

## ABSTRAK

Sukaregang adalah sentra penyamakan kulit di Kabupaten Garut. Kulit-kulit Sukaregang merupakan yang terbaik di Jawa Barat yang memasok kulit ke kota-kota lain. Kini Sukaregang mengembangkan usahanya menjadi sentra kerajinan. Kerajinan berbahan dasar kulit yang berkualitas dan memiliki harga yang kompetitif. Produk-produk olahan kulit di kota Garut memiliki kualitas berstandar ekspor. Kualitas produknya sangat potensial untuk menarik wisatawan baik untuk berbelanja kebutuhan *fashion* atau membeli *souvenir* sebagai oleh-oleh. Namun potensi-potensi yang ada di Sentra Industri Kulit di Sukaregang ini perlu dimaksimalkan. Sebagai kawasan wisata belanja Sukaregang tidak memiliki diferensiasi dengan tempat lain yang menyebabkan wisatawan yang mengunjungi Sukaregang kurang mendapatkan pengalaman berwisata terhadap Sukaregang. Oleh karena itu diperlukan perancangan desain komunikasi visual berupa *branding* yang dapat menciptakan diferensiasi dan menunjukkan kelebihan-kelebihan Sukaregang. Perancangan *branding*, khususnya *destination branding* diharapkan akan memberikan pengalaman berwisata yang khas di Sukaregang kepada wisatawan. Melalui perancangan *branding* ini diharapkan Sukaregang akan lebih khas dan dikenal, sehingga Sentra Industri Kulit Sukaregang sdapat menjadi kawasan wisata yang menjadi kawasan wisata Kabupaten Garut yang menjadi kawasan wisata favorit di Jawa Barat.

## **ABSTRACT**

Sukaregang is a tannery centre in Garut. Sukaregang's leathers are the best leather in West Java. This city supplies leathers to other cities. Nowadays, Sukaregang expands its business into the centre of crafts. The crafts are made of high quality leathers and they have competitive prices. Garut's leather products have export quality standards. The quality of the products are very potential to attract tourists to shop fashion needs or souvenirs as gifts. However, the existing potentials in Sukaregang Leather Industry Centre needs to be maximized. As the shopping tourism, Sukaregang has no different from other places. It makes tourists, who visit Sukaregang, have less destination experience of Sukaregang. Therefore, Visual Communication Design in the form of branding is needed to create differentiations and to show superiorities of Sukaregang. Designing brand, especially a destination branding, is expected to give a unique destination experience to the tourists of Sukaregang. Designing brand of Sukaregang is expected to make Sukaregang more distinctive and well known. Thus Sentra Sukaregang Leather Industry can be the most favorite Garut's tourism spot in West Java.

## DAFTAR ISI

|                                                 |     |
|-------------------------------------------------|-----|
| HALAMAN PENGESAHAN .....                        | ii  |
| PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI .....            | iii |
| PERNYATATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN ..... | iv  |
| KATA PENGANTAR.....                             | v   |
| DAFTAR ISI .....                                | vii |
| DAFTAR DIAGRAM DAN TABEL .....                  | x   |
| DAFTAR GAMBAR .....                             | xi  |
| ABSTRAK .....                                   | xv  |
| ABSTRACT .....                                  | xvi |

### BAB I PENDAHULUAN

|                                             |   |
|---------------------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang.....                     | 1 |
| 1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....     | 2 |
| 1.2.1 Permasalahan.....                     | 2 |
| 1.2.2 Ruang Lingkup.....                    | 2 |
| 1.3 Tujuan Perancangan.....                 | 2 |
| 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data..... | 2 |
| 1.5 Skema Perancangan.....                  | 4 |

### BAB II LANDASAN TEORI

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| 2.1 Teori Pariwisata .....              | 5  |
| 2.2 Teori <i>Branding</i> .....         | 6  |
| 2.2.1 <i>Destination Branding</i> ..... | 7  |
| 2.3 Teori Pemasaran .....               | 10 |
| 2.3.1 Promosi .....                     | 12 |
| 2.3.2 Pemasaran Pariwisata .....        | 12 |
| 2.4 Teori Desain .....                  | 14 |
| 2.4.1 Logo .....                        | 14 |
| 2.4.2 Maskot .....                      | 15 |

