

Konsep Pengantar Karya Tugas Akhir

PERANCANGAN VISUAL BRANDING KOTA MAGELANG



**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Tugas Akhir Sebagai Prasyarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Seni Pada Fakultas Seni Rupa dan Desain
Prodi Desain Komunikasi Visual**

Disusun Oleh:

**DAYU FADHILA WIDYASWARA
C0709028**

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2015

commit to user

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul:

PERANCANGAN VISUAL BRANDING KOTA MAGELANG

Telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji TA

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Putut H. Pramono, M.Si.
NIP.1955061 2198003 1 014

Hermansyah Muttaqin, S.Sn, M.Sn
NIP. 19711115 200604 1 001

Mengetahui,

Koordinator Kolokium dan Tugas Akhir

Dr. Deny Tri Ardianto S.Sn., Dipl.Art
NIP. 19790521 200212 1 002

commit to user

LEMBAR PENGESAHAN

Diterima dan Disetujui oleh Panitia Tugas Akhir program studi
Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret
Pada Tanggal: Juli 2015

Panitia Penguji:

Ketua Sidang Akhir:

Drs. Ahmad Adib, M.Hum., Ph.D. (.....)
NIP. 1962070 8199203 1 001

Sekretaris Sidang Akhir:

Arief Iman Santoso, S.Sn. (.....)
NIP. 1979032 7200501 1 002

Pembimbing Tugas Akhir I

Drs. Putut H. Pramono, M.Si. (.....)
NIP.1955061 2198003 1 014

Pembimbing Tugas Akhir II

Hermansyah Muttaqin, S.Sn, M.Sn (.....)
NIP. 19830702 200812 1 003

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Seni Rupa dan Desain

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Drs. Ahmad Adib, M.Hum., Ph.D.
NIP.19620708 199203 1 001

Dr. Deny Tri Ardianto, S.Sn., Dpl.Art
NIP. 19790521 200212 1 002

commit to user

PERANCANGAN VISUAL BRANDING KOTA MAGELANG

Dayu Fadhila Widyaswara¹
Drs. Putut H. Pramono, M.Si.², Hermansyah Muttaqin, S.Sn, M.Sn.³

ABSTRAK

Dayu Fadhila Widyaswara, 2015. Pengantar Tugas Akhir ini berjudul “Perancangan *Visual Branding* Kota Magelang”. Adapun permasalahan yang dikaji adalah (1) Bagaimana menciptakan strategi perancangan *visual branding* kota Magelang yang efektif, efisien, dan komunikatif? (2) Media apa yang digunakan untuk mendukung perancangan *visual branding* kota Magelang? Tujuan perancangan *visual branding* ini adalah untuk menarik perhatian khalayak agar tertarik untuk berkunjung ke Kota Magelang dan mengenal berbagai potensi yang dimiliki oleh Kota Magelang.



¹ Mahasiswa Jurusan Desain Komunikasi Visual dengan NIM C0709028

² Dosen Pembimbing I

³ Dosen Pembimbing II

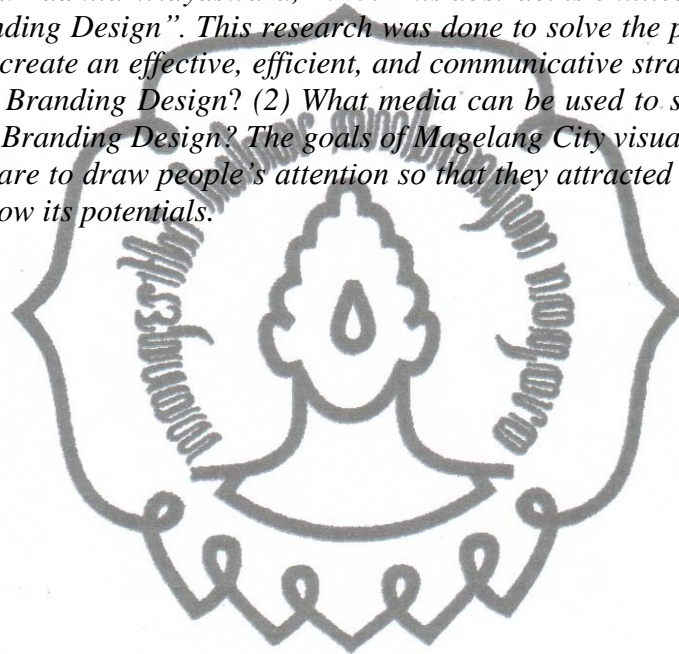
MAGELANG CITY VISUAL BRANDING DESIGN

Dayu Fadhila Widyaswara¹

Drs. Putut H. Pramono, M.Si.², Hermansyah Muttaqin, S.Sn, M.Sn.³

ABSTRACT

Dayu Fadhila Widyaswara, 2015. This abstract is entitled “Magelang City Visual Branding Design”. This research was done to solve the problems, that are (1) How to create an effective, efficient, and communicative strategy of Magelang City Visual Branding Design? (2) What media can be used to support Magelang City Visual Branding Design? The goals of Magelang City visual branding design I proposed are to draw people’s attention so that they attracted to visit Magelang City and know its potentials.



