

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN *REBRANDING* DESA WISATA SANANKERTO
KABUPATEN MALANG SEBAGAI PENINGKATAN
BRAND AWARENESS

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S-1)



Oleh :

Wahyu Triputra Irwandi

19052010036

Pembimbing 1:

Masnuna, S.T., M.Sn.

Pembimbing 2:

Mahimma Romadhonna, S.T., M.Ds.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2022/2023

HALAMAN PENGESAHAN
PERANCANGAN *REBRANDING* DESA WISATA SANANKERTO
KABUPATEN MALANG SEBAGAI PENINGKATAN
BRAND AWARENESS

Disusun oleh:

WAHYU TRIPUTRA IRWANDI
19052010036


Telah dipertahankan didepan Tim Penguji

Pada tanggal : 25 Mei 2023


Pembimbing I


Masnuna, S.T., M.Sn.
NIP3K. 19840512 2021 212004

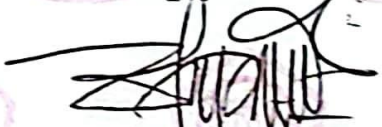
Pembimbing II


Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds.
NIP. 19880428 201803 2001

Penguji I


Diana Acidatun Nisa, S.T., M.Ds.
NIP. 19900611 201803 2001

Penguji II


Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom
NIP3K. 19810929 2021 211002

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain


Ibnu Sholichin, S.T., M.T.
NIP3K. 19710916 202121 1004

HALAMAN PERSETUJUAN
PERANCANGAN *REBRANDING* DESA WISATA SANANKERTO
KABUPATEN MALANG SEBAGAI PENINGKATAN
BRAND AWARENESS

Disusun oleh:

WAHYU TRIPUTRA IRWANDI
19052010044

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji

Pada tanggal : 25 Mei 2023

Pembimbing I



Masnuna, S.T., M.Sn.
NIP3K. 19840512 2021 212004

Pembimbing II



Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds
NIP. 19880428 201803 2001

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Masnuna, S.T., M.Sn.
NIP3K. 19840512 2021 212004

ABSTRAK

Desa Wisata Sanankerto merupakan desa wisata menyimpan potensi wisata yang menakjubkan berupa pesona vegetasi hutan dengan 115 bambu yang eksotis di dalamnya dan telah mendapat pengakuan secara Nasional. Potensi wisata serta kearifan budaya lokal yang indah di desa ini keberadaannya masih belum disadari oleh sebagian besar masyarakat Kabupaten Malang dan sekitarnya. Identitas visual yang belum dirancang secara maksimal juga menjadi salah satu faktor rendahnya kesadaran masyarakat terhadap keberadaan wisata ini. Berdasarkan masalah yang ditemui oleh penulis tersebut maka penulis membuat perancangan yang mengangkat judul “Perancangan *Rebranding* Desa Wisata Sanankerto Kabupaten Malang Sebagai Peningkatan *Brand Awareness*”.

Perancangan ini bertujuan sebagai upaya *rebranding* melalui identitas visual untuk mempermudah wisatawan mengenali dan mengingat desa wisata ini dengan baik. Penulis menggunakan tiga metode dalam penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuesioner, wawancara, dan observasi. Metode tersebut digunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam perancangan ini.

Setelah mendapatkan data yang diperlukan kemudian hasil riset akan dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif dan *TOWS*. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan poin-poin penting yang ditemukan. Poin-poin penting yang telah ditemukan kemudian diolah kembali menggunakan metode *TOWS* untuk menganalisis ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan yang dimiliki desa wisata ini. Setelah proses analisis selesai kemudian data akan melalui tahap *brainstorming* dengan menghasilkan keyword “Pesona Permata Desa Sanankerto”.

Identitas visual yang dirancang berupa logo dan supergrafis. Identitas visual yang dirancang memuat berbagai potensi Desa Wisata Sanankerto yang eksotis. Tagline menggunakan Bahasa Indonesia agar mudah dipahami dan diingat oleh

target audiens. Perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan awareness masyarakat terhadap Desa Wisata Sanankerto.

