

94% Unique

Total 10793 chars, 1511 words, 66 unique sentence(s).


Custom Writing Services - Paper writing service you can trust. Your assignment is our priority! Papers ready in 3 hours! Proficient writing: top academic writers at your service 24/7! Receive a premium level paper!

STORE YOUR DOCUMENTS IN THE CLOUD - 1GB of private storage for free on our new file hosting!

Results	Query	Domains (original links)
Unique	PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL KAMPUNG KERAMIK DINOYO MALANG Oleh: (1) Mahendra Wibawa.	-
Unique	id AbstrakPerancangan ini bertujuan untuk menghasilkan identitas visual bagi kampung keramik Dinoyo Malang	-
Unique	Data dikumpulkan melalui metode wawancara dan pengkajian dokumen yang dianalisis dengan metode	-
Unique	Data was collected through interview methods and document studies analyzed by the	-
Unique	Pengembangan potensi suatu daerah, pariwisata nampaknya menjadi aspek andalan yang dikembangkan	-
Unique	Alasan tersebut menjadikan pariwisata sebagai industri terbesar dengan pertumbuhan dan perkembangan tercepat	-
Unique	wikipedia.org/wiki/Kontemporer" \o "Kontemporer" [kontemporer]	-
Unique	Selain itu dibedakan pula kegiatan kriya keramik berdasarkan prinsip fungsionalitas dan produksinya	-
Unique	Perancangan ini bertujuan untuk menjelaskan secara deskriptif konsep destination branding	-
43 results	Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah studi kasus	text-id.123dok.com docplayer.info academia.edu ojs.amikom.ac.id researchgate.net ejurnal.its.ac.id mafiadoc.com academia.edu submission-ccit.ilearning.me jualskripsiinformatika.blogspot.com
Unique	Proses perancangan akan menggunakan dua sumber data yaitu primer dan data sekunder	-
Unique	Data tersebut bersifat melengkapi dan mendukung temuan yang didapatkan dalam proses observasi	-

Unique	Dalam perancangan Kampung Keramik di Dinoyo	-
Unique	Penulis menggunakan metode perancangan deskriptif kualitatif	-
Unique	Dalam metode ini meliputi menganalisis data, konsep maskot, konsep logo dan tagline	-
Unique	Dimulai dengan mengidentifikasi masalah, kemudian melakukan pengumpulan data, menganalisis data hingga proses perancangan	-
Unique	Strength Banyaknya pengrajin keramik yang memiliki berbagi ciri khas	-
Unique	Jalan di kampung keramik merupakan jalan alternatif yang sering di gunakan	-
Unique	Barang yang di jual sudah di export	-
1 results	Kurangnya minat pengunjung Jalan di kampung keramik sering macet Analisis	id.scribd.com
Unique	Warna kuning pada kerama melambangkkn semangat aktif, ramah, dan hangat	-
Unique	Sedangkan biru pada krani melambangkan kreatif, penuh ide, dan mengikuti perkembangan jaman	-
Unique	[Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Berbasis Kampung (Studi Kasus: kampung DAM Sekabrom Malang)]	-
Unique	[Studi Perancangan Identitas Visual Wilayah Karimunjawa]	-
Unique	Jurnal Humaniora (Vol 4 No 1), Hlm 567-579	-
Unique	[Kajian Pengembangan Potensi Lokal Kota Malang] (laporan)	-
Unique	id/wp-content/uploads/sites/11/hasil_kajian/BUKU%20KAJIAN.pdf" [https://bappeda	-
Unique	id/wp-content/uploads/sites/11/hasil_kajian/BUKU%20KAJIAN.pdf]	-
Unique	[Perilaku Wirausaha Industri Keramik Berskala Kecil untuk Meningkatkan Daya Saing Produk di Malang]	-
Unique	Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Vol	-
Unique	(2009) [How to Brand Nations, Cities and Destinations] (e-book)	-
Unique	[Panduan Pendirian Usaha Kriya Keramik] (e-book)	-
Unique	[Pola Aktivitas Wisata Belanja di Kampung Wisata Keramik Dinoyo Malang]	-
Unique	Jurnal Tesa Arsitektur (Vol 14, No	-
Unique	Prodi Desain Komunikasi Visual STIKI Malang Jl Raya Tidar 100 Malang 65146 0341-560823	-

Unique	Perancangan ini menghasilkan sebuah GSM (Graphic Standard Manual) yang memuat Logo kampung keramik Dinoyo.	-
Unique	Kata kunci :city branding, Destination Branding, Kampung Keramik Abstract This research aims to produce	-
Unique	This design produced a GSM (Graphic Standard Manual) that contained the Dinoyo ceramic village	-
1 results	produk atau jasa saja, namun kini sebuah daerah juga telah memiliki sebuah merek atau yang	administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
Unique	dan perwajahan yang membutuhkan peran serta berbagai aspek seperti halnya faktor ekonomi, sosial, komersial, kultural,	-
Unique	Indonesia sebagai daerah yang memiliki banyak kekayaan alam serta budaya juga tidak mau kalah	-
Unique	Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat meningkatkan pendapatan daerah, dikarenakan selain dapat menyerap	-
Unique	mengexpose tempat tersebut dengan segala perbedaan serta keunikannya kepada khalayak umum , dan menunjukkan bahwa	-
Unique	Sesuai degan perkembangan seni kriya di Indonesia apa lagi perkembangan Seni Keramik adalah cabang	-
Unique	wikipedia.org/wiki/Keramik \o "Keramik" □keramik□ untuk membuat karya seni dari yang bersifat tradisional sampai □ HYPERLINK	-
Unique	Sama halnya dengan central kampung keramik yang ada di Malang yang berpusat di Dinoyo,	-
Unique	Fokus Perancangan ini adalah (1) Destnation Branding Kampung Keramik (2) Perwujudan Konsep logo, konsep	-
Unique	Hasil perancangan diharapkan dapat membantu warga disekitar kampung keramik Dinoyo untuk meningkatkan perekonomian dan	-
Unique	meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif sebagai aspek individu, kelompok, suatu organisasi, atau peristiwa secara	-
Unique	Metode ini merupakan metode yang tepat digunakan untuk perancangan ini karena menejelaskan secara mendalam	-
Unique	Perancangan ini kami lakukan di dalam lingkup wilayah kota Malang, di Dinoyo tempat ini	-
Unique	Ketua Paguyupan, Toko □ Toko yang berada di wilayah Dinoyo dan wawancara kepada Masyarakat di	-
Unique	Sedangkan untuk data skunder ini kami peroleh dengan mengutip sumber □ sumber lain seperti	-
1 results	METODE PERANCANGAN Metode Perancangan merupakan cara berfikir dengan menyesuaikan rumusan masalah dan tujuan perancangan	etheses.uin-malang.ac.id
Unique	Metode perancangan ini dipilih karena disesuaikan dengan object perancangan agar dapat memudahkan dalam proses	-

Unique	Tujuannya adalah mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variable, dan keadaan yang terjadi saat perancangan berjalan	-
Unique	Bagan Model Perancangan  Final Design	-
Unique	Hasil analisis data dari proses pengumpulan data pada bagan diatas dapat diperoleh hasil sebagai	-
Unique	museum, dll Penambahan Sign System untuk mempermudah pengunjung Melanjutkan event yang ada secara rutin Threats	-
Unique	T ini dijadikan dasar pembuatan Brief Design yang digunakan sebagai dasar perancangan identitas kampung wisata	-
Unique	Logo Logo memunculkan gaya traditional Jawa Timur Adanya unsur alam kesan ramah pada penggunaan warna	-
Unique	dan juga merupakan bahan pembuatan dari keramik, yang di lambangkan dengan penggunaan warna merah, biru	-
Unique	Pada logo ini juga memiliki bentuk rumah adat jawa timur Joglo yang melambangkan adat	-
Unique	unsur keramik dan alam Muda, bersahabat Konsep Pembuatan Maskot Melambangkan pekerja keras Ekpresi yang rama	-
Unique	Dari hasil observasi yang kami teliti dan melalui banyak revisi dan tema untuk maskot	-
Unique	Kerama adalah monster yang terbuat dari limbah keramik yang berbentuk pot yang kokoh, namun	-
Unique	Sedangkan kerani adalah arwah (wisp) yang melambangkan karakter yang kreatif, penuh ide, dan mengikuti	-
Unique	Kesimpulan Perancangan identitas visual sebuah destinasi wisata harus mengacu pada aspek-aspek yang memang sudah	-
Unique	Potensi wilayah pada umumnya melimpah dan tidak dapat mengacu pada satu aspek saja melainkan	-
Unique	PAGE 9 Identifikasi Masalah Pengumpulan data Diskusi dan	-

Top plagiarizing domains: **academia.edu** (2 matches); **jualskripsiinformatika.blogspot.com** (1 matches); **id.scribd.com** (1 matches); **administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id** (1 matches); **submission-ccit.ilearning.me** (1 matches); **etheses.uin-malang.ac.id** (1 matches); **ejurnal.its.ac.id** (1 matches); **docplayer.info** (1 matches); **ojs.amikom.ac.id** (1 matches); **researchgate.net** (1 matches); **text-id.123dok.com** (1 matches); **mafiadoc.com** (1 matches);

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL KAMPUNG KERAMIK DINOYO MALANG Oleh: (1) Mahendra Wibawa, S.Sn.,M.Pd; (2) Fariza Wahyu Arizal, S.Sn., M.Sn.Prodi Desain Komunikasi Visual STIKI MalangJl Raya Tidar 100 Malang 651460341-560823 [HYPERLINK "mailto:mahendra@stiki.ac.id"](mailto:mahendra@stiki.ac.id) fariza@stiki.ac.id AbstrakPerancangan ini bertujuan untuk menghasilkan identitas visual bagi kampung keramik Dinoyo Malang. Data dikumpulkan melalui metode wawancara dan pengkajian dokumen yang dianalisis dengan metode S.W.O.T. Perancangan ini menghasilkan sebuah GSM (Graphic Standard Manual) yang memuat Logo kampung keramik Dinoyo, tagline, beserta dua karakter Kerama dan Krani sebagai maskot dari kampung tersebut.Kata kunci :city branding, Destination Branding, Kampung Keramik AbstractThis research aims to produce a visual identity for the Dinoyo Malang ceramic village. Data was collected through interview methods and document studies analyzed by the S.W.O.T method. This design produced a GSM (Graphic Standard Manual) that contained the Dinoyo ceramic village logo, tagline, along with two characters Kerama and Krani as the mascot of the village.Keywords: city branding, Destination Branding, Ceramic VillagePENDAHULUANMerek tidak hanya dimiliki oleh sebuah produk atau jasa saja, namun kini sebuah daerah juga telah memiliki sebuah merek atau yang biasa disebut dengan Place Branding atau City Branding. Menurut Simon Anholt dalam Moilanen dan Rainisto (2009:7), City Branding adalah upaya pengelolaan citra dan perwajahan yang membutuhkan peran serta berbagai aspek seperti halnya faktor ekonomi, sosial, komersial, kultural, dan peraturan pemerintah. Indonesia sebagai daerah yang memiliki banyak kekayaan alam serta budaya juga tidak mau kalah untuk menawarkan potensi wisata yang dimiliki. Pengembangan potensi suatu daerah, pariwisata nampaknya menjadi aspek andalan yang dikembangkan. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat meningkatkan pendapatan daerah, dikarenakan selain dapat menyerap tenaga kerja, pariwisata juga dapat menunjang pertumbuhan ekonomi bagi suatu negara dengan membantu peningkatan devisa. Alasan tersebut menjadikan pariwisata sebagai industri terbesar dengan pertumbuhan dan perkembangan tercepat.Destination Branding usaha dalam merencanakan dan mengaplikasikan serta mengemas dengan baik terhadap suatu tujuan tempat wisata, sehingga akan bisa merubah persepsi orang terhadap suatu tempat atau tujuan, dan juga mengexpose tempat tersebut dengan segala perbedaan serta keunikannya kepada khalayak umum, dan menunjukkan bahwa tujuan tempat tersebut wisata layak dan wajib dijadikan sebagai tujuan wisata favorit.Sesuai dengan perkembangan seni kriya di Indonesia apa lagi perkembangan Seni Keramik adalah cabang seni rupa yang mengolah material [HYPERLINK "https://id.wikipedia.org/wiki/Keramik"](https://id.wikipedia.org/wiki/Keramik) untuk membuat karya seni dari yang bersifat tradisional sampai [HYPERLINK "https://id.wikipedia.org/wiki/Kontemporer"](https://id.wikipedia.org/wiki/Kontemporer) selain itu dibedakan pula kegiatan kriya keramik berdasarkan prinsip fungsionalitas dan produksinya. Sama halnya dengan central kampung keramik yang ada di Malang yang berpusat di Dinoyo, yang juga sebagai tempat berkembangnya keramik dan objek wisata di Malang. Fokus Perancangan ini adalah (1) Destination Branding Kampung Keramik (2) Perwujudan Konsep Logo, konsep maskot, tagline. Perancangan ini bertujuan untuk menjelaskan secara deskriptif konsep destination branding. Hasil perancangan diharapkan dapat membantu warga disekitar kampung keramik Dinoyo untuk meningkatkan perekonomian dan membuat kampung keramik lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan membuat maskot, logo, dan tagline.Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah studi kasus. Studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif sebagai aspek individu, kelompok, suatu organisasi, atau peristiwa secara sistematis. Metode ini merupakan metode yang tepat digunakan untuk perancangan ini karena menjelaskan secara mendalam aktivitas Destination Branding wisata kampung keramik. Perancangan ini kami lakukan di dalam lingkup wilayah kota Malang, di Dinoyo tempat ini adalah tempat bersejarah di Malang ialah tempat pembuatan keramik yang berada di Kota Malang. Proses perancangan akan menggunakan dua sumber data yaitu primer dan data sekunder. Data premier ini diperoleh dengan melakukan observasi langsung dan wawancara mendalam kepada ketua RT/RW, Ketua Paguyuban, Toko Toko yang berada di wilayah Dinoyo dan wawancara kepada Masyarakat di sekitar Kampung Keramik. Sedangkan untuk data skunder ini kami peroleh dengan mengutip sumber sumber lain seperti data dari sumber pustakan seperti jurnal, hasil skripsi, internet dan sebagainya. Data tersebut bersifat melengkapi dan mendukung temuan yang didapatkan dalam proses observasi. METODE PERANCANGANMetode Perancangan merupakan cara berfikir dengan menyesuaikan rumusan masalah dan tujuan perancangan menghasilkan suatu produk (hasil perancangan). Metode perancangan ini dipilih karena disesuaikan dengan object perancangan agar dapat memudahkan dalam proses merancang suatu karya. Dalam perancangan Kampung Keramik di Dinoyo. Penulis menggunakan metode perancangan deskriptif kualitatif. Tujuannya adalah mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variable, dan keadaan yang terjadi saat perancangan berjalan dan menggambarkan kondisi sebenarnya. Dalam metode ini meliputi menganalisis data, konsep maskot, konsep logo dan tagline. Bagan Model Perancangan Final DesignProses perancangan identitas visual kampung keramik Dinoyo Malang menggunakan metode analisis S.W.O.T. Dimulai dengan mengidentifikasi masalah, kemudian melakukan pengumpulan data, menganalisis data hingga proses perancangan. Hasil analisis data dari proses pengumpulan data pada bagan diatas dapat diperoleh hasil sebagai berikut. Strength Banyaknya pengrajin keramik yang memiliki berbagai ciri khas.Jalan di kampung keramik merupakan jalan alternatif yang sering di gunakan.Barang yang di jual sudah di export.Kampung keramik sudah di kenalTempat edukasiLokasi strategisWeaknessAkses jalan sempit dan rameKurangnya publikasiTidak ada sign systemKurangnya variasi produk OpportunityPenggunaan pabrik bekas untuk, museum, dllPenambahan Sign System untuk mempermudah pengunjungMelanjutkan event yang ada secara rutinThreats Banyak produk produk dari luar yang memiliki banyak variasi.Kurangnya minat pengunjung Jalan di kampung keramik sering macetAnalisis S.W.O.T ini dijadikan dasar pembuatan Brief Design yang digunakan sebagai dasar perancangan identitas kampung wisata keramik Dinoyo Malang.LogoLogo memunculkan gaya tradisional Jawa timurAdanya unsur alamKesan ramah pada penggunaan warnaDapat diimplementasikan di media apa ajaMelambangkan unsur keramik HASIL DAN PEMBAHASAN Konsep Pembuatan LogoLogo memunculkan gaya tradisional Jawa timur Adanya unsur alam kesan ramah pada penggunaan warna Dapat diimplementasikan di media apa saja.Gambar no 1Logo ini menggambarkan 4 elemen, yang menjadi simbol dasar alam, dan juga merupakan bahan pembuatan dari keramik, yang di lambangkan dengan penggunaan warna merah, biru muda, biru tua, dan orange. Pada logo ini juga memiliki bentuk rumah adat Jawa timur Joglo yang melambangkan adat Jawa Timur. Penulis juga memunculkan daun pada logo ini bertujuan untuk menggambarkan unsur alam dan mewakili sifat ramahTaglineMenggunakan Bahasa daerah Jawa TimurMemiliki arti yang melambangkan sifat masyarakat disana~ SATU TANGAN SERIBU KARYA ~Orang-orang dikampung keramik memiliki kreatifitas tanpa batasFONT YANG DIPAKAIUpper Font 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 0Italic FontA 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 0Lowercast Fonta 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 Font ini mengartikan ketegasan dalam bekerja, kokoh dan kuat dalam membuat karyaMaskotMelambangkan pekerja kerasEksprei yang ramah Ada unsur keramik dan alamMuda, bersahabat Konsep Pembuatan Maskot Melambangkan pekerja keras Ekpresi yang ramah ada unsur keramik dan alam Muda Bersahabat Keramik Sebagai bentuk Maskot. Dari hasil observasi yang kami teliti dan melalui banyak revisi dan tema untuk maskot ini kami akhirnya memilih Kerama dan Krani. Kerama adalah monster yang terbuat dari limbah keramik yang berbentuk pot yang kokoh, namun masih berubah ubah jika ada krani. Sedangkan kerani adalah arwah (wisp) yang melambangkan karakter yang kreatif, penuh ide, dan mengikuti perkembangan jaman. Warna kuning pada kerama melambangkan semangat aktif, ramah, dan hangat. Sedangkan biru pada krani melambangkan kreatif, penuh ide, dan mengikuti perkembangan jaman. Gambar no 2. IV. KesimpulanPerancangan identitas visual sebuah destinasi wisata harus mengacu pada aspek-aspek yang memang sudah dimiliki oleh objek yang terkait sehingga lebih berperan untuk memperkuat citra di mata khalayak umum. Potensi wilayah pada umumnya melimpah dan tidak dapat mengacu pada satu aspek saja melainkan harus dapat menjangkau berbagai aspek yang dapat bernilai ekonomis maupun strategis. DAFTAR RUJUKAN ADGI. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Berbasis Kampung (Studi Kasus: kampung DAM Sekabrom Malang).. Malang Chapter. Project portofolio.Ahmad, A.P.S. (2013). Studi Perancangan Identitas Visual Wilayah Karimunjawa. Jurnal Humaniora (Vol 4 No 1), Hlm 567-579.Bappeda Kota Malang. (2007). Kajian Pengembangan Potensi Lokal Kota Malang (laporan). HYPERLINK "https://bappeda.malangkota.go.id/wp-content/uploads/sites/11/hasil_kajian/BUKU%20KAJIAN.pdf" https://bappeda.malangkota.go.id/wp-content/uploads/sites/11/hasil_kajian/BUKU%20KAJIAN.pdf. Diunduh tanggal 3 Juni 2018.Hadiati, Sri. (2008). Perilaku Wirausaha Industri Keramik Berskala Kecil untuk Meningkatkan Daya Saing Produk di Malang. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Vol. 10, No. 2), Hlm. 115-123.Moilanen, T. & Rainisto, S. (2009) How to Brand Nations, Cities and Destinations (e-book). Palgrave MacMillan.Nurchayo, I.F dkk. (2016). Panduan Pendirian Usaha Kriya Keramik (e-book). Jakarta. Bekraf. Diunduh tanggal 3 Juni 2018.Santoso, J.T. Dkk. (2016). Pola Aktivitas Wisata Belanja di Kampung Wisata Keramik Dinoyo Malang. Jurnal Tesa Arsitektur (Vol 14, No. 1). Diunduh tanggal 3 Juni 2018. PAGE PAGE