

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan hanya kepada Allah SWT, shalawat serta salam semoga tercurah limpah kepada Nabi Muhammad SAW karena dengan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tugas Akhir ini dikerjakan demi memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Desain di Jurusan Desain Komunikasi Visual Telkom Creative Industries School (TCIS). Dalam pelaksanaan tugas akhir ini penulis mendapatkan banyak pengetahuan mengenai *Geopark* maupun penerapan bentuk *brand identity* yang sesuai dengan kebutuhan kawasan *Geopark* di Ciletuh.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima. Apabila ada hal –hal atau perkataan penulis dalam tugas akhir ini yang kurang berkenan bagi pembaca, penulis ucapkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya, dan mohon dimaklumi. Semoga Karya Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak pihak demi kemaslahatan bersama serta bernilai ibadah di hadapan Allah SWT.

Bandung, Juli 2014

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Terselesaikannya Tugas Akhir ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan uluran tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, tak salah kiranya bila penulis mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Bapak Dr. Didit Widiatmoko, M. Sn, selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual Telkom Creative Industries School (TCIS).
2. Bapak Muhammad Iskandar, S.Sn, selaku pembimbing yang dengan sabar telah meluangkan waktu membimbing dan mengarahkan penulisan.
3. Bapak Ir. Oman Abdurahman selaku ketua Tim 3G Geopark dari Badan Geologi Jawa Barat yang telah bersedia menjadi narasumber dan memberikan banyak informasi yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Thendy Hendrayana selaku Kepala Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga (Disparbudpora) Kabupaten Sukabumi, Bapak Jujun Juhaeni, S.Sos, selaku Sekretaris Disparbudpora Kabupaten Sukabumi dan Ibu Hj. Enny Indarti, S.STP., M.Si, selaku Kepala Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Disporaparekraf Kota Sukabumi yang telah bersedia menjadi narasumber dan memberikan banyak informasi yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Endang Sutisna selaku ketua Paguyuban Alam Pakidulan Sukabumi (PAPSI) yang telah bersedia menjadi narasumber dan menemani selama observasi di kawasan *Geopark* Ciletuh desa Taman Jaya.
6. Keluarga tercinta, Bapak Dr.H.Kohar Pradesa, Ibu Imat Ismawati dan Bibi Ervie Karina, yang senantiasa membantu dan mencurahkan seluruh tenaga, serta dorongan material maupun spiritual. Serta adik-adik tercinta Galih Anugerah Ramadhan, Gibran Ridhatullah dan Gabriel Muhammad Zawad Mauludi semoga kalian menjadi manusia yang berguna bagi sesama, nusa dan bangsa.

7. Keluarga besar Wolf Tourism dan Milkyways Cafe, Dida Nugraha, A.Md, Muchlis Julianda, A.Md, Rio Syahid Wardhany, A.Md, Rasuma Mugi Wijaya dan Muhammad Dikrie, S.Kom (Cand) yang telah membantu dalam proses Tugas Akhir ini.
8. Abi Yasa, S.Ds, Ahmad Hilal, S.Ds, Muhammad Rifky Nuranshori, S.Ds, Ryan Wiranda Putra, S.Ds, Doni Ridwan, S.Ds dan Haiz Fikry, S.Ds terima kasih atas segala saran dan masukannya pada saat dialog dini hari.
9. Ine Rahayu yang telah memberikan dorongan secara spiritual maupun material dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
10. Teman-teman seperjuangan Michael Chistiano Budiman, Gaudi Andra Muhammad, Andika Mauladitya, Bara Adji Yasin, Riza Kurniawan, Gilang Fajar Alfianto, Hamzah Balgohum, Agnan Habiburachman, Dwi Rendragraha Arif Hera Putra, Tiara Maharani, Faisal Habibie, Angga Indrawan Fauzi, Sadam Husein, Kharisma Carolus, Muhammad Ieбал Azwar, Nico Putra Ganta, Nobel Ramos, Joko Prasetyo dan Mahendra Satria Putra yang telah membantu dorongan semangat spiritual, emosional, motifasi, ilusi hingga imajinasi seperti para Dewa sehingga semua indah pada waktunya dan menjadi identitas diri yang sempurna.

