

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WISATA UNGGULAN KABUPATEN KARANGANYAR

DESIGNING MEDIA TO PROMOTE THE FEATURED TOURIST ATTRACTION OF KARANGANYAR REGENCY

Oleh: Arvina Alfajri, NIM 11206241029, Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni UNY, arvinuny@gmail.com

Abstrak

Perancangan media promosi Wisata Unggulan Kabupaten Karanganyar bertujuan untuk membuat konsep perancangan dan visualisasi perancangan media utama serta media pendukung. Pendekatan *cartoon* dan *flat design* digunakan dalam perancangan maskot dan ilustrasi. Konsep yang digunakan dalam perancang ini adalah *flat lay photography* dan *story telling*, sebagai media informasi serta promosi potensi wisata unggulan Kabupaten Karanganyar yang komunikatif, kreatif, artistik dan efektif, Sehingga bisa menarik wisatawan dan memberikan informasi dengan jelas tentang potensi wisata yang ada. Proses perancangan media promosi melalui tahapan-tahapan, pengumpulan data, analisis data dengan SWOT (*strengths, weakness, opportunities, threats*) dan kesimpulan *final design*. Metode visualisasi desain mengacu pada kreatifitas dan inovasi melalui tahapan proses membuat *idea layout, rough layout, comprehensive layout* dan *complete layout*. Hasil dari perancangan Penyusunan karya menggunakan konsep *flat lay photography* dan konsep *story telling*. Ilustrasi fotografi yang dikomposisikan dengan maskot, *tagline*, ilustrasi dengan pendekatan *cartoon* dan *flat design*. Penggunaan warna yang cerah menimbulkan efek visual yang menarik dengan dasar perancangan yang sederhana. Digunakan dua jenis huruf yaitu *kaushan script* dan *brsustroke plain*. Instrumen yang dipakai adalah perangkat komputer dan manual. Visualisasi karya di aplikasikan ke dalam media promosi utama yaitu baliho dan media pendukung yaitu umbul-umbul, buku panduan wisata, *leaflet* dan souvenir (pin, mug, *t-shirt*, botol *tumbler*, dan kalender).

Kata kunci: *media, promosi, wisata Karanganyar, flat lay photography*

By: Arvina Alfajri, NIM 11206241011, Fine Art Education Program, Faculty of Language and Art In Yogyakarta State University, arvinuny@gmail.com

Abstract

Designing media to promote the featured tourist attraction in Karanganyar regency aims to produce the design and visualisation's concepts of the main and supporting media. In this case, cartoon and flat design approaches is used to design mascot and illustration. The concept used in the design is flat lay photography and story telling, in which it is as media information and the promotion for the featured tourist attraction in Karanganyar regency which is communicative, creative, artistic, and effective so that it can attract the tourists to visit Karanganyar and the design also can give brief information about what the potency of the tourist attractions has. The process on designing media for promotion is using some steps, collecting the data, analysing the data by using SWOT (strengths, weakness, opportunities, threats), and establishing final design conclusion. The design of visualisation method points on the creativity and the innovation that is through some processes in establishing idea layout, rough layout, comprehensive layout, and complete layout. The result of the design of the arranged-work used flat lay photography and story telling concepts. The photography illustration which was composed, mascot, tagline, and illustration was using cartoon and flat design approaches. In additional, the use of bright colours caused some interesting visual effects with the simple basic of the design. It also used two types of fonts kaushan script and brsustroke plain. In making the design, the tools applied were computers and manual. Then, work visualisation was applied in the main media for promotion baliho and supporting media umbul-umbul, tourism guidance books, leaflet, and souvenir (pin, mug, t-shirt, tumbler bottle, and calendar).

Keywords: *media, promotion, Karanganyar tourism, flat lay photography.*

PENDAHULUAN

Kabupaten Karanganyar merupakan kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki banyak objek wisata dan sedang berkembang. Kabupaten Karanganyar merupakan Kabupaten yang bersebelahan dengan Provinsi Jawa Timur, tepatnya berbatasan dengan Kabupaten Magetan. Wilayah Kabupaten Karanganyar sebagian besar merupakan daerah pegunungan yang terletak di lereng Gunung Lawu sebelah barat. Kabupaten Karanganyar memiliki dua jenis wisata berdasarkan pengembangannya yaitu: wisata unggulan dan wisata alternatif. Wisata unggulan Kabupaten Karanganyar sebagai berikut: Candi Cetho, Candi Sukuh, Air Terjun *Grojogan Sewu*, Air Terjun Jumog, TAHURA, Sekipan *Camp*, dan Kebun Teh. Berdasarkan data pengunjung Tahun 2015 Jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata meningkat. Namun dalam pengembangan promosi wisata melalui berbagai media khususnya media outdoor masih kurang. Hal ini terlihat dari sedikitnya baliho promosi wisata yang tersebar di daerah Kabupaten Karanganyar dan sekitarnya. Sehingga banyak wisatawan belum mengetahui bahwa Kabupaten Karanganyar memiliki tempat wisata yang menarik. Wisatawan juga kesulitan mendapatkan informasi akses menuju objek wisata. Karena kurangnya media pendukung yang memuat informasi trayek menuju objek wisata.

