

**DESAIN MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA SANGGALURI
PURBALINGGA - JAWA TENGAH**

TUGAS AKHIR KARYA SENI

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan



oleh
Faris Puri Ipmawan
NIM 07206241031

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA
JURUSAN PENDIDIKAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2014**

**DESAIN MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA SANGGALURI
PURBALINGGA - JAWA TENGAH**

TUGAS AKHIR KARYA SENI

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan



oleh
Faris Puri Ipmawan
NIM 07206241031

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA
JURUSAN PENDIDIKAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2014**

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul “Desain Media Promosi
Objek Wisata Sanggaluri, Purbalingga – Jawa Tengah” ini telah disetujui oleh
pembimbing untuk diujikan



Yogyakarta, 27 Maret 2014

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'R. Kuncoro W.D, M.Sn.', is written over the logo area.

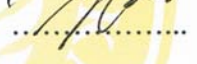
R. Kuncoro W.D, M.Sn.

NIP. 19660320 199412 1 001

PENGESAHAN

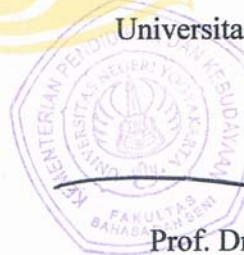
Tugas akhir yang berjudul “Desain Media Promosi Objek Wisata Sanggaluri, Purbalingga – Jawa Tengah” ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 10 April 2014 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Eni Puji Astuti, S.Sn., M.Sn.	Penguji I		22 April 2014
Drs. R. Kuncoro W D, M.Sn.	Penguji II		21 April 2014
Arsianti Latifah, S.pd., M.Sn.	Sekretaris Penguji		21 April 2014
Dwi Retno S R, S.Sn., M.Sn.	Ketua Penguji		17 April 2014

Yogyakarta, 22 April 2014
Fakultas Bahasa Dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Prof. Dr. Zamzani, M.Pd.

NIP 19550505 198011 1 001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : **Faris Puri Ipmawan**

NIM : 07206241031

Program Studi : Pendidikan Seni Rupa

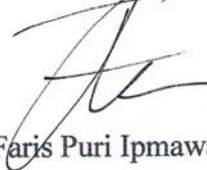
Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa tugas akhir karya seni ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, tugas akhir karya seni ini tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 27 Maret 2014

Penulis,



Faris Puri Ipmawan

MOTTO

“Jadikanlah pengalaman baik menjadi sebuah kebiasaan, dan tetap kenang pengalaman buruk untuk dijadikan pelajaran kedepannya”

PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan khusus:

**Untuk ayah dan ibuku tercinta
Untuk teman-teman yang selalu memberi dorongan**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-NYA penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Desain Media Promosi Objek Wisata Sanggaluri, Purbalingga – Jawa Tengah” untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana.

Penulisan tugas akhir ini dapat diselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak, atas jasa-jasanya untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

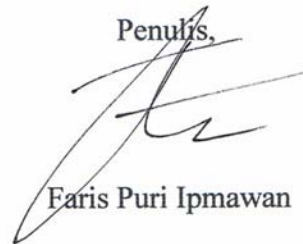
1. Prof. Dr. Zamzani, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Seni Rupa, Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Drs. Mardiyatmo, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta.
3. R. Kuncoro Wulan Dewojati, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Karya Seni Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Agus Dwiyanoro selaku Pengelola Objek Wisata Sanggaluri di Purbalingga-Jawa Tengah yang telah memberi kesempatan pada penulis untuk melakukan observasi di objek wisata Sanggaluri.
5. Terima kasih kepada segenap keluarga yang selalu memberikan do'a dan fasilitas yang tidak henti-hentinya.

6. Teman-teman terutama kepada Ria Dwi Astuti dan Zaid Mujiruseno yang telah memberikan dukungan moral, bantuan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, jika terdapat kekurangan dan kesalahan dikarenakan keterbatasan yang ada, untuk itu penulis mohon maaf. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 27 Maret 2014

Penulis,



Faris Puri Ipmawan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	3
D. Rumusan Masalah	3
E. Tujuan Perancangan	3
F. Manfaat Perancangan	4
BAB II KAJIAN SUMBER	5
A. Desain Promosi	5
B. Wisata	20
C. Metode Perancangan	25

D. Perencanaan Media	31
E. Perancangan Kreatif	37
F. Konsep Visual	38
BAB III KONSEP DAN VISUALISASI	44
A. Maskot Objek Wisata Sanggaluri	44
B. Perancangan Media Promosi	47
1. Media Lini Atas (<i>Above the line Media</i>).....	47
2. Media Lini Bawah (<i>Above the line Media</i>).....	59
BAB V PENUTUP	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA106
LAMPIRAN108

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Warna sebagai tanda, lambing atau symbol.....	11
Tabel 2 : Program Media Tahun 2014	34
Tabel 3 : Strategi <i>Event</i> Tahun 2014.....	35
Tabel 4 : Estimasi Biaya Media Utama.....	36
Tabel 5 : Estimasi Biaya Media Penunjang	36
Tabel 6 : Estimasi Biaya Media Pendukung	37

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 : Maskot Objek Wisata Sanggaluri	44
Gambar 2 : Proses perancangan maskot	45
Gambar 3 : Proses perancangan tipografi maskot.....	46
Gambar 4 : <i>Rough Layout</i> Desain <i>Billboard</i>	51
Gambar 5 : <i>Comprehensive</i> Terpilih Desain <i>Billboard</i>	50
Gambar 6 : <i>Final</i> Desain <i>Billboard</i>	51
Gambar 7 : <i>Rough Layout</i> Desain <i>Sign System</i>	55
Gambar 8 : <i>Comprehensive Layout</i> Terpilih Desain <i>Sign System</i>	56
Gambar 9 : <i>Final</i> Desain <i>Sign System</i>	57
Gambar 10 : <i>Rough Layout</i> Desain Brosur	61
Gambar 11 : <i>Comprehensive Layout</i> Terpilih Desain Brosur	62
Gambar 12 : <i>Final</i> Desain Brosur	63
Gambar 13 : <i>Rough Layout</i> Desain Poster	68
Gambar 14 : <i>Comprehensive Layout</i> Terpilih Desain Poster.....	69
Gambar 15 : <i>Final</i> Desain Poster	70
Gambar 16 : <i>Rough Layout</i> Desain <i>X-Banner I</i>	74
Gambar 17 : <i>Comprehensive Layout</i> Terpilih Desain <i>X-Banner I</i>	75
Gambar 18 : <i>Final</i> Desain <i>X-Banner I</i>	76

Gambar 19 : <i>Rough Layout</i> Desain <i>X-Banner</i> II.....	80
Gambar 20 : <i>Comprehensive Layout</i> Terpilih Desain <i>X-Banner</i> II	81
Gambar 21 : <i>Final</i> Desain <i>X-Banner</i> II.....	82
Gambar 22 : <i>Rough Layout</i> Desain Iklan Majalah.....	87
Gambar 23 : <i>Comprehensive Layout</i> Terpilih Desain Iklan Majalah	88
Gambar 24 : <i>Final</i> Desain Iklan Majalah.....	89
Gambar 25 : <i>Rough Layout</i> Desain Tiket Hari Libur.....	93
Gambar 26 : <i>Comprehensive Layout</i> Desain Tiket Hari Libur	93
Gambar 27 : <i>Final</i> Desain Tiket Hari Libur.....	94
Gambar 28 : <i>Rough Layout</i> Desain Tiket Hari Biasa.....	97
Gambar 29 : <i>Comprehensive Layout</i> Desain Tiket Hari Biasa	97
Gambar 30 : <i>Final</i> Desain Tiket Hari Biasa.....	98
Gambar 31 : Desain Flag Chain	100
Gambar 32 : Desain Stiker	101
Gambar 33 : Desain <i>T-shirt</i>	102
Gambar 34 : Desain Mug	103

DESAIN MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA SANGGALURI PURBALINGGA – JAWA TENGAH

Oleh Faris Puri Ipmawan
NIM 07206241031

ABSTRAK

Tujuan perancangan desain media promosi ini adalah untuk memperkenalkan Objek Wisata Sanggaluri melalui media-media yang efektif, efisien dan komunikatif agar Objek Wisata Sanggaluri lebih dikenal di masyarakat luas.

Dalam merancang media promosi Objek Wisata Sanggaluri dilakukan dalam beberapa metode perancangan, dalam hal ini terdiri dari tahap pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi kemudian tahap analisis menggunakan SWOT hingga tahap visualisasi dan produksi media promosi. Visualisasi media-media promosi yang didalamnya terdapat unsur-unsur media berupa *Headline*, Foto atau ilustrasi, dan *base line* atau alamat, terbagi dalam *above the line media* (media lini atas) dan *bellow the line media* (media lini bawah). Secara keseluruhan dalam perancangan media promosi Objek Wisata Sanggaluri ini menggunakan ilustrasi dalam wujud gambar atau foto, teks untuk menyampaikan pesan yang sesuai, warna untuk membantu menimbulkan efek visual yang menarik, dan *layout* agar membuat komposisi yang menarik, enak dibaca dan dilihat.

Karya perancangan yang dihasilkan seluruhnya berjumlah 11 buah, terbagi dari media lini atas berupa *Billboard* dan *Sign System* sedangkan media lini bawah terdiri dari poster, brosur, x-banner, iklan majalah, tiket, *flag chain*, stiker, *t-shirt* dan mug. Media-media promosi ini diharapkan mampu memberikan informasi atau pesan mengenai Objek Wisata Sanggaluri sehingga lebih dikenal dimasyarakat luas.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor pendukung ekonomi penting di Indonesia. Pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa negara setelah komoditi minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Pariwisata di Indonesia sudah berkembang pesat dimana yang dahulunya berupa wisata kelompok atau massa sekarang menjadi pola wisata individu atau wisata keluarga yang lebih fleksibel dalam perjalanan wisata, sehingga para wisatawan pun dapat lebih berinteraksi dengan alam, budaya, dan masyarakat.

Suatu daerah dikenal oleh masyarakat biasanya ditunjukkan dari potensi pariwisata yang dimilikinya. Kabupaten Purbalingga merupakan salah satu kota yang mempunyai wilayah yang sangat potensial baik di bidang industri maupun pariwisata. Potensi daerah Kabupaten tersebut dapat dikembangkan secara optimal dengan objek wisata yang ada. Kehadiran objek wisata Sanggaluri dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap kepariwisataan di Kabupaten Purbalingga. Untuk lebih dikenal kepada masyarakat luas, maka perlu pengembangan dan inovasi baru di bidang komunikasi dengan melalui perancangan media promosi yang kreatif sehingga mampu untuk menarik para wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing untuk berkunjung ke objek wisata Sanggaluri.

Objek wisata Sanggaluri sudah cukup dikenal oleh masyarakat Kabupaten Purbalingga dan sekitarnya, tetapi belum begitu dikenal oleh masyarakat umum, untuk itu perlu suatu perancangan media informasi yang efektif dan efisien tentang keberadaan objek wisata Sanggaluri. Objek wisata Sanggaluri sudah memiliki beberapa media promosi tetapi media-media tersebut masih kurang efektif dan efisien menurut pengelola objek wisata Sanggaluri itu sendiri dan pengamatan awal penulis. Media promosi yang sudah dilakukan antara lain melalui: brosur dan *billboard* masih kurang efektif. Penempatan media *billboard* di tempat - tempat strategis masih terlalu banyak menggunakan teks daripada menggunakan bahasa visual atau gambar yang dapat mewakili objek wisata tersebut.

Dari permasalahan objek wisata Sanggaluri di atas, maka perlu media promosi yang dirancang untuk lebih mengenalkan objek pariwisata di Kabupaten Purbalingga kepada masyarakat luas agar supaya masyarakat mengetahui tentang fasilitas objek wisata itu sendiri serta pendukung objek wisata tersebut kepada khususnya masyarakat di luar daerah Kabupaten Purbalingga. Untuk mewujudkan media promosi yang lebih efektif dan efisien maka perlu mendesain ulang media-media tersebut dengan langkah menyusun ulang pembuatan media promosi yang lebih kreatif dan lebih efisien agar mudah dipahami oleh masyarakat melalui media tersebut, antara lain berupa: brosur, *billboard*, *sign system*, poster, *x-banner*, iklan majalah, dan souvenir.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah :

1. Objek wisata Sanggaluri baru dikenal di daerah Purbalingga dan sekitarnya.
2. Kurang efektifnya media-media promosi promosi objek wisata Sanggaluri.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang sudah disampaikan dalam identifikasi masalah di atas, maka permasalahannya kurang efektifnya media informasi yang berupa brosur dan *billboard* serta penempatan media-media promosi objek wisata Sanggaluri.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang muncul dari latar belakang dan identifikasi masalah penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya yaitu bagaimana konsep dan bentuk visualisasi media promosi yang efektif, efisien, dan komunikatif tentang objek wisata Sanggaluri di Purbalingga - Jawa Tengah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

E. Tujuan Perancangan

Mendapatkan konsep dan visualisasi objek wisata Sanggaluri melalui media-media penyampai informasi untuk meningkatkan perkembangan pariwisata di Kabupaten Purbalingga.

F. Manfaat Perancangan

1. Secara teoritis

- a. Sebagai sumbangan ilmiah dan menambah referensi ilmu pengetahuan di bidang seni rupa khususnya Desain Komunikasi Visual.
- b. Merupakan usaha masukan teori dan langkah alternatif dalam penciptaan karya seni rupa, khususnya Desain Komunikasi Visual.

2. Secara praktis

- a. Sebagai upaya memotivasi perancangan di bidang seni rupa, khususnya Desain Komunikasi Visual dengan permasalahan yang lebih luas.
- b. Hasil perancangan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa dalam menentukan strategi atau langkah-langkah dalam mempelajari, mencipta, dan menilai karya Desain Komunikasi Visual.

3. Bagi Perancang

Selain sebagai syarat kelulusan, perancangan ini diharapkan dapat menambah wawasan baru tentang ilmu pengetahuan di bidang seni rupa khususnya Desain Komunikasi Visual.

