



**PERANCANGAN DESTINATION BRANDING DESA KARUMBU,  
KECAMATAN LANGGUDU, KABUPATEN BIMA**

**KERJA PRAKTIK**



**Oleh:**

**BAYU PRIYAMBODO**

**17420100053**

---

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2021**

**PERANCANGAN DESTINATION BRANDING DESA KARUMBU, KECAMATAN  
LANGGUDU, KABUPATEN BIMA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Mata Kuliah Kerja Praktik:

**Disusun Oleh:**

**Nama : BAYU PRIYAMBODO**

**Nim : 17420100053**

**Program : S1 (Strata Satu)**

**Jurusan : Desain Komunikasi Visual**



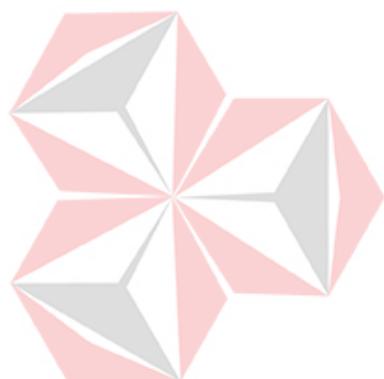
**UNIVERSITAS  
Dinamika**

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2021**

## HALAMAN MOTTO



UNIVERSITAS  
*“Stay Focus”*  
**Dinamika**

## HALAMAN PERSEMBAHAN



**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PERANCANGAN DESTINATION BRANDING DESA KARUMBU,**  
**KECAMATAN LANGGUDU, KABUPATEN BIMA**

Laporan Kerja Praktik oleh

**Bayu Priyambodo**

NIM : 17.4.2010.0053

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 09 Juli 2021

Disetujui :

Pembimbing

Penyelia



  
Digitally signed  
by Siswo  
Martono  
Date: 2021.07.17  
12:15:09 +07'00'

**Siswo Martono, S.Kom., M.M.**

NIDN. 0726027101



**Murthalib M. Said**

NIAP: 20160801 1960 11 2.1

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Digitally signed  
by Siswo  
Martono  
Date: 2021.07.17  
12:15:32 +07'00'

**Siswo Martono, S.Kom., M.M.**

NIDN. 0726027101

**SURAT PERNYATAAN**  
**PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya

Nama : Bayu Priyambodo

NIM : 17420100053

Program Studi : SI Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Desain dan Industri Kreatif

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : **PERANCANGAN DESTINATION BRANDING  
DESA KARUMBU, KECAMATAN LANGGUDU,  
KABUPATEN BIMA**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non- Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi / sebagian karya ilmiah Saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 08 Juli 2021



NIM. 17420100053

## **ABSTRAK**

Desa Karumbu adalah salah satu desa di Kecamatan Langgudu, Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat. Merupakan satu dari sekian banyak desa yang cukup berpotensi dalam bidang pariwisatanya. Keberadaannya yang cukup mudah untuk diakses merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung. Namun masih banyak wisatawan yang belum mengetahui wisata alam yang ada di Desa Karumbu, oleh sebab itu perlu adanya perancangan agar bisa menarik lebih banyak wisatawan. Dengan metode perancangan destination branding yang memiliki suatu konsep dan dapat menyampaikan identitas dari Desa Karumbu itu sendiri akan lebih banyak wisatawan tertarik untuk mengunjungi Desa Karumbu. Untuk mewujudkan perancangan tersebut maka dibutuhkan logo sebagai identitas. Tujuan perancangan destination branding ini adalah untuk memperkenalkan dan mengangkat potensi wisata alam agar dapat memberikan suatu image bagi wisatawan terhadap suatu wisata yang ada di Desa Karumbu. Hasil dari perancangan destination Desa Karumbu berupa Graphic Standard Manual (GSM) untuk dijadikan acuan dari Logo Desa Karumbu. Bagaimana penggunaan filosofi dari penggambaran berupa logo Desa Karumbu. Agar tersampaikan dengan baik dalam penggunaannya baik untuk media promosi atau tujuan publik.

Kata kunci : Destination Branding, Destination image

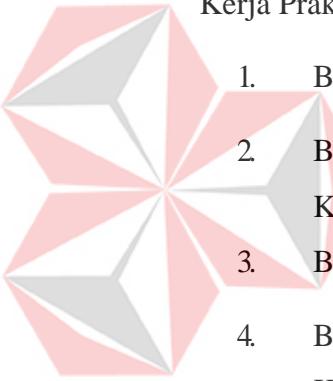


## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “**Perancangan Destination Branding Desa Karumbu, Kecamatan Langgudu, Kabupaten Bima**”.

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika.

Melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat:

- 
1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika
  2. Bapak Siswo Martono, S.Kom., M.M. selaku Kaprodi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika
  3. Bapak Siswo Martono, S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing.
  4. Bapak Murtalib M. Said selaku penyelia kerja praktik dan Kepala Desa Karumbu
  5. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan materil dalam proses penyelesaian laporan ini.

Semoga laporan kerja praktik ini mudah dipahami dan dapat membawa manfaat bagi siapapun yang membacanya. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata ataupun penulisan, terima kasih.

Surabaya, 15 Juni 2021

Penulis

## DARTAR ISI

<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	iv
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	v
<b>ABSTRAK.....</b>	vi
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	vii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	viii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	xiii
<b>BAB I.....</b>	1
<b>PENDAHULUAN.....</b>	1
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	1
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	3
<b>1.3 Batasan Masalah.....</b>	3
<b>1.4 Tujuan.....</b>	3
<b>1.5 Manfaat.....</b>	3
<b>1.5.2 Manfaat Teoritis.....</b>	3
<b>1.5.3 Manfaat Praktis.....</b>	4
<b>1.6 Pelaksanaan.....</b>	4
<b>1.6.1 Detail Pelaksanaan.....</b>	4
<b>1.6.2 Periode.....</b>	4
<b>1.7 Sistematika Penulisan.....</b>	5
<b>BAB II .....</b>	7



<b>GAMBARAN UMUM INSTANSI.....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Profil dan Sejarah Kepemimpinan Desa Karumbu.....</b>	<b>7</b>
<b>2.3 Visi Desa Karumbu.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2.1 Visi Desa Karumbu.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2.2 Misi Desa Karumbu.....</b>	<b>8</b>
<b>2.4 Alamat Kantor Desa Karumbu.....</b>	<b>9</b>
<b>2.5 Struktur Organisasi Pemerintah Desa Karumbu.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>10</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
<b>3.1 Destination Branding.....</b>	<b>10</b>
<b>3.2 Logo.....</b>	<b>10</b>
<b>3.3 Warna.....</b>	<b>11</b>
<b>3.4 Tipografi.....</b>	<b>11</b>
<b>3.5 Supergrafis.....</b>	<b>12</b>
<b>3.6 Stationery Set.....</b>	<b>12</b>
<b>3.7 Merchandise.....</b>	<b>12</b>
<b>3.8 Environmental Graphic Design.....</b>	<b>12</b>
<b>BAB IV.....</b>	<b>13</b>
<b>DESKRIPSI PEKERJAAN.....</b>	<b>13</b>
<b>4.1 Deskripsi Pekerjaan.....</b>	<b>13</b>
<b>4.2 Konsep Desain Logo.....</b>	<b>13</b>
<b>4.3 Sketsa.....</b>	<b>14</b>
<b>4.4 Tipografi.....</b>	<b>16</b>
<b>4.5 Warna.....</b>	<b>17</b>
<b>4.6 Sofware yang Digunakan.....</b>	<b>18</b>



<b>4.7 Implementasi Karya.....</b>	18
<b>4.7.1 Cover Graphic Standard Manual.....</b>	19
<b>4.7.2 Daftar Isi Graphic Standard Manual.....</b>	20
<b>4.7.3 Latar Belakang Graphic Standard Manual.....</b>	20
<b>4.7.4 Pedoman Penggunaan Graphic Standard Manual.....</b>	21
<b>4.7.5 Logo Desa Karumbu.....</b>	21
<b>4.7.6 Filosofi Logo Desa Karumbu.....</b>	22
<b>4.7.7 Filosofi Warna.....</b>	22
<b>4.7.8 Basic Color.....</b>	23
<b>4.7.9 Color Guide.....</b>	23
<b>4.7.10 Background Color .....</b>	24
<b>4.7.11 Penggunaan Huruf.....</b>	24
<b>4.7.12 Ukuran Logo Desa Karumbu.....</b>	25
<b>4.7.13 Logo Grid.....</b>	25
<b>4.7.14 Configuration System.....</b>	26
<b>4.7.15 Clear Space Area.....</b>	26
<b>4.7.16 Incorrect Logo.....</b>	27
<b>4.7.17 Supergrafis.....</b>	27
<b>4.7.18 Stationery Set Map Besar.....</b>	28
<b>4.7.19 Stationery Set Kop Surat .....</b>	28
<b>4.7.20 Stationery Set Amplop.....</b>	29
<b>4.7.21 Stationery Set Kartu Nama.....</b>	29
<b>4.7.22 Stationery Set Stiker.....</b>	30
<b>4.7.23 Merchandise Baju.....</b>	30
<b>4.7.24 Merchandise Topi.....</b>	31

<b>4.7.25 Wayfinding.....</b>	31
<b>4.7.26 Sign System.....</b>	32
<b>4.7.27 Cover Belakang Graphic Standard Manual.....</b>	33
<b>4.8 Final Artwork.....</b>	33
<b>BAB V.....</b>	35
<b>PENUTUP.....</b>	35
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	35
<b>5.2 Saran.....</b>	35
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	36
<b>LAMPIRAN.....</b>	37
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	43



