

**SATWA EKSOTIK SEBAGAI CIRI KHAS IDENTITAS
VISUAL DAN MEDIA PROMOSI UNTUK TAMAN
SATWA KEMUNING KARANGANYAR**

TUGAS AKHIR KARYA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-1
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain



**WIDHI MINTARSO
NIM.191511018**

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

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR KARYA SATWA EKSOTIK SEBAGAI CIRI KHAS IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI UNTUK TAMAN SATWA KEMUNING KARANGANYAR

Oleh:
WIDHI MINTARSO
NIM.19151018

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan penguji
Pada tanggal, 24 Juni 2024

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

Penguji Bidang : Ipung Kurniawan Yunianto, S.Sn., M.Sn.

Pembimbing/Penguji : Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi karya ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Desain (S.Ds) pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 5 Juli 2024
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain


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

NIP. 197705312005012002

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widhi Mintarso

NIM : 191511018

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir (Skripsi/Kekarya) dengan judul “Satwa Eksotik Sebagai Ciri Khas Identitas Visual dan Media Promosi Untuk Taman Satwa Kemuning Karanganyar” merupakan karya saya sendiri bukan jiplakan atau plagiarisme dari orang lain. Apa bila di kemudian hari terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini dipublikasi pada media *online* dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 5 Juli 2024



ISI SURAKARTA
METERAI TEMPEL
5951ALX145167773

Widhi Mintarso

NIM. 191511018

ABSTRAK

Kabupaten Karanganyar memiliki dua wilayah pariwisata yaitu Tawangmangu dan Ngargoyoso. Dua daerah ini menjamur berbagai tempat wisata dengan menonjolkan keunikan masing-masing. Menjamurnya destinasi wisata membuat persaingan mendapatkan pengunjung menjadi sengit. Taman Satwa Kemuning merupakan satu-satunya *Mini Zoo* di Kabupaten Karanganyar. Banyaknya potensi yang dimiliki Taman Satwa Kemuning tidak diikuti dengan identitas visual yang konsisten. Perancangan identitas visual dibutuhkan agar Taman Satwa Kemuning dapat lebih dikenal dan bersaing dengan destinasi wisata di daerah Ngargoyoso. Perancangan identitas visual menggunakan metode dari Surianto Rustan yaitu Riset, Strategi, Visualisasi, Penerapan identitas visual. Pada tahap visualisasi menggunakan *Morphological Matrix* untuk membantu eksplorasi ide. Sedangkan media promosi akan menggunakan metode dari Rama Kertamukti yaitu menentukan audiens, menentukan tujuan, menentukan media, menentukan pesan yang akan disampaikan. Dengan menggunakan satwa eksotik sebagai ciri khas menghasilkan identitas visual yang kuat dan media promosi efisien serta komunikatif.

Kata Kunci: Identitas Visual, Taman Satwa, *Morphological Matrix*

KATA PENGANTAR

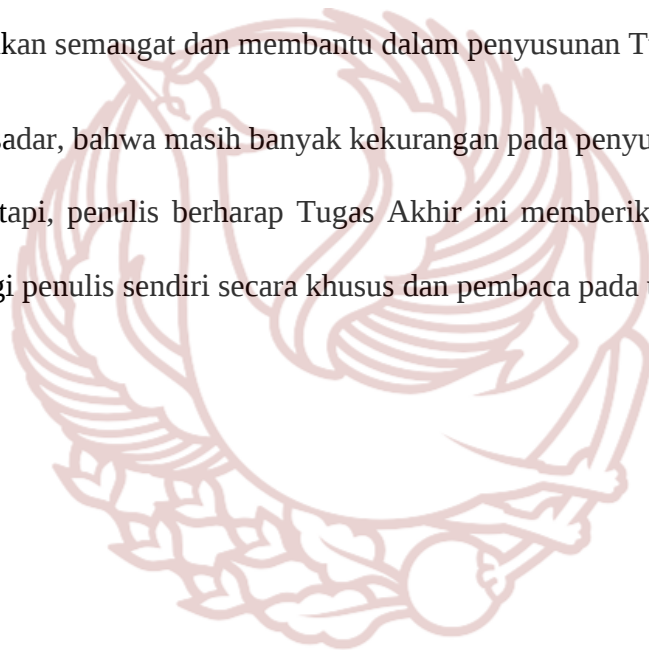
Segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Satwa Eksotik Sebagai Ciri Khas Identitas Visual dan Media Promosi Untuk Taman Satwa Kemuning Karanganyar” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada program studi DKV.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang telah mendukung dan selalu mendoakan yang terbaik selama proses perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn., M.Sn., selaku dosen pembimbing dalam penyusunan Tugas Akhir yang telah sabar memberikan pengarahan sehingga proses penyusunan tugas akhir ini menjadi jauh lebih baik.
3. Rendya Adi Kurniawan, M.Sn., sebagai Ketua Program Studi (S1) Desain Komunikasi Visual dan sebagai dosen pembimbing akademik yang telah mengarahkan dan membimbing selama perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir.

