

# **LAPORAN TUGAS AKHIR**

## **PERANCANGAN *WELCOME DRINK SET* SEBAGAI *VISUAL BRANDING GUEST HOUSE* DI KAWASAN WISATA BOROBUDUR**



**Disusun oleh:**

**Restituta Wening Galih Gyarwahyu**

**62190133**

**PROGRAM STUDI DESAIN PRODUK  
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2025**

## PERNYATAAN PENYERAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reotituta Wening Galih Gyanwahyu  
NIM/NIP/NIDN : 62190133  
Program Studi : Desain Produk  
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Welcome Drink Set Sebagai Visual Branding Guest House Di Kawasan Wisata Borobudur

dengan ini menyatakan:

- bahwa karya yang saya serahkan ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor/reviewer.
- bahwa karya saya dengan judul di atas adalah asli dan belum pernah diajukan oleh siapa pun untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Duta Wacana maupun di universitas/institusi lain.
- bahwa karya saya dengan judul di atas sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.
- bahwa saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku berupa pencabutan gelar akademik jika di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan tindakan plagiasi dalam karya saya ini.
- bahwa Universitas Kristen Duta Wacana tidak dapat diberi sanksi atau tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau jika terjadi pelanggaran lain dalam karya saya ini. Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran dalam karya saya ini akan menjadi tanggung jawab saya pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Duta Wacana.
- menyerahkan hak bebas royalti noneksklusif kepada Universitas Kristen Duta Wacana, untuk menyimpan, melestarikan, mengalihkan dalam media/format lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mengunggahnya di Repositori UKDW tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta atas karya saya di atas, untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan.

- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.
- h. bahwa meskipun telah dilakukan pelestarian sebaik-baiknya, Universitas Kristen Duta Wacana tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama disimpan di Repositori UKDW.
- i. mengajukan agar karya saya ini: *(pilih salah satu)*
- ☒ Dapat diakses tanpa embargo.
  - ☐ Dapat diakses setelah 2 tahun.\*
  - ☐ Embargo permanen.\*

Embargo: penutupan sementara akses karya ilmiah.

\*Halaman judul, abstrak, dan daftar pustaka tetap wajib dibuka.

Alasan embargo *(bisa lebih dari satu)*:

- ☐ dalam proses pengajuan paten.
- ☐ akan dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional.\*\*
- ☐ akan diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional.\*\*
- ☐ telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional ... dan diterbitkan dalam prosiding pada bulan ... tahun ... dengan DOI/URL ... \*\*\*
- ☐ telah diterbitkan dalam jurnal ... dengan DOI/URL artikel ... atau vol./no. ... \*\*\*
- ☐ berisi topik sensitif, data perusahaan/pribadi atau informasi yang membahayakan keamanan nasional.
- ☐ berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain.
- ☐ terikat perjanjian kerahasiaan dengan perusahaan/organisasi lain di luar Universitas Kristen Duta Wacana selama periode tertentu.
- ☐ Lainnya (mohon dijelaskan)

\*\*Setelah diterbitkan, mohon informasikan keterangan publikasinya ke repository@staff.ukdw.ac.id.

\*\*\*Tuliskan informasi kegiatan atau publikasinya dengan lengkap.

Mengetahui,



Konherawati

Tanda tangan & nama terang pembimbing  
NIDN/NIDK 0526016202

Yogyakarta, 17 Juli 2025

Yang menyatakan,


Tanda tangan & nama terang pemilik karya/penulis  
NIM 62190133

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir dengan judul :  
**PERANCANGAN *WELCOME DRINK SET* SEBAGAI *VISUAL BRANDING*  
GUEST HOUSE DI KAWASAN WISATA BOROBUDUR**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:  
**Restituta Wening Galih Gyarwahyu**  
**62190133**

dalam Ujian Tugas Akhir Program Studi Desain Produk  
Fakultas Arsitektur dan Desain  
Universitas Kristen Duta Wacana  
dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana Desain  
pada tanggal 01 Juli 2025

| Nama Dosen                                                    | Tanda Tangan                                                                           |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Dr. Dra. Koniherawati, S.Sn., M.A.<br>(Dosen Pembimbing 1) | 1  |
| 2. Centaury Harjani, S.Ds., M.Sn.<br>(Dosen Pembimbing 2)     | 2  |
| 3. Drs. Purwanto, S.T., M.T.<br>(Dosen Penguji 1)             | 3  |
| 4. R. Tosan Tri Putro, S.Sn., M.Sn.<br>(Dosen Penguji 2)      | 4  |

Yogyakarta, 17 Juli 2025

Disahkan oleh:

Dekan,

Ketua Program Studi,



Dr. Imelda Irmawati Damanik, ST., M.A(UD).



Winta T. Satwikasanti, M. Sc., Ph.D.

