

ABSTRAK

Taman Nasional Ujung Kulon merupakan salah satu Taman Nasional di Indonesia yang memiliki hutan hujan tropis daratan rendah yang masih alami yang tersisa di Pulau Jawa. Taman Nasional Ujung Kulon merupakan salah satu Warisan Alam Dunia yang disahkan oleh UNESCO pada tahun 1992. Meskipun bukan merupakan sebuah lembaga yang komersial, perancangan *brand identity* untuk Taman Nasional Ujung Kulon ini diperlukan seiring dibutuhkannya partisipasi masyarakat untuk mendukung segala macam kegiatan mereka, seperti konservasi, promosi wisata, dan perlindungan hutan beserta ekosistem di dalamnya. Selain itu, seiring dengan semakin gencarnya promosi pariwisata di Indonesia, maka persaingan antar destinasi wisatapun meningkat. Karena itu dibutuhkan perancangan *brand identity* untuk membentuk pencitraan yang mewakili profil Taman Nasional Ujung Kulon sehingga menjadi sebuah diferensiasi yang menciptakan karakter Taman Nasional Ujung Kulon yang tepat.

Kata Kunci : Perancangan, *brand identity*, Taman Nasional, Ujung Kulon.

ABSTRACT

Ujung Kulon National Park is one of Indonesia National Parks, which has a largest lowland tropical rainforest remaining in Java Island. Ujung Kulon National Park is one of the World Natural Heritage which was inaugurated by UNESCO in 1992. Although not a commercial institution, designing brand identity for the National Park is required for the need of public participation to support all kinds of activities, such as conservation, tourism promotion, and protection of the forests with the ecosystems inside. Moreover, in line with the incessant promotion of Indonesia tourism, the increased competition between destinations of tourism. Because it is necessary to establish a brand identity design that represents imaging profiles of the National Park that become a character to creates differentiation of the National Park itself.

Keywords : Design, brand identity, National Park, Ujung Kulon

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN PENELITIAN...	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Permasalahan Ruang Lingkup.....	3
1.2.1. Permasalahan.....	3
1.2.2. Ruang Lingkup.....	3
1.3. Tujuan Perancangan.....	3
1.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5. Skema Perancangan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1. Citra.....	6
2.2. <i>Brand</i>	7
2.2.1. Asal Muasal dan Definisi <i>Brand</i>	7
2.2.2. <i>Brand Image</i>	8
2.2.3. <i>Brand Identity</i>	9
2.2.4. <i>Branding</i>	10
2.2.5. Fungsi <i>Brand</i>	11
2.2.6. <i>Non-Profit Brand</i>	12
2.3. Logo.....	12
2.3.1. Definisi Logo.....	12
2.3.2. Jenis-Jenis Logo.....	14

2.3.3. Elemen Pembentuk Logo.....	16
2.4. Warna.....	17
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	20
3.1. Data dan Fakta.....	20
3.1.1. Profil Taman Nasional Ujung Kulon.....	20
3.1.2. Sejarah dan Dasar Hukum Taman Nasional Ujung Kulon.....	21
3.1.3. Daya Tarik Wisata.....	22
3.1.4. Akomodasi dan Pelayanan.....	29
3.1.5. Persyaratan di Taman Nasional.....	31
3.1.6. Informasi umum.....	31
3.1.7. Saran Mengenai Konservasi Taman Nasional untuk Pengunjung.....	32
3.1.8. Statistik Pengunjung Taman Nasional Ujung Kulon.....	33
3.2. Lembaga Terkait.....	33
3.2.1. Balai Taman Nasional Ujung Kulon.....	33
3.2.2. Visi, Misi dan Tugas Pokok Balai Taman Nasional Ujung Kulon.....	35
3.3. Analisis Wawancara.....	37
3.4. Analisis Logo Taman Nasional Ujung Kulon.....	39
3.4.1. Logo Taman Nasional Ujung Kulon.....	39
3.4.2. Aplikasi Logo Taman Nasional Ujung Kulon.....	40
3.5. Tinjauan Karya Sejenis.....	43
3.5.1. <i>Branding Identity Cairgorms National Park (Great Britain)</i>	43
3.6. Analisis Terhadap Masalah Berdasarkan Data dan Fatka.....	46
3.6.1. Analisis <i>Segmentasi, Target, Positioning</i>	46
3.6.2. Analisis SWOT.....	47
3.7. Analisis Pemecahan Masalah Komunikasi.....	48
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	49
4.1. Konsep Komunikasi.....	49
4.2. Konsep Kreatif.....	50
4.3. Konsep Media.....	50
4.4. Hasil Karya.....	51
4.4.1. Logo.....	51
4.4.2. <i>Brand Strapline</i>	54

