

**IDENTITAS VISUAL GAYA *ART NOUVEAU* DALAM  
PERANCANGAN PROMOSI AGROWISATA JAMUS  
NGAWI JAWA TIMUR**

**TUGAS AKHIR KARYA**

Sebagai syarat guna mencapai gelar Sarjana Strata-1 (S-1)  
Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta



**OLEH:  
SOFFIA PUTRI ANGGRAINI  
NIM. 15151138**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA  
SURAKARTA  
2022**

**PENGESAHAN  
TUGAS AKHIR KARYA**

**IDENTITAS VISUAL GAYA ART NOUVEAU DALAM PERANCANGAN  
PROMOSI AGROWISATA JAMUS NGAWI JAWA TIMUR**

Oleh:

Soffia Putri Anggraini

NIM. 15151138

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji

Pada Tanggal, 16 Juni 2022

Tim Penguji

Ketua Penguji : Dr. Anung Rachman, S.T., M.Kom

Penguji Utama : Dr. Taufik Murtono, S.Sn., M.Sn

Penguji Pembimbing : Basnendar Herry Prilosadoso, S.Sn., M.Ds

Karya ini telah diterima sebagai

salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)

pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 16 Juni 2022

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum.

NIP. 197705312005012002

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Soffia Putri Anggraini

NIM : 15151138

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir Karya dengan judul:

**IDENTITAS GAYA VISUAL *ART NOUVEAU* DALAM PERANCANGAN PROMOSI  
AGROWISATA JAMUS NGAWI JAWA TIMUR**

Adalah karya saya sendiri dan bukan hasil menjiplak atau plagiasi dari orang lain. Apabila di kemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiasi, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui bahwa laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara *online* dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademik.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 16 Juni 2022

Yang menandatangani,

**Soffia Putri Anggraini**

NIM. 15151138

## MOTTO



*“Indeed,  
With hardship [will be] ease”.*

*- Ash-Sharh 94:5*

## ABSTRAK

Agrowisata Jamus merupakan salah satu aset pariwisata yang berbasis agrowisata kebun teh sebagai wisata potensial di kota Ngawi, Jawa Timur. Berdiri sejak tahun 1928 pada zaman penjajahan Belanda dan kemudian dikelola oleh perusahaan swasta PT.Candi Loka. Pada tahun 2013 mulai berkembang dan bertambahnya minat pengunjung terhadap Agrowisata Jamus. Akan tetapi upaya dalam membangun identitas visual masih belum signifikan dan kegiatan promosi yang dilakukan kurang maksimal. Gaya *Art Nouveau* dipilih sebagai konsep gaya visual karena merupakan gaya desain dekoratif yang terinspirasi pada tumbuhan dan ornamen yang geometris. Selain itu, dapat membawa kembali para penikmat teh dengan gaya visual tempo dulu yang populer pada masa itu. Hal ini bertujuan untuk memberikan *awareness* terhadap pentingnya sebuah citra merek bagi perusahaan maupun menciptakan ciri khas untuk memperkuat nilai visual dan karakter dari Agrowisata Jamus.

**Kata kunci:** Agrowisata Jamus, Identitas Visual, *Art Nouveau*, Promosi



## ABSTRACT

Jamus Agrotourism is one of the tourism assets based on tea garden agrotourism as a potential tourist in Ngawi City, East Java. Established since 1928 during the Dutch colonial era and then managed by a private company PT. Candi Loka. In 2013, began to develop and the increasing interest of visitors towards Agrotourism Jamus. However, efforts in building a visual identity are still not significant and promotional activities are less than optimal. Art Nouveau style was chosen as a visual style concept because it is a decorative design style inspired by plants and geometric ornaments. In addition, it can bring back tea connoisseurs with the visual style of the past that was popular at that time. This aims to provide awareness of the importance of a brand image for the company as well as create characteristics to strengthen the visual value and character of Agrotourism Jamus.