## PERNYATAAN KEASLIAN

### PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya Tugas Akhir dengan judul:

**PERANCANGAN *WELCOME DRINK SET* SEBAGAI *VISUAL BRANDING*  
GUEST HOUSE DI KAWASAN WISATA BOROBUDUR**

yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat untuk menjadi Sarjana

Pada Program Studi Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain,

Universitas Kristen Duta Wacana

adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi karya pihak lain di Perguruan

Tinggi dan Instansi manapun,

kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

jika dikemudian hari didapati bahwa hasil Tugas Akhir ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya

Yogyakarta, 17 Juli 2025



Restituta Wening Galih Gyarwahu

62190133

DUTA WACANA

## PRAKATA

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Perancangan Welcome Drink Set Sebagai Visual Branding Guest House Di Kawasan Wisata Borobudur*. Penulisan ini merupakan bentuk tanggung jawab sebagai mahasiswa dalam meninjau berbagai permasalahan, menganalisis dan menghasilkan karya yang dilaporkan dalam bentuk tulis ilmiah. Dalam penulisan dan penyelesaian produk akhir sering kali menghadapi permasalahan yang menghambat, namun dengan bantuan beberapa pihak-pihak berikut penulisan dan produk akhir dapat terselesaikan. Oleh karena sebab itu, penulis mengucapkan trimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Koniherawati, S.Sn., M.A. selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan arahan, kritik dan solusi dan dorongan moral dari awal hingga berakhirnya penulisan
2. Ibu Centaury Harjani, S.Ds., M.Sn. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan panduan dan koreksi.
3. Bapak Drs. Purwanto, S.T., M.T. selaku penguji 1 yang telah bersedia memberikan evaluasi sehingga penulis sadar akan kekurangan
4. Bapak R. Tosan Tri Putro, S.Sn., M.Sn. selaku penguji 2 yang telah bersedia memberikan kritik dan saran.
5. Kepada Ibu Irene Tri Wahyuni selaku orang tua saya yang selalu mendukung melalui doa dan kebutuhan dana.
6. Kepada Bapak Marcus Sugiarto selaku orang tua saya yang telah berpulang ke rumah Allah Bapa di surga.
7. Kedua Kakak saya Angelina Gita Ananda dan Nickolaus Kurnia Saputra yang selalu memberi dukungan.
8. Teman terdekat saya Kevin Jonathan Tiranda.
9. Teman-teman seperjuangan, terlebih untuk teman-teman Desain Produk Angkatan 2019 yang selalu mendukung, memberikan masukan dan dorongan mental.

## ABSTRAK

Industri akomodasi di kawasan Wisata Candi Borobudur mengalami persaingan yang semakin ketat, terutama setelah pandemi COVID-19. Banyak tamu guest house yang lelah dan kepanasan setelah menempuh perjalanan jauh menuju penginapan karena suhu tinggi di sekitar Candi Borobudur. Inovasi dalam pelayanan yang ramah dan berkesan diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan dan membuat pengunjung memiliki pengalaman yang mengesankan.

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk membuat set minuman selamat datang sebagai bagian dari peningkatan layanan dan branding visual guest house di kawasan Wisata Candi Borobudur. Diharapkan desain produk ini dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan tamu sekaligus mencerminkan keindahan dan kekayaan budaya lokal.

Metode perancangan digunakan melalui pendekatan desain produk. Ini melibatkan bekerja sama dengan pengrajin lokal selama proses produksi untuk memenuhi kebutuhan pengunjung dan pemilik guest house. Nampan, gelas, piring makanan ringan, dan wadah handuk kecil adalah bagian dari produk yang dirancang.

Hasil perancangan menunjukkan bahwa set minuman sambutan yang menggabungkan elemen budaya Candi Borobudur dapat menciptakan kesan hangat dan unik. Dinilai bahwa desain ini memiliki daya tarik visual, atau eyecatcher, yang dapat membuat guest house terlihat lebih baik bagi wisatawan.

Kesimpulannya set minuman hangat tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap pelayanan, tetapi juga merupakan bagian dari branding visual yang berpotensi melestarikan budaya lokal, meningkatkan kepuasan tamu, dan meningkatkan promosi pariwisata di wilayah Candi Borobudur.

Kata Kunci: *Welcome drink set, Guest house, Visual branding, Candi Borobudur.*

DUTA WACANA

## ABSTRACT

The accommodation industry in the Borobudur Temple tourism area is experiencing increasingly intense competition, especially after the COVID-19 pandemic. Many guest house visitors feel exhausted and overheated after a long journey due to the high temperatures around the Borobudur area. Innovations in friendly and memorable services are needed to improve service quality and create a lasting impression for visitors.

The purpose of this design project is to create a welcome drink set as part of service improvement and visual branding for guest houses in the Borobudur tourism area. The product is expected to meet the desires and needs of guests while reflecting the beauty and richness of local culture.

The design method used is a product design approach. It involves collaboration with local artisans during the production process to meet the needs of guests and guest house owners. The product components designed include a tray, glass, snack plate, and a small towel holder.

The design results show that a welcome drink set that incorporates cultural elements from Borobudur Temple can create a warm and unique impression. The design is considered to have strong visual appeal or an "eyecatcher" effect, which enhances the appearance of the guest house for tourists.

In conclusion, the welcome drink set not only serves as a service complement, but also as a part of visual branding that has the potential to preserve local culture, increase guest satisfaction, and enhance tourism promotion in the Borobudur area.

**Keywords:** Welcome drink set, Guest house, Visual branding, Borobudur Temple.

|                                                                                                            |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                                                                            | <b>ii</b>  |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>                                                                           | <b>iii</b> |
| <b>PRAKATA .....</b>                                                                                       | <b>iv</b>  |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                                                                        | <b>v</b>   |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                                                                       | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                                                  | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                                                  | <b>x</b>   |
| <b>DAFTAR ISTILAH .....</b>                                                                                | <b>xi</b>  |
| <b>BAB I.....</b>                                                                                          | <b>1</b>   |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>                                                                                    | <b>1</b>   |
| <b>1.1. Latar Belakang .....</b>                                                                           | <b>1</b>   |
| <b>1.2. Rumusan Masalah.....</b>                                                                           | <b>4</b>   |
| <b>1.3. Tujuan dan Manfaat .....</b>                                                                       | <b>4</b>   |
| <b>1.4. Ruang Lingkup.....</b>                                                                             | <b>4</b>   |
| <b>1.5. Metode Desain .....</b>                                                                            | <b>4</b>   |
| <b>A. Metode Penelitian .....</b>                                                                          | <b>4</b>   |
| <b>B. Metode Design Thinking.....</b>                                                                      | <b>5</b>   |
| <b>C. Metode Perancangan .....</b>                                                                         | <b>6</b>   |
| <b>BAB II.....</b>                                                                                         | <b>8</b>   |
| <b>KAJIAN LITERATUR.....</b>                                                                               | <b>8</b>   |
| <b>2.1 Daya Tarik Wisata Candi Borobudur .....</b>                                                         | <b>8</b>   |
| <b>2.2. Guest House .....</b>                                                                              | <b>11</b>  |
| <b>2.3. Faktor-Faktor Untuk Meningkatkan Kepuasan Tamu Guest House .....</b>                               | <b>12</b>  |
| <b>2.4. Preferensi Wisatawan Dalam Memilih Guest House .....</b>                                           | <b>13</b>  |
| <b>2.5. Bagaimana Elemen Budaya Lokal (candi Borobudur) Dapat Diintegrasikan Dalam Desain Produk .....</b> | <b>13</b>  |
| <b>2.6. Visual Branding.....</b>                                                                           | <b>14</b>  |
| <b>2.7. Welcome Drink.....</b>                                                                             | <b>15</b>  |
| <b>2.7.1. Pengertian .....</b>                                                                             | <b>15</b>  |
| <b>2.7.2. Fungsi Welcome Drink .....</b>                                                                   | <b>17</b>  |
| <b>2.7.3. Jenis Wadah Dalam Penyajian Welcome Drink.....</b>                                               | <b>17</b>  |
| <b>2.7.4. Cara Penyajian Welcome Drink.....</b>                                                            | <b>19</b>  |
| <b>2.7.5. Standar Pelayanan Welcome Drink .....</b>                                                        | <b>20</b>  |
| <b>2.8. Keramik .....</b>                                                                                  | <b>21</b>  |
| <b>2.8.1. Pembakaran Bisque .....</b>                                                                      | <b>21</b>  |
| <b>2.8.2. Pembakaran Glasir .....</b>                                                                      | <b>22</b>  |

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| 2.9. Jenis Tanah Liat .....                         | 24        |
| 2.10. Teknik Pembentukan Tanah Liat Stoneware ..... | 25        |
| 2.12. Produk Eksisting .....                        | 27        |
| <b>BAB III .....</b>                                | <b>34</b> |
| <b>STUDI LAPANGAN .....</b>                         | <b>34</b> |
| 3.1. Data Lapangan .....                            | 34        |
| 3.2. Pembahasan Hasil Penelitian .....              | 44        |
| 3.3. Arah Rekomendasi Desain .....                  | 44        |
| <b>BAB IV .....</b>                                 | <b>46</b> |
| <b>PERANCANGAN PRODUK.....</b>                      | <b>46</b> |
| 4.1. Problem Statement .....                        | 46        |
| 4.2. Design Brief .....                             | 46        |
| 4.3. Atribut Produk .....                           | 46        |
| 4.4. Image Board .....                              | 48        |
| 4.5. Proses Iterasi.....                            | 49        |
| 4.5.1. Sketsa Gagasan Awal.....                     | 50        |
| 4.5.2. Iterasi Studi Model .....                    | 52        |
| 4.5.3. Iterasi Prototipe .....                      | 54        |
| 4.5.4. Hasil Evaluasi Produk .....                  | 57        |
| 4.6. Spesifikasi Produk .....                       | 58        |
| 4.7. SCAMPER.....                                   | 62        |
| 4.10. Branding Produk.....                          | 62        |
| 4.12. Produk.....                                   | 64        |
| 4.13. Kemasan.....                                  | 64        |
| 4.14. HPP Produk.....                               | 64        |
| <b>BAB V.....</b>                                   | <b>66</b> |
| <b>PENUTUP .....</b>                                | <b>66</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....                               | 66        |
| 5.2. Saran .....                                    | 66        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                         | <b>68</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                               | <b>70</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Pelayanan Welcome Drink.....         | 3  |
| Gambar 2.1 Relief Fauna.....                    | 9  |
| Gambar 2.2 Relief Naratif.....                  | 9  |
| Gambar 2.3 Pelayanan <i>Welcome Drink</i> ..... | 16 |
| Gambar 2.4 Gelas <i>Welcome Drink</i> .....     | 18 |
| Gambar 2.5 Pitcher <i>Welcome Drink</i> .....   | 18 |
| Gambar 2.6 Dispenser <i>Welcome Drink</i> ..... | 19 |
| Gambar 2.7 Botol <i>Welcome Drink</i> .....     | 19 |
| Gambar 2.8 Keramik Bakar Bisque.....            | 22 |
| Gambar 2.9 Gambar Keramik Bakar Bisque.....     | 23 |
| Gambar 4.1 Image Board.....                     | 48 |



## DAFTAR TABEL

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Produk Eksisting.....                            | 27 |
| Tabel 3. 1 Tabel Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi..... | 34 |
| Tabel 3. 2 Tabel Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi..... | 36 |
| Tabel 3. 3 Tabel Relief.....                                | 41 |
| Tabel 4.1 Tabel Atribut Produk.....                         | 47 |
| Tabel 4. 2 Sketsa.....                                      | 50 |
| Tabel 4.2. Sketsa.....                                      | 51 |
| Tabel 4.3 Iterasi Produk.....                               | 52 |
| Tabel 4.4 Iterasi Produk.....                               | 53 |
| Tabel 4. 5 Iterasi Prototipe.....                           | 56 |



## DAFTAR ISTILAH

*Homey* : Nyaman seperti rumah  
*Welcome drink* : Minuman Selamat datang



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Candi Borobudur, yang terletak di Magelang, Jawa Tengah, tidak hanya menjadi salah satu candi Buddha terbesar di Indonesia, tetapi juga menjadi salah satu tujuan wisata paling terkenal di negeri ini. Candi Borobudur yang didirikan oleh para penganut Buddha Mahayana pada masa kejayaan Dinasti Syailendra pertama kali dibangun atas inisiatif Raja Samaratungga sekitar tahun 824 Masehi (CNN Indonesia, 2023). Candi Borobudur tidak hanya menjadi sebuah situs bersejarah yang mempesona, tetapi juga menjadi pusat ibadah bagi umat Buddha. Setiap tahun, Candi Borobudur menjadi pusat perayaan Waisak yang menarik ribuan pengunjung baik dari dalam maupun luar negeri.

Daya tarik sejarah, budaya, dan keagamaannya, kawasan Wisata Borobudur menarik banyak wisatawan setiap tahunnya. Dalam menanggapi lonjakan jumlah wisatawan, *many guest house* dan penginapan kecil beroperasi di sekitar kawasan tersebut, untuk menyediakan alternatif akomodasi bagi para pengunjung. Menurut Oakhouse (2020), wisatawan asing sering menggunakan *Guest house*, terutama *backpacker*, dan tidak jarang para wisatawan berkumpul di ruang tamu dan dapur bersama sambil berkomunikasi satu sama lain. Dengan pesona berkomunikasi dengan orang-orang dari seluruh dunia, lebih banyak pengguna cenderung memilih untuk menginap di *Guest house* daripada di hotel atau penginapan lainnya. *Guest house* memiliki jumlah kamar yang lebih sedikit dibandingkan dengan penginapan lainnya, jumlah kamar yang terdapat pada *guest house* berkisar antara 4 hingga 10 kamar saja.

Sejumlah industri, termasuk sektor pariwisata, mengalami kerugian ekonomi akibat pandemi COVID-19. Srimulyani et al. (2021) mengatakan bahwa virus COVID-19 memengaruhi industri perhotelan secara signifikan, dengan tingkat hunian jauh di bawah rata-rata musiman di seluruh Indonesia. Untuk industri pariwisata, keberadaan sarana pariwisata sangat penting untuk memberikan pelayanan yang baik kepada para wisatawan. Pandemi COVID-19 juga menyebabkan kerugian bagi bisnis perhotelan seperti *guest house*, villa, wisma, pondok wisata, dan lainnya. Tingkat okupansi industri perhotelan Indonesia turun hingga 20% pada awal pandemi COVID-19. Maka dari itu industri perhotelan mulai bersaing guna untuk menarik para tamu kembali.

Pada saat ini di dalam pemasaran sudah tidak asing lagi kita mengenal bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place & Promotion*), dalam perkembangannya bauran

pemasaran tersebut tidak cukup dan perlu ditambah dengan 3P (*People, Process & Physical Evidence*). *People*: menjadi penting, terutama di bagian *front office* (FO), seperti tenaga pemasaran, *customer service*, *security* dan *cleaning service* karena mereka berhubungan langsung dengan pelanggan. Ketika pelanggan penginapan dilayani dengan buruk, mereka mungkin tidak menginap. Saat ini, beberapa penginapan meningkatkan layanan mereka untuk memenuhi kebutuhan tamu mereka dengan menyambut mereka dengan selamat dengan membuka pintu mobil dan memarkir mobil mereka. Setelah masuk ke lobi untuk check-in, tamu diberi welcome drink setelah mereka masuk, dan *office boy* membawakan koper mereka ke kamar.

Industri perhotelan dan akomodasi, visual branding merupakan salah satu elemen penting yang dapat mempengaruhi persepsi tamu terhadap sebuah guest house. Visual branding mencakup semua aspek visual yang digunakan oleh sebuah guest house untuk menciptakan identitas dan citra yang konsisten, mulai dari desain interior, logo, hingga elemen-elemen kecil seperti welcome drink set. Tujuan utama dari visual branding adalah untuk menciptakan pengalaman yang khas dan berkesan bagi tamu, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan mereka. Dalam konteks perancangan welcome drink set, visual branding dapat diterapkan melalui pemilihan desain, warna, bahan, dan motif yang mencerminkan identitas budaya dan keindahan Candi Borobudur. Desain yang dipilih harus mencerminkan keunikan dan karakteristik khas dari guest house serta kawasan Wisata Borobudur.

Penelitian ini difokuskan pada perancangan welcome drink set sebagai elemen visual branding di guest house kawasan Wisata Candi Borobudur. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana welcome drink set dapat mencerminkan identitas budaya dan keindahan Candi Borobudur, serta bagaimana desain tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan pengalaman tamu, menarik perhatian (*eyecatcher*), dan pada akhirnya, memperkuat daya saing guest house di tengah persaingan yang semakin ketat pasca-pandemi COVID-19. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi peran welcome drink set dalam meningkatkan citra guest house melalui pendekatan visual branding, serta dampaknya terhadap kepuasan tamu dan promosi pariwisata. Peneliti akan bekerja sama dengan pengrajin lokal di kawasan Wisata Candi Borobudur untuk merancang produk yang tidak hanya berfungsi secara praktis, tetapi juga memiliki nilai estetika yang tinggi dan relevansi budaya.

Berdasarkan observasi dan wawancara peneliti, banyak tamu *guest house* di kawasan Wisata Candi Borobudur berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Mereka sering merasa lelah dan kepanasan setelah perjalanan jauh menuju *guest house*, terutama mengingat suhu

yang cenderung tinggi di sekitar Candi Borobudur. Oleh karena itu, memberikan *welcome drink* kepada tamu telah diusulkan sebagai solusi nya. Selain memberikan kesan menyambut yang hangat, *welcome drink* juga membantu tamu untuk menyegarkan diri dan mengalihkan kelelahan setelah perjalanan.



Gambar 1 0-1 Pelayanan Welcome Drink

(Sumber: indiamart, 2024)

Dalam rangka mendukung usulan tersebut, peneliti merancang sebuah produk berupa *welcome drink set* yang bekerjasama dengan pengrajin di daerah kawasan wisata candi borobudur. Menggunakan produk yang dihasilkan oleh pengrajin lokal dalam *welcome drink set* akan memperkuat citra *guest house* sebagai akomodasi yang mendukung dan melestarikan budaya serta ekonomi lokal. Ini juga dapat menjadi nilai jual yang unik dan daya tarik tambahan bagi wisatawan, terutama mereka yang menghargai keberlanjutan dan pelestarian budaya. Kolaborasi ini juga membuka peluang untuk inovasi dalam desain dan pembuatan *welcome drink set*. Pengrajin lokal dapat memberikan ide-ide kreatif yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi tamu, menciptakan produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga memiliki nilai estetika yang tinggi. *Welcome drink* dirancang dengan cara lebih personal, karena memang menyesuaikan dengan *guest house* yang cenderung memiliki kapasitas lebih sedikit para tamu nya dibandingkan dengan penginapan lain seperti hotel. Maka *welcome drink set* diperlukan sebagai penunjang untuk menciptakan *eyecatcher* dari *guset house*. Desain *welcome drink set* tersebut direncanakan untuk mencerminkan keindahan dan kekayaan budaya Candi Borobudur, sebagai upaya untuk memberikan pengalaman yang lebih berkesan bagi tamu, selain itu juga menjadi *eyecatcher* dari *guest house*.

Usulan ini telah mendapat dukungan positif dari pemilik dan tamu *guest house*, yang melihatnya sebagai inovasi yang dapat meningkatkan daya tarik akomodasi di kawasan Wisata

Borobudur. Dengan demikian, diharapkan bahwa pengembangan produk ini akan memberikan nilai tambah dalam meningkatkan kepuasan tamu, mendukung pelestarian budaya, dan memperkuat promosi pariwisata Indonesia.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan latar belakang yang sudah dijabarkan diatas, adapun rumusan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana desain *welcome drink set* yang mencerminkan keindahan dari Candi Borobudur dan menjadi visual branding bagi *guest house*?

## 1.3. Tujuan dan Manfaat

a) Tujuan dari dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Merancang *welcome drink set* yang mencerminkan budaya Candi Borobudur supaya *guest house* di kawasan wisata Candi Borobudur memiliki ciri khas yang menjadi *eyecatcher* bagi para tamu, selain itu unik dan inovatif.
- Mengingat akan wisata Candi Borobudur.

b) Manfaat dari dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Memberikan ke ciri khas tersendiri bagi *guest house* tersebut, daripada *guest house* yang lain.
- Menarik tamu (wisatawan) untuk datang ke *guest house*.

