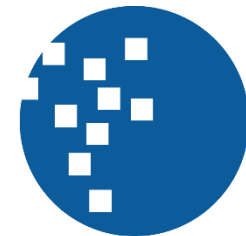


PERANCANGAN ULANG *DESTINATION BRANDING*

KAMPUNG BALUWARTI DI KOTA SOLO



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Gabriela Febriani Prasada

00000068354

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

PERANCANGAN ULANG *DESTINATION BRANDING*

KAMPUNG BALUWARTI DI KOTA SOLO



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Gabriela Febriani Prasada

00000068354

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Gabriela Febriani Prasada
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068354
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN ULANG *DESTINATION BRANDING* KAMPUNG BALUWARTI DI KOTA SOLO

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, 16 Desember 2025



(Gabriela Febriani Prasada)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Gabriela Febriani Prasada
NIM : 00000068354
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : Perancangan Ulang *Destination Branding*
Kampung Baluwarti di Kota Solo

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Project/Tugas Akhir*(coret salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Saya mengakui bahwa saya telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 16 Desember 2025

Yang Menyatakan,



(Gabriela Febriani Prasada)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN ULANG *DESTINATION BRANDING* KAMPUNG BALUWARTI DI KOTA SOLO

Oleh

Nama Lengkap : Gabriela Febriani Prasada
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068354
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 8 Januari 2026
Pukul 14.30 s.d. 15.15 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



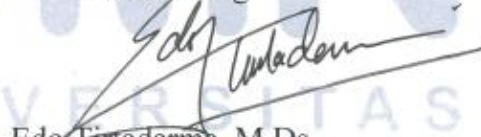
Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

Penguji



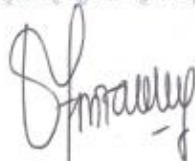
Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/ L00011

Pembimbing



Edo Firtadarma, M.Ds.
0924128506/ 071279

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Gabriela Febriani Prasada
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068354
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN ULANG
DESTINATION BRANDING
KAMPUNG BALUWARTI
DI KOTA SOLO

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, 16 Desember 2025



(Gabriela Febriani Prasada)

* 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

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas rahmat-Nya, penulisan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Ulang *Destination Branding* Kampung Baluwarti di Kota Solo” ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis juga berterima kasih kepada pihak-pihak yang turut berperan dan membantu maupun memberikan dukungan selama proses perancangan Tugas Akhir ini.

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. Edo Tirtadarma, M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Andrea Isa selaku ahli dalam bidang *branding* yang telah memberikan *insight* terkait perancangan *brand identity* dalam proses perancangan Tugas Akhir.
6. Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds. dan Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Spesialis yang telah membantu memberikan bimbingan dan arahan dalam perancangan ini.
7. Valent Carrollina, S.Sos., KRT Subroto Panukmo Purwanagara, Sita, dan Erna selaku narasumber yang telah memberikan *insight* dan bantuan sehingga terselesainya Laporan Tugas Akhir ini.
8. Kevin Sukma, Dionisius Sandro, Aloysius Rama, Bernadectus Theodensa, Theresia Ayuditya, Felicia Joanna, Oriana Nathania, dan Nasya Fatika yang telah memberikan *insight* maupun bantuan supaya terselesainya Tugas Akhir ini.
9. Keluarga saya yang telah memberikan dukungan sehingga terselesainya Tugas Akhir ini dengan baik.

Semoga Laporan Tugas Akhir ini menjadi sarana yang baik dalam mengaplikasikan ilmu yang telah didapat penulis selama berkuliah. Penulisan laporan ini tentu tidak luput dari kesalahan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun.

