora Nathania Rusdiono

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053437

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)

Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN PROMOSI WISATA

ALAM POSONG KABUPATEN TEMANGGUNG

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 Juni 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Fedora Nathania Rusdiono)

* Pilih salah satu

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan proposal tugas akhir yang berjudul "Perancangan Promosi Wisata Alam Posong Kabupaten Temanggung" dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.). Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan inspirasi selama proses perancangan media promosi ini berlangsung. Dengan dukungan dan bimbingan laporan ini dapat disusun sebagai tugas akhir akademik. Topik perancangan dipilih dengan tujuan untuk meningkatkan pariwisata Wisata Alam Posong, Kabupaten Temanggung yang memiliki potensi dalam perkembangan pariwisata untuk kalangan wisatawan di Indonesia dan mancanegara.

Penulis menyadari bahwa proposal tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan dari beberapa pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, 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. Ardiles Akyuwen, M.Sn., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Luthfi Naufal H., selaku narasumber yang telah memberikan waktu, wawasan, dan informasi terkait Wisata Alam Posong yang dapat diterapkan dalam proses perancangan dan penelitian.
6. Hannif Andy Al Anshori, selaku narasumber dan perwakilan dari Insan Wisata yang memberikan waktu, wawasan, dan ilmu yang dapat diterapkan dalam perancangan media promosi.
7. Keluarga dan rekan saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap Perancangan tugas akhir ini dapat memberi informasi yang bermanfaat untuk pembacanya khususnya mengenai Wisata Alam Posong. Penulis juga menyadari bahwa Perancangan tugas akhir ini jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, penulis berharap mendapatkan kritik dan saran lebih untuk kesempurnaan Perancangan tugas akhir ini.

Tangerang, 18 Juni 2025



(Fedora Nathania Rusdiono)



PERANCANGAN PROMOSI WISATA ALAM POSONG

KABUPATEN TEMANGGUNG

Fedora Nathania Rusdiono

ABSTRAK

Wisata Alam Posong merupakan salah satu tempat wisata unggulan di Kabupaten Temanggung yang menawarkan keindahan alam pegunungan serta panorama alam di kaki gunung Sindoro dan gunung Sumbing. Daya tarik wisata ini masih belum banyak dikenal oleh wisatawan luas di luar Jawa Tengah akibat minimnya promosi yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk perancangan promosi yang interaktif dan informatif guna untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan untuk berkunjung ke Wisata Alam Posong. Metode yang digunakan mencakup analisis kebutuhan, perancangan konsep visual, dan implementasi media promosi. Desain yang dihasilkan mengutamakan nilai estetika visual yang konsisten, informasi jelas dan strategi pemasaran digital. Hasil perancangan ini menunjukkan bahwa media promosi yang efektif dapat meningkatkan minat wisatawan dan memperkuat citra Wisata Alam Posong sebagai destinasi wisata unggulan. Perancangan promosi tersebut meliputi penggunaan iklan media sosial, konten media sosial dan situs web. Situs web yang berfungsi untuk memberikan informasi terkait Posong. Perancangan ini juga di dukung dan dilengkapi dengan perancangan media sekunder untuk mendukung media promosi Wisata Alam Posong. Hasil perancangan di uji dengan tahap alfa dan beta yang memberikan hasil bahwa media sudah memiliki visual, konten dan pengalaman pengguna yang baik dan tepat yang dapat meningkatkan kesadaran dan meningkatkan citra autentik dan profesionalnya. Dengan promosi yang efektif, diharapkan jumlah pengunjung meningkat dan berkontribusi pada pengembangan pariwisata Kabupaten Temanggung.

Kata kunci: Desain Promosi, Media Digital, Wisata Alam, Posong

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PROMOTION DESIGN OF WISATA ALAM POSONG IN TEMANGGUNG REGENCY

Fedora Nathania Rusdiono

ABSTRACT (English)

Posong Nature Tourism is one of the leading tourist attractions in Temanggung Regency which offers the beauty of the mountains and the natural panorama at the foot of Mount Sindoro and Mount Sumbing. This tourist attraction is still not widely known by tourists outside Central Java due to the lack of effective promotion. This study aims to design interactive and informative promotions in order to increase awareness and interest of tourists to visit Posong Nature Tourism. The methods used include needs analysis, visual concept design, and implementation of promotional media. The resulting design prioritizes consistent visual aesthetic values, clear information and digital marketing strategies. The results of this design show that effective promotional media can increase tourist interest and strengthen the image of Posong Nature Tourism as a leading tourist destination. The promotional design includes the use of social media advertising, social media content and websites. Websites that function to provide information related to Posong. This design is also supported and equipped with secondary media design to support the promotional media for Posong Nature Tourism. The design results were tested with alpha and beta stages which showed that the media already had good and appropriate visuals, content and user experiences that could increase awareness and improve its authentic and professional image. With effective promotion, it is hoped that the number of visitors will increase and contribute to the development of tourism in Temanggung Regency.