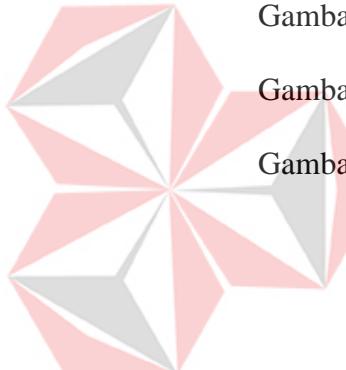
UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## **DAFTAR GAMBAR**



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Pemerintah Desa Karumbu.....	9
Gambar 4. 1 Sketsa Logo Desa Karumbu.....	14
Gambar 4. 2 Sketsa Desain Supergrafis.....	15
Gambar 4. 3 Sketsa Wayfinding.....	15
Gambar 4. 4 Sketsa Sign System.....	16
Gambar 4. 5 Visual Jenis Font yang Digunakan.....	17
Gambar 4. 6 Pemilihan Warna yang Digunakan.....	17
Gambar 4. 7 Proses Penggeraan di Sofware Adobe Illustrator.....	18
Gambar 4. 8 Cover Graphic Standard Manual.....	19
Gambar 4. 9 Daftar Isi Graphic Standard Manual.....	20
Gambar 4. 10 Latar Belakang Graphic Standard Manual.....	20
Gambar 4. 11 Pedoman Penggunaan Graphic Standard Manual.....	21
Gambar 4. 12 Logo Desa Karumbu.....	21
Gambar 4. 13 Filosofi Logo Desa Karumbu.....	22
Gambar 4. 14 Filosofi Warna.....	22
Gambar 4. 15 Basic Color.....	23
Gambar 4. 16 Color Guide.....	23
Gambar 4. 17 Background Color.....	24
Gambar 4. 18 Penggunaan Huruf.....	24
Gambar 4. 19 Ukuran Logo Desa Karumbu.....	25
Gambar 4. 20 Logo Grid.....	25
Gambar 4. 21 Configuration System.....	26
Gambar 4. 22 Clear Space Area.....	26

Gambar 4. 23 Incorrect Logo.....	27
Gambar 4. 24 Supergrafis.....	27
Gambar 4. 25 Stationery Set Map Besar.....	28
Gambar 4. 26 Stationery Set Kop Surat.....	28
Gambar 4. 27 Stationery Set Amplop.....	29
Gambar 4. 28 Stationery Set Kartu Nama.....	29
Gambar 4. 29 Stiker.....	30
Gambar 4. 30 Merchandise Baju.....	30
Gambar 4. 31 Merchandise Topi.....	31
Gambar 4. 32 Wayfinding.....	31
Gambar 4. 33 Sign System.....	32
Gambar 4. 34 Cover Belakang Graphic Standard Manual.....	33
Gambar 4. 35 Realisasi Graphic Standard Manual.....	33



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Balasan Instansi.....	38
Lampiran 2 Form KP-5 (halaman 1).....	39
Lampiran 3 Form KP-5 (halaman 2).....	40
Lampiran 4 Form KP-6 (halaman 1).....	41
Lampiran 5 Form KP-7 (halaman 1).....	42
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Dosen.....	43



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Desa Karumbu adalah salah satu desa di Kecamatan Langgudu, Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat. Merupakan satu dari sekian banyak desa yang cukup berpotensi dalam bidang pariwisatanya. Keberadaannya yang cukup mudah untuk diakses merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung. Selain akses, media lain seperti transportasi, dan tempat makan cukup mudah untuk ditemukan di Desa Karumbu. Untuk destinasi wisata, Desa Karumbu memiliki banyak pilihan wisata seperti : Pulau Nisa Bea, Pantai Wadu Baba, Pantai Toro Jampa, Pantai Sarae Tolo dan Tanjung Langgudu.



1. Pulau Nisa Bea sendiri merupakan pulau yang berada di Desa Karumbu, Kec Langgudu memiliki pasir putih dan pemandangan yang indah. Memiliki akses yang mudah untuk dituju dengan menggunakan boat sekitar 20 menit penyebrangan dari Dermaga Soro Bugis.
2. Wadu Baba terletak sebelah timur dari Desa Karumbu. pantai ini memancarkan keidahan dengan hamparan pasir putih dan ombak laut yang tenang. Memiliki akses jalan yang mudah bagi wisatawan dengan pemandangan hutan dengan jarak tempuh sekitar 15 km dari Desa Karumbu.
3. Pantai Toro Jampa Pantai yang begitu indah ini memiliki hamparan pasir berwarna putih yang begitu bersih. Garis Pantai lebih bergelombang serta memiliki deretan pemandangan menakjubkan. Untuk mengakses ke Pantai Toro Jampa hanya bisa menggunakan sepeda motor dengan jarak

tempuh sekitar 25 km dari Desa Karumbu.

4. Pantai Sarae Tolo pantai ini memiliki keindahan terendiri yaitu pemandangan yang sangat indah dengan dikelilingi oleh pegunungan dengan hamparan pasir putih yang luas dan air laut yang jernih. Akses untuk menuju Pantai Sarae Tolo dengan menaiki boat selama 1 jam pernyebrangan dari Dermaga Soro Bugis
5. Tanjung langgudu memiliki pemandangan pegunungan dengan hamparan batu karang yang menajung keluar kearah lautan, Tanjung Langgudu terletak besebelah dengan Pantai Sarae Tolo. Bisa di akses dengan berjalan kaki selama 15 – 20 menitan dari Pantai Sarae Tolo

Maka dilihat dari potensi wisata alam yang ada, Desa Karumbu sangat membutuhkan *destination branding* untuk membantu mengenalkan wisata yang ada di Desa Karumbu. *Desatination Branding* sendiri merupakan cara untuk membranding suatu daerah agar semakin dikenal oleh khalayak ramai melalui media promosi.

Menurut Kaplanidou (2003:2) mendefinisikan, destination branding adalah kombinasi atribut sebuah daerah yang diwujudkan dalam satu konsep yang dapat menyampaikan identitas unik dan karakteristik lokasi yang berbeda dari kompetitornya.

Melihat hal tersebut Desa Karumbu ingin mewujudkan perancangan destination branding guna memperkenalkan wisata alam yang ada di Desa Karumbu. Untuk mewujudkan perancangan tersebut maka dibutuhkan logo sebagai identitas Desa Karumbu agar dapat memberikan kesadaran bagi masyarakat terhadap suatu wisata yang ada di Desa Karumbu.

Pembuatan konsep logo berlandaskan pada keunggulan alam yang berupa visual alam seperti ombak, gunung dan sunset. Karena keunggulan alam sangat berperan penting dalam membangun image tentang Desa Karumbu.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas diatas maka didapatkan rumusan masalah yang ada adalah “bagaimana merancang sebuah *Destination Branding* Desa Karumbu guna menarik minat calon wisatawan ?”

## **1.3 Batasan Masalah**

Pada laporan ini Perancangan *Destination Branding* Desa Karumbu akan dibatasi hanya merancang sebuah logo identitas dan *Graphic Standard Manual* sebagai acuan logo Desa Karumbu

## **1.4 Tujuan**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penulisan laporan kerja praktik ini diharapkan mahasiswa dapat memberikan keuntungan bagi instansi dengan merancang destination branding dan sebuah poster sebagai media promosi Desa Karumbu yang memiliki bagian penting yaitu:

1. Memberikan informasi wisata secara detail
2. Membangun brand image Desa Karumbu
3. Memperkenalkan wisata yang ada di Desa Karumbu

## **1.5 Manfaat**

Laporan kerja praktik diharapkan dapat membawa manfaat yang berkelanjutan bagi semua pihak , antara lain:

### **1.5.2 Manfaat Teoritis**

Laporan kerja praktik diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan atau

informasi dan sebagai literatur yang bermanfaat bagi penulisan laporan kerja praktik khususnya dibidang destination branding dan media promosi.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

- a. Bagi Mahasiswa, diharapkan dapat memperoleh situasi kerja secara langsung dan sebagai sarana yang berguna untuk sifat kerja professional yang pandai mengatur waktu, mampu bekerja sama, dan dapat berpikir kreatif.
- b. Bagi Desa Karumbu, diharapkan destination branding dan media promosi yang efektif bisa meningkatkan pengunjung wisatawan dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Karumbu, serta masyarakat lebih paham tentang wisata yang ada di Desa Karumbu

## **1.6 Pelaksanaan**

### **1.6.1 Detail Pelaksanaan**

Pelaksanaan kerja praktik ini:

Periode Waktu : 18 Agustus – 18 September 2020

Hari dan Tanggal : Senin – Jumat, 18 Agustus – 18 September 2020

Tempat : Kantor Desa Karumbu

Alamat : Jl. Lintas Tente – Karumbu

Kec. Langgudu, Kab. Bima, Nusa Tenggara Barat

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan kerja praktik di Kantor Desa Karumbu adalah membantu merancang destination branding dan mendesain poster sebagai media promosi Pulau Nisa Bea yang merupakan salah satu wisata yang ada di Desa Karumbu guna meningkatkan pengunjung wisata dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Karumbu.

### **1.6.2 Periode**

Periode waktu pelaksanaan kerja praktik yang telah ditentukan adalah minimal

160 jam.

Tanggal pelaksanaan : 18 Agustus – 18 September 2020

Waktu : 08.00 – 16.30 WITA

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Laporan kerja ini terdiri dari 5 bab, yang masing-masing bab terdiri dari sub bab-sub bab yang menjelaskan inti dari pembahasan dalam penyusunan laporan ini.

Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (dalam sub-bab manfaat dibagi lagi menjadi sub-bab manfaat teoritis dan praktis), dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum tempat dilaksanakannya kerja praktik yaitu Kantor Desa Karumbu.

#### **BAB III : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan berbagai macam teori, konsep, dan pengertian yang menjadi dasar kuat dalam sebuah laporan kerja praktik dan perancangan destination branding dan media promosi.

