

TUGAS AKHIR

***REBRANDING* DESA WISATA KAMPUNG TENUN IKAT BANDAR KIDUL KOTA KEDIRI**

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



Disusun Oleh :

Farah Dhiesta Nurushsyifa

21052010134

Pembimbing 1 :

Aileena S.C.R.El Chidtian, S.T.,M.Ds.

Pembimbing 2 :

Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn.

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

**REBRANDING DESA WISATA KAMPUNG TENUN IKAT
BANDAR KIDUL KOTA KEDIRI**

Disusun oleh :

FARAH DHIESTA NURUSHSYIFA

21052010134

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 21 Mei 2025

Pembimbing 1


Aileen S.C.R.E.I Chiddian, S.T., M.Ds.
NIPPPK. 19870119 202421 2024

Pembimbing 2


Aris Suteio, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19851106 201903 1002

Penguji 1


Aninditya Daniar, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19941124 202406 2002

Penguji 2


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)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain



Ibnu Sholichin, S.T., M.T.
NIPPPK/19710916 202121 1004

HALAMAN PERSETUJUAN

**REBRANDING DESA WISATA KAMPUNG TENUN IKAT
BANDAR KIDUL KOTA KEDIRI**

Disusun oleh :

FARAH DHIESTA NURUSHSYIFA

21052010134

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 21 Mei 2025

Pembimbing 1



Aileen S.C.R.El Chidlian, S.T., M.Ds.
NIPPPK. 19870119 202421 2024

Pembimbing 2



Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19851106 201903 1002

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.
NIPPPK. 19840512 2021 212004

ABSTRAK

Kediri merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor pariwisata. Salah satunya adalah desa wisata kampung tenun ikat Bandar Kidul sebagai kawasan penghasil kain tenun tradisional yang memiliki nilai budaya tinggi serta potensi ekonomi lokal. Meski telah lama berdiri dan menyediakan pengalaman wisata edukatif, keberadaan desa wisata ini masih kurang dikenal oleh masyarakat, khususnya masyarakat Kediri sendiri. Kurangnya media *branding* dan media promosi yang ada menyebabkan rendahnya tingkat *brand awareness*, oleh karena itu, dilakukan upaya *rebranding* atau perancangan ulang untuk memperkuat citra yang khas dan memperluas jangkauan informasi kepada khalayak guna meningkatkan kunjungan dan keterlibatan masyarakat.

Perancangan ini menggunakan metode kualitatif berupa wawancara dan observasi serta metode kuantitatif berupa penyebaran kuisioner. Pengumpulan data perancangan berdasarkan metode kualitatif dan metode kuantitatif yang digunakan sebagai analisis data primer dan data sekunder.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuisioner. Data sekunder bersumber pada literatur jurnal, buku, media sosial, dan situs web yang relevan pada perancangan. Analisis data juga dilakukan menggunakan metode *TOWS matrix*, *consumer insight*, dan *consumer journey*, untuk merumuskan strategi branding yang tepat sasaran. Proses *rebranding* kemudian difokuskan pada perancangan konsep untuk pembentukan identitas visual baru serta pengembangan media branding dan media promosi yang relevan dengan karakteristik tenun ikat Bandar Kidul.

Hasil dari perancangan menunjukkan bahwa identitas visual baru mampu merepresentasikan citra khas desa wisata dengan lebih kuat. Penerapan visual *branding* ini diharapkan dapat membentuk persepsi yang kuat di benak masyarakat dan mampu meningkatkan daya tarik serta ekonomi lokal. Identitas visual dan media promosi yang terkonsep menjadi sarana untuk membangun citra yang khas dan memperkuat eksistensi desa wisata di tengah persaingan destinasi wisata budaya lainnya

Kata Kunci : Rebranding, Branding, Desa Wisata, Tenun Ikat, Media

ABSTRACT

Kediri is one of the regions in East Java Province with significant potential for developing its tourism sector. One of its key assets is the kampung tenun ikat Bandar Kidul Tourism Village, a traditional weaving area that holds high cultural value and local economic potential. Despite its long-standing presence and offering of educational tourism experiences, this village remains relatively unknown, particularly among the people of Kediri. The lack of branding and promotional media has resulted in low brand awareness. Therefore, a rebranding initiative was undertaken to strengthen the village's distinctive image and broaden its informational reach to increase public visits and engagement.