Keywords: *Promotion Design, Digital Media, Nature Tourism, Posong*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
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 Promosi	5
2.1.1 Iklan dan Bauran Promosi.....	6
2.1.2 Jenis Media Promosi.....	7
2.1.3 Elemen Desain	8
2.1.4 Prinsip Desain	20
2.2 Strategi Promosi AISAS	26
2.3 Wisata Alam	28
2.3.1 Wisata Alam Posong.....	29
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	34
3.1 Subjek Perancangan	34
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan.....	35
3.2.1 Overview	36
3.2.2 Strategy	37
3.2.3 Ideas	37

3.2.5 <i>Production</i>	38
3.2.6 <i>Implementation</i>	38
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	39
3.3.1 Wawancara.....	39
3.3.2 <i>Focus Group Discussion</i>	44
3.3.3 Kuesioner	45
3.3.4 Studi Eksisting	49
3.3.5 Studi Referensi	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	51
4.1 Hasil Perancangan	51
4.1.1 <i>Overview</i>	51
4.1.2 <i>Strategy</i>	77
4.1.3 <i>Ideas</i>	89
4.1.4 <i>Design</i>	97
4.1.5 <i>Production</i>	114
4.1.6 <i>Implementation</i>	176
4.1.7 Kesimpulan Perancangan	187
4.2 Pembahasan Perancangan	188
4.2.1 Analisis <i>Beta Test</i>	188
4.2.2 Analisis Desain <i>Website</i>	191
4.2.3 Analisis Desain Konten Instagram.....	202
4.2.4 Analisis Desain Iklan	207
4.2.5 Analisis Desain Video Iklan	210
4.2.6 Analisis Desain <i>Merchandise</i>	212
4.2.7 Analisis Desain Poster Peta Area	213
4.2.8 Analisis Desain <i>Sticker Packaging Kopi</i>	214
4.2.9 Analisis Desain Poster	214
4.2.10 Analisis Desain <i>X-Banner</i>	215
4.2.11 Anggaran	216
BAB V PENUTUP	220
5.1 Simpulan	220
5.2 Saran	221

DAFTAR PUSTAKA.....	xx
LAMPIRAN	xxii



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	30
Tabel 4.1 Profil Responden	58
Tabel 4.2 Perilaku berwisata dan Pengetahuan Wisata Alam Posong.....	59
Tabel 4.3 Riset terkait media dan konten promosi	62
Tabel 4.4 Riset terkait media milik Wisata Alam Posong.....	65
Tabel 4.5 Riset terkait media milik Wisata Alam Posong.....	67
Tabel 4.6 Analisis SWOT Dieng Pleateau.....	69
Tabel 4.7 Analisis SWOT Monkey Forest Ubud.....	72
Tabel 4.8 <i>Creative brief</i> Wisata Alam Posong	77
Tabel 4.9 Strategi Media AISAS Wisata Alam Posong	84
Tabel 4.10 Timeline Media AISAS Wisata Alam Posong	85
Tabel 4.11 Rencana konten Wisata Alam Posong.....	87
Tabel 4.12 Rencana konten Wisata Alam Posong.....	176
Tabel 4.13 Rencana konten Wisata Alam Posong.....	178
Tabel 4.14 Rencana konten Wisata Alam Posong.....	183
Tabel 4.15 Profil responden <i>beta test</i>	188
Tabel 4.16 Anggaran Media Promosi.....	216