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| 2.4.3 <i>Display</i> .....               | 15 |
| 2.4.4 <i>Environmental Graphic</i> ..... | 16 |
| 2.4.5 <i>Layout</i> .....                | 17 |
| 2.4.6 Teori Warna .....                  | 18 |

### **BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH**

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1 Data dan Fakta .....                                                               | 19 |
| 3.1.1 Perusahaan terkait mandatori .....                                               | 19 |
| 3.1.2 Perusahaan terkait <i>media partner</i> .....                                    | 24 |
| 3.1.3 Data hasil observasi .....                                                       | 28 |
| 3.1.4 Data wawancara .....                                                             | 34 |
| 3.1.5 Data kuesioner .....                                                             | 40 |
| 3.1.6 Kesimpulan hasil kuesioner .....                                                 | 50 |
| 3.1.7 Tinjauan kasus sejenis .....                                                     | 50 |
| 3.2 Analisis terhadap permasalahan .....                                               | 55 |
| 3.2.1 Analisis berdasarkan teori pariwisata .....                                      | 55 |
| 3.2.2 Analisis berdasarkan teori <i>branding</i> dan <i>destination branding</i> ..... | 55 |
| 3.2.3 Analisis berdasarkan teori pemasaran .....                                       | 56 |
| 3.2.4 Analisis berdasarkan teori desain .....                                          | 57 |

### **BAB IV PEMECAHAN MASALAH**

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 4.1 Konsep Komunikasi .....        | 59 |
| 4.2 Konsep Kreatif .....           | 59 |
| 4.2.1 Konsep Visual .....          | 60 |
| 4.2.2 Konsep Warna .....           | 60 |
| 4.2.3 Konsep Verbal .....          | 60 |
| 4.2.4 Tipografi .....              | 61 |
| 4.3 Konsep Media .....             | 63 |
| 4.3.1 Media Primer .....           | 63 |
| 4.3.2 Media Sekunder .....         | 65 |
| 4.3.3 Rincian Anggaran Biaya ..... | 66 |
| 4.4 Hasil Karya .....              | 69 |

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                                                   |     |
|---------------------------------------------------|-----|
| 5.1 Kesimpulan .....                              | 106 |
| 5.2 Saran .....                                   | 106 |
| 5.2.1 Saran bagi pihak terkait .....              | 106 |
| 5.2.2 Saran bagi desainer komunikasi visual ..... | 107 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR ISTILAH