Kata Kunci : Desa Wisata Sanankerto, Brand Awareness, Rebranding, Identitas visual

ABSTRACT

Sanankerto Tourism Village is a tourist village that holds amazing tourism potential in the form of the charm of forest vegetation with 115 exotic bamboos in it and has been recognized nationally. The tourism potential and beautiful local cultural wisdom in this village are still not realized by most people in Malang Regency and its surroundings. Visual identity that has not been designed optimally is also one of the factors in the low public awareness of the existence of this tour. Based on the problems encountered by the author, the author made a design that raised the title "Design for the Rebranding of Sanankerto Tourism Village, Malang Regency as an Increase in Brand Awareness".

This design aims as a rebranding effort through visual identity to make it easier for tourists to recognize and remember this tourist village well. The authors used three methods in this study. The research methods used are questionnaires, interviews, and observations. This method is used to collect the data needed in this design.

After obtaining the necessary data, the research results will be analyzed using descriptive analysis methods and TOWS. Descriptive analysis is used to explain the key points found. The key points that have been found are then reprocessed using the TOWS method to analyze the threats, opportunities, weaknesses, and strengths of this tourist village. After the analysis process is complete, the data will go through the brainstorming stage by generating the keyword "The Charm of Sanankerto Village Gems".

Visual identity designed in the form of logos and supergraphics. The visual identity designed contains various potentials of the exotic Sanankerto Tourism Village. Taglines use Indonesian to make them easy to understand and remember by the target audience. This design is expected to increase public awareness of Sanankerto Tourism Village.


Keywords: *Sanankerto Tourism Village, Brand Awareness, Rebranding, Visual identity*

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, 25 Mei 2023



Wahyu Triputra Irwandi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir dengan judul “Perancangan *Rebranding* Desa Wisata Sanankerto Kabupaten Malang Sebagai Peningkatan *Brand Awareness*” merupakan upaya *rebranding* Desa Wisata Sanankerto yang dilakukan oleh penulis melalui perancangan identitas visual seperti logo, supergrafis, merancang program branding, hingga implementasi identitas visual pada setiap media pendukung branding yang diperlukan. Melalui perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap desa wisata ini.


Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkenan membantu dan memberi dukungan moral maupun material selama pembuatan laporan ini hingga perancangan selesai. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT.
2. Nabi junjungan kita, Nabi Muhammad SAW.
3. Orang tua yang selalu mendoakan dan memberi dukungan lahir dan batin dengan sepenuh hati secara moral dan material.
4. Bayu Sishandoko selaku kakak kandung saya beserta istri yang selalu mendukung saya untuk selalu mengembangkan diri dalam dunia desain serta menjadi insan yang selalu bersemangat dalam berkarya hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Masnuna, S.T., M.Sn. dan Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing 1 dan 2 saya yang selalu membimbing saya untuk menciptakan karya-karya luar biasa dan bermanfaat untuk orang sekitar.
6. Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds. dan Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom. selaku Dosen penguji 1 dan 2 saya yang selalu memberikan masukan yang bermanfaat untuk mengembangkan perancangan tugas akhir ini menjadi lebih baik lagi.
7. Pengurus Desa Wisata Sanankerto, Bapak Azuri Nugroho dan Bapak Rudi yang telah berkenan menjadi narasumber serta membantu dan mendukung perancangan tugas akhir ini.

8. Adnan Mardiansyah Putra selaku narasumber perancangan logo yang telah membagikan ilmunya dengan sepenuh hati.
9. Seluruh dosen dan tenaga pendidik DKV UPN “Veteran” Jawa Timur yang sudah mendidik dan membagikan ilmunya sehingga saya dapat menyelesaikan studi saya dengan baik dan lancar.
10. Teman-teman Angkatan 2019 DKV UPN “Veteran” Jawa Timur yang selalu memberikan semangat dan memotivasi kepada saya dalam melakukan perancangan ini.
11. Teman-teman Kos MAB J-22 yang selalu menjadi penghibur dan penyemangat saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Semua pihak yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah mendukung saya untuk selalu berkarya.