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Poster TipoKota	9
Gambar 2.2 Margin for Poster	11
Gambar 2.3 <i>Compotition of poster</i>	12
Gambar 2.4 <i>Composition of poster</i>	12
Gambar 2.5 Komposisi Simetris pada Majalah TIME	13
Gambar 2.6 Komposisi Asimetris pada Poster	14
Gambar 2.8 <i>Website</i> Wisata Suarabaya	15
Gambar 2.9 <i>Landscape Photography</i>	16
Gambar 2.10 Konsep visual motion graphics	18
Gambar 2.11 Teknik bidikan dan menggerakkan kamera	19
Gambar 2.12 Hierarkie Visual	21
Gambar 2.13 <i>Multicolumn & Modular Grid</i>	22
Gambar 2.14 Konsep visual <i>motion graphics</i>	23
Gambar 2.15 Margin, <i>padding</i> , border dalam desain grafis	25
Gambar 2.17 Dari AIDMA menjadi AISAS	26
Gambar 2.18 Tahapan AISAS	28
Gambar 2.19 Wisata Alam Posong	29
Gambar 2.20 Fasilitas <i>Outbound</i> Wisata Alam Posong	29
Gambar 3.1 Rumus Slovin	45
Gambar 4.1 Wawancara dengan pemilik Wisata Alam Posong	51
Gambar 4.2 Wawancara dengan staf Wisata Alam Posong	53
Gambar 4.3 Wawancara dengan CEO Insan Wisata	54
Gambar 4.4 FGD dengan 6 mahasiwa	56
Gambar 4.5 Data terkait media sosial Instagram Wisata Alam Posong	64
Gambar 4.6 Data <i>piechart</i> media sosial Instagram Wisata Alam Posong	65
Gambar 4.7 Logo dieng pleateau	69
Gambar 4.8 Monkey Forest Ubud Bali	71
Gambar 4.9 Traveloka <i>Promotional Campaign and Media</i>	73
Gambar 4.10 Visit Ballarat <i>Promotional Media and Campaign</i>	74
Gambar 4.11 Visit Ballarat <i>Website</i>	75
Gambar 4.12 <i>User Persona</i> Nabila	80
Gambar 4.13 <i>User Journey</i> Nabila	81
Gambar 4.14 <i>User Persona</i> Gracia	81

Gambar 4.15 <i>User Journey</i> Gracia	82
Gambar 4.16 <i>User Persona</i> Adam.....	82
Gambar 4.17 <i>User Journey</i> Adam	83
Gambar 4.18 <i>Mindmap</i> Wisata Alam Posong	89
Gambar 4.19 <i>Moodboard</i>	91
Gambar 4.20 Referensi warna & Tipografi	92
Gambar 4.21 Referensi <i>style</i> foto & <i>layout</i>	92
Gambar 4.22 Palet Warna.....	93
Gambar 4.23 Tipografi	94
Gambar 4.24 <i>Stylescape</i>	95
Gambar 4.25 <i>Information Architecture</i>	95
Gambar 4.26 <i>Flowchart</i>	96
Gambar 4.27 <i>Website Grid system</i>	97
Gambar 4.28 <i>Manuscript Grid</i>	98
Gambar 4.29 <i>Feeds Modular Grid system</i>	99
Gambar 4.30 Proses foyo di Wisata Alam Posong.....	100
Gambar 4.31 Foto sebelum <i>editing</i>	101
Gambar 4.32 Video sebelum <i>editing</i>	102
Gambar 4.33 Proses editing warna foto & video.....	102
Gambar 4.34 Hasil sebelum dan sesudah <i>editting</i> foto.....	103
Gambar 4.35 Hasil sebelum dan sesudah <i>editting</i> video	104
Gambar 4.36 Sketsa elemen grafis	105
Gambar 4.37 Final elemen grafis.....	105
Gambar 4.38 Logo Wisata Alam Posong saat ini.....	106
Gambar 4.39 Sketsa logo Wisata Alam Posong	107
Gambar 4.40 Digitalisasi logo Wisata Alam Posong	108
Gambar 4.41 Identitas logo Wisata Alam Posong.....	108
Gambar 4.42 Perubahan logo Wisata Alam Posong.....	109
Gambar 4.43 Sketsa <i>key visual</i>	110
Gambar 4.44 Proses desain <i>key visual</i>	111
Gambar 4.45 Proses desain <i>key visual</i> 2	112
Gambar 4.46 Desain <i>key visual</i>	112
Gambar 4.47 Desain <i>key visual</i> 2	113
Gambar 4.48 Sketsa <i>wireframe website</i>	114

