

204/S/PM-KCBR/PK.03.08/18/DESEMBER/2024

**PERANCANGAN VISUAL IDENTITAS WANAWISATA
TANGGA SERIBU DESA CIBIRU WETAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN AWARENESS**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan
pada Program Studi Pendidikan Multimedia



Oleh:

Thoriq Fadilah Muhammad

2004196

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MULTIMEDIA

KAMPUS UPI DI CIBIRU

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2025

LEMBAR HAK CIPTA

PERANCANGAN VISUAL IDENTITAS WANAWISATA TANGGA SERIBU DESA CIBIRU WETAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN AWARENESS

Oleh
Thoriq Fadilah Muhammad

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Multimedia Universitas
Pendidikan Indonesia Kampus di Cibiru

© Thoriq Fadilah Muhammad
Universitas Pendidikan Indonesia
2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

THORIQ FADILAH MUHAMMAD

**PERANCANGAN VISUAL IDENTITAS WANAWISATA TANGGA
SERIBU DESA CIBIRU WETAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN
AWARENESS**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds.

NIP. 920171219860906201

Pembimbing II



Intan Permata Sari, S.ST., M.Ds.

NIP. 920171219900606201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia

Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Daerah Cibiru



Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T.

NIP. 920171219870811201

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul **PERANCANGAN VISUAL IDENTITAS “WANAWISATA TANGGA SERIBU DESA CIBIRU WETAN” DALAM UPAYA MENINGKATKAN AWARENESS** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya penulis sendiri. Penulis tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 10 Februari 2025

Pembuat pernyataan,

Thoriq Fadilah Muhammad

NIM. 2004196

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji Syukur kepada Allah SWT karena berkah Rahmat, nikmat, dan izin-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **PERANCANGAN VISUAL IDENTITAS “WANAWISATA TANGGA SERIBU DESA CIBIRU WETAN” DALAM UPAYA MENINGKATKAN AWARENESS** Penyusunan skripsi ini adalah salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan di Program Studi Pendidikan Multimedia, Universitas Pendidikan Indonesia, Kampus daerah Cibiru. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan bisa diselesaikan tanpa bantuan dari pihak-pihak yang senantiasa membantu penulis. Karena itu pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ibu Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds. selaku dosen pembimbing pertama yang sudah membimbing penulis, mengarahkan apa yang harus dilakukan, mengoreksi dan memeriksa skripsi, menjadi teman diskusi, memberikan ilmu yang sangat bermanfaat untuk penulis, menjadi pendorong dan pemberi motivasi handal bagi penulis, serta menjadi pendengar yang baik di saat penulis sedang mengalami masalah dalam proses penyusunan skripsi. Terimakasih sudah menjadi Ibu yang sangat baik, semoga semua kebaikan selalu menyertai Ibu.
2. Ibu Intan Permata Sari, S.St., M.Ds. selaku dosen pembimbing kedua yang sudah mengarahkan penulisan, penyusunan skripsi dan membantu mengoreksi penulisan. Terimakasih banyak untuk pengalaman dan ilmu-ilmu yang sudah diberikan, serta membimbing penulis sehingga skripsi bisa terselesaikan.
3. Terimakasih kepada orangtua penulis, Bapa Ali dan Ibu Tia yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan bantuan dalam bentuk materi, non-materi, doa, serta motivasi yang selalu diucapkan ketika penulis sedang mengalami kesulitan, semoga kebaikan-kebaikan yang sudah diberikan, bisa dilipat gandakan dengan balasan baik oleh Allah SWT.
4. Terimakasih kepada adik penulis, Najib Aqil Nasrullah yang selalu menerima suruhan dari penulis, untuk membeli sesuatu yang dibutuhkan.
5. Terimakasih sebanyak-banyaknya kepada calon istri penulis yaitu Tiara Alfia Risna yang senantiasa membantu penulis dimanapun, kapanpun, dan

bagaimanapun kondisinya. Terimakasih sudah selalu memberikan dorongan yang sangat kuat untuk penulis tetap berdiri, sehingga penulis bisa menyelesaikan masa perkuliahan. Semoga harapan dari penulis dan Tiara Alfia Risna untuk bisa menikah di Tahun 2026 atau 2027 dapat terwujud.

