

TUGAS AKHIR

BRANDING WISATA ALAS PRAMBON DI KABUPATEN SIDOARJO



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2018**

**TUGAS AKHIR
BRANDING WISATA ALAS PRAMBON
DI KABUPATEN SIDOARJO**

Disusun oleh:

GIFFARI ZHAKA PRANCANA

1454010014

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

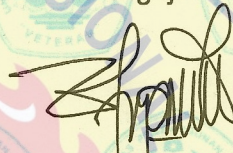
Pada tanggal: 25 Mei 2018

Pembimbing I



Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn.
NPT. 3 8511 13 0353 1

Penguji I



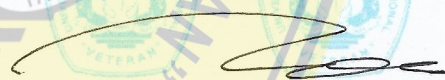
Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom.
NPT. 3 8109 10 0303 1

Pembimbing II



Widyasari, S.T., M.T.
NPT. 1 8219890 920075

Penguji II



Masnuna, S.T., M.Sn.
NPT. 3 8405 10 0307 1

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur Dan Desain



Ir. Muchlisiniyati Safeyah, M.T.

NPT. 3 6706 94 0034 1



KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “BRANDING WISATA ALAS PRAMBON DI KABUPATEN SIDOARJO”. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada program studi desain komunikasi visual Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur.

Selama penulisan tugas akhir ini tentunya saya mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing. Kasih yang tulus serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Keluarga besar yang telah memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi selama menempuh program studi.
2. Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn sebagai dosen pembimbing tugas akhir.
3. Bapak Ir. Supriyo sebagai pemilik wisata alas prambon yang telah bersedia untuk menjadikan wisata alas prambon sebagai objek perancangan tugas akhir.
4. Seluruh dosen program studi desain komunikasi visual Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur yang banyak membantu dan mengarahkan penulis.
5. Dan pihak yang membantu kelancaran tugas akhir penyusun.

Akhir kata saya ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga Allah SWT melimpahkan karunianya dalam setiap amal kebaikan kita dan diberikan balasan. Amin.

Surabaya, 22 Mei 2018

Penyusun

Giffari Zhaka Prancana

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Rumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan	5
1.5. Manfaat	5
1.5.1 Bagi Mahasiswa	5
1.5.2 Bagi Wisata Alas Prambon	6
1.6. Skema Perancangan	7
BAB II STUDI EKSISTING DAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. <i>Brand</i>	8
2.1.2. <i>Branding</i>	9
2.1.3. <i>Brand Awareness</i>	9
2.1.4. <i>Manfaat Brand Awareness</i>	9
2.1.5. Tahap-Tahap <i>Branding</i>	10
2.1.6. Keputusan <i>Branding</i>	11
2.1.7. Manfaat <i>Brand</i>	11
2.1.8. Elemen <i>Brand</i>	12
2.1.9. Komponen <i>Brand</i>	13

2.1.9.1. Nama	13
2.1.9.2. <i>URL</i> (Uniform Resource Locators)	14
2.1.9.3. Logo.....	14
2.1.9.4. Simbol	16
2.1.9.5. Karakter	17
2.1.9.6. Endorse	17
2.1.9.7. <i>Slogan</i> dan <i>Tagline</i>	17
2.1.9.8. Jingles.....	18
2.1.9.9. Kemasan	18
2.1.10. Warna.....	19
2.1.11. Tipografi	23
2.1.12. Layout.....	24
2.1.13. Desain Komunikasi Visual	25
2.1.14. Fungsi Desain Komunikasi Visual	26
2.1.15. Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual	27
2.1.16. Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual	30
2.2. Studi Eksisting	32
2.2.1. Wisata Alas Prambon.....	32
2.2.2. Program Paket Wisata Alas Prambon.....	33
2.2.3. Media Wisata Alas Prambon	36
2.3. Studi Kompetitor.....	39
2.3.1. Outbound Legok Asri	39
2.3.2. WEGO (Wisata Edukasi Gondhang Outbound)	41
2.4. Studi Komparator.....	43
2.4.1. Kopeng Treetop Adventure Park	43
2.4.2. Taman Wisata Mekarsari	46