¹ *Department of Visual Communication Design Students with NIM C0709028*

² *Guide Lecture I*

³ *Guide Lecture II*

HALAMAN MOTTO



“Proses adalah bagian dari alur waktu yang membentuk sejarah, bukan hanya sekedar rangkaian cerita, ada banyak pelajaran, kenangan, kebanggan, dan harta di dalamnya”.

commit to user

HALAMAN PERSEMBAHAN



Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Allah Subhanahu Wa Ta'Ala atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul: **Perancangan Visual Branding Kota Magelang**

Dalam penyusunan tugas akhir ini, tentunya tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Ahmad Adib, M.Hum., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain
2. Dr. Deny Tri Ardianto, S.Sn., Dpl.Art, selaku ketua prodi Desain Komunikasi Visual
3. Drs. Putut H. Pramono, M.Si. selaku Pembimbing Tugas Akhir I
4. Hermansyah Muttaqin, S.Sn, M.Sn. selaku Pembimbing Tugas Akhir II
5. Drs. Hartoko selaku Kepala Disporabudpar Kota Magelang
6. Staf dan karyawan Disporabudpar Kota Magelang
7. Dosen serta staf karyawan Desain Komunikasi Visual UNS

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun, untuk kemudian dijadikan perbaikan di masa yang akan datang.

Semoga pengantar tugas akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Surakarta, Juni 2015

Penulis,



Dayu Fadhila W.
NIM. C0709028

DAFTAR ISI

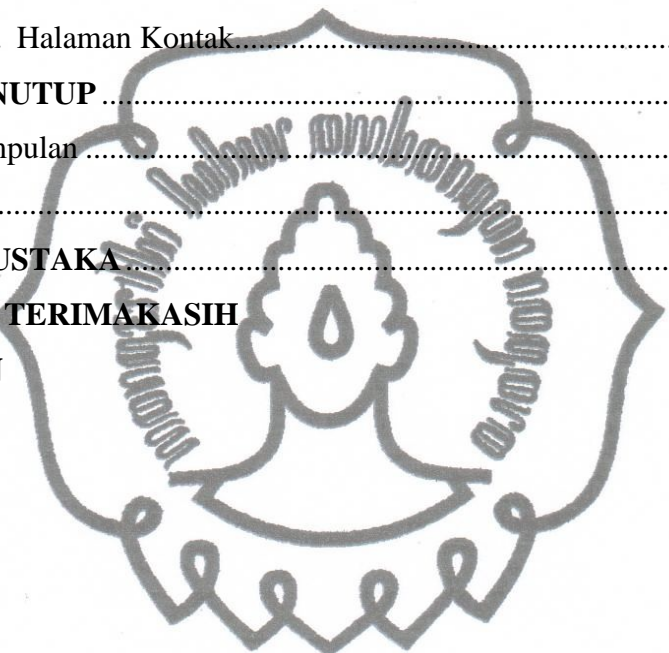
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Perancangan	3
D. Metode Pengumpulan Data	3
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Perancangan	7
1. Definisi Perancangan	7
2. Jenis-Jenis Kegiatan Perancangan.....	7
B. Visual	8
1. Definisi Visual	8
2. Unsur-Unsur Visual	9
3. Prinsip-Prinsip Visual	14
4. Efek-Efek Visual.....	16
5. Jenis-Jenis Visual.....	17
6. Panduan Merancang Visual.....	18
C. <i>Brand</i> dan <i>Branding</i>	21
1. <i>Brand</i>	21
2. <i>Branding</i>	38
D. Kota (<i>City</i>).....	42
1. Kota.....	42

commit to user

2. <i>City Branding</i>	45
BAB III IDENTIFIKASI DATA	56
A. Identifikasi Data Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata (Disporabudpar) Kota Magelang.....	56
1. Data Umum Organisasi	56
2. Struktur Organisasi	57
3. Visi Misi.....	61
4. Sasaran dan Strategi	62
5. Program Pengembangan dan Kemitraan Dalam Bidang Pariwisata	63
B. Identifikasi Data Kabupaten Magelang dan Kota Magelang	65
1. Sejarah Berdirinya Magelang.....	65
2. Kabupaten Magelang	69
3. Kota Magelang.....	89
C. Analisis Riset Calon Konsumen	112
D. Data Komparasi.....	119
E. Analisa <i>SWOT</i>	124
F. <i>USP (Unique Selling Proposition)</i>	127
G. <i>Positioning</i>	127
BAB IV KONSEP KREATIF DAN PERANCANGAN MEDIA.....	128
A. Metode Perancangan	128
B. Konsep Kreatif	132
C. Standar Visual	133
1. Strategi Visual Verbal	133
2. Strategi Visual Non Verbal	135
D. Pemilihan Media	142
1. Media Lini Atas.....	142
2. Media Lini Bawah.....	143
E. Prediksi Biaya	148
BAB V VISUALISASI KARYA	152
A. Media Lini Atas.....	152
1. Iklan Koran Suara Merdeka.....	152

