

PERANCANGAN VISUAL BRANDING KABUPATEN KUDUS SEBAGAI UPAYA PROMOSI KABUPATEN

MUCHAMAD SAIFUL ANAM

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

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

Email : 114201101066@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Kabupaten Kudus merupakan daerah industri dimana sektor ini dikenal dengan sebutanya sebagai Kota Kretek. Kabupaten Kudus menjadi pelopor dalam industri rokok kretek di Indonesia sekaligus menjadi penyokong utama bea cukai rokok di Indonesia. Pada sektor lain Kabupaten Kudus memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan seperti sektor pariwisata, sejarah, religius dan budaya. Kepopuleran berbagai aspek ini hanya bersifat individual belum mampu menjadi kesatuan yang mengangkat keseluruhan pengembangan Kabupaten Kudus, masih banyak orang yang belum mengenal Kabupaten Kudus dan kekayaan potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Kudus, oleh karena itu perlu diperkenalnya secara lebih luas agar tidak hanya industrinya yang berkembang pesat namun berbagai aspek tergabung menjadi identitas Kabupaten Kudus yang dikemas dalam sebuah branding yang kuat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode campuran (mixed methods research) atau triangulasi (triangulation) mengkombinasikan bentuk kualitatif dengan kualitatif dan penggunaan metode analisis SWOT untuk menilai dan meminimalkan resiko yang terjadi. Pada akhirnya menghasilkan konsep visual branding berupa logo dan tagline serta rancangan berupa visual branding, visual identity yang membangun pembangunan Kabupaten Kudus ke arah yang lebih baik.

Kata Kunci : Visual Branding, Kabupaten Kudus, Industri, Religius.

VISUAL BRANDING DESIGN OF KUDUS REGENCY AS REGENCY PROMOTION EFFORT

MUCHAMAD SAIFUL ANAM

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

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

Email : 114201101066@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Kudus regency is an industrial area where this sector known as Kretek City. Kudus regency became a pioneer in the cigarette industry in Indonesia, as well as a leading contributor to the customs of cigarettes in Kudus regency. In the other sector, Kudus regency has various potential that can developed, such as tourism, history, religion, and culture. The popularity of this various aspects is just individual, it has not been able to be a unity which raised the overall development of Kudus regency, there are still many people who do not know about Kudus regency and the potential of Kudus regency. Therefore, it needs to be introduced more broadly in order to not only industry that growing rapidly, but also various aspect incorporated into identity of Kudus regency that covered in a strong branding. The research method that used is mix method research or triangulation method that combining qualitative forms and SWOT analysis to assess and minimize the risk. At the end, it produce a visual concept of branding, in the form of a logo and tagline, also the design in the form of visual branding, the visual identity which built Kudus regency development toward better.

Keyword : Visual branding, Kudus regency, industry, religious