

DKV 425

LAPORAN PROYEK AKHIR

**PERANCANGAN BRAND IDENTITY PULAU KEMARO
GUNA MENINGKATKAN OBYEK WISATA DI KOTA PALEMBANG**



UNIKA SOEGIJAPRANATA

2020

DKV 425

LAPORAN PROYEK AKHIR

**PERANCANGAN BRAND IDENTITY PULAU KEMARO
GUNA MENINGKATKAN OBYEK WISATA DI KOTA PALEMBANG**



PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIKA SOEGIJAPRANATA

2020

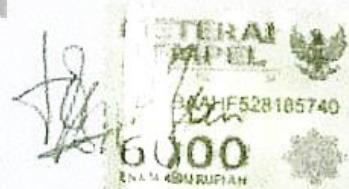
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Joanni Salomina Marya
NIM : 15.11.0076
Progdi / Konsentrasi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Arsitektur dan Desain

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul "Perancangan Brand Identity Pulau Kemaro Guna Meningkatkan Obyek Wisata di Kota Palembang" tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Palembang, 19 Agustus 2020
Yang menyatakan,



*TTD & Material

Joanni Salomina Marya



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir	:	Perancangan Brand Identity Pulau Kemaro Guna Meningkatkan Obyek Wisata Di Kota Palembang
Diajukan oleh	:	Joanni Salomina Maryar
NIM	:	15.L1.0076
Tanggal	:	01 Juli 2020 Telah setujui oleh
Pembimbing	:	Agustinus Dicky Prastomo SIP., M.A.
Penguji 1	:	Arwin Purnama Jati S.Sn., MA
Penguji 2	:	Maya Putri Utami S.Sn. M.Sn.
Ketua Program Studi	:	Bayu Widiantoro S.T., M.Sn.
Dekan	:	Dr. Dra. B. Tyas Susanti M.A.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat
di bawah ini

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=15.L1.0076

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Joanni Salomina Marya

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Arsitektur dan Desain

Jenis Karya : Proyek Akhir

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Nonekslusif atas karya ilmiah yang berjudul "Perancangan Brand Identity Pulau Kemaro Guna Meningkatkan Objek Wisata di Kota Palembang" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Palembang, 19 Agustus 2020
Yang menyatakan,

*TTD

Joanni Salomina Marya

ABSTRAK

“PERANCANGAN BRAND IDENTITY PULAU KEMARO GUNA MENINGKATKAN OBYEK WISATA DI KOTA PALEMBANG”

Joanni Salomina Marya (15.L1.0076) Fakultas Arsitektur dan Desain
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, Jawa Tengah

Pulau Kemaro salah satu obyek wisata yang ada di kota Palembang, Sumatera Selatan. Yang merupakan delta kecil yang terletak di tengah sungai musi berada sekitar 6 km dari Jembatan Ampera. Pulau Kemaro memiliki luas daerah ±79 Ha dengan ketinggian 5 m dpl. Pulau Kemaro ini banyak menyimpan beberapa sejarah yang menarik untuk dijelajahi dari segi cerita legendanya. Selain memiliki pesona alam yang indah, juga bangunannya yang unik. Tapi obyek wisata ini kurang banyak diketahui masyarakat di luar kota Palembang. Maka dari itu terbentuklah perancangan ini. Guna memberikan brand identity Pulau Kemaro untuk meningkatkan obyek wisata di kota Palembang.