4. Objek Wisata Sanggaluri

Melalui media promosi yang efektif, efisien dan komunikatif diharapkan mampu lebih memperkenalkan objek wisata Sanggaluri kepada masyarakat luas dan mendatangkan lebih banyak pengunjung, sehingga meningkatkan pendapatan asli daerah.

BAB II KAJIAN SUMBER

A. Desain Promosi

1. Pengertian Desain Komunikasi Visual

a. Pengertian Desain Grafis

Menurut Ensiklopedi Nasional Indonesia (1997:309), desain berasal dari kata *designare*, menggambarkan, secara umum berarti sketsa atau rancangan suatu karya seni, gedung, atau mesin yang akan dibuat. Desain juga dapat dikatakan kombinasi detail dan bentuk suatu gambar, bangunan, atau jembatan; pola suatu karya artistik pola benda yang direncanakan secara artistik.

Desain Grafis adalah proses pemikiran yang diwujudkan dalam gambar (Hendi, 2008:3). Desain Grafis adalah suatu jenis seni yang paling banyak atau sering terlihat diantara jenis-jenis seni lainnya, karena Desain Grafis dapat ditemukan dimanapun dan kapanpun (Resnick, 2003:15).

b. Pengertian Komunikasi Visual

Komunikasi berasal dari kata *Communication = Communis = Common*, yang berarti umum atau bersama. Komunikasi bias berwujud verbal atau lisan dan bisa berwujud komunikasi non verbal yang merujuk pada tulisan. Komunikasi berarti ilmu yang bertujuan menyampaikan maupun sarana untuk menyampaikan pesan (Adi Kusrianto, 2009:4).

Komunikasi visual mempergunakan mata sebagai instrumen untuk penikmatan. Komunikasi visual merupakan bagian dari komunikasi non verbal.

Sedangkan menurut Adi Kusrianto (2009:10) komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan.

Dari uraian pengertian-pengertian menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Komunikasi Visual maupun Desain Grafis tidaklah terlalu berbeda, sebab pada dasarnya dalam Komunikasi Visual dan Desain Grafis terdapat elemen-elemen desain seperti: garis, bentuk, tekstur, ruang, ukuran, dan warna. Hanya saja yang membedakan keduanya adalah Komunikasi Visual ditempatkan pada ilmu-ilmu komunikasi, sedangkan Desain Grafis tidak terikat dengan ilmu-ilmu komunikasi.

c. Desain Komunikasi Visual

Pengertian Desain Komunikasi Visual disampaikan oleh Widagdo dalam Tinarbuko (2008:23), bahwa Desain Komunikasi Visual dalam pengertian modern ialah desain yang dihasilkan dari rasionalitas. Sedangkan Sanyoto dalam Tinarbuko (2008:24) menyatakan Desain Komunikasi Visual memiliki pengertian secara menyeluruh, yakni rancangan sarana komunikasi yang bersifat kasat mata. Desain Komunikasi Visual merupakan ilmu yang mempelajari cara menyampaikan pesan dengan ungkapan daya kreatifitas melalui media yang kasat mata.

Komunikasi visual mencakup berbagai kegiatan komunikasi yang menggunakan unsur rupa (visual) pada berbagai media seperti percetakan atau

grafika, luar ruang (marka grafis, papan reklame), televisi, film atau video, internet baik dua dimensi maupun tiga dimensi, yang statis maupun bergerak (*time based*). Komunikasi grafis merupakan bagian dari komunikasi visual dalam lingkup statis, dua dimensi, dan umumnya berhubungan dengan percetakan atau grafika.

Menurut Agus S. Madjadikara (2005:25), iklan media cetak umumnya memiliki unsur-unsur utama yang menggunakan istilah-istilah sebagai berikut:

- 1) *Headline* atau “judul” yang bentuknya bervariasi dan dapat dimanfaatkan sebagai suatu daya tarik bagi pemirsa, untuk dapat mencerna makna pesan secara keseluruhan.
- 2) *Visual*, berupa ilustrasi, gambar, foto orang (model), foto produk atau apapun yang berkaitan dengan konsep kreatif.
- 3) *Body copy*, adalah teks yang memberikan informasi lebih rinci tentang produk atau jasa yang dijual.
- 4) *Product Shoot* atau foto produk.
- 5) *Base line*, adalah bagian yang biasanya terletak paling bawah di *Layout* iklan, berupa *tag line*, slogan, *catch press*, atau nama dan alamat perusahaan pengiklan.

Menurut pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi, melalui pesan visual yang kreatif, komunikatif, efisien dan efektif sekaligus estetis untuk tujuan sosial atau komersial kepada target sasaran.

d. Elemen-Elemen Desain Grafis

Kusrianto (2007:1), menyampaikan bahwa Pengolahan elemen-elemen desain grafis seperti gambar (ilustrasi), huruf atau tipografi, warna, komposisi dan *Layout* (tata letak atau perwajahan) dalam Desain Komunikasi Visual sangatlah penting hal ini dilakukan agar gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan. Berikut adalah penjelasan mengenai elemen-elemen desain grafis.

1) Gambar

Sumbo Tinarbuko (2008) menyampaikan bahwa gambar merupakan salah satu simbol dalam komunikasi visual yang dapat dikelompokkan sebagai bahasa komunikasi non verbal yang berbeda dengan bahasa verbal yang berwujud tulisan atau ucapan. Gambar seringkali digunakan untuk mempermudah penyampaian pesan dalam sebuah komunikasi visual. Gambar digunakan untuk menyampaikan pesan yang susah jika disampaikan dengan tulisan.

2) Tipografi

Sumbo Tinarbuko (2008) menyampaikan bahwa ketika seseorang berbicara kepada orang lain, sesungguhnya ia telah melafalkan lambang bunyi yang makna atau artinya telah disepakati bersama. Lambang bunyi dirangkaikan dalam bentuk simbol-simbol sedemikian rupa sehingga memiliki arti atau makna yang dapat dimengerti. Lambang bunyi tersebut merupakan huruf.

Kusrianto (2007) menyampaikan berdasarkan kaitnya huruf atau tipografi dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu *serif* dan *san serif*.

(a) Huruf *Serif*

Huruf *Serif* memiliki garis-garis kecil yang disebut *Counterstroke* pada ujung hampir di sana karakter. Garis-garis tersebut posisinya horizontal terhadap badan huruf. Huruf ini dikenal lebih *legible* dan *readable* karena garis-garis kecil tersebut membantu menuntun pandangan mata pembaca pada baris teks yang sedang dibaca. Contoh dari huruf ini adalah *Time Roman* yang pertama kali diciptakan untuk Koran "*The Times of London*" pada tahun 1930-an, kemudian huruf ini banyak digunakan pada koran di waktu itu karena tingkat keterbacaannya yang tinggi serta sangat efisien.

(b) Huruf *San Serif*

Huruf ini merupakan huruf tanpa *serif* (tanpa kait). Dalam bahasa Perancis *san* berarti tanpa. Jenis huruf ini muncul kira-kira pada akhir abad 19 dan termasuk karya seniman modern. Huruf *san serif* memiliki sifat yang *streamlin*, fungsional dan kontemporer. Contoh dari jenis huruf ini di antaranya adalah *Futura* dan *Avant Garde*. Jenis huruf ini memiliki sifat yang kurang *legible dan readable* jika dipasang pada baris-baris teks yang panjang.

3) Warna

Kusrianto (2004:31) berpendapat bahwa warna merupakan unsur visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmennya. Kesan atau sensasi yang diterima oleh mata adalah cahaya. Hal yang paling menentukan dalam warna adalah *lightness* dimana hal tersebut menentukan gelap terangnya warna. Jika *lightness* bernilai 0 maka palet warna

akan menjadi hitam (gelap tanpa cahaya), sebaliknya jika bernilai 100 maka warna akan terlihat putih karena terlalu silau.

Warna terbagi menjadi tiga jenis yaitu warna *Primer*, *Sekunder*, *Tertier*, Hal ini sesuai dengan teori Brewster. Menurutnya warna pokok (*primer*) adalah warna yang dapat berdiri sendiri dan bukan merupakan hasil pencampuran dengan warna lain. Sementara itu, warna yang berasal dari pencampuran antara dua warna pokok disebut warna *sekunder*. Warna pokok terdiri dari warna merah, kuning, biru sedangkan warna sekunder adalah warna hijau, oranye dan ungu. Warna hijau dihasilkan dari campuran warna biru dan kuning, warna oranye dihasilkan dari campuran warna merah dan kuning, sedangkan warna ungu diperoleh dari campuran warna merah dan biru. Warna yang diperoleh dari pencampuran antara warna primer dan sekunder disebut warna *tertier*.

Demikian erat hubungan warna dengan kehidupan manusia maka warna mempunyai peranan yang sangat penting yaitu warna sebagai warna itu sendiri, warna sebagai representasi alam dan warna sebagai tanda, lambang atau simbol (Soegeng T.M : 2004).

(a) Warna sebagai warna

Kehadiran warna tersebut sekedar untuk memberi tanda pada suatu benda atau barang, atau hanya membedakan ciri benda satu dengan lainnya tanpa maksud tertentu dan tidak memberikan pretensi apapun. Warna-warna tersebut tidak perlu dipahami karena kehadirannya sebagai tanda dan lebih dari itu hanya sebagai pemanis permukaan.

(b) Warna sebagai representasi alam

Kehadiran warna merupakan penggambaran sifat objek secara nyata atau penggambaran sifat objek alam sesuai dengan apa yang dilihatnya. Misal warna hijau untuk menggambar daun, rumput dan biru untuk laut, gunung, langit dan sebagainya. Warna-warna tersebut sekedar memberikan ilustrasi dan tidak mengandung maksud lain kecuali memberikan gambaran dari apa yang dilihat.

(c) Warna sebagai tanda, lambang atau simbol.

Warna merupakan tradisi atau pola umum, kehadiran warna disini untuk memberikan maksud dan tanda tertentu yang sudah merupakan suatu kebiasaan umum atau pola umum.

Tabel 1: **Warna sebagai tanda, lambang atau symbol**

Warna	Makna
Hitam	Memberikan makna misteri, ketakutan, kematian, kegelapan, kekuasaan, kecanggihan Sebagai warna kemas, hitam melambangkan keanggunan (<i>elegant</i>), kemakmuran (<i>wealth</i>) dan kecanggihan (<i>sopiscated</i>).
Putih	Putih banyak diartikan sebagai kesucian, kebersihan, ketepatan, ketidak bersalahan, setril dan kematian. Di Amerika, putih melambangkan perkawinan (gaun pengantin berwarna putih), tapi di banyak budaya timur (terutama India dan

	China), warna putih melambangkan kematian.
Abu-abu	Abu-abu memberikan kesan intelektualitas, masa depan (seperti warna perak yang lekat dengan warna <i>millenium</i>), kehangatan, kesederhanaan dan kesedihan.
Kuning	Kuning mengandung makna optimis, harapan, keceriaan, filosofi, ketidakjujuran, kecurangan, pengecut (untuk budaya Barat) kebencian iri hati dan pengkhianatan. Kuning adalah warna keramat dalam agama Hindu.
Biru	Biru memberikan makna kesetiaan, renungan, ketenangan, kebenaran, idealisme tinggi, kesegaran, alami. Warna biru juga memberikan kesan kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan dan keteraturan.
Merah	Warna merah mengandung arti kemahsyuran, asmara, sukses, kemenangan, keberanian, kebahagiaan <i>power</i> , energi, kehangatan, nafsu, agresif dan bahaya. Warna merah kadang berubah arti jika dikombinasikan dengan warna lain. Merah dikombinasikan dengan hijau, maka akan menjadi simbol Natal. Merah jika dikombinasikan dengan

	putih, akan mempunyai arti 'bahagia' di budaya Oriental.
Merah Muda	Merah muda sering dikaitkan dengan kesan Femininitas, cinta yang lembut, kasih sayang.
Hijau	Warna hijau identik dengan warna alami kesuburan, keremajaan, penghargaan, kesegaran sehat, keberuntungan dan pembaharuan. Warna hijau tidak terlalu sukses untuk ukuran global. Di China dan Perancis, kemasan dengan warna hijau tidak begitu mendapat sambutan.
Ungu	Memberi kesan kesedihan, kesendirian, kebangsawanan spiritual, misteri, transformasi, kekasaran, keagungan, galak, arogan dan keangkuhan. Warna ungu sangat jarang ditemui di alam.
Oranye	Warna ini memberikan kesan berenergi, keseimbangan, kehangatan.
Cokelat	Cokelat menggambarkan tanah atau bumi lebih <i>reliability, comfort</i> dan daya tahan.
Emas	Emas banyak diasumsikan sebagai keagungan, kemewahan, kehormatan, kemuliaan, kekekalan, keabadian, kesetiaan dan pengabdian.

4) Komposisi

Komposisi ialah penyusunan unsur-unsur desain untuk mewujudkan suatu bentuk perencanaan. Dalam penyusunan unsur-unsur desain perlu mengikuti prinsip-prinsip tertentu agar menghasilkan bentuk perencanaan yang baik. Prinsip-prinsip tersebut dapat diikuti seluruhnya atau hanya sekedar sebagai petunjuk teknis saja. Hal ini karena penyusunan unsur-unsur tersebut banyak dipengaruhi oleh kehendak atau keinginan seseorang. Dengan pengertian lain penyusunan unsur-unsur desain atau komposisi sangat subjektif, tergantung dari pemahaman dan keinginan penciptanya (Sumardjo, 2000:172).

5) *Layout*

Layout menurut Surianto Rustan (2009:96), Dasar dan Penerapannya, diartikan bahwa *Layout* adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawa. Definisi *Layout* dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatakan *me-Layout* itu sama dengan mendisain.

Layout atau tata letak punya peranan penting dalam keberhasilan komunikasi visual, karena dengan susunan yang sistematis dan konstruktif akan menciptakan susunan yang teratur. Komposisi yang menarik dan berimbang sehingga dapat menarik publik untuk menanggapi isi pesan yang terkandung dalam iklan. *Layout* dapat dibedakan menjadi dua yaitu.