4. Pengelola dari Taman Satwa Kemuning yang telah memberikan izin dan bantuannya pada penyusunan Tugas Akhir untuk melakukan penelitian di Taman Satwa Kemuning.
5. Diana Nur Miftakh yang telah memberikan semangat, motivasi, dan membantu memperbaiki susunan format penulisan Tugas Akhir ini sehingga laporan Tugas Akhir ini lebih baik.
6. Teman-teman di Laskar Pemimpi, teman-teman DKV 2019 yang telah memberikan semangat dan membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis sadar, bahwa masih banyak kekurangan pada penyusunan Tugas Akhir ini. Akan tetapi, penulis berharap Tugas Akhir ini memberikan kebermanfaatan terutama bagi penulis sendiri secara khusus dan pembaca pada umumnya.



MOTTO

“Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan lainnya). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(Asy-Syarh: 7-8)



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Gagasan Penciptaan	6
C. Tujuan Penciptaan.....	6
D. Manfaat Penciptaan.....	6
E. Tinjauan Penciptaan.....	7
F. Landasan Penciptaan.....	12
G. Metode Perancangan	18
H. Sistematika Penulisan	31
BAB II	32
IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	32
A. Satwa Eksotik	32
B. Taman Satwa Kemuning.....	40

C. Sejarah Taman Satwa Kemuning	42
D. Identitas Visual dan Media Promosi	43
E. Pemasaran	58
F. Analisis SWOT	64
G. Hasil Analisis SWOT	65
BAB III	70
KONSEP PERANCANGAN	70
A. Konsep Promosi	70
B. Perencanaan Media	71
C. Konsep Perancangan Identitas Visual	75
D. Perancangan Media Promosi	102
BAB IV	108
VISUALISASI KARYA	108
A. Logo Taman Satwa Kemuning	108
B. Graphic Standard Manual	111
C. Penerapan Pada Media	117
BAB V	139
PENUTUP	139
A. Kesimpulan	139
B. Saran	140
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN	145

