



## **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**



## **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

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 mengikuti kepentingan yang wajar IPB University.



Muhammad Thoriq Ilham Firdaus. Perencanaan *Tagline* Parariwisata 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 prefensi 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**

**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.*



## **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 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 mengurangi 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 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:



- 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 mengujikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## 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 Pararivisata di Kota Bogor dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Wisatawan. Penulis menyampaikan terimakasih kepada pihak yang telah membantu dalam penggerjaan 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 sekalu 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



<b>DAFTAR TABEL</b>	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	viii
<b>I PENDAHULUAN</b>	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
<b>II TINJAUAN PUSTAKA</b>	5
2.1 Perencanaan	5
2.2 <i>Tagline dan Brand Awareness</i>	5
2.3 Pariwisata	6
<b>III METODE</b>	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
<b>IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	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
<b>V SIMPULAN DAN SARAN</b>	29
5.1 Simpulan	29
5.2 Saran	29
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	31
<b>LAMPIRAN</b>	33
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	39

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 mengugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



1	Alat dan Bahan	7
2	Penilaian Skala Likert	10
	Karakteristik responden	14
	Preferensi dan persepsi terhadap pariwisata Kota Bogor	15
	Nilai Terbesar pada kuesioner persepsi dan preferensi wisatawan dan masyarakat	18
	Ide <i>Tagline pariwisata Kota Bogor</i>	18
	penilaian tagline pariwisata berdasarkan visi Kota Bogor	19
	penilaian tagline pariwisata berdasarkan keunikan Kota Bogor	20
	penilaian tagline pariwisata berdasarkan identitas Kota Bogor	21
	penilaian tagline pariwisata berdasarkan budaya Kota Bogor	22
	penilaian tagline pariwisata berdasarkan visi Kota Bogor	23
	penilaian tagline pariwisata berdasarkan karakteristik Kota Bogor	24
	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