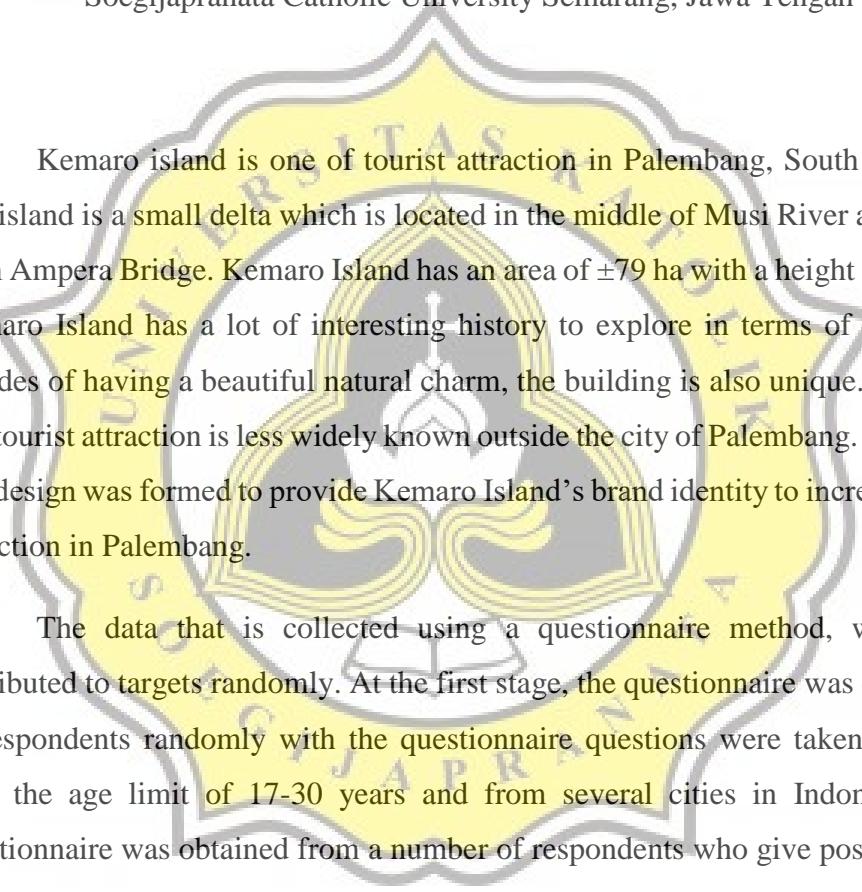
Data yang terkumpul menggunakan metode kuisioner, disebarluaskan kepada target sasaran secara acak. Tahap pertama, kuisioner dibagikan kepada responden secara acak, pertanyaan Kuesioner ini diambil dengan random dengan batasan usia 17-30 tahun dan dari beberapa kota yang ada di Indonesia. Mendapatkan beberapa responden yang memberikan nilai positif dan sebagian besar ingin berkunjung ke Pulau Kemaro yang ada di kota Palembang. Sehingga terbentuk tagline “Pulau Kemaro, Seru Nan Unik” dan beberapa media social dan media cetak untuk mempromosikan brand identity Pulau Kemaro ini, Agar user yang ada di kota lain yang beraada di luar kota Palembang mendapatkan informasi tentang obyek wisata Pulau Kemaro.

Kata kunci : obyek wisata, Pulau Kemaro, brand identity.

ABSTRAK

DESIGN OF KEMARO ISLAND BRAND IDENTITY TO INCREASE TOURIST ATTRACTION IN PALEMBANG CITY

Joanni Salomina Marya (15.L1.0076) Faculty of Architecture and Design
Soegijapranata Catholic University Semarang, Jawa Tengah



Kemaro island is one of tourist attraction in Palembang, South Sumatera. The island is a small delta which is located in the middle of Musi River about 6 km from Ampera Bridge. Kemaro Island has an area of ±79 ha with a height of 5 m dlp. Kemaro Island has a lot of interesting history to explore in terms of its legend. Besides of having a beautiful natural charm, the building is also unique. However, this tourist attraction is less widely known outside the city of Palembang. Therefore, this design was formed to provide Kemaro Island's brand identity to increase tourist attraction in Palembang.

The data that is collected using a questionnaire method, which was distributed to targets randomly. At the first stage, the questionnaire was distributed to respondents randomly with the questionnaire questions were taken randomly with the age limit of 17-30 years and from several cities in Indonesia. This questionnaire was obtained from a number of respondents who give positive value and most of them want to visit Kemaro Island in Palembang city. Therefore, the tagline "Kemaro Island, Fun And Unique" was formed and several social media and print media to promote this Kemaro Island's brand identity, therefore other users in other cities outside Palembang city can get information about Kemaro Island tourist attraction.

Key Words : Tourist Attraction, Kemaro Island, Identity Brand

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulisan panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul : “PERANCANGAN BRAND IDENTITY PULAU KEMARO GUNA MENINGKATKAN OBYEK WISATA DI KOTA PALEMBANG”.

Penulisan usulan penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam penyusunan proyek akhir ini pada Jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, Jawa Tengah.

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

1. Ibu M.M.Nurbertini, Bapak Philipus Marya, Kakak penulis Maria Ignatia Marya dan seluruh keluarga besar penulis, terima kasih atas curahan kasih sayang, dorongan doa, nasihat, motivasi, dan pengorbanan materilnya selama penulis menempuh studi di Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Prof. Dr. Ridwan Sanjaya, S.E., S.Kom., MS.IEC selaku Rektor Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Soegijapranata Semarang
3. Dra. B Tyas Susanti, MA., PhD Selaku Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
4. Agustinus Dicky Prastomo, SIP., MA. (Mod.) selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun proyek akhir ini.
5. Ir. Ign. Dono Sayoso, MSR selaku dosen wali saya yang banyak mendukung selama kuliah dalam mencapai tujuan.
6. Arwin Purnama Jati, S.Sn., MA dan Maya Putri Utami, S.Sn., M., Sn selaku dosen penguji yang selalu memberikan informasi baru untuk penulis dalam menyusun proyek akhir ini.
7. Seluruh Staff Dosen serta kariwan, dan Staff Asrama Universitas Katolik Soegijapranata Semarang kiranya telah banyak memberikan pengetahuan pada penulis, selama menimba ilmu di Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
8. Teman-teman seperjuangan penulis di organisasi mahasiswa Wanacaraka khususnya jahepala, alumni wcr dll. Yang telah mengembangkan kepribadian penulis dalam berorganisasi.
9. Sahabat karib dari titik awal maba sampai menua penulis di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang; nisa, ros, vallen, aren, bryan, banu, dom2, hap2, mbot, bernatdh, galang,bima yang telah menemani di kelas dan begadang bersama demi tugas-tugas desain komunikasi visual ini.