6. Ibu Maya Purnamasari, S.Pd., M.Ds. selaku dosen di Program Studi Pendidikan Multimedia yang sudah memberikan ilmu dan pengalaman selama perkuliahan. Terimakasih sudah menjadi ibu yang sangat baik, semoga semua cita-citanya dapat terwujud, selalu diberi Kesehatan dan kekuatan, serta semua kebaikan selalu menyertai.
7. Ibu Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T. selaku dosen wali penulis dan Ketua Program Studi, terimakasih sudah menjadi dosen wali yang baik dan ramah, terimakasih atas seluruh kebaikan yang sudah diberikan, semoga Kesehatan dan kebaikan selalu menyertai.
8. Bapak Fahmi Chandra Permana, S.Si., M.T. selaku dosen dan Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia periode 2018-2022, terimakasih atas segala ilmu yang sudah diberikan, penulis jadi memahami tentang dunia komputasi. Semoga Bapak Fahmi diberi kesehatan selalu.
9. Bapak Feri Hidayatullah Firmansyah, M.MT. selaku dosen Pendidikan Multimedia yang sudah memberi ilmu, nasihat dan pengalaman, terimakasih sudah menjadi dosen yang memberi ilmu seputar komputasi. Semoga Kesehatan dan kebaikan menyertai Bapak selalu.
10. Bapak Nurhidayatulloh, S.Pd., M.T. selaku dosen Prodi Pendidikan Multimedia yang sudah memberikan pengalaman, ilmu, serta nasihat bagi penulis mengenai penulisan skripsi. Semoga bapak diberi kesehatan dan kebaikan menyertai bapak selalu.
11. Bapak Agus Juhana, S.Pd., M.T. selaku dosen Prodi Pendidikan Multimedia yang sudah memberikan saran mengenai metode penelitian, ilmu, dan materi yang sangat bermanfaat. Semoga bapak diberi kesehatan, keselamatan, dan kebaikan yang selalu menyertai bapak.

12. Bapak Reza selaku staf Program Studi Pendidikan Multimedia, yang turut membantu dalam proses administrasi penulis selama masa perkuliahan, semoga bapak diberi Kesehatan, dan kebaikan selalu yang menyertai bapak.
13. Ibu Siti Maulani sebagai Ketua Pelaksana Operasional di BUMDes Mawaraharja Desa Cibiru Wetan yang telah bersedia memberikan informasi dan izin terkait penelitian penulis di Wisata Tangga Seribu.
14. Terimakasih kepada Teman Unggas, Erin, Reza, Ronal, Ilmen, Pa Muh, Akbar, Mang Uyan, Sipa, Sipe, Sabi, Jendot, Eka, Tigor, yang sudah memberi penulis semangat, berbagi keluh kesah, suka dan cita bersama.
15. *Last but not least, I want to thank me. I want to thank me for believing in me, I want to thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive. I wanna thank me for trying to do more right than wrong. I wanna thank me for being me at all times.*

Bandung, 10 Februari 2025

Penulis,

Thoriq Fadilah Muhammad

NIM. 2004196

**PERANCANGAN VISUAL IDENTITAS WANAWISATA TANGGA SERIBU
DESA CIBIRU WETAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN AWARENESS**