Tangerang, 8 Desember 2025



(Gabriela Febriani Prasada)



PERANCANGAN ULANG *DESTINATION BRANDING*

KAMPUNG BALUWARTI DI KOTA SOLO

(Gabriela Febriani Prasada)

ABSTRAK

Kampung Baluwarti adalah salah satu kampung di Kota Solo yang dibangun sebagai tempat tinggal abdi dalem dan keluarga kraton. Kampung ini memiliki keunikan dari segi letak geografisnya, arsitekturnya yang khas kraton, serta kaya akan warisan dan tradisi budaya. Hal tersebut membuat Kampung Baluwarti berpotensi dijadikan destinasi kampung wisata. Kampung Baluwarti mengembangkan wisata berbasis *experience* berupa kelas membuat lulur, kelas membuat jamu, kelas memasak masakan Jawa, dan masih banyak lagi. Sayangnya, *image* kampung wisata berbasis *experience* budaya tersebut belum tercerminkan dengan baik dalam citra *destination brand identity* Kampung Baluwarti saat ini. Perancangan ulang *destination branding* dilakukan untuk menonjolkan keunikan Kampung Baluwarti dan meningkatkan kepercayaan wisatawan dalam melihat Kampung Baluwarti sebagai destinasi kampung wisata. Penelitian menggunakan gabungan metode kuantitatif dan kualitatif dengan instrumen kuesioner, wawancara, observasi, studi eksisting, dan studi referensi. Metode perancangan mengikuti tahap-tahap perancangan identitas visual menurut Wheeler dan Meyerson (2024). Hasil perancangan meliputi *Brand Guidelines* yang memuat desain, sistem identitas visual, dan media kolateral yang menunjukkan keunikan wisata budaya Kampung Baluwarti.

Kata kunci: *Destination Branding*, Wisata Budaya, Kampung Baluwarti, Kota Solo

REDESIGNING THE DESTINATION BRANDING OF KAMPUNG BALUWARTI IN SOLO CITY

(Gabriela Febriani Prasada)

ABSTRACT (English)

Kampung Baluwarti is one of the villages in Solo City that was built as a residence for royal servants and the royal family. This village is unique in its geographical location, its distinctive royal architecture, and its rich cultural heritage and traditions. These characteristics make Kampung Baluwarti a potential tourist destination. Kampung Baluwarti has developed experience-based tourism in the form of classes on making lulur (body scrub), jamu (herbal medicine), Javanese cooking, and many more. Unfortunately, the image of a culturally experience-based tourist village has not been well reflected in the current destination brand identity of Kampung Baluwarti. The destination branding redesign was carried out to highlight the uniqueness of Baluwarti and increase tourist confidence in seeing Kampung Baluwarti as a tourist village destination. The research employed a combination of quantitative and qualitative methods, utilizing instruments such as questionnaires, interviews, observations, existing studies, and reference studies. The design method followed the stages of visual identity design according to Wheeler and Meyerson (2024). The design results included Brand Guidelines containing designs, visual identity systems, and collateral media that showcase the uniqueness of Kampung Baluwarti's cultural tourism.

Keywords: *Destination Branding, Cultural Tourism, Kampung Baluwarti, Solo City*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
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	xx
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	5
2.1.1 Prinsip Desain.....	5
2.1.2 Warna.....	11
2.1.3 Tipografi	16
2.1.4 <i>Grid dan Layout</i>	19
2.1.5 Fotografi.....	24
2.2 <i>Brand</i>	28
2.2.1 <i>Branding</i>	29
2.2.2 <i>Brand Identity</i>	35
2.2.3 <i>Brand Mantra</i>	46

2.2.4 Brand Pillars	47
2.2.5 Brand Positioning Statement	48
2.2.6 Consumer Persona	50
2.2.7 Brand Value	51
2.2.8 Brand Brief.....	52
2.2.9 Brand Guidelines	52
2.3 Pariwisata	53
2.3.1 Daya Tarik Wisata	54
2.3.2 Unsur Pariwisata.....	55
2.3.3 Wisatawan.....	57
2.4 Penelitian Relevan.....	61
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	64
3.1 Subjek Perancangan	64
3.1.1 Demografis	64
3.1.2 Geografis	65
3.1.3 Psikografis.....	66
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	66
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	69
3.3.1 Observasi.....	69
3.3.2 Wawancara	70
3.3.3 Kuesioner	78
3.3.4 Studi Eksisting.....	85
3.3.5 Studi Referensi	86
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	87
4.1 Hasil Perancangan	87
4.1.1 Conducting Research	87
4.1.2 Clarifying Strategy	156
4.1.3 Designing Identity	171
4.1.4 Creating Touchpoints.....	201
4.1.5 Managing Assets	233
4.1.6 Kesimpulan Perancangan.....	238
4.2 Pembahasan Perancangan.....	239