#### **BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN**

Bab ini berisikan penjelasan pekerjaan yang dilakukan selama pelaksanaan kerja praktik di Kantor Desa Karumbu. Selain itu, akan dibahas pula penjelasan dan hasil rancangan dalam implementasi karya.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini akan membahas kesimpulan dan saran. Pada sub-bab kesimpulan akan meringkas keseluruhan hasil laporan kerja praktik dalam satu kesimpulan yang terkait dengan permasalahan dan solusi yang ditawarkan penulis. Pada sub-bab saran, penulis akan memberikan masukan terkait masalah yang diangkat dalam laporan kerja praktik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi informasi terkait daftar referensi yang digunakan sebagai acuan dalam penulisan laporan kerja praktik ini berupa buku, jurnal, maupun *e-book*, *website*, dan lain-lain.

## **LAMPIRAN**

Berisi keterangan tambahan yang berkaitan dengan isi karya ilmiah seperti dokumen khusus, instrument/questioner/alat pengumpul data, ringkasan hasil pengolahan data, table, peta atau gambar. Keterangan tambahan ini dimaksudkan agar pembaca pendapat gambaran lebih menyeluruh akan proses dari penyusunan karya ilmiah.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM INSTANSI**

#### **2.1 Profil dan Sejarah Kepemimpinan Desa Karumbu**

Kantor Desa Karumbu adalah suatu tempat dimana digunakan oleh pemerintah desa terkait untuk melaksanakan kegiatan administrasi. Kegiatan administrasi yang diproses antara lain ialah pembuatan surat keterangan tidak mampu, kartu tanda penduduk, kepengurusan kartu keluarga dan mengurus surat pindah domisili.

Urutan kepemimpinan atau pejabat gelarang (Kepala Desa) Karumbu sebagai berikut :



- |                      |                 |
|----------------------|-----------------|
| 1. Saka Ompu Sarinci | ( 1701 – 1710 ) |
| 2. Ompu Musa         | ( 1711 – 1714 ) |
| 3. Ompu Sala         | ( 1715 – 1736 ) |
| 4. Ompu Abbas        | ( 1737 – 1769 ) |
| 5. Ompu Lopi         | ( 1770 – 1811 ) |
| 6. Hama Ompu Lala    | ( 1812 – 1844 ) |
| 7. Ompu Jamai        | ( 1845 – 1885 ) |
| 8. Ompu Fia          | ( 1886 – 1911 ) |
| 9. Lasu Ompu Aka     | ( 1912 – 1920 ) |
| 10. Ha Ompu Ho       | ( 1921 – 1934 ) |
| 11. Bakar Ompu Musa  | ( 1935 – 1938 ) |
| 12. H. Hasan         | ( 1939 – 1941 ) |
| 13. H. Zainal Abidin | ( 1942 – 1949 ) |
| 14. H. Abdul Rahman  | ( 1950 – 1967 ) |

- |                            |                 |
|----------------------------|-----------------|
| 15. H. Mansyur Harun       | ( 1968 – 1993 ) |
| 16. H. M. Said Siraj       | ( 1994 – 1995 ) |
| 17. H. Usman H. Abdurahman | ( 1996 – 2003 ) |
| 18. Drs. Burhan Mahmud     | ( 2003 – 2008 ) |
| 19. Drs. Arsyid            | ( 2008 – 2014 ) |
| 20. Anwar Ms.Sh            | ( 2014 – 2016 ) |
| 21. Murtalib M. Said       | ( 2016 – 2022 ) |

## **2.2 Visi dan Misi Desa Karumbu**

### **2.2.1 Visi Desa Karumbu**

Visi dari Desa Karumbu adalah terciptanya Desa Karumbu yang maju, aman, sejahtera dan religious.

### **2.2.2 Misi Desa Karumbu**

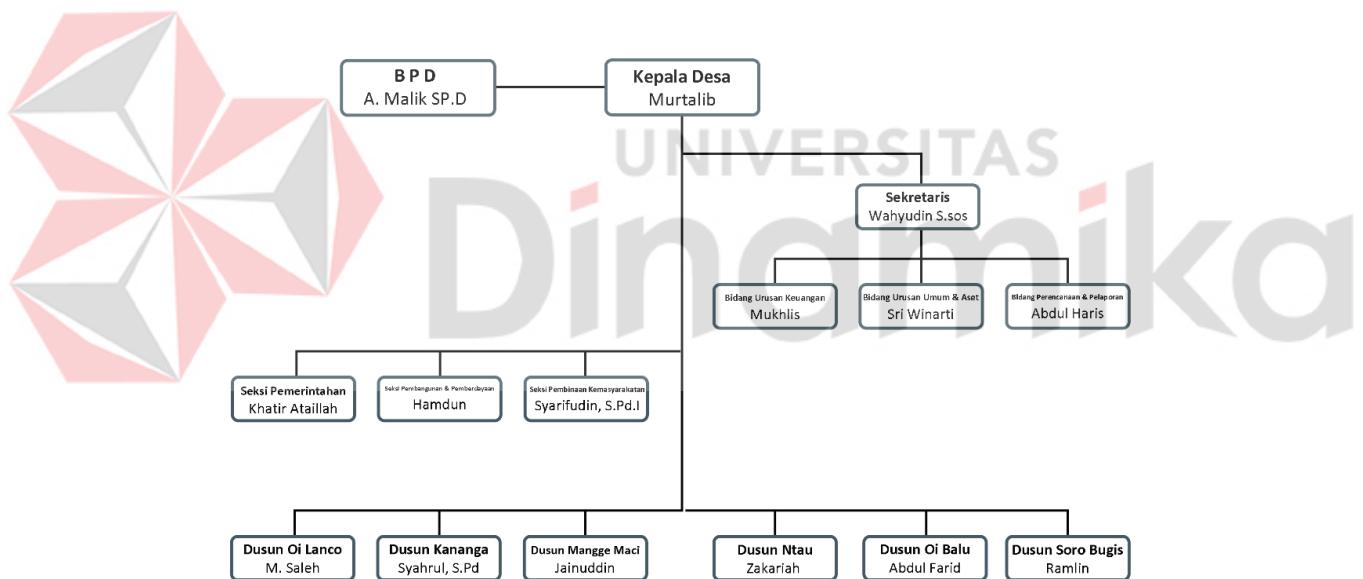
Misi dari Desa Karumbu adalah :

1. Mewujudkan Pemerintah Desa yang tertib, aman, lancar, dan transparan
2. Mewujudkan sarana dan prasarana Desa yang memadai
3. Mewujudkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat
4. Mewujudkan tingkat pendidikan yang baik bagi masyarakat
5. Mewujudkan masyarakat yang religious
6. Mewujudkan masyarakat sehat
7. Mengaktifkan kegiatan kepemudaan di bidang olahraga

### **2.3 Alamat Kantor Desa Karumbu**

Tempat : Kantor Desa Karumbu  
Alamat : Jl. Lintas Tente – Karumbu  
Kec. Langgudu, Kab. Bima, Nusa Tenggara Barat  
Telpon & Faks : -  
Email : Karumbu-langgudu@bimakab.go.id  
Contact Person : Bpk. Murtalib M.Said | Kepala Desa | 085333641675  
Website : <http://karumbu-langgudu.bimakab.go.id/>

### **2.4 Struktur Organisasi Pemerintah Desa Karumbu**



**Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Pemerintah Desa Karumbu**

( Sumber : data Pemerintah Desa Karumbu 2020 )

## BAB III

### LANDASAN TEORI

#### 3.1 Destination Branding

*Destination Branding* adalah jati diri atau identitas yang membuat destinasi dapat diidentifikasi secara berbeda dengan destinasi lainnya dan juga target pelanggan lebih mudah mengingatnya. Sebenarnya tujuan dari membangun merek (*branding*) adalah agar memiliki keunggulan dari sisi identitas atau bisa disebut dengan *competitive identity*.

Destination Branding juga dapat didefinisikan sebagai sebuah cara mengkomunikasikan identitas unik dari sebuah daerah tujuan wisata dengan membedakan destinasi tersebut dengan kompetitornya ( Morisson & Anderson,2002).

Blain, Stuart Levy, dan J.R Brent Richie (2005:329) menjelaskan pengertian *destination branding* adalah seperangkat aktifitas pemasaran yang mendukung penciptaan nama, simbol, logo, atau gambar-gambar yang dapat mengidentifikasi dan membedakan sebuah daerah tujuan wisata lainnya.

Destination branding juga banyak menawarkan banyak manfaat bagi wisatawan dan pihak pengelola destinasi wisata, membedakan dari pesaing, dan membangun harapan dari pengalaman yang ditawarkan oleh sebuah destinasi wisata (Murphy, et. Al,2007)

#### 3.2 Logo

Menurut Sularko, dkk (2008: 6) dalam bukunya “How to They Think” Logo atau corporate identity atau brand identity adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat

pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya.

Menurut Rustan (2009:13) fungsi logo adalah sebagai 1) identitas diri. Supaya dapat membedakan dengan identitas milik orang lain, 2) tanda kepemilikan. Supaya membedakannya dengan milik orang lain, 3) tanda jaminan kualitas, 4) mencegah peniruan atau pembajakan, 5) menambah nilai positif, 6) mengkomunikasikan informasi nilai dan kualitas.

### **3.3 Warna**



Dalam desain warna merupakan unsur terpenting yang mudah menarik perhatian seseorang. Warna sendiri memiliki jenis primer dan sekunder. Dimana warna primer sebagai warna pokok atau pertama yang pembentukannya tidak disertai dengan warna lain. Adapun warna primer yaitu : merah, biru dan kuning. Sedangkan warna sekunder merupakan warna yang dihasilkan dari pencampuran dua warna primer. Adapun warna sekunder diantaranya : Orange hasil pencampuran merah dan kuning, Hijau hasil pencampuran kuning dan biru, Ungu yaitu wana hasil campuran dari biru dengan merah.

