

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN
PENGAPLIKASIAN PADA MEDIA SOSIAL UNTUK
MEMPERKENALKAN PULO GEULIS SEBAGAI
KAMPUNG KREATIF ETNIK**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Desain
Pada
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Arsitektur dan Desain
Institut Teknologi Nasional Bandung

Bandung 14 Agustus 2023

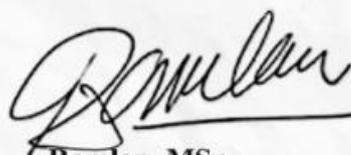
Mengetahui / Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Drs. Agus Rahmat Mulyana, M.Ds.
NID/NIDK: 0414085901

Dosen Pembimbing II



Ramlan, MSn.
NID/NIDK: 0429056704

Program Studi Desain Komunikasi Visual



Ketua, Aldrian Agusta, S.Sn., M.Ds.
NID/NIDK: 0416086901

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN PENGAPLIKASIAN PADA MEDIA SOSIAL UNTUK MEMPERKENALKAN PULO GEULIS SEBAGAI KAMPUNG KREATIF ETNIK

RIZAL IKHSAN PRATAMA, AGUS RAHMAT MULYANA, RAMLAN

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain,
Institut Teknologi Nasional Bandung

Email : rizalikhsannn@gmail.com

ABSTRAK

Kampung Pulo Geulis mewarnai nilai-nilai corak budaya yang sudah lama melekat di dalamnya dan masyarakat asli daerah tersebut sudah menerapkan sikap toleransi yang hidup dengan perbedaan agama, sehingga Kampung Pulo Geulis memiliki potensi untuk menjadi kampung wisata yang menarik di Kota Bogor. Namun, Kampung Pulo Geulis dirasa masih memiliki beberapa kekurangan. Seperti keterbatasan sarana dan prasarana. Kurang maksimalnya media informasi mengenai keunikan wisata budaya yang ada di Kampung Pulo Geulis juga menyebabkan kurang dikenalnya Pulo Geulis sebagai kampung wisata yang menarik. Maka dari itu memperkenalkan Kampung Pulo Geulis dirasa perlu untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki Pulo Geulis sebagai kampung wisata, melalui perancangan identitas visual dan pengaplikasian pada media sosial sebagai media informasi. Perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking* dan Model Komunikasi Laswell.

Kata kunci: Pulo Geulis, Sejarah, Kampung wisata, Identitas Visual, Toleransi

ABSTRACT

Kampung Pulo Geulis encapsulates cultural values that have been ingrained over time, and its local inhabitants have embraced an attitude of tolerance that thrives amidst religious diversity. This attribute positions Kampung Pulo Geulis with the potential to evolve into a captivating tourist destination within Bogor City. Nonetheless, Kampung Pulo Geulis still grapples with certain limitations, such as insufficient facilities and infrastructure. Furthermore, the scarcity of comprehensive promotional platforms spotlighting the cultural uniqueness of Kampung Pulo Geulis has resulted in its limited recognition as an alluring tourist spot. Hence, it becomes imperative to introduce Kampung Pulo Geulis comprehensively to unlock its full potential as a tourist village. This can be achieved by crafting visual identities and disseminating them through social media platforms. Employing the Design Thinking approach and the Laswell Communication Model.

Keywords: Pulo Geulis, History, Tourism Village, Visual Identity, Tolerance

1. PENDAHULUAN

Kota Bogor dikenal sebagai kota penyangga Ibukota Indonesia, tentunya Kota Bogor diisi dengan beragam kelompok agama, etnis, dan suku. Beberapa etnik yang ada di Bogor antara lain Sunda, Jawa, Betawi, Batak, Minang, dan beberapa etnik lainnya. Keanekaragaman etnik ini memberikan keunikan tersendiri bagi kota Bogor, baik dalam hal budaya, adat istiadat, bahasa, makanan, dan lain sebagainya.