LAMPIRAN

DATA PENULIS

UCAPAN TERIMA KASIH

## DAFTAR DIAGRAM DAN TABEL

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Diagram 1.1 Skema Perancangan .....                                                              | 4  |
| Diagram 2.1. Piramida <i>Brand Awareness</i> .....                                               | 8  |
| Diagram 3.1 Jenis Kelamin Responden .....                                                        | 41 |
| Diagram 3.2 Usia Responden .....                                                                 | 41 |
| Diagram 3.3 Tingkat Pendidikan Responden .....                                                   | 42 |
| Diagram 3.4 Pekerjaan Responden .....                                                            | 42 |
| Diagram 3.5 Penghasilan Responden .....                                                          | 43 |
| Diagram 3.6 Hal yang menarik kunjungan wisatawan .....                                           | 43 |
| Diagram 3.7 Biaya yang dikeluarkan untuk berbelanja di kawasan wisata belanja ..                 | 44 |
| Diagram 3.8 Kecenderungan untuk berbelanja di kawasan wisata belanja .....                       | 45 |
| Diagram 3.9 Hal terpenting dalam berbelanja di kawasan wisata belanja .....                      | 45 |
| Diagram 3.10 Pengetahuan masyarakat mengenai Sentra Industri Kerajinan kulit<br>Sukaregang ..... | 46 |
| Diagram 3.11 Informasi mengenai sentra industri kulit Sukaregang .....                           | 46 |
| Diagram 3.12 Ketertarikan terhadap Sentra Industri Kulit Sukaregang .....                        | 47 |
| Diagram 3.13 Hal yang menarik minat masyarakat mengunjungi Sukaregang .....                      | 47 |
| Diagram 3.14 Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk Sukaregang .....                            | 48 |
| Diagram 3.15 Desain Produk di Sentra Industri Kulit Sukaregang .....                             | 49 |
| Diagram 3.16 Kebanggaan menggunakan produk kulit Sukaregang .....                                | 49 |
| Tabel 4.1 Rincian Biaya Renovasi .....                                                           | 66 |
| Tabel 4.2 Rincian Biaya Promosi .....                                                            | 67 |
| Tabel 4.2 Rincian Biaya <i>Merchandise</i> .....                                                 | 68 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.1 Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat .....                       | 19 |
| Gambar 3.2 Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Garut .....                     | 20 |
| Gambar 3.3 Logo PT. Dynea Indria & Lem Fox .....                                       | 21 |
| Gambar 3.4 Logo Tama cokelat .....                                                     | 24 |
| Gambar 3.5 Logo Cipaganti .....                                                        | 25 |
| Gambar 3.6 Toko-toko kerajinan kulit di Sukaregang .....                               | 29 |
| Gambar 3.7 Suasana di <i>Sukaregang Leather Center</i> .....                           | 29 |
| Gambar 3.8 Produk-produk kerajinan kulit Sukaregang.....                               | 30 |
| Gambar 3.9 Bahan baku jaket yang dipajang untuk dipilih pembeli .....                  | 31 |
| Gambar 3.10 Proses pembuatan jaket kulit .....                                         | 32 |
| Gambar 3.11 Media promosi kerajinan kulit Sukaregang di jalan Nagrek .....             | 32 |
| Gambar 3.12 Media promosi tempat & produk Garut lain yang ada di jalan Nagrek .....    | 33 |
| Gambar 3.13 Sampul Pariwisata Garut Cover (kiri), salah satu halaman isi (kanan) ..... | 33 |
| Gambar 3.14 Sampul Buku Pariwisata Garut (atas), salah satu halaman isi (bawah) .....  | 34 |
| Gambar 3.15 Data Kunjungan Wisata Januari – Maret 2012 .....                           | 40 |
| Gambar 3.16 Cihampelas Bandung .....                                                   | 51 |
| Gambar 3.17 Cibaduyut Bandung .....                                                    | 52 |
| Gambar 3.18 Penelusuran <i>Google</i> mengenai Sukaregang .....                        | 53 |
| Gambar 3.19 Penelusuran <i>Google</i> mengenai Cibaduyut dan Cihampelas .....          | 53 |

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.20 Penelusuran gambar <i>Google</i> mengenai Sukaregang .....                           | 54 |
| Gambar 3.21 Penelusuran gambar <i>Google</i> mengenai Cibaduyut .....                            | 54 |
| Gambar 3.22 Penelusuran gambar <i>Google</i> mengenai Cihampelas .....                           | 55 |
| Gambar 4.1 Logo Sukaregang <i>Shopping Street</i> .....                                          | 69 |
| Gambar 4.2 <i>Logo grid</i> .....                                                                | 69 |
| Gambar 4.3 Logo Sukaregang <i>Shopping Street</i> - hitam-putih .....                            | 70 |
| Gambar 4.4 Logo Sukaregang <i>Shopping Street</i> – <i>grayscale</i> .....                       | 70 |
| Gambar 4.5 Maskot Sukaregang <i>Shopping Street</i> .....                                        | 71 |
| Gambar 4.6 Maskot Baba .....                                                                     | 71 |
| Gambar 4.7 Maskot Bubu .....                                                                     | 72 |
| Gambar 4.8 Maskot Bebe .....                                                                     | 72 |
| Gambar 4.9 Kostum maskot <i>event</i> Tahun Baru .....                                           | 73 |
| Gambar 4.10 Kostum maskot <i>event</i> Tahun Baru Imlek .....                                    | 73 |
| Gambar 4.11 Kostum maskot <i>event</i> 17 Agustus .....                                          | 74 |
| Gambar 4.12 Kostum maskot <i>event</i> Puasa – Idul fitri .....                                  | 74 |
| Gambar 4.13 Kostum maskot <i>event</i> Natal .....                                               | 75 |
| Gambar 4.14 <i>Timeline</i> penggunaan maskot .....                                              | 75 |
| Gambar 4.15 Eksterior Bangunan Sukaregang sebelum dilakukan<br>perancangan <i>branding</i> ..... | 76 |
| Gambar 4.16 Eksterior Bangunan Sukaregang setelah dilakukan<br>perancangan <i>branding</i> ..... | 76 |
| Gambar 4.17 Perbandingan ukuran <i>Welcome sign</i> dengan manusia .....                         | 77 |
| Gambar 4.18 Perbandingan ukuran <i>Welcome sign</i> dengan Kendaraan .....                       | 77 |
| Gambar 4.19 Perbandingan <i>Signage</i> dengan manusia .....                                     | 78 |