4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	239
4.2.2 Analisis Logo	250
4.2.3 Analisis Warna	253
4.2.4 Analisis Tipografi	255
4.2.5 Analisis Elemen Grafis	256
4.2.6 Analisis Fotografi	259
4.2.7 Analisis Media Kolateral	261
4.2.7 Analisis <i>Brand Guidelines</i>	289
4.3 Anggaran	293
BAB V PENUTUP	297
5.1 Simpulan	297
5.2 Saran	298
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN	xx



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	61
Tabel 3.1 Indikator Observasi	70
Tabel 3.2 Pertanyaan Wawancara Pertama	71
Tabel 3.3 Pertanyaan Wawancara Kedua.....	73
Tabel 3.4 Pertanyaan Wawancara Abdi Dalem	74
Tabel 3.5 Pertanyaan Wawancara Ahli <i>Branding</i>	75
Tabel 3.6 Pertanyaan Wawancara Target Audiens	77
Tabel 3.7 Pertanyaan Kuesioner <i>Section 1</i>	78
Tabel 3.8 Pertanyaan Kuesioner <i>Section 2</i>	80
Tabel 3.9 Pertanyaan Kuesioner <i>Section 3</i>	82
Tabel 4.1 Data Demografis Responden	126
Tabel 4.2 <i>Behaviour</i> Berwisata Responden	127
Tabel 4.3 Hasil Likert Ketertarikan Responden akan Wisata Budaya.....	130
Tabel 4.4 Persepsi Responden Terhadap Kota Solo dan Kampung Baluwarti ...	131
Tabel 4.5 Persepsi Terhadap <i>Destination Branding</i> Kampung Baluwarti.....	133
Tabel 4.6 Tabel Analisis SWOT	148
Tabel 4.7 Tabel <i>Insight Brand</i> dan Audiens	156
Tabel 4.8 STP Target Audiens	161
Tabel 4.9 <i>Brand Brief</i>	164
Tabel 4.10 <i>Brand Pillar</i> Kampung Baluwarti.....	170
Tabel 4.11 <i>Brand Positioning Statement</i> Kampung Baluwarti.....	171
Tabel 4.12 Tabel Alternatif <i>Big Idea</i>	173
Tabel 4.13 Alternatif <i>Tagline</i>	200
Tabel 4.14 Anggaran.....	293