Thoriq Fadilah Muhammad

NIM. 2004196

ABSTRAK

Wanawisata Tangga Seribu di Desa Cibiru Wetan merupakan destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Namun, kurangnya pengenalan masyarakat terhadap destinasi ini menunjukkan pentingnya upaya strategis untuk meningkatkan *awareness*. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah melalui perancangan identitas visual yang mampu merepresentasikan keunikan dan daya tarik destinasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang identitas visual Wanawisata Tangga Seribu dan menghasilkan rancangan yang dapat diterapkan pada berbagai media promosi branding. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *practice-led research*, yang terdiri dari lima tahapan: tahap persiapan, tahap imajinasi, tahap pengembangan imajinasi, tahap pengerjaan, dan hasil karya. Hasil penelitian menciptakan identitas visual untuk Wanawisata Tangga Seribu berupa logo, warna, tipe huruf, pola, dan beberapa aturan dalam penggunaan logo yang terdapat dalam buku merek. Identitas visual yang dihasilkan diterapkan pada media promosi seperti kaos, rompi, tas jinjing, signage kotak lampu neon, tiket, gantungan kunci, *mock-up* spanduk, stiker, papan penunjuk arah, dan maskot, serta media promosi akun Instagram. Hasil rancangan identitas visual baru dapat disimpulkan efektif dalam mendukung upaya meningkatkan kesadaran merek Wanawisata Tangga Seribu. Hal ini terlihat dari hasil pretest dan posttest yang dilakukan, di mana terjadi peningkatan skor *awareness* yang cukup signifikan dibandingkan dengan sebelumnya.

Kata Kunci: Identitas Visual, Wanawisata Tangga Seribu, Awareness.

**DESIGNING THE VISUAL IDENTITY OF WANAWISATA TANGGA SERIBU
CIBIRU WETAN VILLAGE, IN AN EFFORT TO INCREASE AWARENESS**

Thoriq Fadilah Muhammad

NIM. 2004196

ABSTRACT

Tangga Seribu Wanawisata in Cibiru Wetan Village is a tourist destination that has great potential for development. However, the lack of public awareness of this destination shows the importance of strategic efforts to increase awareness. One step that can be taken is through designing a visual identity that is able to represent the uniqueness and attractiveness of the destination. The aim of this research is to design the visual identity of Wanawisata Tangga Seribu and produce a design that can be applied to various branding promotional media. The method used in this research is practice-led research, which consists of five stages: preparation stage, imagination stage, imagination development stage, workmanship stage, and work results. The results of the research created a visual identity for Wanawisata Tangga Seribu in the form of a logo, color, type of letters, patterns, and several rules for using the logo contained in the brand book. The resulting visual identity is applied to promotional media such as t-shirts, vests, tote bags, neon light box signage, tickets, key chains, banner mock-ups, stickers, direction boards and mascots, as well as promotional media for Instagram accounts. The results of the new visual identity design can be concluded to be effective in supporting efforts to increase brand awareness of Wanawisata Tangga Seribu. This can be seen from the results of the pretest and posttest, where there was a significant increase in awareness scores compared to before.

Keywords: Visual Identity, Wanawisata Tangga Seribu, Awareness.

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Desain.....	7
2.2 Prinsip-Prinsip Desain.....	7
2.2.1 Keseimbangan.....	7
2.2.2 Kontras.....	8
2.2.3 Kesatuan.....	8
2.2.4 Irama	9
2.2.5 Proporsi.....	9
2.3 Unsur Unsur Desain	9
2.3.1 Unsur Konsep.....	9

2.3.2	Unsur Rupa	10
2.3.3	Unsur Pertalian	11
2.3.4	Unsur Peranan.....	12
2.4	Visual Identitas	13
2.5	Brand (Merek).....	14
2.6	<i>Branding</i>	15
2.6.1	Elemen-Elemen Branding.....	18
2.8	<i>Brand Identity</i> (Identitas Merek).....	22
2.9	<i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	24
2.10	<i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	26
2.11	<i>Brand Positioning</i> (Penempatan Merek)	28
2.12	<i>Profile</i> Wanawisata Tangga Seribu	29
2.12.1	Visi dan Misi Wanawisata Tangga Seribu	31
2.13	Penelitian Terdahulu.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		36
3.1	Desain Penelitian.....	36
3.2	Alur Metode Penciptaan Karya.....	37
3.3	Tahap Persiapan	37
3.3.1	Pengumpulan Data	37
3.3.2	Analisis Data	38
3.4	Tahap Mengimajinasi.....	41
3.5	Tahap Pengembangan Imajinasi	42
3.6	Tahap Pengerjaan	44
3.7	Hasil Karya.....	44
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Tahap Persiapan	52
4.1 1	Observasi	52
4.1 2	Wawancara.....	53
4.1 3	Analisis SWOT	53
4.1 4	Analisis STP	55