10. Sahabat sejati penulis anak-anak kos horor gria widya; iis ibu jery, kak yovia, kak flo, tirsa, benada, mba andra, yang selalu berbagi suka dan duka bersama penulis.
11. Sahabat mantan anak-anak asrama unika; suster asrama, ibu pur, maya, eva, esther, ika, inge, sindy, ujo, bunga, amel, peni, cicil yang ada menemani hari-hari penulis di asrama.
12. Sahabat kecil yang ada di kota Palembang, yang selalu memberikan semangat. Yaitu; Elisabeth, selvrida, widya, inge, juwita, Juliana, temen SMA, teman gereja; Coby SanPiter; ook, inge, kak paska, mbak egi, mas putu, nico, esak.
13. Tetangga penulis yang memberikan semangat selalu dari segi doa dan material.
14. Teman-teman angkatan 2015 yang menjalankan proyek akhir bersama; kuat kita bersama.
15. Temen-temen yang telah mengisi kuisioner penulis, sudah membantu dalam proses proyek akhir penulis.
16. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan naskah skripsi ini.

Rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya semoga Tuhan., membalas segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis. Amin.

Akhir kata penulis terimakasih untuk semua pihak yang telah mendampingi penulis dalam menjalankan proyek akhir ini. Kiranya proyek akhir ini dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pembaca.

Palembang, Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Batasan masalah	3
1.4 Rumusan Masalah.....	3
1.5 Tujuan	3
1.6 Manfaat	4
1.6.1 Bagi Masyarakat.....	4
1.6.2 Bagi Institusi Pendidikan	4
1.6.3 Bagi Individu.....	4
1.7 Metodologi Perancangan.....	4
1.7.1 User Research	4
1.7.2 Insight	5
1.7.3 Background Research.....	5
1.7.4 Initial Concepts.....	6
1.8 Skema Perancangan	7
1.9 Tinjauan Pustaka	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Brand.....	9
2.2 Identity.....	10
2.3 Brand Identity	10
2.4 Unsur-Unsur dalam Desain	11
2.4.1 Tipografi dan Ilustrasi.....	11
2.4.2 Bentuk (Shape).....	12

2.4.3 Warna (Color).....	13
2.5 Media Periklanan	13
2.6 Obyek Wisata	14
BAB III.....	16
STRATEGI KOMUNIKASI	16
3.1 Data Hasil Penelitian	16
3.1.1 Kota Palembang	16
.....	16
3.1.2 Budaya dan Kuliner Kota Palembang.....	18
3.1.3 Sejarah Pulau Kemaro.....	24
3.1.4 Hasil Data	25
3.2 Khalayak Sasaran.....	29
3.2.1 Geografis	29
3.2.2 Demografis.....	29
3.2.3 Psikografis	29
3.3 Strategi Komunikasi	30
3.3.1 Creative Brief.....	30
3.3.2 Strategi Verbal.....	31
3.3.3 Strategi Visual	31
3.3.4 Tema Brand Identity	33
3.3.5 Judul Brand Identity	33
3.3.6 Strategi Media.....	33
3.3.6.1	33
3.3.6.2	34
3.3.7 Rincian Anggaran	34
BAB IV.....	35
STRATEGI KREATIF.....	35
4.1 Konsep Verbal	35
4.2 Konsep Visual	35
4.2.1 Konsep Strategi Visual.....	35
4.2.1 Bentuk dan Filosofi Logo.....	36

4.2.2	Logogram.....	37
4.2.4	Warna.....	38
4.3	Grafik Standar Manual	39
4.3.1	Logo Utama	39
4.3.2	Nilai Visual.....	39
4.3.3	Logo Hitam Putih.....	40
4.3.4	Logo Grid	40
4.3.5	Penempatan dan Ukuran Logo	41
4.3.6	Minimum Clear Area	41
4.3.7	Konfigurasi dan Bentuk Pada Logo	42
4.3.8	Larangan Pengaplikasian Logo	42
4.4	Visualisasi Desain	43
4.4.1	Video di Youtube – Media Utama.....	43
4.4.2	Website	45
4.4.3	Iklan di TV	47
4.4.4	Majala.....	48
4.4.5	Koran.....	49
4.4.6	Iklan di Instagram.....	50
4.4.7	Iklan di Facebook	51
BAB V	52
KESIMPULAN DAN SASARAN.....		52
5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Sasaran	53
DAFTAR PUSTAKA	54