BAB III METODE PERANCANGAN

3.1. Definisi Operasional Judul.....	50
3.1.1. Branding.....	50
3.1.2. Wisata Alas Prambon.....	50
3.1.3. Kabupaten Sidoarjo.....	50

3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.2.1. Data Primer	51
3.2.2. Data Sekunder	52
3.3. Analisis Data.....	53
3.3.1. Analisis TOWS Matrix Wisata Alas Prambon	53
3.3.2. Analisis 5W+1H	54
3.3.3. <i>Consumer Insight</i>	57
3.3.4. <i>Consumer Journey</i>	57
3.3.5. <i>Point Of Contact</i>	59

BAB IV KONSEP DESAIN

4.1. Konsep kreatif.....	61
4.1.1. Makna Denotatif	62
4.1.2. Makna Konotatif	63
4.2. Konsep Verbal	63
4.2.1. Tagline	63
4.2.2. Gaya Bahasa	64
4.3. Konsep Visual.....	64
4.3.1. Ilustrasi	64
4.3.2. Warna.....	65
4.3.3. Tipografi	66
4.3.4. Layout	66
4.3.5. Logo	67
4.3.6. Pictogram	67
4.3.7. Maskot	68
4.4. Konsep Media	69
4.4.1. Konsep Material Media	69
4.5. Layout Desain	71
4.5.1. Mindmapping.....	71
4.5.2. Sketsa Mindmapping	72
4.5.3. Studi Icon.....	74

4.5.4. Studi Tipografi.....	75
4.5.5. Sintesa Logo	76
4.5.6. Evaluasi Logo	76
4.5.7. Warna.....	78
4.5.8. Final Logo.....	78
4.5.9. Filosofi Logo.....	79
4.5.10. Pictogram	80
4.5.10.1. Outbound.....	80
4.5.10.2. Satwa	81
4.5.10.3. Sayuran.....	82
4.5.10.4. Kolam Renang.....	83
4.5.10.5. Buah-Buahan	84
4.5.10.6. Parkir	85
4.5.10.7. Tempat Sampah.....	85
4.5.10.8. Final Desain Pictogram	85
4.5.10.9. Layout Pictogram	86
4.5.11. Supergrafis.....	87
4.5.12. Maskot	88
4.6. Studi Bentuk Dan Ukuran Media.....	90
4.6.1. Welcome Sign.....	90
4.6.2. Map Sign.....	90
4.6.3. Information Sign	91
4.6.3.1. Flora.....	91
4.6.3.2. Fauna	91
4.6.4. Identification Sign.....	92
4.6.5. Polo Shirt	92
4.6.6. Topi.....	93
4.6.7. Kaos Anak-Anak.....	93
4.6.8. Helm Flying Fox	93
4.6.9. Stationery	94
4.6.10. Polybag	94
4.6.11. Bus	95

4.6.12. Kereta Kelinci	95
4.6.13. Packaging Bibit	96
4.6.14. Tiket Gelang	96
4.6.15. Tempat Sampah	96

BAB V IMPLEMENTASI DESAIN

5.1. Welcome Sign	97
5.2. Map Sign	98
5.3. Information Sign	99
5.3.1. Flora	99
5.3.2. Fauna	100
5.4. Identification Sign	101
5.5. Polo Shirt	102
5.6. Topi	102
5.7. Kaos Anak-Anak	103
5.8. Helm Flying Fox	103
5.9. Stationery	104
5.9.1. Amplop	104
5.9.2. Kop Surat	104
5.9.3. Kartu Nama	105
5.10. Polybag	105
5.11. Bus	106
5.12. Kereta Kelinci	106
5.13. Packaging bibit	107
5.14. Tiket Gelang	107
5.15. Tempat Sampah	108
5.16. Graphic Standard Manual	108
5.17. Estimasi Biaya	110