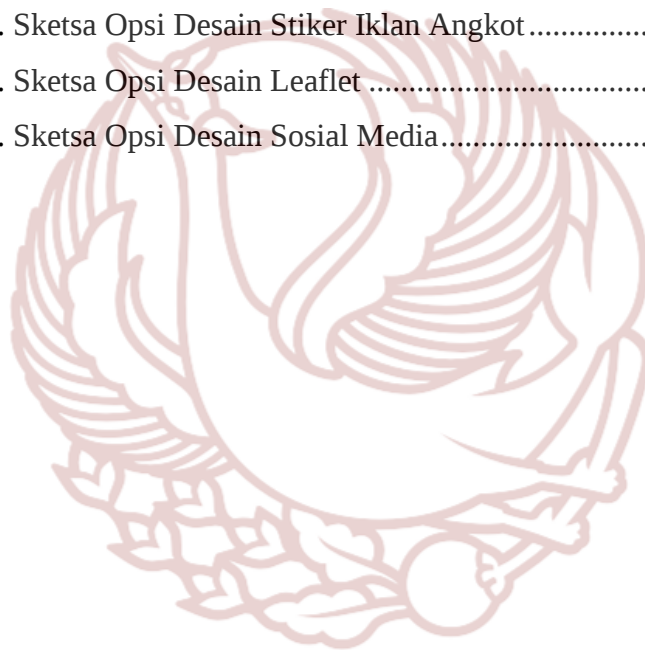
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kondisi Visual TSK	4
Gambar 2. Diagram Analisis SWOT	22
Gambar 3. Morphological Matrix	25
Gambar 4. Bagan Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Taman Satwa Kemuning.....	30
Gambar 5. Kondisi tempat Taman Satwa Kemuning.....	43
Gambar 6. Logo Taman Satwa Kemuning 1.....	45
Gambar 7. logo Taman Satwa Kemuning 2	46
Gambar 8. logo Taman Satwa Kemuning 3.....	46
Gambar 9. Desain Banner Taman Satwa Kemuning	48
Gambar 10. Desain Baliho Taman Satwa Kemuning	50
Gambar 11. infografis Taman Satwa Kemuning.....	52
Gambar 12. Komponen Piramida Sign System.....	53
Gambar 13. Sign System Taman Satwa Kemuning	55
Gambar 14. Instagram Taman Satwa Kemuning	56
Gambar 15. Facebook Taman Satwa Kemuning.....	57
Gambar 16. logo Tahura KGPAA. Mangkunegoro I.....	60
Gambar 17. X Tahura KGPAA. Mangkunegoro I	61
Gambar 18. Instagram Tahura KGPAA. Mangkunegoro I	61
Gambar 19. Web Site Tahura KGPAA. Mangkunegoro I	62
Gambar 20. Tiktok Tahura KGPAA. Mangkunegoro I	62
Gambar 21. Identitas Kampoeng Karet.....	64
Gambar 22. Kuadran analisis SWOT	65
Gambar 23. Mind Mapping.....	77
Gambar 24. Moodboard	78
Gambar 25. Morphological Matrix	80
Gambar 26. Kombinasi Bentuk dari Morphological Matrix.....	80
Gambar 27. Alternatif Logo	81
Gambar 28. Pemilihan Alternatif Logo.....	82

Gambar 29. Pemilihan Alternatif Tipografi	85
Gambar 30. Typeface Comicy	86
Gambar 31. Typeface Bricolage Grotesque	87
Gambar 32. Typeface Lato.....	87
Gambar 33. Primary Color	88
Gambar 34. Secondary Color	89
Gambar 35. Supergraphic.....	90
Gambar 36. Aset Grafis.....	91
Gambar 37. Sketsa Graphic Standart Manual	92
Gambar 38. Sketsa Desain Kaos Pengelola, Sketsa Opsi pada Lampiran	93
Gambar 39. Sketsa Desain Kartu Nama, Sketsa Opsi pada Lampiran.....	93
Gambar 40. Sketsa Desain Tiket, Sketsa Opsi pada Lampiran.....	94
Gambar 41. Sketsa Desain Gerbang Masuk, Sketsa Opsi pada Lampiran.....	95
Gambar 42 Sketsa Desain Infografis, Sketsa Opsi pada Lampiran	96
Gambar 43 Sketsa Icon Sign System, Sketsa Opsi pada Lampiran	97
Gambar 44. Sketsa Desain Sign System, Sketsa Opsi pada Lampiran	97
Gambar 45. Sketsa Desain Kaos Kaki, Sketsa Opsi pada Lampiran	98
Gambar 46. Sketsa Desain Botol Minum, Sketsa Opsi pada Lampiran.....	99
Gambar 47. Sketsa Desain Gantungan Kunci, Sketsa Opsi pada Lampiran	99
Gambar 48. Sketsa Desain Kaos Merchandise, Sketsa Opsi pada Lampiran	100
Gambar 49. Sketsa Desain Topi Rimba, Sketsa Opsi pada Lampiran	101
Gambar 50. Sketsa Desain Pet Bowl, Sketsa Opsi pada Lampiran	101
Gambar 51. Sketsa Desain Billboard, Sketsa Opsi pada Lampiran	104
Gambar 52. Sketsa Desain X Banner, Sketsa Opsi pada Lampiran.....	105
Gambar 53. Sketsa Desain Iklan Kaca Angkot, Sketsa Opsi pada Lampiran.....	105
Gambar 54. Sketsa Desain Leaflet, Sketsa Opsi pada Lampiran	106
Gambar 55 Sketsa Sosial Media, Sketsa Opsi pada Lampiran	107
Gambar 56. Logo Terpilih Taman Satwa Kemuning.....	108
Gambar 57. Cover Graphic Standard Manual.....	112
Gambar 58. Konfigurasi Logo	112
Gambar 59. Warna yang Digunakan pada Identitas Visual	113