### **3.4 Tipografi**

Tipografi adalah suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat membantu pembaca untuk mendapatkan kenyamanan.

Menurut Sihombing (2001:3) Tipografi adalah sebuah ilmu dalam desain grafis yang mempelajari seluk beluk huruf. Tipografi memiliki peran yang sangat penting untuk mengkomunikasikan informasi atau sebuah ide.

Tipografi dalam perancangan *destination branding* sangat berpengaruh karena berfungsi untuk menyampaikan informasi pada calon wisatawan dengan jelas. Jenis

tipografi yang akan digunakan untuk perancangan logo yaitu *script* dan *sans-serif*

### **3.5 Supergrafis**

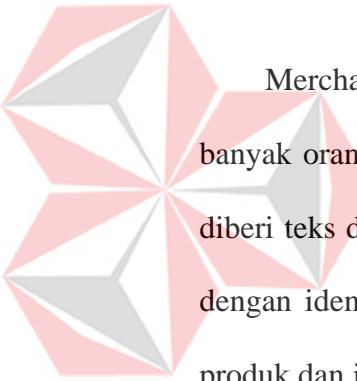
Supergrafis merupakan elemen desain yang digunakan untuk menjaga kestabilan dan menciptakan keistimewaan serta mudah dikenal. Menurut Simon Bell (2009:12) supergrafis adalah alat hebat, dominan, serta unik yang mendukung citra brand, yang bersumber dari logo.

### **3.6 Stationery Set**

Stationery set merupakan salah satu media untuk penerapan desain dan konsep.

Dalam penerapannya berupa kartu nama, kop surat, amplop map, dan stiker.

### **3.7 Merchandise**



Merchandise adalah pernak pernik yang sering kita jumpai dan dipakai oleh banyak orang di berbagai kesempatan. Untuk lebih menarik perhatian merchandise diberi teks dan gambar pendukung dengan tujuan agar khalayak ramai selalu ingat dengan identitas tersebut. Peran merchandise dalam promosi sangat penting agar produk dan jasa yang ditawarkan dikenal oleh masyarakat umum.

### **3.8 Environmental Graphic Design**

*Environmental graphic design* adalah komunikasi grafis mengengai sebuah informasi yang ditemukan dalam sebuah lingkungan (*environment*) (Calori dan Vanden-Eynden, 2015)

Terdapat tiga komponen utama dalam Environment Graphic Design (EGD) 1) Signane dan wayfinding berfungsi untuk menuntun dan membawa audiens dengan menunjukkan jalan. 2) Placemaking untuk memberikan identitas sebuah lokasi. 3). Interpretation, berfungsi untuk memaparkan informasi terhadap sebuah tempat yang dapat diinterpretasi dan dimengerti.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI PEKERJAAN**

#### **4.1 Deskripsi Pekerjaan**

Pada tahap awal mengerjakan perancangan destination branding, penulis mendapatkan brief tentang pekerjaan yang akan dilakukan selama periode kerja praktik. Brief berisi tentang data – data Desa Karumbu seperti sejarah, visi dan misi, struktur organisasi pemerintahan, urutan kepemimpinan, tempat wisata dan sebagainya. Pekerjaan yang diberikan oleh instansi adalah merancang destination branding Desa Karumbu. Tahapan penggerjaan destination branding, yaitu : 1) Penulis mendapatkan brief dari instansi mengenai sejarah dan tempat wisata yang berada di Desa Karumbu, 2) Mencari dan mengumpulkan referensi desain dari internet, 3) Memulai membuat sketsa desain logo, supergrafis, wayfinding dan sign system, 4) Melakukan digitalisasi sketsa berbasis vector menggunakan Adobe Illustration, 5) Menentukan warna dan jenis font yang akan disesuaikan dengan karakter Desa Karumbu, 6) Membuat Graphic Standard Manual sebagai acuan desain, 7) Pada tahapan akhir malakukan eksporting untuk menghasilkan file format jpeg dengan ukuran A4.

#### **4.2 Konsep Desain Logo**

Desain logo yang akan dirancang berupa visual ombak sebagai icon Desa Karumbu yang diketahui memiliki keindahan pantai dan pemandangan pegunungan yang menjadikan Point Of Interest yang selalu diminati para wisatawan. Visual sunset diantara elemen logo menyimbolkan potensi dari wisata alam Desa Karumbu sebagai wisata alam akan keasriannya. Pengunaan nama Karumbu untuk

memperjelas identitas logo, menggunakan font script agar tercipta kesan yang fleksibel dan tidak kaku. Penggunaan tagline Such a Wonderful Place ingin mengajak pengunjung untuk merasakan keindahan alam dan sensasi yang diberikan saat berada di alam Karumbu, salah satunya yaitu merasakan nuansa pantai yang indah.

#### 4.3 Sketsa

Dalam merancang *destination branding*, perlu dilakukan tahapan awal yaitu membuat sketsa untuk mencancang logo, supergrafis, wayfinding dan sign system yang akan diterapkan nantinya.

Sketsa yang dibuat berdasarkan brief yang telah disampaikan sebelumnya.

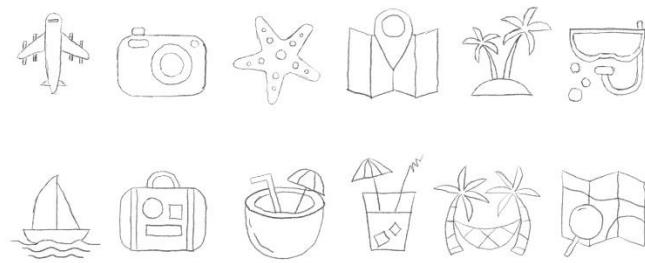
Berikut merupakan gambaran kasar dari logo, supergrafis, wayfinding dan sign system.



**Gambar 4. 1 Sketsa Logo Desa Karumbu**

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

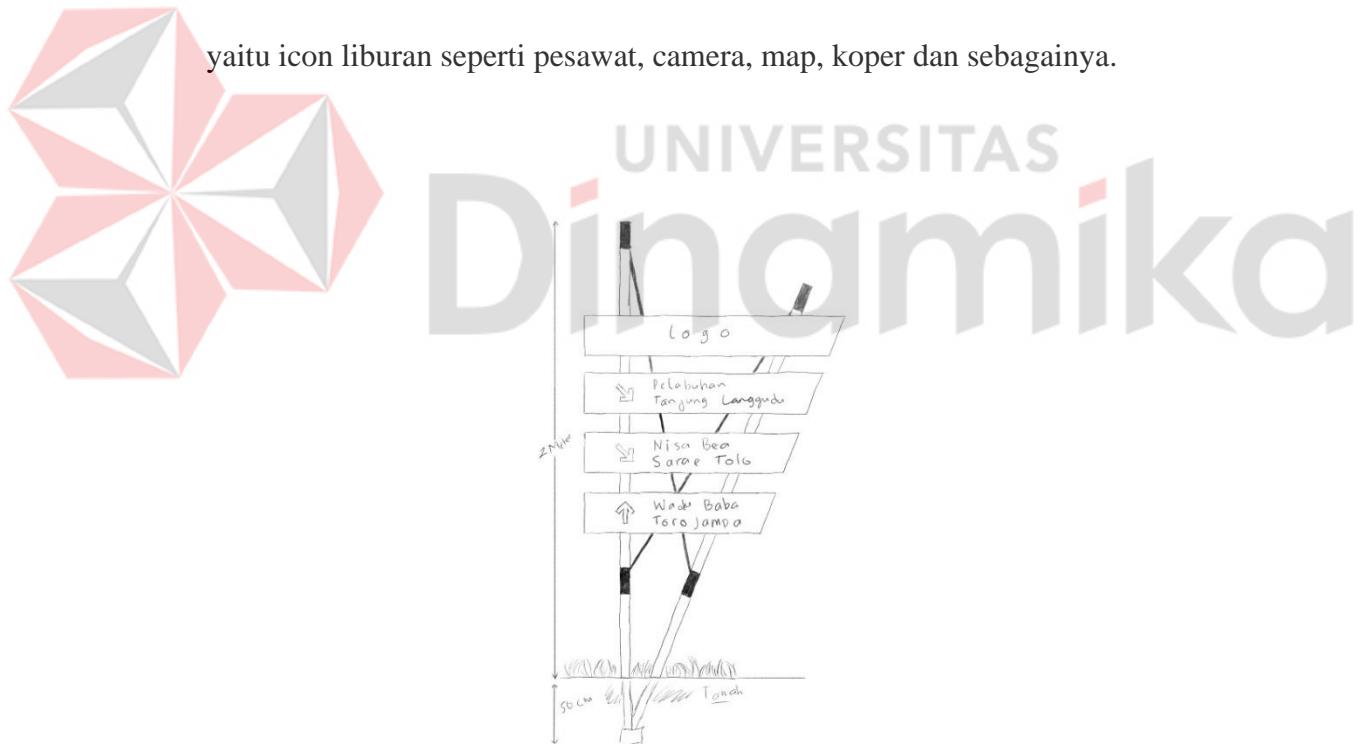
Sketsa diatas merupakan sketsa desain logo yang terdiri dari visual ombak dan gunung sebagai icon Desa Karumbu yang memiliki keindahan pantai dan pemandangan pegunungan. Visual sunset menyimbolkan Desa Karumbu sebagai wisata alam yang asri.



**Gambar 4. 2 Sketsa Desain Supergrafis**

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

Salah satu elemen terpenting dalam *destination branding* adalah elemen supergrafis sebagai penambah citra dalam logo. Adapun konsep dari supergrafis yaitu icon liburan seperti pesawat, camera, map, koper dan sebagainya.