Seperti halnya yang terdapat di Kampung Pulo Geulis Kota Bogor. Kampung Pulo Geulis mewarnai nilai-nilai corak budaya yang sudah lama melekat di dalamnya dan masyarakat asli daerah tersebut sudah menerapkan sikap toleransi yang hidup dengan perbedaan agama. Pulo Geulis atau dalam bahasa Indonesia berarti Pulau Cantik, merupakan sebuah kampung menyerupai pulau yang persis berada di tengah-tengah Sungai Ciliwung, Kota Bogor. Kampung ini merupakan bagian dari Kelurahan Babakan Pasar, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor. Memiliki luas sekitar 3,5 hektare, Kampung Pulo Geulis dihuni sebanyak 2.684 warga dari 773 kepala keluarga (KK).

Kampung Pulo Geulis memiliki beberapa potensi untuk dijadikan sebagai kampung wisata. Karena lokasinya yang berada di pusat Kota Bogor dan tidak jauh dari Terminal Kota Bogor, selain itu Kampung Pulo Geulis juga memiliki nilai sejarah yang tinggi. Kampung ini menyimpan jejak penting peradaban Kerajaan Pajajaran. Disana terdapat sebuah kelenteng yang bernama Kelenteng Pan Kho Bio yang sudah ada sejak abad ke 16. Kelenteng yang pada tahun 2011 diresmikan menjadi cagar budaya tersebut tidak hanya diperuntukan untuk umat Khonghucu, Buddha, dan Tao, akan tetapi umat muslim pun dapat berdoa di dalam Kelenteng tersebut. Karena di dalam Kelenteng tersebut juga terdapat leluhur asli Pulo Geulis yaitu Eyang Prabu Surya Kencana yang memperjuangkan tanah asli Pulo Geulis dari zaman penjajahan Belanda.

Sebelumnya, Pulo Geulis sudah disebut sebagai kampung tematik sejak 2018, hanya saja pengembangannya sebagai destinasi wisata terhambat pandemi Covid-19. Pengembangan Kampung Etnik Pulo Geulis dimulai kembali pada Maret 2021. Alasan Kampung Pulo Geulis digiatkan sebagai wisata kampung etnik adalah karena kampung ini adalah perwujudan hidup selaras, harmoni dalam keberagaman, dapat mengamalkan nilai-nilai Pancasila dengan baik meski terdiri banyak suku bangsa

Namun, meski keunikan yang ada di Kampung Pulo Geulis memiliki potensi untuk dijadikannya sebagai kampung etnik, Kampung Pulo Geulis dirasa masih memiliki beberapa kekurangan. Salah satunya potensi dari setiap detail kegiatan yang terdapat di Pulo Geulis dinilai masih kurang dapat terekspos dengan baik. Hal tersebut juga diperparah dengan minimnya identitas visual yang kuat dan media informasi yang jelas mengenai keunikan dan sejarah yang ada di Kampung Pulo Geulis. Masyarakat dan Pemerintah Kota Bogor harus memajukan Pulo Geulis sebagai wisata sejarah. Karena hingga saat ini tidak banyak yang mengetahui tentang kebudayaan dan sejarah yang sangat menarik di Pulo Geulis. Perlu adanya branding dan kerjasama masyarakat untuk membuat kondisi fisik dari Kampung Pulo Geulis menarik agar mampu menarik minat wisatawan.

Maka dari itu adapun luaran yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebuah perancangan identitas visual dan media informasi yang tepat untuk dapat menceritakan keunikan yang ada di Kampung Pulo Geulis. Hal tersebut merupakan upaya dalam membantu pengembangan Kampung Pulo Geulis sebagai salah satu kampung wisata di Kota Bogor. Namun bagaimana perancangan identitas visual dan media informasi yang tepat untuk Kampung Pulo Geulis, maka penulis menganggap perlu melakukan kajian tentang hal tersebut.

2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Menurut Koentjaraningrat (1993) penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian untuk memberi gambaran secara teliti mengenai individu maupun kelompok tertentu mengenai keadaan dan gejala yang terjadi. Metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran bagaimana keseharian masyarakat di Kampung Pulo Geulis.