(a) *Layout* simetris

Layout simetris berarti membagi bidang sama besar dan menentukan komposisi letak dari unsur-unsur visual yang dipilih dalam ukuran bidang yang telah ditentukan agar tercapainya sebuah desain yang seimbang, harmonis dan menarik. *Layout* simetris cenderung berkesan menciptakan keseimbangan desain yang formal, konservatif tenang dan terkesan kurang dinamis.

(b) *Layout* asimetris

Layout asimetris adalah pembagian bidang yang tidak sama besar dan cenderung adanya keseimbangan yang dinamis, bergerak, hidup, atraktif dan ritmis sehingga proses komunikasi dan penyampaian pesan makna lebih dari sekedar penampilan.

2 Tinjauan Tentang Media

Media periklanan adalah segala bentuk penyajian non personal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran, pendapat ini diungkapkan oleh Kotler dalam Manajemen Pemasaran oleh Fajar Laksana (2008:140). Media adalah sarana-sarana untuk menyampaikan iklan kepada masyarakat luas. Media berfungsi sebagai alat bantu visual penyampai iklan yaitu berupa sarana yang cepat memberikan visual kepada masyarakat, memperjelas mempermudah konsep-konsepnya dan sebagai sumber informasi, bagaimana karakteristik-karakteristik ini cocok untuk strategi pengiklan tertentu.

Kekuatan utama media terletak pada fakta media dapat membentuk apa yang kita ketahui dan dapat menjadi sumber utama berbagi ide dan opini. Media dapat mempengaruhi cara kita berfikir dan bertindak. Hal tersebut sangat jelas ketika kita melihat berbagai contoh penggunaan media iklan seperti kampanye iklan. Kampanye-kampanye seperti itu menggunakan berbagai jenis media karena itu mengurangi dan menegaskan pesan yang mereka sampaikan (Graeme,2008:2)

Pengertian media dilihat dari fungsi desain adalah segala sarana komunikasi yang dipakai untuk mengantarkan dan menyebar luaskan pesan-pesan secara wujud visual. Dalam dunia periklanan (Suriyanto Rustan 2009:89) media dibagi menjadi dua lini yaitu:

- a. Media Lini Atas (*Above the Line Media*) terdiri dari iklan-iklan yang dimuat dalam media cetak, media elektronik (radio, televisi, *web*, *web banner* dan film), serta media luar ruangan (papan reklame dan angkutan).
- b. Media Lini Bawah (*Bellow the line Media*) terdiri dari seluruh media selain media di atas, seperti *direct mail*, *public relation*, *sales promotion* yang menggunakan *flier*, brosur dan iklan di majalah atau surat kabar dengansegmen terbatas.

3. Tinjauan Tentang Promosi

Promosi adalah semua yang dilakukan untuk membantu penjualan suatu produk atau jasa di tiap tempat jaringan penjualan, mulai dari bahan-bahan presentasi yang digunakan seorang tenaga penjualan ketika melakukan penawaran hingga siaran niaga di berbagai media untuk memikat pelanggan agar memperoleh kesan yang menyenangkan terhadap apa yang diiklankan (Hahn, 1999:xxii)

Sedangkan menurut Tjiptono (1997:210), promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, maksud dari komunikasi pemasaran itu sendiri adalah aktivitas pemasaran suatu perusahaan yang berusaha menginformasikan, mempengaruhi, atau mengingatkan konsumen atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan setia pada produk yang ditawarkan.

Kesimpulan dari pengertian diatas bahwa media promosi adalah suatu alat (sarana) penghubung dalam rangka memperkenalkan sesuatu barang atau jasa melalui berbagai media komunikasi visual, seperti: koran, sepanduk, poster, majalah, radio, dan televisi guna memiliki pelanggan serta bertujuan untuk menambah keuntungan dan mengangkat nilai jual suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Tujuan promosi diantaranya yaitu:

- a. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial
- b. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit
- c. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan
- d. Untuk menjaga kesetabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar
- e. Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang di inginkan.

Menurut Adi Kusrianto (2009:330) bahan-bahan promosi atau biasa disebut sebagai *Point Of Sale Materials (POS materials)* memiliki beraneka ragam bentuk, antara lain:

- 1) Selebaran (*leaflet*)

Lembaran kertas cetak yang dilipat menjadi dua halaman atau lebih.

2) Folder

Lembaran bahan cetakan yang dilipat menjadi dua seperti map atau buku agar mudah dibawa. Alasan perlunya folder adalah agar mudah dimasukkan ke dalam amplop untuk diposkan atau dimasukkan dalam saku.

3) *Booklet*

Bahan cetakan yang terdiri dari beberapa halaman yang dijilid sehingga menyerupai buku.

4) Katalog

Sejenis brosur yang berisi rincian jenis produk / layanan usaha dan kadang-kadang dilengkapi dengan gambar-gambar.

5) Kartu Pos

Publisitas yang bermanfaat bisa didapat dengan menghadiahkan kartu pos (*post card*) yang menarik kepada para pelanggan atau konsumen.

6) *Stationary Set*

Amplop, kop surat, dan pulpen, yang ditempatkan di kamar hotel, berfungsi bukan hanya sebagai servis dari hotel tersebut, tetapi termasuk *POS materials* karena terdapat nama produk atau jasa, lengkap dengan alamat dan nomor telepon.

7) Sisipan (*stufler*)

Leaflet yang disisipkan atau ditempelkan dalam kotak kemasan suatu produk.

8) *Hanging Mobile*

Sebuah alat pajangan yang bergerak apabila terkena angin, penempatannya dengan cara digantung.

9) *Wobler*

Merupakan alat pajangan yang cara penempatannya ditempel di dinding atau di rak penjualan menggunakan plastik mika atau bahan sejenis sehingga gambar menjadi lentur dan bergerak dalam bentuk dua dimensi.

10) *Self Talker*

Media cetak yang mempromosikan suatu produk dengan menempatkannya langsung di rak.

11) *Flag Chain*

Rangkaian bendera kecil dengan menampilkan gambar produk, merk, slogan, atau gabungan dari semua itu biasanya menggunakan bahan kertas, plastik, PVC atau bahan yang sejenis.

12) *Poster*

Gambar pada selembar kertas berukuran besar yang biasanya ditempelkan di dinding atau di permukaan lain.

13) *Stiker*

Merupakan bahan promosi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang sangat fleksibel dan bisa ditempel dimana saja.

14) *Merchandise / Souvenir*

Merupakan bentuk promosi yang bersifat tanda mata seperti jam, asbak, korek, *t-shirt*, payung, topi, dan lain-lain. Berfungsi sebagai nilai tambah dalam mempromosikan suatu produk.

15) Kotak Dispenser

Memiliki kaitan dengan *leaflet* atau brosur karena dipakai untuk menempatkan barang tersebut, biasanya terbuat dari bahan *acrylic* atau kayu *triplek*.

16) Model

Hiasan atau pajangan yang berbentuk miniatur produk yang ditawarkan.

Menurut M. Suyanto (2006:2) media promosi periklanan *indoor*, ada juga jenis media promosi periklanan *outdoor* atau media periklanan luar ruangan seperti:

(a) *Billboard*

Billboard merupakan media periklanan *outdoor* yang paling utama dan dirancang dengan tujuan memperkenalkan nama merk atau instansi. *Billboard* biasanya terpampang di jalan raya yang lalu lintasnya ramai

(b) *Street Furniture*

Street furniture adalah media promosi periklanan yang diaplikasikan ke dalam segala bentuk objek fasilitas umum yang ditemukan di jalan. *Street furniture* meliputi *bus shelter*, kios, bentuk *display* di *shopping mall* dan di bandara udara.

(c) Transit

Iklan transit merupakan media periklanan *outdoor* yang diaplikasikan ke dalam objek yang berjalan, misalnya seperti iklan di gerbong kereta api, bus, mobil, truk dan kendaraan lainnya.

(d) *Alternative Media*

Periklanan *outdoor* dapat pula *alternative media*, misalnya tulisan di balon udara, arena studio, kapal laut, iklan pada gantungan pintu dan masih banyak lagi.

Dari berbagai bentuk media periklanan di atas maka diperlukan pemilihan yang tepat dalam menemukan bentuk media promosi apa yang akan dipakai agar bisa efektif dan sesuai dengan produk, perusahaan yang akan dipromosikan. Pemilihan bentuk media promosi yang efektif dan tepat dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi pengelola karena dapat meringkas biaya yang dikeluarkan.

B. Wisata

1. Tinjauan Tentang Wisata

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha bisnis atau mencari nafkah dari tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan berekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Yoeti,1991:109).

Pariwisata yaitu kegiatan perjalanan untuk mendapatkan kesenangan, tempat untuk menghibur diri. Taman yaitu kebun yang ditanami dengan bunga-bunga, tempat bersenang-senang, tempat yang menyenangkan. Rekreasi yaitu melepaskan lelah, beristirahat, menghibur diri, hiburan (Soeharso,2006:417). Taman rekreasi adalah suatu tempat yang disediakan untuk sarana liburan yang lokasinya berbentuk kebun dan sebagian besar lokasinya ditanami dengan berbagai macam pohon-pohon dan bunga-bunga, selain itu digunakan sebagai sarana bermain dan melepas lelah.

Dijelaskan oleh H. Kodhyat (1996:3) bahwa pariwisata adalah keseluruhan fenomena (gejala) dan hubungan-hubungan yang timbul oleh perjalanan dan peresinggahan manusia diluar tempat tinggalnya. Dengan maksud bukan untuk tinggal menetap (di tempat yang disinggahinya) dan tidak berkaitan dengan pekerjaan-pekerjaan yang menghasilkan upah.

Wisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan seorang atau sekelompok orang dengan menggunakan kendaraan dengan tujuan melihat-lihat, bersenang-senang, studi, kegiatan religi di berbagai tempat atau suatu kota baik dalam negeri maupun luar negeri. Wisata dalam ilmu sosial dikatakan sebagai alat pemuas kebutuhan tingkat tersier yang mana dalam pelaksanaannya dimaksudkan untuk melengkapi kebutuhan yang lebih utama.

2. Objek Wisata Sanggaluri

Sanggaluri berasal dari bahasa Jawa yang berasal dari kata Sanggar = tempat, Luru = mencari dan Ilmu = pengetahuan. Sanggaluri adalah suatu wahana wisata dan pembelajaran yang berada di Jawa Tengah. Terletak di Desa Kutasari, Kecamatan Kutasari, Kabupaten Purbalingga. Lokasi yang ditempati merupakan bekas persawahan milik masyarakat. Tanah seluas 3,5 Ha diberikan secara bertahap oleh PEMDA untuk dikelola PD. OWABONG.

Awal perkembangannya objek wisata Sanggaluri berdiri dengan nama *Reptile n Insect* Purbalingga yang diresmikan pada tanggal 13 Agustus 2007, Seiring dengan berjalannya waktu pada tahun 2008 dibangunlah suatu wahana Museum Uang Purbalingga. *Reptile Fun* Purbalingga pun menambah 2 wahana baru pada akhir tahun 2009, tempatnya wahana IPTEK pada bulan September 2009 dan Museum Wayang dan Artefak Purbalingga yang diresmikan pada bulan Desember 2009. Hingga pada awal tahun 2013 resmilah penggunaan nama Sanggaluri sebagai suatu wadah wahana dalam bidang pembelajaran.

Selain sebagai lokasi rekreasi objek wisata Sanggaluri juga aktif dalam membantu pelestarian perlindungan populasi reptil yang terancam punah karena kehilangan habitat dan sebagai wahana wisata yang turut melestarikan nilai sejarah dan budaya bangsa, serta menyajikan berbagai peragaan IPTEK yang atraktif dan interaktif.

3. Daya Tarik Pendukung Wisata

Objek wisata Sanggaluri adalah bagian dari wisata Kabupaten Purbalingga, daya tarik pendukung wisata Kabupaten Purbalingga meliputi:

a. Objek Wisata Air Bojongsari (Owabong)

Pada tahun 2004 PEMDA kabupaten Purbalingga membangun sebuah wahana wisata keluarga dan diresmikan pada tanggal 1 Maret 2005. Objek wisata air yang terletak di Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah ini lebih dikenal sebagai Owabong. Objek wisata ini memiliki wahana permainan berupa kolam renang, arena *gokart*, *waterboom* dan wahana air lainnya. Terletak di desa Bojongsari kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga propinsi Jawa Tengah.

b. Goa Lawa

Goa Lawa adalah goa alam yang terletak dibawah permukaan tanah dilereng Gunung Slamet, Goa Lawa terbentuk dari bekuan aliran lava. Objek wisata ini berada di Desa Siwarak, Kecamatan Karangreja, Kabupaten, Purbalingga, Jawa Tengah. Kawasan objek wisata ini masih tetap menjadi produk unggulan pariwisata di Purbalingga. Eksotis alam yang begitu indah dan menarik, sehingga goa Lawa tetap menjadi primadona bagi setiap pengunjungnya. Goa yang memiliki panjang sekitar 1,5 KM dengan luas 5 KM ini juga menawarkan berbagai tanaman yang beragam, bunga yang tumbuh kembang tanpa halangan, serta jajaran pohon pinus yang memberikan kesan damai.

c. Objek Wisata Akuarium Purbayasa

Objek Wisata di Purbalingga selain Owabong dan Gowa Lawa yang bisa dikunjungi, yaitu Akuarium Raksasa Purbasari Pancuran Mas atau yang lebih di kenal Akuarium Purbayasa. Akuarium Raksasa ini terletak di Desa Purbayasa, Kecamatan Padamara. Objek wisata ini tidak jauh dari Sanggaluri yang hanya berjarak sekitar 4 km. Akuarium Raksasa ini mempunyai berbagai ragam ikan dan binatang laut yang berasal dari Asia, Australia, Eropa, Afrika hingga Amerika. Yang menjadi daya tarik Akuarium Raksasa ini adalah ikan raksasa dari Amazon yaitu Arapaima Gigas yang memiliki panjang lebih dari 2 meter.

C. Metode Perancangan

1. Tahap Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam perancangan ini dilakukan melalui beberapa tahapan untuk mendapatkan hasil yang maksimal melalui:

a. Wawancara

Wawancara digunakan untuk melengkapi data dan bertujuan untuk mengumpulkan keterangan tentang suatu masalah. Wawancara merupakan salah satu cara untuk mendapatkan data secara langsung yaitu dengan bertatap muka dengan narasumber.

Dalam proses wawancara yang dijadikan narasumber dalam perancangan ini adalah pengelola dan sekaligus sebagai pengawas objek wisata Sanggaluri, hasil yang didapat setelah wawancara dengan pengelola objek wisata tersebut

adalah mendapatkan data yang lengkap mengenai profil objek wisata dari Sanggaluri bagaimana dan seberapa jauh promosinya sehingga bisa menarik wisatawan yang ingin berkunjung, hal-hal apa saja yang membuat wisatawan tertarik. Dari data tersebut akan menjadi tolak ukur pembuatan media promosi yang baik sehingga dapat menarik wisatawan dan menguntungkan bagi pengelola.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan atau peninjauan secara langsung, ketempat penelitian oleh si peneliti untuk mendapatkan data yang ada.

c. Dokumentasi

Metode yang digunakan untuk mencari data yang berada di objek penelitian mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku, agenda dan sebagainya, melalui media kamera maupun video sebagai penyempurna data-data diatas.

2. Perolehan Data dari Berbagai Sumber

Data diperoleh dalam bentuk data tulis (verbal) dan data gambar (visual). Data tertulis didapatkan dari wawancara, artikel, buku dan internet. Data visual diperoleh dari foto dan gambar. Perolehan data verbal dan data visual yaitu dilakukan dengan:

- a. Mengumpulkan data/profil tentang objek wisata Sanggaluri .
- b. Foto-foto objek lokasi yang dijadikan potensi objek wisata Sanggaluri .
- c. Potensi objek lokasi yang dijadikan andalan objek wisata Sanggaluri sebagai daya tarik wisatawan.

d. Implementasi, merupakan perwujudan visualisasi kreatif desain kedalam media yang dipilih disesuaikan dengan media yang digunakan, sasaran media, strategi media serta komunikasi yang komunikatif dan efektif dalam masyarakat. Proses implementasi ini diperlukan perancangan kreatif, pemikiran proses produksi media dan penerapan media serta penyebarannya. Pengumpulan data berupa materi dan foto-foto yang disusun berdasarkan konsep awal yang sudah direncanakan.

3. Tahap Perancangan

Dalam tahap perancangan ini dimulai dengan pemilihan objek yang akan dijadikan media untuk digunakan sebagai desain promosi objek wisata Sanggaluri . Proses perancangan ini mengacu pada kreativitas, yaitu kemampuan untuk menyajikan gagasan atau ide baru. Strategi kreatif memfokuskan pada apa yang harus dikomunikasikan yang akan memandu pengembangan seluruh pesan yang digunakan dalam kampanye periklanan. Adapun hal yang menjadi acuan dan tolak ukur dalam merencanakan dan merancang sebuah media periklanan adalah faktor efektivitas dan efisiensi.

4. Tahap Layout

Sebuah perancangan desain promosi diperlukan proses dan tahapan yang baik supaya mendapatkan hasil yang bagus dan memuaskan. Susunan yang sistematis dan konstruktif akan menciptakan susunan yang teratur dalam perancangan desain promosi objek wisata Sanggaluri. adapun beberapa tahapan *layout* antara lain:

a. *Rough Layout* (*Layout Kasar*)

Layout Kasar yaitu tahap awal dari sebuah visualisasi perancangan berupa coretan-coretan dasar untuk mencari tata letak ataupun susunan bentuk, teks, dan gambar. Kumpulan gagasan dapat dikembangkan lagi sesuai dengan konsep yang telah ditentukan.

b. *Layout Comprehensive* (*Layout Lengkap*)

Merupakan *Layout* sudah dalam bentuk jadi yang bisa dilihat dan dipahami konsepnya, namun masih dalam bentuk sketsa halus yang menggambarkan konsep ide secara garis besar. Proses pembuatan desain menggunakan perangkat alat gambar dan perangkat lunak computer (*software*) *Corel Draw X6* dan *Adobe Photoshop*

c. *Final Desain*

Setelah konsep ditentukan dan seluruh ide telah dikembangkan, maka dibuatlah layout secara lengkap atau final desain. Pada tahap ini desain sudah dalam bentuk jadi dan dapat dilihat, dinikmati, dan dipahami konsepnya. Untuk dapat dipahami sebagai identitas tempat maka strategi visual yang digunakan adalah warna, font dan bentuk yang sejenis atau sama dalam setiap aplikasi penerapan media yang direncanakan.

5. Alat/Instrumen yang Digunakan

Agar sebuah karya desain promosi dapat dibuat secara baik dan dimengerti khalayak luas maka diperlukan alat-alat yang mendukung. Instrumen yang paling penting dalam pengumpulan sebuah data adalah seorang peneliti dengan teknik

mendokumentasikan sebuah data yang diperoleh dan kamera digital yang berfungsi menghasilkan sebuah gambar yang nantinya dijadikan sebagai bahan utama dalam pembuatan karya desain.

Sumber data yang berfungsi menguatkan teori dan deskripsi sebuah karya desain diperoleh dari hasil buku-buku yang menunjang dan hasil data dari internet yang terkait. Proses perancangan menggunakan perangkat keras (*hardware*) antara lain komputer dan kamera digital. Sedangkan perangkat lunak (*software*) yang digunakan adalah program *Microsoft Word 2010*, *Corel Draw X6*, dan *Adobe Photoshop*.

6. Langkah Perancangan

Langkah perancangan mengacu pada kreatifitas dan kemampuan menyajikan gagasan baru dari data yang diperoleh. Selanjutnya strategi kreatifnya adalah memfokuskan apa yang harus dikomunikasikan kepada *audience* atau penerima pesan. Langkah-langkah perancangannya yaitu:

- a. Langkah pertama adalah mendesain ulang maskot.
- b. Menentukan jenis media promosi apa saja yang akan digunakan sesuai dengan manfaat dan fungsinya.
- c. Membuat sketsa kasar dari setiap media promosi yang sudah ditentukan sesuai dengan unsur-unsur visual media iklan.
- d. Setelah sketsa kasar jadi lalu diproses melalui komputer kemudian menentukan dan memilih foto yang sesuai sebagai ilustrasi, menentukan warna, jenis tipografi dan bahan yang digunakan untuk media promosi.

7. Analisis Data

Analisis data yang digunakan sebagai dasar media promosi objek wisata Sanggaluri adalah analisis SWOT, yaitu berisi:

a. *Strengths* (kekuatan)

Memiliki beberapa fasilitas seperti wisata sejarah, wisata bermain, wisata IPTEK serta fasilitas pendukung lainnya.

b. *Weakness* (kelemahan)

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat pada konsep perancangan, yaitu minimnya media promosi yang ada, jadi banyak masyarakat yang belum mengetahui/mengenal objek wisata Sanggaluri

c. *Opportunities* (peluang)

Kurangnya informasi tentang letak wahana objek wisata Sanggaluri, menjadikan peluang untuk mengenalkan lebih jauh kepada masyarakat luas melalui media promosi yang menarik.

d. *Threat* (ancaman)

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar yaitu persaingan cukup ketat karena di Kabupaten Purbalingga sendiri sudah banyak Taman Rekreasi yang lebih dikenal oleh masyarakat, seperti: Owabong, Goa Lawa, Taman Akuarium Purbayasa.

D. Perencanaan Media

1. Tujuan media

Tujuan dari desain media ini adalah untuk memilih media yang paling efektif dan efisien, yang mendukung keberhasilan pelaksanaan desain media promosi objek wisata Sanggaluri agar mampu mempengaruhi target sasaran sesuai pesan yang disampaikan. Desain media ini berdasarkan pada:

- a. Kegiatan dan perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari
- b. Frekuensi masyarakat dalam melihat iklan pada suatu media.

2. Strategi media

a. Media lini atas (*above the line media*)

1) *Billboard*

Billboard merupakan media periklanan *outdoor* yang dirancang dengan tujuan memperkenalkan nama merek atau instansi. *Billboard* biasanya terpampang di jalan raya yang lalu lintasnya ramai

2) *Sign System*

Sign system dalam konteks desain komunikasi visual merupakan rangkaian representasi visual yang memiliki tujuan sebagai media interaksi manusia dalam ruang publik (Sumbo Tinarbuko,2012:12).

b. Media lini bawah (*bellow the line media*)

1) Poster

Gambar pada selembar kertas berukuran besar yang biasanya ditempelkan di dinding atau di permukaan lain. Biasanya berisi tentang informasi yang ringkas dan padat tentang suatu layanan fasilitas umum atau sejenisnya.

2) Brosur

Brosur merupakan bentuk periklanan dari selebaran yang dilipat. Brosur memuat informasi atau penjelasan tentang suatu produk, layanan, fasilitas umum, profil perusahaan, sekolah atau dimaksudkan sebagai sarana beriklan. Informasi dalam brosur ditulis dalam bahasa yang ringkas agar mudah dipahami dalam waktu singkat. Brosur juga didesain agar menarik perhatian dan dicetak di atas kertas yang baik dalam usaha membangun citra yang baik terhadap layanan produk tersebut.

(a) efektivitas dari brosur:

- (1) Mudah dibawa kemana-mana
- (2) Waktu baca lebih lama dan usia edarnya panjang. Kadang oleh *audince* disimpan dalam jangka waktu yang lama
- (3) Mempunyai kemungkinan tak terbatas untuk menampilkan bentuk yang kreatif dan artistik.

3) *X-Banner*

X-Banner biasanya dipasang di bagian depan toko, perusahaan, event, atau tempat-tempat yang perlu pengenalan agar orang tertarik dan mendatangi tempat tersebut.

4) Iklan Majalah

Iklan majalah didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media (Kasali, 1995).

5) Tiket

Kartu atau slip kertas yang digunakan agar bisa memasuki suatu lokasi atau event (Wikipedia).

6) *Flag Chain*

Rangkaian bendera kecil dengan menampilkan gambar produk, merk, slogan, atau gabungan dari semua itu.

7) Stiker

Merupakan bahan promosi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang sangat fleksibel dan bisa ditempel dimana saja.

8) *T-Shirt*

Merupakan bentuk promosi yang bersifat tanda mata. Berfungsi sebagai nilai tambah dalam mempromosikan suatu produk.

9) Mug

Merupakan bentuk promosi yang bersifat sebagai tanda mata yang multi fungsional.

3. Pelaksanaan program media

Program media akan dilaksanakan dengan estimasi waktu untuk jangka satu tahun, yang mana setelah itu akan diperbaiki dan direvisi sesuai dengan perkembangan objek wisata Sanggaluri . Pelaksanaan program media adalah dengan cara dipasang di titik-titik penting dan strategis baik di lokasi objek wisata Sanggaluri maupun jalan menuju lokasi. Berikut tabel rincian waktu pelaksanaannya :

Tabel 2: Program Media Tahun 2014

No	Nama Media	Bulan					
		Mar- Apr	Mei- Juni	Juli- Agst	Sept- Okt	Nov- Des	Jan- Feb
1.	Brosur	✓	-	✓	-	✓	✓
2.	<i>Billboard</i>	✓	-	-	-	-	-
3.	<i>Sign System</i>	✓	-	-	-	-	-
4.	Poster	✓	-	✓	-	✓	✓
5.	<i>X-banner</i>	✓	-	✓	✓	-	✓
6.	Iklan Majalah	✓	-	✓	-	-	✓

7.	Tiket	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8.	<i>Flag Chain</i>	✓	-	✓	-	✓	✓
9.	Stiker	✓	-	✓	-	✓	-
10.	<i>T-shirt</i>	✓	-	✓	-	✓	-
11.	Mug	✓	-	✓	-	✓	-

Tabel 3: **Strategi Event Tahun 2014**

No.	Nama Kegiatan	Bulan	Media
1.	Promosi Bulanan	Januari s.d. Desember 2014	<i>T-shirt</i> , Mug, Stiker, Poster, Tiket
2.	Promosi Berjangka	Antara Maret s.d. Desember 2014	Brosur, Iklan Majalah
3.	HUT kemerdekaan RI	Juli s.d. Agustus 2014	<i>T-shirt</i> , Mug, Stiker, Poster, <i>Flag Chain</i>
4.	Ulang Tahun Sanggaluri	Agustus 2014	<i>T-shirt</i> , Mug, Stiker, Poster, <i>Flag Chain</i> , <i>X-banner</i>

4. Estimasi biaya media

Estimasi biaya disusun agar perancangan dapat berjalan lancar dengan melihat rincian biaya yang harus dikeluarkan setiap jenis media dan total biaya keseluruhan.

Tabel 4: **Estimasi Biaya Media Utama**

NO	JENIS	UKURAN	JUMLAH PRODUKSI	ESTIMASI BIAYA
1	Brosur	A4	500eks x 5.000	2.500.000,-
2	<i>Billboard</i>	400 x 600 cm	1 buah Jangka 1 tahun	100.000.000,-
JUMLAH				102.500.000,-

Tabel 5: **Estimasi Biaya Media Penunjang**

NO	JENIS	UKURAN	JUMLAH PRODUKSI	ESTIMASI BIAYA
1	Poster	A2	1000 eks x10.000	10.000.000,-
2	<i>X-Banner</i>	60 x 160 cm	1 buah	80.000,-
3	Iklan majalah	21 x 27 cm	Per edisi jangka waktu 5 bulan	26.000.000,-
4	<i>Sign System</i>	150 x 95 cm	1 buah	9.000.000,-
5	Tiket	15 x 6 cm	5000 eks x 1.000	5.000.000,-
JUMLAH				50.080.000,-

Tabel 5: Estimasi Biaya Pendukung

NO	JENIS	UKURAN	JUMLAH PRODUKSI	ESTIMASI BIAYA
1	<i>Flag Chain</i>	28 x 18 cm	5000 eks x 1.000	5.000.000,-
2	<i>T-Shirt</i>	All Size	100 pcs x 40.000	4.000.000,-
3	Stiker	10 x 4 cm	1000 eks x 500	500.000,-
4	Mug	350ml	100 pcs x 10.000	1.000.000,-
JUMLAH				10.500.000,-

Catatan: Estimasi biaya di atas masih perkiraan kasar

Total keseluruhan estimasi biaya untuk pembuatan media adalah

Rp 163.080.000,-

E. Perancangan Kreatif

1. Tujuan kreatif

Program media promosi ini bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas, mudah dimengerti, diterima oleh masyarakat luas dan sebagai identitas tempat yang berbeda dari yang lain untuk mengembangkan wisata objek wisata Sanggaluri.

2. Strategi kreatif

Strategi kreatif disusun dan dirancang sesuai dengan tata urutan yang jelas agar mendapatkan hasil yang baik dan sesuai apa yang diharapkan. Urutan pertama dalam perancangan media promosi ini adalah perancangan maskot dan pembuatan media utama kemudian ke proses perancangan untuk media

penunjang. Perancangan elemen-elemen visual yang digunakan disusun menjadi satu kesatuan komposisi yang harmonis sesuai dengan prinsip desain.

F. Konsep visual

1. Tujuan visual

Tujuan visual dalam perancangan ini adalah penggunaan ilustrasi, tipografi, warna, dan maskot yang simpel dan mudah dipahami masyarakat umum sebagai identitas tempat.

2. Strategi visual

Strategi visual yang dilakukan adalah dengan penggunaan maskot dan warna yang sejenis dan sama dalam setiap penerapan media yang digunakan. Strategi seperti itu dilakukan agar mudah dipahami sebagai identitas objek wisata Sanggaluri . Sebagai contoh penggunaan logo di setiap media promosi, maskot yang dibuat sebagai ciri khusus identitas objek wisata Sanggaluri .

3. Standar visual

a. Ilustrasi

Ilustrasi yang akan diterapkan yaitu *digital imaging* karena gambar atau foto mampu untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual.

Dalam perancangan media promosi objek wisata Sanggaluri sangat diperlukan penggunaan ilustrasi karena sebagai penghubung antara maksud yang ingin disampaikan berupa isi, materi, dan tema yang akan diangkat dengan wujud

visual yaitu berupa gambar atau foto. Hal ini berfungsi sebagai penarik perhatian agar yang melihat mau membaca keseluruhan isi pesan media promosi tersebut.

b. Tipografi

Tipografi merupakan seni menyusun atau mengatur bentuk jenis dan ukuran huruf. Tipografi yang berhasil akan memberikan nilai tambah pada suatu Desain Komunikasi Visual. Memilih jenis huruf yang akan dipakai harus memperhatikan dan menyesuaikan dengan tema yang diambil, target yang dituju maupun kondisi sifat isi pesan. Sesuai dengan tema, maka jenis-jenis tipografi yang akan digunakan harus mempunyai karakter simpel, mudah dibaca sekaligus menarik, ceria, kuat dan kokoh. Tipografi yang akan dijadikan pilihan untuk desain yaitu sebagai berikut.

- 1) Tipografi yang mempunyai karakter tegas, sederhana, dan mudah dibaca

Kozuka Gothic Pro H

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , / ; : ' " "

- 2) Tipografi yang mempunyai karakter dinamis

effortless

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , / ; : ' "

- 3) Tipografi yang mempunyai karakter simpel dan ceria

Chocolate

Covered

Raindrops

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S

T U V W X Y Z

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x

y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , / ; : ‘ “

c. Warna

Warna adalah bahasa visual yang sangat efektif untuk menyampaikan kesan, arti, melukiskan keadaan dan maksud dari sebuah pesan. Warna merupakan pelengkap dari suatu bentuk sebagai salah satu unsur dalam menambah daya tarik visual. Warna mempunyai fungsi yang paling penting dan merupakan unsur yang pokok dalam seni rupa, diantaranya adalah:

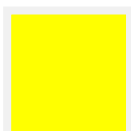
- 1) Menarik perhatian.
- 2) Memperoleh suasana sesuai dengan pesan yang disampaikan.
- 3) Untuk menambah atau menimbulkan suasana meriah.
- 4) Membantu membangkitkan suasana.

Warna yang digunakan dalam promosi objek wisata Sanggaluri ini adalah warna *orange*, kuning dan hijau sebagai warna utama, sedangkan warna lain disesuaikan dengan tiap-tiap media yang digunakan.

Pemilihan warna ini mengandung arti :



Konsep warna hijau disini adalah warna kehidupan dan kesegaran, hal ini mempunyai maksud bahwa objek wisata Sanggaluri memberikan kesejukan dan kesegaran yang menyenangkan . Selain warna hijau mempunyai karakter sejuk dan segar juga melambangkan persahabatan, muda, kehidupan dan harapan.



Konsep warna kuning disini adalah warna keceriaan dan kegembiraan, sesuai dengan karakter anak-anak dan remaja, maka warna kuning sangat menarik untuk dipakai di desain objek wisata Sanggaluri.



Selain warna kuning, *orange* juga merupakan warna ceria, bersemangat, keseimbangan dan kehangatan. Pada penerapannya penggunaan warna *orange* akan dipakai untuk warna maskot, agar maskot tersebut didukung dengan warna *orange* bisa menjadi *point of view* yang menarik.



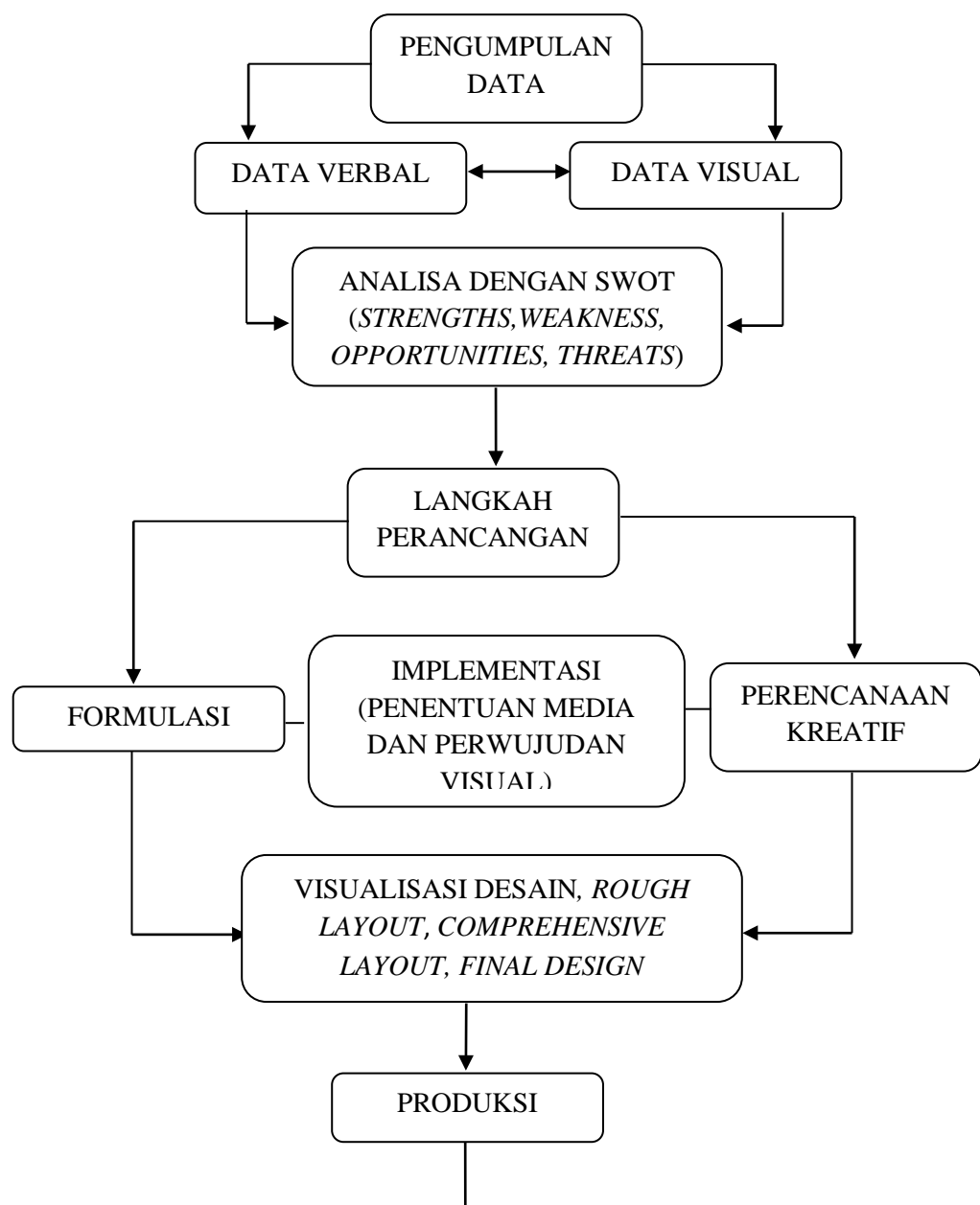
Konsep warna biru disini memberi ketenangan, kesegaran dan kesan alami, hal ini mempunyai maksud memberikan kesan kesegaran yang alami karena letak objek wisata Sanggaluri yang berlatarkan gunung slamet.

d. *Layout*

Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, *layout* mempunyai beberapa tahapan yaitu *rough layout*, *comprehensive layout* dan *Final* desain. Tahapan

tersebut harus ada dalam sebuah perancangan media promosi. *Layout* merupakan salah satu bagian dari kegiatan Desain Grafis yang mana didalamnya terdapat penataan unsur - unsur grafis pada suatu halaman. Penataan unsur - unsur grafis dalam *layout* diantaranya berupa penataan gambar, tulisan, dan maskot agar sesuai dan menarik dilihat.

SKEMA PERANCANGAN



BAB III KONSEP DAN VISUALISASI

A. Maskot Obyek Wisata Sanggaluri



Gambar 1: Maskot Obyek Wisata Sanggaluri

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Maskot biasanya menggunakan ciri khas yang tetap, baik itu berupa bentuk maupun warna, Pembuatan maskot berfungsi sebagai:

1. Sarana promosi yang efektif untuk pemasaran.
2. Alat penarik perhatian konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan.
3. Kebanggaan suatu produk atau perusahaan.
4. Pengingat bagi konsumen terhadap produk atau perusahaan pemilik maskot.
5. Mendukung keberhasilan suatu produk.

Dalam perancangan desain media promosi objek wisata Sanggaluri, bentuk maskot terinspirasi oleh burung Kakatua. Burung Kakatua adalah tipe burung hias yang mempunyai bulu yang indah dan lengkungan suara yang cukup nyaring.

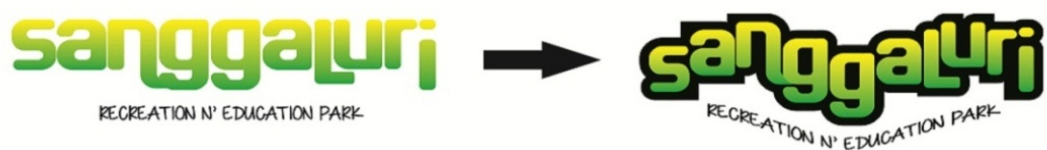
Spesies ini terhitung di antara burung dengan kecerdasan yang cukup bagus, hingga kerap dipakai untuk acara-acara hiburan.

Visualisasi burung Kakatua yang telah dirubah menjadi bentuk imajinasi atau ilustrasi dengan memakai toga dan penggunaan warna didominasi warna hijau, oranye dan kuning. Warna hijau disini mempunyai makna warna alami atau kesuburan, karena letak objek wisata Sanggaluri itu sendiri di kaki Gunung Slamet dengan berlatarkan hamparan sawah, sedangkan warna orange memberikan kesan berenergi dan warna kuning mengandung makna keceriaan. Redesain maskot ini diharapkan dapat mewakili keseluruhan wahana-wahana di objek wisata Sanggaluri, karena sebagian besar wahana-wahana di objek wisata tersebut menonjolkan wahana edukasi dan permainan, jadi redesain maskot ini diharapkan mampu menyampaikan pesan objek wisata Sanggaluri tidak sekedar dikenal sebagai taman *reptile* saja melainkan sebagai taman rekreasi dan edukasi.



Gambar 2: **Proses perancangan maskot**
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Tipografi menjadi elemen pendukung pembuatan maskot, terkadang ditampilkan sebagai pengingat nama maskot yang diletakkan pada bagian tubuh maskot. Pada pembuatan desain maskot objek wisata Sanggaluri ini huruf yang digunakan adalah *effortless* pada penggunaan kata Sanggaluri dan *Chocolate Covered Raindrops* pada penggunaan kata “Recreation n’ Education Park”.



Gambar 3: **Proses perancangan tipografi maskot**
Sumber: Dokumentasi Pribadi

B. Perancangan Media Promosi

1. Media Lini Atas (*Above the line media*)

a. *Billboard*

Pada media promosi Sanggaluri memilih *billboard* sebagai media utama, karena *billboard* merupakan bentuk media periklanan yang jelas dan mudah dilihat oleh semua orang daripada mengedarkan selebaran kepada tiap orang. Sehingga bagi pengelola dapat menghemat waktu dan biaya operasional tanpa harus menyewa pegawai untuk menyebarkan selebaran.

Alasan mengapa memilih *billboard* sebagai media utama yaitu :

- 1) Mudah dilihat oleh semua orang karena ukurannya yang besar dan penempatan posisi yang strategis yaitu dipinggir jalan.
- 2) Jelas isi materi yang akan disampaikan tanpa harus menerangkan terlalu banyak.
- 3) Waktu baca singkat sehingga membuat orang menjadi penasaran untuk datang ke obyek tersebut.
- 4) Waktu edar promosi lama dari pada media promosi yang lain.