This design project employs both qualitative and quantitative methods. Qualitative methods include interviews and direct observation, while quantitative data is collected through the distribution of questionnaires. The data collection serves as both primary and secondary data for analysis.

Primary data were obtained through field observations, interviews, and questionnaires, while secondary data were collected from journals, books, social media, and relevant websites. Data analysis was conducted using the TOWS matrix, consumer insight, and consumer journey mapping to formulate a targeted branding strategy. The rebranding process focuses on conceptual development to create a new visual identity and to develop branding and promotional media that align with the unique characteristics of tenun ikat Bandar Kidul.

The design results indicate that the new visual identity successfully represents the distinctive image of the tourism village more strongly. The application of visual branding is expected to build a strong public perception and enhance the village's appeal and local economic value. The conceptualized visual identity and promotional media serve as strategic tools to build a unique brand image and strengthen the presence of the tourism village amid the competition among cultural tourism destinations.

Keywords : *Rebranding, Branding, Tourism Village, Tenun Ikat, Media*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan rangkaian proses tugas akhir dengan judul “Rebranding Desa Wisata Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri” dengan baik dan tepat waktu, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan tugas akhir ini, maka pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Aileen Solicitor Costa Rica El Chidtian, S.T., M. Ds, selaku dosen pembimbing pertama atas segala bimbingan, arahan, serta saran yang diberikan kepada penulis.
2. Bapak Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn, selaku dosen pembimbing kedua atas segala bimbingan, arahan, serta saran yang diberikan kepada penulis.
3. Seluruh dosen DKV Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendidik penulis selama masa perkuliahan.
4. Orang Tua dan keluarga tercinta yang tak henti-hentinya memberikan doa dan dukungan, serta kasih sayang yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Sebagai pendamping sejak awal pendidikan hingga perkuliahan saat ini, dengan doa - doa yang diberikan dalam menjalani seluruh aktivitas sehari - hari, maupun dukungan materi dan non materi selama ini. Selain itu, seluruh hal yang pernah terjadi dalam kehidupan dengan terbentuknya karakter dan mental penulis hingga menjadi seseorang seperti saat ini.
5. Arhakim Hisyam Rachmansyah Putra, yang tak kalah penting kehadirannya. Terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis dalam menyusun tugas akhir, berkontribusi banyak baik tenaga, waktu, menemani, mendukung, serta menghibur penulis dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Sahabat seperjuangan, Septia Anggraini, Fidela Almadea, Lailatul Ikhsanti, Ghina Indy Maghfiroh, Rizky Putri Lisdiana, Intan Dwi Isma Saputri, Azzahra Prisichella yang sudah menjadi teman penulis sejak 2021 sampai saat ini, dan banyak berpartisipasi di

kehidupan penulis, terima kasih atas segala dukungan dan pengalaman yang sangat berkesan serta memberikan semangat yang paling berharga hingga terselesaikannya perkuliahan ini.

7. Teman - teman angkatan 2021 DKV UPN “Veteran” Jawa Timur yang selalu memberikan semangat, memotivasi, dan membantu penulis dalam melakukan perancangan ini.
8. Pihak pengelola desa wisata kampung tenun ikat Bandar Kidul Kota Kediri yang telah memberikan informasi dan kerja sama selama perancangan berlangsung.
9. Semua pihak yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang secara sadar atau tidak telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Terakhir, kepada diri saya sendiri, Farah Dhiesta Nurushsyifa. Apresiasi sebesar - besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini.