2.1 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis pada penelitian ini yaitu teknik pengumpulan data berupa observasi, yakni dengan melakukan survey lapangan ke lokasi kajian penelitian yaitu Kampung Pulo Geulis. Sedangkan teknik pengumpulan data untuk pencarian data sekunder, terdiri dari :

- Studi Literatur
Studi literatur merupakan metode pengumpulan data dalam bentuk media tertulis seperti buku, jurnal, dan artikel internet yang tentunya berkaitan dengan topik penelitian
- Observasi
Observasi adalah salah satu cara untuk mendapatkan informasi apapun dari suatu peristiwa dengan cara mengamati secara langsung sehingga data yang didapatkan lebih mendalam. Menurut Sugiyono (2018) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.
- Wawancara
Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan berkomunikasi langsung dengan narasumber di lapangan mengenai pengalaman atau informasi yang berkaitan dengan topik penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan penjelasan serta informasi yang tidak didapatkan melalui buku maupun internet.
- Dokumentasi
Dokumentasi dilakukan sebagai bukti telah melakukan wawancara serta observasi, berupa data yang dikumpulkan selama berada di lapangan.

2.2 Metode Perancangan

Dengan menggunakan metode *design thinking*, yang merupakan suatu proses iteratif yang bertujuan untuk memahami pengguna, menggugah asumsi yang ada, dan merevisi kembali permasalahan yang dihadapi guna mengidentifikasi strategi dan solusi alternatif yang mungkin tidak tampak secara langsung pada awal pemahaman kita. Terdapat 5 (lima) tahapan dalam design thinking yang terdiri dari :

- Empathise
Tahap pertama dari proses *design thinking* adalah untuk mendapatkan pemahaman empatik tentang masalah yang dicoba untuk diselesaikan. Ini melibatkan para ahli konsultasi untuk mencari tahu lebih banyak tentang bidang yang menjadi perhatian melalui pengamatan, keterlibatan, dan empati dengan orang-orang untuk memahami pengalaman dan motivasi mereka sehingga memperoleh pemahaman pribadi yang lebih jelas tentang masalah yang terlibat.
- Define

Selama tahap *define*, kita mengumpulkan informasi yang telah kita buat dan kumpulkan selama tahap *empathise*. Disinilah kita akan menganalisis pengamatan dan mensistesisnya untuk menentukan masalah inti yang telah diidentifikasi. Kita harus berusaha mengidentifikasi masalah sebagai pernyataan masalah dengan cara yang berpusat pada manusia.

- **Ideate**
Selama tahap ketiga dari proses *design thinking*, desainer siap untuk mulai menghasilkan ide. Kita telah tumbuh untuk memahami pengguna dan kebutuhan mereka di tahap *empathise*, dan kita telah menganalisis dan mensistesis pengamatan anda di tahap *define*, dan berakhir dengan pernyataan masalah yang berpusat pada manusia.
- **Prototype**
Prototype dapat dibagikan dan diuji dalam tim itu sendiri, di departemen lain, atau pada sekelompok kecil orang diluar tim desain. Ini adalah fase eksperimental, dan tujuannya adalah untuk mengidentifikasi solusi terbaik untuk setiap masalah yang diidentifikasi selama tiga tahap pertama.
- **Test**
Desainer menguji produk lengkap secara ketat menggunakan solusi terbaik yang diidentifikasi selama fase *prototyping*. Ini adalah tahap akhir dari *design thinking*, tetapi dalam proses berulang, hasil yang dihasilkan selama fase testing sering digunakan untuk mendefinikan kembali satu atau lebih masalah dan menginformasi pemahaman pengguna, kondisi penggunaan, bagaimana orang berpikir, berperilaku, dan merasakan, dan berempati.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan data yang telah didapatkan, terdapat beberapa permasalahan dalam objek penelitian ini diidentifikasi menjadi 2 bagian, yaitu:

3.1.1 Masalah Umum

Meskipun memiliki daya tarik budaya dan sejarah yang kuat, Pulo Geulis sebagai destinasi kampung wisata potensial untuk pariwisata lokal memiliki tantangan serius terkait dengan keterbatasan sarana dan prasarana yang ada. Seperti kurangnya fasilitas seperti akomodasi yang layak dan sarana pendukung lainnya telah menghambat pertumbuhan dan pengembangan Pulo Geulis sebagai kampung wisata. Sehingga Kehadiran sponsor atau investor menjadi krusial dalam mengatasi masalah ini, karena dukungan finansial dari pihak eksternal akan mendorong pengembangan fasilitas dan layanan yang diperlukan.