Gambar 60. Clear Space Area Logo	114
Gambar 61. Varian Ukuran Penggunaan Logo	114
Gambar 62. Black and White Logo.....	115
Gambar 63. Incorrect Logo	116
Gambar 64. Desain Kaos Pengelola Sketsa Opsi pada Lampiran.....	117
Gambar 65. Desain Kartu Nama	118
Gambar 66. Desain Tiket	119
Gambar 67. Desain Gerbang Masuk	120
Gambar 68. Desain Infografis	121
Gambar 69. Desain Sign System.....	123
Gambar 70. Mocup Sign System	124
Gambar 71. Desain Kaos Kaki.....	124
Gambar 72. Desain Botol Minum	125
Gambar 73. Desain Gantungan Kunci	126
Gambar 74. Desain Kaos Merchandise.....	127
Gambar 75. Desain Topi Rimba	128
Gambar 76. Desain Pet Bowl,	129
Gambar 77. Desain Billboard.....	130
Gambar 78. Desain X-Banner	131
Gambar 79. Desain Stiker Iklan Angkot.....	132
Gambar 80. Mockup Stiker Iklan Angkot.....	133
Gambar 81. Desain Leaflet	134
Gambar 82. Mockup Leaflet	134
Gambar 83. Desain Sosial Media.....	135
Gambar 84. Mockup Sosial Media.....	136
Gambar 85. Grafik Hasil Testing Identitas Visual dan Media Promosi	137
Gambar 86. Sketsa Opsi Desain Kartu Nama	145
Gambar 87. Sketsa Opsi Desain Kaos Pengelola.....	145
Gambar 88. Sketsa Opsi Desain Tiket	146
Gambar 89. Sketsa Opsi Desain Gerbang Masuk	146
Gambar 90. Sketsa Opsi Desain Infografis	147

Gambar 91. Sketsa Opsi Desain Sign System.....	147
Gambar 92. Sketsa Opsi Desain Kaos Kaki.....	148
Gambar 93. Sketsa Opsi Desain Botol Minum	148
Gambar 94. Sketsa Opsi Desain Gantungan Kunci	149
Gambar 95. Sketsa Opsi Desain Kaos.....	149
Gambar 96. Sketsa Opsi Desain Topi Rimba.....	150
Gambar 97. Sketsa Opsi Desain Pet Bowl	150
Gambar 98. Sketsa Opsi Desain Billboard.....	150
Gambar 99. Sketsa Opsi Desain X-Banner	151
Gambar 100. Sketsa Opsi Desain Stiker Iklan Angkot.....	151
Gambar 101. Sketsa Opsi Desain Leaflet	152
Gambar 102. Sketsa Opsi Desain Sosial Media.....	152



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Penciptaan	11
Tabel 2. Analisis SWOT	22
Tabel 3. Perbandingan Penggunaan dan Tanpa Alternatif Perancangan Logo	25
Tabel 4. Satwa Tama Satwa Kemuning	34
Tabel 5. Analisis Logo Taman Satwa Kemuning dengan Kriteria Logo Surianto Rustan.....	47
Tabel 6. Identifikasi SWOT	64
Tabel 7. Hasil Forum Grup Discussion SWOT.....	68
Tabel 8. Customer Journey Mapping	73
Tabel 9. Pemilihan Logo Dengan Kriteria Logo Menurut Surianto Rustan.....	82
Tabel 10. Analisis Typeface Head Line	84
Tabel 11. Analisis Typeface Keterangan.....	84
Tabel 12. Analisis Typeface Body Text.....	84
Tabel 13. Keterangan Konsep Logo Taman Satwa Kemuning.....	109