Semoga Allah membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya.

Bandung, Juli 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
<u>LEMBAR PERNYATAAN</u>i
<u>KATA PENGANTAR</u>ii
<u>UCAPAN TERIMAKASIH</u>iii
<u>ABSTRAK</u>iv
<u>ABSTRACT</u>vi
<u>DAFTAR ISI</u>vii
<u>DAFTAR GAMBAR</u> x
<u>DAFTAR DIAGRAM</u>xii
<u>DAFTAR TABEL</u>xii
BAB I PENDAHULUAN1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup	5
1.4 Tujuan Perancangan	6
1.4.1 Tujuan Umum.....	6
1.4.2 Tujuan Khusus.....	6
1.5 Manfaat Perancangan.....	7
1.5.1 Bagi Penulis (Perancang)	7
1.5.2 Bagi Lembaga (TCIS)	7
1.5.3 Bagi Pembaca	7
1.6 Metode Penelitian.....	8
1.7 Kerangka Perancangan	9
1.8 Pembabakan.....	10
BAB II LANDASAN DASAR	11
2.1 Tinjauan Teoritik.....	11

2.1.2	Sejarah <i>Brand</i>	11
2.1.3	Pengertian <i>Brand</i>	11
2.1.4	Fungsi <i>Brand</i>	13
2.1.5	Manfaat <i>Brand</i>	13
2.1.5	Jenis-jenis <i>Brand</i>	14
2.1.6	<i>Brand Identity</i> (Identitas Merek)	18
2.1.7	<i>Brand Strategy</i>	24
2.1.8	Teori <i>Gestalt</i>	25
2.1.9	Desain Grafis	28
2.1.10	Media.....	37
2.1.11	Teori Analisis SWOT	38
2.1.12	Teori AIO (Activity, Interest, Opinion)	39
2.1.13	Teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	39
BAB III	DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	40
3.1	Tinjauan Empirik.....	40
3.1.1	Letak Geografis Kabupaten Sukabumi.....	40
3.1.2	Gambaran mengenai kawasan geopark di Ciletuh	41
3.2	Target Audience	47
3.2.1	Demografis	47
3.2.2	Geografis	48
3.2.3	Psikografis	48
3.2.4	Perilaku Konsumen	48
3.3	Data Proyek Sejenis.....	49
3.3.1	Analisis Kompetitor.....	49
3.3.2	Analisis SWOT.....	50
3.3.3	Matriks SWOT	52
3.4	Data Hasil Survey.....	53
3.4.1	Data Observasi.....	53
3.4.2	Data Wawancara.....	55