3.1.2 Masalah Desain Komunikasi Visual

Masalah Desain Komunikasi Visual yang teridentifikasi di Kampung Pulo Geulis adalah kurang maksimalnya media informasi mengenai keunikan wisata budaya yang ada di Kampung Pulo Geulis Kota Bogor. Selain itu minimnya pengimplementasian identitas visual yang kuat juga salah satu faktor yang menyebabkan kurang dikenalnya

Kampung Pulo Geulis sebagai Kampung Kreatif Etnik seperti yang sudah direncanakan oleh Pemerintah Kota (PEMKOT) Bogor.

3.2 Problem Statement

Pulo Geulis memiliki lokasi yang unik, karena bentuknya seperti Pulau yang berdiri di tengah-tengah aliran sungai Ciliwung. Selain itu Pulo Geulis memiliki lokasi yang strategis karena terletak di tengah Kota Bogor dan dekat dengan Kebun Raya Bogor. Namun sayangnya, sebagai destinasi kampung wisata potensial, Pulo Geulis memiliki tantangan serius terkait dengan keterbatasan sarana dan prasarana yang ada. Hal tersebut juga diperparah dengan minimnya pengimplementasian identitas visual, serta kurang maksimalnya media informasi mengenai keunikan wisata budaya yang ada di Kampung Pulo Geulis Kota Bogor

3.3 Problem Solution

Merancang identitas visual untuk Kampung Pulo Geulis sebagai Kampung Kreatif Etnik, sebagai dasar dari perancangan segala kebutuhan visual Kampung Pulo Geulis. Dengan memperkenalkan Kampung Pulo Geulis sebagai salah satu kampung wisata tematik potensial karena memiliki keberagaman budaya dan sejarah panjang dengan Kerajaan Pajajaran di Kota Bogor. Hal tersebut bertujuan agar menarik perhatian sponsor atau investor untuk mengatasi masalah sarana dan prasarana dengan dukungan finansial.

3.4 Segmentasi Target

Menargetkan korporasi atau perusahaan yang memiliki misi atau produk yang berfokus pada keberagaman, pemuda, rekreasi, dan pariwisata di Kota Bogor dan sekitarnya. Mereka dapat memanfaatkan peluang investasi atau sponsorship untuk menghubungkan dengan audiens yang mereka targetkan, sambil turut berkontribusi dalam memajukan kampung wisata melalui fasilitas dan program yang relevan. Dengan demikian, mereka tidak hanya berinvestasi dalam pengembangan wisata, tetapi juga memperkuat identitas merek dan keterlibatan dengan segmen pemuda yang aktif, sosial, dan senang bermain.

3.5 What to Say

Setelah melalui proses kreatif berdasarkan data yang didapat dalam penelitian, maka menghasilkan *what to say* sebagai berikut:

"Cantiknya Pulo Geulis Merangkul Keberagaman"

3.6 How to Say

Merancang identitas visual yang menarik untuk Kampung Pulo Geulis sebagai destinasi wisata edukasi yang memiliki beragam sejarah dan kegiatan lintas agama, untuk menarik minat wisatawan. Dengan mengangkat unsur-unsur keberagaman dan toleransi melalui media informasi dan media promosi.

3.7 Konsep Kreatif (Creative Approach)

Menyampaikan konten dengan pendekatan Kickstart catalogue: *Telling Stories* berguna untuk membangun koneksi antara solusi yang ditawarkan dengan target audiences melalui konten yang disampaikan seperti sedang bercerita. Dengan mengangkat cerita mengenai toleransi keberagaman yang ada di Kampung Pulo Geulis.

3.8 Konsep Visual

3.8.1 Tone and Manner

Unity: Mengacu pada prinsip desain yang menggambarkan kesatuan dan keseimbangan yang harmonis antara elemen-elemen visual yang ada dalam suatu