Desain *Billboard*

1. Nama media : *Out door*
2. Medium : *Billboard*
3. Ukuran : 400 x 600 cm
4. Format : *Portrait*
5. Bahan : *Vinyl print out door*

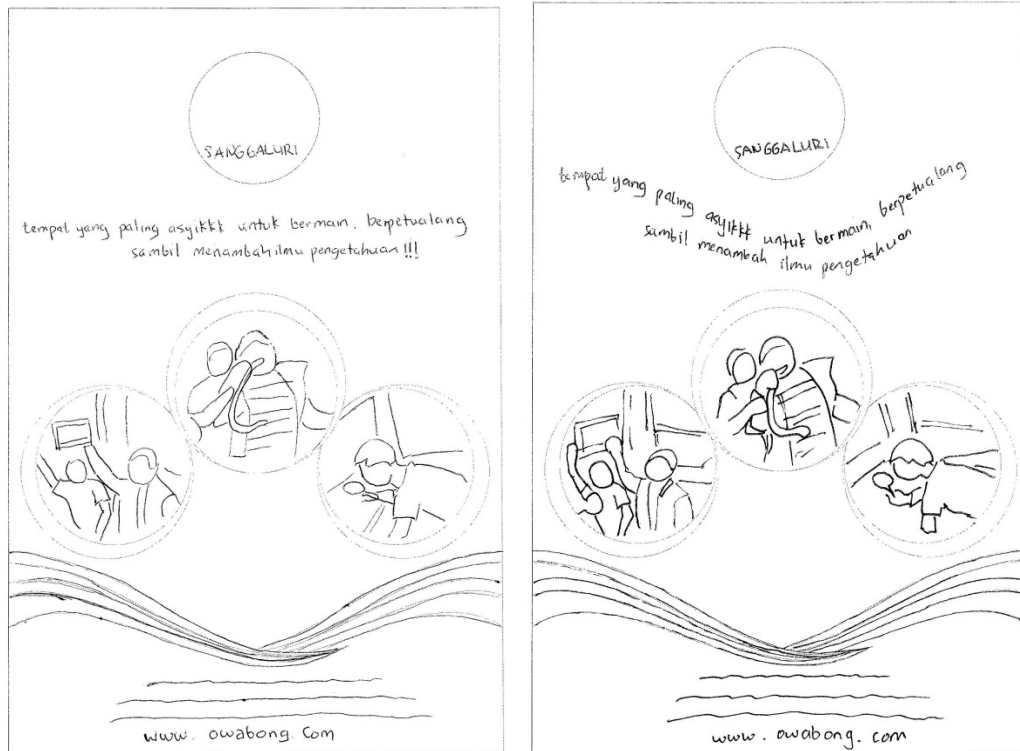
6. Verbal

- a. Judul : “SANGGALURI *Recreation n Education Park*”
- b. *Body Copy* : Tempat yang paling asyik untuk bermain, berpetualang sambil menambah ilmu pengetahuan
- c. Identitas : Maskot objek wisata Sanggaluri
- d. Alamat : Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah
Telp.0281-7664758, 0281-6599238 /fax. 0281-6599296
Email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau
reptile@owabong.com
www.owabong.com

7. Visualisasi


- a. Ilustrasi : Menampilkan berbagai fasilitas yang disediakan oleh pengelola objek wisata Sanggaluri
- b. *Layout* : Komposisi *layout* pada bagian atas *billboard* terdapat maskot objek wisata Sanggaluri dan judul *billboard*, sedangkan bagian tengah terdapat susunan foto yang menampilkan fasilitas yang disediakan oleh objek wisata Sanggaluri. Kemudian pada bagian bawah terdapat alamat objek wisata Sanggaluri
- c. Jenis huruf : Jenis huruf *Kozuka Gothic Pro H* dan *Franklin Gothic Heavy*
- d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna hijau.

Rough Layout Desain Billboard


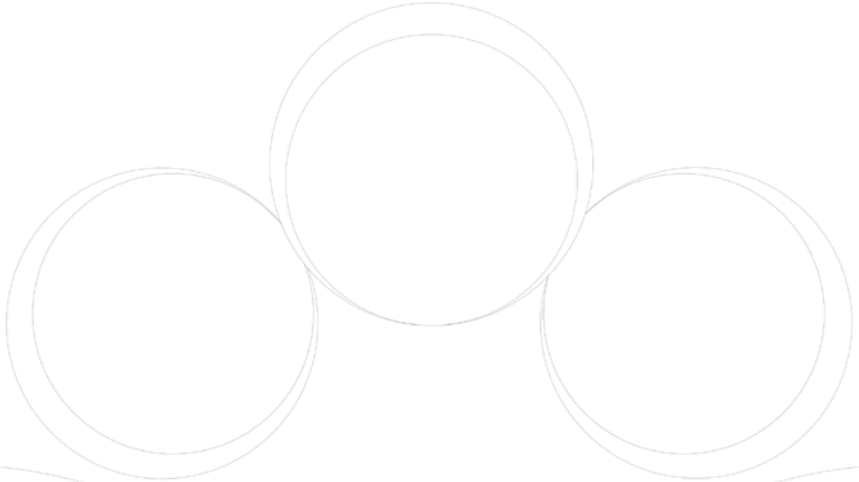


Gambar 4: *Rough Layout Desain Billboard*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Comprehensive Layout Terpilih

**tempat yang paling asyikk untuk bermain, berpetualang
sambil menambah ilmu pengetahuan!!!**



**Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah
Telp. 0281 - 7664758, 0281 - 6599238 / fax. 0281- 6599296
email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau reptile@owabong.com
www.owabong.com**

Gambar 5: **Comprehensive Layout Terpilih**
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Final Desain Billboard

sanggaluri
RECREATION & EDUCATION PARK

tempat yang paling asyikk untuk **bermain, berpetualang**
sambil menambah **ilmu pengetahuan!!!**

Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah
Telp. 0281 - 7664758, 0281 - 6599238 / fax. 0281- 6599296
email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau reptile@owabong.com
www.owabong.com

Gambar 6: *Final Desain Billboard*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Deskripsi Karya Desain *Billboard*

Tahap perancangan desain *billboard* ini menggunakan format *portrait*. Proporsi menjadi hal utama dalam perancangan, hal ini ditunjukkan dengan penempatan logo objek wisata Sanggaluri sebagai identitas diposisi atas dengan diikuti *body copy* tempat paling asyik untuk bermain, berpetualang sambil menambah ilmu pengetahuan yang menggunakan huruf *Kozuka Ghotic Pro H*. Fokus utama yaitu pada penempatan susunan ilustrasi berbagai kegiatan di objek wisata Sanggaluri, lalu diikuti dengan alamat dan *website* objek wisata tersebut. Dalam perancangan desain *billboard* penggunaan warna didominasi warna hijau dengan *outline layout* berwarna biru, kuning dan oranye, warna-warna tersebut diharapkan mampu menimbulkan respon psikologis. Pemasangan *billboard* ditempatkan di dua titik, yang pertama Jalan Raya Bojongsari yaitu jalan utama yang menghubungkan antara kota Purbalingga dengan kabupaten Pemalang, dan yang kedua di Jalan Raya Bojongsari yaitu jalan utama menuju objek wisata Sanggaluri.

b. *Sign System*

Sign system itu sendiri adalah suatu simbol yang bertujuan sebagai media dalam melakukan interaksi manusia dalam ruang publik. Pengertian lainnya, *sign system* juga sebagai petunjuk bagi mereka yang membutuhkannya. *Sign system* pun harus mempunyai fungsi yang jelas dan efisien.

Alasan penggunaan *sign system* pada media promosi objek wisata Sanggaluri adalah sebagai tanda petunjuk dan informasi, tanda ini berupa tanda yang berguna untuk mengarahkan suatu objek sasaran dengan menginformasikan dimana suatu lokasi berada.

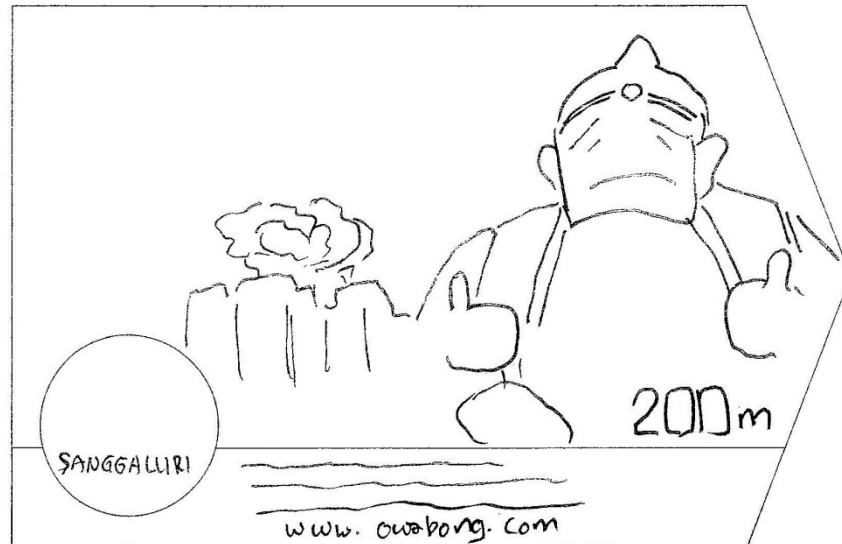
Desain *Sign System*

1. Nama media : *Out door*
2. Medium : *Sign System*
3. Ukuran : 150 x 95 cm
4. Format : *Landscape*
5. Bahan : *Vinyl print out door*
6. Verbal
 - a. *Body Copy* : 200 m
 - b. Identitas : Maskot objek wisata Sanggaluri
 - c. Alamat : Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah
Telp.0281-7664758, 0281-6599238 /fax. 0281-6599296
email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau
reptile@owabong.com

7. Visualisasi

- a. Ilustrasi : Menampilkan pintu keluar objek wisata Sanggaluri yang berbentuk karakter semar.
- b. *Layout* : Komposisi *layout* pada bagian *sign system* ini terdapat maskot objek wisata Sanggaluri disebelah kiri dan *body copy* 200m disebelah kanan, sedangkan *background* menampilkan foto pintu keluar objek wisata Sanggaluri. Kemudian pada bagian bawah tengah terdapat alamat objek wisata Sanggaluri.
- c. Jenis huruf : Jenis huruf *Kozuka Gothic Pro H* dan *Franklin Gothic Heavy*.
- d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna hijau.

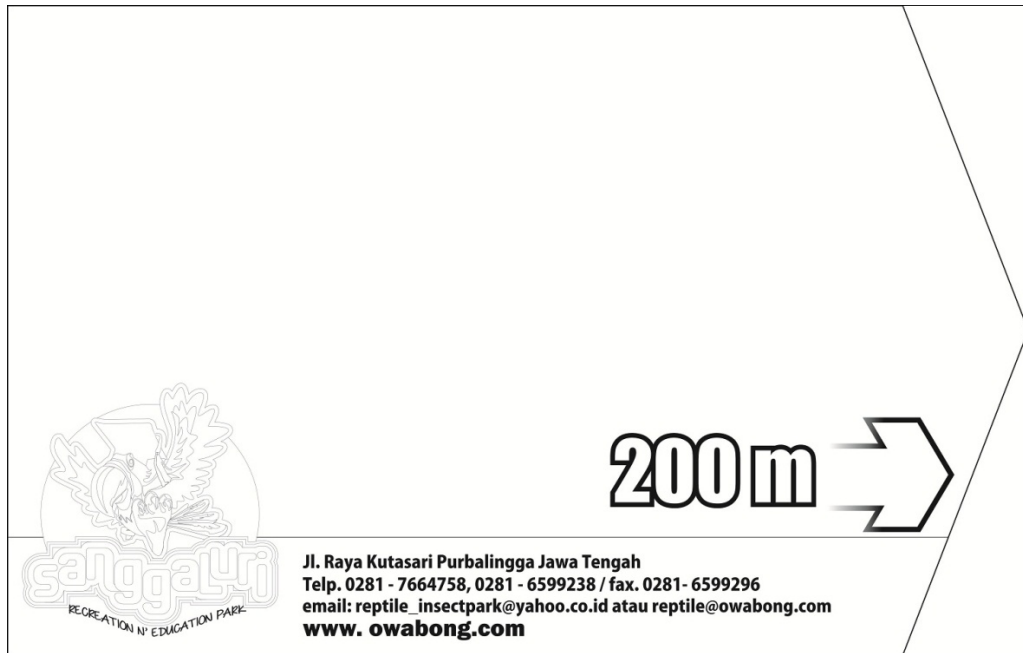
Rough Layout Desain Sign System



Gambar 7: Rough Layout Desain Sign System

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Comprehensive Layout Terpilih Desain Sign System



Gambar 8: *Comprehensive Layout Terpilih Desain Sign System*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Final Desain Sign System

Gambar 9: *Final Desain Sign System*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Deskripsi Karya Desain *Sign System*

Tahap perancangan desain *sign system* ini menggunakan format *landscape*. Fokus utama perancangan yaitu pada penempatan ilustrasi bentuk semar yang sekaligus sebagai pintu keluar objek wisata Sanggaluri dan *body copy* 200m, diharapkan mampu menarik perhatian pengguna jalan yang melintas. Penempatan *layout* identitas logo objek wisata Sanggaluri ditempatkan pada pojok kiri bersebelahan dengan alamat dan *website*. Penggunaan warna hijau diharapkan mampu merespon psikologis alami dan kesegaran. Pemasangan *sign system* dipusatkan pada satu titik saja yaitu di Jalan Raya Bojongsari yang merupakan akses utama menuju objek wisata Sanggaluri.

2. Media Lini Bawah (*Bellow the line media*)

a. Brosur

Brosur merupakan lembaran kertas cetak yang dilipat menjadi dua halaman atau lebih yang tidak berjilid. Isi brosur dapat berupa gambar maupun tulisan yang menerangkan sebuah produk atau jasa secara lebih terperinci sehingga memudahkan bagi pembaca dalam mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan. Dari hal itulah yang dijadikan pegangan dalam pemilihan media promosi ini memilih brosur.

Berikut ini adalah alasan mengapa memilih brosur sebagai media utama dalam media promosi objek wisata Sanggaluri:

- 1) Memuat informasi lebih detail dari pada media lain.
- 2) Waktu baca yang lebih lama.
- 3) Dapat dibawa kemana-mana karena bentuknya berupa kertas yang di lipat.
- 4) Dapat pula dijadikan sebuah dokumentasi perjalanan wisata.
- 5) Biaya cetak lebih murah dari media yang lain.