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan	117
6.2. Saran	117

KEPUSTAKAAN xviii

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kegiatan Di Wisata Alas Prambon.....	2
Gambar 1.2 Potensi Alam Wisata Alas Prambon	3
Gambar 1.3 Skema Perancangan.....	7
Gambar 2.1 Contoh Logo Mcdonald's	15
Gambar 2.2 Contoh Logo Picture Mark.....	16
Gambar 2.3 Contoh Logo Letter Mark	16
Gambar 2.4 Contoh Symbol.....	16
Gambar 2.5 Contoh Desain Kemasan Produk	19
Gambar 2.6 Warna Primer	20
Gambar 2.7 Warna Sekunder	20
Gambar 2.8 Warna Intermediate	21
Gambar 2.9 Warna Tersier.....	21
Gambar 2.10 Warna Kwartir	22
Gambar 2.11 Lingkaran Warna.....	22
Gambar 2.12 Klasifikasi Tipografi Menurut Alexander Lawson	24
Gambar 2.13 Garis (Line)	27
Gambar 2.14 Bidang (Shape).....	28
Gambar 2.15 Warna (Color).....	28
Gambar 2.16 Gelap Terang (Value).....	29
Gambar 2.17 Tekstur (Texture).....	29
Gambar 2.18 Format	30
Gambar 2.19 Keseimbangan (Balance).....	30
Gambar 2.20 Tekanan (Emphasis).....	31
Gambar 2.21 Irama (Rhythm)	31
Gambar 2.22 Kesatuan (Unity)	32
Gambar 2.23 Kegiatan Edukasi Di Wisata Alas Prambon.....	32
Gambar 2.24 Logo Wisata Alas Prambon.....	33
Gambar 2.25 Sign System Wisata Alas Prambon	36
Gambar 2.26 Information Sign Wisata Alas Prambon.....	38
Gambar 2.27 Logo Outbound Legok Asri	39

Gambar 2.28 Brosur Outbound Legok Asri.....	40
Gambar 2.29 Obyek Wisata WEGO	42
Gambar 2.30 Logo Kopeng Treetop Adventure Park	44
Gambar 2.31 Brosur Kopeng Treetop Adventure Park.....	44
Gambar 2.32 Logo Taman Wisata Mekarsari	46
Gambar 2.33 Visual Promosi Taman Wisata Mekarsari.....	47
Gambar 3.1 Consumer Journey	58
Gambar 4.1 Konsep Keyword.....	61
Gambar 4.2 Ilustrasi Vector Art.....	65
Gambar 4.3 Pallette Warna	65
Gambar 4.4 Jenis Font	66
Gambar 4.5 Konsep Layout Desain	66
Gambar 4.6 Logo Australian Organic.....	67
Gambar 4.7 Pictogram	68
Gambar 4.8 Gaya Maskot	68
Gambar 4.9 Kertas Ancoated Dan Recycle.....	70
Gambar 4.10 Material Kayu Ramah Lingkungan.....	70
Gambar 4.11 Material ACP,Acrylic,Galvanis,Sticker Oracal	70
Gambar 4.12 Mindmapping	71
Gambar 4.13 Sketsa	72
Gambar 4.14 Elemen Terpilih.....	73
Gambar 4.15 Sketsa Alternatif 1	73
Gambar 4.16 Sketsa Alternatif 2.....	74
Gambar 4.17 Studi Icon	74
Gambar 4.18 Studi Tipografi	75
Gambar 4.19 Tipografi.....	75
Gambar 4.20 Sintesa Logo.....	76
Gambar 4.21 Logo Komparasi	76
Gambar 4.22 Logo Terpilih Black & White	77
Gambar 4.23 Penetapan Warna Logo	78
Gambar 4.24 Logo Terpilih	78
Gambar 4.25 Filosofi Logo	79