4.2	Tahap Mengimajinasi.....	58
4.3	Tahap Pengembangan Imajinasi	59
4.3.1	<i>Mind Mapping</i>	59
4.3.2	<i>Moodboard</i>	59
4.3.3	Morphological Matrix.....	60
4.4	Tahap Pengerjaan	61
4.4.1	Pembuatan Logo	62
4.4.2	Color Palette	69
4.4.3	Tipografi	71
4.4.4	<i>Pattern</i>	72
4.5	Hasil Karya.....	72
4.5.1	<i>Mockup</i> dan Desain.....	72
4.5.2	Evaluasi.....	80
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Implikasi.....	91
5.3	Rekomendasi	92
DAFTAR PUSTAKA.....		94
LAMPIRAN.....		97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Laporan Tahunan BUMDes Mawa Raharja Tahun 2023	31
Tabel 1.2	Laporan Tahunan BUMDes Mawa Raharja Tahun 2024	31
Tabel 2.1	Visi & Misi Perusahaan	31
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 4.1	Analisis Demografis.....	57
Tabel 4.2	Tabel 4.2 Hasil Validasi Ahli Materi	79
Tabel 4.3	Pertanyaan Pre-Test	82
Tabel 4.4	Hasil Pre-Test.....	82
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Pre-Test	82
Tabel 4.6	Hasil Uji Realibilitas Pre-Test	82
Tabel 4.7	Pertanyaan Post-Test.....	82
Tabel 4.8	Hasil Post-Test	82
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Post-Test	85
Tabel 4.10	Hasil Uji Realibilitas Post-test	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logotype.....	19
Gambar 2.2 Iconic/Symbolic Logos	20
Gambar 2.3 Combination Mark Logos	20
Gambar 2.4 Fase Pembuatan Brand Identity.....	23
Gambar 2.5 Faktor-faktor Brand Image.....	25
Gambar 3.1 Alur Metode Penciptaan Karya	37
Gambar 4.1 Observasi dan Kunjungan ke Wisata Tangga Seribu	52
Gambar 4.2 Mind Mapping.....	59
Gambar 4.3 Moodboard	60
Gambar 4.4 Morphological Matrix	60
Gambar 4.5 Proses Sketsa Logo	62
Gambar 4.6 Sketsa Logogram.....	63
Gambar 4.7 Sketsa Logotype	64
Gambar 4.8 Logo Utama.....	64
Gambar 4.9 Struktur Logogram dari Primary Logo	65
Gambar 4.10 Variasi Warna dari Primary Logo	66
Gambar 4.11 Whitespace Logo.....	66
Gambar 4.12 Minimal Size Brandmark	68
Gambar 4.13 Correct Logo Usage	68
Gambar 4.14 Incorrect Logo Usage	69
Gambar 4.15 Collor Pallete.....	69
Gambar 4.16 Tipografi.....	71
Gambar 4.17 Pattern Yang digunakan	72
Gambar 4.18 Brandbook	72
Gambar 4.19 T-Shirt	73
Gambar 4.20 Vest.....	73
Gambar 4.21 Tote bag.....	75
Gambar 4.22 Neon Lightbox Signage.....	75
Gambar 4.23 Ticket.....	76
Gambar 4.24 Gantungan Kunci	76