Desain Brosur

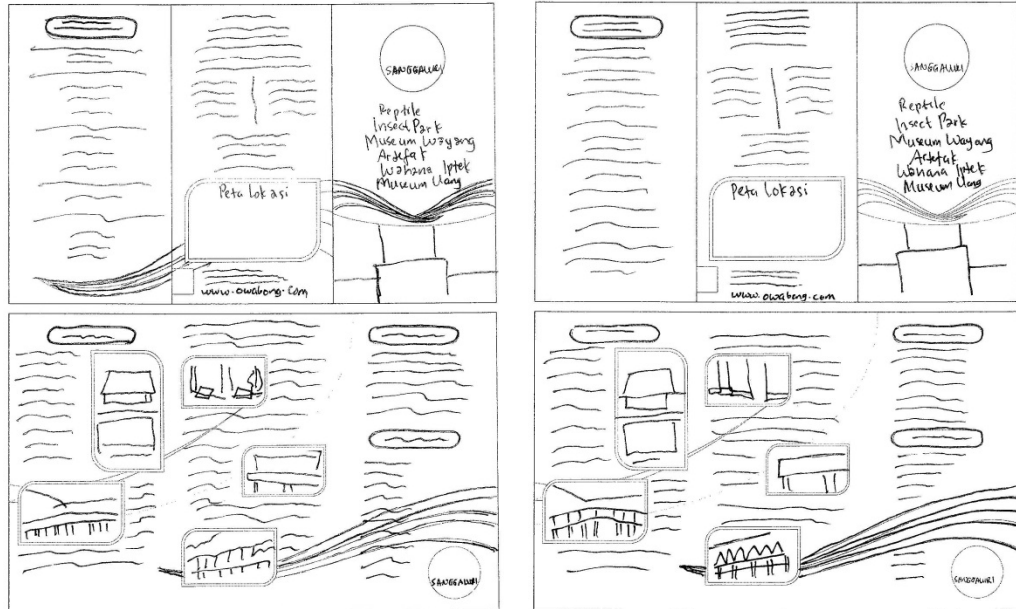
1. Nama media : *In door*
2. Medium : Brosur
3. Ukuran : 29 x 18 cm
4. Format : *Landscape*
5. Bahan : *Art Paper 150 gr*
6. Verbal
 - a. Judul : “SANGGALURI *Recreation n Education Park*”

- b. *Body Copy* : Reptile, Insect Park, Museum Wayang, Artefak, Wahana Iptek, Museum uang
- c. Identitas : Maskot objek wisata Sanggaluri
- d. Alamat : Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah
Telp.0281-7664758, 0281-6599238 /fax. 0281-6599296
email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau
reptile@owabong.com
www.owabong.com

7. Visualisasi



- a. Ilustrasi : Brosur ini pada bagian depan menampilkan wahana-wahana yang tersedia di objek wisata Sanggaluri. Dalam bagian ke dua, merupakan informasi mengenai wahana objek wisata Sanggaluri beserta denah lokasi objek tersebut.
- b. *Layout* : Bagian depan dari kanan ke kiri brosur menampilkan *cover* yang berisi maskot, foto wahana-wahana objek wisata Sanggaluri, peta lokasi, dan macam-macam paket wisata di objek wisata Sanggaluri. Bagian belakang berisi tentang informasi mendetail mengenai objek wisata Sanggaluri beserta fasilitas-fasilitas yang tersedia.
- c. Jenis huruf : Jenis huruf *Kozuka Gothic Pro H*, *Franklin Gothic Heavy* dan *Arial*.
- d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna hijau.

Rough Layout Desain Desain Brosur



Gambar 10: *Rough Layout Desain Brosur*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Comprehensive Layout Terpilih Desain Brosur

<p>Macam-macam Paket di Sanggaluri</p> <p>1. Paket Pembedahan / Anatomi Untuk 10 Orang Rp. 50.000,- / Paket untuk 1 Jenis hewan Rp. 10.000,- / Paket untuk 3 Jenis hewan (ular, kadal, katak)</p> <p>2. Paket Pengawetan Serangga Rp. 50.000,- / Paket Untuk pengawetan 2 jenis serangga (kumbang & kupu-kupu)</p> <p>3. Paket Spesial Rp. 150.000,- / Paket (untuk 10 orang) pengawetan 2 jenis serangga (kumbang & kupu-kupu) pembedahan 3 jenis reptil (ular, kadal, katak)</p> <p>4. Paket Klasifikasi & Identifikasi Arthropoda / Reptile Rp. 50.000,- / Paket (untuk 10 orang) penjelasan tentang pengidentifikasian & pengklasifikasian reptile / arthropoda secara teori & praktek langsung</p> <p>5. Survival Activity Rp. 3000,- / orang (minimal 30 orang) suatu kegiatan yang bertujuan dalam mengimplementasikan teori-teori yang didapat dari sekolah secara lebih menyenangkan, interaktif dan edukatif</p> <p>Fasilitas Instruktur Peralatan, Medis, Snack & Perengkapan</p>	<p>6. Reptile Fun Games Rp. 150.000,- / Game (main 2 Game Free 1 Game) 1. Tangkap ular tanpa alat 2. Nyarot Sawer di Kanggoeng Ular 3. Hitung koin di akuarium besar berisi ular</p> <p>7. Outbound Kids GROUP 1 (3-6 th) Rp. 30.000,- / Peserta garansi 30 peserta</p> <p>8. Outbound Kids GROUP 2 (7-12 th) Rp. 50.000,- / Peserta garansi 30 peserta</p> <p>9. Outbound Kids GROUP 3 (13-15 th) Rp. 60.000,- / Peserta garansi 30 peserta</p> <p>*Fasilitas Free Instruktur, Modul/Hand out Peralatan & Laboratorium</p> <p>Peta lokasi Sanggaluri</p> <p>Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah Telp. 0281 - 7664758, 0281 - 6599238 / fax. 0281 - 6599296 email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau reptile@owabong.com www.owabong.com</p>	 <p>Reptile Insect Park Museum Wayang Artefak Wahana Iptek Museum Uang</p>
<p>Apa itu Sanggaluri</p> <p>Objek wisata di Purbalingga yang merupakan antara wisata taman dan wisata buatan. Sanggaluri Resmi dibuka untuk umum pada 8 Juli 2007. Koleksi yang ada di Sanggaluri didapatkan dengan tiga cara yaitu yang pertama sumbangan dari penyerahan masyarakat sekitar, ke dua sengaja didatangkan dari dalam dan luar negeri, serta hasil tangkapan sendiri. Sedangkan untuk koleksi serangganya sudah dalam keadaan mati dan diawetkan yang ditempatkan dalam panel kaca yang meliputi kumbang dan kupu-kupu, ada sekitar 1684 spesimen serangga yang meliputi koleksi Purbalingga sendiri</p>	<p>Sanggaluri berasal dari bahasa jawa yang berasal dari kata Sanggar = tempat, Luru = mencari dan ilmu = pengetahuan jadi Sanggaluri adalah suatu wahana wisata dan pembelajaran yang berada di Jawa Tengah. Terletak di desa Kutasari, Kec. Kutasari, Kab. Purbalingga. Lokasi yang ditempati merupakan bekas persawahan milik masyarakat.</p> <p>Pada awal perkembangan Sanggaluri, berdiri dengan nama Reptile dan Insect Park Purbalingga yang diresmikan pada tanggal 13 Agustus 2007, seiring dengan berjalannya waktu pada tahun 2008 dibangunlah suatu wahana Museum Uang Purbalingga. Reptile fun Park Purbalingga pun menambah dua wahana baru pada akhir tahun 2009, tepatnya wahana IPTEK dan Museum Wayang dan Artefak Purbalingga yang diresmikan pada bulan Desember 2009.</p>	<p>Kegiatan Sanggaluri</p> <p>Sanggaluri memiliki beberapa fungsi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selain sebagai lokasi rekreasi juga aktif dalam membantu pelestarian, usaha perlindungan populasi reptil yang terancam punah karena kehilangan habitat dan meningkatkan ilmu pengetahuan dengan melakukan berbagai penelitian. 2. Sebagai wahana wisata yang turut melestarikan nilai sejarah dan budaya bangsa 3. Menyajikan berbagai peragaan IPTEK yang dapat diindahkan, atraktif dan interaktif <p>Fasilitas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Parkir luas 2. Gazebo 3. Rangkok Cave mini bar 4. Therapy ikan 5. Therapy ular 6. Lobby (rangkok lobby) 7. Laboratorium 8. Mini perpustakaan / wahana 9. Wahana Interaksi 10. Event dan hiburan 11. Taman Buah 12. Mushola 13. IPTEK Center 14. Rumah boneka Lintang 15. Wahana museum Uang & Artefak Purbalingga 16. Penangkaran 17. Kantin 

Gambar 11: *Comprehensive Layout Terpilih Desain Brosur*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Final Desain Brosur

Macam-macam Paket di Sanggaluri

1. Paket Pembedahan / Anatomi
Untuk 10 Orang
Rp. 50.000,- / Paket untuk 1 Jenis hewan (ular, kadal, katak)
Rp. 10.000,- / Paket untuk 3 Jenis hewan (ular, kadal, katak)

2. Paket Pengawetan Serangga
Rp. 50.000,- / Paket
Untuk pengawetan 2 jenis serangga (kumbang & kupu-kupu)

3. Paket Spesial
Rp. 150.000,- / Paket (untuk 10 orang) pengawetan 2 jenis serangga (kumbang & kupu-kupu) pembedahan 3 jenis reptil (ular, kadal, katak)

4. Paket Klasifikasi & Identifikasi Arthropoda / Reptile
Rp. 50.000,- / Paket (untuk 10 orang) penjelasan tentang pengidentifikasian & pengklasifikasian reptile / arthropoda secara teori & praktik langsung

5. Survival Activity
Rp. 3000,- / orang (minimal 30 orang) suatu kegiatan yang bertujuan dalam mengimplementasikan teori-teori yang didapat dari sekolah secara lebih menyenangkan, interaktif dan edukatif

*Fasilitas Instruktur Peralatan, Medis, Snack & Perlengkapan

6. Reptile Fun Games
Rp. 150.000,- / Game (main 2 Game Free 1 Game)
1. Tangkap ular tanpa alat
2. Nyomol Saver di Kampoeng Ular
3. Hitung koin di akuarium besar berisi ular

7. Outbound Kids
GROUP 1 (3-6 th)
Rp. 30.000,- / Peserta
garansi 30 peserta

8. Outbound Kids
GROUP 2 (7-12 th)
Rp. 50.000,- / Peserta
garansi 30 peserta

9. Outbound Kids
GROUP 3 (13-15 th)
Rp. 60.000,- / Peserta
garansi 30 peserta

*Fasilitas Free Instruktur, Modul/Hand out Perlatan & Laboratorium

Peta lokasi Sanggaluri

Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah
Telp. 0281-7664758, 0281-6399238 / fax. 0281-6599296
email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau reptile@owabong.com
www.owabong.com

Reptile
Insect Park
Museum Wayang
Artefak
Wahana Iptek
Museum Uang

Apa itu Sanggaluri

Objek wisata di Purbalingga yang merupakan antara wisata taman dan wisata buatan. Sanggaluri Resmi dibuka untuk umum pada 8 Juli 2007. Koleksi yang ada di Sanggaluri didapatkan dengan tiga cara yaitu yang pertama sumbangan dari penyerahan masyarakat sekitar, ke dua sengaja didatangkan dari dalam dan luar negeri, serta hasil tangkapan sendiri. Sedangkan untuk koleksi serangganya sudah dalam keadaan mati dan diawetkan yang ditempatkan di dalam panel-panel kaca yang meliputi kumbang dan kupu-kupu, ada sekitar 1684 spesimen serangga yang meliputi koleksi Purbalingga sendiri

Sanggaluri berasal dari bahasa Jawa yang berasal dari kata Sanggar = tempat, Luru = mencari dan ilmu = pengetahuan jadi Sanggaluri adalah suatu wahana wisata dan pembelajaran yang berada di Jawa Tengah. Terletak di desa Kutasari, Kec. Kutasari, Kab. Purbalingga. Lokasi yang ditempati merupakan bekas persawahan milik masyarakat.

Pada awal perkembangan Sanggaluri berdiri dengan nama Reptile dan Insect Park Purbalingga yang diresmikan pada tanggal 13 Agustus 2007. seiring dengan berjalannya waktu pada tahun 2008 dibangunlah suatu wahana Museum Uang Purbalingga. Reptile fun Park Purbalingga pun menambah dua wahana baru pada akhir tahun 2009, tepatnya wahana IPTEK pada bulan September 2009 dan Museum Wayang dan Artefak Purbalingga yang diresmikan pada bulan Desember 2009.

Kegiatan Sanggaluri

Sanggaluri memiliki beberapa fungsi:

- Selain sebagai lokasi rekreasi juga aktif dalam membantu pelestarian, usaha perlindungan populasi reptil yang terancam punah karena kehilangan habitat dan meningkatkan ilmu pengetahuan dengan melakukan berbagai penelitian.
- Sebagai wahana wisata yang turut melestarikan nilai sejarah dan budaya bangsa
- Menyajikan berbagai peragaan IPTEK yang dapat diandalkan, atraktif dan interaktif

Fasilitas

- Parkir luas
- Gazebo
- Rangkok Cave mini bar
- Therapyikan
- Therapy ular
- Lobby (rangkok lobby)
- Laboratorium
- Mini perpustakaan / wahana
- Wahana Interaksi
- Event dan hiburan
- Taman Buah
- Mushola
- IPTEK Center
- Kumah boneka Lintang
- Wahana museum Uang & Artefak Purbalingga
- Penangkaran
- Kantin

Gambar 12: *Final Desain Brosur*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Deskripsi Karya Desain Brosur

Tahap perancangan desain brosur ini menggunakan format *landscape* terbagi antara bagian muka dan bagian belakang. Dalam perancangan desain brosur ini fokus utama adalah logo objek wisata Sanggaluri sebagai identitas dengan layout yang menampilkan wahana dan fasilitas yang ada di objek wisata Sanggaluri dengan *body copy* yang menunjukkan *reptile*, *insect park*, museum wayang, wahana iptek dan museum uang, lalu menampilkan macam-macam paket yang ada di objek wisata Sanggaluri beserta denah menuju objek wisata tersebut dan alamat serta *website*. Penggunaan jenis huruf dominan dengan *Arial*, pada bagian *layout* belakang menyajikan kegiatan di objek wisata Sanggaluri dan fasilitas yang tersedia serta apa itu Sanggaluri. Penggunaan warna didominasi warna hijau dengan *outline* biru, kuning dan oranye pada *layout* desain brosur. Penyebaran brosur dilakukan secara berkala kepada pengunjung, agen wisata dan instansi terkait.

b. Poster

Poster adalah gambar pada selembaran kertas berukuran besar yang digantung atau ditempel di dinding atau permukaan lain. Poster merupakan alat untuk mengiklankan sesuatu, sebagai proganda, dan protes, serta maksud-maksud lain untuk menyampaikan berbagai pesan. Jenis-jenis poster ada berbagai macam seperti poster teks, poster bergambar, poster riset kegiatan ilmiah, poster pelayanan masyarakat dan poster kampanye poster komersial.

