

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil dan Analisis data**

Analisis data merupakan pencarian dan pengaturan data yang diperoleh dari data lapangan, wawancara dan materi lain untuk memudahkan pemahaman mengenai materi dalam membantu penyajian data yang ditemukan.

##### **4.1.1 Obyek Penelitian**

Obyek penelitian ini membahas tentang Sejarah Religi Cristo Rei yang sekaligus menjadi pembahasan utama dalam pembuatan konsep dan analisis yang dijadikan dasar perancangan karya.

Cristo Rei merupakan tempat Religi dan tempat wisata di kota Dili Tepatnya Jantung Kota Dili yang di jadikan sebagai tempat wisata Religi oleh pemerintah Dili, Timor - Leste, dikarenakan peninggalan Religi serta sejarah pembangunan pada masa penjajahan Indonesia ke Timor - Leste.

##### **4.1.2 Data Produk**

Dalam upaya untuk meningkatkan brand awareness Cristo Rei dibutuhkan peran media yang dapat membantu meningkatkan nilai jual dalam promosi, dalam arti

media promosi harus efektif salah satunya yaitu poster, banner, dan baliho dan terutama logo.

#### **4.1.3 Potensi Pasar**

Logo sangat berguna bagi wisatawan yang ingin memperoleh informasi tentang tempat wisata. Dengan adanya Logo calon wisatawan dapat melihat mengetahui dan membedakan tempat wisata yang di maksud dan dijadikan sebagai obyek wisata bagi para wisatawan.

#### **4.1.4 Hasil Observasi**

observasi adalah cara untuk mengumpulkan data agar peneliti langsung melakukan pengamatan terhadap suatu obyek dan melakukan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal yang menjadi target pengamatan.

adapula beberapa hal yang di dapat setelah melakukan observasi langsung pada obyek terpilih yaitu Cristo Rei sebagai berikut :

- a. berdasarkan hasil observasi langsung di Cristo Rei, di temukan data bahwa yang berkunjung di Cristo Rei lebih di dominasi oleh para wisatawan kota dili yang melakukan aktivitas seperti berolahraga, berfoto dan berdoa dilihat dari hasil tersebut maka harus dilakukannya promosi sehingga dapat membuat para wisatawan luar untuk mengunjunggi dalam bentuk religi.

- b. Dilihat dari potensi yang ada maka didapat hasil pemilihan media utama yaitu Logo. Karena Logo menjangkau semua orang atau calon wisatawan yang ingin melakukan *traveling*.

#### 4.1.5 Hasil Wawancara

Wawancara merupakan salah satu tehnik pengumpulan data yang digunakan untuk mencari data-data yang dibutuhkan dalam pembuatan media promosi tersebut.

Menurut prabowo (1996:47), wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang responden melalui proses percakapan secara tatap muka, karena itu metode ini memerlukan kedekatan dengan narasumber.

Wawancara di mulai pada tanggal 2 mei 2016 dengan informan Bapak Joao De Jesus E Costa Baptista Selaku Mantan Direktur Kementerian Pariwisata Timor-Leste bagian Marketing ( Minesterio Turismo ) Bapak Eiji wisatawan dari Jepang dan Roelrd wisatawan dari Amerika pada tanggal 27 Mei dan Bapak Antonio Laha's Selaku Ketua RT daerah Cristo Rei pada tanggal 4 Juni 2016. Berikut adalah rangkuman dari data hasil wawancara:

Sebagai sebuah Patung di pesisir pantai, Cristo Rei juga dianggap sebagai sebuah simbol bagi orang-orang timor-leste dikarenakan memiliki faktor dan daya tarik tersendiri bagi para pengunjung baik dalam maupun luar kota dan Mancanegara, selain itu Cristo Rei dapat menceritakan berbagai sejarah terkait dengan pembuatan patung Cristo Rei yang sangat kuat dengan Agama. Dan dengan Letaknya yang tepat

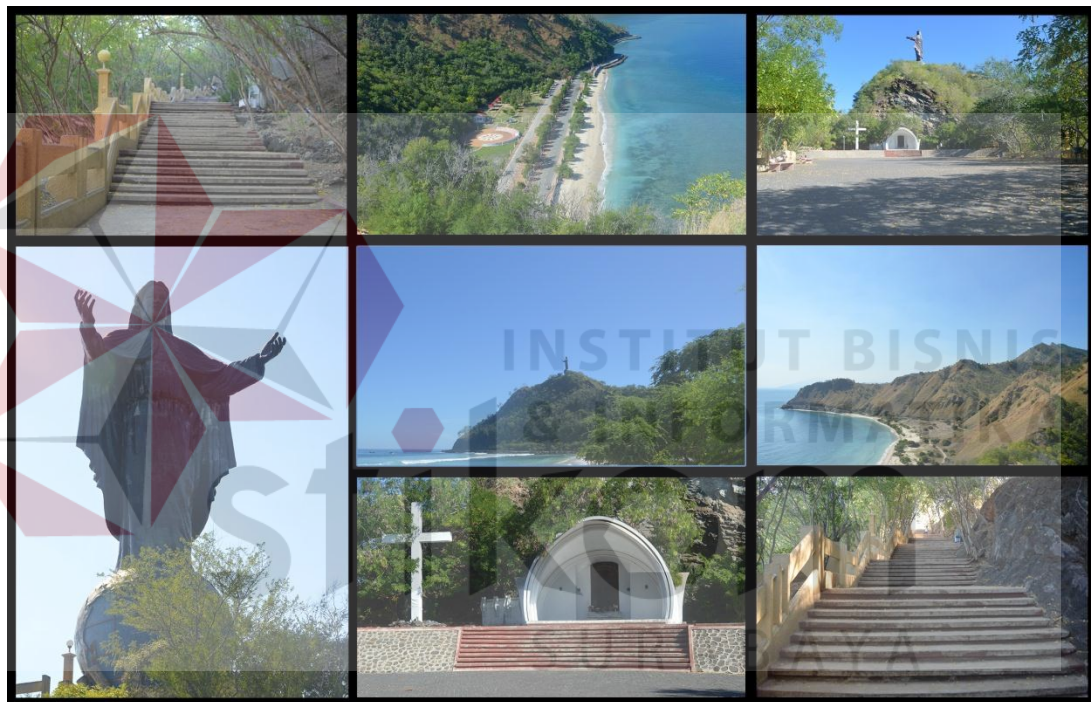
di jantung Kota Dili maka Cristo Rei selalu di ramaikan oleh wisatawan dalam kota Dili yang mengunjungi Cristo Rei dengan melakukan aktifitas-aktifitas Agama pada bulan-bulan Suci yang dianggap oleh Nasrani Khatolik. Selain kunjungan Agama adapula yang melakukan aktifitas lain seperti berolahraga berlari menaiki anak tangga Cristo Rei hingga mencapai patung Cristo Rei.

Cristo Rei juga di sering di jadikan tempat pembuatan Video Clip artis-artis dan cover majalah dalam negeri, tetapi belum mampu mendobrak popularitas dari Cristo Rei sendiri di karenakan kurangnya media-media pendukung yang bisa di lihat oleh orang luar. Selain di kenal sebagai pusat meditasi yang amat bagus, Cristo Rei dapat dinikmati dengan alamnya yang amat sangat bagus yang berada di sampingnya.

sayangnya, Pemerintah setempat kurang maksimal dalam melakukan promosi mengenai tempat ini, sehingga para wisatawan mancanegara kurang mengenal mengenai tempat ini. . Dan diharapkan dengan promosi akan memperoleh *feedback* positif yang akan mengubah pola pikir pemerintah, dan kedepannya pemerintah dan masyarakat sekitar akan turun tangan menjaga kelestarian sejarah, kalau perlu dapat diperbaiki sehingga generasi berikutnya mengenal dan tahu benar tentang sejarah religi yang dimiliki oleh Cristo Rei yang sekarang berdiri teguh dan di jadikan simbol perdamaian, penerimaan dan persaudaraan, yang tidak di buat karena hanya dibuatkan hanya sebagai patung semata, melainkan melalui proses yang panjang pada masa penjajahan indonesia ke Timor - Leste.

#### 4.1.6 Hasil Dokumentasi

Hasil dokumentasi yang diperoleh dari Cristo Rei berupa dokumentasi foto yang berguna dalam pembuatan media promosi yang akan digunakan. Dokumentasi hasil foto sebagai berikut :



**Gambar. 4.1 Cristo Rei**  
Sumber : ( Hasil Olahan Peneliti 2016 )

#### 4.1.7 Analisis STP (Segmentasi, Targeting, Positioning)

Agar mampu mendapatkan target sesuai yang disasar, diperlukan adanya penelitian atau riset yang mendukung hasil sesuai harapan. Populasi yang akan

diambil adalah para wisatawan yang melakukan kunjungan pada tempat ini yaitu beberapa adalah menetap dan melakukan aktifitas di Cristo Rei.

### a. Segmentasi dan Targeting

#### 1) Demografis

Usia : 15 - 65 Tahun

Jenis Kelamin : Pria dan wanita

Profesi : Pelajar, Mahasiswa, pekerja.

Status sosial : Semua kalangan

#### 2) Geografis

Wilayah : Timor-Leste, internasional

Lokasi : Dili

Kepadatan : Perkotaan, pedesaan, pinggir kota

#### 3) Psikografis

Gaya Hidup : suka berziarah, suka berwisata

Personality : Sosial tinggi, suka sejarah, menyukai hal baru, semangat berpetualangan.