Melalui laporan dan perancangan ini penulis berharap agar karya ini memberikan banyak manfaat kepada pembacanya. Selain itu penulis juga berharap laporan dan perancangan ini dapat memberikan semangat kepada pembaca untuk selalu berkarya.

Surabaya, 25 Mei 2023



Wanyu Triputra Irwandi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Batasan Masalah.....	8
1.5 Tujuan.....	8
1.6 Manfaat.....	8
1.6.1 Manfaat Bagi Penulis.....	8
1.6.2 Bagi Masyarakat	9
1.6.3 Bagi Desa Wisata Sanankerto.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN STUDI EKSISTING.....	10
2.1 Tinjauan Wisata.....	10
2.1.1 Desa Wisata	10
2.1.2 Desa Wisata Sanankerto	10
2.2 Tinjauan <i>Branding</i>	12
2.2.1 <i>Rebranding</i>	12
2.2.3 <i>Destination Branding</i>	12
2.2.4 Marketing Segmentation.....	13
2.2.5 Positioning	14
2.2.6 Brand Image.....	14
2.2.7 Brand Awareness	15
2.3 Tinjauan Identitas Visual.....	16
2.3.1 Logo.....	16

2.3.2	<i>Tagline</i>	18
2.3.3	<i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	18
2.3.4	<i>Media Branding</i>	19
2.4	Tinjauan Desain Komunikasi Visual.....	19
2.4.1	Unsur-Unsur Desain	19
2.4.2	Tipografi	22
2.4.3	Warna.....	25
2.4.4	Layout	30
2.5	Studi Eksisting.....	31
2.5.1	Desa Wisata Sanankerto	31
2.6	Studi Kompetitor	35
2.6.1	Desa Wisata Pujon Kidul.....	35
2.7	Studi Komparator	38
2.7.1	Desa Wisata Kemiren	38
2.7.2	KTT G20.....	41
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....		51
3.1	Definisi Operasional.....	51
3.2	Teknik Pengumpulan Data	52
3.3	Teknik Sampling	56
3.4	Tahapan Perancangan.....	57
3.5	Teknik Analisis Data	60
3.6	Alur Berfikir	61
BAB IV ANALISA DATA.....		62
4.1	Analisa Data Wawancara	62
4.1.1	Wawancara Tahap Pertama.....	62
4.1.2	Wawancara Tahap Kedua	64
4.2	Analisa Data Kuesioner	66
4.3	Analisa Data Observasi	69
4.3.1	Observasi Pertama.....	69
4.3.2	Observasi Kedua	72
4.4	Analisa Matiks Tows.....	73
4.5	Sintesa Data	75