## 1.4. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dibuat untuk memberikan fokus pokok pembahasan pada penelitian dan perancangan. Beberapa ruang lingkup dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a) Penelitian ini akan dilakukan di kawasan wisata Borobudur, Jawa Tengah, Indonesia. Kawasan wisata Borobudur merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia yang menarik banyak wisatawan.
- b) Penelitian ini fokus pada perancangan *welcome drink set guest house* di kawasan wisata Candi Borobudur.

## 1.5. Metode Desain

### A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, untuk analisis data yang disajikan secara lisan untuk memperoleh informasi yang komprehensif. Komponen metode penelitian kualitatif adalah mengenai tempat atau lokasi penelitian, instrument penelitian, informan, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan

rencana uji validitas data (Sugiyono, 2010). Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menganalisis kebutuhan *welcome drink set* pada *guest house* di kawasan wisata candi Borobudur adalah sebagai berikut:

a) Observasi

Observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung di lokasi *guest house* dapat membantu untuk memahami apa saja yang dibutuhkan dari para tamu *guest house*, dan kesanggupan dari pihak *guest house*.

b) Wawancara

Wawancara yang dilakukan dengan tamu *guest house* dapat memberikan jawaban apa yang sebenarnya dibutuhkan dari tamu dan belum dilakukan oleh pihak *guest house*. *Welcome drink* menjadi kebutuhan dari tamu *guest house* yang belum ada di *guest house*.

c) Dokumentasi

Metode dokumentasi merujuk pada proses pengumpulan, penyimpanan, dan penyajian informasi yang dihasilkan selama penelitian dalam bentuk data-data mengenai kebutuhan, masalah yang didapat mengenai tidak adanya *welcome drink* yang disediakan dari pihak *guest house*. Dokumentasi penting karena berfungsi sebagai catatan dan bukti yang dapat dipelajari, dievaluasi, dan digunakan oleh peneliti lain dalam penelitian yang serupa.

Dengan menggunakan metode di atas, dapat dilakukan analisis data yaitu dengan teknik rapid ethnography terhadap kebutuhan tamu *guest house* untuk merancang *welcome drink set*.

## B. Metode Design Thinking

*Design Thinking* adalah metode pemecahan masalah yang menggabungkan kreativitas dan logika untuk menghasilkan solusi inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Metode ini terdiri dari lima fase utama: *Empathize* (berempati), *Define* (mendefinisikan masalah), *Ideate* (menghasilkan ide), *Prototype* (membuat prototipe), dan *Test* (menguji solusi).

- *Empathize*: Tahap ini fokus pada memahami kebutuhan dan masalah dari sudut pandang pengguna. Ini biasanya dilakukan melalui observasi, wawancara, atau penelitian untuk membangun pemahaman yang mendalam.

- *Define*: Informasi yang diperoleh pada tahap empati kemudian dirumuskan menjadi pernyataan masalah yang spesifik dan jelas. Ini membantu tim tetap fokus dalam mencari solusi yang relevan.
- *Ideate*: Pada tahap ini, berbagai ide kreatif dihasilkan tanpa batasan. Tujuannya adalah untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan solusi.
- *Prototype*: Ide-ide yang telah dihasilkan kemudian diubah menjadi prototipe atau model awal. Prototipe ini diuji untuk mendapatkan umpan balik sebelum solusi dikembangkan lebih lanjut.
- *Test*: Prototipe yang telah dibuat diuji dengan pengguna sebenarnya untuk melihat efektivitasnya. Feedback dari pengguna digunakan untuk memperbaiki dan menyempurnakan solusi.

### C. Metode Perancangan

*SCAMPER* adalah teknik membuat daftar yang sifatnya umum dan dilakukan dengan mengajukan pertanyaan. Berikut adalah tujuh bagian dari *SCAMPER* yang dapat dikembangkan guna memunculkan ide dan kreativitas (Josephine Samuel, 2020).

#### a) *Substitute* (Mengganti)

Pertanyaan yang muncul adalah “Produk lain apa yang dapat Anda gunakan?” *Subtitue* ini bertujuan untuk menemukan ide alternatif ketika ide utama tidak menyelesaikan masalah.

#### b) *Combine* (Kombinasi)

Pertanyaan yang muncul adalah “Bagaimana jika memadukan produk ini dengan produk lain?” *Combine* bertujuan untuk menggabungkan beberapa ide yang berbeda sebagai satu.

#### c) *Adapt* (Adaptasi/Menyesuaikan)

Pertanyaan yang muncul adalah “Apakah ada produk ataupun ide lain yang dapat digunakan untuk inspirasi?” *Adapt* bertujuan untuk menerapkan ide dan konsep yang ada dan mengembangkan yang baru.

