

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WISATA ALAM GUNUNG SIKUNIR WONOSOBO

THE DESIGNING A PROMOTION MEDIA OF NATURE TOURISM SIKUNIR MOUNT WONOSOBO

Oleh: Dwi Putra Aji N, NIM 13206241013, Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta (email : dwiputraaji@gmail.com)

Abstrak

Tujuan dari perancangan media promosi ini adalah untuk mempromosikan daerah pariwisata Sikunir yang ada di kawasan Dieng Wonosobo. Adanya perancangan media promosi ini dapat menjadi sesuatu yang baru dan sarana untuk meningkatkan daya jual. Perancangan media promosi ini melalui beberapa tahap, yaitu: tahap pengumpulan data verbal visual dengan teknik observasi lapangan dan dokumentasi. Kemudian dianalisis datanya, baik konsep, isi, maupun media. Perancangan desain kreatif melalui empat tahapan yaitu *idea layout*, *rough layout*, *comprehensive layout*, dan *final design*. Gambar diolah menggunakan aplikasi *corel draw* dalam proses desainnya. Penyajiannya dicetak pada kertas *art paper 150 gr* sebagai hasil akhir. Konsep awal adalah menonjolkan *sunrise* Sikunir dengan fotografi. Membuat desain yang sederhana dengan bentuk vektor-vektor dalam bentuk logo dan *tagline*, menggunakan warna utama kuning, oranye, putih dan hitam yang sengaja dipilih dari bentuk *sunrise* dan puncak Sikunir. Hasil dari perancangan berupa media utama yaitu poster, media penunjang berupa spanduk, *x-banner*, peta, penunjuk arah, tiket masuk, mug, stiker dan gantungan kunci.

Kata kunci: Perancangan, Media Promosi, Wisata Alam, Gunung Sikunir Wonosobo

Abstract

The promotion of Sikunir tourism area in Dieng Wonosobo is the purposed of this promotional media design. Promotion media design can be something new and a means to increased selling power. Several stages are passed in Promotional media design, i.e. the stages of verbal and visual data collection, with field observation techniques and documentation. Data retrieval in the field is the begins process. Then the next stage concept, content, and data media are analyzed. Four stages in the design of creative design i.e. idea layout, rough layout, comprehensive layout, and final design the image is processed using CorelDRAW X7. Printed on 150 grams of art paper as the final result is the last process. The highlight Sikunir's sunrise with photography is the initial concept. Yellow, orange, white and black colors creating a simple design with vectors in the form of logo and tagline. These colors are deliberately selected from the shape of Sikunir peak sunrise. The main media is the poster, supporting media are banners, x-banners, maps, signposts, entrance tickets, mugs, stickers and keychains.

Keywords: Design, Promotion Media, Nature Tourism, Sikunir Mount Wonosobo

PENDAHULUAN

Wonosobo adalah salah satu kabupaten di Jawa Tengah dengan kondisi alam pegunungan dan berupa daerah dataran tinggi yang menjadikan daerah Wonosobo relatif dingin serta curah hujan tinggi. Dengan bentangan alam berupa pegunungan, banyak objek wisata alam yang terdapat di Wonosobo.

Gunung Sikunir atau yang umum lebih dikenal wisatawan sebagai puncak *sunrise* Sikunir merupakan salah satu objek Pariwisata dikawasan Dieng, tepatnya di Desa Sembungan, yang merupakan desa tertinggi di pulau Jawa. Objek pariwisata ini dibuka sejak tahun 2009 sebagai objek pariwisata baru didaerah Wonosobo. Gunung Sikunir memiliki potensi yang sangat bagus sebagai objek pariwisata dengan keunikan dan keindahannya.

Pembuatan media promosi visual pada lokasi pariwisata yang sudah ada masih bisa dibilang seadanya, seperti kurangnya papan informasi maupun papan-papan tanda yang memudahkan wisatawan yang berada di lokasi dan desain poster maupun tiket yang seadanya.

Sebenarnya objek pariwisata ini memiliki potensi yang sangat bagus bila media promosi visualnya dibuat dengan baik, maka dari itu penulis tertarik untuk mengangkat judul mengenai perancangan media promosi visual yang tentunya lebih menarik untuk mempromosikannya dan bisa diterapkan dengan baik pula.

Dengan diciptakannya media promosi ini diharapkan mampu menarik minat dan lebih memikat calon wisatawan gunung Sikunir.

Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu, ataupun rumah tangga (Simamora, 2003:285).

Desain Komunikasi Visual (DKV), adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain yang terdiri atas gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi dan layout (Tinarbuko, 2009:24).

Dalam desain komunikasi visual juga terdapat beberapa peraturan, semacam gramatika atau kaidah-kaidah visual untuk mencapai komposisi layout yang harmonis, empat hal yang penting dalam desain komunikasi visual, kesatuan (*unity*), irama (*rhythm*), tekanan (*emphasis*), keseimbangan (*balance*) (Supriyono, 2010:86).

