

**PERANCANGAN IDENTITAS WISATA PEGUNUNGAN  
MALABAR DAN PENERAPAN PADA MEDIA PROMOSI**

**PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada  
Fakultas Industri Kreatif

Oleh :  
**Amelia Yurika Sari**  
**1401100172**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS INDUSTRI KREATIF - UNIVERSITAS TELKOM  
BANDUNG**

**2014**

**PERANCANGAN IDENTITAS WISATA PEGUNUNGAN MALABAR  
DAN PENERAPAN PADA MEDIA PROMOSI**

Oleh :  
Amelia Yurika Sari  
1401100172

Menyetujui,  
Pembimbing  
Bandung, 7 Juli 2014

Dr. Didit Widiatmoko Soewardikoen, M.Sn  
NIP. 11570798-3

## **LEMBAR PERYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini dengan Judul “Perancangan Identitas Wisata Pegunungan Malabar dan Penerapan Pada Media Promosi” adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam Tugas Akhir saya ini.

Bandung, 7 Juli 2014

Amelia Yurika Sari

NIM : 1401100172

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Identitas Wisata Pegunungan Malabar dan Penerapan Pada Media Promosi”. Adapun tujuan Tugas Akhir ini guna untuk menyelesaikan dan memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Desain, Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Multimedia Marketing, Fakultas Industri Kreatif.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini dapat selesai dengan bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu perkenankan penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Didit Widiatmoko Sowardikoen, M.Sn, selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan serta arahan dalam menyusun Tugas Akhir ini.
2. Bapak Drs. Mohamad Tohir, S.ST., M.Ds, selaku penguji 1 yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Drs. Budiman, S.Ds., M.Pd, selaku penguji 2 yang telah memberikan saran dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Kepada Dinas Pariwisata Kab. Bandung, Perhutani, dan PGPI, selaku narasumber.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini baik dalam segi penyajian data maupun penulisan. Kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk penulisan selanjutnya. Penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak. Atas perhatiannya penulis ucapkan terimakasih.

Bandung, 7 Juli 2014

Penulis

**ABSTRAK**  
**PERANCANGAN IDENTITAS WISATA PEGUNUNGAN MALABAR  
DAN PENERAPAN PADA MEDIA PROMOSI**

**Oleh**  
**Amelia Yurika Sari**  
**NPM: 1401100172**

Jawa Barat adalah sebuah provinsi di Indonesia yang terdiri dari 27 kabupaten dengan ibu kota Bandung. Bandung sebagai kota yang dikenal akan keindahan alamnya karena letaknya yang dikelilingi berbagai macam wisata alam seperti gunung, hutan, perkebunan teh, dan pertanian. Namun kurang begitu banyak khalayak luar yang mengetahui alam indah lainnya seperti kawasan Pegunungan Malabar atau memiliki nama lain yang biasa disebut Gunung Puntang. Wisata Pegunungan Malabar dapat menarik wisatawan, selain itu dapat pula menjadi pilihan tempat bagi penggemar fotografi dan juga penikmat alam bebas baik mahasiswa ataupun siswa SLTA, maka diperlukan perancangan identitas Wisata Pegunungan Malabar dan penerapan pada media promosi dengan tujuan agar Pegunungan Malabar menjadi lebih dikenal dan sebagai tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. didapatkan data bahwa dibutuhkan perancangan identitas Pegunungan Malabar serta penerapan identitas tersebut pada media promosi untuk mendukung dan meningkatkan kunjungan wisatawan.

Konsep perancangan kali ini yaitu “Ceria Bersama Alam,” yang dimaksud adalah “Kawasan Wisata Pegunungan Malabar menjadi tujuan wisata alam di Bandung Selatan,” dengan menggunakan unsur alam dari Pegunungan Malabar lainnya sebagai acuan dalam visualisasi media - media yang meliputi logo identitas Pegunungan Malabar, serta pada penerapan media brosur, booklet, poster, website, x-banner, dan media pendukung lainnya. Diharapkan perancangan ini identitas yang lebih baik yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan Pegunungan Malabar.

Kata Kunci : Pegunungan, Pariwisata, Wisata Alam, Identitas.

## **ABSTRACT**

### **DESIGNING TOUR MALABAR MOUNTAINS AND ADOPTION OF THE MEDIA PROMOTION**

**By**

**Amelia Yurika Sari**

**NPM: 1401100172**

West Java is a province of Indonesia, comprising of 27 districts in the capital city of Bandung. Bandung is a city that is renowned for its natural beauty due to its wide range of attractions surrounded nature such as mountains, forests, tea plantations, and agriculture. But so much less external audiences who know other beautiful natural areas like Malabar Mountains or have other names commonly called Mount Puntang. Malabar Mountains Tourism to attract tourists, as well as the can is a favorite place for photography enthusiast and connoisseur wild university students or high school students, there is much planning trips identity Malabar Mountains and the application in media campaigns with a view to becoming more famous Malabar Mountains and the place of interest to visit.

The method used in data collection are observation, interviews, documentation and library studies. obtained data that it takes planning Mountains Malabar identity and the identity of the application on the media campaign to support and enhance the tourist visits.

The concept of this plan is the "Fun With Nature," the question is "Mountain Tourism Area Malabar a natural tourist destination in South Bandung," using natural elements from other Malabar Mountains as a reference in the visualization of media - media that covers the logo identity Mountains Malabar, and the application of media brochures, booklets, posters, website, x-banner, and other supporting media. It is hoped that this plan better identity can increase tourist visits Malabar Mountains.