#### 4) Behavioral

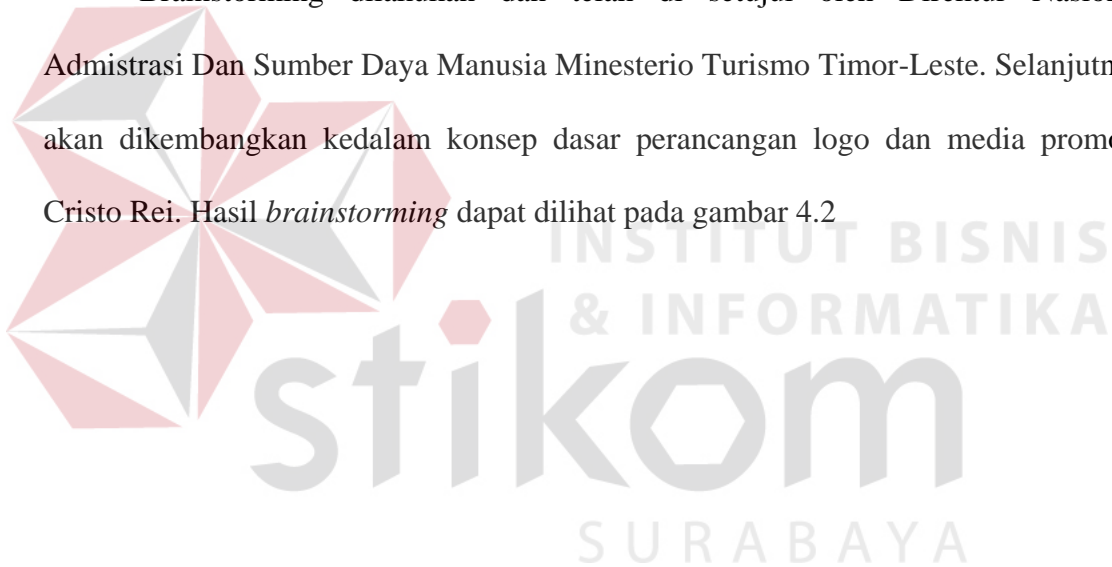
Manfaat : Untuk menambah pengetahuan berkaitan dengan sejarah Cristo Rei dan mengurangi tingkat kejenuhan para remaja dan dewasa yang susah mendapat informasi mengenai tempat wisata Religi atau berziarah.

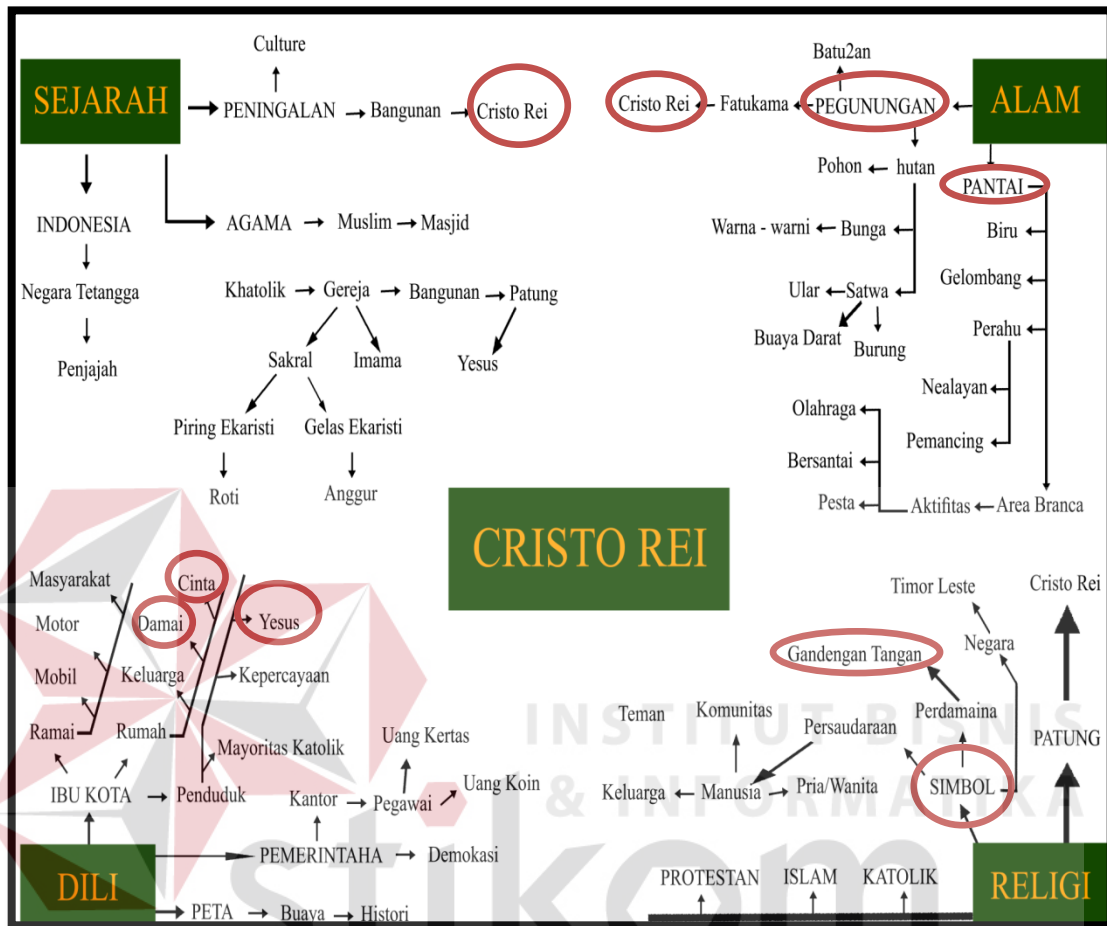
## **b. Positioning**

Positioning yang di munculkan dalam perancangan media promosi Cristo Rei adalah sebagai tempat wisata religi (ziarah) dan wisata ekowisata, karena Cristo Rei memiliki keunikan, sejarah dan Ekosistemnya yang masih alami.

### **4.2 Hasil *Brainstorming***

Brainstorming dilakukan dan telah di setuju oleh Direktur Nasional Administrasi Dan Sumber Daya Manusia Minesterio Turismo Timor-Leste. Selanjutnya akan dikembangkan kedalam konsep dasar perancangan logo dan media promosi Cristo Rei. Hasil *brainstorming* dapat dilihat pada gambar 4.2





**Gambar 4.2 Brainstorming**  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti (2016))

### 4.3 Client Brief

Dalam merancang sebuah logo diperlukan adanya *client brief* yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan konsep logo yang sesuai dan diinginkan oleh konsumen, dalam hal ini peneliti melakukan *brief* dan telah di setujui oleh Direktur Nasional Administrasi Dan Sumber Daya Manusia Ministerio Turismo Timor-Leste Hasil *brief* yang telah dilakukan adalah :



- a. Bentuk simpel (tidak rumit)
- b. Logo mengarah pada elemen-elemen yang berkaitan dengan *Cristo Rei*
- c. Menggunakan simplify dari *Cristo Rei*, daun ekaliptus, pantai, dan bukit.
- d. Warna mendominasi Warna-warna yang memiliki filosofi yang positif dan terkait dengan elemen-elemen yang ada pada *Cristo Rei*.
- e. Visualisasi yang jelas dan tegas.

#### 4.4 Studi Kompetitor

Dalam penelitian ini memiliki studi kompetitor yaitu O Cristo Redentor, Rio de Janeiro - Brazil. Studi kompetitor diangkat karena memiliki kemiripan produk, Patung yang sama dan letaknya yang berada diatas ketinggian gunung.

##### a. *Cristo Redentor*



**Gambar 4.3** *O Cristo Redentor Brazil*

**Sumber :** <http://www.icmbio.gov.br>

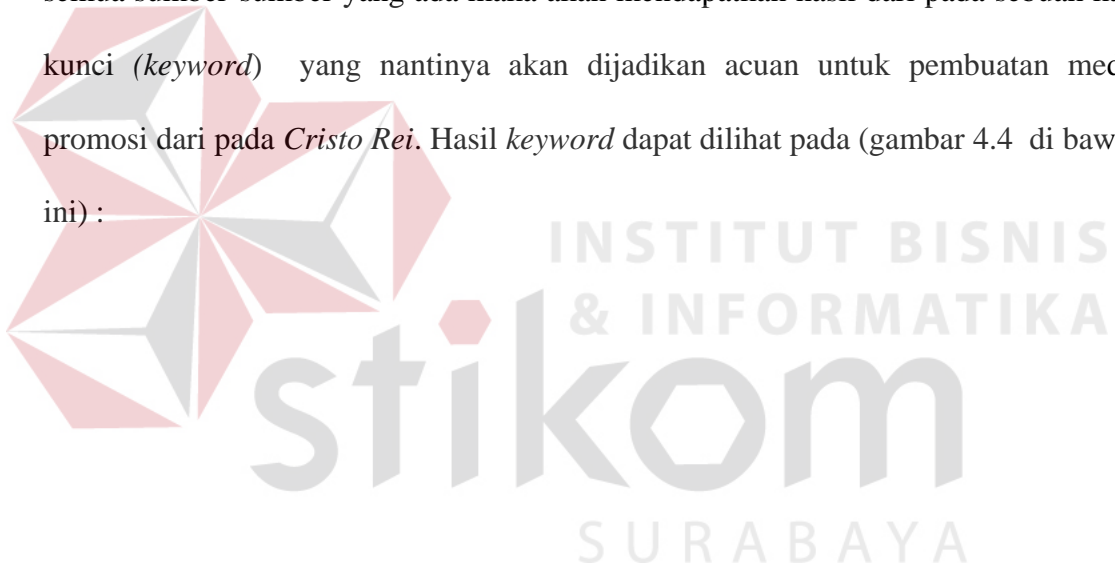
Patung Kristus Sang Penebus atau *Christ the Redeemer* (O Cristo Redentor) adalah sebuah patung Yesus Kristus di Rio de Janeiro, Brasil. Dianggap sebagai patung *Art Deco* terbesar di dunia. Tingginya 39,6 meter (130 kaki).