4.4.3. Website.....	55
4.4.4. Web Banner.....	55
4.4.5. Poster.....	56
4.4.6. Brosur.....	56
4.4.7. Tiket Masuk.....	57
4.4.8. Stationery Set.....	58
4.4.9. X-Banner.....	59
4.4.10. Guide Shirt.....	60
4.4.11. Kartu Pos.....	61
4.4.12. Pin.....	62
4.5. Media Budgeting.....	62
4.6. Timeline.....	63
BAB V KESIMPULAN.....	64
5.1. Kesimpulan.....	64
5.2. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Statistik Pengunjung Taman Nasional Ujung Kulon.....	33
Tabel 4.1. <i>Media Budgeting</i>	62
Tabel 4.2. Timeline Promosi.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Contoh <i>Logogram</i> (Starbucks).....	15
Gambar 2.2. Contoh <i>Logotype</i> (Runa).....	13
Gambar 2.3. Contoh <i>Logomixed</i> (Indio Beer).....	14
Gambar 3.1. Peta Kawasan Taman Nasional Ujung Kulon.....	34
Gambar 3.2. Logo Taman Nasional Ujung Kulon (Lama dan Sekarang).....	39
Gambar 3.3. Aplikasi Logo TNUK pada pintu <i>Visitor Center</i> di Balai TNUK.....	41
Gambar 3.4. Aplikasi Logo TNUK pada Salah Satu <i>Sign System</i>	41
Gambar 3.5. Aplikasi Logo TNUK pada Halaman Depan Buku Statistik.....	42
Gambar 3.6. Aplikasi Logo TNUK pada Salah Satu Media.....	42
Gambar 3.7. Aplikasi Logo TNUK pada Gerbang Balai TNUK.....	43
Gambar 3.8. Logo <i>Brand Cairngorms National Park</i>	44
Gambar 3.9. Salah Satu Media Promosi <i>Cairngorms National Park</i>	44
Gambar 3.10. Salah Satu Media Promosi <i>Cairngorms National Park</i>	45
Gambar 3.11. Elemen Logo <i>Brand Cairgorms National Park</i>	45
Gambar 4.1. Desain Logo Taman Nasional Ujung Kulon.....	51
Gambar 4.2. Warna yang Digunakan pada Desain Logo TNUK.....	51
Gambar 4.3. Logo <i>Scale</i>	52
Gambar 4.4. Logo <i>BW & Greyscale</i>	52
Gambar 4.5. Desain Logo dalam Satu Warna (<i>monocolored</i>).....	52
Gambar 4.6. Ukuran Proposional Logo.....	53
Gambar 4.7. Aturan Penggunaan Logo.....	53
Gambar 4.8. Desain <i>Brand Strapline</i>	54
Gambar 4.9. Beberapa contoh desain <i>Web Page</i> TNUK.....	55
Gambar 4.10. Desain <i>Web Banner</i> TNUK.....	55
Gambar 4.11. Desain Poster Promosi TNUK	56
Gambar 4.12. Desain Brosur Promosi TNUK.....	57
Gambar 4.13. Desain Tiket Masuk TNUK.....	57
Gambar 4.14. Desain <i>Stationery Set</i> TNUK.....	58

Gambar 4.15. Desain <i>X-Banner</i> TNUK.....	59
Gambar 4.16. Desain Kaos <i>Guide</i> TNUK.....	60
Gambar 4.17. Desain Kartu Pos TNUK.....	61
Gambar 4.18. Desain Pin TNUK.....	62