**Key Words:** *Agrotourism* Jamus, *Visual Identity*, *Art Nouveau*, *Promotion*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan laporan tugas akhir karya dengan judul **“IDENTITAS VISUAL GAYA ART NOUVEAU DALAM PERANCANGAN PROMOSI AGROWISATA JAMUS NGAWI JAWA TIMUR”** dapat terselesaikan dengan baik.

Penyusunan laporan ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses pelaksanaan dari awal hingga akhir. Dalam kesempatan ini diucapkan terima kasih kepada:

1. Terkhusus kepada kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan secara spiritual dan material serta motivasi dan semangat dalam menempuh perkuliahan hingga akhir.
2. Basnendar Herry Prilosadoso, S.Sn., M.Ds selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang senantiasa memberikan arahan, saran, dan motivasi selama proses perancangan dan penulisan laporan tugas akhir ke karya ini.
3. Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn., M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta yang telah memberi dukungan dan membantu kelancaran dalam proses penyelesaian laporan tugas akhir ini.
4. Dr. Ana Rosmiati S.Pd, M.Hum selaku Ketua Fakultas Seni Rupa dan Desain sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyelesaian laporan tugas akhir.
5. Seluruh Dosen Prodi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang

bermanfaat dalam membantu penyelesaian laporan tugas akhir ini dan ilmu yang dapat bermanfaat di luar kegiatan perkuliahan.

6. Ninuk Kurniawati selaku Pengembangan SDM dan Usaha Pariwisata DISPARPORA Kabupaten Ngawi serta staff jajaran DISPARPORA Kabupaten Ngawi yang telah bersedia memberikan izin dan waktunya untuk memberikan data serta informasi guna membantu penyelesaian tugas akhir ini.
7. Ir. Purwanto selaku Pimpinan PT. Candi Loka dalam memberikan izin dan informasi terkait dengan Agrowisata Jamus dan Pabrik pengolahan teh di Jamus.
8. Haryanto selaku Kepala Bagian Agrowisata Jamus dan HUMAS PT. Candi Loka dalam memberikan informasi yang terkait dengan Agrowisata Jamus.
9. Sriyanto dan masyarakat sekitar Agrowisata Jamus dalam memberikan kemudahan akomodasi, informasi dan dokumentasi mengenai Agrowisata kebun teh Jamus.
10. Teman-teman terdekat Sarah, Dhidit, Cony, Nufriyanto, Riffhani, Silvi, dan Chusnul dalam membantu proses penyelesaian tugas akhir ini baik secara tenaga maupun pikiran.
11. Teman-teman seperjuangan DKV 2015 yang saling memberi dukungan dan motivasi satu sama lain dalam berjuang menyelesaikan tugas akhir ini.
12. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hardwork, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting. Snoop Dog-*

Surakakarta, 16 Juni 2022

Soffia Putri Anggraini

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Gagasan Penciptaan .....	6
C. Tujuan Penciptaan.....	7
D. Manfaat Penciptaan .....	7
E. Tinjauan Penciptaan .....	9
F. Landasan Penciptaan .....	13
G. Metode Penciptaan .....	26
H. Sistematika Penulisan .....	34
<b>BAB II POTENSI DAN PARIWISATA NGAWI JAWA TIMUR</b>	
A. Pariwisata Ngawi .....	36
1. Gambaran Umum Kabupaten Ngawi .....	36



2. Potensi Wisata Kabupaten Ngawi .....	39
3. Agrowisata kebun Teh Jamus .....	45
B. Data Pemasaran .....	57
1. Strategi Pemasaran .....	57
2. Wilayah Pemasaran .....	57
C. Analisis Data ... ..	62
1. Analisis Deskriptif Kualitatif .....	63
2. Analisis SWOT .....	64
D. Identitas Visual & Media Promosi Media <i>Online &amp; Offline</i> .....	67