**Keywords:** Mountains, Tourism, Nature Tourism, identity

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Permasalahan .....	2
I.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
I.2.2 Rumusan Masalah.....	3
I.3 Fokus Permasalahan .....	3
I.4 Tujuan .....	3
I.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis .....	3
I.6 Kerangka Penelitian.....	7
I.7 Pembabakan .....	8
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN</b> .....	9
II.1 Teori <i>Brand Identity</i> .....	9
II.2 Teori Logo .....	9
II.3 Teori Warna.....	11
II.4 Teori Tipografi .....	12
II.5 Teori Layout.....	12
II.6 Teori Promosi .....	13

II.7 Teori <i>Website</i> .....	13
II.8 Teori Fotografi .....	14
II.9 Teori Brosur.....	15
II.10 Teori AIDA .....	19
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH</b> .....	20
III.1 Data Pemberi Proyek .....	20
III.2 Data Produk.....	31
III.3 Data Khalayak Sasaran .....	42
III.4 Data Proyek Sejenis .....	49
III.5 Data SWOT, Hasil Observasi, Wawancara .....	58
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN</b> .....	61
IV.1 Konsep Pesan .....	61
IV.1.1 Konsep Komunikasi.....	61
IV.1.2 Konsep Visual.....	64
IV.1.3 Konsep Media .....	67
IV.1.4 <i>Budgeting</i> Media.....	69
IV.2 Konsep Bisnis .....	69
IV.3 Hasil Perancangan.....	73
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	85
V.1 Kesimpulan .....	85
V.2 Saran.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	86
<b>LAMPIRAN</b> .....	88



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan.....	7
Gambar 3.1 Logo Dinas Kabupaten Bandung .....	20
Gambar 3.2 Logo Perum Perhutani.....	23
Gambar 3.3 Logo PGPI.....	28
Gambar 3.4 Sektor Pariwisata Dalam Tiga Pilar Utama.....	30
Gambar 3.5 Stasiun Malabar.....	32
Gambar 3.6 Sungai Pegunungan Malabar.....	32
Gambar 3.7 Bekas Bangunan Belanda.....	33
Gambar 3.8 Stasiun Malabar.....	33
Gambar 3.9 Goa Belanda .....	34
Gambar 3.10 Kolam Renang.....	35
Gambar 3.11 Kolam Renang.....	35
Gambar 3.12 <i>Log Home</i> .....	36
Gambar 3.13 <i>Camping Ground</i> .....	36
Gambar 3.14 Pelepasan Owa Jawa .....	37
Gambar 3.15 Peta Bandung.....	39
Gambar 3.16 <i>Signsystem</i> .....	40
Gambar 3.17 Foto Gunung Gede .....	49
Gambar 3.18 Logo Gunung Gede .....	49
Gambar 3.19 Foto Wisata Kawah Putih.....	50
Gambar 3.20 Logo Kawah Putih.....	50
Gambar 3.21 Wisata Coban Rondo.....	51
Gambar 3.22 Logo Wisata Coban Rondo .....	51
Gambar 3.23 Taman Nasional Bromo .....	52
Gambar 3.24 Logo Taman Nasional Bromo .....	52
Gambar 3.25 Hasil Analisis SWOT .....	60
Gambar 4.1 Perancangan Visual .....	62
Gambar 4.2 Perancangan Visual .....	63

Gambar 4.3 Perancangan Visual .....	63
Gambar 4.4 Perancangan Visual .....	64
Gambar 4.5 Huruf Harington .....	64
Gambar 4.6 Huruf Corbel .....	65
Gambar 4.7 Huruf Gismonda.....	65
Gambar 4.8 Huruf Chaparal Pro .....	65
Gambar 4.9 Warna .....	66
Gambar 4.10 <i>Chart</i> .....	72
Gambar 4.11 Logo Pegunungan Malabar .....	74
Gambar 4.12 GSM .....	75
Gambar 4.13 GSM .....	76
Gambar 4.14 <i>Website</i> .....	77
Gambar 4.15 <i>X-Banner</i> .....	78
Gambar 4.16 Poster.....	79
Gambar 4.17 Brosur .....	80
Gambar 4.18 Booklet .....	80
Gambar 4.19 <i>Map</i> .....	81
Gambar 4.20 <i>T-Shirt</i> .....	82
Gambar 4.22 <i>Tote Bag</i> .....	83
Gambar 4.23 <i>Jeep</i> .....	83
Gambar 4.24 <i>Sticker</i> .....	83
Gambar 4.25 Kotak Makan <i>Stainless Steel</i> .....	84
Gambar 4.26 Gelas <i>Stainless Steel</i> .....	84
Gambar 4.27 Topi Rimba.....	84

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tuntunan dalam Pembuatan Logo .....	10
Tabel 2.2 Sifat Warna dalam Pembuatan Logo .....	11
Tabel 3.1 Makna Logo dari Perum perhutani .....	25
Tabel 3.2 Analisis Proyek Sejenis.....	53
Tabel 3.3 Analisis Proyek Sejenis.....	54
Tabel 3.4 Analisis Proyek Sejenis.....	55
Tabel 3.5 Analisis Matriks untuk Penarikan Kesimpulan.....	57
Tabel 3.6 Analisis Matriks SWOT.....	59
Tabel 4.1 Penjadwalan media promosi Pegunungan Malabar .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b> .....	89
Lampiran 1 Laporan Hasil Wawancara.....	90
Lampiran 2 Sketsa <i>Digital</i> Logo .....	92
Lampiran 3 Alternatif <i>X-Banner</i> .....	93
Lampiran 4 Alternatif Poster.....	94
Lampiran 5 Sketsa Manual.....	95
Lampiran 6 Ucapan Terima Kasih .....	100