Dari latar belakang masalah di atas muncul pertanyaan bagaimana perancangan sebuah konsep dan visualisasi media utama baliho, buku panduan dan media pendukung melalui pendekatan *cartoon* dan *flat* desain dengan konsep *flat lay photography*.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis bertujuan merancang sebuah konsep dan visualisasi baliho, buku panduan dan media pendukung lainnya melalui pendekatan *cartoon* dan *flat* desain dengan konsep *flat lay photography*.

Kegunaan penelitian ini adalah dapat memberikan sumbangan pengetahuan tentang desain komunikasi visual, khususnya pada media *outdoor* berupa baliho.

Media adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik menggunakan berbagai unsur grafis seperti teks atau gambar/foto (Pujriyanto, 2005: 15). Media lini bawah merupakan kegiatan periklanan menggunakan media massa cetak, berupa poster, buku, katalog, *leaflet*, *booklet* dan *merchandise* seperti payung, mug, kaos, pin, dompet, gantungan kunci, kalender, tas (Sumbo Tinarbuko, 2009: 29).

Menurut (Kusrianto, 2007: 330), Baliho adalah Media promosi *outdoor* yang berukuran besar dan biasanya di tempatkan di pusat keramaian kota. Agar target sasaran lebih banyak yang melihat pada saat perjalanan walaupun dia sibuk. Keuntungan menggunakan baliho adalah pembiayaan relatif murah karena berlaku selama 1 tahun untuk sekali kontrak/pembayaran. Penempatan baliho relatif fleksibel dengan ukuran besar dan pencahayaan sempurna memiliki daya jangkau secara terus-menerus bagi pengguna jalan yang melewatinya sehingga menarik setiap pengguna jalan.

Buku panduan adalah buku yang memuat informasi secara detail lokasi geografis, tujuan lokasi sehingga yang membacanya lebih memahami hal tersebut (Kamus Besar Bahasa

Indonesia, 2011: 113). Penulis menggunakan konsep *story telling* dalam penulisan informasi di buku ini. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2011), *Story telling* merupakan cerita, kisah, dongeng, sebuah tutur yang melukiskan suatu proses terjadinya peristiwa secara panjang lebar, karangan yang menyajikan jalannya kejadian-kejadian, lakon yang diwujudkan dalam pertunjukan (tentang drama, film, dan sebagainya).

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri atas gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi dan layout. Semua itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio dan atau audio visual kepada target sasaran yang dituju (Sumbo Tinarbuko, 2009: 24). Dalam perancangan desain promosi ini menggunakan strategi kreatif dalam bentuk maskot, *tagline* dan ilustrasi sebagai logo *branding*. Berikut kriteria logo yang baik menurut Gregory Thomas (2001), *visibility, applicable, distinctiveness, simplicity, retention, descriptiveness, timeless, modularity, Equity*. Dalam pembuatan desain yang harmonis, menarik, komunikatif melalui empat tahap yaitu *idea layout, rough layout, comprehensive layout* dan *final layout*.

Maskot merupakan tokoh representatif, produk simbolistik dan alat untuk berkomunikasi yang digunakan sebagai alat mencitrakan dan sosialisasi seseorang atau identitas kota atau produk atau organisasi atau *event* tertentu. Maskot sejatinya dirancang sebagai alat kampanye dan *merchandising* berdasarkan

Perancangan media promosi.... (Arvina Alfajri) 3 informasi yang muncul melalui karakter yang imajinatif dan merupakan representasi produk yang diwakilinya (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2011: 563). Dalam perancangan maskot ini menggunakan pendekatan *cartoon*. *Cartoon* adalah sebuah gambar yang bersifat representasi atau simbolik (Setiawan, 2002: 34).

Tagline merupakan suatu ungkapan pendek berisi pesan yang padat dan mudah diingat. *Tagline* ini bisa disamakan dengan slogan atau jargon dalam iklan (Nuradi dkk, 1996: 56). Penggunaan *tagline* ini adalah untuk memperkuat kemampuan iklan dalam mengeksekusi (mencapai sasarannya) yaitu mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk yang di iklankan. Sedangkan ilustrasi objek wisata menggunakan pendekatan *flat design* yang mengusung bentuk simpel dengan membuang segala bentuk *effect* gradasi, bayangan, *glossy* dan lain-lain. Konsep *Flat design* bukan berarti tanpa efek sama sekali (sumber. www.hmva-ui.com diakses 2 februari 2016).

