

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN *BRANDING* DESA WISATA JOHO
KABUPATEN KEDIRI

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



Oleh :

MOCHAMAD RIO SETYO FEBY SAPUTRO

21052010111

Dosen Pembimbing 1 :

Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom

Dosen Pembimbing 2 :

Sri Wulandari, S.Sn., M.A

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS
ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024/2025

HALAMAN PENGESAHAN

PERANCANGAN *BRANDING* DESA WISATA JOHO KABUPATEN KEDIRI

Disusun oleh :

MOCHAMAD RIO SETYO FEBY SAPUTRO 21052010111

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 20 Mei 2025

Pembimbing I



Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom
NIPPPK. 19810929 202121 1002

Pembimbing II



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

Penguji I



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

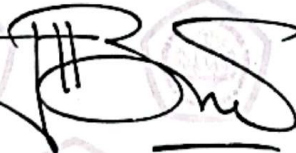
Penguji II



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

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

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain



Ibu Sholichin, S.T., M.T
NIPPPK. 19710916 202121 1004

HALAMAN PERSETUJUAN
PERANCANGAN *BRANDING* DESA WISATA JOHO KABUPATEN KEDIRI

Disusun oleh :

MOCHAMAD RIO SETYO FEBY SAPUTRO 21052010111

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 20 Mei 2025

Pembimbing I



Aditva Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom
NIPPPK. 19810929 202121 1002

Pembimbing II



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

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

Koordinator Program Studi Desain Komunikasi Visual



Masnuna, ST., M.Sn
NIPPPK. 19840512 2021 212004

ABSTRAK

Desa Wisata Joho, yang terletak di Kecamatan Semen, Kabupaten Kediri, merupakan salah satu destinasi wisata dengan potensi alam dan budaya yang menarik. Desa ini menawarkan berbagai fasilitas seperti outbond, camping, tubing, serta program edukasi tentang madu dan makanan tradisional tiwul. Meskipun memiliki daya tarik yang besar, keterbatasan dalam pengelolaan informasi, promosi, dan fasilitas visual menjadi kendala utama dalam menarik wisatawan. Kurangnya peta lokasi dan panduan yang jelas membuat wisatawan kesulitan mengeksplorasi potensi desa secara optimal.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang branding fungsional guna membantu wisatawan untuk mengenal dan memperkuat identitas visual Desa Wisata Joho. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan observasi langsung, wawancara, dan analisis kebutuhan. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi elemen visual yang dapat meningkatkan pemahaman pengguna terhadap informasi yang diberikan. Pembuatan berbagai identitas visual juga mempertimbangkan kebutuhan wisata dalam berbagai aspek seperti promosi, grafis lingkungan, keterbacaan, dan keunikan yang dibawa dari Desa Wisata Joho.

Hasil perancangan branding Desa Wisata Joho ini berupa *visual identity guidelines* yang dapat digunakan sebagai pedoman penggunaan logo dan berbagai identitas visual Desa Wisata Joho. Di dalam *visual identity guidelines* terdapat aturan logo, warna, tipografi, tagline, supergrafis, maskot, grafis lingkungan, media promosi dan implementasi pada media lain. Branding Desa Wisata Joho ini juga menghasilkan strategi komunikasi dan branding yang dapat digunakan sebagai acuan cara berkomunikasi kepada masyarakat dan target audiens.

Dengan adanya Perancangan Branding Desa Wisata Joho ini diharapkan dapat membantu Desa Joho dalam membangun brandingnya, branding ini juga bisa meningkatkan semangat masyarakat dalam mengelola Desa Joho. Penggunaan logo Desa Wisata Joho akan membuat semakin kuatnya identitas visual kedepannya dan mempermudah masyarakat dalam mengenali dan mengingat Desa Wisata Joho Kabupaten Kediri.

Kata Kunci: *Branding, Desa Wisata, Visual Identity Guidelines, Grafis Lingkungan*

ABSTRACT

Joho Tourism Village, located in Semen District, Kediri Regency, is one of the tourism destinations with rich natural and cultural potential. The village offers various facilities such as outbound activities, camping, tubing, and educational programs about honey and traditional food tiwul. Despite its strong appeal, limitations in information management, promotion, and visual facilities hinder its ability to attract more visitors. The lack of location maps and clear guides makes it difficult for tourists to fully explore the village's potential.