Penulis menyadari bahwa laporan dan perancangan tugas akhir ini masih belum dikatakan sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap semoga laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi nyata, baik bagi pengembangan desa wisata, dunia pendidikan, maupun masyarakat luas.

Surabaya, 13 Mei 2025

Penulis



Farah Dhiesta Nurushsyifa

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Perancangan.....	7
1.6 Manfaat Perancangan.....	8
1.7 Kerangka Perancangan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN STUDI EKSISTING	10
2.1 Tinjauan Wisata	10
2.1.1 Desa Wisata Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri.....	10
2.2 Tinjauan <i>Rebranding</i>	19
2.3 Tinjauan <i>Branding</i>	19
2.3.1 Visual <i>Branding</i>	21
2.3.2 <i>Brand Awareness</i>	21
2.3.3 Media Promosi.....	23
2.4 Tinjauan Desain Komunikasi Visual.....	23
2.4.1 Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual.....	24
2.4.2 Prinsip Komposisi Desain	30
2.4.3 Logo	31
2.4.4 Tipografi.....	34
2.5 Studi Eksiting.....	37
2.5.1 Desa Wisata Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri.....	37
2.5.2 Logo Desa Wisata Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul	39
2.5.3 Media Sosial Desa Wisata Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul	41
2.5.4 <i>Environmental Graphic Design (EGD)</i>	42
2.5.5 Kelebihan dan Kekurangan.....	50

2.6 Studi Komparator	50
2.6.1 Kampoeng Heritage Kajoetangan.....	50
2.6.2 Logo Kampoeng Heritage Kajoetangan	51
2.6.3 Media Sosial Kampoeng Heritage Kajoetangan.....	52
2.6.4 <i>Website</i> Kampoeng Heritage Kajoetangan.....	54
2.6.5 Kelebihan dan Kekurangan.....	55
2.6.6 Acuan yang Diambil.....	55
2.7 Studi Kompetitor	55
2.7.1 Desa Tenun Ikat Gianyar Bali.....	56
2.7.2 Logo Tenun Ikat Gianyar Bali	56
2.7.3 Media Sosial Tenun Ikat Gianyar Bali.....	57
2.7.4 Kelebihan dan Kekurangan.....	58
2.7.5 Acuan yang Diambil.....	59
BAB III METODOLOGI DESAIN	60
3.1 Metode Perancangan.....	60
3.2 Objek Perancangan.....	60
3.2.1 <i>Rebranding</i>	60
3.2.2 <i>Branding</i>	61
3.2.3 Desa Wisata Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul	61
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.3.1 Data Primer.....	62
3.3.2 Data Sekunder	63
3.4 Target <i>Audiens</i>	65
3.4.1 Target <i>Audiens</i> Primer.....	66
3.4.2 Target <i>Audiens</i> Sekunder.....	67
3.5 Teknik Analisis Data.....	67
3.5.1 Analisis Data Wawancara.....	68
3.5.2 Analisis Data Observasi	70
3.5.3 Analisis Data Kuisioner	70
3.5.4 Analisis <i>TOWS Matrix</i>	74
3.5.5 Analisis <i>Consumer Insight</i>	76
3.5.6 Analisis <i>Consumer Journey</i>	77
3.5.7 <i>Unique Selling Proposition (USP)</i>	79
3.5.8 Sintesa Data.....	79
BAB IV KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN	81
4.1 Perumusan Konsep.....	81
4.1.1 Definisi <i>Keyword</i>	82

