

PERENCANAAN TAGLINE PARIWISATA DI KOTA BOGOR DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS WISATAWAN

MUHAMMAD THORIQ ILHAM FIRDAUS



**PROGRAM STUDI EKOWISATA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Perencanaan *Tagline* Pariwisata Di Kota Bogor Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Wisatawan” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2025

Muhammad Thoriq Ilham Firdaus
J0302211093

ABSTRAK

Muhammad Thoriq Ilham Firdaus. Perencanaan *Tagline* Parawisata di Kota Bogor dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Wisatawan (Planning a Tourism Tagline in Bogor City to Increase Tourist Brand Awareness). Dibimbing oleh Natasha Indah Rahmani, S.T, M.T

Penelitian ini bertujuan merancang tagline pariwisata yang dapat meningkatkan brand awareness wisatawan terhadap Kota Bogor. Meski memiliki potensi wisata yang beragam, Bogor belum memiliki tagline yang kuat dan merepresentasikan identitas kota. Dengan menggunakan metode *Design Thinking* yang meliputi lima tahap (empathize, define, ideate, prototype, dan test), peneliti mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner kepada 350 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa kuliner, sejarah, dan alam sejuk menjadi daya tarik utama. Berdasarkan data tersebut, dirancanglah tagline “Bogor City: Enjoy Culture, Heritage, Culinary at One”, yang dianggap mewakili kekuatan pariwisata Bogor secara ringkas dan mudah diingat. Logo dan warna juga dirancang untuk memperkuat citra kota yang ramah, sejuk, dan berbudaya. Tagline ini diharapkan menjadi rekomendasi strategis bagi pengembangan promosi pariwisata Kota Bogor.

Kata Kunci: Brand Awareness, Kota Bogor, Persepsi dan preferensi wisatawan, Tagline

ABSTRACT

Muhammad Thoriq Ilham Firdaus. Planning a Tourism Tagline in Bogor City to Increase Tourist Brand Awareness. *Supervised by* Natasha Indah Rahmani, S.T., M.T.

This study aims to design a tourism tagline that can enhance tourists' brand awareness of Bogor City. Although Bogor has diverse tourism potential, it still lacks a strong tagline that truly represents the city's identity. Using the Design Thinking method, which consists of five stages (empathize, define, ideate, prototype, and test), the researchers collected data through observation, interviews, and questionnaires distributed to 350 respondents. The results show that culinary experiences, historical attractions, and a cool natural atmosphere are Bogor's main draws. Based on these findings, the tagline "Bogor City: Enjoy Culture, Heritage, Culinary at One" was created, as it is considered to represent Bogor's tourism strengths in a concise and memorable way. The logo and color scheme were also designed to reinforce the image of a friendly, cool, and culturally rich city. This tagline is expected to serve as a strategic recommendation for improving tourism promotion in Bogor.

Keywords: Brand Awareness, Bogor City, Tourist Perceptions and Preferences, Tagline



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERENCANAAN *TAGLINE* PARIWISATA DI KOTA BOGOR DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* WISATAWAN

MUHAMMAD THORIQ ILHAM FIRDAUS

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Ahli Madya pada
Program Studi Ekowisata

**PROGRAM STUDI EKOWISATA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Laporan : Perencanaan *Tagline* Parariwisata di Kota Bogor dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Wisatawan

Nama : Muhammad Thoriq Ilham Firdaus

NIM : J0302211093

Disetujui oleh

Pembimbing :

Natasha Indah Rahmani, S.T., M.T



Diketahui oleh

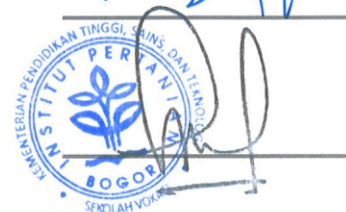
Ketua Program Studi:

Kania Sofiantina Rahayu, S.Ikom., M.Par.,
M.T.H.M

NPI 2018071985011202001

Dekan Sekolah Vokasi:

Dr. Ir. Aceng Hidayat, MT
NIP 196607171992031003



Tanggal Ujian: 25 Juni 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak Januari 2025 sampai bulan Juni 2025 ini ialah penelitian penulis dengan judul Perencanaan *Tagline* Pariwisata di Kota Bogor dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Wisatawa. Penulis menyampaikan terimakasih kepada pihak yang telah membantu dalam pengerjaan dan penyusunan laporan proyek akhir ini yaitu