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hierarki pada <i>Signature</i> dalam <i>Destination Branding</i>	6
Gambar 2.2 Hierarki pada Media Kolateral <i>Destination Branding</i>	6
Gambar 2.3 <i>Alignment</i> Rata Kiri pada <i>Guidelines</i> Logo HUT RI 80	7
Gambar 2.4 <i>Unity</i> pada <i>Destination Branding</i> Sao Paulo	8
Gambar 2.5 Pemberian <i>Space</i> pada Halaman <i>Guidelines</i> Identitas Visual.....	9
Gambar 2.6 Keseimbangan Simetris pada Identitas Visual Mangkunegaran	10
Gambar 2.7 Keseimbangan Asimetris pada <i>Destination Brand Identity</i>	10
Gambar 2.8 <i>Destination Branding</i> Costa Rica.....	11
Gambar 2.9 Warna Merah pada <i>Destination Branding</i> Jogja Istimewa	11
Gambar 2.10 Warna Jingga pada <i>Destination Branding</i> Holland.....	12
Gambar 2.11 Warna Kuning pada <i>Destination Branding</i> Nha Trang.....	12
Gambar 2.12 Warna Hijau pada <i>Destination Branding</i> Costa Rica.....	12
Gambar 2.13 Warna Biru pada <i>Destination Branding</i> Madrid.....	13
Gambar 2.14 Warna Ungu pada <i>Destination Branding</i> Ireland.....	13
Gambar 2.15 Warna Merah Muda pada <i>Destination Branding</i> Sri Lanka	13
Gambar 2.16 Warna Abu-Abu pada <i>Destination Branding</i> Estonia.....	13
Gambar 2.17 Warna Cokelat pada <i>Destination Branding</i> Florence	14
Gambar 2.18 Warna Hitam pada <i>Destination Branding</i> Wellington.....	14
Gambar 2.19 Warna Komplementer pada <i>Destination Branding</i>	15
Gambar 2.20 Split Komplementer pada <i>Destination Branding</i>	15
Gambar 2.21 Warna Analogus pada <i>Destination Branding</i>	16
Gambar 2.22 Warna Monokromatik pada <i>Destination Branding</i>	16
Gambar 2.23 Penggunaan Serif pada <i>Brand Destination</i>	17
Gambar 2.24 Penggunaan Sans Serif pada <i>Brand Destination</i>	18
Gambar 2.25 Script pada <i>Brand Destination</i>	18
Gambar 2.26 Penggunaan Display pada <i>Brand Destination</i>	18
Gambar 2.27 Contoh Penggunaan <i>Grid</i> pada Visual Identity <i>Guidelines</i>	20
Gambar 2.28 Contoh Penggunaan <i>Grid</i> pada Logo	20
Gambar 2.29 Penerapan <i>Multipanel Layout</i> pada Media Kolateral	21
Gambar 2.30 Penerapan <i>Picture Window Layout</i> pada Media Kolateral.....	21
Gambar 2.31 <i>Copy Heavy Layout</i> pada Media Kolateral	22
Gambar 2.32 Penerapan <i>Frame Layout</i> pada Media Kolateral.....	22
Gambar 2.33 <i>Silhouette Layout</i> pada Media Kolateral	23
Gambar 2.34 <i>Type Specimen Layout</i> pada Media Kolateral	23
Gambar 2.35 <i>Vertical Panel Layout</i> pada Media Kolateral	24
Gambar 2.36 Komposisi Simetri pada Foto	25
Gambar 2.37 Komposisi Radial pada Foto	25
Gambar 2.38 Komposisi Diagonal pada Foto	25
Gambar 2.39 <i>Overlapping</i> pada Foto	26
Gambar 2.40 <i>Golden Spiral</i> pada Foto	26

Gambar 2.41 Komposisi <i>Tall Crop</i> pada Foto	27
Gambar 2.42 <i>Massed Pattern</i> pada Foto	27
Gambar 2.43 <i>Signature</i> pada <i>Destination Branding</i>	36
Gambar 2.44 <i>Wordmarks</i> pada <i>Destination Branding</i>	36
Gambar 2.45 <i>Letterforms</i> Huruf NC	36
Gambar 2.46 <i>Pictorial</i> Kangguru pada <i>Destination Branding</i> Australia.....	37
Gambar 2.47 <i>Abstract Marks</i> pada <i>Destination Branding</i> Argentina.....	37
Gambar 2.48 Emblem pada <i>Destination Branding</i> Brasil	37
Gambar 2.49 Contoh <i>Dynamic Marks</i>	38
Gambar 2.50 <i>Brand Character</i> Milik Kota Solo	38
Gambar 2.51 <i>Tagline</i> Kota Solo <i>The Spirit of Java</i>	39
Gambar 2.52 <i>Brand Personality</i> Aaker.....	40
Gambar 2.53 <i>Brand Archetypes</i> Carl Jung.....	40
Gambar 2.54 <i>Tone of Voice</i> oleh NN Group.....	41
Gambar 2.55 <i>Tone of Voice</i> oleh SEMRUSH.....	42
Gambar 2.56 Media Kolateral <i>Destination Branding Endless</i> Probolinggo.....	43
Gambar 2.57 Stationery pada <i>Destination Branding Endless</i> Probolinggo.....	44
Gambar 2.58 Contoh Media Ephemera.....	44
Gambar 2.59 <i>Website</i> Kota Solo	45
Gambar 2.60 Contoh <i>Signage</i> dan <i>Wayfinding</i>	45
Gambar 2.61 <i>Brand Mantra</i>	47
Gambar 2.62 <i>Brand Pillars</i>	48
Gambar 2.63 <i>Brand Positioning Perceptual Map</i>	49
Gambar 2.64 Diagram Mengenai Logika Konsep Persona.....	50
Gambar 2.65 Contoh <i>Consumer Persona</i>	51
Gambar 2.66 Contoh <i>Brand Brief Human Rights First</i>	52
Gambar 2.67 Contoh Daya Tarik Wisata Alam	54
Gambar 2.68 Contoh Daya Tarik Wisata Budaya.....	55
Gambar 2.69 Contoh Daya Tarik Wisata Buatan.....	55
Gambar 2.70 Contoh Unsur Atraksi	56
Gambar 2.71 Contoh Unsur Aksesibilitas.....	56
Gambar 2.72 Contoh Unsur Amenitas	57
Gambar 2.73 Berwisata Untuk Rekreasi	59
Gambar 2.74 Berwisata Untuk Menghadiri Exhibition	60
Gambar 2.75 Berwisata Untuk Tujuan Studi	61
Gambar 4.1 Dokumentasi Sebelum Mulai Mubeng Benteng	88
Gambar 4.2 Kori Brajalana dan Bangsal Wisomarto.....	88
Gambar 4.3 Kori Brajanala	89
Gambar 4.4 Panggung Songgobuwono dan Condro Sengkolo.....	89
Gambar 4.5 Pamulangan Kasatriyan.....	90
Gambar 4.6 Patung Bercorak Hindu di Kampung Baluwarti	91
Gambar 4.7 Ndalem Prajapangarsan Memiliki Corak Hindu	91
Gambar 4.8 Patung Punakawan dengan Aksara Jawa Ditulis Terbalik	92

