

REBRANDING IDENTITAS VISUAL OBYEK WISATA PULAU

ANGSO DUO KOTA PARIAMAN

KARYA AKHIR

*Diajukan kepada Universitas Negeri Padang untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Pendidikan Seni Rupa*



Oleh

**Muhamad Ahdanil
1201081/2012**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2018

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Akhir

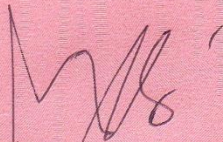
Rebranding Identitas Visual Obyek Wisata Pulau Angso Duo Kota Pariaman

Nama : Muhamad Ahdanil
NIM : 1201081
Program Studi : Pendidikan Seni Rupa
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, Februari 2018

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I,



Dr. Syafwandi, M. Sn
NIP. 19600624. 198602. 1. 003

Dosen Pembimbing II,



Drs. Suib Awrus, M. Pd
19591212. 198602. 1. 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Seni Rupa FBS UNP



Drs. Syafwan, M.Si
NIP. 19570101.198103.1.010

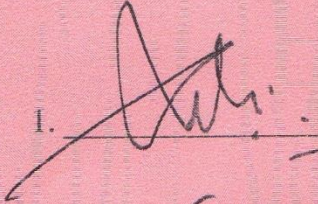

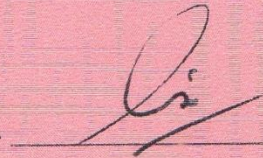
HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Karya Akhir
Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : *Rebranding* Identitas Visual Obyek Wisata Pulau Angso Duo
Kota Pariaman
Nama : Muhamad Ahdanil
NIM : 1201081
Program Studi : Pendidikan Seni Rupa
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, Februari 2018

Tim Penguji:

	Nama/NIP	Tanda Tangan
1. Ketua	: Drs. Erfahmi, M.Sn. NIP. 19551011.198303.1.002	1. 
2. Sekertaris	: Drs. Mediagus, M.Pd. NIP. 19620815.199001.1.001	2. 
3. Anggota	: Dra. Lisa Widiarti, M.Sn. NIP. 19640912.199702.2.001	3. 

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN NASKAH KARYA AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Ahdani

NIM : 1201081

Jurusan : Seni Rupa

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Karya Akhir dengan judul "*Rebranding Identitas Visual Obyek Wisata Pulau Angso Duo Kota Pariaman*" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karna karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, Januari 2018

Menyatakan,


Muhamad Ahdani

NIM. 1201081

ABSTRAK

Muhamad Ahdanil 2018: *Rebranding* Identitas Visual Wisata Pulau AngsoDuo Kota Pariman, Karya Akhir, Jurusan Seni Rupa, FBS UNP. Pembimbing I Dr Syafwandi, M.Sn. Pembimbing II Drs Suib Awrus, M.Pd.

Tujuan perancangan, yaitu *me-rebranding* visual obyek wisata Pulau Angso Duo kota Pariaman yang menampilkan kesan unik dan menyenangkan serta mampu merepresentasi *Branding* obyek wisata pulau di kota Pariaman yang berfungsi untuk menunjukkan identitas sebagai kota yang menyediakan *Resort* wisata pulau.

Metode analisis yang dipilih dalam perancangan *visual rebranding* Pulau Angso Duo ini adalah SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threat) metode ini di gunakan untuk mencari kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman Pulau Angso Duo serta faktor pembeda dengan pulau lainnya.

Hasil perancangan *visual rebranding* untuk Pulau Angso Duo adalah logo dan tagline yang diaplikasikan pada media utama berupa buku panduan merek Pulau Angso Duo dan *stationery set* seperti kartu nama, map, cover cd dan cd, kop surat dan amplop, dan buku catatan serta sebagai media pendukung meliputi, baju kaos, *totebag*, jam, stiker, topi dan gantungan kunci.

Kata Kunci: *Rebranding*, Identitas Visual, Pulau Angso Duo.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT dengan segala rahmat dan karunia-Nya dan sholawat beriringkan salam tetap tercurahkan kepada pucuk pimpinan umat Islam sedunia yakni Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan jalan yang terang untuk kehidupan dunia dan akhirat, dan telah memberikan kebebasan untuk menuntut ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini. Dalam penyusunan karya akhir ini penulis banyak memperoleh masukan dan bantuan baik moral maupun sprituil dari berbagai pihak.

Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan karya akhir ini.

1. Orang tua dan keluarga tercinta atas segala doa dan motivasinya
2. Bapak Drs. Syafwan, M.Si selaku ketua Jurusan Seni Rupa dan Bapak Drs. Ariusmedi, M.Sn selaku Sekretaris Jurusan Seni Rupa.
3. Bapak Dr. Syafwandi, M.Sn, dan Drs. Suib Awrus. M.Pd selaku dosen Pembimbing I dan Pembimbing II.
4. Bapak dan Ibu dosen di lingkungan Fakultas Bahasa dan Seni khususnya Jurusan Seni Rupa serta karyawan, yang telah membantu penulis selama proses pembuatan laporan penelitian ini.
5. Teman-teman seperjuangan serta semua pihak yang telah membantu baik moril maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini, yang tak mungkin disebutkan namanya satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi suatu nilai kebaikan dan ibadah kehadiran Allah SWT. Penulis mengharapkan saran dan kritikan yang membangun demi penyempurnaan karya akhir ini. Penulis berharap hasil karya akhir ini nantinya dapat bermanfaat bagi kita semua. Atas perhatian dari semua pihak penulis mengucapkan terimakasih.

Padang, Februari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Orisinalitas	4
F. Tujuan Perancangan	5

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Praktis	6
1. Data Verbal.....	6
2. Data Visual	11
B. Kajian Teoritis.....	16
1. Desain Komunikasi Visual.....	16
2. Semiotika Visual	23
3. Logo.....	26
4. Tipografi	27
5. <i>Layout</i>	27
6. <i>Brand</i>	28
7. <i>Branding</i>	30
8. <i>Visual Branding</i>	31
9. Teori <i>Gestalt</i>	34
10. Teori USP	37
11. <i>Mind Mapping</i>	38
C. Karya Relevan	40
D. Kerangka Konseptual	42

BAB III METODE PERANCANGAN

A. Metode Pengumpulan Data	43
1. Data Primer.....	43
2. Data Sekunder	44
B. Metode Analisis Data	45

C. Pendekatan Kreatif	49
1. Strategi Kreatif	49
2. Target <i>Audience</i>	51
D. Media Utama dan Media Pendukung	52
E. Jadwal Kerja.....	54

BAB IV PERANCANGAN VISUAL

A. Teori Media	55
1. Perancangan Logo	55
2. Media Utama	58
3. Media Pendukung.....	60
B. Program Kreatif.....	63
1. Pendekatan Verbal.....	63
2. Pendekatan Visual	63
C. Logo	69
1. Studi Grafik Logogram.....	69
2. Studi Tipografi.....	70
3. Studi <i>Layout</i> Logo	71
4. Studi <i>Layout</i> Komprehensif.....	72
5. Final Desain Logo	73
D. Layout Media Utama.....	79
1. <i>Layout</i> Kasar.....	79
2. <i>Layout</i> Eksekusi.....	83
3. <i>Layout</i> Komprehensif	86
E. <i>Layout</i> Media Pendukung.....	90
1. <i>Layout</i> Kasar.....	90
2. <i>Layout</i> Eksekusi.....	93
3. <i>Layout</i> Komprehensif	96
F. Final <i>Layout</i> Media Utama.....	99
1. Manual Book	99
2. <i>Stationery Set</i>	100
G. Final <i>Layout</i> Media Pendukung	102