4.1.2 Konsep Verbal	84
4.1.3 Konsep Visual	84
4.1.4 Konsep Media	88
4.2 Proses Perancangan Desain	101
4.2.1 <i>Rough</i> Desain (Sketsa Kasar)	101
4.2.2 Komprehensif Desain	102
4.2.3 Validasi Logo	105
4.2.4 Desain Final.....	106
4.2.5 Supergrafis	106
4.3 Implementasi Desain	107
4.4 Rancangan Anggaran Proyek	120
4.4.1 Tarif Desainer	120
4.4.2 Total Biaya Produksi.....	121
BAB V PENUTUP	122
5.1 Kesimpulan	122
5.2 Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Denah Lokasi Kampung Wisata Tenun Ikat	1
Gambar 1.2 Produk dan Proses Pembuatan Tenun Ikat	3
Gambar 1.3 Motif Kain Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri.....	4
Gambar 1.4 Media Branding Desa Wisata Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul	5
Gambar 1.5 Kerangka Perancangan	9
Gambar 2.1 Proses Pemintalan	12
Gambar 2.2 Proses Skeer	12
Gambar 2.3 Proses Grayen.....	13
Gambar 2.4 Proses Pemintalan	13
Gambar 2.5 Proses Reek.....	14
Gambar 2.6 Proses Desain	14
Gambar 2.7 Proses Pengikatan	15
Gambar 2.8 Proses Pencelupan	15
Gambar 2.9 Proses Colet.....	16
Gambar 2.10 Proses Oncek.....	16
Gambar 2.11 Proses Penguraian	17
Gambar 2.12 Proses Pemintalan	17
Gambar 2.13 Proses Menenun.....	18
Gambar 2.14 Aspek Kekuatan Brand.....	20
Gambar 2.15 Level Brand Awareness.....	22
Gambar 2.16 Titik	24
Gambar 2.17 Garis	25
Gambar 2.18 Bentuk	25
Gambar 2.19 Ruang	26
Gambar 2.20 Psikologi warna	29
Gambar 2.21 Tekstur.....	29
Gambar 2.22 Ukuran	30
Gambar 2.23 Logotype.....	33
Gambar 2.24 Logogram	33
Gambar 2.25 Combination Mark.....	34

Gambar 2.26 Serif.....	35
Gambar 2.27 Sans Serif.....	36
Gambar 2.28 Script	36
Gambar 2.29 Dekoratif	37
Gambar 2.30 Desa Wisata Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul	38
Gambar 2.31 Logo Pokdarwis	39
Gambar 2.32 Feeds Instagram Pokdarwis	41
Gambar 2.33 Billboard Desa Wisata Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul.....	42
Gambar 2.34 Gapura Desa Wisata Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul.....	44
Gambar 2.35 Petunjuk Arah Desa Wisata Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul.....	46
Gambar 2.36 Sign Direction Desa Wisata Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul.....	47
Gambar 2.37 Dekorasi Desa Wisata Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul.....	49
Gambar 2.38 Logo Kampoeng Heritage Kajoetangan.....	51
Gambar 2.39 Feeds Instagram Kampoeng Kajoetangan.....	52
Gambar 2.40 Website Kampoeng Heritage Kajoetangan.....	54
Gambar 2.41 Logo Tenun Ikat Gianyar Bali	56
Gambar 2.42 Feeds Instagram Tenun Ikat Gianyar Bali	57
Gambar 4.1 Brainstorming Keywords	81
Gambar 4.2 Referensi Konsep Desain	85
Gambar 4.3 Referensi Logo	86
Gambar 4.4 Tipografi Head Line.....	87
Gambar 4.5 Tipografi Text Line.....	87
Gambar 4.6 Palet Warna	88
Gambar 4.7 Referensi Graphic Strandard Manual	95
Gambar 4.8 Referensi Poster	96
Gambar 4.9 Referensi Keychain	96
Gambar 4.10 Referensi Keychain	97
Gambar 4.11 Referensi Packaging	97
Gambar 4.12 Referensi Media Sosial Marketing.....	98
Gambar 4.13 Referensi Pamflet	99
Gambar 4.14 Referensi Neon Box	99
Gambar 4.15 Referensi Banner	100
Gambar 4.16 Referensi Sign Direction	100