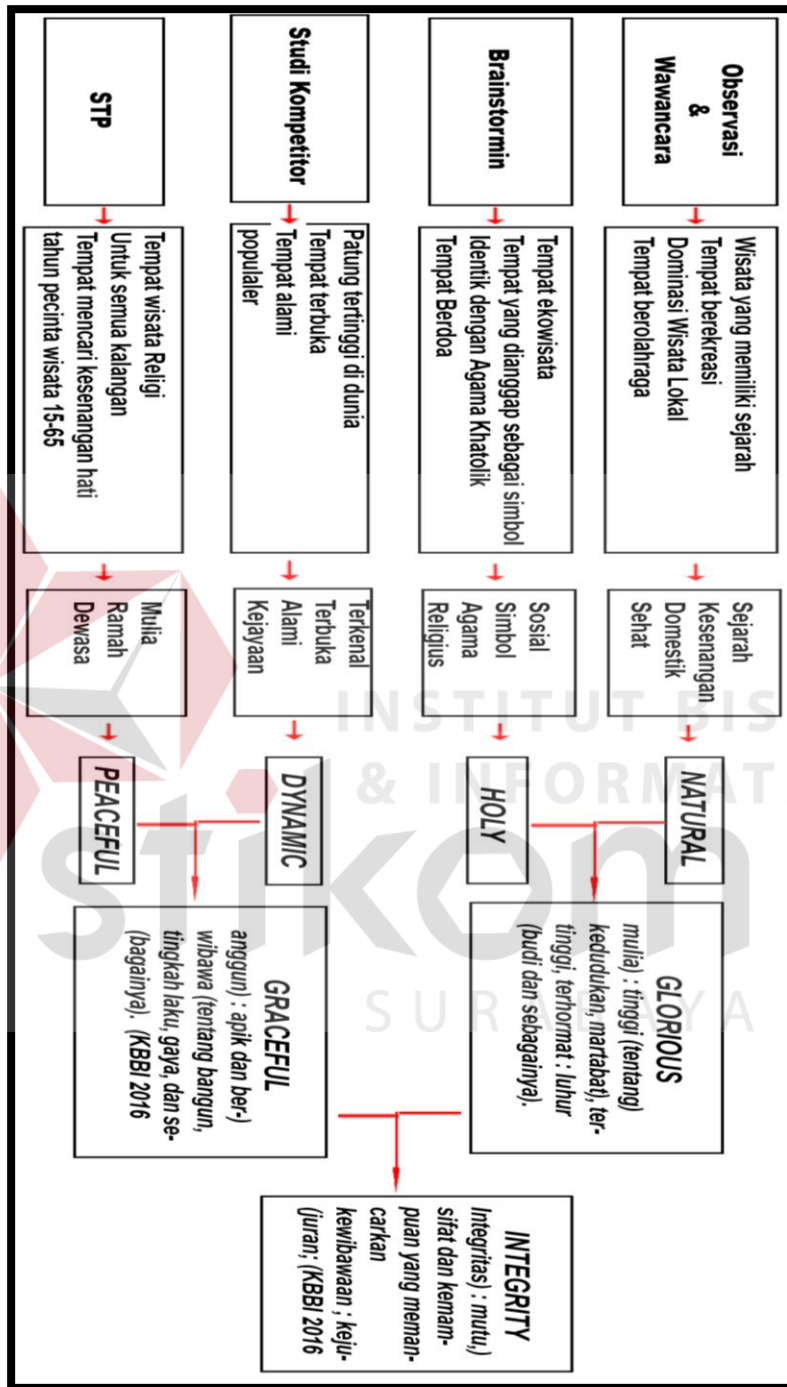
Patung *O Cristo Redentor* (Yesus Sang Penebus) adalah wisata religi dan sekaligus ekowisata dilihat dari letak dan keberadaannya. Patung ini menjadi tempat wisata yang menarik bagi para wisatawan yang ingin melakukan kunjungan. Tempat wisata ini adalah salah satu tempat wisata terfavorit di Rio de Janeiro - Brazil. Patung *O Cristo Redentor* memiliki keunikan tersendiri yaitu lokasi patung berada di ketinggian 700 meter (2.300 kaki) gunung Corcovado di Taman Nasional Hutan Tijuca, dan hutan sekitarnya yang masih sangat alami sehingga sangat menarik untuk menarik para wisatawan yang ingin berkunjung ke tempat ini, bukan hanya untuk wisata religi akan tetapi juga sebagai ekowisata.

Tempat wisata *O Cristo Redentor* memiliki kelebihan yaitu para wisatawan bisa langsung menyaksikan *Sunrise* dan juga *Sunset* jika berada di atas tempat patung tersebut, dilihat dari bidang infrastruktur tempat wisata ini sudah memiliki infrastruktur yang sudah memadai sehingga tidak susah bagi para wisatawan untuk berwisata di tempat ini. Selain itu, tempat ini sangat terkenal dan sering dijadikan sebagai tempat pembuatan video clip dan film-film hollywood, salah satu film yang sangat terkenal adalah *Fast and Furious Five* (*Fast Five*). Sehingga Citra yang di munculkan dari tempat wisata ini sangat jelas di mata para wisatawan.

#### 4.5 Keyword

Pemilihan kata kunci atau *keyword* dari perancangan logo dan media promosi *Cristo Rei* Berbasis Religi untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Wisata Kota Dili ini dipilih dengan menggunakan dasar acuan terhadap analisis data yang sudah dilakukan. Penentuan pengambilan *keyword* berdasarkan data yang sudah terkumpul dari hasil wawancara, observasi, Brainstormng hasil STP dan Studi Kompetitor. Dari semua sumber-sumber yang ada maka akan mendapatkan hasil dari pada sebuah kata kunci (*keyword*) yang nantinya akan dijadikan acuan untuk pembuatan media promosi dari pada *Cristo Rei*. Hasil *keyword* dapat dilihat pada (gambar 4.4 di bawah ini) :





**Gambar 4.4** Keyword  
 Sumber : (Hasil Olahan Peneliti 2016)

## 4.6 Deskripsi Konsep

Dari analisis *Keyword* yang sudah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan konsep untuk perancangan logo dan media promosi *Cristo Rei* yaitu "*Integrity*" atau mutu, sifat dan kemampuan yang memancarkan kewibawaan dan kejujuran. kata kunci *Integrity* ini mengarah pada gaya perancangan *Dynamic* desain sesuai dengan *keyword Simple, Forceful, interesting*. Dalam arti *Dynamic* yaitu desain yang simpel, jelas dan menarik, desain yang *Dynamic* adalah desain yang dimaksud tidak banyak mengandung material desain yang tidak sulit dipahami dalam visual baik dari segi warna, bentuk ataupun *font* yang digunakan dalam perancangan.

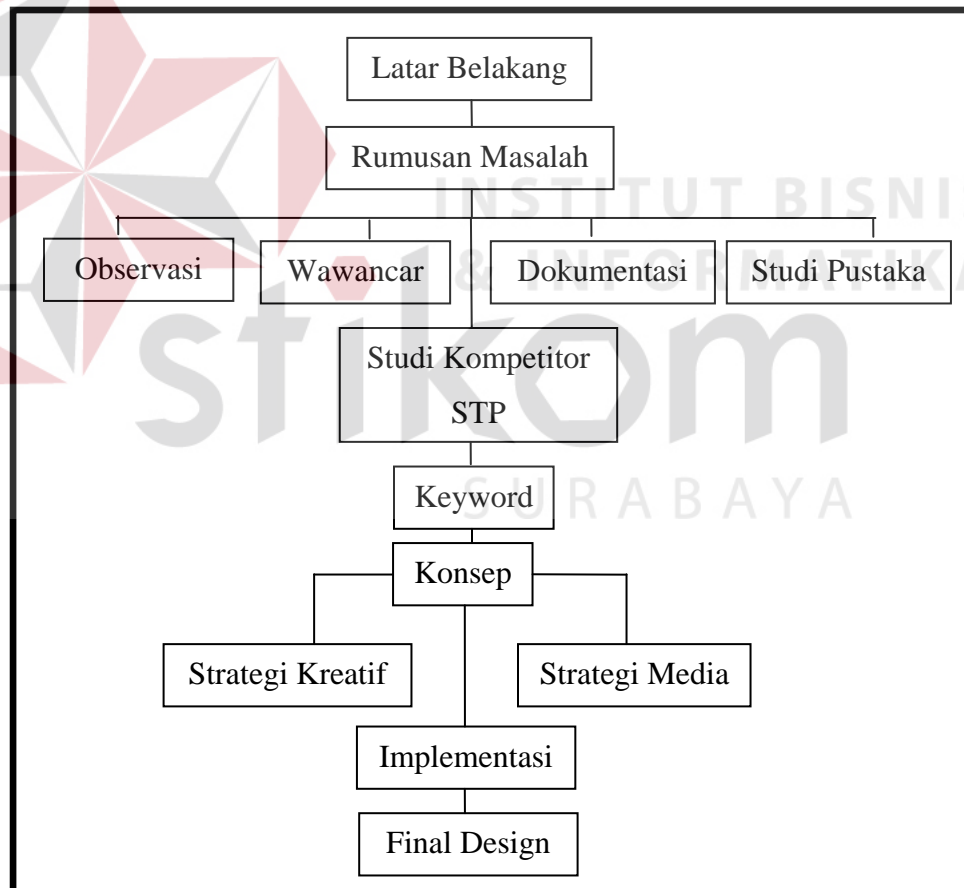
Konsep *Integrity* menggunakan konsep desain yang menggunakan warna-warna halus, warna *Integrity* ini mengarah pada warna yang jelas, tegas dan bersih dalam arti, warna menggunakan warna yang harmonis dalam perpaduannya, sedangkan dari segi karakteristik bentuk yang *Integrity* adalah bentuk-bentuk yang sederhana atau *simplify* dalam arti bentuk yang jelas, tidak mengandung kerumitan yang tingkat keterbacaannya sulit. Dari konsep *Integrity* yang ditentukan menggunakan gaya desain berbasis Religi. Konsep ini akan diimplementasikan pada desain logo dan visual dari desain media promosi.