Penulis menggunakan konsep *flat lay photography* sebagai konsep visualisasi baliho dan buku panduan wisata. *Flat lay photography* merupakan konsep foto dengan menata beberapa objek di atas permukaan datar. Penataan disini bisa bebas atau teratur yang mengedepankan nilai keindahan. Permukaan datar yang biasa digunakan adalah permukaan yang mempunyai warna ataupun bertekstur seperti kayu, menyesuaikan objek dan tema (sumber. www.gertrudeanduvy.com diakses 2 februari 2016).

METODE PENCIPTAAN

Langkah perancangan lebih mengacu pada kreatifitas dan kemampuan menyajikan gagasan baru dan inovatif, terhadap data yang telah diperoleh di lapangan, setelah data dari lapangan terkumpul dan siap untuk diolah, sehingga langkah selanjutnya adalah:

- a) Melakukan studi bentuk dan pengkajian data atau disebut juga *idea layout* (layout gagasan), terkait dengan perancangan media desain dan media yang akan digunakan.
- b) Membuat sketsa awal atau *rough layout*.
- c) Memilih *rough layout* yang kemudian dibuat *comprehensive layout*.
- d) Penyempurnaan *comprehensive layout* untuk dijadikan *final design* dalam bentuk jadi sehingga dapat dilihat dan dipahami secara jelas.

STRATEGI KREATIF

Strategi kreatif adalah memfokuskan apa yang harus dikomunikasikan kepada *audience* atau penerima pesan. Strategi kreatif media promosi alam Kabupaten Karanganyar ini menggunakan pendekatan *cartoon* dalam pembuatan maskot dan menggunakan pendekatan *flat design* dalam pembuatan ilustrasi objek wisata. Penulis juga membuat *tagline* “wisata Karanganyar mempesona” sebagai identitas agar mudah diingat oleh target *audiens*. Target *audiens* adalah anak-anak sampai orang dewasa. Konsep *flat lay photography* digunakan dalam visualisasi ke dalam baliho, buku panduan wisata dan media pendukung. Penyajian informasi dalam buku panduan wisata menggunakan konsep *story telling*.

Ide Penciptaan

Ide penciptaan baliho dan buku panduan wisata dengan konsep *flat lay photography* ini berawal dari sedang populernya *flat lay photography* di masyarakat saat ini. Sehingga penulis mencoba mengaplikasikan konsep *flat lay photography* ke sebuah baliho sebagai media promosi dan informasi. *Flat lay photograpy* merupakan sebuah gaya dalam fotografi yang dimana objek yang akan di foto diletakan diatas permukaan datar dan sudut pengambilan gambar dari *high angel*.

KONSEP PENCIPTAAN

Konsep perancangan sangat diperlukan untuk menciptakan desain yang berkesan inovatif, kreatif, informatif dan mampu menjadi citra serta menjadi media yang mampu mempromosikan objek wisata unggulan Kabupaten Karanganyar. Adapun konsep perancangan media promosi objek wisata Alam Kabupaten Karanganyar ini adalah kesederhanaan. Penulis secara umum menampilkan pemandangan objek-objek wisata yang ada di objek wisata Alam Kabupaten Karanganyar dalam bentuk gambar/foto kedalam media promosi. Melalui pendekatan *cartoon* dalam pembuatan maskot, pembuatan *tag line* dan pembuatan ilustrasi menggunakan pendekatan *flat design*. Bertujuan sebagai identitas yang dapat di aplikasikan ke dalam baliho, buku panduan dan media pendukung lainnya. Bahasa yang digunakan dalam baliho, buku panduan wisata dan media pendukung lainnya adalah bahasa formal supaya mudah dipahami target *audiens*.

VISUALISASI KARYA

Dalam visualisasi karya, penulis mengawali dengan membuat desain maskot melalui pendekatan *cartoon*. Membuat desain *tagline* dan membuat ilustrasi objek wisata melalui pendekatan *flat design*.

1. Maskot

Penulis memilih Patung Semar yang terletak di Jl. Karangpandan-Tawangmangu menjadi inspirasi perancangan maskot wisata. Karena patung semar ini menjadi *center of interest* wisatawan yang melewatinya. Dalam perancangan maskot ini melalui empat proses yaitu *layout idea*, *rough layout*, *comprehensive layout* dan *complete layout*. Berikut hasil dari proses pembuatan maskot Semar sebagai identitas wisata Kabupaten Karanganyar.