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, Dina. 2017. “FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA RELIGI MASJID AGUNG ISLAMIC CENTRE KABUPATEN ROKAN HULU.” *JOM FISIP* 4 (2): 1–19.
- Ashfihanis et al. 2021. “PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI PADA MUSEUM BEKASI” 8 (6): 2672–84.
- Ashfihanis, Fitra, dan Riky Azharyandi Siswanto. 2021. “PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI PADA MUSEUM BEKASI Designing of Visual Identity and Promotional Media on Bekasi Museum” 8 (6): 2672–84.
- Asmariah et al. 2023. *Perlindungan Hukum terhadap Hewan Peliharaan (Non Ternak): Ditinjau dari Perspektif Kepastian Hukum*. Diedit oleh Agus Surono. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Burhanudin. 2021. “Pengembangan Instrumen Identifikasi Persona Pelanggan dan Perjalanan Pelanggan.” *Judicious* 2 (1): 74–78. <https://doi.org/10.37010/jdc.v2i1.307>.
- Calori, Chris, dan David vanden Eyden. 2015. *Signage and Wayfinding*. Canada: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Dharmojono. 1998. *Hewan Eksotik Kesayangan*. Bogor: Penebar Swadaya.
- Jannah, N A R, dan M Tohir. 2018. “Perancangan Identitas Visual Dan Implementasi Pada Media Promosi Untuk Kampung Wisata Kerajinan Anyaman Bambu Gintangan.” *eProceedings of Art & Design* 5 (3): 1740–49.
- Jawa Tengah, Dinas Kepemudaan Olah Raga dan Pariwisata. 2022. “STATISTIK PARIWISATA JAWA TENGAH DALAM ANGKA.” 2022. <https://disporapar.jatengprov.go.id/>.
- Jayanegara, I Nyoman, dan I Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan. 2020. “Analisis Bentuk Pada Identitas Visual Stmik Stikom Indonesia.” *Jurnal Bahasa Rupa* 3 (2): 76–82. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v3i2.459>.
- Kabupaten, Karanganyar. 2015. “PROFIL KABUPATEN KARANGANYAR.”

2015.

- Karanganyar, Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kab. 2021. "Daftar Obyek Wisata Kabupaten Karanganyar Tahun 2021." 2021. <https://opendata.karanganyarkab.go.id/sl/user/disparpora>.
- Karanganyar, Pesona. 2022. "Agrowisata Kampung Karet." 2022. <https://pesonakaranganyar.karanganyarkab.go.id/destinasi/daya-tarik-wisata/agrowisata-kampung-karet>.
- Kertamukti, Rama. 2017. *Strategi kreatif dalam periklanan : konsep, pesan, media, branding, anggaran*. Depok: Rajawali Pers.
- Khatimah, Ismi Aryanti Khusnul et al. 2023. "Pembuatan Sistem Informasi Inventarisasi Tanaman Berbasis Qr-Code Dalam Pembelajaran Ipa." *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 7 (2): 1070. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i2.15152>.
- Linkow, Jason et al. 2014. *Infografis : Kedasyatan Cara Bercerita Visual*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Maulana, Yasir. 2014. "Taman Satwa Kalimantan Barat." *Jurnal online mahasiswa Arsitektur Universitas Tanjungpura* 2 (1): 103–18.
- National, Geographic. 2019. "Exotic pet trade, explained." 2019. <https://www.nationalgeographic.com/animals/article/exotic-pet-trade>.
- Nursabila, Risa, dan Tri Cahyo Kusumandyoko. 2022. "Perancangan Sign System Dan Wayfinding Pada Museum Tsunami Aceh." *Jurnal Barik* 4 (2): 65–75. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>.
- Pratama, Federico Dorian, dan Wirania Swasty. 2018. "Logo dan Signage sebagai Identitas Visual (Studi Kasus: Stadion Gelora Bandung Lautan Api)." *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia* 4 (02): 119–29. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v4i02.1598>.
- Rahmawati, Siska Wahyu et al. 2017. "PENERAPAN SAPTA PESONA PADA DESA WISATA (Analisis Persepsi Wisatawan atas Layanan Penyedia Jasa di Kampung Wisata Kungkuk, Desa Punten, Kota Batu)." *Administrasi Bisnis* 50 (2): 195–202.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta:

Gramedia Pustaka utama.

Rustan, Surianto. 2011. *Hurufontipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

———. 2019. *Warna*. Jakarta: PT Lintas Kreasi Imaji.

