

TUGAS AKHIR
***REBRANDING* SEBAGAI UPAYA UNTUK**
MEMBENTUK *BRAND IMAGE* DESA WISATA
MELUNG



SAKTI ARIEF CAHYATAMA

20105083

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS REKAYASA INDUSTRI DAN DESAIN
INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM PURWOKERTO

2024

TUGAS AKHIR
***REBRANDING* SEBAGAI UPAYA UNTUK**
MEMBENTUK *BRAND IMAGE* DESA WISATA
MELUNG

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Desain Komunikasi Visual



SAKTI ARIEF CAHYATAMA
20105083

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS REKAYASA INDUSTRI DAN DESAIN
INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM PURWOKERTO
2024

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

***REBRANDING* SEBAGAI UPAYA UNTUK
MEMBENTUK *BRAND IMAGE* DESA WISATA
MELUNG**

Dipersiapkan dan Disusun oleh
Sakti Arief Cahyatama 20105083

Usulan penelitian Tugas Akhir telah disetujui pada tanggal
27 Mei 2024

Pembimbing I,



(Galih Putra Pamungkas, S.Sn., M.Sn)
NIDN. 0605089003

Pembimbing II,



(Gilang Ramadhan, S.Sn.,M.Sn)
NIDN. 0620058602

LEMBAR PENETAPAN PENGUJI
REBRANDING SEBAGAI UPAYA UNTUK
MEMBENTUK *BRAND IMAGE* DESA WISATA
MELUNG

Dipersiapkan dan Disusun Oleh
Sakti Arief Cahyatama 20105083

Tugas Akhir Telah Diuji dan Dinilai Panitia Penguji
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Rekayasa Industri dan Desain
Institut Teknologi Telkom Purwokerto
Pada Tanggal :
10 Juni 2024

Ketua Sidang Tugas Akhir

Galih Putra Pamungkas, S.Sn., M.Sn.
NIDN 0605089003

()


Sekretaris Sidang Tugas Akhir

Gilang Ramadhan, S.Sn., M.Ds.
NIDN 0620058602

(

Penguji I

Alfiandi Eka Kusuma, S.Sn., M.Sn.
NIDN 0627049002

(

Penguji II

Gladi Pawestri Utami, S.Sn., M.Sn.
NIDN 0610099201


(

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Rekayasa Industri dan Desain


Muhammad Fajar Sidiq S.T., M.T.
NIDN 0619029102

Kaprodi
Desain Komunikasi Visual


Riri Inpa Suryani, S.Sn., M.Sn.
NIDN 0613068802

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Sakti Arief Cahyatama
NIM : 20105083
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul berikut:
Rebranding Sebagai Upaya Untuk Membentuk *Brand Image* Desa Wisata Melung

Dosen Pembimbing Utama : Galih Putra Pamungkas, S.Sn., M.Sn.
Dosen Pembimbing Pendamping : Gilang Ramadhan, S.Sn., M.Ds.

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Institut Teknologi Telkom Purwokerto maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian Saya Sendiri, tanpa bantuan pihaklain kecuali arahan dari Tim Dosen Pembimbing.
3. Dalam Karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab Saya, bukan tanggung jawab Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
5. Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima Sanksi Akademik dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Purwokerto, 3 Juni 2024
Yang Menyatakan,

(Sakti Arief Cahyatama)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah menganugrahkan taufik dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penelitian yang berjudul “*Rebranding* Sebagai Upaya Untuk Membentuk *Brand Image* Desa Wisata Melung” tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masih sangat terbatas. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam mengerjakan penelitian ini, ucapan terima kasih tersebut khususnya saya berikan kepada:

1. Ibu Dr. Tenia Wahyuningrum, S.Kom., M.T. selaku Rektor Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
2. Bapak Muhammad Fajar Sidiq S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Rekayasa Industri dan Desain.
3. Ibu Riri Irma Suryani, S. Sn., M.Sn. selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi Telkom Purwokerto,
4. Bapak Galih Putra Pamungkas, S.Sn., M.Sn. dan Bapak Gilang Ramadhan, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing yang meluangkan waktunya dalam membantu perancangan tugas akhir ini.
5. Desa Wisata Melung dan pihak-pihak yang terlibat saat perancangan.
6. Keluarga tercinta, terutama bapak saya dan mamah saya atas semangat yang selalu diberikan serta memberikan dukungan moral dan material serta doa yang tiada henti kepada penulis. Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk mamah atas segalanya yang diberikan, kepada bapak yang selalu memberikan semangat dukungan yang luar biasa terimakasih terimakasih bapak dan mamah.
7. Teman-teman seperjuangan, yang telah memberikan bantuan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
8. Dan yang terakhir untuk diri saya sendiri yang telah berkomitmen untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

9. Terimakasih juga kepada kalian A.D.Hariyanto, Aprilia Linda, Abdul Kholis, Pelangi Nismarasyani atas semua dukunganya mbun terimakasih juga udah mau bantu.

Dengan semua keterbatasan yang dimiliki, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna, Penulis berharap bahwa tulisan ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di masa depan. Terima kasih.

Purwokerto,



Sakti Arief Cahyatama

Daftar Isi

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENETAPAN PENGUJI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
Daftar Isi.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
Daftar Tabel	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.2.1 Bagaimana strategi Rebranding Sebagai Upaya Untuk Membentuk Brand Image Desa Wisata Melung?	3
1.2.2 Bagaimana meimplementasikan strategi rebranding image desa wisata Melung menggunakan media promosi?	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.1 Merancang strategi Rebranding Sebagai Upaya Untuk Membentuk Image baru Desa Wisata Melung.....	4
1.3.2 Menentukan media implementasi yang tepat untuk digunakan dalam upaya untuk membentuk Image baru Desa Wisata Melung.....	4
1.4 Batasan Perancangan	4
1.4.1 Penelitian ini difokuskan hanya sebatas perancangan strategi rebranding image Desa Wisata Melung.	4
1.4.2 Rebranding Desa Wisata Melung difokuskan pada unsur-unsur branding yang terdapat pada Desa Wisata Melung antara lain adalah Tagline/slogan, copywriting, warna, tipografi dan sebagainya. Pada rebranding ini menggunakan media implementasi instagram dan media pendukung yang digunakan baliho, brosur, tiket, merchandise, dan baju pegawai.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II.....	6

TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Studi Pustaka	6
2.1.1 Jurnal Penelitian berjudul “Memperkuat Brand Image Dari Kozi Coffe Menggunakan Metode Rebranding”	6
2.1.2 Jurnal Penelitian berjudul ”Strategi Imc Pemerintah Kota Payakumbuh Dalam Proses Rebranding Untuk Membentuk Brand Image Payakumbuh City Of Randang”	7
2.1.3 Jurnal Penelitian berjudul “Strategi Rebranding Kampung Babakan Menjadi Kampung Berkelir Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Image Kota Tangerang”	8
2.2 Referensi Karya	10
2.2.1 Pasar Wiguna	10
2.2.2 Agua Santa	11
2.2.3 Nasional Zoological Park Delhi	11
2.3 Dasar Teori	12
2.3.1 Desa Wisata	12
2.3.2 Instagram	13
2.3.3 Rebranding	14
2.3.4 Brand Image	15
2.3.5 Tipografi	15
2.3.6 Warna	16
2.3.7 Copywriting	17
2.3.8 Layout	18
2.3.9 Pattern	19
BAB III	20
METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Metode Penelitian	20
3.1.1 Jenis Pendetakan	20
3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian	21
3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data	21
3.1.4 Informan Penelitian	22
3.1.5 Teknik Pengumpulan Data	22
3.1.6 Metode Analisis Data	24
3.2 Identifikasi Data	24
3.2.1 Profil Desa Wisata Melung	24