4.6	<i>Unique Selling Proposition (USP)</i>	76
BAB V KONSEP DESAIN		77
5.1	Perumusan Konsep	77
5.2	Definisi <i>Keyword</i>	78
5.3	Makna Denotatif.....	78
5.4	Makna Konotatif.....	79
5.5	Konsep Verbal/ Gaya Bahasa.....	79
5.5.1	Tagline.....	79
5.6	Konsep Visual	80
5.6.1	Logo	80
5.6.2	Warna	81
5.6.3	Tipografi.....	82
5.7	Konsep Media.....	83
5.7.1	Program <i>Branding</i>	83
5.7.2	Media Utama.....	85
5.7.3	Media Pendukung	85
BAB VI IMPLEMENTASI DESAIN		90
6.1	Alternatif Desain	90
6.1.1	<i>Rough Design</i>	90
6.1.2	Komprehensif Desain.....	91
6.1.3	Desain Final	92
6.1.4	Supergrafis	92
6.2	Implementasi Media	93
6.3	Rancangan Anggaran Projek	110
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN		113
7.1	Kesimpulan.....	113
7.2	Saran	113
DAFTAR PUSTAKA		114
LAMPIRAN.....		117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Foto Bersama Narasumber Di Desa Wisata Sanankerto, 2022.....	2
Gambar 1. 2 Logo Desa Wisata Sanankerto Saat Ini.....	3
Gambar 1. 3 Identification Sign Destinasi Utama	4
Gambar 1. 4 Interior Bambu Balai Desa.....	4
Gambar 1. 5 Gapura Desa Wisata Sanankerto.....	6
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Kelompok Sadar Wisata Boonpring	11
Gambar 2. 2 Piramida Brand Awareness	16
Gambar 2. 3 Contoh <i>Logotype</i>	17
Gambar 2. 4 Contoh <i>Logogram</i>	17
Gambar 2. 5 Contoh <i>Combination Logo</i>	18
Gambar 2. 6 Kumpulan Titik	20
Gambar 2. 7 Jenis Garis	20
Gambar 2. 8 Macam-Macam Bentuk Bidang	21
Gambar 2. 9 Skema Perpaduan Warna	21
Gambar 2. 10 Tekstur.....	22
Gambar 2. 11 Elemen Ruang	22
Gambar 2. 12 Huruf Kategori Serif.....	23
Gambar 2. 13 Huruf Kategori San Serif	23
Gambar 2. 14 Kategori Huruf Scri.....	24
Gambar 2. 15 Kategori Huruf Monospace.....	24
Gambar 2. 16 Huruf Kategori Display.....	25
Gambar 2. 17 Huruf Kategori Dekoratif.....	25
Gambar 2. 18 Logo Mc Donald's	26
Gambar 2. 19 Kemasan Hermes.....	27
Gambar 2. 20 Logo Merek KKV	27
Gambar 2. 21 Logo Kominfo.....	28
Gambar 2. 22 Logo Gojek.....	28
Gambar 2. 23 Kemasan Bernuansa Hitam	29
Gambar 2. 24 Kemasan Bernuansa Putih.....	29
Gambar 2. 25 Kemasan Bernuansa Coklat	30

Gambar 2. 26 Logo Desa Wisata Sanankerto	32
Gambar 2. 27 Feeds Instagram Desa Wisata Sanankerto	33
Gambar 2. 28 Sign system Di Desa Wisata Sanankerto	35
Gambar 2. 29 Logo Desa Wisata Pujonkidul.....	36
Gambar 2. 30 Instagram Desa Wisata Pujon Kidul	37
Gambar 2. 31 Logo Desa Wisata Kemiren	39
Gambar 2. 32 Instagram Desa Wisata Kemiren.....	40
Gambar 2. 33 Logo Utama Dengan Tagline Kkt G20 Indonesia.....	42
Gambar 2. 34 Instagram G20.org.....	44
Gambar 2. 35 Area Foto Pemimpin Negara G-20 Indonesia.....	45
Gambar 2. 36 <i>Stationary Set</i> Kttg-20 Indonesia	46
Gambar 2. 37 <i>Stationary Set</i> KTT G-20 Indonesia.....	46
Gambar 2. 38 Pin Enamel KTT G-20 Indonesia.....	47
Gambar 2. 39 Kemeja KTT G-20 Indonesia.....	47
Gambar 2. 40 <i>Note Book</i> KTT G-20 Indonesia.....	48
Gambar 2. 41 Topi KTT G-20 Indonesia.....	48
Gambar 2. 42 <i>Tote Bag</i> KTT G-20 Indonesia.....	49
Gambar 2. 43 Botol Minum KTT G-20 Indonesia.....	49
Gambar 3. 1 <i>Marketing and Communication</i> Desa Wisata Sanankerto	53
Gambar 3. 2 Ketua Pokdarwis Boonpring	54
Gambar 3. 3 Desainer <i>Brand</i> Dan Logo Profesional, Bapak Adnan	54
Gambar 3. 4 Alur Berpikir	61
Gambar 4. 1 Dokumentasi Wawancara Tahap Pertama.....	64
Gambar 4. 2 Zoom Meeting Wawancara Tahap Kedua.....	66
Gambar 4. 3 Welcoming Sign Desa Wisata Sanankerto.....	69
Gambar 4. 4 Identification Sign Area	70
Gambar 4. 5 Orientation Sign	70
Gambar 4. 6 Gapura Area Krpl.....	70
Gambar 4. 7 Jembatan Mata Air Andeman.....	71
Gambar 4. 8 Wayfinding Menuju Destinasi Utama.....	71
Gambar 4. 9 Gapura Menuju Destinasi Wisata Utama.....	71
Gambar 4. 10 Balai Desa Sanankerto	72