This research aims to design functional branding to help tourists become familiar with and strengthen the visual identity of Joho Tourism Village. The methodology used is qualitative, with approaches including direct observation, interviews, and needs analysis. The analysis focuses on identifying visual elements that can improve users' understanding of the provided information. The development of various visual identities also considers tourism needs across aspects such as promotion, environmental graphics, legibility, and the uniqueness of Joho Tourism Village.

The outcome of the Joho Tourism Village branding design is a visual identity guideline that serves as a reference for the application of the logo and various visual elements. The guidelines include rules for the logo, color palette, typography, tagline, supergraphics, mascot, environmental graphics, promotional media, and implementation across different media. The branding design also results in communication and branding strategies that can serve as references for engaging with the public and target audiences.

This branding design is expected to assist Joho Village in building its brand identity and increase the enthusiasm of local residents in managing the village. The use of the Joho Tourism Village logo will further strengthen its visual identity and make it easier for people to recognize and remember Joho Tourism Village in Kediri Regency.

Keywords: Branding, Tourism Village, Visual Identity Guidelines, Environmental Graphics

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mochamad Rio Setyo Feby Saputro
NPM : 21052010111
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Arsitektur dan Desain

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Juni 2025

Yang Membuat pernyataan



Mochamad Rio Setyo Feby Saputro

NPM. 21052010111

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT serta atas segala rahmat dan petunjuknya, sehingga dalam “Perancangan Branding Desa Wisata Joho Kabupaten Kediri” berjalan dengan lancar, diselesaikan tepat waktu dan semaksimal mungkin. Dengan adanya perancangan branding ini diharapkan dapat meningkatkan awareness masyarakat Kabupaten Kediri terhadap Desa Joho sebagai salah satu potensi wisatanya. Desa Wisata Joho membutuhkan semangat baru masyarakatnya untuk bersama mengelola dan membangun Desa Joho dan meningkatkan potensi wisatanya.

Penulis menyadari bahwa dalam perancangan ini banyak pihak yang telah memberikan kontribusi dan bantuan dalam proses penyelesaiannya. Dari hati yang tedalam, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW.
2. Ayah dan Almh. Ibu yang sudah mendidik, mendoakan dan memberikan support dalam segala perjalanan hidup, serta keluarga yang juga memberi dukungan.
3. Dosen pembimbing pertama bapak Aditya Rahman Yani, ST., M.Med.Kom yang sudah memberikan bimbingan, arahan dan saran dalam perancangan ini selama kurang lebih satu tahun ini.
4. Mas Bayu sebagai kelompok sadar wisata Desa Joho yang telah membantu dalam memberikan berbagai informasi terkait Desa Wisata Joho Kabupaten Kediri.
5. Bapak dan Ibu Dosen DKV yang telah memberikan berbagai ilmu, informasi, kesempatan dan kepercayaan dalam menempuh pendidikan di DKV.
6. masyarakat Kabupaten Kediri dan teman-teman yang sudah meluangkan waktu sebagai narasumber tentang Desa Joho.
7. Amanda Shafarissa karena sudah mau mensupport dan menemani dalam proses mengerjakan perancangan ini.
8. Teman-teman DKV Angkatan 21 sudah bersama menempuh pendidikan, kegiatan, dan kerja sama selama kurang lebih 4 tahun.
9. Teman-teman Kapal'21 membantu dalam pengerjaan dan teman canda tawa.

10. Berbagai pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu selama perancangan ini berlangsung.

Penulis tahu bahwa selama perancangan ini berlangsung terdapat berbagai kekurangan dan ketidak sempurnaan. Berbagai kritik dan saran akan sangat membantu penulis dalam mengembangkan berbagai kemampuan dalam bidang desain dan manfaat dalam masyarakat. Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi dan semoga dengan adanya perancangan ini dapat membantu Desa Wisata Joho Kabupaten Kediri dalam meningkatkan branding dan mengenalkan pada masyarakat luas.

Surabaya, 13 Juni 2025

A stylized handwritten signature in black ink, featuring a large, sweeping 'M' and 'R' that extend across the line, with a long horizontal stroke at the end.