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	106
B. Saran.....	108

DAFTAR RUJUKAN.....	109
----------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Kunjungan Wisatawan	10
Table 2. Grafik Kunjungan Wisatawan Nusantara di Kota Pariaman	10
Tabel 3. Grafik Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kota Pariaman	11
Tabel 4. Jadwal Kerja.....	56
Tabel 5. Alternatif Huruf Perancangan Visual Rebranding Pulau Angso Duo	67
Tabel 6. Alternatif Warna Yang Digunakan dalam Perancangan Logo dan Tagline Pada Visual Rebranding Pulau Angso Duo	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1:	Pulau Angso Duo	11
Gambar 2:	Pulau Angso Duo Tampak Atas	12
Gambar 3:	Keindahan Terumbu Karang Pulau Angso Duo.....	12
Gambar 4:	Pasir Pantai Pulau Angso Duo	13
Gambar 5:	Makam KatikSangko.....	14
Gambar 6:	Sumur Tua Pulau Angso Duo	14
Gambar 7:	Peta Kota Pariaman	15
Gambar 8:	Loket Pembelian Tiket Tour Pulau Pariaman	15
Gambar 9:	Identitas Pulau	16
Gambar 10:	Contoh Titik	18
Gambar 11:	Contoh Garis	19
Gambar 12:	Contoh Ikon.....	25
Gambar 13:	Contoh Simbol	26
Gambar 14:	<i>Figure Ground</i>	35
Gambar 15:	<i>Similarity</i>	36
Gambar 16:	<i>Closure</i>	37
Gambar 17:	<i>Branding</i> Yogyakarta	41
Gambar 18:	Pulau Angso Duo Tampak dari Lautan.....	65
Gambar 19:	Angsa.....	66
Gambar 20:	Kubah Masjid	66
Gambar 21:	Alternatif Logogram	71
Gambar 22:	Studi Warna.....	71
Gambar 23:	Studi Tipografi	72
Gambar 24:	Studi <i>Layout</i> Logo.....	73
Gambar 25:	Studi <i>Layout</i> Komprehensif	74
Gambar 26:	Final Desain Logo	75
Gambar 27:	Sistim Gird Logo Angso Duo	79
Gambar 28:	<i>Black/White</i> Logo Angso Duo	80
Gambar 29:	<i>Layout</i> Kasar Sampul Buku Manual Book	81
Gambar 30:	<i>Layout</i> Kasar Kartu Nama.....	82
Gambar 31:	<i>Layout</i> Kasar Korp Surat dan Amplop.....	82
Gambar 32:	<i>Layout</i> Kasar Cover CD	83
Gambar 33:	<i>Layout</i> Kasar Label CD.....	83
Gambar 34:	<i>Layout</i> Kasar Map	84
Gambar 35:	<i>Layout</i> Kasar Buku Catatan	84
Gambar 36:	<i>Layout</i> Eksekusi Manual Book	85
Gambar 37:	<i>Layout</i> Eksekusi Kartu Nama	85
Gambar 38:	<i>Layout</i> Eksekusi Korp Surat dan Amplop.....	86
Gambar 39:	<i>Layout</i> Eksekusi Cover CD.....	86
Gambar 40:	<i>Layout</i> Eksekusi Label CD	87
Gambar 41:	<i>Layout</i> Eksekusi Map.....	87
Gambar 42:	<i>Layout</i> Eksekusi Buku Catatan	88
Gambar 43:	<i>Layout</i> Komprehensif Manual Book.....	88
Gambar 44:	<i>Layout</i> Komprehensif Kartu Nama	89

Gambar 45:	<i>Layout</i> Komprehensif Korp Surat dan Amplop	89
Gambar 46:	<i>Layout</i> Komprehensif Cover CD	90
Gambar 47:	<i>Layout</i> Komprehensif Label CD	90
Gambar 48:	<i>Layout</i> Komprehensif Map	91
Gambar 49:	<i>Layout</i> Komprehensif Buku Catatan	91
Gambar 50:	<i>Layout</i> Kasar Kaos	92
Gambar 51:	<i>Layout</i> Kasar Gantungan Kunci	92
Gambar 52:	<i>Layout</i> Kasar Jam	93
Gambar 53:	<i>Layout</i> Kasar Stiker	93
Gambar 54:	<i>Layout</i> Kasar Topi	94
Gambar 55:	<i>Layout</i> Kasar Tote Bag	94
Gambar 56:	<i>Layout</i> Eksekusi Baju Kaos	95
Gambar 57:	<i>Layout</i> Eksekusi Gantungan Kunci	95
Gambar 58:	<i>Layout</i> Eksekusi Jam	96
Gambar 59:	<i>Layout</i> Eksekusi Stiker	96
Gambar 60:	<i>Layout</i> Eksekusi Topi	97
Gambar 61:	<i>Layout</i> Eksekusi Totebag	97
Gambar 62:	<i>Layout</i> Komprehensif Baju Kaos	98
Gambar 63:	<i>Layout</i> Komprehensif Gantungan Kunci	98
Gambar 64:	<i>Layout</i> Komprehensif Jam	99
Gambar 65:	<i>Layout</i> Komprehensif Stiker	99
Gambar 66:	<i>Layout</i> Komprehensif Topi	100
Gambar 67:	<i>Layout</i> Komprehensif Tote Bag	101
Gambar 68:	<i>Final Layout Manual Book</i>	101
Gambar 69:	<i>Final Layout Kartu Nama</i>	102
Gambar 70:	<i>Final Layout Korp Surat dan Amplop</i>	102
Gambar 71:	<i>Final Layout Cover CD dan Label CD</i>	103
Gambar 72:	<i>Final Layout Map</i>	103
Gambar 73:	<i>Final Layout Buku Catatan</i>	104
Gambar 74:	<i>Final Layout Baju Kaos</i>	104
Gambar 75:	<i>Final Layout Gantungan Kunci</i>	105
Gambar 76:	<i>Final Layout Jam Dinding</i>	105
Gambar 77:	<i>Final Layout Stiker</i>	106
Gambar 78:	<i>Final Layout Topi</i>	106
Gambar 79:	<i>Final Layout ToteBag</i>	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembaran Konsultasi Pembimbing I.....	109
Lampiran 2. Lembaran Konsultasi Pembimbing II.....	110
Lampiran 3. Sketsa dan Alternatif logo	111
Lampiran 4. Mind Mapping	112
Lampiran 5. Foto Selesai Ujian Karya Akhir.....	113
Lampiran 6. Foto Kunjungan Pameran	114

