



# KATALOG

“PERANCANGAN DESTINATION BRANDING DESA MULYOAGUNG  
TUBAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS”

SHETA PRIABUDI TOLALA  
19420100056

## LEMBAR PENGESAHAN

### "PERANCANGAN DESTINATION BRANDING DESA MULYOAGUNG TUBAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS"

Telah Diperiksa, Diuji, dan Disetujui oleh Dewan Penguji  
Jumat, 29 Agustus 2025

Pembimbing 1



Dhika Yuan Yurisma, M.Ds. ACA  
NIDN. 0720028701

Pembimbing 2



Setya Putri Erdiana, S.T., M.Ds.  
NIDN. 0721099105

Penguji



Siswo Martono, S.kom., M.M.  
NIDN. 0726027101

Mengetahui  
Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif

  
  
UNIVERSITAS  
**Dinamika**  
Karsam, MA, Ph.D.  
NIDN. 0721099105



# DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Daftar Isi	ii
Kata Pengantar	iii
Latar Belakang	1
Konsep Karya	2
Konsep Keyword	3
Konsep Logo	4
Color Logo Variation	5
Monochrome Logo	6
Horizontal Logo	7
Typography	8
Color Pallete	10
Supergraphic	11
Merchandise	13
Media Promosi	14
Konsep Video Promosi	15
Story Line Video Promosi	16
Implementasi Video Promosi	17
Biodata Pencipta Karya	18



# KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusunan Tugas Akhir dengan judul "PERANCANGAN DESTINATION BRANDING DESA MULYOAGUNG TUBAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS" dapat terselesaikan dengan baik.

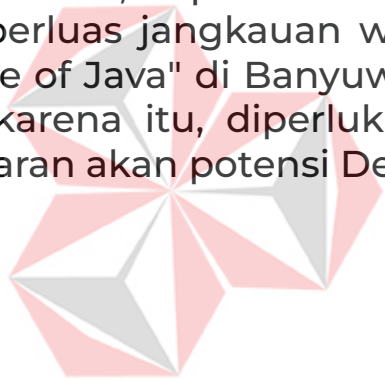
Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Dinamika Surabaya. Melalui tugas akhir ini, penulis berkesempatan untuk merancang sebuah destination branding dan video promosi yang diharapkan dapat memperkenalkan dan mempromosikan potensi Desa Mulyoagung Tuban.

Penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih Kepada pihak yang membantu.



# LATAR BELAKANG

Pariwisata tumbuh pesat dalam enam dekade terakhir dan diakui UNWTO sebagai sektor kunci pembangunan regional. Desa Mulyoagung di Tuban memiliki potensi besar sebagai desa wisata dengan Air Terjun Ngilirip, budaya lokal, dan tradisi unik, tetapi kurang dikenal karena minimnya branding dan promosi. Ketua kelompok sadar wisata, Bapak Multhazam, menekankan pentingnya identitas branding untuk memperluas jangkauan wisata. Studi menunjukkan branding efektif, seperti "The Sunrise of Java" di Banyuwangi, meningkatkan kunjungan dan loyalitas wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan branding dan media promosi untuk meningkatkan kesadaran akan potensi Desa Mulyoagung.



UNIVERSITAS  
Dinamika

# KONSEP KEYWORD

## SWOT

Karya ini memfokuskan untuk mengangkat keindahan alam yang asri dan ragam budaya untuk menarik minat pengunjung melalui identitas visual yang selaras dan media promosi yang menarik dan informatif.

EXOTISM

BEAUTIFUL

NATIVE

## STP

Dewasa usia 25-30 tahun terutama yang memiliki keluarga yang memiliki minat berlibur ke tempat wisata alam.

HOLIDAY

FAMILY

FUN

## USP

karya ini menyajikan branding yang memadukan antara alam dan budaya yang khas mulyoagung sebagai daya tarik tersendiri dari wisata alam lain.

