

**ABSTRAK**  
**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI**  
**PERKAMPUNGAN BUDAYA BETAWI SETU BABAKAN**

**Oleh: Rezky Yostisa Philodanda**

**NPM: 1401110349**

Betawi sebagai suku asli Jakarta mempunyai banyak keunikan di dalamnya. Tetapi, pada saat ini budaya Betawi pun sudah mulai dilupakan. Hal ini bisa dilihat dari masih kurangnya peminat wisata budaya yang ada di kawasan Jakarta, seperti Perkampungan Budaya Betawi. Padahal, Perkampungan Budaya Betawi memiliki potensi yang kuat sebagai tempat wisata budaya. Terlepas dari segala kelebihan yang dimiliki, Perkampungan Budaya Betawi masih belum mempunyai identitas visual yang kuat dan media promosi yang efektif sehingga masyarakat tidak banyak mengetahui keberadaan tempat ini. Penulis mengumpulkan semua data yang berkaitan dengan tugas akhir dengan cara wawancara, observasi, kuisisioner, dan studi pustaka. Penggunaan *tagline* dan elemen visual yang menjadi ciri khas Betawi digunakan dalam perancangan agar pesan yang ingin disampaikan bisa dengan mudah dimengerti oleh khalayak sasaran. Identitas visual yang dibuat adalah logo, yang akan diaplikasikan ke setiap media promosi. Sedangkan media promosi yang digunakan adalah poster, iklan majalah, iklan surat kabar, *digital poster*, *Twitter*, *Facebook*, *website*, *souvenir*, brosur, *map*, *signage*, kartu nama, dan juga tiket. Diharapkan perancangan identitas visual dan media promosi ini mampu meningkatkan kunjungan wisatawan Perkampungan Budaya Betawi, sehingga bisa ikut melestarikan budaya Betawi.

Kata kunci: Media promosi, identitas visual, wisata, Perkampungan Budaya Betawi

## **ABSTRACT**

### **DESIGNING VISUAL IDENTITY AND PROMOTION MEDIA FOR BETAWI CULTURAL VILLAGE SETU BABAKAN**

**By: Rezky Yostisa Philodanda**

**NPM: 1401110349**

Betawi as native tribe of Jakarta has many uniqueness in it. But, nowadays, Betawi's culture has been forgotten by its people. This can be seen from not so many people who are interested to come to cultural tourist attraction in Jakarta, such as Betawi Cultural Village Setu Babakan. Whereas, Betawi Cultural Village Setu Babakan is having a strong potential as a cultural tourist attraction. Nonetheless, beside all the strengths it has, Betawi Cultural Village still doesn't have a strong visual identity and an effective promotion media. It makes the people in Jakarta don't know much information about this place. The author collected all the data through interview, observation, questionnaire, and related literature. Tagline and visual element which related to Betawi signature are used in this visual identity and promotion media's design in order to the design can be easily understood by the audience. Visual identity includes the logos, and will be used in each promotion media. While promotion media includes a poster, magazine advertising, a newspaper advertisement, digital posters, twitter, facebook, website, souvenirs, brochures, map, signage, name card, and ticket. These visual identity and promotion media are expected to attract tourists to come to Betawi Cultural Village.

**Key words:** Promotion media, visual identity, tourism, Perkampungan Budaya Betawi