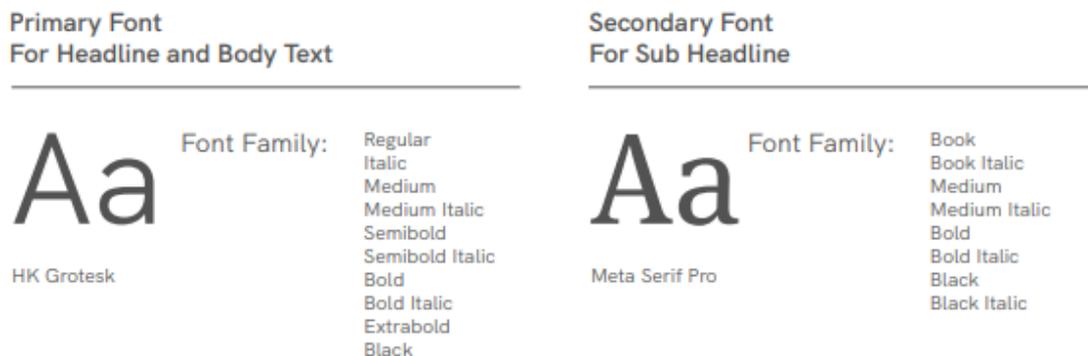
karya. Dalam sebuah karya visual yang memiliki *unity*, elemen-elemen visual bekerja bersama-sama dan saling mendukung satu sama lain. Tidak ada satu elemen pun yang mendominasi secara berlebihan atau terlihat terpisah secara signifikan.

Ekspresif: Mengacu pada kemampuan suatu karya seni atau desain untuk mengkomunikasikan emosi, pikiran, atau pesan secara kuat dan intensif. Desain yang ekspresif dapat memicu respon emosional yang kuat, membangkitkan imajinasi, dan menghadirkan narasi yang berbeda dalam pikiran penonton.

Dinamis: Merujuk pada karakter target audiens yang senang bereksplorasi dan aktif beraktifitas di luar rumah.

3.8.2 Typeface

Secara umum, *typeface* yang digunakan adalah HK Grotesk sebagai *primary font* untuk *headline* dan *body text*. Selain itu ada Meta Serif Pro sebagai *secondary font* untuk *subheadline*.



Gambar 1. Typeface Yang Digunakan

3.8.3 Referensi Visual

Referensi visual yang digunakan dalam perancangan identitas visual Kampung Pulo Geulis, didapatkan dari objek-objek terdekat yang ada di sekitar Kampung Pulo Geulis itu sendiri. Selain itu, beberapa referensi visual juga merupakan kata kunci yang disimpulkan dari identifikasi masalah dan keunikan yang ingin ditonjolkan dari Kampung Pulo Geulis, seperti toleransi keberagaman antar etnis dan agama.