DIFFERENT

VARIETY

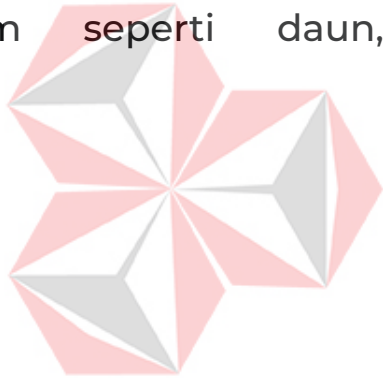
CUSTOMS

NATURE & CULTURE



# KONSEP KARYA

Membuat Desain Destination Branding dan Video Promosi Untuk Potensi Desa Wisata Mulyoagung Tuban yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang khas. Konsep branding Nature and Culture bertujuan untuk mengangkat potensi desa sebagai destinasi wisata yang harmonis antara keindahan alam dan kearifan lokal. Elemen Branding menggabungkan elemen alam seperti daun, sungai, dan motif simbol budaya lokal.



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

# KONSEP LOGO



SIMPLIFIKASI GUNUNGAN  
IMPLEMENTASI DARI KEBUDAYAAN  
DAN SPIRITUALITAS



SIMPLIFIKASI DARI AIR TERJUN NGLIRIP  
SEBAGAI POTENSI ALAM DAN WISATA  
YANG MENOPANG DESA INI



SIMPLIFIKASI DAUN SEBAGAI IMPLEMENTASI  
KE-ASRI-AN ALAM DESA MULYOAGUNG



# VARIASI WARNA LOGO

Logo color variation adalah variasi warna dari logo yang disediakan untuk memastikan fleksibilitas penggunaannya dalam berbagai latar belakang dan media. Biasanya, variasi ini mencakup versi full-color, variasi warna, versi putih untuk latar gelap, dan versi hitam untuk aplikasi monokrom. Setiap variasi harus digunakan sesuai dengan konteksnya agar logo tetap terlihat jelas dan profesional.



#00acc4



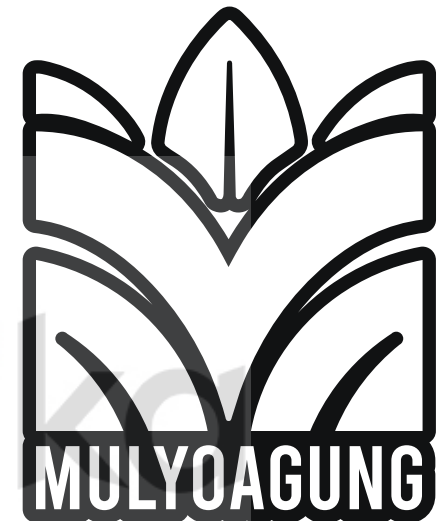
#83c44b

## VERSI MONOKROM

Monokrom logo adalah versi logo yang hanya menggunakan satu warna, biasanya hitam atau putih. Versi ini berguna untuk aplikasi tertentu seperti cetakan hitam putih, emboss, atau ukiran, di mana penggunaan warna penuh tidak memungkinkan. Penggunaan monokrom logo harus mengikuti pedoman untuk memastikan logo tetap mudah dikenali dan mempertahankan identitas visualnya.



#000000

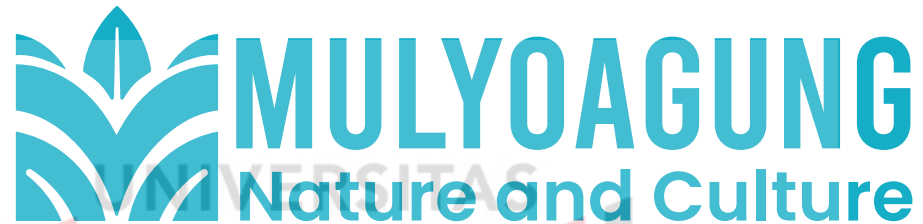


#FFFFFF



## LOGO HORIZONTAL

Horizontal logo adalah variasi logo jika memungkinkan dan digunakan dalam versi horizontal dan tidak memungkinkan digunakan dalam versi primary logo.