———. 2021. *LOGO2021*. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia, 2021.

Saad, Moch et al. 2020. “Strategi Pemasaran Usaha Pembekuan Ikan Laut Dengan Metode Matriks BCG dan SWOT Di CV . JIOEN FISHERY Di Desa Wedung , Kecamatan Brondong , Kabupaten Lamongan Marketing Strategy of Sea Fish Freezing Using BCG and SWOT Matrix Methods in CV . JIOEN FISHERY ” 11 (2): 18–26.

Sidik, Igo Depidar, dan Ruslan Arief. 2018. “PERANCANGAN VIDEO EXPLAINER ‘MERAWAT DAN MENGEMBANGBIAKKAN MUSANG PANDAN’ UNTUK ANGGOTA KOMUNITAS MUSANG LOVERS TANGERANG KABUPATEN.” *PANTAREI* 2 (3): 1–14.

Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat.

Tisnadiwangsa, Shamil Ghiffari et al. 2021. “PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI UMKM SAMBAL BAWANG MM.” *eProceedings of Art & Design* 4 (3): 2720.

Wardani, Kartika Kusuma et al. 2020. “Identitas Visual Sebagai Sebuah Cara untuk Memperkenalkan Inovasi Ekowisata Kemaritiman.” *Jurnal Desain* 19 (Gambar 1).

LAMPIRAN

A. Sketsa Opsi Penerapan Identitas Visual

1. Stationary

a. Kartu Nama



Gambar 86. Sketsa Opsi Desain Kartu Nama
(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

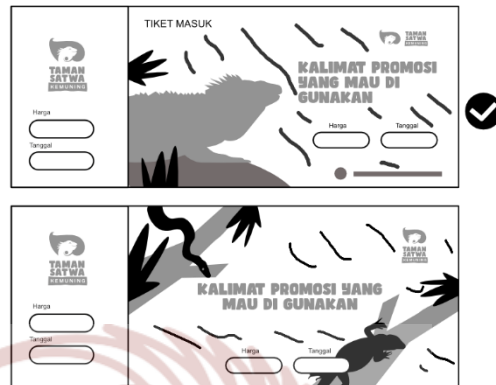
b. Kaos Pengelola



Gambar 87. Sketsa Opsi Desain Kaos Pengelola
(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

