



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PERANCANGAN *BRAND IDENTITY*
TAMAN WISATA ALAM PUNTI KAYU PALEMBANG

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



Nama : Angelica
NIM : 14120210135
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angelica
NIM : 14120210135
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain Universitas Multimedia
Nusantara
Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN *BRAND IDENTITY*

TAMAN WISATA ALAM PUNTI KAYU PALEMBANG

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 26 Juni 2018

Angelica



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN *BRAND IDENTITY*
TAMAN WISATA ALAM PUNTI KAYU PALEMBANG

Oleh

Nama : Angelica

NIM : 14120210135

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 10 Juli 2018

Pembimbing

Adhreza Brahma, M.Ds.

Penguji

Ketua Sidang

Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds.

Fransisca Retno S.R., S.Ds., M.Sn.

Ketua Program Studi

Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat dan karunia - Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan *Brand Identity* Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang” dengan baik serta tepat pada waktunya. Perancangan ini merupakan proyek tugas akhir yang harus dilakukan penulis sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.) di Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam laporan ini, penulis menceritakan proses perancangan tugas akhir dari awal penelitian hingga perancangan *brand identity* yang menjadi topik perancangan. Perancangan *brand identity* didasari pada kebutuhan Taman Wisata Alam Punti Kayu untuk meningkatkan citranya yang buruk dimata masyarakat akan obyek wisata ini. Diharapkan hasil perancangan ini kelak dapat bermanfaat dan digunakan dengan baik oleh Taman Wisata Alam Punti Kayu. Penulis juga berharap kiranya apa yang penulis buat dalam laporan ini dapat menjadi referensi dan inspirasi bagi pihak lain, khususnya mengenai perancangan *brand identity* sebuah obyek wisata.

Laporan ini disusun berdasarkan data yang sesungguhnya, yang penulis dapatkan melalui proses penelitian. Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik. Oleh karena itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
2. Adhreza Brahma, M.Ds., selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah membimbing dan memberi masukan kepada penulis selama proses pembuatan laporan tugas akhir.
3. Raden Azka, selaku Manager Operasional Taman Wisata Alam Pundi Kayu yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan observasi di lapangan dan kerjasamanya dalam membantu penulis melengkapi data yang diperlukan untuk penulisan tugas akhir.
4. Orangtua dan keluarga, yang selalu memberikan dukungan dan semangat bagi penulis selama menjalani kegiatan studi di Universitas Multimedia Nusantara, mulai dari awal perkuliahan sampai dengan penyusunan laporan tugas akhir.
5. Teman – teman terdekat dan sahabat yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis: Adrian Renardi Saputra, Cindy, Feliani, Yulian Kurniawan, Billy Chandra, Stella Maria, dan Edwin Yonanta.
6. Berbagai pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.

Tangerang, 28 Juni 2018

Angelica

ABSTRAKSI

Taman Wisata Alam Punti Kayu merupakan kawasan hutan pinus dalam kota terbesar di Indonesia. Keberadaannya yang masih asri dan letaknya yang dekat dengan pusat kota menjadikannya sebagai paru – paru kota Palembang. Taman Wisata Alam Punti Kayu merupakan kawasan rekreasi, edukasi, dan konservasi di mana konsep pengembangannya berdasarkan pada prinsip - prinsip perlindungan keanekaragaman flora dan fauna. Sayangnya, terdapat persepsi yang buruk di masyarakat akibat tempat wisata yang masih terkesan kurang nyaman dan kurang terawat serta belum menjamin keamanan bagi para wisatawan, berdampak buruk bagi citra Taman Wisata Alam Punti Kayu. Kini, Punti Kayu tidak lagi menjadi pilihan prioritas bagi keluarga maupun masyarakat. Diharapkan dengan perancangan *brand identity* ini dapat meningkatkan citranya sehingga memiliki daya tarik yang dapat membedakannya dengan obyek wisata alam lain di Palembang.

Kata kunci : Taman Wisata Alam Punti Kayu, *brand identity*, obyek wisata alam

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



ABSTRACT

Punti Kayu Nature Park is the largest pine forest area in the largest city in Indonesia. Its existence is still beautiful and its location is close to the city center makes it as the lungs - the city of Palembang. Punti Kayu Nature Park is a recreation, education and conservation area where the concept of development is based on the principles of protection of flora and fauna diversity. Unfortunately, there is a bad perception in the community due to tourist attractions that still seem less comfortable and less well maintained and not yet guarantee the security for tourists, bad for the image of Taman Punti Kayu Nature Park. Now, Punti Kayu is no longer a priority choice for families and communities. Expected by the design of this brand identity can enhance its image so that it has the attraction that can distinguish it from other natural attractions in Palembang.