1. Kepada kedua orang tua, terimakasih telah banyak mendoakan dan mendukung penulis mulai dari awal pembuatan proposal hingga saat ini masih selalu mendoakan penulis.
2. Kepada dosen pembimbing Ibu Natasha Indah Rahmani, S.T., M.T, terimakasih telah membimbing dan memberikan banyak arahan dalam pembuatan proyek akhir ini.
3. Kepada Ibu Kania Sofiantina Rahayu, S.Ikom, M.Par,. MTHM selaku ketua prodi ekowisata dan juga dosen moderator penulis pada saat seminar hasil, kepada Bapak dan Ibu dosen program studi ekowisata yang telah banyak mengajarkan penulis yang pada saat awal perkuliahan penulis tidak bisa apa apa hingga akhirnya bisa membuat proyek akhir ini.
4. Kepada staf Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor, Ibu Nina Nurul Fitriany, S.STP., MH dan Kak Arka Kharisma Anjasmara, S.I.Kom yang telah membimbing penulis selama melakukan pengambilan data dan memberikan berbagai ide untuk proyek akhir penulis.
5. Kepada Ananda Ratu Ismaya, terimakasih sudah banyak membantu dan selalu mendukung penulis dalam proses pembuatan proyek akhir ini.
6. Kepada teman teman ekowisata 58 yang saya cintai terimakasih sudah menemani saya selama kurang lebih 4 tahun ini, susah senang kita selalu sama sama. Semoga kalian semua sukses dan bahagia selalu . 58 “takan terlupakan”.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan..

Bogor, Juni 2025

Muhammad Thoriq Ilham Firdaus

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	2
1.5 Ruang Lingkup	2
1.6 Kerangka Berpikir	3
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Perencanaan	5
2.2 <i>Tagline</i> dan <i>Brand Awareness</i>	5
2.3 Pariwisata	6
III METODE	7
3.1 Lokasi dan Waktu PKL	7
3.2 Alat dan Bahan	7
3.3 Jenis Data	7
3.4 Populasi dan Sampel	8
3.5 Metode Pengumpulan Data	9
3.6 Analisis Data	9
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	11
4.1 Potensi Pariwisata	12
4.2 Karakteristik Responden	14
4.3 Persepsi dan Preferensi Wisatawan	15
4.4 Skema Penilaian <i>Tagline</i>	18
4.5 Penilaian <i>Tagline</i> Berdasarkan Preferensi Wisatawan dan Masyarakat	19
4.6 Penentuan <i>Tagline</i> Berdasarkan Visi dan Misi Kota Bogor Terbaru	26
4.7 Luaran	26
V SIMPULAN DAN SARAN	29
5.1 Simpulan	29
5.2 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA	31
LAMPIRAN	33
RIWAYAT HIDUP	39



DAFTAR TABEL

1	Alat dan Bahan	7
2	Penilaian Skala Likert	10
3	Karakteristik responden	14
4	Preferensi dan persepsi terhadap pariwisata Kota Bogor	15
5	Nilai Terbesar pada kuesioner persepsi dan preferensi wisatawan dan masyarakat	18
6	Ide <i>Tagline</i> pariwisata Kota Bogor	18
7	penilaian tagline pariwisata berdasarkan visi Kota Bogor	19
8	penilaian tagline pariwisata berdasarkan keunikan Kota Bogor	20
9	penilaian tagline pariwisata berdasarkan identitas Kota Bogor	21
10	penilaian tagline pariwisata berdasarkan budaya Kota Bogor	22
11	penilaian tagline pariwisata berdasarkan visi Kota Bogor	23
12	penilaian tagline pariwisata berdasarkan karakteristik Kota Bogor	24
13	penilaian tagline pariwisata berdasarkan <i>tagline</i> yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Kota Bogor	25
14	Penentuan Tagline	26
15	<i>Design brief</i>	27

DAFTAR GAMBAR

1	Alur pikir	3
2	Peta Wilayah Kota Bogor	7
3	Tugu Kujang	12
4	Kebun raya bogor	12
5	Danau situ gede	13
6	Spot kuliner jembatan merah	14
7	<i>Tagline</i> pariwisata Kota Bogor	27

DAFTAR LAMPIRAN

1	Pengumpulan Kuesioner Penilaian <i>Tagline</i>	35
2	Pengumpulan Kuesioner Persepsi dan Prefrensi Wisatawan dan Masyarakat	36
3	Diskusi dengan Staf Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor	36
4	Membuat Design <i>Tagline</i>	37