### 4.6.1 Konsep Perancangan

*Keyword* yang sudah didapat kemudian digunakan sebagai konsep, dan konsep yang didapatkan yaitu "*Integrity*" berarti sesuatu yang menarik perhatian enak di pandang menunjukkan mutu, sifat dan kemampuan yang memancarkan

kewibawaan dan kejujuran. Cristo Rei sendiri memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh tempat lain dari segi pemandangan dan dari kenyamanan dalam perjalanan menuju Patung Cristo Rei sendiri.

Dari konsep tersebut diharapkan wisatawan bisa lebih banyak berkunjung ke Cristo Rei, baik sebagai penziarah dan juga ekowisata, yang ada disana dan akhirnya akan ikut melestarikan Cristo Rei, sebab peninggalan yang ada pada Cristo Rei juga bisa di lestarikan lagi dan menambah wawasan mengenai Cristo Rei.



**Gambar 4.5** Bagan Konsep Perencanaan  
**Sumber :** ( Hasil Olahan Peneliti 2016 )

#### 4.6.2 Tujuan Kreatif

Dalam membuat sebuah perancangan logo dan media promosi Cristo Rei berbasis Religi untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Wisata Kota Dili yang menarik dan mampu menjadi media promosi Cristo Rei maka dibutuhkan sebuah konsep perancangan yang matang, dan sebuah visualisasi yang sesuai dengan target dan segmentasi yang dituju, yang diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk ikut serta melestarikan dan berkunjung ke Cristo Rei.

Dalam membuat perancangan logo dan media promosi Cristo Rei berbasis Religi untuk meningkatkan brand awareness wisata kota Dili maka dibutuhkan sebuah konsep perancangan yang matang, dan sebuah visualisasi yang sesuai dengan target dan segmentasi yang dituju, yang diharapkan dapat menarik minat masyarakat domestik maupun mancanegara untuk mengunjungi Cristo Rei terutama yang bertujuan untuk meningkatkan *Brand Awareness* dan menambah wawasan mengenai tempat wisata dan melestarikan Cristo Rei.

#### 4.6.3 Strategi Kreatif

Untuk membuat perancangan logo dan media promosi Cristo Rei Berbasis Religi untuk dapat meningkatkan brand awareness, dibutuhkan sebuah konsep yang matang dan terstruktur yang baik sehingga menghasilkan hasil yang baik dan benar sesuai tujuan.

Dengan menggunakan *keyword* “*Integrity*”, diharapkan dapat dijadikan acuan dalam membuat rancangan yang menyampaikan maksud dan tujuan yang sesuai dengan perancangan logo dan media promosi Cristo Rei.

#### **a. Visual**

Pembuatan logo Cristo Rei mengacu pada konsep "*Integrity*" memunculkan kesan Religi dan Rohaniah pengenalan mengenai wisata Cristo Rei, dengan menampilkan gambar-gambar yang berhubungan dengan Religi dan keindahan yang dapat dinikmati dari tempat ini dan semua yang berhubungan dengan peninggalan Religi, sehingga dapat menarik para konsumen dalam rencana meningkatkan *awareness* dari Cristo Rei sendiri, dan menambah pengetahuan mengenai tempat wisata yang berada di Dili.

#### **b. *Headline***

*Headline* (judul utama) adalah unsur penting yang merupakan keterangan nama wisata. *Headline* yang akan diangkat yaitu “*Cristo Rei*” bertujuan untuk menimbulkan kesan yang menarik di benak para calon wisatawan untuk mengunjungi Cristo Rei, dengan adanya *headline* "*Cristo Rei*" maka para calon wisatawan dapat melihat perbedaan yang ada pada kata-kata yang membuat interaksi pada calon konsumen untuk mengunjungi tempat ini dan mengenali Cristo Rei, kesan yang ditimbulkan adalah pada benak wisatawan sebagai tempat yang menyenangkan dan bertoleransi.

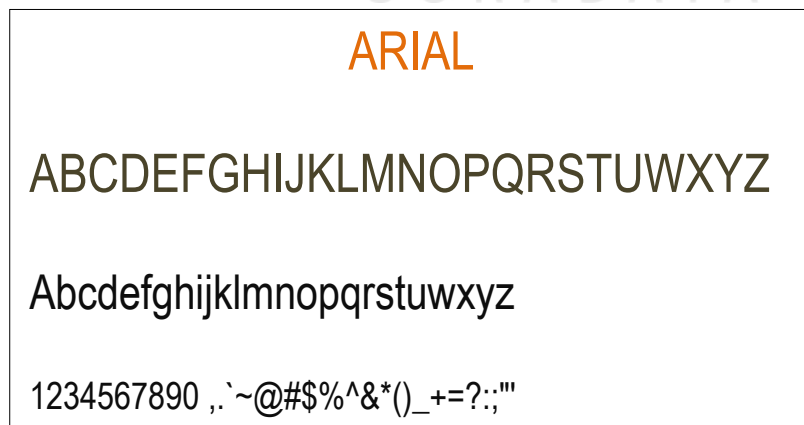


### c. *Tagline*

*Tagline* yang digunakan pada perancangan pada media promosi Cristo Rei adalah "*The Heart Of Fatukama*" dari *tagline* ini menjelaskan apa yang ingin di tonjolkan dari tempat ini yaitu keindahan dari Cristo Rei dan *symbolic* yang ada pada tempat ini.

### d. *Tipografi*

Pemilihan font didasarkan pada pertimbangan gaya visual, fungsi/ kesesuaian dan karakter huruf yang digunakan. Berdasarkan pertimbangan tersebut font yang digunakan yaitu "*Angeline Vintage*". Dimana font ini memiliki karakter *Thin Bold* agak kontras yang cukup, bentuk yang cukup ceria dan mudah dibaca, sehingga dapat digunakan pada *headline* dan *sub headline*. Sedangkan font yang digunakan untuk *Tagline* adalah "*Arial*". Font ini mewakili karakter dari Cristo Rei yaitu mempunyai unsur *holy* dalam simbol - simbolnya.



**Gambar 4.6** Font terpilih  
**Sumber :** ( Hasil Olahan Peneliti 2016 )



**Gambar 4.7** Font terpilih  
**Sumber :** ( Hasil Olahan Peneliti 2016 )

#### e. Warna

Berdasarkan analisis mengacu pada *keyword* yang ditemukan, dapat dijabarkan bahwa warna yang digunakan nanti akan mengacu pada *keyword* “*integrity*” yaitu Biru, Hijau, kuning (keemasan), putih . Arti dari warna hijau sendiri melambangkan sebuah pandangan yang fresh dan natural, sedangkan laut memberikan kesan dingin dan sejuk, putih memberikan kesan kebersihan. Dan Kuning (keemasan) yaitu kemewahan dan warna-warna sejarah di Cristo Rei.



**Gambar 4.8** warna *Integrity*  
**Sumber :** ( hasil Olahan Peneliti)

Gambar 4.8 menjelaskan mengenai warna-warna yang terdapat pada kata kunci "*Integrity*" dan gambar 4.9 adalah warna-warna terpilih.



**Gambar 4.9** Warna Terpilih  
**Sumber :** ( hasil Olahan Peneliti 2016)

Pada gambar 4.9 adalah warna terpilih untuk mengaplikasikan pada media-media yang telah di konsepkan.

#### **4.7 Program Kreatif**

Perancangan berawal dari penentuan konsep, pemilihan *tagline*, warna, tipografi, sketsa, draft yang disertai beberapa alternatif desain. Pertama yang dilakukan mendesain logo yang disertai beberapa alternatif desain, ketika sudah terpilih satu logo yang mewakili di aplikasikan pada media promosi yang digunakan.

##### **4.7.1 Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi dilakukan dengan cara menetapkan strategi promosi yang terintegrasi dan efektif untuk memperkenalkan wisata Cristo Rei kepada target *audience*.

a. Isi Pesan

Pesan yang ingin disampaikan adalah informasi mengenai keberadaan tempat wisata Religi dan keberagaman pariwisata serta melestarikan tempat peninggalan sejarah. Sekaligus untuk menarik minat pengunjung untuk datang.

b. Bentuk Pesan

Bentuk pesan mengambil tema “The Heart Of Fatukama Dili” yang memiliki makna berwisata di Cristo Rei akan memiliki makna tersendiri dari sebuah kesenangan dan ketenangan hidup. Sehingga membuat semangat dan membuat jiwa segar kembali setelah berwisata

#### 4.8 Perancangan Karya

Dalam merancang logo dilakukan dengan *Brainstorming* yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan dasar desain logo. Dalam mendesain sebuah logo sangatlah penting untuk menentukan karakter yang sesuai dengan Cristo Rei, agar identitas yang ingin dicirikan dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat.

##### 4.8.1 Logo

Perancangan logo yang digunakan untuk Cristo Rei ini menggunakan teknik komputerisasi digital dalam pewarnaan yang sesuai dengan *Keyword* “*Integrity*” dan hasil yang mengarah pada warna dan karakteristik bentuk menggunakan material desain yang tegas, jelas, dan bersih sesuai dengan konsep yang ditentukan.

Pertimbangan pemilihan gaya ini adalah karena gaya tersebut mampu

menyampaikan kesan jelas pada konsumen dengan baik jika dibandingkan dengan gaya desain yang memiliki tingkat baca dengan kerumitan yang tinggi.

Karakteristik bentuk dari logo Cristo Rei mengusung dari elemen-elemen yang telah di dapat dari hasil *brainstorming* dan diperkuat dengan hasil *keyword* yaitu *integrity* yang sangat identik dengan elemen yang akan dipergunakan. Elemen-elemen tersebut nantinya akan di *simplify* dan dijadikan bentuk awal dari konsep yaitu *Integrity*.

Setelah melakukan pendataan keseluruhan aspek yang mewakili karakter Cristo Rei, maka elemen yang dipilih antara lain sebagai berikut :

a. Pantai



**Gambar. 4.10** Pantai

**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Pantai adalah sala satu objek di wisata Cristo Rei yang mengelinggi tempat wisata ini. Jadi, selain wisatawan melakukan kunjungan pada Cristo Rei di situ telah terdapat pemandangan yang menarik yaitu pantai Cristo Rei.

**b. Bukit**

**Gambar 4.11** Bukit Fatukama  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Bukit fatukama sangat identik dengan keberadaan Cristo Rei, dengan menggunakan elemen ini maka para wisatawan bisa mengerti dan mengenal tempat ini dari logo yang di desain dengan bukit ini.

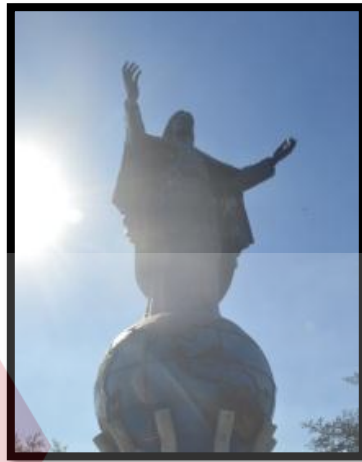
**c. Bunga Ekaliptus**

**Gambar 4.12** Bunga Ekaliptus  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Bunga ekaliptus di pilih dikarenakan di Cristo Rei sendiri di kelilingi oleh pohon ekaliptus yang banyak dan para masyarakat kota dili maupun yang berada di

tempat ini mayoritas masih menggunakan pohon ekaliptus yang kering sebagai bahan bakar untuk memenuhi kehidupan sehari-sehari.

**d. Patung Cristo Rei**



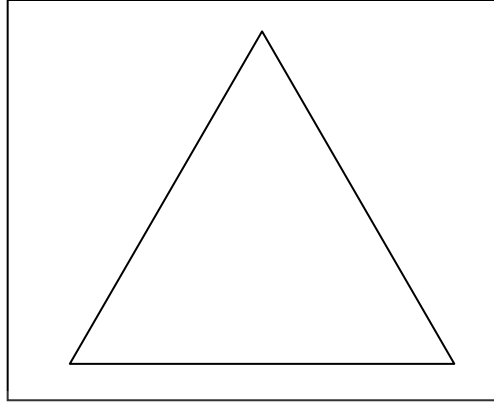
**Gambar 4.13** Patung Cristo Rei  
**Sumber :** ( Hasil Olahan Peneliti 2016)

Dalam pembuatan logo Cristo Rei harus ada elemen yang bisa membedakan dengan yang lain dan bisa menjadi *point of interest* dari logo Cristo Rei yaitu Patung Cristo Rei, dengan adanya patung maka para wisatawan bisa membedakan tempat wisata ini dengan kompetitornya.

**4.8.2 Creative Brief**

Dari hasil *client brief*, peneliti melakukan tambahan ide yang mengarah pada konsep dasar yang telah ditentukan dari *client brief*, dan *Brainstorming*, maka hasil dari *creative brief* adalah :

## 1. Bentuk dasar



**Gambar 4.14** Bentuk Dasar  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Segitiga atau lambang 3 unsur tertentu yang saling berhubungan. Dalam konsep religius mendasarkan pada tiga unsur alam semesta, yaitu Tuhan, manusia dan alam. Dalam dunia metafisika segitiga merupakan lambang dari raga, pikiran dan jiwa. Segitiga yang simetris dapat menjadi simbol untuk hukum, ilmu dan agama.

## 2. Warna

Emas



Biru



Putih



Hijau





### 3. Elemen-elemen Terkait

#### a. Patung Cristo Rei



**Gambar 4.15** Sketsa Elemen Patung  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Patung Cristo Rei adalah elemen paling penting dari semua elemen yang ada, dikarenakan dengan patung Cristo Rei ini maka perancangan logo dari Cristo Rei dapat dibedakan dengan logo lainnya dari bentuk.

#### b. Pantai



**Gambar 4.16** Sketsa Elemen Pantai  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Pantai Cristo Rei adalah sala satu elemen yang di pakai karena memiliki peranan penting dalam perancangan logo Cristo Rei. Dengan adanya elemen ini maka dari logo para calon wisatawan sudah bisa memvisualkan tempat Cristo Rei yaitu wisata yang dekat pantai, dengan pantai atau patung dan pemandangan yang indah pada pantai Cristo Rei.

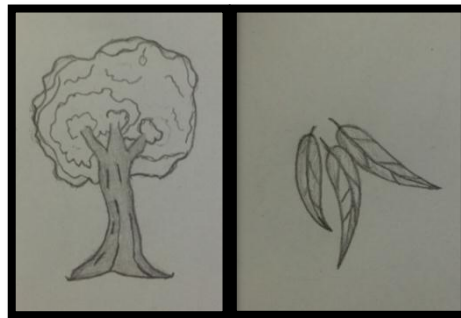
c. Bukit



**Gambar 4.17** Sketsa Elemen Bukit  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Bukit dengan jelas menunjukkan keberadaan Patung Cristo Rei, dengan elemen ini para calon wisatawan dapat mengetahui keberadaan Patung Cristo Rei yaitu diatas Bukit *Fatukama*.

d. Pohon Ekaliptus dan Daun Ekaliptus



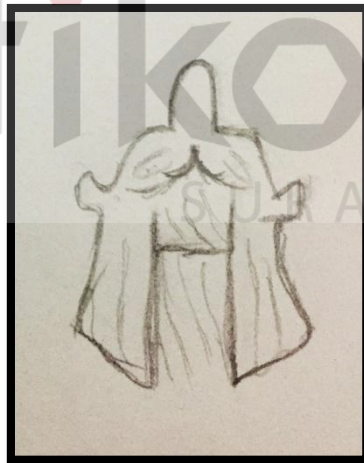
**Gambar 4.18** Sketsa Elemen Bukit  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Elemen-elemen ini sangat penting bagi para penduduk Dili terutama Cristo Rei. Dengan Pohon Ekaliptus para masyarakat lokal memanfaatkan sebagai pasokan untuk perekonomian masyarakat setempat, pohon ekaliptus yang sudah kering digunakan sebagai bahan bakar untuk membuat makanan sehari-seharinya. Pohon ekaliptus juga sangat banyak mulai dari anak tangga pertama menuju Cristo Rei pohon ekaliptus sudah nampak hingga puncak Cristo Rei.

#### 4.8.3 Visualisai Simbolis Logo

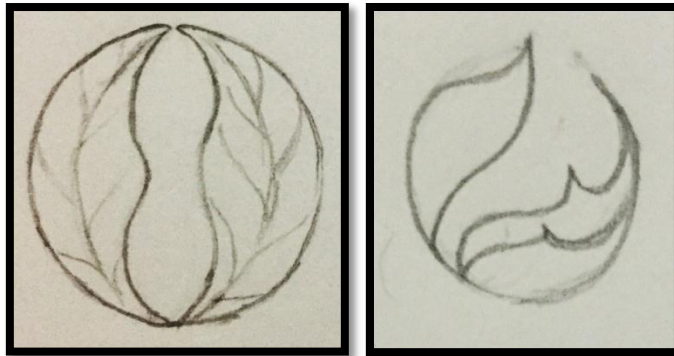
Visualisasi simbol digunakan untuk memperjelas makna logo dalam bentuk simbol-simbol yang digunakan dalam merancang logo.

##### a. Patung



**Gambar 4.19** Visualisasi Bentuk Logo  
**Sumber :** (Hasil Olahan Penelitie 2016)

## b. Bola Dunia



**Gambar 4.120** Visualisasi Bentuk Logo  
**Sumber :** (Hasil Olahan Penelitie 2016)

## c. Pantai



**Gambar 4.21** Visualisasi Bentuk Logo  
**Sumber :** (Hasil Olahan Penelitie 2016)

d. Pohon dan Daun Ekaliptus



**Gambar 4.22** Visualisasi Bentuk Logo  
**Sumber :** (Hasil Olahan Penelitie 2016)

e. Bukit



**Gambar 4.23** Visualisasi Bentuk Logo  
**Sumber :** (Hasil Olahan Penelitie 2016)

Dari bentuk dasar diatas didapatkan beberapa alternatif sketsa yang nantinya akan dipilih yang tepat untuk mewakili karakter Cristo Rei. Pemilihan logo didasarkan pada proses *client Brief* dan *Keyword* yang ada. Beberapa sketsa alternatifnya yaitu:



**Gambar 4.24** Sketsa Alternatif Logo  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Berdasarkan hasil dari *brainstorming* yang dilakukan bersama pihak dari pariwisata, saya selaku peneliti maka logo terpilih telah ditentukan.