Keywords: Punti Kayu Nature Park, brand identity, natural recreations

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	IV
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI.....	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	5
1.5. Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Pariwisata.....	6
2.1.1. Kategori Pariwisata	6
2.1.2. Daya Tarik Wisata.....	8
2.2. <i>Brand Identity</i>	9

2.2.1.	Logo	10
2.2.2.	Warna	14
2.2.3.	Tipografi.....	16
2.3.	<i>Brand Image</i>	18
2.4.	<i>Brand Strategy</i>	18
2.4.1.	Segmentasi	18
2.4.2.	Targeting	19
2.4.3.	Positioning.....	20
2.5.	Desain Komunikasi Visual.....	20
2.5.1.	Teori Warna	21
2.5.2.	<i>Layout</i>	21
2.5.3.	<i>Grid</i>	22
2.5.4.	Hirarki Visual.....	24
2.6.	Teori <i>Gestalt</i>	24
BAB III METODOLOGI		28
3.1.	Taman Wisata Alam Pundi Kayu.....	28
3.1.1.	Sejarah.....	28
3.1.2.	Visi dan Misi.....	29
3.1.3.	Lokasi dan Aksesibilitas	30
3.1.4.	Flora dan Fauna.....	30
3.1.5.	Potensi dan Daya Tarik Taman Wisata Alam Pundi Kayu	31
3.2.	Metodologi Pengumpulan Data.....	32
3.2.1.	Wawancara.....	33

3.2.2.	Kuesioner	41
3.2.3.	Observasi.....	61
3.2.4.	Studi Literatur	69
3.3.	Metodologi Perancangan.....	70
3.3.1.	Tahap Orientasi.....	70
3.3.2.	Tahap Analisis.....	70
3.3.3.	Perancangan Konsep	71
3.3.4.	Visualisasi Desain	71
3.3.5.	Implementasi.....	71
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS		72
4.1.	Proses Perancangan.....	72
4.1.1.	<i>Mind Mapping</i>	72
4.1.2.	Brainstorming.....	74
4.1.3.	<i>Big Idea</i>	75
4.1.4.	<i>Brand Value</i>	76
4.1.5.	Konsep Perancangan Visual.....	76
4.1.6.	Perancangan <i>Copywriting</i>	97
4.2.	Analisis.....	98
4.2.1.	Analisis Logo	101
4.2.2.	Analisis Media Pendukung	103
4.3.	<i>Budgeting</i>	109
BAB V PENUTUP.....		111

5.1. Kesimpulan	111
5.2. Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	XVIII
LAMPIRAN A: FORMULIR BIMBINGAN TUGAS AKHIR.....	XX
LAMPIRAN B: WAWANCARA.....	XXIII
LAMPIRAN C: DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA.....	XXIV
LAMPIRAN D: <i>MIND MAPPING</i>	XXV
LAMPIRAN E: <i>BRAINSTORMING</i>	XXVI
LAMPIRAN F: SKETSA LOGO	XXVII
LAMPIRAN G: APLIKASI MEDIA	XXX
LAMPIRAN H: DESAIN <i>BOOTH</i>	XXXII

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo berupa <i>Wordsmark</i>	12
Gambar 2.2. Logo berupa <i>Letterform</i>	12
Gambar 2.3. Logo berupa <i>Emblems</i>	13
Gambar 2.4. Logo berupa Elemen Visual.....	13
Gambar 2.5. Logo berupa <i>Abstract</i>	13
Gambar 2.6. <i>Golden Section Grid</i>	22
Gambar 2.7. <i>Golden Ratio</i> pada Logo Apple.....	23
Gambar 2.8. <i>Golden Ratio</i> pada Logo Twitter.....	23
Gambar 2.9. Logo dengan prinsip <i>Similarity</i>	25
Gambar 2.10. Logo dengan prinsip <i>Proximity</i>	25
Gambar 2.11. Logo dengan prinsip <i>Continuity</i>	25
Gambar 2.12. Logo dengan prinsip <i>Closure</i>	26
Gambar 2.13. Logo dengan prinsip <i>Figure and Ground</i>	26
Gambar 3.1. Foto Bersama Raden Azka.....	32
Gambar 3.2. Domisili Responden.....	41
Gambar 3.3. Jenis Kelamin Responden	42
Gambar 3.4. Usia Responden.....	42
Gambar 3.5. Pekerjaan Responden	43
Gambar 3.6. Intensitas Kunjungan.....	44
Gambar 3.7. Pengetahuan tentang Taman Wisata Alam Punti Kayu	44
Gambar 3.8. Kunjungan ke Taman Wisata Alam Punti Kayu	45
Gambar 3.9. Info mengenai Taman Wisata Alam Punti Kayu	46

