

PROPOSAL PENELITIAN

IDENTITAS VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI BINJAI KOTA RAMBUTAN



TENGGU MUHAMMAD FAJRI

18105099

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

2022

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

**IDENTITAS VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI
BINJAI KOTA RAMBUTAN**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

TENGGU MUHAMMAD FAJRI

18105099

Usulan Penelitian Tugas Akhir Telah Disetujui Pada Tanggal

14-02-2023

Pembimbing I,



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

NIDN. 0605089003

Pembimbing II,



(Alfiandi Eka Kusuma, S.Sn., M.Sn)

NIDN. 0627049002


**HALAMAN PENETAPAN PENGUJI
IDENTITAS VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI
BINJAI KOTA RAMBUTAN**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh
TENGGU MUHAMMAD FAJRI 18105099
Tugas Akhir Telah Diuji dan Dinilai Panitia Penguji Program Studi Desain
Komunikasi Visual Fakultas Rekayasa Industri dan Desain
Institut Teknologi Telkom Purwokerto
Pada Tanggal : 14-02-2023


Ketua Sidang Tugas Akhir
Galih Putra Pamungkas, S.Sn., M.Sn.
NIDN 0605089003

()
.....)

Sekretaris Sidang Tugas Akhir
Alfiandi Eka Kusuma, S.Sn., M.Sn.
NIDN 0627049002

(
.....)

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

(
.....)

Penguji II
Luqman Wahyudi, S.Sn., M.Sn.
NIDN 0609119002

(
.....)

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Rekayasa Industri dan Desain

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

Kaprodi
Desain Komunikasi Visual

Arsita Pmandita, S.Sn., M.Sn.
NIDN 0621018503

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Tengku Muhammad Fajri

NIM : 18105099

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul berikut:

Identitas Visual Sebagai Media Promosi Binjai Kota Rambutan

Dosen Pembimbing Utama : Galih Putra Pamungkas, S.Sn., M.Sn.

Dosen Pembimbing Pendamping : Alfiandi Eka Kusuma, S.Sn., M.Sn.

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 pihak lain 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, 6 Februari 2023

Yang Menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 10,000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '10000', and 'METERAI TEMPEL'. The number '44FBANKR0552478' is visible at the bottom of the stamp.

(Tengku Muhammad Fajri)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Berkat rahmat dan karunianya, penulis menyusun proposal penelitian yang berjudul " IDENTITAS VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI BINJAI KOTA RAMBUTAN"

Penulisan proposal penelitian ini diajukan guna menyelesaikan tugas akhir di Institut Teknologi Telkom Purwokerto, maka dari itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasihnya atas segala petunjuk, bimbingan dan bantuannya kepada:

1. Orang Tua Penulis yang telah mendukung dan mendoakan untuk kelancaran dalam penyusunan proposal penelitian ini.
2. Dr. Arfianto Fahmi, ST., MT., IPM selaku Rektor Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
3. Bapak Muhammad Fajar Sidiq, S.T., M.T selaku Dekan Fakultas Rekayasa Industri dan Desain Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
4. Bapak Arsita Pinandita, M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
5. Dosen pembimbing Bapak Galih Putra Pamungkas & Bapak Alfiandi Eka Kusuma selaku dosen pembimbing 1 & 2 yang telah memberikan banyak dukungan dan masukan bagi penulis.
6. Pemerintah Kota Binjai yang telah membantu penulis hingga dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.
7. Wulan Amelia Fernanda selaku partner yang telah banyak membantu, memberi semangat dan mendukung proses tugas akhir hingga selesai.
8. Teman dekat yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan dalam penulisan penelitian.
9. Dan kepada semua pihak yang telah banyak membantu yang tidak dapat penulis ungkapkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini masih belum sempurna . Oleh karena itu, saran dan kritik dari semua pihak sangat diharapkan demi perbaikan proposal di masa mendatang.

Medan, 28 Juli 2022

Tengku Muhammad Fajri

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENETAPAN PENGUJI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Refrensi Perancangan	5
2.1.1 Penelitian dengan judul “Perancangan <i>City Branding</i> Kota Bukittinggi sebagai pembentuk Identitas kota”	5
2.1.2 Penelitian dengan judul “Perancangan Logo dan Slogan Kabupaten Trenggalek Sebagai Media <i>City Branding</i> ”	5
2.1.3 Penelitian dengan judul “Perancangan Logo Dan Identitas Visual Untuk Kota Bogor”	6
2.2 Referensi Karya	7
2.2.1 <i>Enjoy</i> Jakarta	7

2.2.2	<i>Taste Of Padang</i>	8
2.2.3	Jogja Istimewa	8
2.3	Dasar Teori	9
2.3.1	<i>Branding</i>	9
2.3.2	Identitas Visual.....	10
2.3.3	Media Promosi	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		20
3.1	Metode Penelitian.....	20
3.1.1	Jenis Pendekatan	20
3.1.2	Objek dan Subjek penelitian	20
3.1.3	Jenis data dan sumber data.....	21
3.1.4	Teknik Pengumpulan data.....	22
3.1.5	Metode Analisis Data.....	22
3.2	Identifikasi data	23
3.2.1	Profil.....	23
3.2.2	Analisis data.....	30
3.3	<i>Target Audience</i>	32
3.3.1	Menurut Geografis	33
3.3.2	Menurut Demografis	33
3.3.3	Menurut Psikografis	33
3.4	Kerangka Perancangan	34
3.5	Jadwal Perancangan	35
BAB IV KONSEP PERANCANGAN KARYA.....		37
4.1	Ide dasar perancangan	37
4.2	Konsep Perancangan	37