Gambar 1. Maskot Semar
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dalam pengembangan maskot, ditambahkan kamera yang di kalungkan di leher, artinya Setiap objek wisata bagus untuk di abadikan. Posisi tangan kanan diangkat bermakna menyambut wisatawan kemudian tangan kiri turun. Posisi kaki kiri diangkat melambangkan *mobilitas* artinya Kabupaten

Karanganyar memiliki banyak objek wisata yang bagus untuk dikunjungi, ekspresi muka tersenyum melambangkan keceriaan dari wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Kabupaten Karanganyar. Warna yang digunakan dalam maskot ini adalah merah (C: 0, M:55, Y: 55, K: 42) keceriaan, Kuning (C: 0, M: 20, Y: 85, K: 2) bermakna harapan, nila (C: 0, M: 10, Y: 41, K: 3) bermakna keseimbangan dan hitam (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 100) bermakna kekuatan.

2. Tagline

Dalam perancangan media promosi ini *tagline* sebagai pendukung promosi dan mempresentasikan pesan dari objek wisata Alam Kabupaten Karanganyar. *Tagline* yang dibuat nantinya akan diaplikasikan ke media-media promosi yang dibuat sebagai sebuah pesan dan identitas. Setelah melakukan pemilihan kalimat apa, yang dapat menjadi identitas dan memuat pesan yang dapat menggambarkan pesan kepada audiens, dipilihlah kalimat “Wisata Karanganyar Mempesona”. Makna dari kalimat ini adalah penulis ingin menyampaikan pesan dan menggambarkan wisata Kabupaten Karanganyar indah dan beragam yang terdiri dari wisata religi, alam, buatan dan budaya. Dalam perancangan *tagline* ini melalui empat proses yaitu *layout idea*, *rough layout*, *comprehensive layout* dan *complete layout*. Berikut hasil dari proses pembuatan *tagline* sebagai identitas wisata Kabupaten Karanganyar.



Gambar 2. Tagline Wisata Karanganyar
(sumber: Dokumentasi pribadi)

Dalam *tagline* ini menggunakan dua jenis huruf yang berbeda. Untuk kalimat “wisata Karanganyar” dengan “g” lebih besar dari ukuran normal sehingga tampak menonjol. Berfungsi untuk menunjukkan lokasi. Warna tulisan menggunakan warna merah (C: 0, M: 76, Y: 76, K: 17) dan hitam untuk melambungkan keceriaan dan kekuatan pesona wisata alam Kabupaten Karanganyar sedangkan jenis huruf yang dipilih merupakan jenis huruf *Script* yaitu *kaushan* karena lebih luwes, santai dan kuat. Hal ini untuk memunculkan kesan keakraban, kehangatan, keseriusan dan jiwa sosial. Untuk kata “mempesona” menggunakan jenis huruf *Brushstroke Plain* merupakan pengembangan jenis huruf *script* ini menyerupai goresan kuas dan terlihat artistik. Cocok diterapkan untuk kata “mempesona”. Karena dapat menjadi *center point* meski ukuran hurufnya lebih kecil dibanding kalimat “wisata Karanganyar”.

3. Ilustrasi Objek Wisata

Dalam perancangan ilustrasi tujuh obyek wisata unggulan Kabupaten Karanganyar penulis menggunakan pendekatan *flat design*, ciri khusus dari *flat design* penggunaan bentuk sederhana dan warna yang tidak banyak. Selain itu tidak menggunakan efek *shadow* melainkan menggunakan gradasi warna. Gradasi perubahan warna tidak *soft*, tetapi secara tegas. Dalam perancangan ilustrasi ini melalui empat proses yaitu *layout idea*, *rough layout*, *comprehensive layout* dan *complete layout*. Berikut hasil dari proses pembuatan ilustrasi sebagai identitas wisata Kabupaten Karanganyar.



Gambar 3. Ilustrasi objek wisata Karanganyar (sumber: Dokumentasi pribadi)

Dalam perancangan ilustrasi tujuh objek wisata unggulan menggunakan *software corel draw x4* dengan format *vector*. Langkah awal membuat beberapa sketsa, terpilihlah satu sketsa. Dari sketsa terpilih, di lakukan proses input ke aplikasi *corel draw x4* dengan cara di *scanner* menggunakan *HP DeskJet Ink Advantage 2135*. Langkah selanjutnya pembuatan setiap objek yang ada dalam sketsa dengan menimpa garis sketsa yang telah dimasukan ke dalam *corel draw x4*. Setelah proses menimpa garis membentuk objek selesai, barulah proses pewarnaan.

Perancangan ilustrasi di atas menggunakan konsep *flat design* sehingga terlihat 2D. Sifat *flat design* adalah *simple* dengan perpaduan warna yang sedikit dan fresh. Terlihat dari gambar ilustrasi diatas warna yang digunakan adalah warna merah, kuning, biru, hijau dan coklat. Penggunaan enam warna ini mencerminkan keceriaan, kreatifitas dan kekuatan. Tujuan ilustrasi obyek wisata menggunakan konsep *flat design* ini untuk diterapkan pada media utama dan media pendukung.

