

ABSTRAK

Salah satu cara untuk memperkenalkan dan menginformasikan Rajapolah kepada masyarakat adalah dengan membuat media branding dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan lokal yang mengunjungi Rajapolah. Peranan desain komunikasi visual sangatlah berpengaruh dalam menentukan hasil branding yang baik. Branding yang baik akan memudahkan dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan.

Ada beberapa pertimbangan perencanaan konsep desain dalam membuat perancangan branding ini, seperti tujuan, pesan yang ingin disampaikan, target audience, penggunaan elemen grafis seperti ilustrasi dan foto serta teks yang tepat maupun layout dan berbagai aspek teknis yang berhubungan dengan ukuran, pemilihan material branding sampai dengan metode branding yang digunakan.

Dalam merancang branding untuk penelitian tugas akhir ini, penulis telah melakukan pendekatan dan pelaksanaan dari konsep desain yang teratur dan terencana. Hasil branding yang diperoleh adalah memberikan kesan bahwa produk-produk Rajapolah adalah produk-produk yang memberikan solusi untuk gaya hidup alami, agar sesuai dengan target audience nya yaitu dewasa muda.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	2
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	3
1.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.6 Skema Perancangan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Definisi Pariwisata dan Wisatawan.....	6
2.2 Definisi <i>Brand</i>	6
2.2.1 Strategi <i>Brand</i>	7
2.2.2 Element <i>Branding</i>	8
2.2.3 Manfaat <i>Branding</i>	8
2.3 Teori Warna.....	9
2.4 Definisi Promosi.....	9
2.4.1 Tujuan Promosi.....	10
2.4.2 Media Promosi.....	10

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta.....	13
3.1.1 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tasikmalaya.....	13
3.1.2 Bank Negara Indonesia (Sebagai Mandatori).....	18
3.1.3 Kecamatan Rajapolah Tasikmalaya.....	21
3.1.3.1 Tentang Rajapolah.....	21
3.1.3.2 Sejarah Anyaman Rajapolah.....	27
3.1.4 Data dan Fakta.....	28
3.1.4.1 Wawancara dan Pengamatan di Lapangan.....	28
3.1.4.2 Data Hasil Kuisisioner.....	33
3.1.5 Tinjauan Terhadap Kasus Sejenis.....	39
3.1.5.1 Dekranasda Bogor.....	39
3.1.5.2 Batik Pekalongan.....	43
3.2 Analisa Pemecahan Masalah Kerajinan Tangan Rajapolah.....	44
3.2.1 Analisis Hasil Survey berdasarkan Landasan Teori.....	44
3.2.2 Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunities, Threat</i>).....	48
3.2.3 Analisis STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>).....	49

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi.....	51
4.2 Konsep Kreatif.....	52
4.3 Konsep Verbal.....	54
4.4 Konsep Media.....	54
4.5 <i>Timeline</i> Media Promosi.....	60
4.6 Hasil Karya.....	61
4.7 Budgeting.....	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78

LAMPIRAN	79
DATA PENULIS	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tasikmalaya.....	13
Gambar 3.2 Logo BNI.....	18
Gambar 3.3 Peta Rajapolah.....	21
Gambar 3.4 Jalan Raya Rajapolah.....	22
Gambar 3.5 Toko-toko yang ada di Rajapolah.....	23
Gambar 3.6 Tampilan depan sentra kerajinan tangan Rajapolah.....	23
Gambar 3.7 Produk kerajinan tangan yang di jual di Rajapolah.....	24
Gambar 3.8 Proses pengerjaan produk kerajinan tangan (<i>costum made</i>).....	25
Gambar 3.9 Produk-produk lainnya yang ada di Rajapolah.....	26
Gambar 3.10 Suasana di Jalan Raya Rajapolah.....	29
Gambar 3.11 Produk-produk kerajinan tangan (dekorasi).....	30
Gambar 3.12 Tampilan <i>wesbite</i> salah satu toko yang ada di Rajapolah.....	31
Gambar 3.13 Tampilan toko di Rajapolah yang tampak menarik dan yang tidak.....	32
Gambar 3.14 <i>Sign System</i>	40
Gambar 3.15 <i>Sign System</i>	40
Gambar 3.16 Interior dalam took.....	41
Gambar 3.17 Contoh produk yang dipromosikan.....	41
Gambar 3.18 Logo Dekranasda.....	42
Gambar 3.19 Tampilan <i>webstie</i> Dekranasda.....	42

Gambar 3.20 Tampilan <i>webstie</i> yang belum selesai	43
Gambar 3.21 Logo kota Pekalongan	44
Gambar 3.21 <i>Branding</i> Pekalongan ‘ <i>World’s City of Batik</i> ’	44
Gambar 3.22 Pusat-pusat perbelanjaan batik di sepanjang jalan Pekalongan.....	45
Gambar 3.23 <i>Website</i> resmi kota Pekalongan.....	46
Gambar 4.1 Logo Rajapolah.....	55
Gambar 4.2 Unsur Logo Rajapolah.....	55
Gambar 4.3 Logo Rajapolah.....	61
Gambar 4.4 Logo Grid.....	61
Gambar 4.5 Logo Resize.....	62
Gambar 4.6 Logo Classification.....	63
Gambar 4.7 Bussiness Card.....	63
Gambar 4.8 File folder dan Letterhead.....	64
Gambar 4.9 Envelope.....	64
Gambar 4.10 Invoice and Price Quotation.....	65
Gambar 4.11 Handtag produk.....	65
Gambar 4.12 Brosur.....	66
Gambar 4.13 Shopping bag.....	66
Gambar 4.14 Billboard.....	67
Gambar 4.15 Stand Pameran.....	67
Gambar 4.16 X-banner.....	68

Gambar 4.17 Brosur <i>Event</i>	68
Gambar 4.18 Katalog.....	69
Gambar 4.19 Pin.....	70
Gambar 4.20 Mug.....	70
Gambar 4.21 Gantungan Kunci.....	70
Gambar 4.22 Sticker.....	71
Gambar 4.23 Street Banner.....	71
Gambar 4.24 Spanduk.....	71
Gambar 4.25 <i>Website</i>	72
Gambar 4.26 <i>Social media</i> and Web Banner.....	73
Gambar 4.27 Iklan Majalah.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Potensi Industri Kabupaten Tasikmalaya.....	14
Tabel 3.2 Data Potensi Industri Sentra Produksi Kerajinan Mendong.....	15
Tabel 3.3 Data Potensi Industri Sentra Produksi Kerajinan Pandan.....	17
Tabel 3.4 Budgeting.....	75
Diagram 3.1 Jenis Kelamin dan Usia Responden.....	33
Diagram 3.2 Tempat Tinggal dan Pendidikan Responden.....	33
Diagram 3.3 Pendapatan Perbulan Responden.....	34
Diagram 3.4 Respon dan Lokasi Responden Membeli Produk.....	34
Diagram 3.5 Jenis Produk Yang Dibeli Responden.....	35
Diagram 3.6 Kriteria Responden.....	35
Diagram 3.7 Pengetahuan Responden terhadap Rajapolah.....	36
Diagram 3.8 Hal yang paling diingat oleh Responden.....	36
Diagram 3.9 Ketertarikan Responden membeli produk Rajapolah.....	37
Diagram 3.10 Pentingnya pemberian merk menurut Responden.....	37
Diagram 3.11 Promosi Rajapolah dan Media yang sering diakses Responden.....	38