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pulau Angso Duo adalah salah satu pulau kecil di Pariaman yang berjarak paling dekat dengan bibir pantai kota Pariaman, sekitar 20 km dari kota Pariaman. Pulau ini merupakan alternatif wisata alam dan juga wisata religi yang menarik untuk dikunjungi. Wisata Pulau Angso Duo juga menyediakan pesona wisata bawah laut, yang ditempuh dalam beberapa menit dari pantai Gandorih Pariaman, ternyata panorama bawah laut yang cukup memukau dan kaya akan keindahan terumbu karang seperti halnya obyek wisata bahari yang cukup diminati oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Pulau Angso Duo terdapat gugusan karang yang tertata rapi ditambah dengan tumbuhan bawah laut disertai dengan biota laut yang berada di dalamnya, menjadi salah satu tujuan favorit wisatawan yang ingin menghabiskan liburannya sambil menyelam di tengah-tengah Samudra Hindia.

Branding di sektor industri pariwisata pulau merupakan strategi sebuah kota untuk membuat posisi yang kuat di dalam target pasar, seperti layaknya posisi sebuah produk dan jasa, sehingga pulau tersebut dapat dikenal secara luas. Industri pariwisata pulau merupakan sektor jasa yang mendapat perhatian penting karena dari industri pariwisata pulau diharapkan dapat memulihkan pertumbuhan ekonomi secara merata, khususnya perekonomian masyarakat lokal atau setempat.

Kunjungan wisatawan ke Pulau Angso Duo selalu meningkat dari tahun ke tahunnya hal ini dilihat dari kunjungan wisatawan ke Pariaman dari tahun 2008-2014. Data terakhir Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Pariaman menunjukkan kunjungan wisatawan mancanegara di Pariaman tahun 2014 berjumlah 1.233.668 pengunjung. Jumlah ini meningkat dibanding tahun 2013 yang hanya mencapai 791.624 pengunjung

Membangun *Brand Image* Pulau Angso Duo sebenarnya sudah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Pariaman dengan melakukan perancangan media promosi. Promosi yang dilakukan Pariaman melalui beberapa media diantaranya media cetak, iklan, dan website wisata, namun belum maksimal.

Ketidakmaksimalan upaya tersebut tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas strategi komunikasi pemasaran yang digunakan selama ini. Baik itu ditinjau dari pesan komunikator atau pengelola dalam promosi, ataupun pemilihan media yang sesuai dengan karakteristik atau ciri khas dan latar belakang pulau sehingga efek yang diharapkan dari ketertarikan wisatawan untuk berkunjung masih belum tercapai dengan baik.

Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pulau Angso Duo di kota Pariaman harus lebih cerdas lagi melakukan kegiatan publikasi atau promosi yang diawali sebuah komunikasi untuk membangkitkan perhatian wisatawan. Kota Pariaman juga harus berupaya pengenalan identitas pulaunya yang mengangkat potensi dan keunikan yang dimiliki dibanding pulau lainnya. Hal tersebut dapat terwujud jika nilai sebuah

wisata suatu pulau dikemas menjadi *brand* yang hasilnya bisa memenuhi harapan masyarakatnya dan sesuai dengan kondisi pulau yang sebenarnya.

Perancangan visual *rebranding* ini dilakukan dengan pendekatan budaya yang didasari oleh pohon ilmu desain komunikasi visual. Dimana dalam perancangan *visual rebranding* dapat diambil dari ilmu desain komunikasi visual (ilmu seni) dan ilmu komunikasi dengan salah satunya didukung oleh ilmu sosial dan budaya. Ini merupakan salah satu faktor pendekatan yang menyatukan sebuah komunikasi sehingga terbentuk *branding* pulau.

Oleh karena alasan tersebut maka penulis mengangkat judul “***Rebranding*** **Identitas Visual Obyek Wisata Pulau Angso Duo Kota Pariaman**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan terdapat masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. *Branding* identitas *Visual* obyek wisata Pulau Angso Duo Pariaman belum maksimal.
2. *Branding Visual* dibutuhkan sebagai bagian tak terpisahkan dari kegiatan *branding* untuk mendapatkan *positioning* yang baik dan tepat dari target *audience*
3. Wisata Pulau Angso Duo memiliki peluang bisnis untuk maju karena Pulau Angso Duo kaya akan keindahan alam lautnya

C. Batasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, Wisata Pulau Angso Duo kota Pariaman membutuhkan perancangan *rebranding visual* yang representatif agar memberi kesan kepada target *audience* sehingga membentuk *positioning* bahwa wisata Pulau Angso Duo di kota Pariaman adalah *traveling* wisata pulau yang menjanjikan dan memuaskan pengunjungnya dan mampu bersaing dengan kompetitor wisata pulau yang ada di Sumatera Barat.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah yaitu: “Bagaimana perancangan *rebranding* visual obyek wisata Pulau Angso Duo kota Pariaman yang menampilkan kesan unik dan menyenangkan serta mampu merepresentasi *branding* obyek wisata Pulau di Kota Pariaman?”.

E. Orisinalitas

Keaslian perancangan *Rebranding* obyek wisata Pulau Angso Duo Kota Pariaman adalah menciptakan identitas dan gagasan, bentuk dan gaya yang berbeda dengan Wisata Pulau lainnya, sehingga memberi *positioning* di ingatan masyarakat dan mempermudah kota Pariaman mempromosikan wisata pularnya dengan citra dan keunikan yang tercipta dari proses *rebranding* identitas *visual* wisata pulau di kota Pariaman.

F. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan ini, yaitu *me-rebranding* visual obyek wisata Pulau Angso Duo kota Pariaman yang menampilkan kesan unik dan menyenangkan serta mampu merepresentasi *Branding* obyek wisata pulau di kota Pariaman yang berfungsi untuk menunjukkan identitas sebagai kota yang menyediakan *Resort* wisata pulau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dan pembahasan perancangan visual *rebranding* Pulau Angso Duo dapat disimpulkan bahwa **Perancangan dan pembuatan promosi melalui *visual branding* mampu memberikan informasi dan kesan yang tepat dan dapat menciptakan penilaian yang positif pada masyarakat luas** hal ini telah dilakukan melalui proses kegiatan *rebranding* yaitu menentukan identitas visual dari Pulau Angso Duo. Dalam merancang identitas visual pengumpulan data sangat penting dilakukan sebagai acuan dan pedoman dasar dalam perancangan identitas visual. Perancangan identitas visual untuk Pulau Angso Duo sangat mempertimbangkan berbagai macam aspek. Penulis melakukan perancangan berupa logo yang mengandung *tagline* yang mengandung makna dan filosofi bagi Pulau Angso Duo dengan pendekatan topografi. Penulis mempertimbangkan berbagai aspek terhadap logo tersebut agar tidak keluar dari konsep utama dari perancangan logo tersebut yang telah penulis peroleh dari proses *mind mapping*. Sehingga dalam logo dapat mewakili karakter Pulau Angso Duo.