#### 4.8.4 Desain Logo Cristo Rei

Berdasarkan hasil dari *brainstorming* dan keputusan bersama bagian, maka saya selaku peneliti serta dosen selaku pembimbing, maka logo terpilih telah ditentukan.



**Gambar 4.25** Logo Terpilih Cristo Rei  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Logo Cristo Rei yang dipilih dari beberapa alternatif adalah logo Cristo Rei yang memiliki elemen-elemen yang sesuai dengan yang diinginkan oleh pihak pariwisata, karena dalam logo terpilih ini memiliki semua yang ada pada Cristo Rei yaitu Patung, bukit bola dunia ombak yang melambangi pantai dan daun pohon ekaliptus yang sangat identik di daerah Cristo Rei. Menurut Direktur Umum Sumber Daya dan Kemanusiaan, logo tersebut dipilih karena memiliki karakter yang kuat dan tidak asing di daerah Cristo Rei dikarenakan menunjukkan apa yang ada pada Cristo Rei dan sekitarnya, dengan logo ini diharapkan dapat menambah dan menarik para wisatawan yang ingin mengunjungi Cristo Rei.

Setelah logo terpilih, logo tersebut akan digunakan dan diaplikasikan pada desain media promosi yang berupa Poster, iklan majalah, X Banner dan Merchandise.

#### **4.8.5 Perancangan Media**

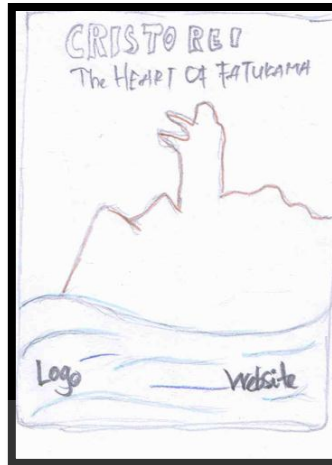
Perancangan media adalah proses pengarahan pesan dari iklan ke khalayak sasaran pada tempat dan waktu yang tepat sesuai dengan sasaran segmentasi serta media yang memadai dan tepat untuk mendukung kegiatan promosi tersebut.

#### **4.9 Strategi Media**

Strategi media adalah langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dengan menetapkan media yang akan digunakan sebagai promosi. Media yang digunakan dalam perancangan karya terbagi dua jenis yaitu media utama dan media pendukung. Media utama yaitu *Logo* sedangkan media pendukung yang menunjangnya antara lain: *poster, banner, Iklan Majalah dan merchandise*.



### a. Iklan majalah



**Gambar 4.26** Sketsa Iklan Majalah  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Majalah cenderung memiliki khalayak pembacanya sangat spesifik, itu jauh lebih mudah untuk menarik para pembaca untuk mengetahui mengenai tempat wisata Cristo Rei karena orang sering menyimpan majalah selama beberapa minggu atau bulan, bukan dalam hitungan hari.

### b. Poster

Poster adalah Iklan yang sangat mudah dan dapat di lihat mana saja, dengan adanya iklan *Poster* Cristo Rei maka menjadi sala satu media yang dapat membuat awareness dari Cristo Rei lebih di kenal oleh calon wisatawan.



**Gambar 4.27** Sketsa Iklan Poster  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

### c. Merchandise

Desain yang dituangkan dalam *Merchandise* Cristo Rei ini saling berkesinambungan yaitu dengan masih menggunakan gaya dan logo yang sama, akan sangat bermanfaat jikalau adanya *Event*, sehingga dapat menjadi alat yang membantu dalam mempromosikan dan mengingatkan kembali para wisatawan tentang Cristo Rei.

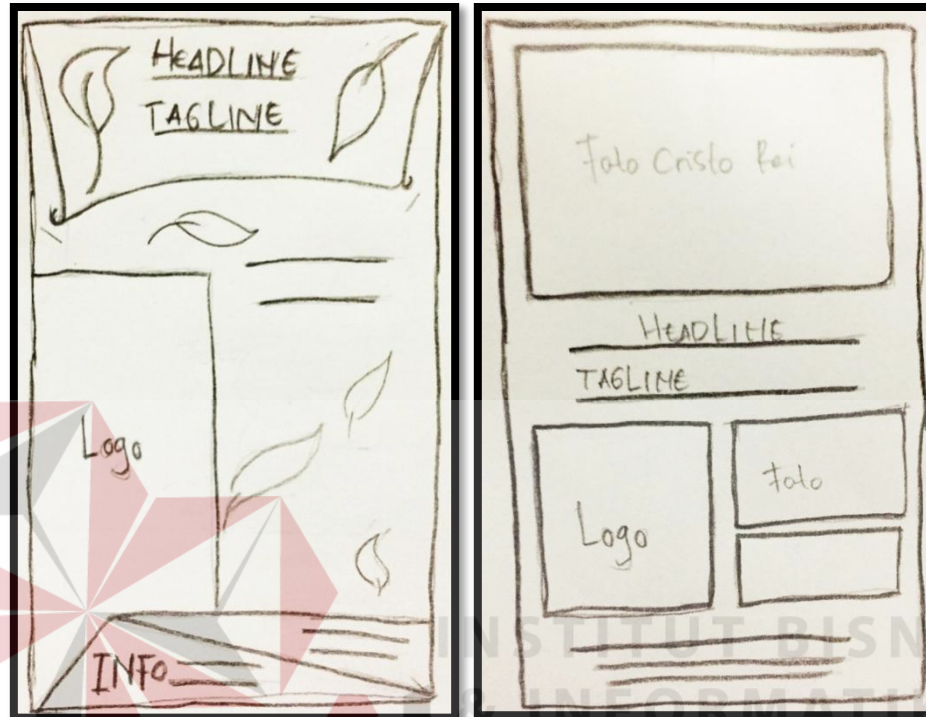


**Gambar 4.28** Sketsa Merchandise  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

**d. Brosur**

**Gambar 4.29** Sketsa Brosur Depan Belakang  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

e. **Banner**



**Gambar 4.30** Banner  
 Sumber : (Hasil Olahan Peneliti 2016)

manfaat yang didapat seperti bisa ditempatkan dimana saja, mudah dibaca dan juga dijangkau oleh banyak orang, serta merupakan salah satu medi promosi yang efektif. Mengingat banyak manfaat yang bisa didapat seperti :

1. Menyampaikan sebuah materi iklan dengan efektif.
2. Media promosi yang sangat mudah dilakukan karena biaya yang digunakan tidak terlalu besar.
3. Bisa dengan mudah menaikkan penjualan.
4. Mudah dan bisa dilakukan secara instant.

#### 4.10 Implementasi Desain

Sketsa desain yang telah dibuat Digitalnya pada desain yang terpilih, baik dari segi warna, karakteristik bentuk yang sesuai dengan *keyword* dan desain diimplementasikan sebagai berikut :

##### a. Logo Cristo Rei



**Gambar 4.31** Logo Terpilih Cristo Rei  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Logo Cristo Rei didominasi dengan warna-warna *Dynamic* dan bernuansa *Integrity* . Karena sesuai dengan *keyword*.

#### 4.11 Graphic Standart Manual (GSM)

Berbicara tentang logo pasti identik dengan adanya *Graphic Standart Manual* (GSM). Perancangan GSM tersebut adalah meliputi dari logo grid, makna logo, logo standar, *minimum area*, tipografi korporat, logo konfigurasi, logo yang tidak dibenarkan, logo negatif positif, dan warna korporat.

##### a. Makna Logo



**Gambar. 4.32** Gambar Makna Logo  
**Sumber :** Hasil Olahan Peneliti 2016

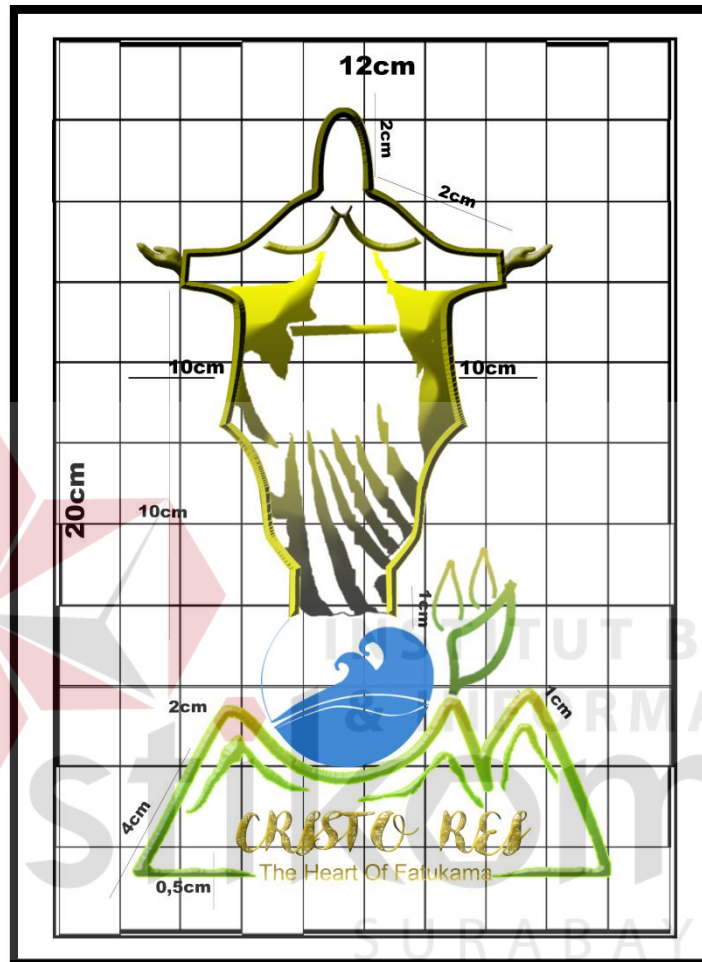
Patung Kristus dipakai karena mayoritas Penganut agama Khatolik Di kota Dili dan Keberadaan Cristo Rei.

