

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	I
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	II
ABSTRAK	IV
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL.....	XV
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat.....	5
1.4.1 Manfaat Praktis	5
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Kerangka Pemikiran	8
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Perancangan.....	9
2.2 Desa Wisata.....	9
2.3 Kearifan Lokal.....	13
2.4 Destination Branding.....	13
2.5 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	14
2.5.1 Komponen <i>Brand Image</i>	15
2.5.2 Strategi <i>Brand Image</i>	15
2.6 <i>Brand Awareness</i>	16
2.7 Desain Identitas Visual.....	17
2.7.1 Pengertian Identitas.....	17
2.7.2 Pengertian Identitas Visual	18
2.7.3 Elemen Identitas Visual	19
2.7.3.1 Logo	19

2.7.3.2 Tagline.....	20
2.7.3.3 Warna	21
2.7.3.4 Tipografi.....	23
2.7.3.5 Gambar	25
2.7.4 Penerapan Identitas Visual.....	25
2.8 <i>Graphic Standard Manual</i>	25
2.9 <i>Sign</i>	26
2.10 Kabupaten Bojonegoro	27
2.10.1 Potensi Wisata.....	28
2.11 Desa Wonocolo	29
2.11.1 Letak Geografis.....	29
2.11.2 Sejarah Desa Wonocolo.....	30
2.12 <i>Geopark</i>	31
2.12.1 Konsep Geopark	33
2.13 Teksas Wonocolo	34
2.14 Penelitian Terdahulu.....	37
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Metode Penelitian.....	39
3.2 Pra Perancangan	39
3.2.1 Jenis Penelitian	39
3.2.2 Unit Analisis	39
3.2.2.1 Objek Penelitian.....	39
3.2.2.2 Subjek Penelitian.....	40
3.2.3 Perencanaan Penelitian	40
3.2.4 Data Primer	41
3.2.4.1 Observasi.....	41
3.2.4.2 Wawancara.....	41
3.2.4.3 Kuesioner	41
3.2.4.4 Dokumentasi	42
3.2.5 Data Sekunder.....	42
3.2.6 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.2.7 Metode Analisis Data	43

3.2.7.1 Reduksi Data	43
3.2.7.2 Penyajian Data	44
3.2.7.3 Penarikan Kesimpulan	44
3.3 Perancangan.....	44
3.3.1 <i>Analysis</i>	44
3.3.2 <i>Developing Brand Identity</i>	45
3.3.3 <i>Design Process</i>	45
3.3.4 <i>Implementation & Evaluation</i>	45
3.3.5 <i>Evaluation</i>	45
3.4 Pasca Perancangan : <i>Prototyping</i>	46
3.5 Bagan Penelitian.....	47
3.6 Bagan Perancangan	48
BAB 4 DATA DAN PERANCANGAN	49
4.1 Pengumpulan Data	49
4.2 Aspek Pembuat.....	49
4.2.1 Pengelola Geopark Teksas Wonocolo	50
4.2.2 Perwakilan Masyarakat Lokal	53
4.3 Aspek Pemirsa.....	54
4.3.1 Identitas Responden.....	54
4.3.2 Pengetahuan Tentang Kabupaten Bojonegoro dan Obyek Wisatanya .	54
4.3.3 Pengetahuan dan Persepsi Terhadap Geopark Teksas Wonocolo	55
4.3.4 Identitas Visual	56
4.4 Aspek Imaji	57
4.5 Studi Literatur.....	66
4.6 Reduksi Data	67
4.6.1 Aspek Imaji : Observasi.....	67
4.6.2 Aspek Pembuat : Wawancara	68
4.6.3 Aspek Pemirsa : Kuesioner.....	69
4.6.4 Studi Literatur	70
4.7 Penyajian Data dan Penarikan Kesimpulan.....	71
4.8 Perancangan.....	71
4.8.1 <i>Analysis</i>	72

4.8.1.1 Analisis STP (<i>Segmenting, Targetting, Positioning</i>).....	72
4.8.1.2 USP (<i>Unique Selling Proposition</i>).....	73
4.8.1.3 Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i>).....	74
4.8.2 Developing Brand Identity.....	77
4.8.2.1 Konsep Kreatif.....	77
4.8.3 <i>Design Process</i>	78
4.8.3.1 Perancangan Identitas Visual.....	79
4.8.3.2 Perancangan Media.....	99
4.8.3.2.1 Tujuan Media.....	99
4.8.3.2.2 Strategi Media.....	99
4.8.3.3 Aplikasi Identitas Visual Pada Berbagai Media.....	99
4.8.3.3.1 Pedoman Standar Grafis (<i>Graphic Standard Manual</i>).....	99
4.8.3.3.2 <i>Stationary Set</i>	101
4.8.3.3.3 <i>Office Tools</i>	105
4.8.3.3.4 <i>Merchandise</i>	106
4.8.3.3.5 Media Komunikasi dan Promosi.....	111
4.8.3.3.6 <i>Environmental Graphic Design (EGD)</i>	115
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Kesimpulan.....	119
5.2 Saran.....	122
LAMPIRAN	126
Lampiran Dokumentasi Kuesioner dan Foto Wawancara.....	126
Lampiran Rekapitulasi Hasil Wawancara.....	139
DAFTAR PUSTAKA	123