Gambar 4.9 Tembok Baluwarti.....	93
Gambar 4.10 Pintu Regol dengan Kayu yang Bertekstur	94
Gambar 4.11 Arsitektur Bangunan di Kampung Baluwarti.....	94
Gambar 4.12 Nama Keluarga Ditulis di Pintu Rumah.....	95
Gambar 4.13 Cafe Surakarta saat Malam Hari.....	97
Gambar 4.14 Seperangkat Gamelan di Surakarta	97
Gambar 4.15 Para Pemain Gamelan	98
Gambar 4.16 Prajurit Memasuki Area Depan Kraton.....	99
Gambar 4.17 Prajurit Berbaris di Depan Kraton.....	99
Gambar 4.18 Prajurit Joyosuro	100
Gambar 4.19 Prajurit Jayeng Astro	100
Gambar 4.20 Prajurit Sorogeni	100
Gambar 4.21 Prajurit Prawiro Anom	101
Gambar 4.22 Prajurit Doropati.....	101
Gambar 4.23 Prajurit Tamtama.....	101
Gambar 4.24 Pakaian Prajurit Kraton	102
Gambar 4.25 Pemimpin Prajurit Memandu Pasukan	103
Gambar 4.26 Wisatawan Berfoto Bersama Prajurit	103
Gambar 4.27 Pentas Tari Disela Atraksi Prajurit.....	104
Gambar 4.28 Dokumentasi Digital Darmadi	104
Gambar 4.29 Dokumentasi Digital KGPH Puger	106
Gambar 4.30 Dokumentasi Wawancara Pertama Dengan Valent Carollina.....	108
Gambar 4.31 Flyer Wisata Kampung Baluwarti.....	110
Gambar 4.32 Jumlah Pengunjung Kampung Baluwarti Tahun 2024	111
Gambar 4.33 Dokumentasi Wawancara Kedua dengan Valent Carollina	112
Gambar 4.34 Gerbang Referensi Identitas Visual Kampung Baluwarti	113
Gambar 4.35 Dokumentasi Setelah Wawancara Dengan Joni.....	115
Gambar 4.36 Dokumentasi Wawancara Ahli.....	117
Gambar 4.37 Dokumentasi Wawancara dengan Target Audiens	120
Gambar 4.38 Dokumentasi Wawancara dengan Target Audiens	122
Gambar 4.39 Dokumentasi Wawancara dengan Target Audiens	124
Gambar 4.40 Toko Batik di Kampung Kauman	135
Gambar 4.41 Ketersediaan Transportasi di Kampung Kauman.....	136
Gambar 4.42 Wisatawan Mancanegara Mengikuti Workshop Membatik.....	137
Gambar 4.43 Logo Kampung Batik Kauman	137
Gambar 4.44 Perbandingan Kemiripan Logo	138
Gambar 4.45 Instagram Kampung Batik Kauman	139
Gambar 4.46 Placemaking Kampung Kauman.....	139
Gambar 4.47 Identitas Visual Kampung Heritage Kanjoetangan.....	141
Gambar 4.48 Instagram Kampung Heritage Kajoetangan	141
Gambar 4.49 Konsistensi Visual pada Template Repost Story	142
Gambar 4.50 Postingan Selamat Hari Raya Kampung Kajoetangan.....	142
Gambar 4.51 Placemaking Kampung Kajoetangan	143