3.2.2 <i>Studi Kopetitor</i>	26
3.2.3 <i>Hasil Observasi dan Wawancara</i>	30
3.2.4 <i>Hasil Kuesioner</i>	35
3.3 Analisis Data	35
3.3.1 <i>Analisis SWOT</i>	35
3.3.2 <i>USP (Unique Selling Proposition)</i>	38
3.3.3 <i>Positioning</i>	38
3.4 Target Market dan Target Audiens.....	38
3.5 Kerangka Penelitian	40
JADWAL KEGIATAN.....	41
BAB IV	42
KONSEP PERANCANGAN KARYA.....	42
4.1 Ide Dasar Perancangan	42
4.2 Creative Brief	42
4.2.1 <i>What To Say</i>	42
4.2.2 <i>How To Say</i>	46
4.3 USP, ESP, Positioning, Consumer journey	53
4.3.1 <i>Unique Selling Proposition</i>	53
4.3.2 <i>ESP (Emotional Selling Point)</i>	53
4.3.3 <i>Positioning</i>	53
4.3.4 <i>Costumer Journey</i>	53
4.4 Media.....	54
4.4.1 <i>Media Utama</i>	54
4.4.2 <i>Media Pendukung</i>	54
4.5 Strategi Media	56
4.5.1 <i>Internet Media</i>	56
4.5.2 <i>Media Pendukung</i>	56
4.6 Produksi.....	58
BAB V.....	58
VISUALISASI KARYA.....	58

5.1 Media Utama	58
5.1.1 Feed Instagram paket Wisata Desa Wisata Melung	58
5.1.2 Feed Instagram Objek Wisata Desa Wisata Melung	60
5.2 Media Pendukung	63
5.2.1 Desain Billboard	63
5.2.2 Desain Brosur	64
5.2.3 Desain Tiket	66
5.2.4 Desain Kaos	67
BAB VI	70
PENUTUP	70
6.1 Kesimpulan	70
6.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
Lampiran	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Posting Media Sosial Pasar Wiguna	10
Gambar 2. 2 Referansi Behance Heitor Lima	11
Gambar 2. 3 Referensi Behance Srukiri Shani.....	11
Gambar 3. 1 Melukis Tembok Warga.....	27
Gambar 3. 2 Daya Tarik Wisata Pekunden.....	28
Gambar 3. 3 Daya Tarik Wisata Desa Cikakak	30
Gambar 3. 4 Daya Tarik Wisata Desa Melung	32
Gambar 3. 5 Website Melung, Area Camp Pagubukan Melung.....	34
Gambar 3. 6 Website Dan Sosial Media Instagram	35
Gambar 4. 1 Palet Warna	46
Gambar 4. 2 Pattern Wisata Alam.....	47
Gambar 4. 3 Pattern Wisata Religi.....	47
Gambar 4. 4 Pattern Wisata Budaya	48
Gambar 4. 5 Pattern Wisata Edukasi.....	48
Gambar 4. 6 Pattern Wisata Sejarah	49
Gambar 4. 7 Hasil Pattern	49
Gambar 4. 8 Pattern Wisata Religi.....	50
Gambar 4. 9 Pattern Wisata Sejarah	50
Gambar 4. 10 Pattern Wisata Budaya	50
Gambar 4. 11 Pattern Wisata edukasi	50
Gambar 4. 12 Pattern Wisata Alam	51
Gambar 4. 13 Font Aloevera.....	51
Gambar 4. 14 Font Poppins.....	52
Gambar 5. 1 Desain Feed Paket Wisata	59
Gambar 5. 2 Desain Feed Objek Wisata	62
Gambar 5. 3 Desain Billboard.....	63
Gambar 5. 4 Desain Brosur Bagian Depan	64
Gambar 5. 5 Desain Brosur Bagian Belakang	65
Gambar 5. 6 Desain Tiket	67

Gambar 5. 7 Desain Kaos.....67
Gambar 5. 8 Desain Topi Rimba68
Gambar 5. 9 Desain Totebag.....69



Daftar Tabel

Tabel 3. 1 Data Analisis SWOT (strength, weakness, opportunities, threats)	37
Tabel 3. 2 Jadwal Kegiatan	41
Tabel 4. 1 Produksi	58