### **BAB III KONSEP PERANCANGAN MEDIA PROMOSI**

A. Konsep Perancangan.....	72
1. Target Audiens dan Target Market .....	72
2. Strategi Kreatif Visual.....	73
B. Pemilihan Media dan <i>Media Placement</i> .....	79
C. Konsep Kreatif .....	81
1. Konsep Perancangan Logo .....	82
2. Pengaplikasian <i>Prototyping Design</i> Media Promosi .....	90

### **BAB IV VISUALISASI DESAIN**

A. Logo Agrowisata Jamus .....	99
B. Media Promosi Agrowisata Jamus .....	104
C. Hasil Responden terhadap Identitas Visual Agrowisata Jamus..	116

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	119
---------------------	-----

B. Saran .....	122
DAFTAR PUSTAKA .....	124
LAMPIRAN .....	129



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Artikel Liputan Pesona Kampung Jamus Sine .....	2
Gambar 2. Motif batik khas Ngawi .....	6
Gambar 3. Desain <i>Stationary</i> Agrowisata Pesanggrahan Watu Gunung ....	10
Gambar 4. Desain Buku Ilustrasi Batik Tuban .....	11
Gambar 5. Karakter Warna .....	16
Gambar 6. Poster <i>Art Nouveou</i> by <i>Alphonse Mucha</i> 1897-1902 .....	19
Gambar 7. Desain Dekoratif Gaya <i>Art Nouveau</i> .....	20
Gambar 8. Desain <i>Leaflet</i> Agrowisata Perkebunan Tlogo .....	25
Gambar 9. Peta wilayah Kabupaten Ngawi .....	37
Gambar 10. Lambang Daerah Kabupaten Ngawi .....	38
Gambar 11. Logo Ngawi Ramah .....	39
Gambar 12. Benteng Pendem Van Den Bosch .....	40
Gambar 13. Revolusi Manusia Purba di Museum Trinil .....	41
Gambar 14. Monumen Soerjo .....	41
Gambar 15. Air Terjun Srambang Park .....	42
Gambar 16. Taman Wisata Tawun .....	43
Gambar 17. Tari Kecetan Keduk Beji Tawun .....	43
Gambar 18. Air Terjun Pengantin .....	44
Gambar 19. Wisata Watu Jonggol .....	44
Gambar 20. Gapura Utama Agrowisata dan Grojokan Songo Tuk Pakel ....	47
Gambar 21. Kebun Teh Jamus .....	47

Gambar 22. <i>View</i> Kebun Teh Jamus .....	48
Gambar 23. Lokasi Pembibitan Tanaman Teh .....	49
Gambar 24. Proses Pengolahan Teh Jamus .....	50
Gambar 25. Produk Teh Jamus dan Warung Penjual Teh di Jamus .....	50
Gambar 26. Bumi Perkemahan Kanthil .....	51
Gambar 27. Gardupolo Jamus .....	52
Gambar 28. Mata Air Sumber Lanang .....	52
Gambar 29. Kolam Renang Sumber Lanang .....	53
Gambar 30. Pemandangan Kebun Teh Jamus puncak <i>Borobudur Hills</i> .....	54
Gambar 31. PLTMH Agrowisata Kebun Teh Jamus .....	55
Gambar 32. Museum Listrik <i>Van de Rappard</i> .....	56
Gambar 33. Goa Jepang .....	57
Gambar 34. <i>Leaflet</i> Agrowisata Kebun Teh Jamus .....	58
Gambar 35. Logo Srambang Park .....	59
Gambar 36. Wisata Watu Jonggol.....	62
Gambar 37. Official Instagram Account Agrowisata Jamus.....	68
Gambar 38. <i>Mind Mapping</i> Logo Agrowisata Kebun Teh Jamus .....	82
Gambar 39. Sketsa Bentuk Daun Teh dan Mesin Oven Pemanggang .....	83
Gambar 40. Penerapan Gaya <i>Art Nouveau</i> .....	84
Gambar 41. Alternatif Logo .....	84
Gambar 42. <i>Logoram letter J</i> Agrowisata Jamus.....	85

