

ABSTRAK

PERANCANGAN BRANDING PARIWISATA PULAU ROTE

Oleh
Bernard Mesah
1264123

Indonesia adalah Negara kepulauan yang memiliki jumlah pulau sekitar 17.000 pulau. Banyak dari pulau-pulau di Indonesia masih belum terjamah dan masih memiliki keindahan alam yang indah dan masih murni, potensi keindahan alam pulau-pulau di Indonesia jika dimaksimalkan potensi wisata yang dikelola dengan baik maka akan membantu perekonomian masyarakat sekitar.

Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah bertujuan untuk memperkenalkan potensi pariwisata di pulau-pulau yang ada Indonesia khususnya pulau terluar yang keadaan alamnya masih asri agar diketahui dan kenal oleh masyarakat Indonesia sebagai tempat pariwisata yang juga memiliki manfaat bagi perekonomian masyarakat sekitar serta memelihara dan menjaga keindahan alam.

Metode yang digunakan oleh penulis ialah dengan membuat branding pariwisata dengan media promosi utama berupa video yang didukung dengan promosi di sosial media serta internet. Melalui Perancangan ini diharapkan pulau-pulau terluar tersebut mendapat perhatian dari masyarakat Indonesia agar lebih mencintai keindahan alam negeri sendiri.

Kata kunci : Branding, Indonesia, Masyarakat, Pulau

ABSTRACT

BRANDING DESIGN FOR TOURISM IN ROTE ISLAND

Submitted by
Bernard Mesah
1264123

Indonesia an archipelago consisting of about 17,000 islands. Many of these islands are still untouched and possess pure natural beauty. If managed well, the potential of the outer islands of Indonesia will become a good tourist attraction and will help the people's economy and add the local gross domestic product.

The aim of this design is to introduce the tourism potential of the outer islands of Indonesia, especially the Rote Island, which has the typical beauty of nature and sea of the south most Indonesia which is full of papyrus trees, so that it is known to the Indonesian people as a touristic place. In the end, this will be beneficial for the local people and it will help preserve the natural beauty.

The method used is to make a touristic branding with video as the main promotional medium supported by social media and the internet. By using this design it is hoped that the outer island will get more attention from the Indonesian people so that they will grow to love the natural beauty of their own country.

Keywords: branding, Indonesia, people, the Rote Island, outer

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan	5
 BAB II : LANDASAN TEORI.....	 6
2.1 Desain Komunikasi Visual.....	6
2.1.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual	6
2.2 <i>Brand</i> dan <i>Branding</i>	6
2.2.1 Pengertian <i>Brand</i> dan <i>Branding</i>	6
2.2.2 Manfaat <i>Brand</i>	8
2.3 Promosi	9

2.3.1	Pengertian Promosi.....	9
2.3.2	Tujuan Promosi.....	9
2.5	Pariwisata dan Wisatawan.....	9
2.5.1	Pengertian Pariwisata dan Wisatawan.....	9
2.5.2	Tujuan Pariwisata	10
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....		11
3.1	Data dan Fakta.....	11
3.1.1	Pulau Rote.....	11
3.1.1.1	Sejarah Nama Pulau Rote.....	12
3.1.1.2	Pariwisata dan Kebudayaan Pulau Rote	13
3.1.2	Data Tentang Gejala atau Fenomena Masalah	18
3.1.2.1	Hasil Observasi.....	18
3.1.2.2	Hasil Wawancara.....	21
3.1.2.3	Hasil Kuesioner	21
3.1.2.4	Tabel.....	25
3.1.3	Tinjaun Karya Sejenis	27
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	28
3.2.1	SWOT	28
3.2.2	STP	29
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....		30
4.1	Konsep Komunikasi	30
4.2	Konsep Kreatif	30

4.3	Konsep Media	31
4.3.1	Videografi	31
4.3.2	Fotografi	31
4.3.3	Website	31
4.3.4	Media Sosial	31
4.1	Hasil Karya.....	32
4.4.1	Logo.....	32
4.4.2	Situs Pariwisata.....	33
4.4.3	Instagram	35
4.4.4	Facebook.....	36
4.4.5	Youtube.....	36
4.4.6	Videografi	37
4.4	Anggaran	38
BAB V : PENUTUP		40
5.1	Simpulan	40
5.2	Saran.....	40