Mochamad Rio Setyo

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Identifikasi Masalah.....	5
1. 3 Rumusan Masalah.....	6
1. 4 Batasan Masalah	6
1. 5 Manfaat	7
1. 5. 1 Manfaat Bagi Penulis	7
1. 5. 2 Manfaat Bagi Masyarakat	7
1. 5. 3 Manfaat Bagi Desa Wisata Joho	7
1. 6 Kerangka Perancangan	8
BAB II LANDASAN TEORI & STUDI EKSISTING	9
2. 1 Definisi Operasional Judul	9
2. 1. 1 Definisi Branding	9
2. 1. 2 Definisi Desa Wisata Joho	9
2. 2 Landasan Teori.....	10
2. 2. 1 Branding.....	10
2. 2. 2 Brand Awareness	11
2. 2. 3 Brand Equity	11
2. 2. 4 Brand Image	12
2. 2. 5 Destination Branding	12
2. 2. 6 Marketing Segmentation	12
2. 2. 7 Positioning.....	13

2. 2. 8 Indentitas Visual.....	14
2. 2. 9 Sosial Media.....	21
2. 3 Studi Eksisting.....	21
2. 3. 1 Studi Eksisting Desa Wisata Joho.....	21
2. 4 Studi Kompetitor.....	27
2. 4. 1 PARI Pagung Agrowisata Kediri.....	27
2. 5 Studi Komparator.....	29
2. 5. 1 Desa Wisata Sanankerto.....	29
2. 5. 2 Taman Impian Ancol.....	32
BAB III METODOLOGI DESAIN.....	36
3. 1 Metode Perancangan.....	36
3. 1. 1 Tahap Perancangan.....	36
3. 2 Objek Perancangan.....	37
3. 3 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3. 3. 1 Data Primer.....	38
3. 3. 2 Data Sekunder.....	39
3. 3. 3 Segmentasi Target Audiens.....	40
3. 4 Teknik Analisis.....	41
3. 4. 1 Analisis Data Wawancara.....	41
3. 4. 2 Analisis Data Kuesioner.....	43
3. 4. 3 Analisis Data Observasi.....	45
3. 4. 4 Analisis Data TOWS Matrix.....	47
3. 4. 5 Consumer Insight.....	48
3. 4. 6 <i>Consumer Journey</i>	49
3. 4. 7 <i>Point of Contact</i>	53
3. 5 Sintesa Data.....	53
BAB IV KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN.....	55
4. 1 Perumusan Konsep.....	55
4. 1. 1 Perumusan <i>Keyword</i>	55
4. 1. 2 <i>What to Say</i>	57
4. 1. 3 <i>How to Say</i>	57
4. 1. 4 Konsep Verbal.....	58

4. 1. 5 Konsep Visual	60
4. 1. 6 Konsep Media	63
4. 2 Proses Perancangan Desain.....	74
4. 2. 1 Rough Desain (Sketsa Kasar).....	75
4. 2. 2 Komperhensif Desain.....	76
4. 2. 3 Validasi Desain	77
4. 2. 4 Desain Final	77
4. 3 Implementasi Desain	78
4. 3. 1 <i>Visual Identity Guidelines</i>	78
4. 3. 2 Maskot Desa Wisata Joho	79
4. 3. 3 Sign System.....	84
4. 3. 4 Merchandise	85
4. 3. 1 Corporate Identity	86
4. 3. 2 Media Promosi	87
4. 4 Rancangan Anggaran Biaya Desain	89
4. 4. 1 Tarif Desainer.....	89
4. 4. 2 Total Biaya Produksi.....	90
BAB V PENUTUP	91
5. 1 Kesimpulan	91
5. 2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Desa Wisata Joho	2
Gambar 1. 2 Instagram Desa Wisata Joho.....	3
Gambar 1. 3 Kerangka Perancangan	8
Gambar 2. 1 Contoh Logotype	15
Gambar 2. 2 Contoh icon.....	15
Gambar 2. 3 Contoh Logo <i>Combination</i>	16
Gambar 2. 4 Kategori Warna Utama	17
Gambar 2. 5 Serif	18
Gambar 2. 6 Sans Serif.....	19
Gambar 2. 7 Script.....	19
Gambar 2. 8 Monospaced.....	19
Gambar 2. 9 Display.....	20
Gambar 2. 10 Dekoratif.....	20
Gambar 2. 11 Logo Desa Wisata Joho	22
Gambar 2. 12 Instagram Desa Wisata Joho.....	23
Gambar 2. 13 <i>Information sign</i>	24
Gambar 2. 14 Welcome Sign.....	25
Gambar 2. 15 Logo PARI Pagung Agrowisata	27
Gambar 2. 16 Media Sosial PARI Pagung Agrowisata.....	28
Gambar 2. 17 logo Desa Sanankerto	30
Gambar 2. 18 Instagram Desa Sanankerto	31
Gambar 2. 19 Logo Taman Impian Ancol.....	33
Gambar 2. 20 Media Sosial Taman Impian Ancol	34
Gambar 3. 1 Sumber Podang.....	45
Gambar 3. 2 Sign System	46
Gambar 3. 3 UMKM	47
Gambar 3. 4 Wawancara Customer Insight.....	48
Gambar 3. 5 Narasumber <i>Consumer Journey</i>	50

Gambar 4. 1 Alur Keyword	55
Gambar 4. 2 Referensi Logo Desa Wisata Sanankerto	60
Gambar 4. 3 Referensi warna Desa Wisata Joho.....	61
Gambar 4. 4 Tipografi Desa Wisata Joho.....	62
Gambar 4. 5 Referensi Maskot Sayembara Logo ulang tahun Kota Malang	62
Gambar 4. 6 Mindmap.....	74
Gambar 4. 7 Studi Icon.....	75
Gambar 4. 8 sketsa kasar desain.....	75
Gambar 4. 9 kombinasi logo	76
Gambar 4. 10 komprehensif desain	76
Gambar 4. 11 proses validasi desain kepada pihak wisata, dosen dan Kuesioner	77
Gambar 4. 12 Desain Final Logo	77
Gambar 4. 13 <i>visual guideline branding</i> Desa Wisata Joho	78
Gambar 4. 14 Survei Kebutuhan Maskot Wisata	79
Gambar 4. 15 Penyusunan Konsep Maskot.....	80
Gambar 4. 16 Alternatif Maskot.....	81
Gambar 4. 17 Validasi Desain.....	81
Gambar 4. 18 Desain Maskot Terpilih	82
Gambar 4. 19 Gestur Maskot.....	83
Gambar 4. 20 Gate Pintu Masuk	84
Gambar 4. 21 Sign System	85
Gambar 4. 22 Merchandise.....	86
Gambar 4. 23 Corporate Identity	87
Gambar 4. 24 Billboard dan Brosur	88
Gambar 4. 25 Desain Media Sosial Instagram	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis Logo Desa Wisata Joho.....	22
Tabel 2. 2 Analisis Media Sosial Desa Wisata Joho	23
Tabel 2. 3 Analisis <i>Information Sign</i>	25
Tabel 2. 4 Analisis <i>Welcome Sign</i> Desa Wisata Joho	26
Tabel 2. 5 Analisis Logo PARI Pagung Agrowisata	27
Tabel 2. 6 Media Sosial PARI Pagung Agrowisata	28
Tabel 2. 7 Analisa Logo Desa Sanankerto	30
Tabel 2. 8 Analisa Instagram Desa Sanankerto.....	31
Tabel 2. 9 Analisis Logo Taman Impian Ancol	33
Tabel 2. 10 Media Sosial Taman Impian Ancol.....	34
Tabel 3. 1 Analisis Data Tows Matrix.....	47
Tabel 3. 2 Analisis Data TOWS Matrix	47
Tabel 3. 3 <i>Consumer Journey weekday</i>	50
Tabel 3. 4 <i>Consumer Journey weekend</i>	52
Tabel 4. 1 Timeline Implementasi.....	66
Tabel 4. 2 Implementasi Tagline	68
Tabel 4. 3 Draft Konten Media Sosial Instagram.....	70
Tabel 4. 4 Perhitungan Pengeluaran Selama 6 bulan	89
Tabel 4. 5 Total Biaya Produksi	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	95
Lampiran 2 Kuesioner	96
Lampiran 3 Kuesioner	97
Lampiran 4 Kuesioner	98
Lampiran 5 Kuesioner	99
Lampiran 6 Kuesioner Logo dan Maskot	100
Lampiran 7 Desa Wisata Joho	101
Lampiran 8 Desa Wisata Joho	102
Lampiran 9 Desa Wisata Joho	103
Lampiran 10 Desa Wisata Joho	104
Lampiran 11 Pameran Tugas Akhir	105
Lampiran 12 Lembar Asistensi Seminar	106
Lampiran 13 Lembar Asistensi K1	107
Lampiran 14 Lembar Asistensi Final	108