3.4.3 Data Kuesioner	64
3.5 Analisis SWOT.....	65
3.6 Skema Analisis	67
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	68
4.1 Konsep Perancangan	68
4.2 Konsep Pesan (Ide Besar).....	68
4.2.1 Strategi Pesan	70
4.3 Konsep Kreatif.....	71
4.3.1 Strategi Komunikasi	73
4.4 Konsep Media.....	74
4.5 Konsep Visual	77
4.6 Konsep Bisnis.....	78
4.7 Hasil Perancangan	80
4.7.1 Media Utama	80
1 Konsep Logo	80
2 Warna	83
3 Aplikasi	86
BAB V PENUTUP.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>name-only logo</i>21
Gambar 2.2 <i>name / symbol logos</i>21
Gambar 2.3 <i>initial letter logos</i>22
Gambar 2.4 <i>pictorial name logos</i>22
Gambar 2.5 <i>Associative logos</i>22
Gambar 2.6 <i>Allusive logos</i>22
Gambar 2.7 <i>Abstract logos</i>23
Gambar 2.8 Kemiripan (<i>Similarity</i>)27
Gambar 2.9 Kedekatan (<i>Proximity</i>)27
Gambar 2.10 Penutupan (<i>Closure</i>).....	..27
Gambar 2.11 Kontinuitas (<i>Continuity</i>).....	..28
Gambar 2.12 Figur-latar (<i>Figure-ground</i>)28
Gambar 2.13 Lingkaran Warna.....	..30
Gambar 2.14 Model Warna Warna31
Gambar 2.15 Huruf <i>Times New Roman</i>35
Gambar 2.16 Huruf <i>Helvetica</i>35
Gambar 2.17 Huruf <i>Evernight</i>36
Gambar 2.18 Huruf <i>Monospace</i>36
Gambar 2.18 Huruf <i>Mistral</i>36
Gambar 3.1 Peta Kabupaten Sukabumi40
Gambar 3.2 Peta tata letak desa di kawasan <i>geopark</i>43
Gambar 3.3 Foto satelit jarak lokasi <i>geopark</i> dari Kota Sukabumi43
Gambar 3.4 Foto satelit kawasan <i>geopark</i> yang menyerupai tapal kuda.....	..44
Gambar 3.5 Pegunungan di kawasan <i>geopark</i>45
Gambar 3.6 Kawasan <i>geopark</i> yang menyerupai tapal kuda (1)45
Gambar 3.7 Kawasan <i>geopark</i> yang menyerupai tapal kuda (2)46
Gambar 3.8 Teluk Ciletuh di dalam kawasan <i>geopark</i>46
Gambar 3.9 <i>Curug Awang</i> di dalam kawasan <i>geopark</i>46
Gambar 3.10 Pulau Mandra46

Gambar 4.1 Tipografi Ciletuh Sans78
Gambar 4.2 <i>Display booth</i> pada even79
Gambar 4.3 Studi visual, bentuk dan warna81
Gambar 4.4 Sketsa logo82
Gambar 4.5 Proses desain alternatif.....	..82
Gambar 4.6 Desain terpilih83
Gambar 4.7 Warna desain terpilih83
Gambar 4.8 B&G dan B&W.....	..84
Gambar 4.9 Tata letak logo.....	..84
Gambar 4.10 Perbandingan ukuran.....	..85
Gambar 4.11 Penempatan <i>tagline</i> dalam logo85
Gambar 4.12 Modeling logo 3D85
Gambar 4.13 Tanda pengenal86
Gambar 4.14 Kartu nama87
Gambar 4.15 Kop surat87
Gambar 4.16 Amplop kecil.....	..88
Gambar 4.17 Map kecil.....	..88
Gambar 4.18 Kertas memo89
Gambar 4.19 Kaos.....	..89
Gambar 4.20 Gapura90
Gambar 4.21 Postcard90
Gambar 4.22 Cendra mata.....	..91
Gambar 4.23 Brosur91
Gambar 4.24 Sign System.....	..92
Gambar 4.25 Poster.....	..92
Gambar 4.26 Booklet93
Gambar 4.27 X-banner.....	..93
Gambar 4.28 Video Teaser94
Gambar 4.29 Website.....	..94
Gambar 4.30 Mobil travel.....	..95
Gambar 4.31 Billboard.....	..95

Gambar 4.32 CD & Tote bag96
Gambar 4.33 Konten Booklet96

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 Piramida <i>Brand Awarness</i>15
Diagram 2.2 Piramida Loyalitas16
Diagram 3.1 Persentase 165
Diagram 3.2 Persentase 265

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kerangka Perancangan.....	..9
Tabel 2.1 Elemen <i>Brand</i>19
Tabel 2.2 Contoh Media.....	..38
Tabel 3.1 Analisis Kompetitor49
Tabel 3.2 Analisis SWOT51
Tabel 3.3 Matriks SWOT52
Tabel 3.4 AIO.....	..55
Tabel 3.5 Skema Analisis.....	..67
Tabel 4.1 AIDA.....	..73
Tabel 4.2 Biaya Media75
Tabel 4.3 Perancangan Media.....	..76
Tabel 4.4 Bentuk dan warna77