Gambar 4.25 Mockup Banner	77
Gambar 4.26 Sticker.....	77
Gambar 4.27 Directional Signboard	78
Gambar 4.28 Mascot	79
Gambar 4. 29 Gambar Motion Graphic	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Pembimbing Skripsi	97
Lampiran 2. Lembar Kuisioner Pre-Test dan Post-Test	98
Lampiran 3. Observasi dan Wawancara.....	111
Lampiran 4. Brandbook	112
Lampiran 5. Turnitin	131
Lampiran 6. Persetujuan Evaluator	131
Lampiran 7. Hasil Wawancara	131

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, B., & Chandra, E. (2023). Rebranding UMKM Mentai Melalui Perancangan Identitas Visual. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 12(1), 174–181.
- Asrori Al Ishaqi, A., & Ariffudin Islam, M. (2021). PERANCANGAN RE-BRANDING IDENTITAS VISUAL KOPI TOTALITAS DI SURABAYA. *Jurnal Barik*, 2(3), 1–15. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Bambang & Febriani. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. UB Press.
- de Riandra, C. N., & Islam, M. A. (2021). Perancangan identitas visual catering & bakery cherry. *BARIK-Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 2(2), 43–56.
- Fadhallah, R. A. (2021a). *Wawancara*. Unj Press.
- Fadhallah, R. A. (2021b). *Wawancara*. Unj Press.
- Hendriyana, H., & Ds, M. (2022). *Metodologi Penelitian Penciptaan Karya Practice-Led Research and Practice-Based Research Seni Rupa, Kriya, Dan Desain—edisi Revisi*. Penerbit Andi.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia. (t.t.). <https://sdgs.bappenas.go.id/metadata-indikator-sdgs/>. Diambil 18 Desember 2024, dari <https://sdgs.bappenas.go.id/metadata-indikator-sdgs/>
- Kotler, P. , & K. K. L. (2013). *Marketing Management (14e ed., Vol. 22)*. . Pearson Education .
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2018). *Marketing management : an Asian perspective*. Pearson Education Limited.

- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). Strategi peningkatan omset ukm percetakan dengan pendekatan analisis SWOT. *SESINDO* 9, 2017.
- Kusnadi (2018). (2018). *Dasar desain grafis*. . Edu Publisher.
- Kusrianto (2007). (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Vol. 1).
- Luzar, L. C., & Monica, M. (2013). Peranan Komunikasi Visual bagi Identitas Perusahaan. *Humaniora*, 4(1), 528. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3461>
- Mhd Panerangan Hasibuan, R. A. D. B. A. S. U. R. (2023). *Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi Analysis of Air Temperature Measurements Using the Observational Method*. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2.
- Munir, A. (2015). (2015). *Desain Komunikasi Visual: Konsep dan Aplikasi*. . Bandung: Alfabeta. (buku).
- Murwanti, A. (2017). Pendekatan practice-led research. *Membangun Tradisi Inovasi Melalui Riset Berbasis Praktik Seni dan Desain*, 8.
- Nur Alifah & Maria. (2016). *Strategi Desain Call Jack Yogyakarta Dan Implementasinya Pada Media Visual*.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>
- Said, A. A. (2015). *Desain Logo*. Makassar: Fakultas Seni dan Desain UNM Makassar.

- Said Abdul. (2006). *UNSUR-UNSUR DESAIN In: Dasar Desain Dwimatra*. adan Penerbit UNM Makassar, Makassar, pp. 23-51. ISBN 979-8416-74-0. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/4229>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., & Susanto, P. C. (2022). *BOOK of BRAND MARKETING: THE ART OF BRANDING*. Media Sains Indonesia.
- Sujarwadi, S. (2011). Validitas dan reliabilitas Instrumen penelitian. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Program Pasca Sarjana Universitas Negeri.
- Surono, A., P, B. P. P., & Sukmaraga, A. A. (2021). REBRANDING UMKM KAFE KOPIRIGHT MALANG BERBASIS ANALISIS SWOT UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 2(1), 125–143. <https://doi.org/10.33479/sb.v2i1.136>
- Wakarmamu, T., & Si, S. M. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Yulius, Y. (2018). Pengaplikasian golden ratio pada perancangan logo dalam perspektif desain komunikasi visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 3(3).