Gambar 2. Referensi Visual

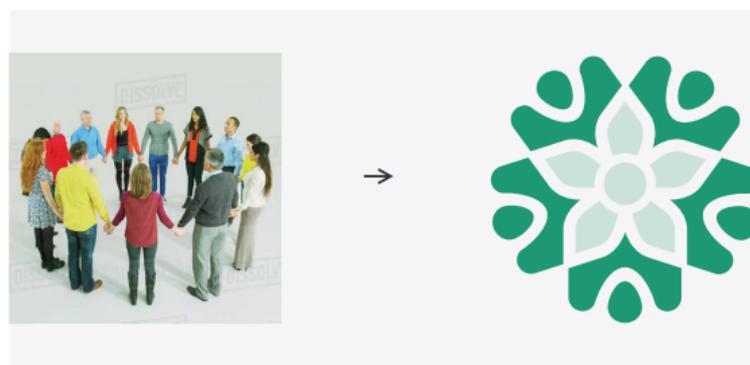
3.8.4 Warna



Gambar 3. *Color Palette* Kampung Pulo Geulis

3.9 Logo Idea

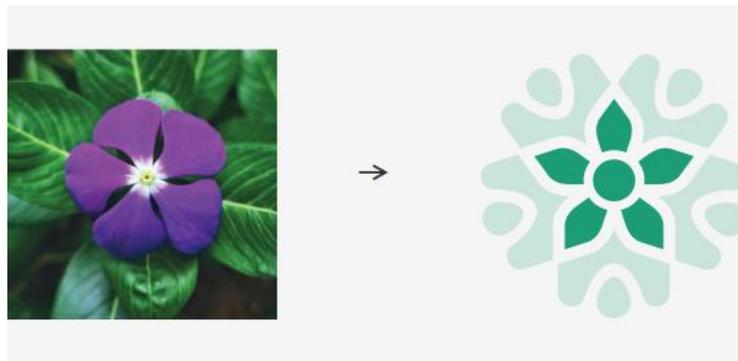
3.9.1 Manusia



Gambar 4. *Logo Idea* Kampung Pulo Geulis: Manusia

Manusia yang sedang merayakan indahnnya keberagaman dengan cara berkumpul dan mengangkat kedua tangan mereka. Kelima manusia tersebut berkumpul melingkar hingga membentuk sebuah lingkaran yang menandakan mereka saling menjaga satu sama lain dan memperlihatkan kuatnya hubungan mereka. Jumlah lima tersebut merepresentasikan Kampung Pulo Geulis yang dibagi menjadi lima kawasan RT. Tangan yang diangkat merepresentasikan kebahagiaan yang ada di kampung tersebut.

3.9.2 Bunga



Gambar 5. *Logo Idea* Kampung Pulo Geulis: Bunga

Bunga adalah simbol harmoni dalam kerja sama, di mana berbagai elemen yang berbeda bersatu secara indah untuk menciptakan keindahan yang menyatu. Seperti kelopak bunga yang saling terkait dan membentuk kesatuan, kolaborasi dan kerja sama melibatkan orang-orang yang bekerja bersama sebagai satu entitas untuk mencapai tujuan yang sama.

3.9.3 Mozaik



Gambar 6. *Logo Idea* Kampung Pulo Geulis: Mozaik

Keberagaman merujuk pada adanya variasi, perbedaan, dan keragaman dalam suatu kelompok atau komunitas. Analogi mozaik digunakan untuk menggambarkan keberagaman dengan cara yang menarik. Mozaik adalah karya seni yang terbentuk dari potongan-potongan kecil berwarna yang disusun bersama untuk membentuk gambar atau pola yang lebih besar.

3.10 Logotype

Logotype ini menggunakan dasar bentuk yang bersifat tumpul atau cenderung membulat, hal tersebut bertujuan untuk memberikan kesan ramah bagi para pengunjung Kampung Pulo Geulis itu sendiri. Selain itu, huruf i yang dibentuk menyerupai bentuk manusia dimanfaatkan untuk mewakili para masyarakat pulo geulis yang menjadi kecantikan dari Pulo Geulis itu sendiri.



Gambar 7. Rancangan *Logotype* Kampung Pulo Geulis

3.11 Logo

Logo ini menggambarkan cantiknya keberagaman suku dan agama di Kampung Pulo Geulis, disertai perilaku masyarakat Kampung Pulo Geulis yang berperan aktif dalam menjaga dan mewariskan nilai-nilai toleransi keberagaman yang ada di kawasan tersebut.



Gambar 8. Rancangan Logo Identitas Visual Kampung Pulo Geulis



Gambar 9. Rancangan Logo Identitas Visual Kampung Pulo Geulis Dengan *Tagline*

3.12 Supergrafis

Supergrafis ini diambil dari bentuk keseluruhan logo gram yang terdiri dari berbagai elemen. Ketiga supergrafis ini yang akan digunakan di segala kebutuhan grafis Kampung Pulo Geulis seperti pada poster, konten sosial media, spanduk, dan lainnya.



Gambar 10. Rancangan Supergrafis Kampung Pulo Geulis

3.13 GSM (Graphic Standard Manual)

Graphic Standard Manual (GSM), sebagai panduan yang menguraikan pedoman konsistensi dalam elemen desain seperti logo, warna, tipografi, dan *layout* yang digunakan oleh Kampung Pulo Geulis. Tujuannya adalah untuk menciptakan identitas visual yang terpadu dan mudah dikenali di berbagai media dan komunikasi.