Gambar 4.52 Foto Estetik di Kampung Kajoetagan	144
Gambar 4.53 Signage Penanda Daerah dalam Kampung	145
Gambar 4.54 Logo Kampung Wisata Baluwarti.....	145
Gambar 4.55 Pengaplikasian Logo di Instagram Feeds.....	146
Gambar 4.56 Flyer Belum Mencantumkan Logo Kampung Baluwarti.....	147
Gambar 4.57 Uniform yang Digunakan Guide	147
Gambar 4.58 Identitas Visual Mangkunegaran.....	150
Gambar 4.59 Logo-Logo Mangkunegaran yang Sebelumnya	151
Gambar 4.60 Sumber Ide Ornamen Identitas Visual Mangkunegaran	151
Gambar 4.61 Alternatif Warna Logo Pura Mangkunegaran	152
Gambar 4.62 Unity dalam Identitas Visual Pura Mangkunegaran	152
Gambar 4.63 Inspirasi Layout Identitas Visual Pura Mangkunegaran	153
Gambar 4.64 Kumpulan Media Pura Mangkunegaran	153
Gambar 4.65 Destination Branding Endless Probolinggo	154
Gambar 4.66 Destination Branding Endless Probolinggo	155
Gambar 4.67 Pedoman Identitas Visual Logo HUT RI 80	155
Gambar 4.68 User Persona 1 Kampung Baluwarti	162
Gambar 4.69 User Persona 2 Kampung Baluwarti	163
Gambar 4.70 User Persona 3 Kampung Baluwarti	163
Gambar 4.71 Brand Pillar	169
Gambar 4.72 Mindmap Perancangan.....	172
Gambar 4.73 Moodboard Vibes Keseluruhan.....	175
Gambar 4.74 Moodboard Referensi Logo	175
Gambar 4.75 Moodboard Referensi Warna	176
Gambar 4.76 Moodboard Referensi Tipografi.....	176
Gambar 4.77 Moodboard Referensi Layout.....	177
Gambar 4.78 Moodboard Tone dan Komposisi Foto	177
Gambar 4.79 Alternatif Sketsa Logo Kampung Baluwarti.....	179
Gambar 4.80 Sketsa Logo Kampung Baluwarti Terpilih.....	179
Gambar 4.81 Hasil Eksplorasi Logo Terpilih Kampung Baluwarti.....	180
Gambar 4.82 Hasil Digitalisasi Logo Kampung Baluwarti	180
Gambar 4.83 Logo Terpilih Kampung Baluwarti.....	181
Gambar 4.84 Feedback Bimbingan Spesialis.....	181
Gambar 4.85 Stilasi Atap Pendopo	182
Gambar 4.86 Stilasi Ornamen Jawa	182
Gambar 4.87 Sketsa Pictorial Atap Pendopo	183
Gambar 4.88 Pictorial Atap Final	183
Gambar 4.89 Sketsa Logotype	184
Gambar 4.90 Proses Digitalisasi Huruf A Pada Logotype.....	184
Gambar 4.91 Digitalisasi Logotype Kampung Baluwarti.....	185
Gambar 4.92 Pemberian Ornamen pada Logotype Kampung Baluwarti	185
Gambar 4.93 Proses Digitalisasi Logogram Kampung Baluwarti	186
Gambar 4.94 Logo Final Kampung Baluwarti.....	186