PEMBAHASAN MEDIA

1. Baliho

Media utama dalam promosi wisata unggulan Kabupaten Karanganyar adalah Baliho.

Perancangan media promosi.... (Arvina Alfajri) 7
sebagai media utama promosi wisata unggulan
Kabupaten Karanganyar.

Pemilihan media utama dalam bentuk baliho karena baliho mempunyai banyak keunggulan. Keunggulan baliho memerlukan pembiayaan yang relatif murah karena berlaku selama 1 tahun untuk sekali kontrak/pembayaran. Penjadwalan *Fleksibel* artinya penjadwalan / penempatan media luar ruang relatif *fleksibel* karena dapat ditempatkan pada lokasi-lokasi yang dianggap paling tepat untuk suatu produk yang akan diiklankan. Mengingat produk secara terus-menerus, baliho yang dipasang pada lokasi-lokasi strategis seperti perempatan jalan memiliki terpaan *audiens* secara terus menerus bagi pengguna jalan yang melewatinya. Dengan ukuran yang besar dan pencahayaan yang sempurna baliho bahkan dapat menarik setiap pengguna jalan. Sehingga mampu mempengaruhi langsung dan membuat penasaran audiens akan pesan yang termuat di dalamnya.

Dalam perancangan baliho dibutuhkan potensi kreatif, artinya baliho memiliki fleksibilitas pengembangan kreatifitas sesuai dengan kemampuan praktisi-praktisi kreatif. Dalam perancangan baliho promosi wisata unggulan Kabupaten Karanganyar, potensi kreatif menggunakan pendekatan desain konsep *flat lay photography*. Konsep *flat lay photography* menjadi inspirasi dalam pengembangan desain baliho ini karena desainnya *simple*. Hal demikian menjadi jawaban dari kelemahan baliho yaitu pesan terbatas. Dalam visualisasi baliho ini melalui empat proses yaitu *layout idea*, *rough layout*, *comprehensive layout* dan *complete layout*. Berikut hasil dari proses visualisasi baliho



Gambar 4. Desain baliho utama
(sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 5. Desain baliho pendukung
(sumber: Dokumentasi pribadi)

Dalam visualisasi baliho terpilih dua desain baliho, terdiri dari baliho utama *landscape* berukuran 8 x 5 meter dan baliho pendukung *portrait* berukuran 5 x 3 meter. Bahan dari baliho ini adalah MMT cetak *full colour*. Dengan *headline* Wisata Karanganyar Mempesona dan *Subheadline* #AyoPiknikLik. *Body copy* berisi “Ayo berlibur ke objek wisata Karanganyar. Kota dengan keindahan alam yang mempesona, bersejarah dan penuh hal baru. Siap menjadi tempat berlibur dan bersantai bersama keluarga, sahabat, teman dan orang tersayang. *Signature* terdiri dari logo Pemerintah Kabupaten Karanganyar, *Visit* Jateng 2016, *Visit Indonesia*. Desain baliho mencakup *tagline*, maskot, ilustrasi objek wisata kalimat persuasive untuk berlibur ke objek wisata Kabupaten

Karanganyar dan beberapa media informasi untuk wisatawan seperti buku panduan wisata serta brosur Pemilihan *background* kayu berwarna coklat sesuai dengan pengertian konsep *flat lay photography*, penataan objek diletakkan di atas permukaan datar berwarna solid atau berteksture. Terdapat beberapa benda berhubungan dengan kegiatan berwisata seperti kamera, kompas, kunci kendaraan dan beberapa foto objek wisata dimasukkan ke dalam *layout flat lay photography*. Baliho ini nantinya akan dipasang di empat penjuru jalan masuk Kabupaten Karanganyar. *Traffic light* jalan utama dalam kota Karanganyar seperti persimpangan jalan utama dekat Kantor Satlantas Karanganyar, persimpangan jalan utama dekat Terminal Tegalgede dan persimpangan jalan dekat Pasar Karangpandan. Pertimbangan pemilihan tempat ini berdasarkan banyaknya kendaraan yang melewati jalan utama setiap harinya, sehingga peluang keterbacaan baliho semakin besar.

2. Umbul-umbul

Penulis menggunakan media umbul-umbul untuk memperkenalkan objek wisata dan menandai lokasi wisata. Dalam visualisasi umbul-umbul ini melalui empat proses yaitu *layout idea*, *rough layout*, *comprehensive layout* dan *complete layout*. Berikut hasil dari proses visualisasi umbul-umbul sebagai media pendukung promosi wisata unggulan Kabupaten Karanganyar.