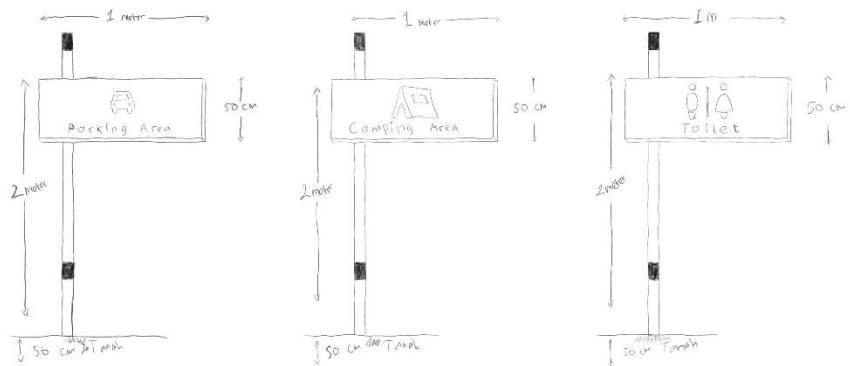


**Gambar 4. 3 Sketsa Wayfinding**

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

Sketsa diatas merupakan sketsa wayfinding sebagai penunjuk arah lokasi wisata. Lokasi wisata yang ditunjukan yaitu Pelabuhan sebagai akses penyebrangan,

Tanjung Langgudu, Pulau Nisa Bea, dan Sarae Tolo yang dapat diakses melalui Pelabuhan. Adapun jalur darat yang ditunjukan yaitu akses menuju wisata Wadu Baba dan Toro Jampa.



**Gambar 4. 4 Sketsa Sign System**

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

Sketsa diatas merupakan sign system sebagai placemarking untuk memberikan identitas sebuah lokasi seperti parking area, camping area dan toilet.

#### 4.4 Tipografi

Pemilihan tipografi merupakan aspek terpenting dalam desain. Pada perancangan destination branding Desa Karumbu, salah satu jenis font yang cocok adalah font Script dan Sans – Serif. Karakter dari font Script dan Sans – Serif terkesan lebih simple, modern, tegas dan universal. Pemilihan font tersebut di pilih karena menyesuaikan karakteristik Desa Karumbu. Berikut terdapat dua jenis font *Script* dan *Sans – Serif* yang dipilih untuk merancang *destination branding* Desa Karumbu.

# Great Wishes

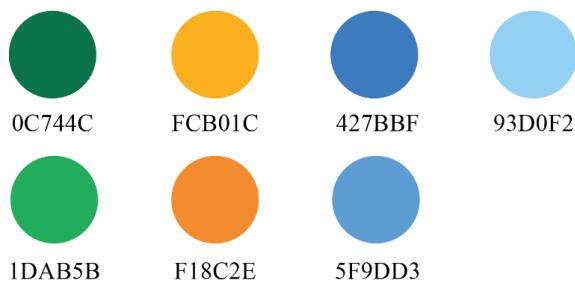
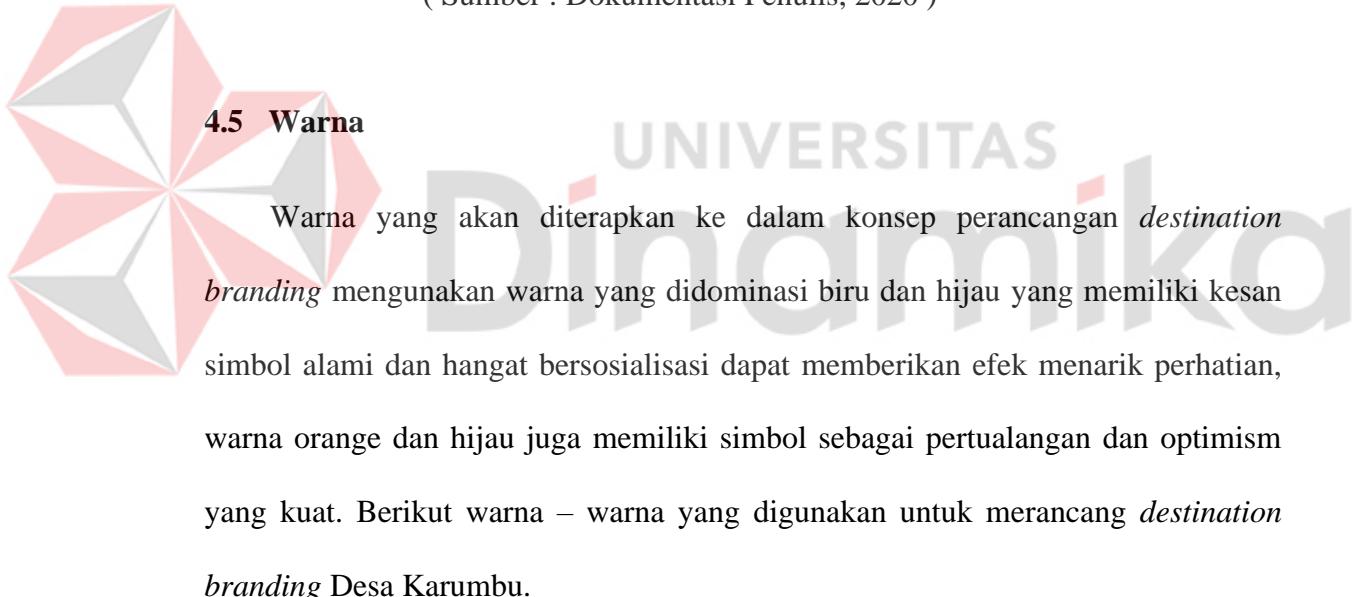
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

## Champagne & Limousines

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

**Gambar 4. 5 Visual Jenis Font yang Digunakan**

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

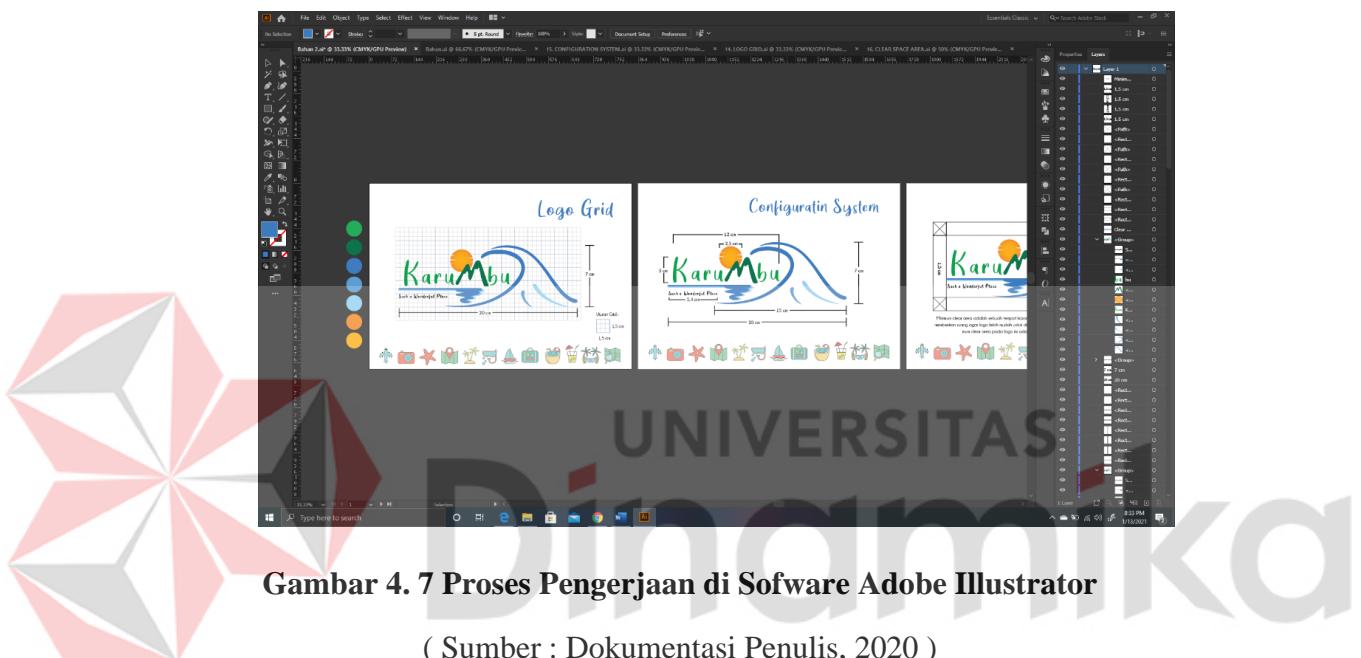


**Gambar 4. 6 Pemilihan Warna yang Digunakan**

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

## 4.6 Sofware yang Digunakan

Salah satu tahapan paling penting dalam merancang *destination branding* ini adalah tahap digitalisasi. Penulis menggunakan *Software* Adobe Illustrator untuk proses digitalisasi. Adobe Illustrator adalah software berbasis vector yang selanjutnya akan digunakan untuk membuat logo, supergrafis, wayfinding, sign system dan objek visual lainnya.



Gambar 4. 7 Proses Pengerjaan di Sofware Adobe Illustrator

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

## 4.7 Implementasi Karya

Berdasarkan konsep, sketsa, desain digital, tipografi dan warna dari desain perancangan *destination branding* Desa Karumbu sehingga akan menghasilkan Graphic Standard Manual untuk dijadikan acuan dari Logo Desa Karumbu. Bagaimana penggunaan filosofi dari penggambaran berupa logo Desa Karumbu. Agar tersampaikan dengan baik dalam penggunaannya baik untuk media promosi atau tujuan publik.

Berikut adalah hasil dari perancangan *destination branding* yang telah dirancang tercipta Graphic Standard Manual (GSM).