Gambar 4. 11 Bale Istirahat Di Hutan Bambu Sanankerto	72
Gambar 4. 12 <i>Identification Sign</i> Destinasi Wisata Utama	73
Gambar 5. 1 Perumusan Konsep.....	77
Gambar 5. 2 Logo Desa Wisata Kemiren	80
Gambar 5. 3 Logo Utama Dengan Tagline KTT G20 Indonesia.....	81
Gambar 5. 4 Palet Warna Logo.....	81
Gambar 5. 5 Proses Penggabungan Bentuk Logotype.....	82
Gambar 5. 6 Font Signika Bold	82
Gambar 5. 7 Myriad Pro.....	83
Gambar 6. 1 Sketsa Kasar Alternatif Logo	90
Gambar 6. 2 Alternatif 1 Desain Logo Digital.....	91
Gambar 6. 3 Alternatif 2 Desain Logo Digital.....	91
Gambar 6. 4 Alternatif 3 Desain Logo Digital.....	92
Gambar 6. 5 Logo Digital Terpilih	92
Gambar 6. 6 Supergrafis Desa Wisata Sanankerto	93
Gambar 6. 7 Graphic Standard Manual.....	94
Gambar 6. 8 Totebag.....	95
Gambar 6. 9 Topi Rimba.....	96
Gambar 6. 10 Rompi Seragam	97
Gambar 6. 11 Gantungan Kunci.....	98
Gambar 6. 12 Tumblr.....	99
Gambar 6. 13 Welcoming sign	100
Gambar 6. 14 Orientation sign.....	101
Gambar 6. 15 Direction sign	102
Gambar 6. 16 <i>Identification Sign</i>	103
Gambar 6. 17 <i>Prohibition & Safety Sign</i>	104
Gambar 6. 18 Stationary	109

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis Desain Instagram	32
Tabel 2. 2 Analisis Desain Sign system	33
Tabel 2. 3 Analisis Desain Instagram	36
Tabel 2. 4 Analisis Desain Instagram	39
Tabel 2. 5 Analisis Desain Instagram	43
Tabel 4. 1 Analisis Matriks TOWS	73
Tabel 5. 1 Program Branding	83
Tabel 6. 1 Biaya Pembuatan GSM	94
Tabel 6. 2 Biaya Pembuatan Totebag	95
Tabel 6. 3 Biaya Pembuatan Topi Rimba	96
Tabel 6. 4 Biaya Pembuatan Rompi Seragam	97
Tabel 6. 5 Biaya Pembuatan	98
Tabel 6. 6 Biaya Pembuatan Tumblr	99
Tabel 6. 7 Biaya Pembuatan Welcoming sign	100
Tabel 6. 8 Biaya Pembuatan <i>Orientation sign</i>	101
Tabel 6. 9 Biaya Pembuatan <i>Direction sign</i>	102
Tabel 6. 10 Biaya Pembuatan <i>Identification Sign</i>	103
Tabel 6. 11 Biaya Pembuatan <i>Prohibition & Safety Sign</i>	104
Tabel 6. 12 Biaya Pembuatan <i>Spot Foto</i>	105
Tabel 6. 13 Biaya Pembuatan <i>Note Book</i>	106
Tabel 6. 14 Biaya Pembuatan Amplop	106
Tabel 6. 15 Biaya Pembuatan Lembar Surat	107
Tabel 6. 16 Biaya Pembuatan Pena	108
Tabel 6. 17 Biaya Pembuatan Stempel	108
Tabel 6. 18 Biaya Pembuatan Kartu Nama	109
Tabel 6. 19 Total Biaya Produksi Branding Desa Wisata Sanankerto	111