

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DIGITAL WISATA SAWAH SUMBER GEMPONG MOJOKERTO SEBAGAI *BRAND AWARENESS*

Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Diajukan Oleh :

Siti Farikhatul Khomsah

(20052010013)

Pembimbing 1:

Sri Wulandari, S.Sn., M.A.

Pembimbing 2 :

Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds.

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

2024

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DIGITAL WISATA SAWAH SUMBER GEMPONG MOJOKERTO SEBAGAI *BRAND AWARENESS*

Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Diajukan Oleh :

Siti Farikhatul Khomsah

(20052010013)

Pembimbing 1:

Sri Wulandari, S.Sn., M.A.

Pembimbing 2 :

Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds.

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

TIMUR

2024

HALAMAN PENGESAHAN
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DIGITAL WISATA SAWAH SUMBER
GEMPONG MOJOKERTO SEBAGAI *BRAND AWARENESS*

Disusun oleh :
SITI FARIKHATUL KHOMSAH
20052010013

Telah dipertahankan di depan tim penguji
pada tanggal : 17 Mei 2024

Pembimbing 1


Sri Wulandari, S.Sn., M.A.
NPT. 20219930419173

Pembimbing 2


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

Penguji 1


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

Penguji 2


Aileena Solicitor.C.R.E.C, S.T.,M.Ds.
NPT. 182 19870119 076

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain


Ibnu Solichin, S.T., M.T
NIP/PPK/19710916 202121 1004

HALAMAN PERSETUJUAN
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DIGITAL WISATA SAWAH SUMBER
GEMPONG MOJOKERTO SEBAGAI *BRAND AWARENESS*

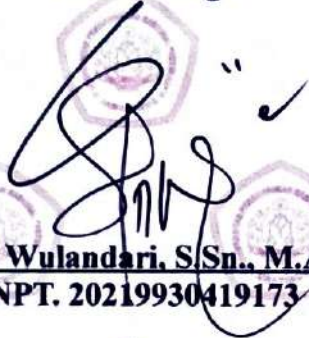
Disusun oleh :

SITI FARIKHATUL KHOMSAH
20052010013

Telah dipertahankan di depan tim penguji

pada tanggal : 17 Mei 2024

Pembimbing 1



Sri Wulandari, S.Sn., M.A.
NPT. 20219930419173

Pembimbing 2



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

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S1)

Koordinator Program Studi Desain Komunikasi Visual



Masnuna, S.T., M.Sn.
NIPPPK.198405122021212004

ABSTRAK

Wisata Sawah Sumber Gempong terletak di Desa Ketapanrame, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. Wisata ini merupakan aset kepariwisataan yang berpotensi di pedesaan yang memiliki lokasi strategis dekat dengan sirkulasi udara alam yang masih asri dan sejuk karena terletak di kaki gunung Penanggungan, Welirang, dan Arjuno yang memiliki suhu udara yang sejuk dan pemandangan alam yang indah.

Perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan peran dan dampak pemanfaatan Sosial Media sebagai media promosi digital bagi bisnis Wisata Sawah Sumber Gempong. Bentuk perancangan berupa desain feed instagram dan video konten yang meliputi Wisata Sawah Sumber Gempong. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif meliputi pengamatan penulis melalui observasi online melalui sosial media Instagram Wisata Sawah Sumber Gempong. Sedangkan metode deskriptif kuantitatif meliputi penyebaran kuesioner pada rentan usia 18-40 tahun ditujukan kepada responden yang suka berwisata. Perancangan desain feed instagram ini memiliki konsep pendekatan melalui fotografi dan tipografi. Fotografi yang dibuat berkonsepkan keluarga. Jadi yang menjadi talent foto adalah keluarga yang diatur dengan pose bahagia, tersenyum, dan tertawa saat menikmati wisata. Alasan penulis mengambil talent keluarga karena mayoritas yang berkunjung ke wisata sawah sumber gempong adalah keluarga.

Kata Kunci: Media Promosi, Desain Feed, Branding, Fotografi, Wisata Sawah Sumber Gempong.

ABSTRACT

Sumber Gempong Rice Field Tourism is located in Ketapanrame Village, Trawas District, Mojokerto Regency. This tourism is a potential tourism asset in the countryside which has a strategic location close to the circulation of natural air that is still beautiful and cool because it is located at the foot of Penanggungan, Welirang, and Arjuno mountains which have cool temperatures and beautiful natural scenery.