Gambar 43. <i>Final Logogram Agrowisata Jamus</i> .....	85
Gambar 44. <i>Scheme Green Tone Color</i> .....	86
Gambar 45. <i>Final Logogram</i> .....	87
Gambar 46. <i>Typeface Logogram</i> .....	88
Gambar 47. <i>Layout Logotype</i> .....	89
Gambar 48. <i>Elemen Supergraphic</i> .....	90
Gambar 49. <i>Supergraphic Agrowisata Jamus</i> .....	91
Gambar 50. <i>Final Typeface</i> .....	91
Gambar 51. <i>Sketsa Desain Poster</i> .....	92
Gambar 52. <i>Final Desain Poster</i> .....	93
Gambar 53. <i>Sketsa Desain Leaflet</i> .....	93
Gambar 54. <i>Final Desain Leaflet</i> .....	94
Gambar 55. <i>Final desain Feed Instagram</i> .....	95
Gambar 56. <i>Desain sketsa Tea Set</i> .....	96
Gambar 57. <i>Desain Sketsa Thermal Bottle</i> .....	96
Gambar 58. <i>Desain Sketsa Travel Bag</i> .....	97
Gambar 59. <i>Desain Sketsa Bucket Hat</i> .....	97
Gambar 60. <i>Logo Agrowisata Jamus</i> .....	98
Gambar 61. <i>Color Pallete Agrowisata Jamus</i> .....	101
Gambar 62. <i>Elemen Logo Agrowisata Jamus</i> .....	101
Gambar 63. <i>Clear Space Logo Agrowisata Jamus</i> .....	102

Gambar 64. Ukuran Logo Agrowisata Jamus .....	102
Gambar 65. Penerapan Warna Logo Agrowisata Jamus .....	103
Gambar 66. <i>Incorrect Logo</i> Agrowisata Jamus.....	103
Gambar 67. Pengaplikasian Logo dalam Media Promosi .....	104
Gambar 68. <i>Media Placement</i> Poster Agrowisata Jamus .....	105
Gambar 69. <i>Media Placement</i> Poster Agrowisata Jamus .....	106
Gambar 70. <i>Final Desain Leaflet</i> Agrowisata Jamus .....	107
Gambar 71. <i>Media Placement Leaflet</i> Agrowisata Jamus .....	107
Gambar 72. <i>Final Desain Instagram</i> Agrowisata Jamus .....	109
Gambar 73. <i>Mockup Instagram</i> Agrowisata Jamus .....	109
Gambar 74. <i>Final Desain Tea Set</i> Agrowisata Jamus .....	111
Gambar 75. <i>Final Desain Thermal Bottle</i> Agrowisata Jamus.....	111
Gambar 76. Contoh Pengaplikasian <i>Tea Set</i> Agrowisata Jamus.....	112
Gambar 77. Contoh Penggunaan <i>Thermal Bottle</i> Agrowisata Jamus.....	112
Gambar 78. <i>Final Desain Travel Bag</i> Agrowisata Jamus.....	113
Gambar 79. Penggunaan <i>Travel Bag</i> Agrowisata Jamus.....	114
Gambar 80. <i>Final Desain Bucket Hat</i> Agrowisata Jamus.....	115
Gambar 81. Contoh Penggunaan <i>Bucket Hat</i> Agrowisata Jamus .....	115
Gambar 82. Data Responden sesuai dengan Target Audiens .....	116
Gambar 83. Pemilihan Jenis Logo Agrowisata Jamus .....	117
Gambar 84. Pemilihan Jenis Logo Agrowisata Jamus .....	117
Gambar 85. Pemilihan <i>Final Logo</i> Agrowisata Jamus .....	118
Gambar 86. Hasil responden <i>Final Logo</i> Agrowisata Jamus .....	118

Gambar 87. Lampiran Surat Observasi .....	129
Gambar 88. Wawancara melalui Media <i>Online Whatsapp</i> .....	129
Gambar 89. Pabrik Pengolahan Teh PT. Candi Loka .....	129
Gambar 90. Proses Pengolahan Teh di Pabrik PT.Candi Loka .....	129