#### 4.7.1 Cover Graphic Standard Manual



**Gambar 4. 8 Cover Graphic Standard Manual**

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

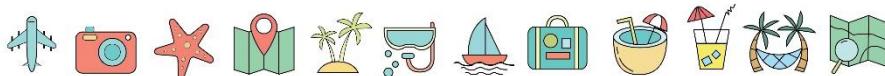


Pada bagian pembuka Graphic Standard Manual ditampilkan logo sebagai pengenalan visual perancangan *destination branding* Desa Karumbu. Pada bagian bawah penambahan elemen supergrafis sebagai penambah citra dalam logo.

#### 4.7.2 Daftar Isi Graphic Standard Manual

## Daftar Isi

Daftar Isi	Penggunaan Huruf
Latar Belakang	Ukuran Logo
Pedoman Penggunaan	Logo Grid
Graphic Standard Manual	Configuration System
Logo	Clear Space Area
Filosofi Logo	Incorect Logo
Filosofi Warna	Supergrafis
Basic Color	Stationery Set
Color Guide	Merchandise
Background Color	Environmental Graphic Design



Gambar 4.9 Daftar Isi Graphic Standard Manual

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.3 Latar Belakang Graphic Standard Manual



Desa Karumbu terletak di Kecamatan Langgudu, Kabupaten Bima yang berada sejauh 50 km dari pusat Kota Bima. Desa Karumbu terletak di ketinggian 0 - 25 mdpl dan bersuhu 30 - 38 °C setiap tahunnya. Sebagai desa yang mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani padi dan nelayan, kondisi perekonomian dari aktivitas produksi pertanian tersebut sangat bergantung pada kualitas tanah dan hasil laut. Selain itu Desa Karumbu memiliki potensi wisata alam sehingga dapat menarik para wisatawan untuk datang. Desa Karumbu sendiri memiliki posisi strategis, sehingga dalam pengembangan pariwisata sangat diuntungkan karena Desa Karumbu menjadi ikon dari Kecamatan Langgudu.

Namun berdasarkan fakta, potensi wisata alam Desa Karumbu belum dikenal oleh khalayak umum karena kurangnya kegiatan promosi sehingga belum terbentuk identitas Desa Karumbu. Maka dari itu Desa Karumbu ini kami jadikan acuan dalam merancang Identitas Visuel dan Logo. Selain karena Desa ini memiliki potensi wisata alam yang sangat besar dan akan mempengaruhi perekonomian hingga kesejahteraan hidup masyarakat.



Gambar 4.10 Latar Belakang Graphic Standard Manual

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.4 Pedoman Penggunaan Graphic Standard Manual

## Pedoman Penggunaan Graphic Standard Manual

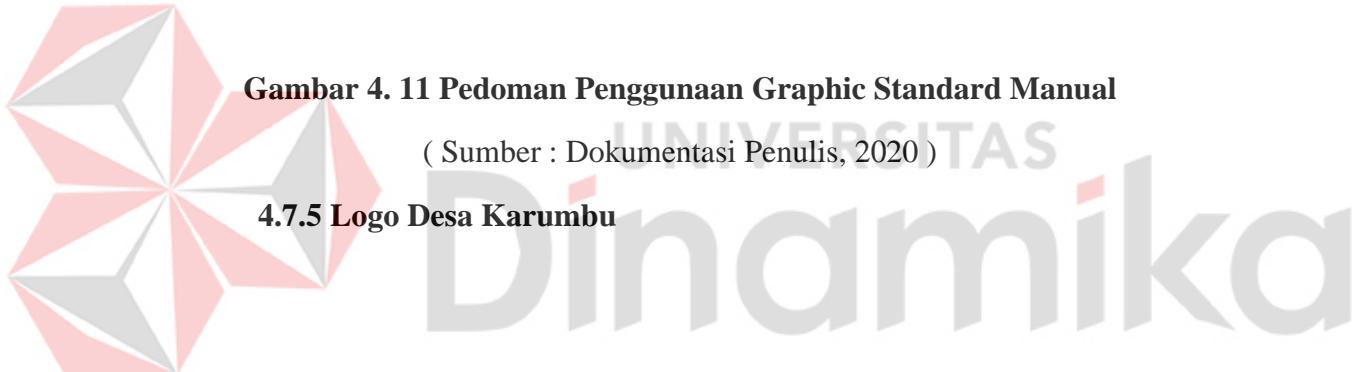
Pembuatan Graphic Standard Manual ini ditujukan untuk dijadikan acuan dari Logo Karumbu. Bagaimana penggunaan filosofi dari penggambaran berupa Logo Desa Karumbu. Agar tersampaikan dengan baik dalam penggunaannya baik untuk media promosi atau tujuan publikasi. Diharapkan sesuai visi dan misinya yang sudah teroepat pada latar belakang perancangan logo Desa Karumbu. Menjadi solusi dan bisa membawa Desa Karumbu ke arah tujuan yang lebih baik. Buku ini dibuat dan dideklarasikan untuk Desa Karumbu yang berlokasi di Kecamatan Langgudu, Kabupaten Bima.



**Gambar 4. 11 Pedoman Penggunaan Graphic Standard Manual**

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.5 Logo Desa Karumbu



**Gambar 4. 12 Logo Desa Karumbu**

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.6 Filosofi Logo Desa Karumbu



Gambar 4. 13 Filosofi Logo Desa Karumbu

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.7 Filosofi Warna



Visual ombak dan gunung ini sebagai icon Desa Karumbu yang diketahui memiliki keindahan pantai dan pemandangan pegunungan yang menjadikannya point of interest yang selalu diminati para wisatawan. Visual sunset di antara elemen logo menyimbolkan potensi dari wisata alam Desa Karumbu sebagai desa wisata alam akan keasriannya. Warna biru dan hijau memiliki kesan symbol alam dan hangat bersosialisasi dapat memberikan efek menarik perhatian, warna orange dan hijau juga memiliki simbol sebagai petualangan dan optimisme yang kuat.



Gambar 4. 14 Filosofi Warna

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.8 Basic Color

## Basic Color



Logo Karumbu berwarna hitam-putih atau sebaliknya digunakan untuk kebutuhan cetak dengan tinta hitam.



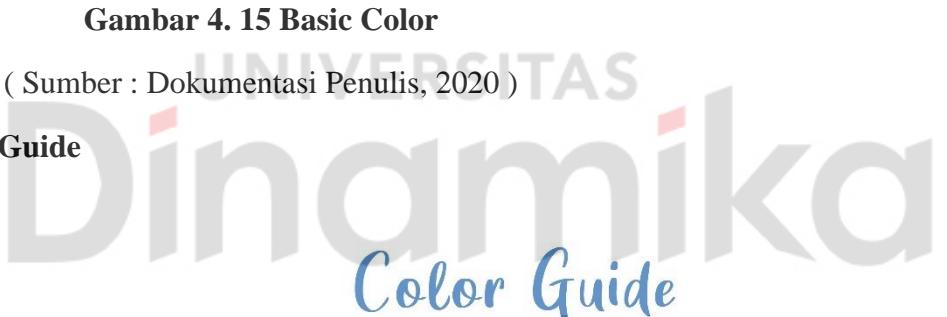
Logo Karumbu berwarna hitam-pulih atau sebaliknya digunakan untuk kebutuhan cetak dengan back-ground hitam atau gelap



Logo grayscale ini digunakan pada cetakan satu warna dalam rentang skala hitam ke putih, seperti koran atau tabloid



#### 4.7.9 Color Guide



C: 88 % R: 12  
M: 31 % G: 116  
Y: 84 % B: 76  
K: 19 %

C: 80 % R: 29  
M: 4 % G: 171  
Y: 88 % B: 91  
K: 0 %

C: 76 % R: 66  
M: 47 % G: 123  
Y: 0 % B: 191  
K: 0 %

C: 62 % R: 82  
M: 28 % G: 157  
Y: 0 % B: 211  
K: 0 %

C: 39 % R: 147  
M: 4 % G: 208  
Y: 0 % B: 242  
K: 0 %

C: 2 % R: 241  
M: 54 % G: 140  
Y: 93 % B: 46  
K: 0 %

C: 0 % R: 252  
M: 35 % G: 176  
Y: 98 % B: 28  
K: 0 %



## Gambar 4. 16 Color Guide

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.10 Background Color

## Background Color



Berikut adalah contoh penggunaan background warna yang benar :

Warna tubuh logotype diperbolehkan untuk di reverse menjadi warna putih diatas dasar/background polos dengan warna gelap.

Disarankan menggunakan warnawarna background yang berasal dari warna yang telah dicontohkan disamping.



Gambar 4. 17 Background Color

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.11 Penggunaan Huruf

## Great Wishes

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ \* \$ % & ^ \_ : = < > . ? /

Font Great Wishes digunakan pada penulisan "K" dengan size 61,13 pt. sedangkan pada penulisan "arumbu" dengan size 51 pt. dan juga digunakan pada penulisan "Such a Wonderful Place" dengan size 10 pt.



Gambar 4. 18 Penggunaan Huruf

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.12 Ukuran Logo Desa Karumbu

## Ukuran Logo

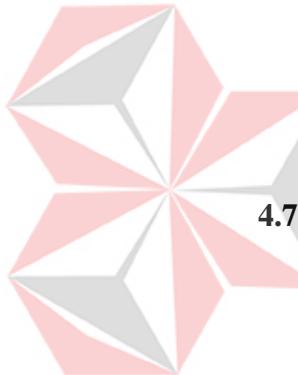
Ketetapan ukuran minimum identitas untuk ukuran standar logo yang paling terkecil adalah 25%. Secara teknis identitas ini tidak boleh untuk diperkecil lagi karena akan menghilangkan kemudahan untuk dilihat dan dibaca dari jarak tertentu. Hal ini menjadi pertimbangan teknis untuk tampilan monitor untuk keperluan multimedia maupun teknik percetakan.