Gambar 4.26 Acuan Pictogram Outbound	80
Gambar 4.27 Studi Pictogram	80
Gambar 4.28 Acuan Pictogram Satwa	81
Gambar 4.29 Studi Pictogram	81
Gambar 4.30 Acuan Pictogram Sayuran	82
Gambar 4.31 Studi Pictogram	82
Gambar 4.32 Acuan Pictogram Kolam Renang	83
Gambar 4.33 Studi Pictogram	83
Gambar 4.34 Acuan Pictogram Buah-Buahan	84
Gambar 4.35 Studi Pictogram	84
Gambar 4.36 Studi Pictogram Parkir	85
Gambar 4.37 Studi Pictogram Tempat Sampah	85
Gambar 4.38 Final Desain Pictogram	85
Gambar 4.39 Layout Primer Pictogram	86
Gambar 4.40 Layout Sekunder Pictogram	86
Gambar 4.41 Supergrafis	87
Gambar 4.42 Acuan Maskot	88
Gambar 4.43 Sketsa Alternatif Maskot	88
Gambar 4.44 Digital Alternatif Maskot	88
Gambar 4.45 Maskot Terpilih	89
Gambar 4.46 Action Maskot	89
Gambar 4.47 Welcome Sign	90
Gambar 4.48 Map Sign	90
Gambar 4.49 Information Sign Flora	91
Gambar 4.50 Information Sign Fauna	91
Gambar 4.51 Identification Sign	92
Gambar 4.52 Polo Shirt	92
Gambar 4.53 Topi	93
Gambar 4.54 Kaos Anak-Anak	93
Gambar 4.55 Helm Flying Fox	93
Gambar 4.56 Stationery	94
Gambar 4.57 Polybag	94

Gambar 4.58 Bus.....	95
Gambar 4.59 Kereta Kelinci	95
Gambar 4.60 Packaging	96
Gambar 4.61 Tiket Gelang.....	96
Gambar 4.62 Tempat Sampah.....	96
Gambar 5.1 Welcome Sign	97
Gambar 5.2 Implementasi Welcome Sign	97
Gambar 5.3 Map Sign	98
Gambar 5.4 Implementasi Map Sign	98
Gambar 5.5 Information Sign Flora.....	99
Gambar 5.6 Implementasi Information Sign Flora	99
Gambar 5.7 Information Sign Fauna	100
Gambar 5.8 Implementasi Information Sign Fauna.....	100
Gambar 5.9 Identification Sign.....	101
Gambar 5.10 Polo Shirt.....	102
Gambar 5.11 Topi	102
Gambar 5.12 Kaos Anak-Anak.....	103
Gambar 5.13 Helm Flying Fox.....	103
Gambar 5.14 Amplop.....	104
Gambar 5.15 Kop Surat.....	104
Gambar 5.16 Kartu Nama	105
Gambar 5.17 Polybag.....	105
Gambar 5.18 Bus.....	106
Gambar 5.19 Kereta Kelinci	106
Gambar 5.20 Packaging Bibit	107
Gambar 5.21 Tiket Gelang.....	107
Gambar 5.22 Tempat Sampah.....	108
Gambar 5.23 Graphic Standard Manual.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Paket wisata TK-SD.....	34
Tabel 2.2 Paket wisata SMP-SMA	34
Tabel 2.3 Paket wisata PERSAMI	35
Tabel 2.4 Paket wisata LDKS	35
Tabel 2.5 Analisis Sign System	36
Tabel 2.6 Analisis Information Sign	38
Tabel 2.7 Analisis Media	40
Tabel 2.8 Analisis Media	45
Tabel 2.9 Analisis Media	48
Tabel 3.1 Analisis TOWS matrix.....	53
Tabel 4.1 Evaluasi Logo	77
Tabel 5.1 Total Harga Welcome Sign.....	110
Tabel 5.2 Total Harga Map Sign.....	110
Tabel 5.3 Total Harga Information Sign Flora.....	111
Tabel 5.4 Total Harga Information Sign Fauna	111
Tabel 5.5 Total Harga Identification Sign.....	112
Tabel 5.6 Total Harga Polo Shirt	112
Tabel 5.7 Total Harga Topi.....	112
Tabel 5.8 Total Harga Kaos Anak.....	113
Tabel 5.9 Total Harga Helm Flying Fox.....	113
Tabel 5.10 Total Harga Stationery.....	113
Tabel 5.11 Total Harga Polybag	113
Tabel 5.12 Total Harga Bus	114
Tabel 5.13 Total Harga Kereta Kelinci	114
Tabel 5.14 Total Harga Packaging Bibit.....	114
Tabel 5.15 Total Harga Tiket Gelang	114
Tabel 5.16 Total Harga Tempat Sampah	115
Tabel 5.17 Total Harga Graphic Standard Manual	115
Tabel 5.18 Total Harga Media	116