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Skema Perancangan .....	34
----------------------------------	----





## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Pengunjung Objek Wisata di Kabupaten Ngawi .....	3
Tabel 2. Analisis SWOT .....	66



## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Alphonse Marie, Mucha. 1980. *Alphonse Mucha The Complete Great Works*. Great Britain: Academy Editions.
- Aropah. 2011. Perancangan Media Promosi Melalui Katalog Studio Patung. *Tugas Akhir Karya*. Fakultas Seni Rupa dan Desain. Universitas Negeri Semarang.
- Basnendar Herry Prilosadoso. 2007. Strategi Kreatif Sebagai Urat Nadi Periklanan. Prodi TV. ISI Surakarta. *Jurnal Ornamen*. Vol. 4 No. 1. pp. 1-13. ISSN 1693-7724
- Burhan, Bungin. 2001. *Imaji Media Masa*. Bandung: Jendela.
- Buzan, T. 2006. *Buku Pintar Mind Map*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Cecep Deni Wahyudin. 2016. Perancangan Identitas Visual dan Promosi Pasriwisata Cipatujah Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Online E-Proceeding Design and Art*. Universitas Telkom. Vol.3, No.3. ISSN : 2355-9349.
- Devanny Gumulya dan Santio Richard. 2014. Gaya *Art Nouveou* Sebagai Inspirasi dalam Perancangan Desain Produk. *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain*. Vol.11. No. 2. Universitas Trisakti. ISSN : 2527-5666

- Dinas Pariwisata, Kebudayaan Pemnida dan Olahraga. 2018. *Welcome to Ngawi Regency*. Magetan: LP3M STAIM
- Dukut Imam Widodo. 2014. *Ngawi Tempo Doeloe*. Surabaya: Dukut Publishing
- Fachrudin, Andi. 2012. *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Fiqih Imroatil Hasanah. 2020. Eduwisata Desa Wisata Tamanan, Bondowoso sebagai Objek Perancangan Media Promosi melalui Desain Komunikasi Visual. *Tugas Akhir Karya*. Fakultas Seni Rupa dan Desain. Institut Seni Indonesia Surakarta
- Gagat Anggi Destyandri. 2017. Perancangan *Corporate Identity* Agro Wisata Pesanggrahan Watu Gunung Di Ungaran. *Tugas Akhir Karya*. Fakultas Teknik Informasi. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Gobe, M. 2005. *Emotional Branding: Paradigma Baru untuk Menghubungkan Merek dengan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Guedy, Henry. 2019. *Art Nouveau Graphic Masterpieces: 100 Plates From "La Descoration Artistique"*. Dover Publications Inc: United States.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hatsani, Ali Khamdan. 2020. Perkebunan Teh Jamus di Kabupaten Ngawi Tahun 1984-2001. AVATARA e-Journal Pendidikan Sejarah. Vol. 10. No. 1. Universitas Negeri Semarang.
- Hendi Hendratman. 2015. *Computer Graphic Design*. Bandung: Informatika.

- Holland, Dave dan Daniel Surya. 2012. *Brand Cookbook*. Jakarta: dm ID-Holland.
- Indiria, Maharsi. 2016. *Ilustrasi*. Yogyakarta: Badan Penerbit ISI Yogyakarta.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip, and Waldemar Pfoertsch. 2010. *Ingredient Branding*. Berlin Heidelberg: Springer- Verlag.
- Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Marcherita Angelia dan Yusita Kusumarini. 2015. Identifikasi Gaya Desain *Vintage* dalam Konteks Ruang. *Dimensi Interior*. Vol. 13 No.1. Universitas Kristen Petra. ISSN 1693-3532
- Mita Purbasari; R.A. Diah Resita I. K. Jakti. 2014. Warna Dingin Si Pemberi Nyaman. *Jurnal Humainora*. Vol.5 No.1. Universitas Binus. ISSN : 2087-1236
- Mulyani. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementrian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat.
- Nugroho, Fianto, dan Hidayat. 2014. Perancangan Buku Ilustrasi Batik Tuban Sebagai Upaya Pelestarian Nilai-Nilai Budaya. *Jurnal Art Nouveau*. Vol.3 No.1. STMIK STIKOM Surabaya.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer*. Jakarta: Penerbit ANDI.