This design aims to increase the role and impact of the use of Social Media as a digital promotional media for the Sumber Gempong Rice Field Tourism business. The form of design is in the form of Instagram feed design and video content which includes Sumber Gempong Rice Field Tourism. This research uses descriptive quantitative and descriptive qualitative research methods. Qualitative descriptive includes the author's observation through online observation through social media Instagram Sawah Tourism Sumber Gempong. While the quantitative descriptive method includes distributing questionnaires in the age range of 18-40 years addressed to respondents who like to travel. The design of this Instagram feed design has a concept approach through photography and typography. Photography that is made with a family concept. So the photo talent is a family arranged in a happy pose, smiling, and laughing while enjoying tourism. The reason the author took the family talent is because the majority of those who visit the Sumber Gempong rice field tour are families.

Keywords: Promotional Media, Branding, Photography, Wisata Sawah Sumber Gempong

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

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

Surabaya, 31 Mei 2024



Siti Farikhatul Khomsah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak henti penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proses Tugas Akhir ini dengan judul **“Perancangan Media Promosi Digital Wisata Sawah Sumber Gempong Mojokerto sebagai *Brand Awareness*”**, sebagai salah satu syarat agar penulis dapat menyelesaikan program pendidikan tinggi Sarjana (S1) jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini bisa terselesaikan karena adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan support dari berbagai pihak dalam menyusun Tugas Akhir ini, maka dari itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW
2. Kepada kedua orang tua, Kakak Toni, dan Kakak Ival yang telah mendoakan, *men-support*, dan membantu penulis dalam materi dan finansial.
3. Kepada Bu Sri Wulandari, S.Sn., M.A. dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat disetiap bimbingannya.
4. Kepada Bu Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds. selaku dosen pembimbing kedua yang telah mengarahkan dalam penulisan Tugas Akhir ini.
5. Kepada pihak BUMDes Ketapanrame yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan perancangan media Tugas Akhir ini.
6. Kepada para pengunjung Wisata Sawah Sumber Gempong yang sudah bersedia untuk diajak membuat konten.
7. Kepada Diani, Frysha, Tya, Nabila, Mas Yunus, Tommy, Daniel dan teman teman DEKAVID angkatan 2020 yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan waktu yang tepat.
8. Kepada Farikha karena telah kuat bertahan dan berjuang hingga akhir. .

Surabaya, 01 Juni 2024


Siti Farikhatul Khomsah

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN.....	3
ABSTRAK.....	4
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	6
KATA PENGANTAR.....	7
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	10
DAFTAR TABEL.....	12
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Batasan Masalah	9
1.5 Tujuan Perancangan.....	9
1.6 Manfaat Hasil Perancangan.....	9
1.7 Kerangka Perancangan.....	10
BAB II.....	11
LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING.....	11
2.1 Definisi Operasional Judul.....	11
2.1.1 Definisi Perancangan	11
2.1.2 Definisi Media Promosi Digital.....	11
2.1.3 Definisi Wisata Sawah Sumber Gempong	11
2.1.4 Definisi Brand Awareness	12
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Teori Perancangan.....	12
2.2.2 Teori Promosi.....	12
2.2.3 Teori Media Promosi.....	13
2.2.4 Teori Brand Awareness	18
2.2.5 Teori Destinasi Wisata.....	18
2.2.6 Teori Teknik Pengambilan Gambar Dalam Video.....	19
2.2.7 Teori Warna	20
2.2.4 Teori Tipografi.....	22
2.2.5 Logo dalam Media Promosi.....	25
2.2.6 Instagram Marketing.....	25
2.2.6 Tik Tok.....	27
2.2.7 Konten Plan.....	30
2.3 Studi Eksisting.....	32
2.4 Studi Komperator.....	33