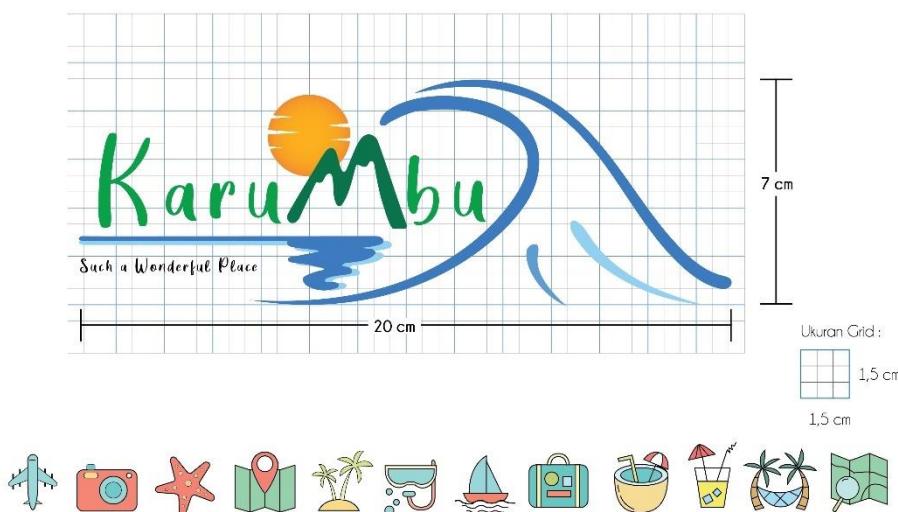
Gambar 4. 19 Ukuran Logo Desa Karumbu

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.13 Logo Grid



UNIVERSITAS  
Dinamika  
Logo Grid

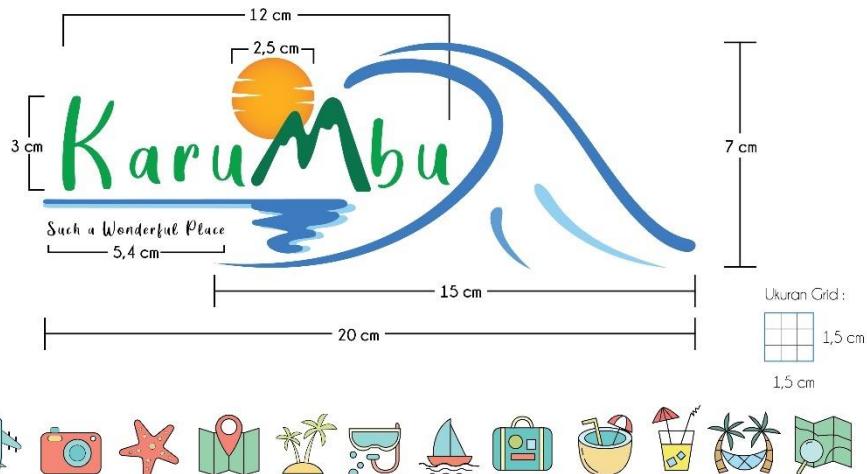


Gambar 4. 20 Logo Grid

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.14 Configuration System

### Configuratin System



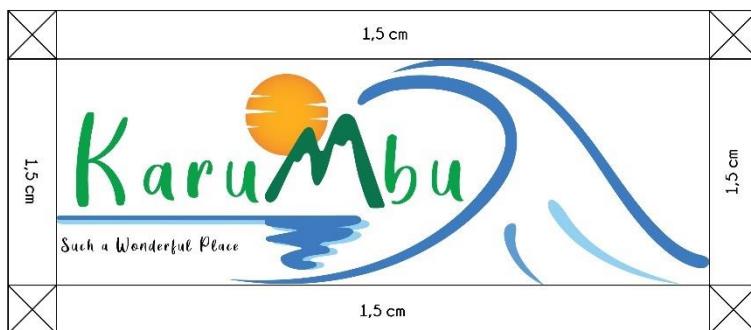
Gambar 4. 21 Configuration System

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.15 Clear Space Area



UNIVERSITAS  
**Dinamika**  
Clear Space Area



Minimum clear area adalah sebuah tempat kosong yang berada di ke empat sisi logo yang berfungsi untuk memberikan ruang agar logo lebih mudah untuk dibaca dan dikenali mereka yang melihat logo tersebut. Minimum clear area pada logo ini adalah sebesar 1,5 cm pada ke empat sisi logo.



Gambar 4. 22 Clear Space Area

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.16 Incorrect Logo

#### Incorrect Logo



Tidak diberarkan mengganti warna lain dalam logo Karumbu kemudian diterapkan dalam Graphic Standard Manual.



Logo Bumiaji tidak diberarkan diletakkan pada latar belakang (background) yang rumit atau memiliki tampilan warna yang kontras.



Tidak diberarkan mendistorsi, meregangkan atau mengompres Logo Bumiaji dengan cara atau teknik apapun.



Tidak diberarkan mengganti jenis huruf yang sudah ditentukan dalam Graphic Standard Manual.



Gambar 4. 23 Incorrect Logo

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.17 Supergrafis



Supergrafis dibuat dengan alasan untuk memperkuat nilai dan komunikasi brand. Elemen yang terkandung dalam supergrafis berasal dari kata kunci "Liburan" yang menggambarkan ciri khas dari logo tersebut.

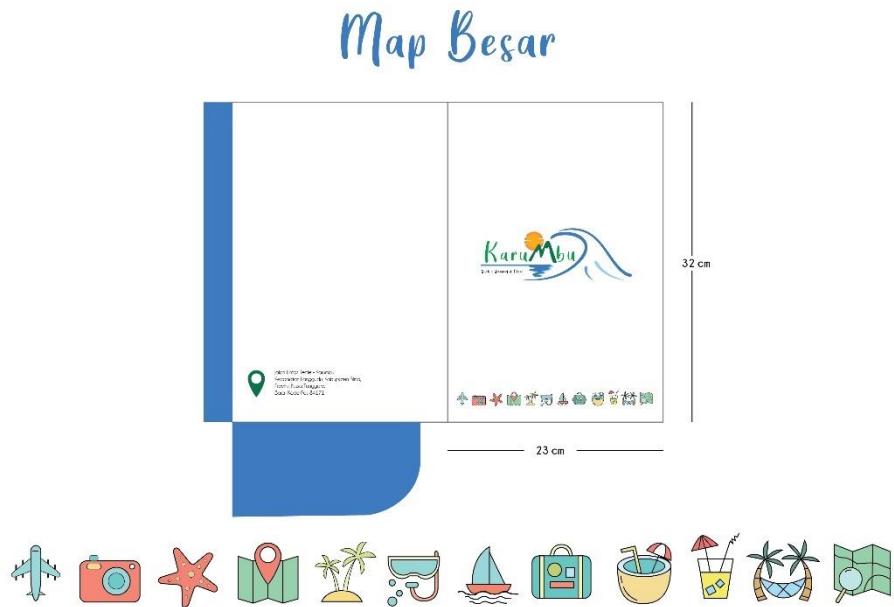
Komposisi supergrafis disesuaikan dengan kebutuhan, baik untuk layout maupun penggunaan dalam media lain. Supergrafis diperbolehkan untuk diedit sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 4. 24 Supergrafis

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.18 Stationery Set Map Besar



Gambar 4. 25 Stationery Set Map Besar

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.19 Stationery Set Kop Surat



Gambar 4. 26 Stationery Set Kop Surat

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

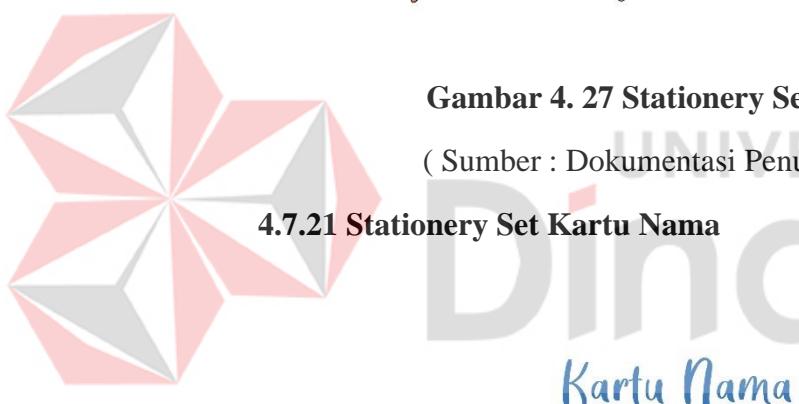
#### 4.7.20 Stationery Set Amplop



Gambar 4. 27 Stationery Set Amplop

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.21 Stationery Set Kartu Nama



Gambar 4. 28 Stationery Set Kartu Nama

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

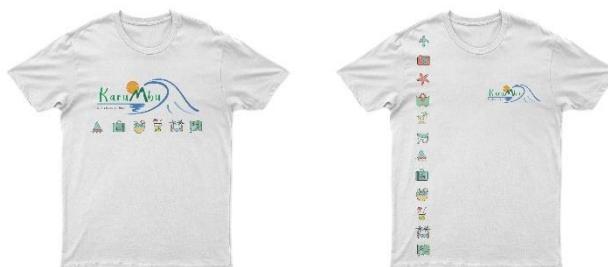
#### 4.7.22 Stationery Set Stiker

Sticker



#### 4.7.23 Merchandise Baju

Gambar 4. 29 Stiker  
( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )  
**Dinamika**  
T-Shirt