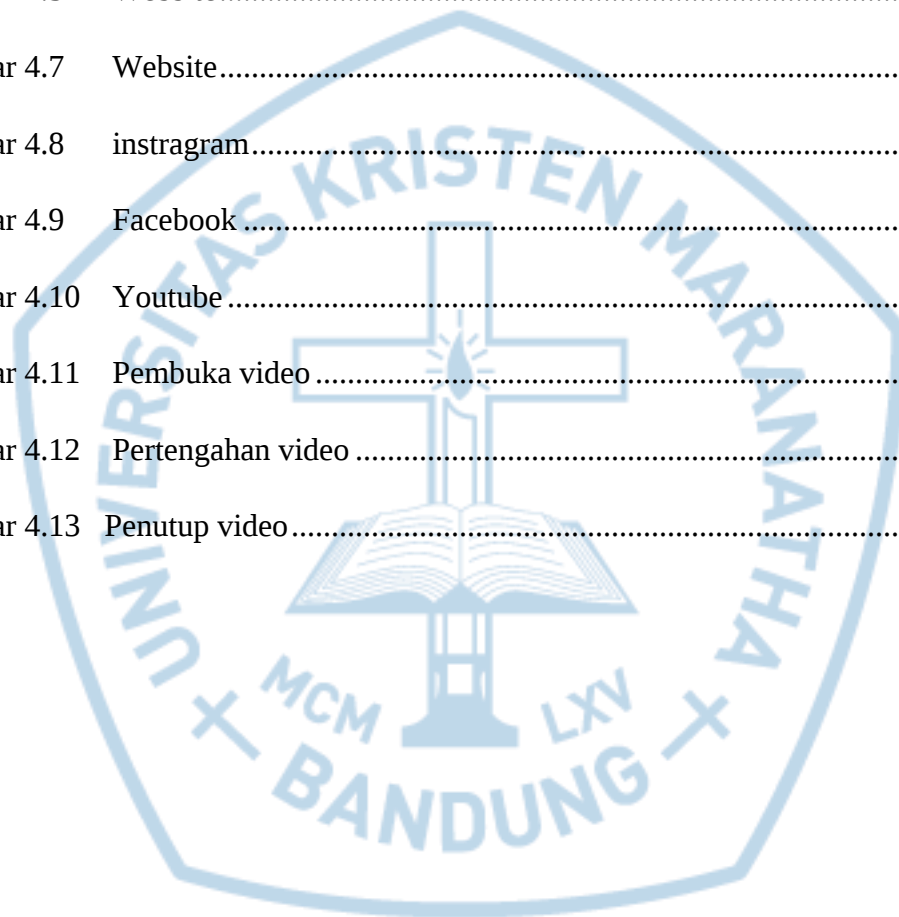
DAFTAR PUSTAKA.....	41
Lampiran.....	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Kabupaten Rote Ndao.....	11
Gambar 3.2	Pantai Nembrala	13
Gambar 3.3	Pantai Boa	13
Gambar 3.4	Tiang Bendera	14
Gambar 3.5	Tangga 300 Mando'o	15
Gambar 3.6	Pantai Oeseli.....	15
Gambar 3.7	Batu Termanu.....	16
Gambar 3.9	Topi Ti'I Langga	17
Gambar 3.10	Alat Musik Sasando	17
Gambar 3.11	Kain Tenun Khas Rote	18
Gambar 3.12	Kondisi jalan	19
Gambar 3.13	Kondisi Jalan	19
Gambar 3.14	Kondisi Jalan sekitar Resort.....	20
Gambar 3.15	Kondisi jalan	20
Gambar 3.16	Keadaan Pantai Nembrala	21
Gambar 3.17	Kondisi Jalan di sekitar pantai	21
Gambar 3.18	Kondisi jalan disekitar pantai.....	22
Gambar 3.19	Kondisi jalan disekitar pantai.....	22
Gambar 3.20	Logo Brand Wisata Flores.....	28
Gambar 3.21	Halaman Website Flores Tourism.....	29
Gambar 3.22	Halaman Youtube.....	29
Gambar 3.23	Halaman Facebook.....	29

Gambar 3.24	Guide Book	30
Gambar 4.1	Logo dan tagline.....	34
Gambar 4.2	Logogram dan Logotype	34
Gambar 4.3	Ukuran logo.....	33
Gambar 4.4	makna warna pada logo.....	34
Gambar 4.5	Website.....	34
Gambar 4.7	Website.....	35
Gambar 4.8	instagram.....	35
Gambar 4.9	Facebook	36
Gambar 4.10	Youtube	37
Gambar 4.11	Pembuka video	41
Gambar 4.12	Pertengahan video	41
Gambar 4.13	Penutup video	41



DAFTAR TABEL

Tabel Program Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Rote Ndao.....	27
---	----