- Rakhmat, Supriyono. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Rustan, Surianto. 2009. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia
- Rustan, Surianto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press
- Sarwono Jonathan, Lubis Hary. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V Andi OFFSET.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. 2013. *Metedologi Penelitian dari Seminar ke Tugas Akhir*. Bandung: Dinamika Komunika.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sunarto, Wagiono. 2013. *Gaya Desain Tinjauan Sejarah*. Jakarta: Pascasarjana IKJ.
- Zarella, D. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI.

#### **SUMBER INTERNET**

- <https://www.instagram.com/agrowisata.jamus/> diakses pada 9 Maret 2022.
- <https://atus.staff.ugm.ac.id/2016/08/31/pesona-kampung-jamus-sine/> diakses pada 16 September 2019.
- <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/16/08/23/ocd7qt284-ngawi-kembangkan-dua-jalur-potensi-wisata> diakses pada 10 Januari 2020.

<http://repository.umsida.ac.id/bitstream/handle/123456789/22905/BAB%20I.pdf?sequence=5&isAllowed=y> diakses pada 17 Februari 2020

<http://repository.umsida.ac.id/bitstream/handle/123456789/22905/BAB%20I.pdf?sequence=5&isAllowed=y> diakses pada 17 Februari 2020

<https://mymodernmet.com/art-nouveau-posters/> diakses 23 Februari 2020

<https://ngawikab.go.id/> diakses 20 Maret 2021

<https://radardjowo.blogspot.com/2016/01/wisata-watu-jonggol-sine-ngawi.html/>  
diakses pada 22 Maret 2021

<https://danurwendho-adyakusuma-dYxx-jPaF34-unsplash/> diakses 11 Agustus 2021

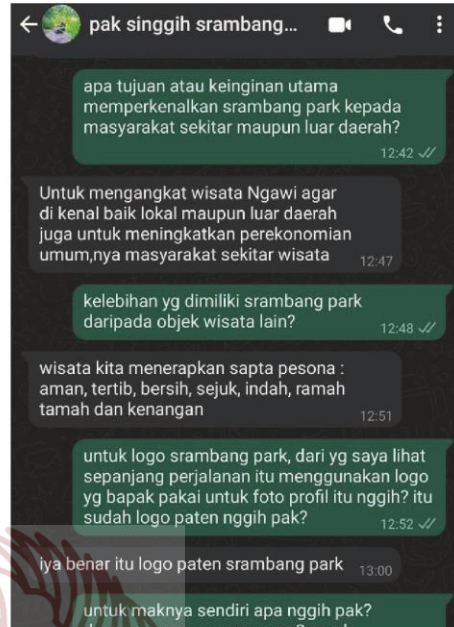
<https://www.designfiles.net/wp-content/uploads/2016/04/remarketing-ads.jpg>  
diakses pada 5 September 2021

[adshttps://www.centerklik.com/10-ukuran-dan-format-iklan-banner-google-adsense-terbaik/](https://www.centerklik.com/10-ukuran-dan-format-iklan-banner-google-adsense-terbaik/) diakses pada 3 September 2021

## LAMPIRAN



Gambar 87. Lampiran Surat Observasi PT. Candi Loka Kebun Teh Jamus (Sumber: Sofia Putri Angraini 2020)



Gambar 88. Wawancara dengan Kabag. Srambang Park Ngawi melalui Media Online Whatsapp (Sumber: Sofia Putri Angraini 2020)



Gambar 89. Pabrik Pengolahan teh PT. Candi Loka (Sumber: Sofia Putri Angraini 2020)



Gambar 90. Proses Pengolahan teh di pabrik PT. Candi Loka (Sumber: Sofia Putri Angraini 2020)