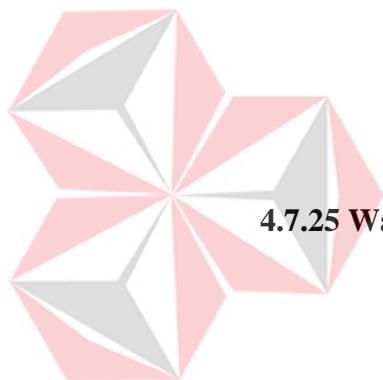


#### Gambar 4. 30 Merchandise Baju

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.24 Merchandise Topi

Topi

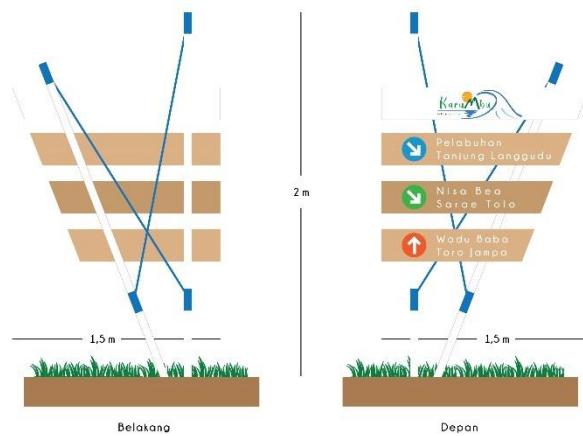


#### 4.7.25 Wayfinding

Gambar 4. 31 Merchandise Topi

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

UNIVERSITAS  
**Dinamika**  
Wayfinding

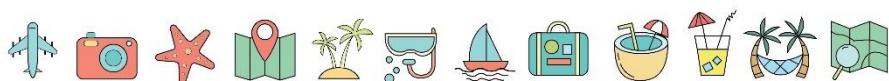
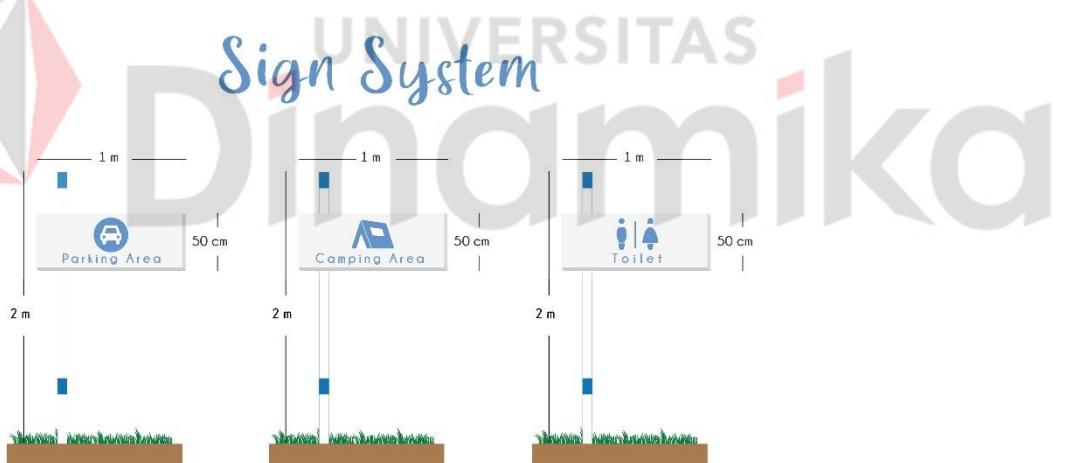
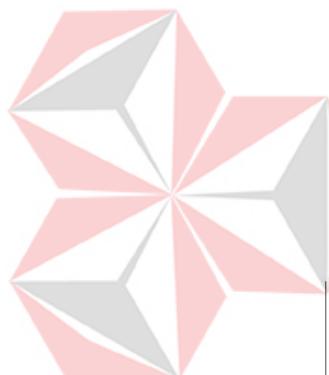
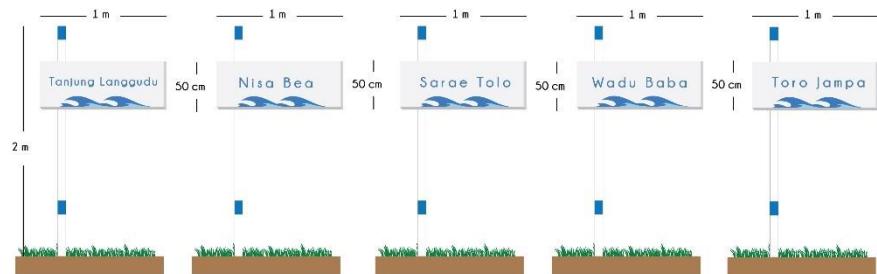


Gambar 4. 32 Wayfinding

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### 4.7.26 Sign System

## Sign System



Gambar 4. 33 Sign System

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### **4.7.27 Cover Belakang Graphic Standard Manual**



**Gambar 4. 34 Cover Belakang Graphic Standard Manual**

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

#### **4.8 Final Artwork**



**Gambar 4. 35 Realisasi Graphic Standard Manual**

( Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020 )

Setelah dilakukan visualisasi secara digital, maka jadilah Graphic Standard Manual sebagai acuan dari Logo Desa Karumbu. Bagaimana penggunaan filosofi dari penggambaran berupa logo Desa Karumbu. Agar tersampaikan dengan baik dalam penggunaannya baik untuk media promosi atau tujuan publik. Diharapkan sesuai visi dan misi perancangan logo Desa Karumbu. Bisa menjadi solusi dan membawa Desa Karumbu kearah tujuan yang lebih baik. Graphic Standard Manual ini didedikasikan untuk Desa Karumbu yang berlokasi di Kecamatan Langgudu, Kabupaten Bima.



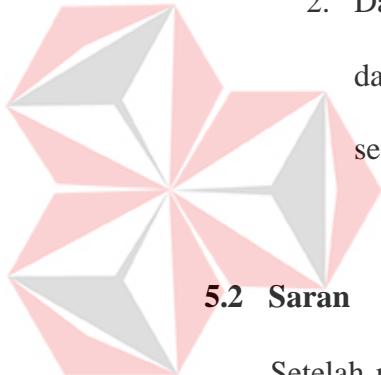
## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan laporan kerja praktik “Perancangan Destination Branding Desa Karumbu, Kecamatan Langgudu, Kabupaten Bima” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tujuan perancangan ini adalah merancang destination branding Desa Karumbu guna memperkenalkan wisata alam yang ada di Desa Karumbu dan menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung.
2. Dalam perancangan *destination branding* diperlukan *brief* yang jelas, data wisata yang lengkap baik foto maupun deskripsi tempat wisata secara rinci.



Setelah melaksanakan laporan kerja praktik, Adapun saran yang diiliki oleh penulis, sebagai berikut :

1. Didalam dunia kerja diperlukan kerja sama dan komunikasi yang baik agar mempermudah pengumpulan data dan proses mengerjakan proyek.
2. Diharapkan dari pihak Kantor Desa Karumbu mahasiswa kerja praktik dapat mengembangkan ilmu yang telah diberikan di dalam dunia kerja agar dapat lebih bermanfaat kedepannya.
3. Pemilihan pekerjaan, tugas dan tanggung jawab disesuaikan dengan skill agar dapat memberikan hasil yang lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

Lidya, Cindy, Susie Perbawasari, and Hanny Hafiar. 2017. "DESTINATION BRANDING KABUPATEN CIAMIS OLEH DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN PROVINSI JAWA BARAT." *Komunikasi* Vol. XI (No. 02): 107 - 122. Accessed November 29, 2020. doi:<http://dx.doi.org/10.21107/ilkom.v11i2.3326>.

Hananto, Alvin Brian, Eldad Timothy, Rafi Krisanand, and Togu Stefanus . 2019. "KAJIAN DESAIN ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN UMEDA HOSPITAL." *GESTALT* Vol.1 (No.2): 177-190. Accessed januari 09, 2021. <http://gestalt.upnjatim.ac.id/index.php/gestalt/article/download/37/21/>.

Hereyah, Yoyoh, and Rastri Kusumaningrum. 2019. "PROSES DESTINATION BRANDING DALAM MEMBENTUK CITRA TUJUAN WISATA MUSEUM INDONESIA." *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* Volume IX (No. 2): 2581-1541 . Accessed November 03, 2020. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jipsi/article/download/2466/1769>.

Wijaya, Cartenius Jaya, Deddi Duto H, and Merry Sylvia. n.d. "PERANCANGAN DESTINATION BRANDING DESA WISATA BERMI KABUPATEN PROBOLINGGO." Accessed October 29, 2020. <https://media.neliti.com/media/publications/79722-ID-perancangan-destination-branding-desa-wi.pdf>.

<https://goldmanseo.com/kantor-desa-adalah-pengertian-ciri-dan-dana-dari-kantor->(Diakses tanggal 08 Januari 2021)

<https://pemasaranpariwisata.com/2019/10/15/destination-branding/> (Diakses tanggal 08 Januari 2021)

<https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/07/pengertian-logo-fungsi-logo-jenis-logo-> (Diakses tanggal 09 Januari 2021)

<https://materibelajar.co.id/pengertian-warna/> (Diakses tanggal 09 Januari 2021)

<https://kelasdesain.com/apa-itu-typografi/> (Diakses tanggal 09 Januari 2021)

<https://text-id.123dok.com/document/lzgg30m8z-teori-tipografi-supergrafis-visual-identity-1-corporate-identity.html> (Diakses tanggal 09 Januari 2021)

<https://slideplayer.info/slide/13730518/#:~:text=3%20Stationery%20set%20Stationery%20set,desain%20dan%20konsep%20corporate%20identity.&text=Stationery%20adalah%20peralatan%20kantor%20yang,menarik%20dan%20menggambarkan%20citra%20perusahaan.> (Diakses tanggal 09 Januari 2021)

<https://www.seputarpengetahuan.co.id/2020/03/merchandise.html> (Diakses tanggal 09 Januari 2021)