Perancangan *visual rebranding* melalui media yang tepat, sesuai dengan segmentasi dan audiensnya, sehingga dapat mencapai target sasaran. Sesuai dengan segmentasi dan target audiensnya meliputi masyarakat yang berada didalam wilayah Kota Pariaman sebagai pemilik wilayah pulau seperti investor tetapi juga memungkinkan terhadap masyarakat yang berasal dari luar wilayah Kota Pariaman maka logo ini akan

diaplikasikan pada media utama yaitu *manual book* dan media *stationery set* seperti kartu nama, amplop, cover cd, label cd, *note book*, dan map, diaplikasikan lagi kepada media pendukung berupa gantungan kunci, baju, stiker, jam, totebag, dan topi.

Perancangan tentang profil dan *Brand Identity* Pulau Angso Duo, diharapkan dapat memberikan penjelasan/petunjuk gambaran secara lengkap dan jelas tentang potensi yang terdapat di Pulau Angso Duo.

Pemilihan bentuk-bentuk, warna, dan unsur-unsur yang terkandung dalam logo menyesuaikan dengan apa yang diwakili yang mengikuti pesan verbal untuk memberikan kesan karakteristik demi menimbulkan kesan yang menarik dalam perancangan visual branding Pulau Angso Duo. Dalam perancangannya juga diberikan bentuk visualisasi yang bernilai lokal konten dengan menonjolkan empat potensi Pulau Angso Duo seperti wisata sejarah, wisata religi, wisata budaya dan potensi Sumber Daya Alam.

Perancangan ini diharapkan mampu menanamkan citra visual yang baik terhadap logo Pulau Angso Duo. Dengan adanya kegiatan *visual rebranding* Pulau Angso Duo juga diharapkan dapat hidup didalam hati dan pikiran konsumennya sehingga mampu memberikan impresi yang baik bagi Pulau Angso Duo kedepannya.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan perancangan *visual rebranding* Pulau Angso Duo di atas penulis mengajukan saran yaitu:

1. Agar logo Pulau Angso Duo yang baru bisa dikenali sebagai suatu identitas visual yang baik oleh *target audience* serta logo dapat bersifat persuasif dalam memperkenalkan identitas serta tujuan Pulau Angso Duo yang dipromosikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.
2. Bagi perancang yang akan merancang sebuah promosi, persiapkanlah sebelumnya data verbal, visual, dan data-data yang diperlukan dalam perancangan lalu kemungkakan permasalahan yang jelas agar pengerjaan karya akhir berjalan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Benny H. 2014. *Semiotik Dan Dinamika Social Budaya*. Depok: Komunitas Bambu.
- Buzan, Tony. 2009. *Berfikir Pintar*, Jakarta : Gramedia
- College, Maria Regina. 2008. *Kamus Istilah Desain Grafis dan Priklanan*. Jakarta: PT. Media Elex Komputindo
- Dewi, Ike Janita. 2009. *Creating & Sustaining Brand Equity: Aspek Manajerial dan Akademis dari Branding*. Yogyakarta: Amara Books.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman. 201. *Statistik 2015*. Pariaman. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman.
- <http://studioarsitektur.com>. Sistem Tanda, Semiotika Teks, dan Teori Kode. 10 april 2016, pkl. 21.00 WIB.
- <https://jennimahasiswaupnyk.wordpress.com/2012/04/27/brand-and-branding/> diakses tanggal 15 mei 2016 pukul 22.18 WIB.
- Kusrianto, Adi. 2004. *Desain Komunikasi Visual* Yogyakarta: Andi.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Labuz, Ronald. 1991. *Contemporary Graphic Design*, Van Nostrand Reinhold, New York: Digital Ebook
- Porter, B. & Hernacki. (1999). *Quantum Learning: Membiasakan Belajar Nyaman dan Menyenangkan*. Bandung : KAIFA
- Prayudi. 2008. *Mind Mapping*. Bandung: Kaifa
- Pricilia, Yunita. 2010. *Tipografi Dalam Komunikasi Visual*. Fakultas Seni dan Desain. Universitas Kristen Petra.
- Purwaningrum, Atiq. 2008. Perancangan Visual Branding Kabupaten Purbalingga Melalui Media Desain Komunikasi Visual. Karya Akhir tidak diterbitkan. Surakarta: Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.
- Rustan, Suryanto. 2009. *Layout dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Rustan, Suryanto. 2013. *Mendesain logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, Jonathan dan Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.