2.5 Studi Kompetitor.....	35
BAB III.....	37
METODOLOGI DESAIN.....	37
3.1 Metode Perancangan.....	37
3.2 Objek Perancangan.....	37
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.2 Data Sekunder.....	40
3.4 Teknik Analisis Data.....	41
3.4.1 Wawancara.....	42
3.4.2 Kuesioner	45
3.4.3 Analisis Data Observasi Sosial Media	54
3.4.4 Analisis Consumer Insight.....	55
3.4.5 Analisis Consumer Journey.....	55
3.5 Sintesa Data.....	56
3.6. Unique Selling Proposition(USP).....	57
BAB IV.....	59
KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN.....	59
4.1 Perumusan Konsep.....	59
4.1.1 Definisi Keyword	60
4.1.2 Konsep Verbal.....	60
4.1.3 Konsep Visual.....	72
4.1.4 Konsep Media.....	76
4.2 Proses Perancangan Desain.....	78
4.2.1 Rough Desain (Sketsa Kasar).....	79
4.2.2 Komprehensif Desain.....	83
4.2.3 Validasi Desain.....	90
4.3 Implementasi Desain.....	92
4.2.4 Media Utama.....	92
4.2.4 Media Pendukung.....	96
4.4 Rancangan Anggaran Proyek.....	97
BAB V.....	98
PENUTUP.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Minat Pengunjung.....	3
Gambar 1. 2 Data Kuesioner Domisili Responden.....	4
Gambar 1. 3 Data Kuesioner Kunjungan Wisata Sawah Sumber Gempong.....	4
Gambar 1. 4 Data Kuesioner Kunjungan Wisata Sawah Sumber Gempong.....	5
Gambar 1. 5 Analisis Konten.....	6
Gambar 1. 6 Tik Tok Sumber gempong.....	7
Gambar 1. 7 Diagram Sosial Media.....	7
Gambar 1. 8 Kerangka Perancangan.....	10
Gambar 2. 1 Font serif modern.....	23
Gambar 2. 2 Font serif modern.....	23
Gambar 2. 3 Font serif modern.....	24
Gambar 2. 4 Font serif modern.....	24
Gambar 2.5 Font Display / Font Dekorasi.....	24
Gambar 2.6 Poster Panels.....	15
Gambar 2.7 Exterior Displays.....	16
Gambar 2.8 Street Furniture Advertising.....	16
Gambar 2.9 Airport Advertising	17
Gambar 2.10 Airport Advertising	17
Gambar 2. 11 Studi Eksisting Wisata Sawah Sumber Gempong.....	32
Gambar 2. 12Studi komparator.....	34
Gambar 2. 13 Studi Komperator.....	35
Gambar 3. 1 Dokumentasi wawancara di BUMDes Ketapanrame.....	38
Gambar 3. 2 Dokumentasi wawancara dengan staff sumber gempong.....	39
Gambar 3. 3 Observasi.....	40
Gambar 3. 4 Nama Responden.....	46
Gambar 3.5 Usia Responden.....	46
Gambar 3. 5 Media Sosial yang Sering digunakan.....	47
Gambar 3.6 Waktu yang digunakan responden untuk membuka sosial media.....	48
Gambar 3.7 Domisili responden 1.....	49
Gambar 3.8 Domisili responden 2.....	49
Gambar 3.9 Responden yang pernah berkunjung ke wisata sawah sumber gempong.....	50
Gambar 3.10 Alasan Responden belum mengunjungi wisata.....	50
Gambar 3.11 Data Responden mengetahui wisata Sawah Sumber Gempong.....	51
Gambar 3.12 Pendapat responden terkait kekurangan konten di Tiktok.....	52
Gambar 3.13 Tanggapan responden terkait kekurangan konten	54

Gambar 4.1 Perumusan konsep keyword.....	59
Gambar 4.2 Referensi Konsep visual.....	73
Gambar 4.3 Referensi Konsep visual desain feed.....	74
Gambar 4.4 Konsep visual.....	74
Gambar 4.5 Konsep visual video konten.....	75
Gambar 4.6 Font Display / Font Dekorasi.....	75
Gambar 4.7 Pallet warna.....	76
Gambar 4.8 Brainstorming Logo.....	79
Gambar 4. 9 Alternatif Logo 1.....	80
Gambar 4. 10 Alternatif Logo 2.....	81
Gambar 4. 11 Alternatif Logo 3.....	82
Gambar 4. 12 Logo Terpilih.....	83
Gambar 4. 13 Referensi Layout Feed.....	83
Gambar 4. 14 Eksekusi Konten 1.....	84
Gambar 4. 15 Eksekusi Konten 2.....	85
Gambar 4. 16 Eksekusi Konten 3.....	86
Gambar 4. 17 Eksekusi Konten 4.....	87
Gambar 4. 18 Eksekusi Konten 5.....	89
Gambar 4. 19 Eksekusi Konten 6.....	90
Gambar 4. 20 Validasi Logo.....	90
Gambar 4. 21 Validasi Layout Feed.....	91
Gambar 4. 22 Desain Final Feed dan Reals.....	91
Gambar 4. 23 Video Konten TikTok.....	91
Gambar 4. 24 Video Konten Short Youtube.....	92
Gambar 4. 25 Implementasi Desain Feed Instagram.....	94
Gambar 4. 26 QR Barcode Instagram.....	95
Gambar 4. 27 QR Barcode TikTok.....	95
Gambar 4. 28 QR Barcode Youtube.....	95
Gambar 4.29 Media Pendukung Kaos.....	96
Gambar 4. 30 Media Pendukung Banner.....	96
Gambar 4. 31 Media Pendukung Ganci, Stiker, dan Lanyard.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisi Studi Eksisting.....	32
Tabel 2.2 Analisi Studi Komparator.....	34
Tabel 2.3 Analisi Studi Kompetitor.....	36
Tabel 3.1 Data Waktu yang digunakan oleh responden untuk membuka sosial media.....	47
Tabel 3.4 Tanggapan responden terkait kekurangan desain feed instagram.....	53
Tabel 4.1 Kalender Konten.....	62
Tabel 4.2 Timeline.....	71
Tabel 4.3Rancangan anggaran Proyek.....	97