#### d) *Modify* (Memodifikasi)

Pertanyaan yang muncul adalah “Apa yang bisa anda tekankan untuk menambah nilai lebih?” *Modify* bertujuan untuk memperbaruinya atau menambahkan ide baru untuk memperbaikinya.

e) *Put to the other use* (Kegunaan)

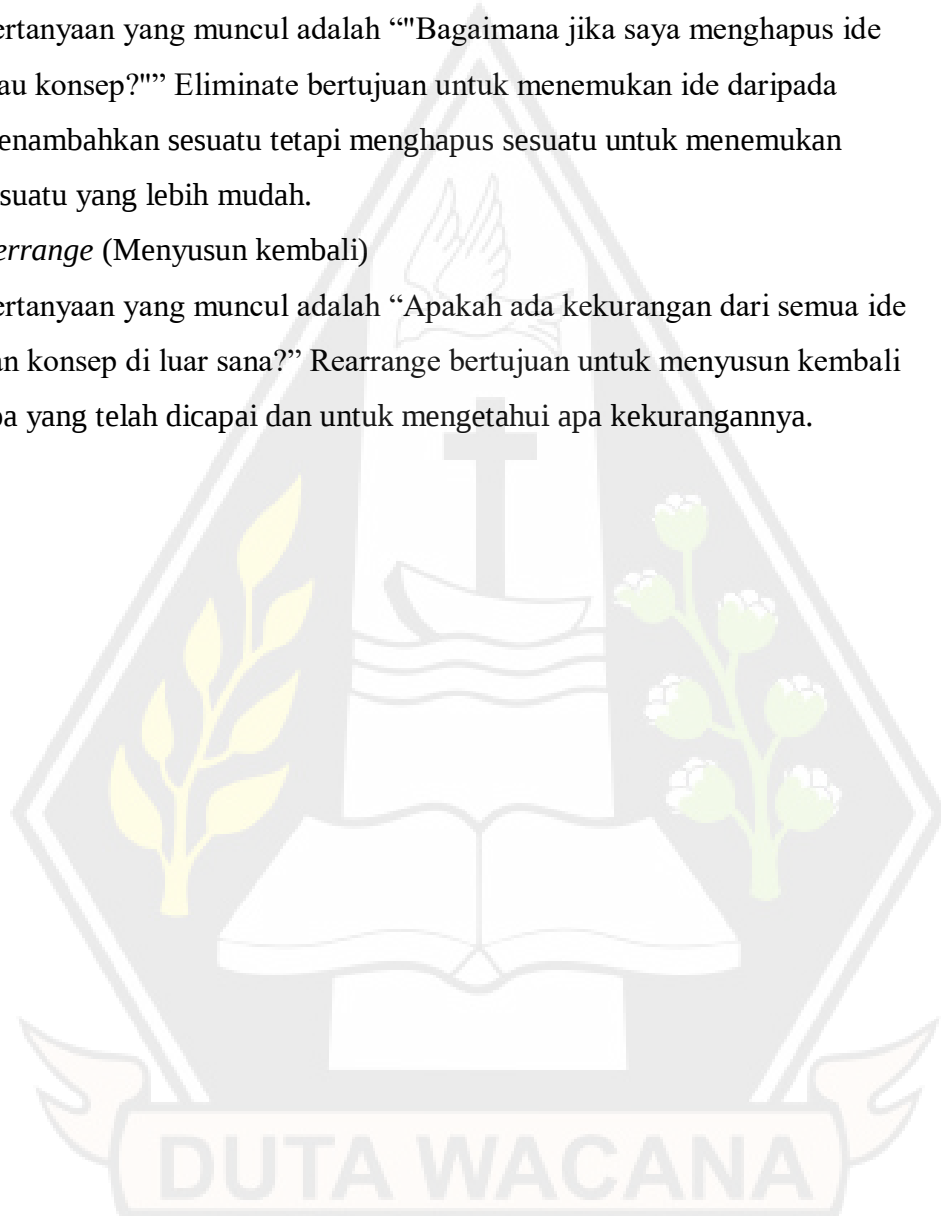
Pertanyaan yang muncul adalah “Dapatkah Saudara/i menggunakan produk ini di tempat lain seperti di industri lain?” Put to other use bertujuan untuk menemukan ide yang lebih luas ketika ide digunakan untuk tujuan selain ide utama.

f) *Eliminate* (Eliminasi)

Pertanyaan yang muncul adalah “Bagaimana jika saya menghapus ide atau konsep?” Eliminate bertujuan untuk menemukan ide daripada menambahkan sesuatu tetapi menghapus sesuatu untuk menemukan sesuatu yang lebih mudah.

g) *Rerrange* (Menyusun kembali)

Pertanyaan yang muncul adalah “Apakah ada kekurangan dari semua ide dan konsep di luar sana?” Rearrange bertujuan untuk menyusun kembali apa yang telah dicapai dan untuk mengetahui apa kekurangannya.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Hasil penelitian dan proses perancangan yang telah dilakukan menghasilkan beberapa kesimpulan. Salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan citra dan daya tarik guest house di kawasan wisata Candi Borobudur adalah dengan menggunakan set minuman selamat datang sebagai alat branding visual. Produk ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyambutan tamu, tetapi juga mampu memberikan kesan visual yang mendalam dan berkesan. Desain welcome drink set ini mengangkat elemen budaya dan estetika Candi Borobudur, meliputi nampan, gelas, piring makanan ringan, dan wadah handuk kecil. Untuk menonjolkan nuansa lokal, digunakan motif relief geometris serta simbol-simbol khas Candi Borobudur seperti stupa, mandala, dan bunga teratai. Salah satu inovasi penting dalam proses ini adalah ditemukannya teknik cap berbahan akrilik, yang digunakan untuk menerapkan motif relief ke permukaan keramik secara lebih presisi dan konsisten. Material keramik dipilih karena memiliki kesan alami, elegan, dan tahan lama. Set minuman selamat datang ini juga dirancang secara khusus agar unik dan eksklusif, menyesuaikan dengan karakter guest house yang memiliki jumlah kamar terbatas, sehingga dapat menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih personal dan intim bagi tamu. Dengan pendekatan desain yang mempertimbangkan nilai fungsional, estetika, dan budaya, perancangan welcome drink set ini diharapkan mampu memperkuat identitas visual guest house serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu.