Gambar 4.17 Referensi Billboard	101
Gambar 4.18 Sketsa Kasar Alternatif Logo	102
Gambar 4.19 Alternatif Sketsa Kasar Logo Terpilih 1	102
Gambar 4.20 Alternatif Digital Warna Logo Terpilih 1.....	103
Gambar 4.21 Alternatif Digital Warna Logo Terpilih 2.....	103
Gambar 4.22 Alternatif Sketsa Kasar Logo Terpilih 2	103
Gambar 4.23 Alternatif Sketsa Kasar Logo Terpilih 3	103
Gambar 4.24 Alternatif Digital Warna Logo Terpilih 3.....	104
Gambar 4.25 Alternatif Sketsa Kasar Logo Terpilih 4	104
Gambar 4.26 Alternatif Digital Warna Logo Terpilih 4.....	104
Gambar 4.27 Alternatif Digital Logo Final.....	105
Gambar 4.28 Validasi Logo.....	105
Gambar 4.29 Desain Final Logo.....	106
Gambar 4.30 Desain Supergrafis	107
Gambar 4.31 Graphic Standart Manual	108
Gambar 4.32 Billboard.....	109
Gambar 4.33 Sign Direction	110
Gambar 4.34 Neon Box	111
Gambar 4.35 Packaging.....	113
Gambar 4.36 Media Sosial Instagram	115
Gambar 4.37 Poster	115
Gambar 4.38 X-Banner.....	116
Gambar 4.39 Keychain.....	117
Gambar 4.40 Sticker.....	118
Gambar 4.41 Lanyard.....	119

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis Logo.....	39
Tabel 2.2 Analisis Media Sosial Pokdarwis	41
Tabel 2.3 Analisis Billboard	43
Tabel 2.4 Analisis Gapura	45
Tabel 2.5 Analisis Petunjuk Arah	46
Tabel 2.6 Analisis Sign Direction	48
Tabel 2.7 Analisis Dekorasi	49
Tabel 2.8 Analisis Logo.....	51
Tabel 2.9 Analisis Media Sosial Kampoeng Kajoetangan	52
Tabel 2.10 Analisis Website Kampoeng Heritage Kajoetangan	54
Tabel 2.11 Analisis Logo Tenun Ikat Gianyar Bali	57
Tabel 2.12 Analisis Media Sosial Tenun Ikat Gianyar Bali.....	58
Tabel 3.1 Data Sekunder	64
Tabel 3.2 Target Audiens Primer	66
Tabel 3.3 Target Audiens Sekunder	67
Tabel 3.4 Analisis Kuesioner	71
Tabel 3.5 Faktor Internal	74
Tabel 3.6 Faktor Eksternal	75
Tabel 3.7 Cunsomer Journey	77
Tabel 4.1 Program Branding	89
Tabel 4.2 Content Planner	92
Tabel 4.3 Biaya Produksi Graphic Standart Manual.....	109
Tabel 4.4 Biaya Pembuatan Billboard	110
Tabel 4.5 Biaya Pembuatan Sign Direction	111
Tabel 4.6 Biaya Produksi Neon Box	112
Tabel 4.7 Biaya Produksi Packaging.....	113
Tabel 4.8 Biaya Produksi Poster.....	116
Tabel 4.9 Biaya Produksi Banner	117
Tabel 4.10 Biaya Produksi Keychain	117
Tabel 4.11 Biaya Produksi Sticker	118

Tabel 4.12 Biaya Produksi Lanyard.....	119
Tabel 4.13 Pengeluaran Selama 6 Bulan.....	120
Tabel 4.14 Total Biaya Produksi.....	121

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Gambar Wawancara Tahap Pertama.....	125
Lampiran Tabel Wawancara Tahap Pertama.....	125
Lampiran Gambar Wawancara Tahap Kedua	127
Lampiran Tabel Wawancara Tahap Kedua	128
Lampiran Gambar Observasi Tahap.....	129
Lampiran Gambar Validasi Logo	132