# TIPOGRAFI

## Font Primer

Primary font adalah jenis huruf utama yang digunakan dalam identitas visual merek. Font ini biasanya diaplikasikan pada logo, heading, atau elemen utama dalam komunikasi merek untuk menciptakan tampilan yang konsisten dan mudah dikenali. Primary font harus mencerminkan karakter dan kepribadian merek, baik itu formal, modern, minimalis, atau klasik. Penggunaan primary font harus sesuai dengan panduan yang telah ditetapkan agar identitas visual tetap kuat dan kohesif.

### Poppins

#### Light

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj  
KkLlMmNnOoPpQqRrSs  
TtUuVvWwXxYyZz  
1234567890

Aa

#### Bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj  
KkLlMmNnOoPpQqRrSs  
TtUuVvWwXxYyZz  
1234567890

Aa

#### Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj  
KkLlMmNnOoPpQqRrSs  
TtUuVvWwXxYyZz  
1234567890

Aa

#### ExtraBold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj  
KkLlMmNnOoPpQqRrSs  
TtUuVvWwXxYyZz  
1234567890

Aa



# TIPOGRAFI

## Font Sekunder

Secondary font adalah jenis huruf pendukung yang digunakan dalam elemen sekunder komunikasi merek, seperti body text, subheading, atau materi pemasaran. Font ini dipilih untuk melengkapi primary font dengan tetap menjaga keterbacaan dan konsistensi desain. Secondary font biasanya lebih sederhana dan netral dibandingkan primary font agar teks lebih nyaman dibaca dalam berbagai ukuran dan media.



Bb

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

WXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

xyz1234567890!@#%&?.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

WXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

xyz1234567890!@#%&?.

Cc

Bold

Dd

Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

WXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

xyz1234567890!@#%&?.

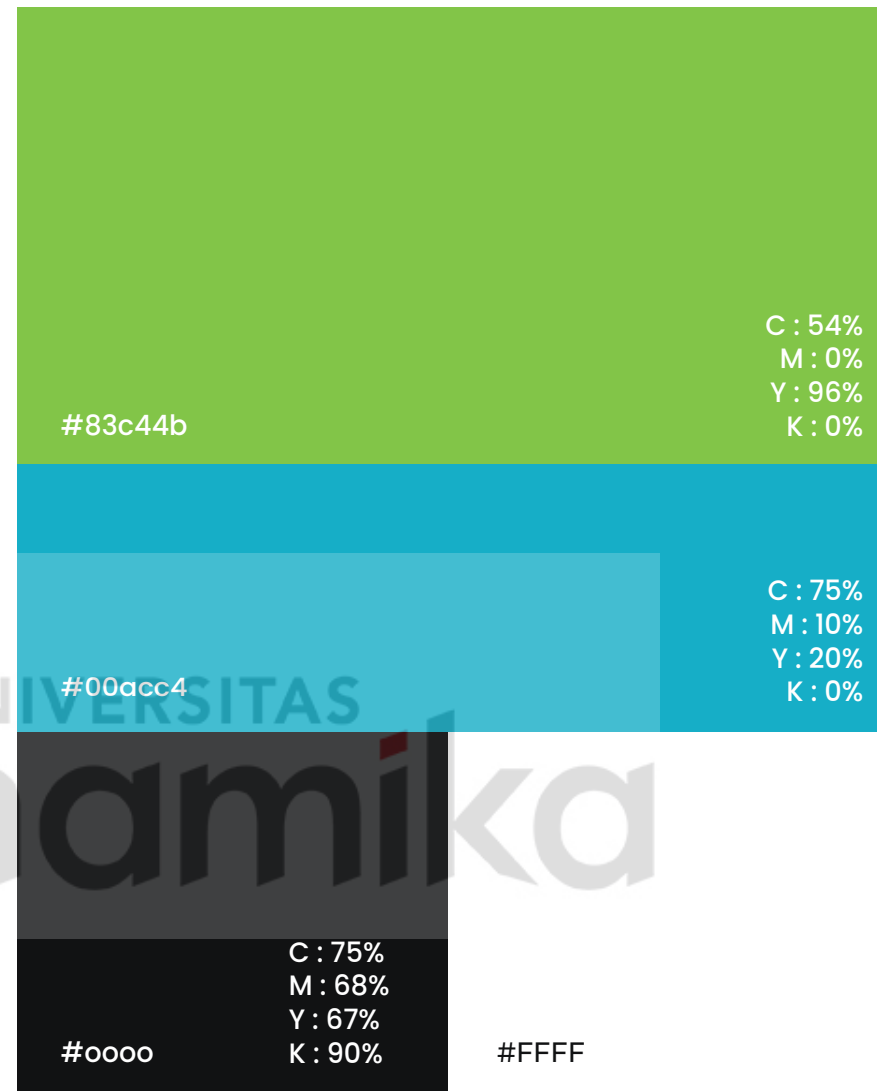
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

WXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

xyz1234567890!@#%&?.

# WARNA

Warna palet yang digunakan dalam logo ini harus sesuai dengan warna yang telah ditetapkan. Palet warna ini mencerminkan identitas visual dan harus diterapkan secara konsisten di semua media. Gunakan kode warna yang telah ditentukan untuk menjaga keseragaman tampilan. Warna-warna ini dapat digunakan untuk elemen pendukung seperti teks, ikon, atau latar belakang, tetapi harus tetap mempertahankan kontras yang baik agar logo dan elemen lainnya tetap terbaca dengan jelas. Hindari penggunaan warna di luar palet resmi untuk menjaga keselarasan branding.



# SUPERGRAFIS

Supergrafis ini terdiri dari bagian dari logo Mulyoagung itu sendiri, yang membentuk elemen daun dan tumbuhan. bisa diaplikasikan dalam bentuk seperti di samping dan bentuk abstrak sesuai dengan contoh di samping.



Kelopak bunga : Sebagai Simbol Keagungan Desa Mulyoagung

Keseluruhan Bentuk yang di Hasilkan Menggambarkan Daun sebagai Simbol ke-Asrian Desa Mulyoagung

Tangkai Daun : Sebagai Simbol Gotong Royong dan Kekuatan



UNIVERSITAS

Binomahika



# MERCHANDISE



# MEDIA PROMOSI



# KONSEP VIDEO PROMOSI

Konsep video promosi ini saya akan menampilkan cuplikan wisata, fasilitas dan mengarahkan audience untuk mengunjungi Desa Mulyoagung dengan menggunakan identitas visual yang telah saya susun. sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan meningkatkan brand awareness Desa Mulyoagung.

# STORY LINE VIDEO PROMOSI

Detik 1-5

Melihatkan Logo Mulyoagung dan siluet pemandangan wisata.

Detik 5-10

Menjelaskan lokasi Mulyoagung.

Detik 10-20

Menjelaskan Apa saja yang ada di desa itu secara singkat.

Detik 20-29

Menjelaskan Fasilitas yang ada.

Detik 30-35

CTA dan Logo outro.



# IMPLEMENTASI VIDEO PROMOSI



Detik 1-5  
Melihatkan Logo Mulyoagung  
dan siluet pemandangan  
wisata.

Detik 5-10  
Menjelaskan Lokasi  
Mulyoagung.

Detik 10-20  
Menjelaskan apa saja  
yang ada di desa  
Mulyoagung

Detik 20-29  
Menampilkan Siulet  
keindahan alam.

Detik 30-35  
Menjelaskan fasilitas  
dan logo outro.



# Haslo!

Saya Sheta Priabudi Tolala  
Kelahiran Tuban, 13 Oktober 2000

Saya adalah seorang Desainer Grafis dan Visual Artist.  
Saya Sangat Antusias dengan Visual dan Musik.

untuk melihat karya saya silahkan kunjungi  
instagram saya @Hatethepabs