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.20 Perbandingan <i>Signage</i> dengan kendaraan .....         | 78 |
| Gambar 4.21 <i>Pictogram</i> .....                                     | 79 |
| Gambar 4.22 Pengaplikasian <i>Signage</i> .....                        | 80 |
| Gambar 4.23 Brosur .....                                               | 81 |
| Gambar 4.24 Brosur + <i>voucher</i> .....                              | 82 |
| Gambar 4.25 <i>Flyer</i> berseri .....                                 | 83 |
| Gambar 4.26 <i>Flyer</i> .....                                         | 83 |
| Gambar 4.27 Stiker Bis .....                                           | 84 |
| Gambar 4.28 Aplikasi Stiker Bis .....                                  | 84 |
| Gambar 4.29 <i>Banner</i> tema umum .....                              | 85 |
| Gambar 4.30 <i>Banner</i> tema Puasa - Idul fitri .....                | 86 |
| Gambar 4.31 <i>Banner</i> tema tahun baru .....                        | 87 |
| Gambar 4.32 <i>Banner</i> tema tantangan .....                         | 88 |
| Gambar 4.33 Tampilan <i>Website</i> 1 Sukaregang ( <i>home</i> ) ..... | 89 |
| Gambar 4.34 Tampilan <i>Website</i> 2 (produk) .....                   | 90 |
| Gambar 4.35 Tampilan <i>Website</i> 3 (detail produk - jaket) .....    | 90 |
| Gambar 4.36 Tampilan <i>Website</i> 4 (arena) .....                    | 91 |
| Gambar 4.37 Tampilan <i>Website</i> 5 (detail arena – adu panco) ..... | 91 |
| Gambar 4.38 Tampilan <i>Website</i> 6 (maskot) .....                   | 92 |
| Gambar 4.39 Tampilan <i>Website</i> 7 (detail maskot - baba) .....     | 92 |
| Gambar 4.40 <i>Bumper animation website</i> .....                      | 93 |
| Gambar 4.41 Tampilan terakhir <i>bumper animation website</i> .....    | 94 |
| Gambar 4.42 Baliho .....                                               | 95 |
| Gambar 4.43 Penerapan baliho .....                                     | 96 |

|                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4.44 Iklan pada Koran Pikiran Rakyat .....              | 97  |
| Gambar 4.45 <i>Wayfinding</i> ( <i>Banner</i> ) .....          | 98  |
| Gambar 4.46 Penerapan <i>banner</i> ( <i>wayfinding</i> )..... | 99  |
| Gambar 4.47 <i>x-Banner</i> .....                              | 100 |
| Gambar 4.48 <i>Timeline</i> Promosi .....                      | 101 |
| Gambar 4.49 <i>Merchandise</i> Sukaregang .....                | 102 |
| Gambar 4.50 Ilustrasi desain mug .....                         | 103 |
| Gambar 4.51 Aplikasi desain mug .....                          | 103 |
| Gambar 4.52 Desain Stiker .....                                | 104 |
| Gambar 4.53 Desain pin .....                                   | 104 |
| Gambar 4.54 Desain kaos .....                                  | 105 |
| Gambar 4.55 Desain <i>cover</i> ban serep .....                | 106 |
| Gambar 4.56 Desain boneka dan bantal .....                     | 106 |