Gambar 11. Rancangan *Graphic Standard Manual (GSM)* Kampung Pulo Geulis

3.14 Konten Sosial Media

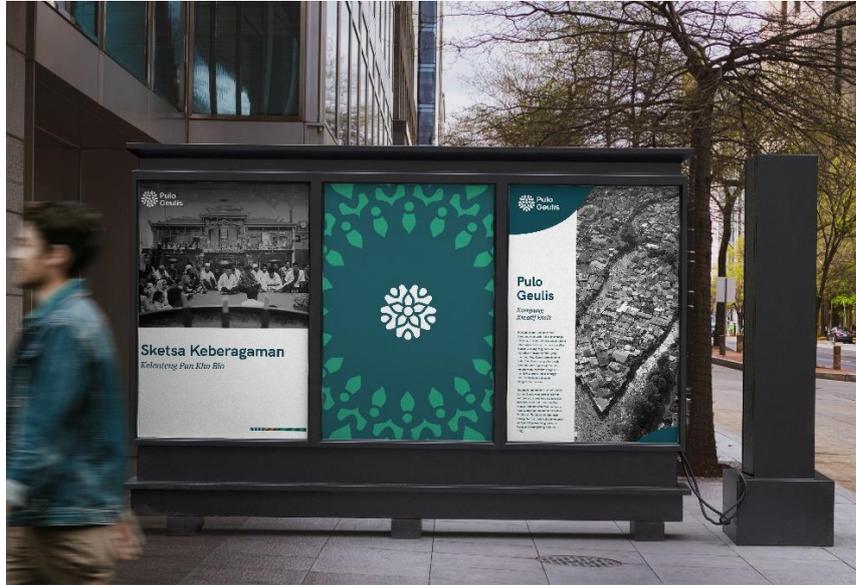
Konten media sosial yang memungkinkan kampung wisata untuk memberikan pembaruan berkala mengenai sebuah acara, promosi, dan perubahan terkini. Menggunakan standar grafis yang sudah ditentukan dalam *graphic standard manual*.



Gambar 12. Rancangan Konten Sosial Media Kampung Pulo Geulis

3.15 Poster

Poster memiliki peran penting sebagai media promosi dalam memperkenalkan, menginformasikan, dan mengundang minat khalayak untuk mengunjungi Kampung Pulo Geulis. Nantinya poster-poster tersebut akan ditempatkan di tempat wisata yang sudah populer di Kota Bogor seperti Kebun Raya Bogor.



Gambar 13. Rancangan Poster Kampung Pulo Geulis

3.16 Spanduk

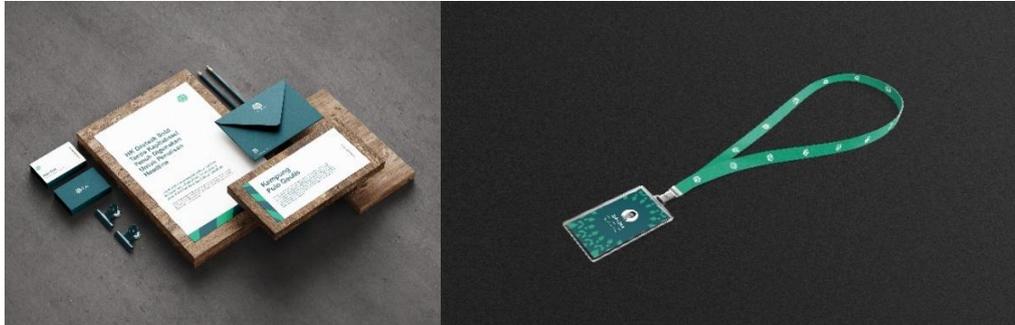
Spanduk yang berfungsi sebagai alat promosi visual yang sering digunakan dalam berbagai konteks. Selain itu fungsi spanduk ini adalah untuk menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan atau informasi dengan jelas dan efektif.



Gambar 14. Rancangan Spanduk Kampung Pulo Geulis

3.17 Stationery

Stationery adalah sekumpulan benda atau perlengkapan tulis yang biasanya digunakan dalam konteks kerja kantor, bisnis, atau pribadi. *Stationery* meliputi berbagai jenis barang, mulai dari alat tulis hingga aksesoris yang membantu dalam menjalankan tugas sehari-hari.



Gambar 15. Rancangan *Stationery* Kampung Pulo Geulis

3.18 Kaos dan Tote Bag

Kaos dan *tote bag* berfungsi sebagai merchandise kampung wisata Pulo Geulis, dengan memanfaatkan produksi warga setempat yang memiliki usaha di bidang konveksi dan sablon. Hal tersebut tentunya bertujuan untuk meningkatkan ekonomi warga setempat dan membuka lapangan pekerjaan bagi warga Kampung Pulo Geulis.