Gambar 4.49 Penggunaan <i>grid</i> pada <i>low-fidelity website</i>	115
Gambar 4.50 Desain <i>Low-fidelity website</i>	116
Gambar 4.51 Tombol <i>website</i>	117
Gambar 4.52 Desain <i>High-fidelity</i> beranda	118
Gambar 4.53 Tampilan <i>High-fidelity</i> beranda	119
Gambar 4.54 Tampilan interaksi tombol pada beranda	120
Gambar 4.55 Desain <i>High-fidelity</i> Tentang Posong	121
Gambar 4.56 Tampilan <i>High-fidelity</i> Tentang Posong.....	122
Gambar 4.57 Desain <i>High-fidelity</i> Menuju Posong.....	123
Gambar 4.58 Tampilan <i>drop down</i> menu Menuju Posong.....	124
Gambar 4.59 Desain <i>High-fidelity</i> Camping Ground	125
Gambar 4.60 Desain <i>High-fidelity</i> Booking dan notifikasi.....	126
Gambar 4.61 Tampilan <i>High-fidelity</i> notifikasi pembayaran	127
Gambar 4.62 Tampilan <i>High-fidelity</i> Konfirmasi pembayaran	128
Gambar 4.63 Tampilan <i>High-fidelity</i> Penawaran	129
Gambar 4.64 <i>Feeds Modular Grid system</i>	130
Gambar 4.65 Tampilan <i>High-fidelity</i> Sekitar Posong.....	131
Gambar 4.66 Proses sketsa <i>Story</i> Instagram.....	132
Gambar 4.67 Proses <i>Story</i> Instagram.....	133
Gambar 4.68 <i>Story</i> Instagram rute.....	133
Gambar 4.69 <i>Story</i> Instagram pertanyaan.....	134
Gambar 4.70 <i>Feeds</i> Instagram layout.....	135
Gambar 4.71 <i>Feeds</i> Instagram proses.....	136
Gambar 4.72 <i>Feeds</i> Instagram.....	137
Gambar 4.73 <i>Feeds Attention</i> Instagram	139
Gambar 4.74 <i>Feeds Attention</i> Instagram	140
Gambar 4.75 <i>Feeds Search</i> Instagram.....	141
Gambar 4.76 <i>Feeds corousel</i> Instagram	142
Gambar 4.77 <i>Feeds corousel</i> Instagram	142
Gambar 4.78 <i>Feeds corousel</i> Instagram	143
Gambar 4.79 <i>Feeds corousel</i> Instagram	143
Gambar 4.80 <i>Feeds corousel</i> Instagram	144
Gambar 4.81 <i>Feeds Action</i> Instagram.....	145
Gambar 4.82 <i>Feeds Share</i> Instagram.....	146

Gambar 4.83 Proses <i>editing photo</i>	148
Gambar 4.84 Proses <i>editing photo</i>	148
Gambar 4.85 Proses <i>editing story</i>	149
Gambar 4.86 Hasil akhir story.....	150
Gambar 4.87 <i>Feeds Modular Grid system</i>	151
Gambar 4.88 <i>Grid</i> desain iklan media sosial.....	151
Gambar 4.89 Desain iklan media sosial.....	152
Gambar 4.90 <i>Storyboard</i> desain iklan	153
Gambar 4.91 Proses <i>edit</i> iklan media sosial	153
Gambar 4.92 <i>Tampilan</i> desain iklan.....	154
Gambar 4.93 <i>Storyboard</i> desain iklan dua.....	155
Gambar 4.94 Proses <i>edit</i> iklan media sosial <i>feeds</i>	156
Gambar 4.95 <i>Tampilan</i> desain iklan.....	156
Gambar 4.96 <i>Feeds Modular Grid system</i>	157
Gambar 4.97 <i>Grid</i> pada iklan Youtube.....	158
Gambar 4.98 Proses pada iklan Youtube.....	159
Gambar 4.99 Tampilan akhir pada iklan Youtube.....	159
Gambar 4.100 <i>Storyboard</i> iklan media sosial.....	160
Gambar 4.101 <i>Proses edit</i> iklan.....	160
Gambar 4.102 Hasil akhir desain iklan.....	161
Gambar 4.103 <i>Storyboard</i> iklan media sosial dua.....	161
Gambar 4.104 <i>Proses edit</i> iklan.....	162
Gambar 4.105 Hasil final iklan.....	163
Gambar 4.106 Sketsa <i>merchandise</i> final iklan.....	164
Gambar 4.107 <i>Grid photocard</i>	164
Gambar 4.108 Desain <i>postcard</i>	165
Gambar 4.109 Logo & <i>grid mug</i> Wisata Alam Posong.....	166
Gambar 4.110 Desain <i>Mug</i>	166
Gambar 4.111 sketsa peta area	167
Gambar 4.112 Elemen ikon untuk peta are.....	167
Gambar 4.113 Desain peta area	168
Gambar 4.114 sketsa <i>packaging</i> kopi dan gelas	168
Gambar 4.115 <i>Manuscript grid packaging</i> desain.....	169
Gambar 4.116 Desain <i>packaging</i> kopi.....	170