Gambar 3.10. Tujuan Berkunjung ke Taman Wisata Alam Punti Kayu.....	47
Gambar 3.11. Penilaian terhadap Taman Wisata Alam Punti Kayu	48
Gambar 3.12. Ketertarikan terhadap Taman Wisata Alam Punti Kayu.....	49
Gambar 3.13. Daya Tarik Obyek Wisata	50
Gambar 3.14. Keberadaan Identitas Visual.....	50
Gambar 3.15. Jenis Kelami Responden	52
Gambar 3.16. Usia Responden.....	52
Gambar 3.17. Ekspektasi Responden.....	53
Gambar 3.18. Penilaian Ekspektasi Responden	54
Gambar 3.19. Alasan terhadap Ekspektasi Responden	56
Gambar 3.20. Penilaian tentang Wisata Alam di TWA Punti Kayu	57
Gambar 3.21. Penilaian tentang Pohon di TWA Punti Kayu.....	58
Gambar 3.22. Penilaian tentang Monyet di TWA Punti Kayu	59
Gambar 3.23. Penilaian tentang Pondok/ <i>Gazebo</i> di TWA Punti Kayu	59
Gambar 3.24. Penilaian tentang Landmark di TWA Punti Kayu	60
Gambar 3.25. Representasi yang Paling Mewakili TWA Punti Kayu	61
Gambar 3.26. Infomasi mengenai Jenis Pohon.....	62
Gambar 3.27. Primata Kera Ekor Panjang	63
Gambar 3.28. Wahana <i>World's Landmark</i> Menara Eiffel	64
Gambar 3.29. Larangan Membuang Puntung Rokok Sembarangan.....	65
Gambar 3.30. Denah Lokasi Taman Wisata Alam Punti Kayu	65
Gambar 3.31. Denah Lokasi Taman Wisata Alam Punti Kayu	66
Gambar 3.32. Locket Masuk Taman Wisata Alam Punti Kayu	66

Gambar 4.1. <i>Mind mapping</i> TWA Punti Kayu Secara Umum	73
Gambar 4.2. <i>Mind mapping</i> TWA Punti Kayu Secara Khusus	73
Gambar 4.3. <i>Moodboard</i> TWA Punti Kayu.....	75
Gambar 4.4. Sketsa Manual Logo Tahap 1	77
Gambar 4.5. Sketsa Manual Logo Tahap 2.....	78
Gambar 4.6. Alternatif Logo Digital 1	79
Gambar 4.7. Alternatif Logo Digital 2.....	79
Gambar 4.8. Alternatif Logo Digital 3.....	80
Gambar 4.9. Alternatif Logo Digital 4.....	81
Gambar 4.10. Alternatif Logo Digital 5.....	82
Gambar 4.11. Desain Logo Terpilih TWA Punti Kayu	82
Gambar 4.12. Warna Logo TWA Punti Kayu.....	83
Gambar 4.13. Tipografi <i>Logotype</i>	84
Gambar 4.14. Tipografi Utama sebagai <i>Heading</i>	84
Gambar 4.15. Tipografi Sekunder sebagai <i>Body Copy</i>	85
Gambar 4.16. Bagian Pertama <i>Brand Guidelines</i> TWA Punti Kayu.....	86
Gambar 4.17. Bagian Kedua <i>Brand Guidelines</i> TWA Punti Kayu.....	87
Gambar 4.18. Bagian Ketiga <i>Brand Guidelines</i> TWA Punti Kayu	88
Gambar 4.19. Bagian Keempat <i>Brand Guidelines</i> TWA Punti Kayu.....	89
Gambar 4.20. Kartu Nama	90
Gambar 4.21. Kop Surat.....	91
Gambar 4.22. Amplop Surat	91
Gambar 4.23. CD	92

Gambar 4.24. <i>ID Card</i> dan <i>Lanyard</i>	92
Gambar 4.25. Seragam	93
Gambar 4.26. Poster	94
Gambar 4.27. <i>X-banner</i>	95
Gambar 4.28. Majalah	95
Gambar 4.29. Brosur	96
Gambar 4.30. <i>Merchandise</i>	97
Gambar 4.31. Elemen Logo TWA Punti Kayu	102
Gambar 4.32. Contoh Penerapan Prinsip <i>Proximity</i> pada Poster	104
Gambar 4.33. Contoh Penerapan <i>White Space</i> pada Poster	105
Gambar 4.34. Contoh Penerapan Prinsip Repetisi pada <i>Stationary</i>	106
Gambar 4.35. Contoh Penerapan Prinsip Repetisi pada Poster	106
Gambar 4.36. Contoh Penerapan Prinsip Repetisi pada <i>Merchandise</i>	107
Gambar 4.37. Contoh Penerapan Prinsip Kontras pada Poster	108



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: FORMULIR BIMBINGAN TUGAS AKHIR.....	XX
LAMPIRAN B: WAWANCARA.....	XXIII
LAMPIRAN C: DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA.....	XXIV
LAMPIRAN D: <i>MIND MAPPING</i>	XXV
LAMPIRAN E: <i>BRAINSTORMING</i>	XXVI
LAMPIRAN F: SKETSA LOGO	XXVII
LAMPIRAN G: APLIKASI MEDIA	XXX
LAMPIRAN H: DESAIN <i>BOOTH</i>	XXXII

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA