

Branding Pantai Pasir Putih Situbondo

EKO SURAWAN EFENDI

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : ekosurawan@yahoo.com

ABSTRAK

Branding Pantai Pasir Putih Situbondo merupakan suatu solusi untuk mempromosikan semua potensi wisata yang terdapat di Pantai Pasir Putih Situbondo. Tidak hanya berpromosi, tetapi juga memberikan nilai positif bagi masyarakat tentang Pantai Pasir Putih Situbondo. Dengan tercapainya branding Pantai Pasir Putih tersebut, maka jumlah pengunjung yang datang bertambah dan mampu menarik perhatian investor untuk terus mengembangkan potensi wisata yang ada. USP (Unique Selling Point) yang digunakan adalah "one stop service" berdasarkan analisa SWOT (Strengths " Weaknesses " Opportunities " Threats). Pada proses branding tersebut hanya dibatasi dengan perancangan logo, tagline dan mengaplikasikannya pada beberapa media seperti : baliho, kaos, mug, tumbler, stiker, display koran, visual merchandise, payung, maket stand pameran, pop up, dan kartu pelanggan. Sehingga masyarakat dapat lebih mengetahui potensi wisata yang ada di Pantai Pasir Putih Situbondo serta mampu menjadikan Pantai Pasir Putih Situbondo sebagai objek wisata yang paling diminati di kawasan jalur pantai utara Jawa Timur.

Kata kunci : Pariwisata, Pantai Pasir Putih, Situbondo, Branding, Media Promosi

X + 75 halaman, 27 gambar, 8 tabel, 13 lampiran

Daftar acuan : 7 (1990-2012)

Kata Kunci : Pariwisata, Pantai Pasir Putih, Situbondo, Branding, Media Promosi

The Branding of Pasir Putih Beach Situbondo

EKO SURAWAN EFENDI

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : ekosurawan@yahoo.com

ABSTRACT

The Branding of Pasir Putih Beach in Situbondo is one solution to promote all tourism potential contained in the Pasir Putih Beach. Not only to promote, but also gives a positive value for the public on the Pasir Putih Beach. With the achievement of branding the Pasir Putih Beach, the number of visitors who come to increase and be able to attract the attention of investors to continue to develop the tourism potential that exists. USP (Unique Selling Point) used to "one stop service" by analysis SWOT (Strengths " Weaknesses " Opportunities " Threats). In the process of branding only limited by design of the logo, tagline and to apply in some media such as billboards, t-shirts, mugs, tumblers, stickers, paper display, visual merchandise, umbrella, scale model exhibition stands, pop up, and the customer card. So the people know of the potential of tourism in the Pasir Putih Beach Situbondo and be able to make the Pasir Putih Beach Situbondo as the most popular tourism in the lane north coast of East Java.

Keyword : Tourism, Pasir Putih Beach, Situbondo, Branding, Promotion Media

X + 75 pages, 27 pictures, 8 tables 13 attachments

reference list : 7 (1990-2012)

Keyword : Pariwisata, Pantai Pasir Putih, Situbondo, Branding, Media Promosi