2. Media Informasi

a. Tiket



Gambar 88. Sketsa Opsi Desain Tiket

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

b. Gerbang Masuk



Gambar 89. Sketsa Opsi Desain Gerbang Masuk

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

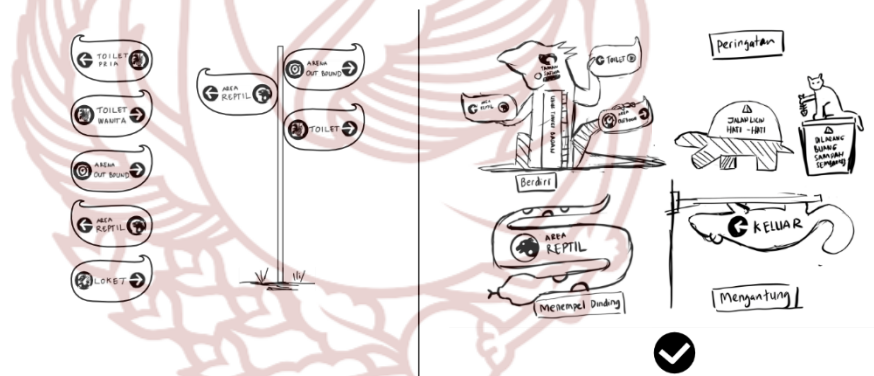
c. Infografis



Gambar 90. Sketsa Opsi Desain Infografis

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

d. Sign System



Gambar 91. Sketsa Opsi Desain Sign System

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

3. Merchandise

a. Kaos kaki



Gambar 92. Sketsa Opsi Desain Kaos Kaki

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

b. Botol minum



Gambar 93. Sketsa Opsi Desain Botol Minum

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

c. Gantungan Kunci



Gambar 94. Sketsa Opsi Desain Gantungan Kunci

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

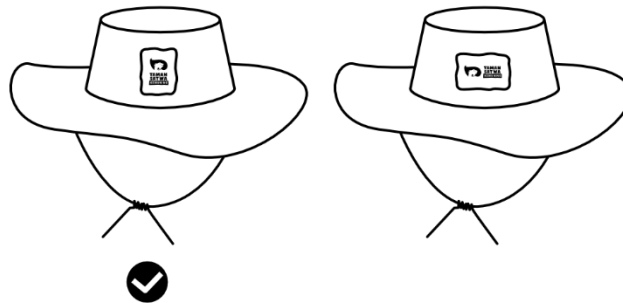
d. Kaos



Gambar 95. Sketsa Opsi Desain Kaos

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

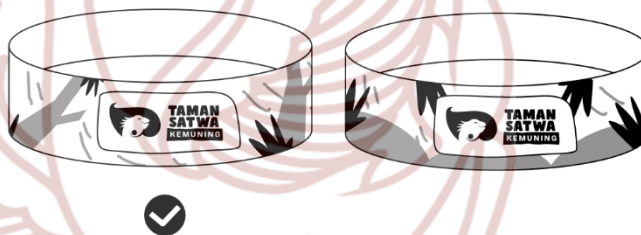
e. Topi Rimba



Gambar 96. Sketsa Opsi Desain Topi Rimba

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

f. Pet Bowl



Gambar 97. Sketsa Opsi Desain *Pet Bowl*

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

4. Media Promosi

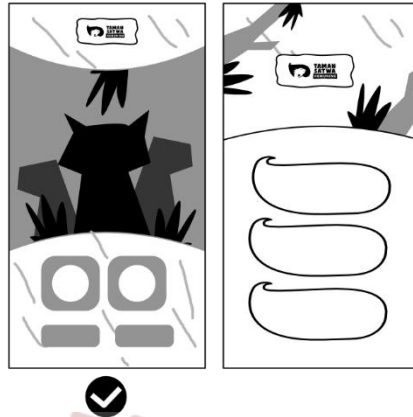
a. Billboard



Gambar 98. Sketsa Opsi Desain *Billboard*

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

b. X- Banner



Gambar 99. Sketsa Opsi Desain X-Banner

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

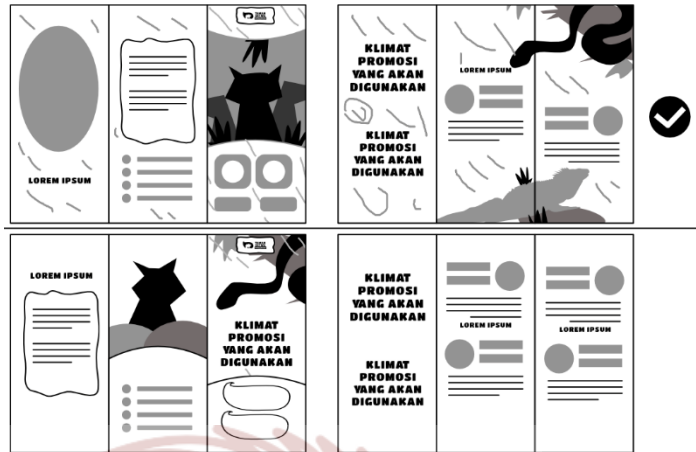
c. Stiker Iklan Angkot



Gambar 100. Sketsa Opsi Desain Stiker Iklan Angkot

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

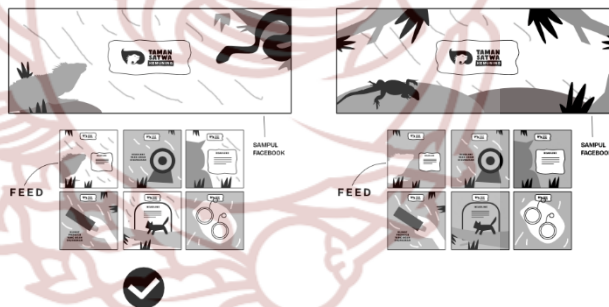
d. Leaflet



Gambar 101. Sketsa Opsi Desain Leaflet

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)

e. Sosial Media



Gambar 102. Sketsa Opsi Desain Sosial Media

(Sumber: Widhi Mintarso, 2024)