ABSTRAK

Wisata Alas Prambon yang berada di Dusun Ngingas, Desa Simpang Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo memiliki potensi sebagai wisata edukasi alam di Kabupaten Sidoarjo, dengan latarbelakang alam dan nuansa pedesaan tentunya sangat mendukung kegiatan yang dilakukan. Wisata Alas Prambon memiliki program outbound dan edukasi alam sebagai kegiatan dalam mengasah mental dan karakter pengunjung serta sebagai media edukasi secara langsung.

Branding Wisata Alas Prambon ini lebih menekankan pada strategi penelitian kualitatif. Melalui wawancara serta observasi dapat diketahui variabel-variabel yang diteliti. Data kualitatif tersebut didukung dengan literatur untuk memperoleh perspektif baru antar variabel. Serta menganalisis kegiatan tersebut menggunakan analisis TOWS matrix untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal maupun external dalam merumuskan strategi untuk mencapai tujuan perancangan dan analisis 5W+1H sebagai cara mengumpulkan data dan menganalisa permasalahan yang ada sehingga mendapatkan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Konsep dalam perancangan branding Wisata Alas Prambon fokus pada pengembangan keyword yakni menciptakan wisata edukasi alam dengan memberikan pengalaman bagi pengunjung, sehingga secara keyvisual baik ilustrasi, warna dan elemen lain serta konsep material yang dipakai akan terintegrasi sesuai keyword yang dimiliki. Elemen-elemen yang digunakan dalam studi visual ini diambil dari acuan yang sudah ada di Wisata Alas Prambon sehingga akan memunculkan karakter Wisata Alas Prambon itu sendiri.

Perancangan ini diharapkan Wisata Alas Prambon memiliki citra yang berkarakter sehingga dapat berkembang menjadi wisata edukasi alam yang baik dan dikenal masyarakat. Serta dibuat sesuai tujuan Wisata Alas Prambon yakni sebagai wisata edukasi alam. Diharapkan perancangan ini dapat mencakup segala aspek yang dibutuhkan dalam branding Wisata Alas Prambon.

Kata Kunci : Branding, Edukasi, Alam, Outbound, Alas Prambon, Sidoarjo.

ABSTRACT

Alas Prambon tourism located in Dusun Ngingas, Simpang Village, Prambon Sub-district, Sidoarjo Regency has potential as a natural education tour in Sidoarjo regency, with natural background and rural feel of course very supportive of the activities undertaken. Alas Prambon tourism has outbound and nature education programs as activities in sharpening the mental and character of visitors as well as educational media directly.

Branding Alas Prambon tourism is more emphasis on qualitative research strategies. Through interviews and observations can be known variables studied. The qualitative data is supported by the literature to gain new perspectives between variables. As well as analyzing these activities using TOWS matrix analysis to identify various internal and external factors in formulating strategies to achieve design goals and 5W 1H analysis as a way of collecting data and analyzing existing problems so as to get the right solution to overcome the problem.

The concept in designing branding Alas Prambon Tourism focus on the development of keywords that create a natural education tour by providing experience for visitors. so that the keyvisual illustrations, colors and other elements as well as the concept of materials used will be integrated according to the keyword owned. The elements used in this visual study are taken from the existing guidance in Alas Prambon Tour that will bring the character of Alas Prambon Tour itself.

The design is expected Tourism Alas Prambon has a characteristic image that can develop into a good natural education tourism and known to the public. And made according to the purpose of Tourism Alas Prambon as a natural education tour. It is expected that this design can cover all aspects needed in Alas Prambon Tourism branding.

Keywords: Branding, Education, Nature, Outbound, Alas Prambon, Sidoarjo