#### **5.2. Saran**

Disarankan agar pihak guest house mempertimbangkan desain secara menyeluruh untuk pengembangan berikutnya. Ini harus mencakup elemen visual lain seperti seragam staf, interior, dan hadiah, agar identitas visual lebih konsisten.

Produksi massal harus mempertimbangkan kualitas, kemudahan penggunaan, dan daya tahan produk untuk memenuhi standar pelayanan tamu. Agar memperkaya khasanah desain berbasis budaya, penelitian dan desain serupa dapat dikembangkan dengan menjangkau tema budaya lokal lain di wilayah Indonesia. Agar produk seperti ini dapat dimasukkan ke dalam strategi promosi pariwisata nasional, pemerintah atau lembaga pariwisata diharapkan dapat mendukung kolaborasi antara desainer dan usaha kecil dan menengah lokal. Untuk

mendapatkan data kuantitatif untuk evaluasi desain lebih lanjut, perlu dilakukan pengujian lanjutan terhadap reaksi tamu terhadap set minuman hangat ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arwanto, C. P. V., Nugraha, B. S., & Widiyarta, A. (2020). *Strategi City Branding Kota Surabaya Sparkling Surabaya dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*. *Perspektif*, 9(2), 322–328. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v9i2.3646>
- Banarto, K. (2020, May 26). *Era new normal: Marketing mix 4P+3P ternyata tidak cukup*. *Kompasiana*.  
[https://www.kompasiana.com/krisbanarto5251/5ecdd581d541df44780d5a72/era-new-normal-marketing-mix-4p-3p-ternyata-tidak-cukup?page=1&page\\_images=1](https://www.kompasiana.com/krisbanarto5251/5ecdd581d541df44780d5a72/era-new-normal-marketing-mix-4p-3p-ternyata-tidak-cukup?page=1&page_images=1)
- CNN Indonesia. (2023, June 12). *Sejarah singkat Candi Borobudur: Pengaruh bangunan dan arsitekturnya*. *CNN Indonesia*.  
<https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20230612143002-569-960741/sejarah-singkat-candi-borobudur-pengaruh-bangunan-dan-arsitekturnya>
- GuestPro. (2024). *Welcome drink hotel: Tradisi menyambut tamu dengan ramah*. *GuestPro*.  
<https://www.guestpro.id/welcome-drink-hotel/>
- Kemenparekraf. (2021). *Alasan Menparekraf Fokus Kembangkan 5 Destinasi Super Prioritas*. *Kemenparekraf/Baparekraf RI*. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Alasan-Menparekraf-Fokus-Kembangkan-5-Destinas-Super-Prioritas>
- Kolb, B.M. (2011). *Tourism Marketing for Cities and Towns*. Routledge. New York.
- Kompas. (2009, October 7). *Borobudur: More than just a Buddhist temple*. *Kompas*.  
<https://nasional.kompas.com/read/2009/10/07/19401294/~Travel~News>
- Kumparan. (2024). *Welcome drink: Suguhan minuman penyambut kedatangan tamu hotel pertama kali*. *Kumparan*. <https://kumparan.com/jendela-dunia/welcome-drink-suguhan-minuman-penyambut-kedatangan-tamu-hotel-pertama-kali-20sXQgCjy3a>
- Mahardika, H. S. (n.d.). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Guest House di Kota Batam (Undergraduate thesis, Universitas Putera Batam)*. Universitas Putera Batam Repository.  
<http://repository.upbatam.ac.id/514/1/cover%20s.d%20bab%20III.pdf>
- Nagaoka, M. (2016). *Historical Setting of Borobudur*. In: *Cultural Landscape Management at Borobudur*. SpringerBriefs in Archaeology, 1–12. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-42046-2\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-42046-2_1)
- Oakhouse. (2024). *Guesthouse*. *Oakhouse*.  
<https://www.oakhouse.jp/eng/sharehouse/guesthouse#letsgomodal>

Panduan Jenis-jenis dan Cara Membuat Image Board. (2023). *Academia.edu*.

[https://www.academia.edu/109220410/Panduan\\_Jenis\\_jenis\\_dan\\_Cara\\_Membuat\\_Image\\_Board](https://www.academia.edu/109220410/Panduan_Jenis_jenis_dan_Cara_Membuat_Image_Board)

Pinterest. (2023). *Restituta's Creations*. <https://id.pinterest.com/restituta2650/>

Resnawaty, R. (2016). *Strategi Community Practice Dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Share: Social Work Journal, 6(1).

<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/share.v6i1.13152>

Tran, X dan Ralston, L. 2006. “*Tourist Preference Influence of Unconscious Needs*”. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 424--441.