4.2.1	Target Audiens	37
4.2.2	<i>Brainstorming</i>	38
4.2.3	Kata Kunci	38
4.2.4	Studi Visual.....	39
4.2.5	Sketsa Logo.....	39
4.2.6	Studi Tipografi	40
4.2.7	Studi Warna.....	41
4.2.8	Logo Alternatif.....	43
4.2.9	Logo Final	44
4.2.10	Konsep & Makna Logo.....	45
4.2.11	<i>Tagline</i>	46
4.2.12	<i>Brand Guideline</i>	46
4.3	Media.....	50
4.3.1	Media Pendukung	50
4.3.2	Strategi Media	52
4.4	Produksi.....	53
BAB V VISUALISASI KARYA		54
5.1	Perancangan Logo Binjai Kota Rambutan	54
5.2	Perancangan Feed Instagram.....	54
5.3	Perancangan Instastory	55
5.4	Perancangan Merchandising.....	56
5.4.1	Kaos	56
5.4.2	Lanyard	56
5.4.3	Gantungan Kunci	57
5.4.4	Stiker	57

5.4.5	Pulpen.....	58
5.4.6	Gelas.....	58
5.4.7	Payung.....	59
5.5	Perancangan Header Website	59
5.6	Perancangan Decal Mobil	60
5.7	Perancangan Banner Horizontal dan Banner Vertikal.....	61
5.7.1	Banner Horizontal	61
5.7.2	Banner Vertikal	62
5.8	Perancangan Graphic Standart Manual	63
5.9	Implementasi Landmark.....	76
BAB VI PENUTUP		78
6.1	Kesimpulan.....	78
6.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA		79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 2.2.1.1 Identitas Visual Kota Jakarta.....	7
Gambar 2 2.2.2.1 Identitas Visual Kota Padang	8
Gambar 3 2.2.3.1 Identitas Visual Kota Jogja	9
Gambar 4 3.2.1.3.1 Kebun Rambutan di halaman rumah masyarakat Kota Binjai	25
Gambar 5 3.2.1.3.2 Kebun Rambutan di halaman rumah masyarakat Kota Binjai	25
Gambar 6 3.2.1.3.3 Visual Slogan Binjai Kota Idaman.....	26
Gambar 7 3.2.1.3.4 Visual Binjai Kota Rambutan setelah pergantian dari Binjai Kota Idaman	27
Gambar 8 3.2.1.3.5 Logo Binjai Kota Rambutan Di taman Pujasera	28
Gambar 9 3.2.1.3.6&7 Kota Binjai tidak memiliki media sosial Instagram sebagai media promosi.....	29
Gambar 10 3.2.1.3.8 Website pemerintah Kota Binjai yang tidak memberikan banyak informasi	30
Gambar 11 3.4.1 Kerangka Perancangan Identitas Visual Sebagai Media Promosi Binjai Kota Rambutan.....	34
Gambar 12 4.2.2.1 Brainstorming Sumber : Dokumentasi Penulis	38
Gambar 13 4.2.4.1 Studi Visual	39
Gambar 14 4.2.5.1 Sketsa Logo	39
Gambar 15 4.2.7.1 Warna <i>Chilli Red</i>	41
Gambar 16 4.2.7.2 Warna Forest Green	42
Gambar 17 4.2.7.3 Warna White Linen	42
Gambar 18 4.2.8.1 Logo Altermatif 1	43
Gambar 19 4.2.8.2 Logo Alternatif 2.....	43
Gambar 20 4.2.8.3 Logo Alternatif 3	44
Gambar 21 4.2.9 Logo Final	44
Gambar 22 4.2.10 Konsep & Makna Logo	45
Gambar 23 Grid logo	46
Gambar 24 4.2.12.2.1 Logo Horisontal.....	47
Gambar 25 4.2.12.2.2 Logogram Gambar 26 4.2.12.2.3 Logo Vertikal	47
Gambar 27 4.12.3.1 Area Aman Logo	47
Gambar 28 4.2.12.3.2 Area Aman Logo Horisontal	48
Gambar 29 4.2.12.3.3 Area Aman Logogram.....	48
Gambar 30 4.2.12.3.4 Area Aman Logo Vertikal.....	49
Gambar 31 4.2.12.4.1 Ukuran Minimal Logo.....	49
Gambar 32 4.2.12.4.2 Ukuran Minimal Logo.....	50
Gambar 33 4.2.12.5.1 Supergrafis	50
Gambar 34 5.1.1 Logo Binjai Kota Rambutan	54

Gambar 35 5.2.1 Desain Feed Instagram	54
Gambar 36 5.3.1 Instagram Story	55
Gambar 37 5.4.1.1 Desain Kaos	56
Gambar 38 5.4.2.1 Desain Lanyard	56
Gambar 39 5.4.3.1 Desain Gantungan Kunci	57
Gambar 40 5.4.4.1 Desain Stiker	57
Gambar 41 5.4.5.1 Desain Pulpen.....	58
Gambar 42 5.4.6.1 Desain Gelas.....	58
Gambar 43 5.4.7.1 Mockup Payung.....	59
Gambar 44 5.5.1 Desain Header Website	59
Gambar 45. 5.6.1 Mockup Decal Mobil	61
Gambar 46 5.7.1.1 Banner Horizontal	62
Gambar 47 5.7.2.1 Banner Vertikal	62
Gambar 48 5.8.1 Desain Gsm	75
Gambar 49 5.9.1 Implementasi Landmark.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1 3.2.2.1 Analisis data 5W+1H.....	32
Tabel 2 3.5.1 Jadwal Perancangan	35
Tabel 3 4.4.1 Produksi	53