Gambar 4.117 Desain <i>cup</i>	171
Gambar 4.118 Sketsa <i>x-banner</i>	171
Gambar 4.119 Grid <i>X-Banner</i>	172
Gambar 4.120 Desain <i>X-Banner</i> dua.....	173
Gambar 4.121 Sketsa Poster	174
Gambar 4.122 Grid Poster	174
Gambar 4.123 Desain poster.....	175
Gambar 4.124 Perubahan <i>website</i> setelah <i>alpha test</i>	186
Gambar 4.125 Perubahan <i>website</i> setelah <i>alpha test</i>	186
Gambar 4.126 Dokumentasi wawancara <i>beta test</i>	189
Gambar 4.127 <i>Mockup website</i> home.....	191
Gambar 4.128 <i>Mockup website</i> dua.....	192
Gambar 4.129 <i>Mockup website</i> tiga.....	193
Gambar 4.130 <i>Mockup website</i> empat.....	194
Gambar 4.131 <i>Mockup website</i> lima.....	195
Gambar 4.132 <i>Feeds Mockup website</i> enam	196
Gambar 4.133 <i>Mockup website</i> tujuh	197
Gambar 4.134 <i>Mockup website</i> 8.....	197
Gambar 4.135 <i>Mockup website</i> 9.....	198
Gambar 4.136 <i>Mockup website</i> 10.....	199
Gambar 4.137 <i>Mockup website</i> 11.....	200
Gambar 4.138 <i>Mockup website</i> 12.....	201
Gambar 4.139 <i>Mockup website</i> 13.....	201
Gambar 4.140 <i>Feeds Mockup</i>	202
Gambar 4.141 <i>Feeds Mockup</i>	203
Gambar 4.142 <i>Feeds Mockup</i>	204
Gambar 4.143 <i>Feeds Mockup</i> tahap <i>action</i>	205
Gambar 4.144 <i>Feeds Mockup</i>	206
Gambar 4.145 Iklan <i>mockup</i>	207
Gambar 4.146 Iklan <i>mockup</i>	208
Gambar 4.147 Iklan <i>mockup</i>	209
Gambar 4.148 Iklan <i>mockup</i>	210
Gambar 4.149 Iklan <i>mockup</i>	211
Gambar 4.150 Media sekunder <i>mockup postcard</i>	212

Gambar 4.151 Media sekunder <i>mockup mug</i>	213
Gambar 4.152 Media sekunder <i>mockup Poster peta area</i>	213
Gambar 4.153 Media sekunder <i>mockup packaging kopi</i>	214
Gambar 4.154 Media sekunder <i>mockup poster</i>	215
Gambar 4.155 Media sekunder <i>mockup x-banner</i>	215



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Persentase Turnitin	xxii
Lampiran 2. <i>Form Bimbingan</i>	xxiv
Lampiran 3. <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxvi
Lampiran 4. <i>Non-Disclosure Statement</i>	xxxvii
Lampiran 5. Hasil Kuesioner	xxxviii
Lampiran 6. Hasil <i>Alpha Test</i>	xliv
Lampiran 7. Hasil Pre-Kuesioner	lii
Lampiran 8. Transkrip Wawancara Pemilik Wisata Alam Posong	lvii
Lampiran 9. Transkrip Wawancara Staf Wisata Alam Posong	lxi
Lampiran 10. Transkrip Wawancara CEO Insan Wisata.....	lxiii
Lampiran 11. Transkrip Focus Group Discussion	lxvi
Lampiran 12. Transkrip Wawancara 1 Hasil <i>Beta Test</i>	lxxvi
Lampiran 12. Transkrip Wawancara 2 Hasil <i>Beta Test</i>	lxxvii
Lampiran 14. Transkrip Wawancara 3 Hasil <i>Beta Test</i>	lxxix
Lampiran 15. Dokumentasi.....	lxxxi