Gambar 6. Desain umbul-umbul
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dalam visualisasi umbul-umbul ini berbentuk *portrait* dengan ukuran 50cm x 3 meter. Bahan umbul-umbul ini adalah kain satin,. Teknik cetak *full colour* menggunakan sablon manual dan *digital printing*. Ilustrasi yang digunakan dalam desain ini adalah ilustrasi fotografi menampilkan foto kombinasi objek wisata Karanganyar, *tag line* dan maskot wisata Kabupaten Karanganyar. *Tag line* dibuat besar yang menandakan *center point* dari media umbul-umbul.

3. Pin

Desain pin pada media promosi ini sangat sederhana, ada dua desain yang digunakan dalam gambar ilustrasi pada desain pin ini yaitu desain yang pertama hanya menampilkan ilustrasi logo dan yang kedua menggunakan *tagline*. Sebagai media promosi penunjang pin dibuat dengan dua desain yaitu *layout tagline* di atas dan *layout tagline* disamping maskot. Pin akan diperjual belikan dengan kisaran harga Rp 2.500 perbuah. Dalam visualisasi pin ini melalui empat proses yaitu *layout idea*, *rough layout*, *comprehensive layout*

dan *complete layout*. Berikut hasil dari proses visualisasi pin sebagai media pendukung promosi wisata unggulan Kabupaten Karanganyar.



Gambar 7. Visualisasi pin
(sumber: Dokumentasi pribadi)

Dalam pemilihan visualisasi desain pin ini terdiri dari dua desain berbentuk lingkaran dengan ukuran 5cm x 5cm. Bahan pin adalah alumunium dengan teknik cetak *digital* dan *finishing* laminasi *doff*. Ilustrasi *layout* yang digunakan dalam desain pin ini ada dua, yang pertama desain maskot wisata Karanganyar mempesona “semar piknik” dengan komposisi *layout* 75% dan *headline* 25% . Desain pin kedua komposisi *layout* 50% desain maskot berbanding 50% desain *headline*. Warna dalam desain pin ini adalah *full colour* dengan *background* berwarna kuning (C=0, M=0, Y=100, K=0) dan (C=0, M=0, Y=47, K=0).

4. Kalender

Kalender dalam media promosi ini akan digunakan sebagai cendera mata atau souvenir bagi wisatawan, dengan kisaran harga Rp 15.000 per buah. Dalam visualisasi kalender ini malalui empat proses yaitu *layout idea*, *rough layout*, *comprehensive layout* dan *complete layout*. Berikut hasil dari proses visualisasi kalender sebagai media pendukung promosi wisata unggulan Kabupaten Karanganyar.



Gambar 8. Visualisasi kalender
(sumber: Dokumentasi pribadi)

Dalam visualisasi desain kalender ini berukuran A5 dengan bahan kertas ivory 230 gram. Teknik cetak menggunakan *digital printing* dan finishing laminasi *doff* pada cover kalender. kalender meja ini terdiri dari 13 lembar halaman dua muka, di cetak *full colour* dengan pengait *spiral* untuk menyatukan 13 lembar halaman. Penulis menggunakan ilustrasi objek wisata Kabupaten Karanganyar di sisi kanan. Tulisan nama bulan di pojok kiri atas berdekatan dengan maskot. Untuk hari dan tanggal di letakkan di bawah tulisan bulan dengan ukuran huruf 16 pt. Warna huruf hitam dengan jenis huruf *Times new roman*. Bagian belakang kalender berisikan foto objek wisata Kabupaten Karanganyar.

5. Mug

Penulis menggunakan mug sebagai media pendukung promosi wisata Kabupaten Karanganyar yang diperjual belikan dengan kisaran harga Rp 20.000 per buah. Dalam visualisasi mug ini malalui empat proses yaitu *layout idea*, *rough layout*, *comprehensive layout* dan *complete layout*. Berikut hasil dari proses visualisasi mug sebagai media pendukung promosi wisata unggulan Kabupaten Karanganyar.



Gambar 9. Visualisasi mug
(sumber: Dokumentasi pribadi)

Dalam visualisasi desain rmug ini berukuran diameter 8 dan tinggi 10 cm dengan bahan keramik. Teknik cetak ilustrasi desain dengan *digital printing*. Desain Mug pada media promosi ini dibuat sangat sederhana, menampilkan *layout* maskot wisata Kabupaten Karanganyar dengan *background* ilustrasi objek wisata sebagai media dan *tagline* wisata kabupaten Karanganyar sebagai *headline*. Warna mug putih agar desain terlihat dan desain di cetak *full colour*.

6. Botol Tumbler

Botol *tumbler* merupakan suatu jenis wadah tempat minum berbentuk botol, terbuat dari plastik, kaca atau alumunium yang memiliki daya tampung minuman sekitar 600 ml atau lebih. Ada banyak jenis botol *tumbler* dengan berbagai fungsi dan model. Botol *tumbler* sebagai media pendukung promosi wisata Kabupaten Karanganyar yang diperjual belikan di area objek wisata berlangsung dengan kisaran harga Rp 40.000,00 per buah. Dalam visualisasi botol *tumbler* ini malalui empat proses yaitu *layout idea*, *rough layout*, *comprehensive layout* dan *complete layout*. Berikut hasil dari proses visualisasi botol *tumbler* sebagai media pendukung promosi wisata unggulan Kabupaten Karanganyar.



