

**PERANCANGAN REBRANDING DAN PENERAPANNYA
DALAM MEDIA PROMOSI KASANG KULIM ZOO RIAU**

TUGAS AKHIR KARYA



**OLEH
ALYA NUR FADILLA
NIM. 201511013**

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA
2024**

ABSTRAK

PERANCANGAN REBRANDING DAN PENERAPANNYA DALAM MEDIA PROMOSI KASANG KULIM ZOO RIAU

Oleh

Alya Nur Fadilla

201511013

Kasang Kulim Zoo sebagai objek wisata rekreasi dan edukasi serta sebagai Lembaga konservasi satwa yang berada dibawah naungan balai konservasi sumber daya alam (BKSDA) Riau menjadi satu-satunya kebun binatang yang dimiliki oleh provinsi Riau. Namun, statistik pengunjung mengalami peningkatan yang tidak besar setiap tahunnya dikarenakan citra negatif yang dimiliki Kasang Kulim Zoo dan kurangnya kegiatan promosi yang konsisten. Proses pengumpulan data dilakukan dengan metode kualitatif. Metode penciptaan yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode design thinking. Berdasarkan perancangan yang dibuat, maka tercipta identitas visual yang meliputi logo, maskot, *typography*, dan *supergrafis*. Selain itu juga tercipta media promosi yang meliputi sosial media dan fisik, *stationary*, *merchandise*. Hasil dari perancangan desain ini diharapkan dapat membantu Kasang Kulim Zoo untuk konsisten dalam penggunaan media promosi yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Kata Kunci: Kasang Kulim Zoo, *Rebranding*, Kebun Binatang, Promosi, Riau

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Gagasan Penciptaan.....	6
C. Tujuan Penciptaan	7
D. Manfaat Penciptaan	7
E. Tinjauan Sumber Penciptaan.....	8
F. Landasan Penciptaan	14
G. Metode Penciptaan	29
H. Sistematika Penulisan.....	30
BAB II.....	31
IDENTIFIKASI DESTINASI WISATA KASANG KULIM ZOO.....	31
A. Kabupaten Kampar	31

A. Potensi Kasang Kulim Zoo	34
B. Sarana Transportasi dan Petunjuk Jalan Kawasan Kasang Kulim Zoo.....	36
C. Kegiatan Promosi Kasang Kulim Zoo.....	36
D. Destinasi Wisata Pesaing	38
E. Analisis Data	44
F. Analisis Kasang Kulim Zoo	49
G. Analisis SWOT	50
BAB III.....	57
KONSEP PERANCANGAN KARYA	57
A. Visual Branding	57
B. Strategi	58
C. Konsep Identitas Visual Kasang Kulim Zoo.....	61
1. <i>Creative Brief</i>	62
2. Logo	65
3. Supergrafis	73
4. Maskot.....	74
5. Media Promosi Wisata	75
BAB IV.....	89
VISUALISASI KARYA	89
A. Hasil Desain Final Identitas Visual Kasang Kulim Zoo.....	89

1. <i>Clear Space</i>	90
2. Ukuran Minimal dan Responsif Logo.....	91
3. Penerapan Logo Bewarna	92
4. Aturan Penggunaan Logo.....	91
5. Maskot.....	93
6. Supergrafis	94
7. Ikon	94
B. Penerapan Identitas Visual dalam Media Promosi	95
1. <i>Stationery</i>	95
2. <i>Merchandise</i>	103
3. Media Promosi Cetak.....	107
4. Petunjuk Arah dan Papan Informais	117
5. Media Promosi <i>Online</i>	118
BAB V	123
PENUTUP	123
A. Kesimpulan	123
Saran.....	124