Bunga ekaliptus dipilih karena dalam kehidupan sehari-hari penduduk dan masyarakat menggunakan Tanaman ini untuk bahan bakar dalam memenuhi kehidupan sehari-hari. Bagi Gereja Daun di pakai sebagai lambang kesuburan.

Laut menjadi pengendali bagi iklim di dunia.. Laut menjadi pemasokan utama dengan apa yang dimiliki, dalam membangun perekonomian masyarakat dan perekonomian Negara. Sebagai Air dalam Khatolik melambangkan kehidupan.

Gunung atau Bukit Fatukama di pakai karena memiliki filosofi yang mendalam, Fatukama memiliki 2 arti yaitu Fatuk dan Ama. *Fatucama* artinya *Ayah yang memeluk semua orang*. Dalam Alkitab Gunung dipakai untuk menggambarkan pertemuan Allah dengan umatNya. Sion (Bukit Siong) adalah tempat suci (Mzm 48:1-2) dan sebuah gunung yang kuat (Mzm 125:1-2).

### b. Logo Grid System



**Gambar 4.33** Logo Grid System  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Logo Grid System merupakan suatu ketentuan tentang ukuran atau tampilan standar yang digunakan sebuah logo untuk menentukan dan menyesuaikan ukuran logo sesuai dengan ketentuan GSM saat meletakkan pada media lainnya. Selain itu logo grid digunakan untuk mengetahui skala ukuran logo dalam centimeter. Logo grid *Cristo Rei* memiliki ukuran 20cm x 12cm.

## c. Logo Standar



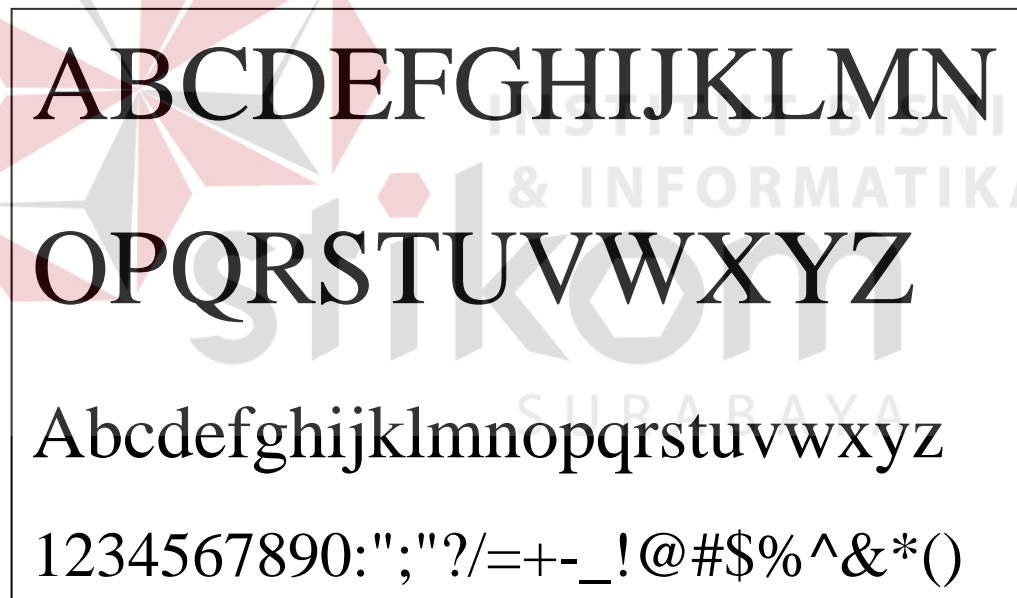
**Gambar 4.34** Logo Standar  
Sumber : (Hasil Olahan Peneliti 2016)



Logo standar diperlukan untuk ketetapan ukuran minimum identitas. Ukuran standar yang paling terkecil adalah 30% secara ukuran teknis ukuran standar ini tidak bisa diperkecil lagi karena bisa merumitkan dalam membaca dan mempersulit penglihatan dalam visual maupun tingkat baca.

**d. Korporat Tipografi**

Font Arial Narrow digunakan pada logo Cristo Rei dengan menggunakan size 36 pt dari ukuran logo terkecil.



**Gambar 4.35** Korporat Tipografi  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

*Angeline Vintage* digunakan pada logo Cristo Rei dengan menggunakan size 36 pt dari ukuran logo terkecil.

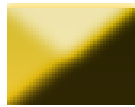


**Gambar 4.36** Korporat Tipografi  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

e. Korporat Warna



Warna biru yang berarti percaya



warna kuning sebagai warna yang menunjukkan kehangatan dan kebahagiaan, kuning keemasan menunjukkan kemewahan dan kedudukan tinggi.



warna bumi, penyembuhan fisik, kelimpahan, keajaiban, tanaman dan pohon, kesuburan, pertumbuhan, muda, pembaharuan, daya tahan, keseimbangan dan persahabatan.



Menunjukkan warna bumi, penyembuhan fisik, kelimpahan, keajaiban, tanaman dan pohon, kesuburan, pertumbuhan, muda, kesuksesan kreatifitas.

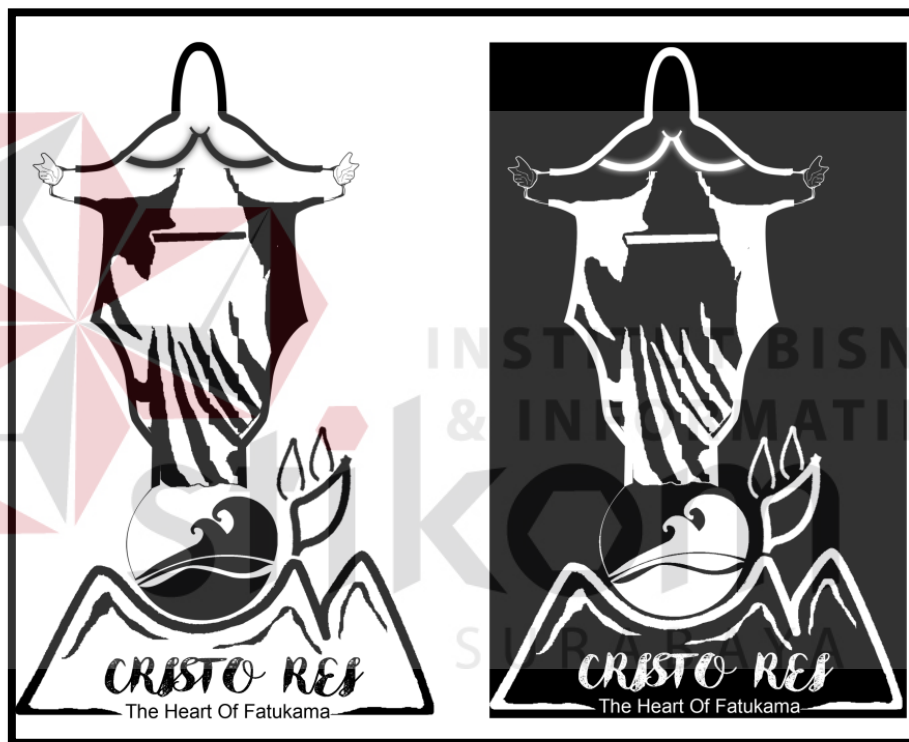
f. Konfigurasi Logo



**Gambar 4.37** Konfigurasi Logo  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Konfigurasi logo digunakan untuk menyesuaikan Logo dengan Media promosi yang akan di berbagai tempat agar identitas logo tetap dapat diperlihatkan dan dibaca dengan jelas.

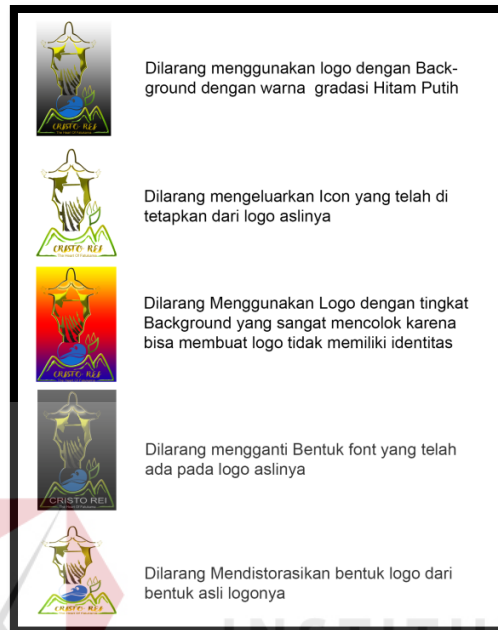
g. Logo Negatif Positif



**Gambar 4.38** Logo Positif Negatif  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

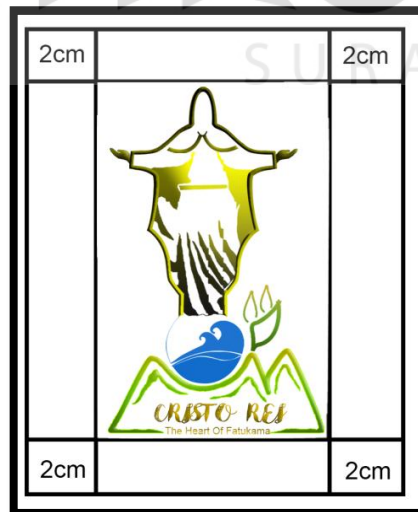
Logo Positif negatif digunakan berdasarkan fungsinya, yaitu penempatan logo pada *background* tertentu antara gelap terangnya *background* tersebut. Sehingga dimanapun logo di tetapkan, identitas logo tetap dapat di baca.