Gambar 4.95 Sumber Struktur Logo.....	188
Gambar 4.96 Warna dalam Identitas Visual Kampung Baluwarti.....	188
Gambar 4.97 Typeface yang Digunakan.....	189
Gambar 4.98 Icon-icon Kampung Baluwarti.....	190
Gambar 4.99 Grid pada Icon.....	191
Gambar 4.100 Elemen Grafis Primer.....	192
Gambar 4.101 Elemen grafis Sekunder	193
Gambar 4.102 Jenis Foto yang Digunakan	194
Gambar 4.103 Perbandingan Before After Edit Foto	194
Gambar 4.104 Pengaturan Basic pada Foto	195
Gambar 4.105 Pengaturan Hue Saturation Luminance Pada Foto.....	196
Gambar 4.106 Pengaturan Color Grading pada Foto.....	197
Gambar 4.107 Masking Background pada Foto	197
Gambar 4.108 Masking Cahaya Lembut pada Foto.....	198
Gambar 4.109 Brush yang Digunakan pada Foto	199
Gambar 4.110 Cara Pembubuhan Brush pada Foto	199
Gambar 4.111 Foto dengan Efek Brush.....	199
Gambar 4.112 Perancangan Kartu Nama Bagian Dalam.....	202
Gambar 4.113 Perancangan Kartu Nama Bagian Luar.....	203
Gambar 4.114 Perancangan Amplop Bagian Belakang.....	204
Gambar 4.115 Perancangan Bagian Depan Amplop.....	204
Gambar 4.116 Perancangan Kop Surat.....	205
Gambar 4.117 Perancangan Email Signature	206
Gambar 4.118 Perancangan Stampel	206
Gambar 4.119 Perancangan Kartu Pengenal Bagian Depan.....	207
Gambar 4.120 Perancangan Kartu Pengenal Bagian Belakang	208
Gambar 4.121 Perancangan Lanyard.....	208
Gambar 4.122 Perancangan Seragam Dinas	209
Gambar 4.123 Perancangan Kaos	210
Gambar 4.124 Perancangan Apron	211
Gambar 4.125 Perancangan Kemasan Lulur.....	212
Gambar 4.126 Perancangan Label Kemasan Jamu	213
Gambar 4.127 Perancangan Kemasan Jamu	213
Gambar 4.128 Perancangan Kemasan Batik.....	214
Gambar 4.129 Perancangan Mini Van	215
Gambar 4.130 Perancangan Website	216
Gambar 4.131 Section 1 Homepage.....	217
Gambar 4.132 Section 2 Homepage.....	217
Gambar 4.133 Section 3 Homepage.....	218
Gambar 4.134 Section 4 Homepage.....	218
Gambar 4.135 Perancangan Poster	219
Gambar 4.136 Perancangan Banner	220
Gambar 4.137 Perancangan Instagram Feeds 1	221

Gambar 4.138 Perancangan Instagram Feeds 2	222
Gambar 4.139 Perancangan Instagram Story	223
Gambar 4.140 Perancangan Instagram Story 2	223
Gambar 4.141 Perancangan Brosur	224
Gambar 4.142 Perancangan Tiket	225
Gambar 4.143 Perancangan Directional Sign	226
Gambar 4.144 Tinggi Directional Sign	227
Gambar 4.145 Perancangan Informational Sign	227
Gambar 4.146 Tinggi Informational Sign	228
Gambar 4.147 Perancangan Identificational Sign	229
Gambar 4.148 Tinggi Identificational Sign	229
Gambar 4.149 Perancangan Tas Kanvas	230
Gambar 4.150 Perancangan Payung	231
Gambar 4.151 Perancangan Bandana	232
Gambar 4.152 Perancangan Postcard	232
Gambar 4.153 Perancangan Postcard	233
Gambar 4.154 Perancangan Cover Brand Guidelines	234
Gambar 4.155 Perancangan Template Footnote	234
Gambar 4.156 Perancangan Brand Guidelines Bagian 1	235
Gambar 4.157 Perancangan Divider	236
Gambar 4.158 Perancangan Brand Guidelines Bagian 2	236
Gambar 4.159 Perancangan Brand Guidelines Bagian 3	237
Gambar 4.160 Perancangan Brand Guidelines Bagian 4	237
Gambar 4.161 Perancangan Brand Guidelines Bagian 5	238
Gambar 4.162 Perancangan Brand Guidelines Bagian 6	238
Gambar 4.163 Dokumentasi Market Validation 1	241
Gambar 4.164 Dokumentasi Market Validation 2	244
Gambar 4.165 Dokumentasi Market Validation 3	246
Gambar 4.166 Pictorial Atap Pendhapa	250
Gambar 4.167 Wordmark Baluwarti	251
Gambar 4.168 Signature Logo Kampung Baluwarti	252
Gambar 4.169 Sumber Struktur Logo	252
Gambar 4.170 Analisis Warna	254
Gambar 4.171 Analisis Tipografi	256
Gambar 4.172 Analisis Elemen Grafis 1	257
Gambar 4.173 Analisis Elemen Grafis 2	258
Gambar 4.174 Analisis Penggunaan Elemen Grafis 2	259
Gambar 4.175 Analisis Fotografi Kampung Baluwarti	260
Gambar 4.176 Mockup Kartu Nama	262
Gambar 4.177 Mockup Kop Surat	263
Gambar 4.178 Mockup Amplop	264
Gambar 4.179 Mockup Stampel	265
Gambar 4.180 Mockup Kartu Pengenal	266

