

ABSTRAK

PERANCANGAN BRANDING UNTUK MENINGKATKAN POPULARITAS LOKASI PARIWISATA KOTA JAMBI

Oleh

Handi Pandini

NRP 1264033

Pulau Sumatra memiliki sejumlah kota dengan lokasi pariwisata yang indah dan unik. Salah satunya adalah kota Jambi dengan lokasi pariwisata yang berdekatan satu sama lain dan menawarkan pemandangan yang indah. Pada saat ini keberadaan lokasi-lokasi pariwisata di kota Jambi cukup memprihatinkan karena kurangnya pengunjung yang datang ke lokasi pariwisata tersebut, serta rendahnya kepedulian masyarakat dalam menjaga serta mengembangkan lokasi pariwisata yang ada di daerah Jambi. Sampai saat ini, kota Jambi juga belum memiliki maskot pariwisata.

Untuk itu, perlu dibuat perancangan *branding* terhadap lokasi-lokasi pariwisata yang terdapat di kota Jambi mulai dari logo, tipografi, dibantu dengan berbagai media promosi seperti *billboard*, *brosur*, *x-banner*, *digital advertising*, hingga ke media sosial yang dikonsepsi sedemikian rupa sehingga mampu menggiring target *audience* untuk mengunjungi daerah pariwisata tersebut.

Melalui perancangan *branding* ini diharapkan agar masyarakat kota Jambi tertarik dan mau mengunjungi lokasi – lokasi pariwisata tersebut.

Kata Kunci : *Branding*, kota Jambi, Pariwisata.

ABSTRACT

BRANDING DESIGN TO INCREASE THE POPULARITY OF TOURISM SITES IN JAMBI

Handi Pandini/1264033

Sumatra has some cities with beautiful and unique tourism sites. One of them is the city of Jambi with its tourism sites which are close to one another and offer beautiful scenery. Nowadays the condition of these tourism sites is very alarming due to the very small number of visitors as well as the low concern of the people in Jambi in keeping and developing the tourism sites there. Up to now Jambi has not had any tourism mascot.

It is essential to design a branding of the tourism sites in Jambi in the forms of a logo and typography, which will be supported by various promotional media such as a billboard, brochures, X-banner, digital advertising, and social media which will be designed in such a way that it can bring as many people as possible to visit the tourism sites.

Through this branding design it is expected that Jambi people will be attracted and willing to visit the tourism sites.

Keywords: branding, Jambi, tourism

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT KETERANGAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan data	3
1.5 Skema Perancangan	4
 BAB II LANDASAN TEORI	 5
2.1 <i>Branding</i>	5
2.2 Pariwisata	6
2.3 Logo	7
2.4 Media Sosial	9
2.5 <i>Web Design</i>	10
 BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	 11
3.1 Data dan Fakta	11

3.1.1 Perusahaan/Lembaga Terkait	11
3.1.2 Data Tentang Lokasi	12
3.1.3 Mandatori pendukung	22
3.1.4 Tinjauan Karya Sejenis	23
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	26
3.2.1 Analisis Segmenting, Targeting, Positioning (STP)	26
3.2.2 Analisis Strength, Weakness, Opportunity, Threats	27
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	28
4.1 Konsep Komunikasi	28
4.2 Konsep Kreatif	28
4.3 Konsep Media	30
4.4 Hasil Karya	32
4.5 <i>Budgeting</i>	55
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57

DAFTAR GAMBAR

3.1	Logo kota Jambi	11
3.2	Kondisi Jambi Paradise	13
3.3	Kondisi Jambi Paradise 2	13
3.4	Visual menara Gentala Arasy	14
3.5	Kondisi Jembatan pedestrian dan menara	15
3.6	Kondisi Taman Tanggo Rajo	16
3.7	Kondisi Taman Tanggo Rajo 2	16
3.8	Logo ASITA	22
3.9	Kalender acara Sawahlunto	24
3.10	Brosur promosi Sawahlunto	25
3.11	Brosur promosi Sawahlunto 2	25
4.1	Logo Jambi Panorama	32
4.2	Signage Jambi Panorama	33
4.3	Logo Gentala Arasy	33
4.4	Logo Tanggo Rajo	34
4.5	Logo Jambi Paradise	34
4.6	Billboard 1	35
4.7	Billboard mockup 1	35
4.8	Billboard 2	35
4.9	Billboard mockup 2	36
4.10	Digital Advertising	36
4.11	Digital Advertising 2	37
4.12	Digital Advertising 3	37
4.13	Brosur utama bagian depan	38
4.14	Brosur utama bagian belakang	38
4.15	Brosur Gentala Arasy bagian depan	39
4.16	Brosur Gentala Arasy bagian belakang	39

4.17	Brosur Jambi Paradise bagian depan	40
4.18	Brosur Jambi Paradise bagian belakang	40
4.19	Brosur Tanggo Rajo bagian depan	41
4.20	Brosur Tanggo Rajo bagian belakang	41
4.21	Umbul-umbul utama	42
4.22	Umbul-umbul mockup	42
4.23	Umbul-umbul Jambi Paradise	43
4.24	Umbul-umbul Jambi Paradise mockup	43
4.25	Umbul-umbul Gentala Arasy	44
4.26	Umbul-umbul Gentala Arasy mockup	44
4.27	Umbul-umbul Tanggo Rajo	45
4.28	Umbul-umbul Tanggo Rajo mockup	45
4.29	X-banner Jambi Panorama	46
4.30	Penerapan X-banner	46
4.31	Media sosial Facebook	47
4.32	Media sosial Instagram	47
4.33	Spanduk 1	48
4.34	Spanduk 2	48
4.35	Website 1	48
4.36	Website 2	49
4.37	Zona Jambi Paradise	49
4.38	Zona Gentala Arasy	50
4.39	Zona Tanggo Rajo	50
4.40	Street Graphic 1	51
4.41	Street Graphic 2	51
4.42	Street Graphic 3	51
4.43	Kaos	52
4.44	Mug Jambi Panorama	52
4.45	Gantungan Kunci	53

4.46	Pin	53
4.47	Stiker	53
4.48	Stiker 2	54
4.49	Isi GSM 1	54
4.50	Isi GSM 2	54
4.51	Cover GSM	55



DAFTAR TABEL

1.1	Skema Perancangan	4
3.1	hasil kuesioner pada target dewasa umur 26-35 tahun mengenai jenis kelamin	18
3.2	hasil kuesioner pada target dewasa umur 26-35 tahun mengenai status pernikahan	18
3.3	hasil kuesioner pada target dewasa umur 26-35 tahun mengenai pendapatan per bulan	19
3.4	hasil kuesioner pada target dewasa umur 26-35 tahun mengenai kota Jambi	19
3.5	hasil kuesioner pada target dewasa umur 26-35 tahun mengenai alasan mengunjungi lokasi pariwisata Jambi	19
3.6	hasil kuesioner pada target dewasa umur 26-35 tahun mengenai lokasi pariwisata Jambi yang responden pernah kunjungi dan ketahui	20
3.7	hasil kuesioner pada target dewasa umur 26-35 tahun mengenai asal dari informasi yang didapat responden tentang lokasi pariwisata Jambi	20
3.8	hasil kuesioner pada target dewasa umur 26-35 tahun mengenai lokasi yang paling populer dari kota Jambi	20
3.9	hasil kuesioner pada target dewasa umur 26-35 tahun mengenai jenis wisata yang ingin dikunjungi	21

3.10	hasil kuesioner pada target dewasa umur 26-35 tahun mengenai kekurangan yang terdapat pada lokasi pariwisata kota Jambi	21
------	---	----



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Sketsa