DAFTAR PUSTAKA

- Riyadi, A., Wahab, T., Fariha, D., & Naufalina, E. (2023). *PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI LEMBAH TENGGORAK SEBAGAI DESTINASI WISATA ALAM* (Vol. 10, Issue 2).
- Wijaya, B., & Prawbawa, B. (2021). *Perancangan Media Visual Promosi Wisata Pulau Penyengat Kota Tanjungpinang Design of Visual Media for Tourism Promotion of Penyengat Island Tanjungpinang City*.
- Dewi, A. M., Prahara, G. A., & Aulia, R. (2021). *PERANCANGAN STRATEGI RANDING DESTINASI WISATA LEMBANG PARK & ZOO BRANDING STRATEGY DESIGN OF TOURIST DESTINATION LEMBANG PARK & ZOO*.
- Aulia, S., Sudiani, Y., Oriesta, O., Studi Desain Komunikasi Visual, P., Seni Rupa dan Desain, F., & Kunci, K. (2022). *PERANCANGAN VISUAL BRANDING TAMAN RIMBA ZOO JAMBI*. In *Jurnal VcoDe : Visual Communication Design Journal* (Vol. 2, Issue 2). <https://journal.isipadangpanjang.ac.id/index.php/VCoDe/issue>
- Program Studi Desain Komunikasi Visual FSR ISI Yogyakarta, W. (2017). *Rebranding Desa Wisata Kembang Arum untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah di Bidang Pariwisata* (Vol. 10, Issue 1).
- Dailiati, S., Hernimawati, & Sudaryanto. (2022). *Tata Kelola Kepariwisataaan Kebun Binatang Kasang Kulim*. *Niara*, 14, 329–340.
- Roisah, R., & Riana, D. (2016). *TELAAH HUBUNGAN CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN*

KONSUMEN. IV(1).

Dinas Pariwisata Kabupaten Kampar. 2018. *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Kabupaten Kampar 2018-2025*. Kampar: Dinas Pariwisata Kabupaten Kampar.

Seni Rupa Dan Desain, F. (2015). *DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI SADRA EGG PAINTING DI BATUAN SUKAWATI OLEH Ida Bagus Purba Negara 2010 06 038 PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.

Sallam, M. A. (2016). The Impact of Brand Image and Corporate Branding on Consumer's Choice: The Role of Brand Equity. *International Journal of Marketing Studies*, 8(1), 98.

Wiswasta, Agung, dan Tamba, 2018. *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*. Denpasar: Universitas Mahasaraswati Press.

Manggarani, Badrudin, dan Patiro, 2021. *Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: K Media*.

Danciu, V. (2010). *The Brand Identity: A Strategic Shift for Success*.

Sudiarta, N. (2017). *Membangun Citra (Destinasi) Pariwisata Seberapa Pentingkah ?*

Panindias, A. N. (2014). *IDENTITAS VISUAL DALAM DESTINATION BRANDING KAWASAN NGARSOPURO. 6*.

Samara, Timothy, 2014. *Design Elements*, China: Rockport Publisher.

Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*, Bandung:

Alfabeta. Wheeler, Alina, 2018. *Designing Brand Identity*,

Canada: John Wiley & Sons, Inc.

Fitriana Sitorus dan Utami Noveli, 2017. *Strategi Promosi Pemasaran* , Jakarta:

FKIP UHAMKA.

Rustan, Suriyanto, 2021. *Logo 2021 Buku 1*. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia.

Rustan, Suriyanto, 2021. *Logo 2021 Buku 2*. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia.

Chiaravalle dan Schenk, 2007. *Branding for Dummies*, Canada: Wiley Publishing, Inc.

Febriangga, Almanfaluti, dan Karobby. 2023. *Design Thinking For Business*. Sidoarjo:

UMSIDA PRESS.

Firmansyah, M.Anang, 2002. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.

Chandra, G. D., Halim, V., Yuwanto, L., & Psikologi, F. (2019). *Pengaruh Warna Logo Brand terhadap Brand Personality*.

Rozi, Z. (2021). *WISATA PEGUNUNGAN SEBAGAI POSITIONING*. Surakarta : ISI Surakarta

INTERNET :

<https://kominfosandi.kamparkab.go.id/peta-wilayah/> (diakses pada tanggal 24

Februari 2024)

<https://www.riamagz.com/2018/07/profil-kabupaten-kampar-riau.html>

<https://gurusains.com/kebun-binatang/>

<https://regional.kompas.com/read/2023/06/15/205304878/alam-mayang-pekanbaru- daya-tarik-harga-tiket-jam-buka-dan-rute>

<https://www.slideshare.net/dutriabayu/pelatihan-analisis-swot>

<https://www.rri.co.id/daerah/676414/siulan-tinggi-serindit-melayu-identitas-provinsi-riau>

<https://rri.co.id/daerah/678325/mengenal-motif-pucuk-rebung-kain-tenun-melayu-riau>

<https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailTetap=482>