Gambar 4.181 Mockup Lanyard	267
Gambar 4.182 Mockup Seragam Dinas	268
Gambar 4.183 Mockup Kaos	269
Gambar 4.184 Mockup Apron	270
Gambar 4.185 Mockup Kemasan Jamu Hasil Revisi.....	271
Gambar 4.186 Kemasan Jamu Hasil Revisi.....	272
Gambar 4.187 Mockup Kemasan Lulur.....	272
Gambar 4.188 Mockup Kemasan Batik.....	273
Gambar 4.189 Mockup Vehicle	274
Gambar 4.190 Mockup Website	275
Gambar 4.191 Mockup Poster.....	277
Gambar 4.192 Mockup Banner	278
Gambar 4.193 Mockup Instagram Feeds	279
Gambar 4.194 Mockup Instagram Story.....	280
Gambar 4.195 Mockup Tiket	281
Gambar 4.196 Mockup Brosur.....	282
Gambar 4.197 Mockup Freestanding Directional Sign.....	283
Gambar 4.198 Mockup Freestanding Informational Sign.....	284
Gambar 4.199 Mockup Freestanding Identificational Sign	285
Gambar 4.200 Mockup Tote Bag.....	286
Gambar 4.201 Mockup Payung.....	287
Gambar 4.202 Mockup Bandana.....	288
Gambar 4.203 Mockup Kartu Pos.....	289
Gambar 4.204 Mockup Cover Brand Guidelines.....	290
Gambar 4.205 Mockup Bagian 1 Brand Guidelines	291
Gambar 4.206 Mockup Bagian 2 Brand Guidelines	291
Gambar 4.207 Mockup Bagian 3 Brand Guidelines	292

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	xx
Lampiran 2 <i>Form</i> Bimbingan.....	xxviii
Lampiran 3 Dokumentasi Bimbingan <i>Online</i>	xxx
Lampiran 4 <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxxii
Lampiran 5 <i>Non-Disclosure Statement</i>	xxxix
Lampiran 6 Hasil Kuesioner	xl
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Pengelola Wisata.....	xlvii
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Pengelola Wisata 2	lxi
Lampiran 9 Transkrip Wawancara Abdi Dalem	lxv
Lampiran 10 Transkrip Wawancara Target Audiens 1	lxxiv
Lampiran 11 Transkrip Wawancara Target Audiens 2	lxxxv
Lampiran 12 Transkrip Wawancara Target Audiens 3	lxxxix
Lampiran 13 Transkrip Wawancara <i>Market Validation 1</i>	xcii
Lampiran 14 Transkrip Wawancara <i>Market Validation 2</i>	xcviii
Lampiran 15 Transkrip Wawancara <i>Market Validation 3</i>	ciii
Lampiran 16 Transkrip Wawancara Ahli.....	cxii
Lampiran 17 Dokumentasi	cxvi
Lampiran 18 Dokumentasi Bimbingan Spesialis.....	cxvii