## h. Incorrect Logo



**Gambar 4.39** *Incorrect Logo*  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

## i. Minimum Area



**Gambar 4.40** *Minimum Area*  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Minimum area digunakan untuk memberikan jarak yang signifikan pada bentuk logo agar logo tetap bisa jelas dilihat dan dibaca.

#### 4.12 Media Pendukung

##### a. Gantungan Kunci



**Gambar 4.41** Implementasi Gantungan Kunci  
**Sumber:** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Desain gantungan kunci Cristo Rei dengan menggunakan ukuran 5cm x 3cm.

**b. Kaos**

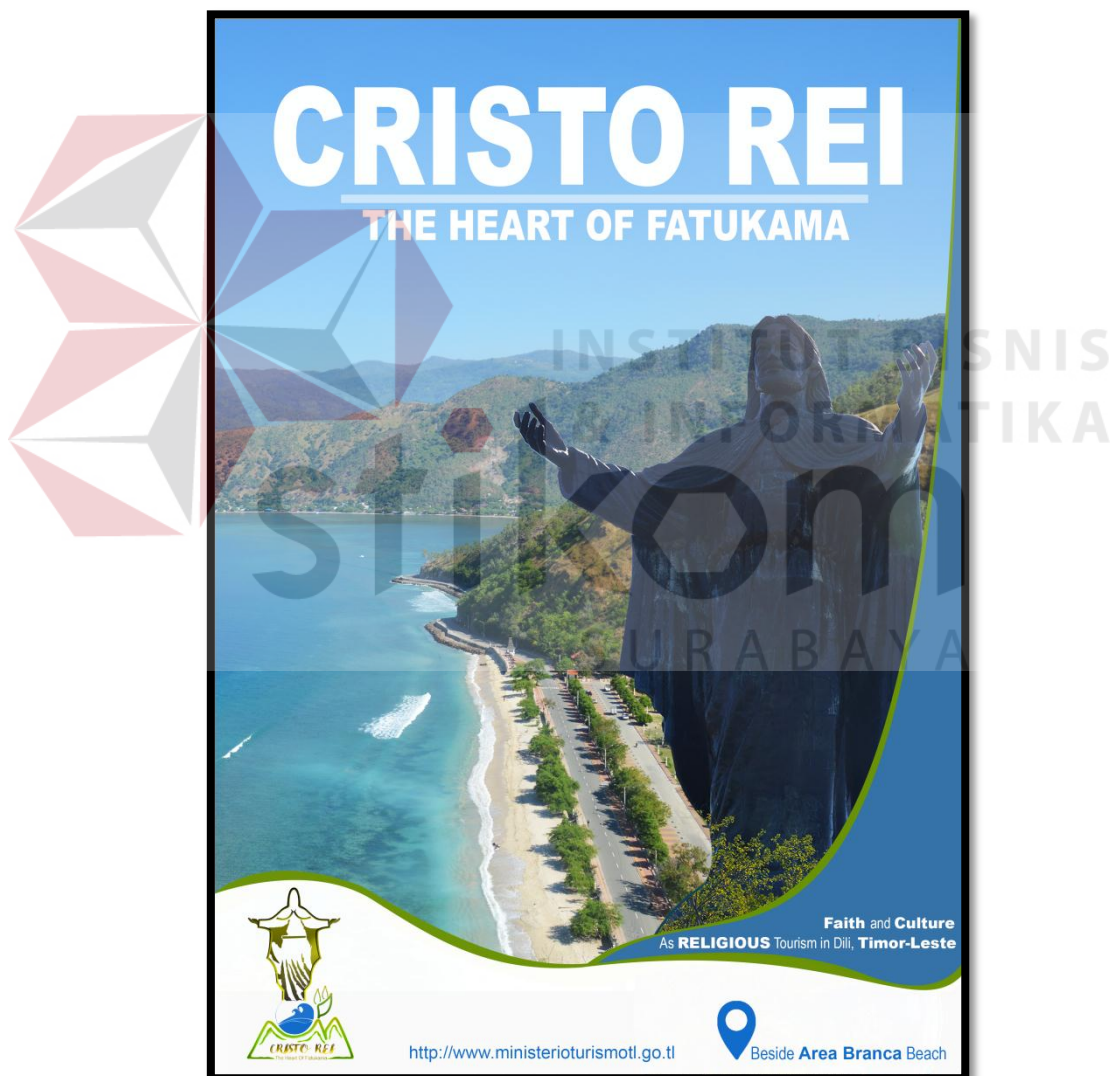
**Gambar 4.42** Implementasi Kaos Putih dan Hitam  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

**c. Mug**

**Gambar 4.43** Implementasi Mug  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

Desain Mug menggunakan logo Cristo Rei dalam hal ini untuk meningkatkan para konsumen untuk lebih ingin mengenal mengenai Cristo Rei, dan membangun pemikiran para konsumen untuk mengunjungi tempat ini.

**d. Poster**



**Gambar 4.44** Implementasi Desain Poster  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)



## e. Iklan Majalah

TIMOR MAGAZINE | TIMOR POST *PART*



# CRISTO REI

## THE HEART OF FATUKAMA

**MANY RESTAURANTS**  
**FULL OF ORGANIC ECALIPSE TREE**  
**AROUND AREA BRANCA SEA**  
**SELF SUSTANING**

**1 OF THE MOST BEST TOURISM IN DILI**

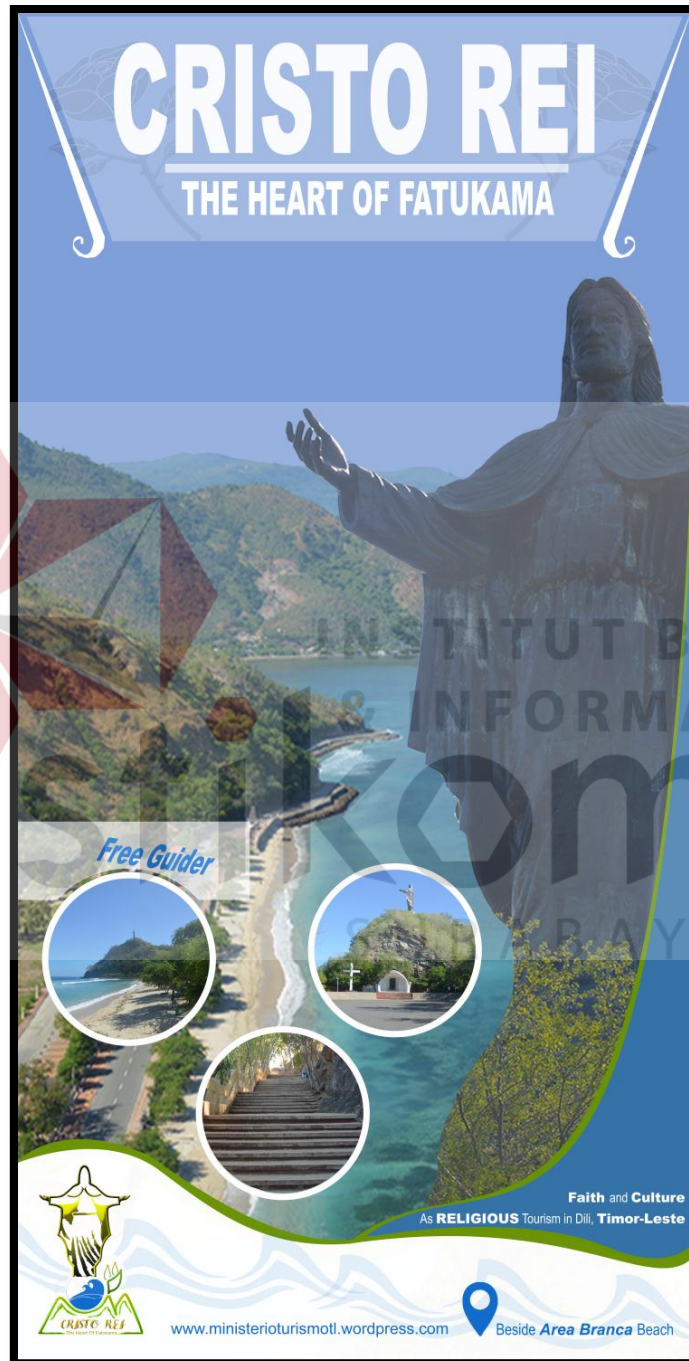
Faith and Culture  
 As **RELIGIOUS** Tourism in Dili, **Timor-Leste**

 <http://www.ministerioturismoti.go.tl>  Beside **Area Branca Beach**

TIMOR MAGAZINE | TIMOR POST *PART*

**Gambar 4.45** Implementasi Iklan Majalah  
**Sumber :** (Hasil Olahan Peneliti 2016)

## f. X Banner



**Gambar 4.46** Implementasi Desain Banner  
Sumber : (Hasil Olahan Peneliti 2016)

## g. Brosur



**Gambar 4.47** Implementasi Desain Brosur  
Sumber : (Hasil Olahan Peneliti 2016)