Gambar 16. Rancangan Kaos Kampung Pulo Geulis



Gambar 17. Rancangan *Tote Bag* Kampung Pulo Geulis

4. KESIMPULAN

Dari "Perancangan Identitas Visual dan Pengaplikasian Pada Media Sosial Untuk Memperkenalkan Pulo Geulis Sebagai Kampung Kreatif Etnik" dapat disimpulkan bahwa perancangan ini bertujuan untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh Kampung Pulo Geulis sebagai salah satu kampung wisata di Kota Bogor.

Perancangan ini juga ditargetkan untuk dapat menarik perhatian dari korporasi atau perusahaan yang memiliki misi atau produk yang berfokus pada keberagaman, pemuda, rekreasi, dan pariwisata di Kota Bogor dan sekitarnya. Sehingga mereka memiliki kesempatan untuk memanfaatkan investasi atau sponsorship sebagai langkah dalam upaya mengembangkan Pulo Geulis sebagai kampung wisata melalui fasilitas dan program yang relevan.

Dengan begitu, perancangan identitas visual yang mengemas unsur keberagaman dan sejarah yang ada di Kampung Pulo Geulis ke dalam sebuah konsep visual yang konsisten, diharapkan masyarakat khususnya wisatawan dapat mengetahui potensi yang dimiliki wisata pulau penyengat serta turut mengembangkannya menjadi suatu kawasan wisata yang edukatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih sebesar-besarnya kepada narasumber dan dosen pembimbing atas dukungan, bimbingan, dan kerjasama luar biasa selama proses perancangan Identitas Visual Kampung Pulo Geulis ini.

Kepada Bapak Candra selaku ketua pengurus Kelenteng Pan Kho Bio dan Bapak Jalal selaku tokoh masyarakat, terima kasih atas sumbangan wawasan, pengetahuan, dan pengalaman yang berharga. Kontribusi ini telah membentuk dasar yang kuat bagi penelitian ini. Panduan yang diberikan telah membantu kami dalam mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap topik yang tengah dijelajahi.

Kepada Bapak Agus dan juga Bapak Ramlan selaku dosen pembimbing, Terima kasih atas kesabaran, bimbingan, serta arahan yang telah Anda berikan. Dedikasi Anda dalam meluangkan waktu dan upaya untuk menghadapi tantangan dan perjalanan ini sangat dihargai. Bimbingan yang diberikan telah memberikan kami keyakinan dan pemahaman yang lebih baik, memandu setiap langkah dengan arah yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Danu Fauzan Hilmi. (2018). *TOLERANSI DALAM KEMAJEMUKAN AGAMA (Studi Deskriptif di Kampung Pulo Geulis Kota Bogor)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Desk Jabar. "Di Kota Bogor ada Pulau, Destinasi Wisata Alam, Budaya dan Pluralisme, Dekat Istana Bogor Instagramable" <https://deskjabar.pikiran-rakyat.com/> . Diakses pada 2 Maret 2023. <https://deskjabar.pikiran-rakyat.com/jabar/pr-1136103881/di-kota-bogor-ada-pulau-destinasi-wisata-alam-budaya-dan-pluralisme-dekat-istana-bogor-instagramable>.
- Dr. Desy Safitri, M.Si dan Shahibah Yuliani, S.Sos., M.Pd. (2023). *TOLERANSI DALAM KEMAJEMUKAN AGAMA (Studi Deskriptif di Kampung Pulo Geulis Kota Bogor)*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Kompas. "Upaya Pemberdayaan Kampung Pulo Geulis" <https://www.kompas.id/> . Diakses pada 5 Maret 2023. https://www.kompas.id/baca/metro/2021/11/23/upaya-pemberdayaan-kampung-pulo-geulis?status=sukses_login&status_login=login.

Koentjaraningrat. (1993). Metode-Metode Penelitian Masyarakat Edisi Ketiga. Jakarta: Gramedia.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Tribun News Bogor. "Jelajah Pulo Geulis, Kampung Unik di Tengah Sungai Ciliwung Kota Bogor" <https://tribunnewsbogorwiki.tribunnews.com/>. Diakses Pada 20 Februari 2023. <https://tribunnewsbogorwiki.tribunnews.com/2020/07/24/jelajah-pulo-geulis-kampung-unik-di-tengah-sungai-ciliwung-kota-bogor?page=all>.