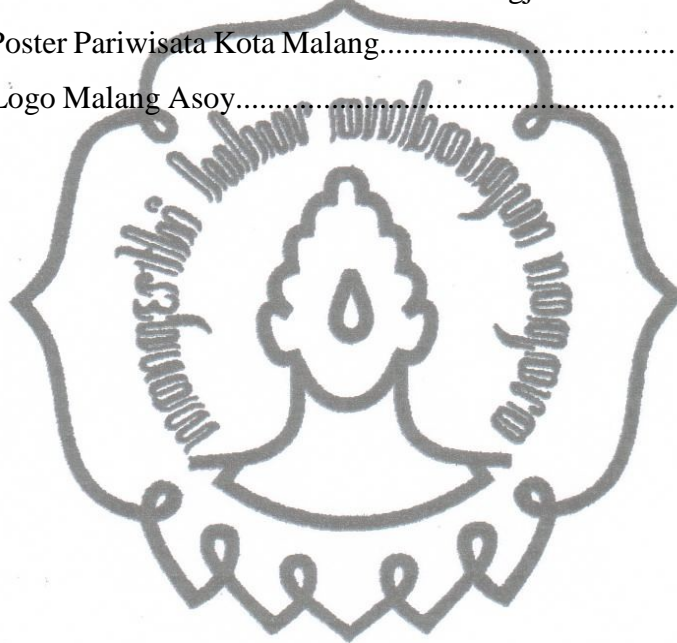
2. Iklan Koran Kompas	153
3. Spanduk.....	154
4. <i>Traffic Ads</i>	155
B. Media Lini Bawah.....	156
1. Poster.....	156
a. Poster A4.....	156
b. Poster A3.....	157
2. <i>Flyer</i>	158
3. Brosur.....	159
a. Halaman Depan.....	159
b. Halaman Belakang.....	160
4. <i>Stationary</i>	161
a. Kop Surat	161
b. Amplop.....	162
c. Stopmap	163
d. <i>ID Card</i>	164
e. Kartu Nama.....	165
5. Baliho	166
6. <i>X-Banner</i>	167
7. <i>Vertical Banner</i>	168
8. Topi	169
9. <i>T-Shirt</i>	170
10. <i>Tote Bag</i>	171
11. <i>Mug Coffee</i>	172
12. Jam Keramik Kotak.....	173
13. Pin	174
14. Gantungan Kunci Karet.....	175
15. Stiker.....	176
16. <i>Postcard Pack</i>	177
17. <i>Notes</i>	178
a. Cover Depan.....	178
b. Isi.....	179

c. Cover Belakang.....	180
18. Pulpen.....	181
19. <i>Bookmark</i>	182
20. Kalender Meja.....	183
21. <i>Website</i>	184
a. Halaman Beranda	184
b. Halaman Potensi.....	185
c. Halaman Galeri.....	186
d. Halaman Kontak.....	187
BAB VI PENUTUP	188
A. Kesimpulan	188
B. Saran.....	189
DAFTAR PUSTAKA.....	190
HALAMAN TERIMAKASIH	
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Branding Cycle/Siklus Branding</i>	40
Gambar 2. <i>Heksagon City Branding</i>	48
Gambar 3. Logo Jogja Never Ending Asia.....	120
Gambar 4. Trans Jogja.....	121
Gambar 5. Logo TVRI Jogja.....	121
Gambar 6. <i>Screenshot</i> Video Promosi Pariwisata Jogja.....	121
Gambar 7. Poster Pariwisata Kota Malang.....	122
Gambar 8. Logo Malang Asoy.....	123



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Potensi-Potensi Kabupaten Magelang.....	75
Tabel 2 Potensi-Potensi Kota Magelang.....	91
Tabel 3 Analisis SWOT	124
Tabel 4 Prediksi biaya.....	148



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Struktur Organsasi Disporabudpar Kota Magelang.....	57
Bagan 2. Konsep Dasar Logo Kota Magelang.....	139



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1 Domisili Responden.....	115
Diagram 2 Cara Responden Mengetahui Kota/Kabupaten Magelang.....	115
Diagram 3 Perkembangan Aspek Fisik Kota/Kabupaten Magelang.....	115
Diagram 4 Fasilitas Umum di Magelang.....	116
Diagram 5 Pendapat Responden Mengenai Keramahan Masyarakat Magelang.....	116
Diagram 6 Kelebihan dari Kota/Kabupaten Magelang Menurut Responden.....	117
Diagram 7 Hal Yang Mengingat tentang Kota/Kabupaten Magelang Menurut Responden.....	118
Diagram 8 Posisi Kota Magelang Sebagai Kota Yang Kaya Akan Seni Budaya dan Memiliki Sisi Historis Yang Kuat.....	118