Gambar 10. Visualisasi botol *tumbler*
(sumber: Dokumentasi pribadi)

Dalam visualisasi desain botol *tumbler* ini berukuran diameter 6 cm dan tinggi 20 cm dengan bahan plastik tahan panas. Teknik cetak ilustrasi desain dengan *digital printing*. Desain botol *tumbler* pada media promosi ini dibuat sangat sederhana, menampilkan *layout* ilustrasi objek wisata sebagai media dan *tagline* wisata kabupaten Karanganyar dengan *background* warna kuning. Pemilihan warna kuning untuk *background*, karena warna kuning memiliki kesan hangat, dinamis, aktif dan mengundang perhatian. Desain dicetak *full colour*.

7. Stiker

Penulis memilih media promosi menggunakan stiker harga produksi murah dan memiliki fleksibilitas dalam penerapannya sedangkan ukurannya tidak terbatas, tergantung kemauan pelanggan. Stiker dalam promosi ini akan dibagikan kepada para pengunjung wisatawan yang disertakan dalam penjualan tiket masuk. Desain stiker pada media promosi ini dibuat sangat sederhana, hanya maskot wisata Kabupaten Karanganyar dengan *background* ilustrasi objek wisata sebagai media dan *tagline* wisata kabupaten Karanganyar.. Stiker pada media promosi wisata ini akan diperjual belikan di objek wisata dengan kisaran harga Rp 2.000 per buah. Dalam visualisasi stiker ini malalui

empat proses yaitu *layout idea*, *rough layout*, *comprehensive layout* dan *complete layout*. Berikut hasil dari proses visualisasi stiker sebagai media pendukung promosi wisata unggulan Kabupaten Karanganyar.



Gambar 11. Visualisasi stiker (gambar: Dokumentasi pribadi)

Dalam visualisasi desain rmug ini berukuran 10 cm x 5 cm dicetak pada kertas *vynil*. Teknik cetak menggunakan *digital printing*, dicetak *full colour*. *tag line* “wisata Karanganyar mempesona” sebagai *headline* di bagian kiri atas. *Background* yang digunakan berwarna putih agar ilustrasi terlihat ketika stiker ini di tempel pada objek gelap atau terang.

8. T-Shirt

T-shirt di era sekarang tidak hanya sebagai pakaian semata namun juga berkembang menjadi sebuah media untuk promosi produk, *event*, dll. Pemanfaatan *t-shirt* sebagai media promosi terletak pada bagian depan dan belakang *t-shirt* yang biasanya di isi dengan gambar maupun tulisan-tulisan yang akhirnya memberi daya tarik pada kaos itu sendiri. *t-shirt* pada promosi ini akan diperjual belikan di area objek wisata dengan harga Rp 80.000,00 per buah. Tidak hanya itu *t-shirt* diharapkan juga mampu menjangkau khalayak banyak, ketika di pakai oleh pembeli. visualisasi *t-shirt* ini malalui empat proses yaitu *layout idea*, *rough layout*, *comprehensive layout* dan *complete layout*.

Berikut hasil dari proses visualisasi *t-shirt* sebagai media pendukung promosi wisata unggulan Kabupaten Karanganyar.



Gambar 12. Visualisasi desain *t-shirt* (sumber: Dokumentasi pribadi)

Dalam visualisasi desain *t-shirt* ukuran desain gambar 21 cm x 29 cm di cetak *full colour* menggunakan *digital print screen*. *T-shirt* dari bahan *cotton combat*.

9. Leaflet

Leaflet merupakan salah satu media promosi berisikan sebuah informasi yang dicetak pada selembar kertas kecil agar mudah dibagikan dan dibawa orang. Visualisasi *leaflet* ini malalui empat proses yaitu *layout idea*, *rough layout*, *comprehensive layout* dan *complete layout*. Berikut hasil dari proses visualisasi *leaflet* sebagai media pendukung promosi wisata unggulan Kabupaten Karanganyar.



Gambar 13. Visualisasi *leaflet* (sumber: Dokumentasi pribadi)

Leaflet dicetak dalam jumlah banyak dan dibagikan ke masyarakat yang menjadi target

penyampaian informasinya. *Leaflet* promosi wisata Kabupaten Karanganyar ini berukuran 44cm x 22 cm terdiri dari selembur kertas berbentuk *landscape* dengan dua muka dan dilipat menjadi empat secara *portrait* supaya ringkas dan praktis. Sehingga brosur ini terbagi menjadi 8 bagian. Untuk bagian pertama merupakan *cover* dari *leaflet* dan sisanya berisi foto beserta informasi objek wisata. *Leaflet* ini di cetak *full colour* pada kertas ivory 230 gr.

