

ABSTRAK
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI
WISATA TERPADU JAKARTA BAGIAN UTARA

Oleh: Ratna Sari

NPM: 1401100227

Jakarta Utara merupakan wilayah pesisir kota DKI Jakarta yang memiliki peluang besar dalam mengembangkan potensi wisata yang menarik, tidak hanya bagi masyarakat Jakarta, tetapi juga bagi masyarakat Indonesia. Namun, lokasi beragam wisata yang tersebar di seluruh wilayah Jakarta Utara dan belum adanya identitas visual wisata Jakarta Utara yang kuat dan kurangnya media promosi yang bisa diakses secara mudah, membuat masyarakat banyak yang belum mengetahui tentang wisata Jakarta Utara.

Dalam prosesnya, penulis mengumpulkan data dengan cara observasi, wawancara, dan studi pustaka.. Pendekatan simbolisasi tempat yang digunakan penulis dalam perancangan dilakukan untuk mencapai hasil berupa sebuah identitas visual dan media promosi yang dapat menyatukan semua objek wisata Jakarta utara. Hasil dari riset ini adalah perancangan identitas visual Wisata Jakarta Utara harus menggunakan symbol dan *tagline* yang dapat dimengerti, dibaca dan diingat dengan mudah oleh khalayak sasaran.

Diharapkan perancangan identitas visual yang termasuk identitas logo Jakarta Utara, ikon wisata Jakarta Utara dan media promosi yang akan digunakan pada perancangan desain ini adalah peta, poster, website, x-banner, buku panduan wisata, tiket, *signage*, *merchandise*, dan media social, dapat membantu wisata Jakarta Utara agar lebih mudah dikenali oleh wisatawan dan dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi berbagai wisata Jakarta Utara.

Kata kunci: Identitas visual, Media Promosi, Wisata, Jakarta Utara.

ABSTRACT
DESIGNING VISUAL IDENTITY AND PROMOTION MEDIA
FOR INTEGRATED TOURISM OF NORTH JAKARTA

By: Ratna Sari

NPM: 1401100227

North Jakarta is coastal areas of DKI Jakarta city which has much more opportunity in improving the interesting potential tourism, not only for citizen in Jakarta but also for Indonesian. However, The location of various tours which is scattered throughout North Jakarta and the lack of strong visual identity and promotion media for tourism of North Jakarta that can be accessed easily, make a lot of people didn't knowed about North Jakarta.

In the process, the author collectted the data through observation, interviews, and related literature. Place symbolization approach used by the author in designing to achieve a result that is a visual identity and promotion media that can unite all of tours of North Jakarta. The result from this research is the designing identity visual of North Jakarta tourism should use symbol and tagline that can knowed, readable and can be memorized easily by target audiences.

Hopefully, this designing visual identity that includes North Jakarta's identity logo, tourism icon of North Jakarta, and also on promotion media will be used in this design is map, poster, website, x-banner, guide book, ticket, signage, merchandise and social media can help tourism of North Jakarta to be more easily recognized by tourist and can attract the tourist to visit the variety of tours at Jakarta Utara.

Key words: visual identity, promotion media, tourism, Jakarta Utara.