Secara umum tipografi diartikan seni mencetak dengan menggunakan huruf, seni menyusun huruf dan cetakan dari huruf atau penyusunan bentuk dengan gaya-gaya huruf. Tipografi sama dengan menata huruf yang merupakan unsur penting dalam sebuah karya desain komunikasi visual untuk mendukung terciptanya kesesuaian antara konsep dan komposisi karya, ada empat kelompok huruf menurut anatominya: huruf *old style*, huruf *modern*, huruf *slab serif*, huruf *sans serif*. (Santosa, 2002 : 108).

METODE PENCIPTAAN

Penciptaan ini menggunakan teknik pengumpulan data metode observasi dan metode dokumentasi.

Dalam pengambilan data, penulis menggunakan beberapa instrumen yang dibutuhkan, data verbal dan data visual diambil menggunakan kamera, sedangkan untuk mengolahnya menggunakan program *corelDRAW* untuk proses pembuatannya di komputer.

Analisis data yang digunakan dalam perancangan media ini adalah analisis *Marketing Mix-7p*. Salah satu strategi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran perusahaan adalah *marketing mix strategy* yang didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong (1997) yang menyatakan bahwa "*marketing mix as the set of controllable marketing variables that the firm bleads to produce the response it wants in the target market*".

Bauran pemasaran merupakan variable-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasarsasaran. Dan untuk usaha jasa terdapat 7 unsur marketing mix (*Marketing Mix-7p*) yaitu: *Product*, *Price*, *Promotion*, *Place*, *Partisipant*, *Procces*, dan *Physical Evidence*.

a) *Product*

Produk yang terdapat pada objek pariwisata Sikunir ini adalah wisata alam, wisata yang menawarkan keindahan alam dan *golden sunrise* sebagai produk utamanya.

b) *Price*

Harga bisa dikatakan mahal, murah atau biasa-biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatar belakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisinya. Sebagai tolak ukur adalah harga masuk tempat wisata lain di area Dieng adalah Rp.15.000,- untuk satu orang, dan objek wisata Sikunir juga menerapkan tarif yang sama sehingga pengunjung tidak terlalu membandingkan harga satu lokasi dengan lokasi yang lain.

c) *Promotion*

Bentuk promosi yang sudah ada di objek wisata Sikunir adalah promosi dari mulut ke mulut, melalui medsos dan belum memiliki bentuk media promosi yang bisa mempromosikan Sikunir secara luas.

d) *Place*

Sikunir merupakan objek wisata yang strategis, lokasinya bisa ditempuh dari arah kabupaten Wonosobo maupun Kabupaten Banjarnegara, paket perjalanan wisata juga biasa mensertakan wisata Sikunir sebagai tujuan pertama sebelum ke objek wisata yang lain seperti candi Dieng dan kawah Sikidang. Berbagai cara orang untuk mengetahui informasi tentang objek pariwisata sikunir. Sesungguhnya objek wisata Sikunir ini sudah dimasukkan ke halaman di situs milik DISPARBUD kabupaten Wonosobo, tetapi sepengetahuan dan observasi dari penulis, situs milik pemerintah ini juga masih dalam tahap dibangun. Jadi untuk saat ini, informasi yang ada hanya melalui media sosial maupun bertanya ke teman yang pernah kesana.

e) *Partisipant/People*

Faktor SDM sangat mempengaruhi bagaimana sebuah objek pariwisata bisa maju dan

berkembang. Untuk objek pariwisata sikunir, pengelolanya merupakan warga sekitar dan perkumpulan masyarakat yang sudah tergabung dalam Lembaga Masyarakat Hutan Giri Tirta.

f) *Procces*

Pelayanan yang diberikan termasuk fasilitas umum pada lokasi wisata, seperti kamar mandi, tempat ibadah, parkir, jasa *guide*, dan *rest area*.

g) *Physical Evidence*

Wisata sikunir dikemas dengan bentuk *adventure*, jadi wisatawan diharuskan untuk melakukan perjuangan agar sampai ke puncak dengan tepat waktu sehingga bisa melihat *sunrise* dengan sempurna. Ketika wisatawan tidak kuat, berhenti dijalan, atau turun kembali ke rest area maka mereka tidak akan melihat bagaimana indahnya *sunrise* Sikunir

Perencanaan Media

Strategi media agar mencapai keberhasilan dalam perancangan media promosi wisata gunung Sikunir , dengan target *Audience* dari wisata adalah remaja sampai dewasa, laki-laki dan perempuan penggemar kegiatan *outdoor* dan wisata alam, dan orang-orang yang menyukai tantangan dan para penggiat alam. Cakupan penyebaran media promosi seluruh Indonesia

PEMBAHASAN KARYA

Konsep Perancangan

Konsep perancangan merupakan hal sangat diperlukan untuk menciptakan desain yang berkesan inovatif, kreatif dan mampu menjadi media yang mempromosikan keindahan objek pariwisata gunung Sikunir ini dengan tepat. Adapun konsep perancangan media adalah

menampilkan sesuatu yang menjadi daya tarik utama mengapa wisatawan harus datang ke objek pariwisata ini menggunakan foto dan gambar sebagai media promosinya.

Langkah pertama yang dilakukan dalam tahapan perancangan konsep ini adalah menentukan dahulu pendekatan desain apa yang akan diambil. Dalam perancangan konsep ini penulis memilih untuk membuat desain yang sederhana dengan membuat bentuk dengan vektor-vektor, menggunakan warna utama kuning, oranye, putih dan hitam yang sengaja dipilih dari mengambil bentuk *sunrise* puncak Sikunir agar mendukung dari tema pariwisatanya. Bahasa yang dipilih adalah bahasa formal yang mudah dipahami semua kalangan, dengan targetan utama perancangan media ini adalah kalangan remaja hingga dewasa.

Berdasarkan konsep perancangan tersebut maka dibuat media promosi diantaranya logo, media utama poster Media , media penunjang Spanduk, *X-banner*, Peta, Tiket, *Sign system*, *Merchandise* (mug, stiker, gantungan kunci). Logo ini nantinya akan dibuat menjadi identitas dan akan diaplikasikan di berbagai media yang ada, baik media utama maupun media pendukung.

Logo



Logo Sikunir yang telah dirancang merupakan jenis logo dengan dua warna, logo

dengan warna putih serta dipadukan dengan objek bulat berwarna oranye. ketika penggunaanya pada media-media promosi, logo bisa menjadi warna hitam, putih dan oranye, tergantung warna dominan pada media promosinya, jadi ketika media promosi menggunakan warna terang, maka warna logo akan diganti hitam, begitu pula sebaliknya. Secara visual pada logo tersebut terdapat bentuk gunung, matahari, dan persegi enam yang tidak simetris.

Warna yang digunakan dalam perancangan logo Sikunir ini ada tiga, yaitu warna oranye yang melambangkan kehangatan dan keseimbangan. Warna hitam yang melambangkan kemewahan, misteri dan keagungan. Warna putih yang melambangkan kesucian, murni dan netral.

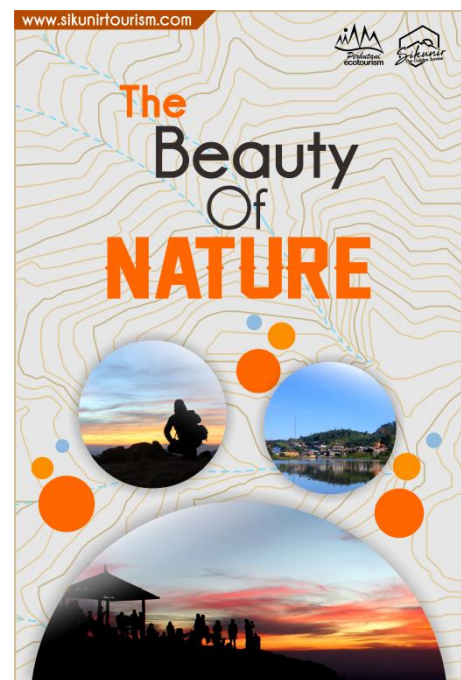
Visualisasi Desain

Poster 1



Menampilkan tipografi sebagai headline dengan logo Sikunir transparan dibagian belakangnya, tipografi dibuat sederhana dengan tujuan menonjolkan foto Sikunir sebagai objek utamanya. background menggunakan foto Puncak Sikunir dengan warna hitam dan oranye yang dominan. Closing word diberi informasi mengenai website, media sosial, dan nomor telepon yang dapat dihubungi.

Poster 2



Desain poster 2 ini lebih menonjolkan permainan bentuk-bentuk *font* daripada fotografinya. Background pada poster menggunakan peta topografi Sikunir yang sudah diubah sedemikian rupa, *teksture* dari peta yang merupakan kontur ketinggian lahan ini memberikan kesan natural dan alami. Didalam poster diberi tiga foto yang memperlihatkan kekayaan alam Sikunir dan untuk penyeimbang diberi bentuk lingkaran yang warna sebagai pengisi kekosongan *Layout*.

Spanduk



Spanduk yang nantinya akan dipasang di Gapura pintu masuk loket wisata Sikunir Sekaligus kawasan desa Sembungan. Menggunakan Visualisasi yang simpel dan sederhana, ilustrasi foto menggunakan foto yang

sama dengan foto pada poster 1, hal ini dimaksudkan agar ada eserasian dan menjadi satu tema yang sama.

X-Banner



Pemilihan background menggunakan model seseorang yang sedang mengabadikan pemandangan puncak Sikunir dengan latar warna *sunrise* dan objek model siluet, ini dimaksudkan untuk menonjolkan objek pemandangan. Menggunakan kalimat subheadline yang membuat ilustrasi pada gambar lebih kuat.

Peta



Peta kawasan wisata dibuat menggunakan peta dasar dari BNPB dengan skala 1:25.000 yang telah diubah sesuai kebutuhan. Peta dengan kontur dipilih karena selain sebagai memperjelas bentuk wilayah yang dilewati, juga sebagai pengisi untuk background. Judul peta diletakkan di atas sebelah kanan yang nantinya akan menjadi cover dan dilipat supaya lebih fleksibel dan sederhana. Jalur utama menggunakan garis merah kuat dan tebal dengan petunjuk titik *start* dan titik *finish*, pada titik start diberi caption foto tugu Dieng sebagai tempat mereka memulai perjalanan ke lokasi wisata Sikunir. Untuk kawasan Sikunir diberi lingkaran untuk menandai bahwa pengunjung sudah memasuki kawasan wisata gunung Sikunir. Dibagian Bawah diberi kolom untuk legenda peta sebagai memperjelas simbol-simbol yang terdapat pada peta.

Tiket



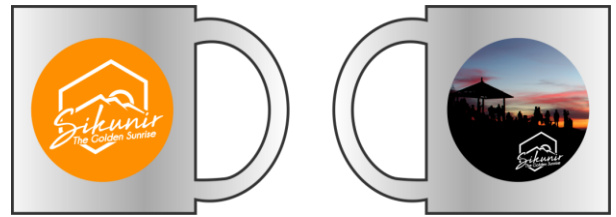
Desain visual tiket masuk wisata Sikunir dirancang supaya masih satu tema dengan desain-desain yang lain. Menggunakan foto gardu pandang puncak Sikunir sebagai objek utamanya, tipografi Sikunir terletak ditengah tiket, sisi kanan tiket dapat disobek untuk pengecekan di pintu masuk, menggunakan pola peta topografi seperti pada desain poster. Setiap tiket juga diberi nomer sebagai tanda berapa pengunjung yang masuk.

Sign System



Jenis ilustrasi menggunakan model vektor seperti rambu-rambu jalan pada umumnya, menggunakan bentuk segi enam yang disamakan dengan bentuk logo Sikunir dengan warna hitam ditambah kontras oranye serta font menggunakan warna putih. Dibawahnya dipasang rambu-rambu dengan ikon fasilitas yang tersedia di objek pariwisata Sikunir sebagai promosi.

Mug



Mug menggunakan desain logo dengan warna oranye dan putih dan sisi lainnya menggunakan foto yang dimasukkan pada bentuk lingkaran sebagai bingkainya.

Gantungan Kunci



Desain logo dan desain gambar pada mug digunakan juga pada pin dan stiker.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil perancangan media promosi wisata gunung Sikunir yang telah di buat maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Konsep perancangan media promosi ini adalah membuat logo yang sederhana dengan bentuk vektor-vektor, menggunakan warna kuning, oranye, putih dan hitam. Pilihan warna diambil dari warna *sunrise* puncak Sikunir.
2. Identitas perancangan media promosi berupa logo Sikunir. Bentuk dasar logo segi enam yang dikombinasikan dengan tipografi kata Sikunir.
3. Hasil perancangan media promosi ini berupa: (1)logo, (2)poster, sebagai media utama dengan ukuran A3, (3)beberapa media penunjang seperti banner, spanduk, *x-banner*, *sign system*, peta, tiket, dan *merchandise*.

Saran

1. Bagi mahasiswa Seni Rupa

Dalam pembuatan media promosi hendaknya memanfaatkan unsur unsur seni rupa yang sederhana, sehingga apa yang akan ditonjokkan dalam pembuatan media promosi bias lebih mengena dan dikenal masyarakat umum.

2. Bagi Dinas Pariwisata daerah Dieng, Jawa Tengah

Dalam melakukan promosi hendaknya dapat memanfaatkan media-media promosi yang lebih bervariasi, sehingga promosi menjadi lebih maksimal dan masyarakat dapat lebih mengenalnya.

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak pengelola wisata gunung Sikuir, desa Sembungan Dieng Wonosobo, dan kepada bapak Zulfi Hendri, S.Pd., M.Sn. selaku dosen Pembimbing serta semua orang yang telah membantu dalam pembuatannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G. & Kotler. P. 1997. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Cetakan pertama. Jakarta: Erlangga.
- Santosa, Sigit. 2002. *Advertising Guide Book*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyono, R. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.