10. Buku Panduan Wisata

Buku Panduan wisata adalah buku yang memuat informasi secara detail lokasi geografis, akses lokasi dan informasi penting objek wisata sehingga yang membacanya lebih memahami hal tersebut. Dengan buku panduan wisata, wisatawan memiliki pengetahuan baru mengenai tempat wisata, riwayat tempat wisata dan apa yang menarik dari tempat wisata di Kabupaten Karanganyar. Buku panduan wisata dapat dijadikan acuan ketika orang lain membutuhkan informasi. Buku panduan wisata dapat dijadikan rekomendasi. Keunggulan lain dari buku panduan wisata ialah dapat dijadikan media promosi yang langsung ditujukan ke tangan calon wisatawan dan calon wisatawan dapat merekomendasikan ke wisatawan lain. Dalam buku panduan promosi wisata Kabupaten Karanganyar menggunakan konsep *flat lay photography* dan informasi di tulis dalam bentuk cerita *story telling*. Visualisasi buku ini melalui empat proses yaitu *layout idea*, *rough layout*, *comprehensive layout* dan *complete layout*. Berikut hasil dari proses visualisasi buku sebagai media pendukung promosi wisata unggulan Kabupaten Karanganyar.



Gambar 14. Visualisasi buku (sumber: Dokumentasi pribadi)

Buku panduan wisata ini berukuran 14 cm x 21 cm (A5) terdiri dari 30 lembar kertas ukuran a5 berbentuk *portrait* dengan 60 halaman. Buku ini di cetak pada kertas *art papaer full colour* dengan menggunakan *hard cover finising* laminasi. Setiap halaman terdiri dari beberapa foto dan informasi dalam bentuk cerita *story telling*. Informasi yang terdapat dalam buku ini berupa peta menuju objek wisata, transportasi, fasilitas, dan harga tiket masuk.

KESIMPULAN

Setelah melewati proses pengamatan dan penelitian pada studi kasus desain komunikasi visual sebagai sarana promosi wisata unggulan Kabupaten Karanganyar, maka berdasarkan uraian empat bab diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konsep yang sesuai untuk desain perancangan promosi wisata unggulan Kabupaten Karanganyar adalah konsep kesederhanaan yang meliputi ilustrasi *cartoon*, *flat design* dan ilustrasi foto objek wisata unggulan Kabupaten Karanganyar yang di komposisikan melalui konsep *flat lay photography* sebagai acuan yang digunakan dalam perancangan iustrasi desain. Teknik *story telling* digunakan dalam

penyusunan buku panduan wisata, dengan tujuan agar informasi lebih mudah dipahami oleh *audiens*. Dengan perpaduan konsep dasar perancangan ini dapat mewujudkan suatu media yang efektif sebagai sarana promosi dan informasi wisata Kabupaten Karanganyar.

2. Media-media yang sesuai untuk mempromosikan objek wisata unggulan Kabupaten Karanganyar adalah menggunakan media-media yang terdiri dari media utama yaitu baliho. Selain media utama terdapat juga media pendukung, antara lain : buku panduan wisata, pin, *t-shirt*, kalender, stiker, umbul-umbul, mug, *leaflet*, botol *tumbler*. Untuk merancang media utama dan pendukung yang fungsional, informatif, komunikatif, artistik, dan *simplicity*. Proses pewarnaan menggunakan warna cerah yang merupakan representasi keceriaan. Sesuai dengan target dalam media promosi ini adalah anak- anak sampai dewasa.

DAFTAR PUSTAKA

Adi Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.

Gregory, Thomas. 2001. *How To Design Logo, Symbols and Icons*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Kamus Besar bahasa Indonesia. 2007. Jakarta: Balai Pustaka.

Nuradi. Dkk. 1996. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia Edisi Pertama*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.

Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Setiawan, Muhammad Nashir. 2002. Menakar Panji Koming. Jakarta. PT. Kompas

Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.


<https://www.getrudeanduvy.com> diakses 2 Februari 2016 pukul 09.00 WIB

<https://www.hmva-ui.com> diakses 2 Februari 2016 pukul 09.50 WIB

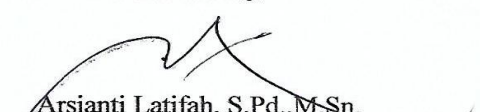
Yogyakarta, 22 April 2016

Mengetahui,

Reviewer,


Arsianti Latifah, S.Pd., M.Sn.
NIP 19760131 200112 2 002

Pembimbing,


Arsianti Latifah, S.Pd., M.Sn.
NIP 19760131 200112 2 002