Alasan pemilihan media poster:

- 1) Mudah diaplikasikan pada berbagai lokasi karena sifatnya yang bisa ditempel pada tembok dan ditempat lain.
- 2) Dapat dilihat berulang kali.
- 3) Jangkauan sasaran promosi lebih luas hingga ke tempat-tempat umum.
- 4) Cepat mendapatkan respon karena media promosi poster sudah sangat akrab dengan masyarakat.

Desain Poster

1. Nama media : *In door*
2. Medium : *Poster*
3. Ukuran : *A2*
4. Format : *Portrait*
5. Bahan : *Kertas synthetic paper*
6. Verbal

- a. *Headline* : Taman Rekreasi & Belajar.
- b. *Body Copy* : Tempat yang paling asyik untuk bermain, berpetualang sambil menambah ilmu pengetahuan.
- c. *Caption* : Buka setiap hari
08.00 – 18.00 WIB
Tiket Masuk
Senin-Minggu Rp.10.000,-
Minggu/Libur Rp.12000,-
- d. Identitas : Maskot objek wisata Sanggaluri
- e. Alamat : Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah
Telp.0281-7664758, 0281-6599238 /fax. 0281-6599296
email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau
reptile@owabong.com
www.owabong.com

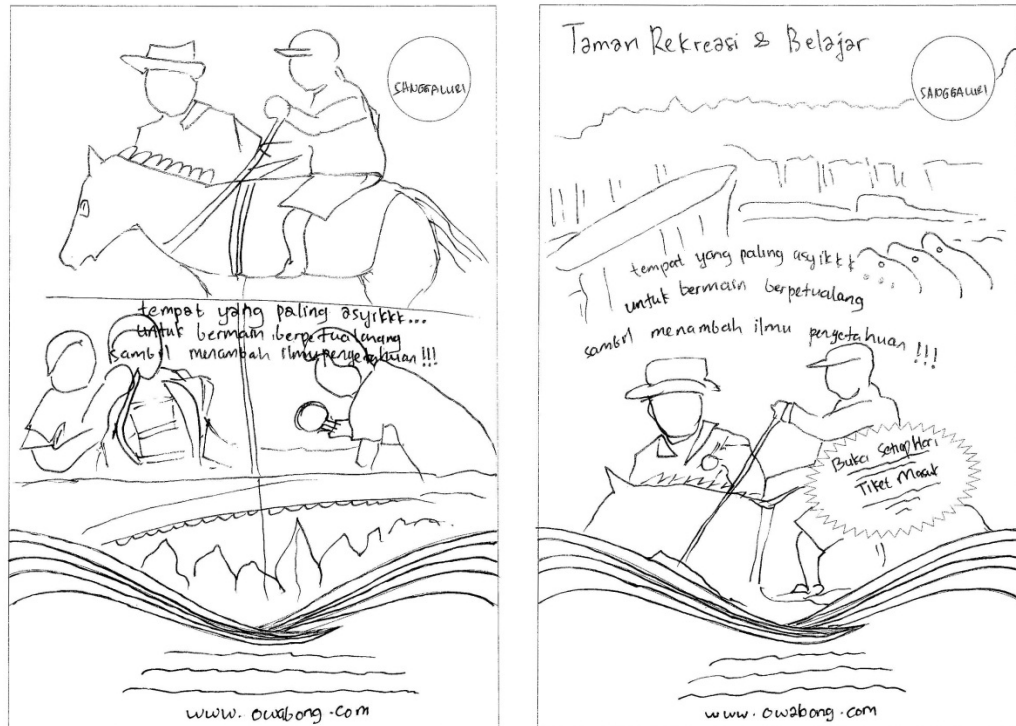
7. Visualisasi

- a. Ilustrasi : Menampilkan fasilitas dan kegiatan objek wisata Sanggaluri
- b. *Layout* : Komposisi *layout* pada bagian atas terdapat *headline* dan kanan atas terdapat maskot objek wisata Sanggaluri. Pada bagian tengah terdapat fasilitas yang ada di objek wisata Sanggaluri beserta kegiatan yang dilakukan pengunjung dan *caption* harga tiket dan jam buka,

sedangkan bagian bawah menunjukkan alamat objek wisata Sanggaluri.

- c. Jenis huruf : Jenis huruf Jenis huruf *Kozuka Gothic Pro H* dan *Franklin Gothic Heavy*.
- d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna hijau.

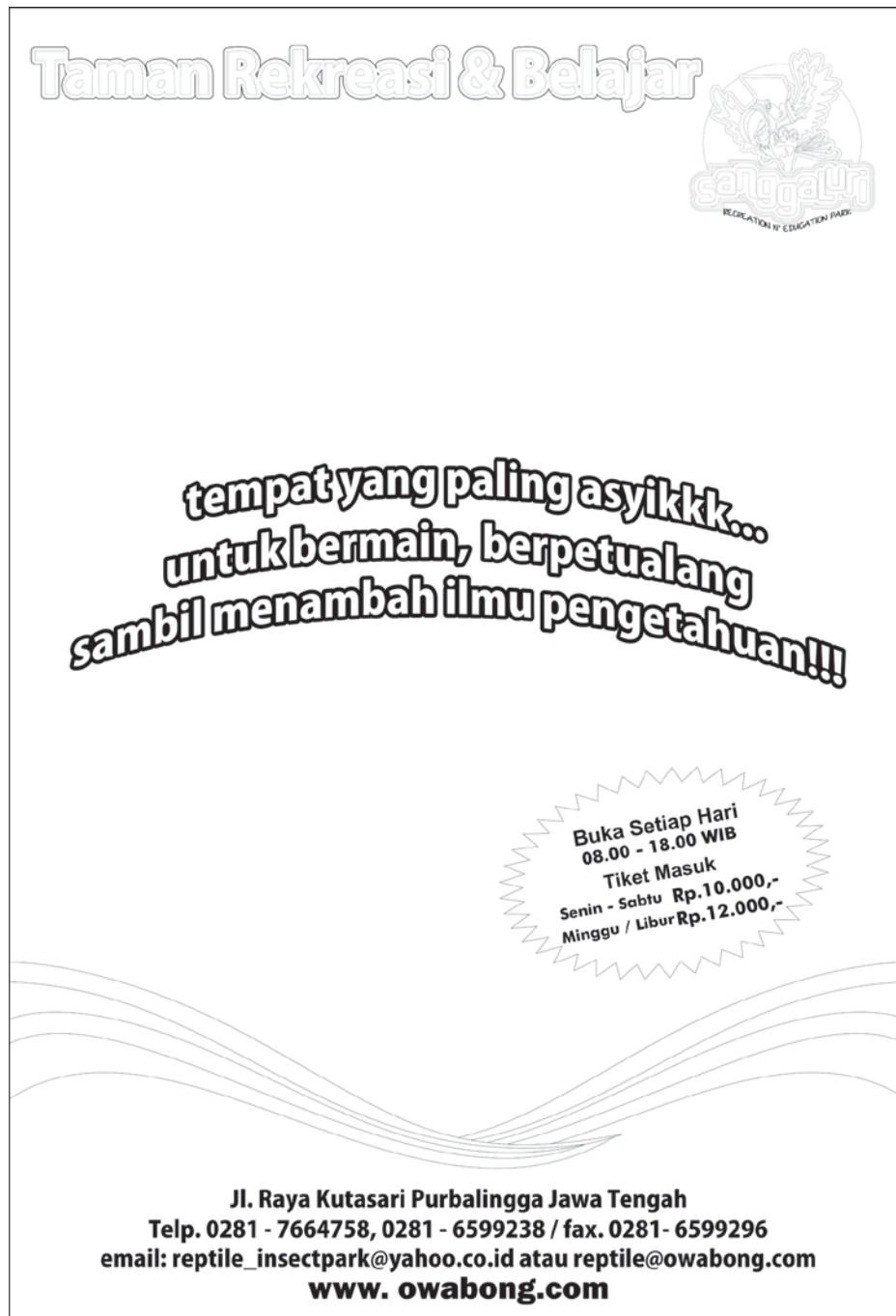
Rough Layout Desain Poster



Gambar 13: *Rough Layout Desain Poster*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Comprehensive Layout Terpilih Desain Poster



Gambar 14: *Comprehensive Layout Terpilih Desain Poster*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Final Desain Poster

Taman Rekreasi & Belajar

sanggaUri
REKREASI & BELAJAR

tempat yang paling asyikk...
untuk bermain, berpetualang
sambil menambah ilmu pengetahuan!!!

Buka Setiap Hari
08.00 - 18.00 WIB
Tiket Masuk
Senin - Sabtu Rp.10.000,-
Minggu / Libur Rp.12.000,-

Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah
Telp. 0281 - 7664758, 0281 - 6599238 / fax. 0281- 6599296
email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau reptile@owabong.com
www.owabong.com

Gambar 15: *Final* Desain Poster
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Deskripsi Karya Desain Poster

Tahap perancangan poster ini menggunakan format *portrait*. Dalam perancangan desain poster penggunaan identitas logo objek wisata Sanggaluri diletakan di pojok kanan atas diikuti dengan *headline* Taman Rekreasi & Belajar dan *body copy* Tempat yang paling asyik untuk bermain, berpetualang sambil menambah ilmu pengetahuan, itu semua menggunakan huruf *Kozuka Gothic Pro H*. Pada layout bagian bawah terdapat *Caption* yang menunjukkan buka setiap hari dan harga tiket masuk dan alamat serta *website*. Penggunaan warna didominasi warna hijau dengan *outline* warna biru, kuning dn oranye pada *layoutnya*. Pemasangan poster dilakukan secara berkala dipasang di papan informasi dekat loket serta spot-spot yang sering dilewati pengunjung dengan memperhatikan pemasangan agar enak dipandang mata.

b. X-Banner

Banner atau *x-banner* merupakan media promosi yang sifatnya menyerupai poster namun lebih besar. *Banner* ini tidak ditempel di dinding melainkan dipasang pada dudukannya sehingga mudah di pindahkan. *Banner* umumnya di pasang di ruang pelayanan umum sehingga mudah dibaca dan dilihat orang. Pada media promosi ini penggunaan *banner* di tempatkan di dekat jalan masuk atau disamping kasir.

Alasan pemilihan media *x-banner* dalam media promosi objek wisata Sanggaluri adalah sebagai berikut:

- 1) Mudah dibaca dan dilihat orang karena ukurannya besar.
- 2) Mudah dipindah atau digeser sesuai dengan keinginan.
- 3) Lebih efektif dalam mempromosikan karena dapat di letakkan di depan pintu masuk atau di depan kasir.
- 4) Cepat mendapat respon dari pengunjung yang datang.

Desain X-Banner I

1. Nama media : *In door*
2. Medium : *Banner*
3. Ukuran : 60 x 160 cm
4. Format : *Portrait*
5. Bahan : *Vinyl print in door*
6. Verbal
 - a. Judul : “SANGGALURI *Recreation n Education Park*”

- b. *Body Copy* : *Reptile & Insect Park*, Wahana Iptek & Museum Uang, Museum wayang & Artefak, Outbond, Rumah Boneka, Rumah Prestasi, Trampoline Raksasa, Istana balon, *Play Ground Kids*, Kereta Mini, *Flying Fox*
- c. Identitas : Maskot objek wisata Sanggaluri.
- d. Alamat : Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah
Telp.0281-7664758, 0281-6599238 /fax. 0281-6599296
email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau
reptile@owabong.com
www.owabong.com

7. Visualisasi

- a. Ilustrasi : Menampilkan wahana-wahana objek wisata Sanggaluri.
- b. *Layout* : Komposisi *layout* pada *x-banner* bagian atas terdapat maskot objek wisata Sanggaluri. Pada bagian tengah terdapat informasi mengenai fasilitas-fasilitas yang terdapat di objek wisata Sanggaluri. Dan paling bawah sendiri terdapat alamat objek.
- c. Jenis huruf : Jenis huruf Jenis huruf *Kozuka Gothic Pro H*, *Franklin Gothic Heavy* dan *Chocolate Covered Raindrops*.
- d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna hijau.

Rough Layout Desain Desain X-Banner I



Gambar 16: **Rough Layout Desain Desain X-Banner I**

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Comprehensive Layout Terpilih Desain X-Banner I



Gambar 17: *Comprehensive Layout Terpilih Desain X-Banner I*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Final Desain X-Banner I

Gambar 18: **Final Desain X-Banner I**
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Deskripsi Karya Desain X-banner I

Tahap perancangan desain *x-banner* ini menggunakan format *portrait*. Identitas logo objek wisata Sanggaluri terletak diatas dengan diikuti *body copy* *Reptile & Insect Park*, Wahana Iptek & Museum Uang, Museum wayang & Artefak, Outbond, Rumah Boneka, Rumah Prestasi, Trampoline Raksasa, Istana balon, *Play Ground Kids*, Kereta Mini, *Flying Fox* dengan menggunakan huruf *Kozuka Gothic Pro H*. Penggunaan ilustrasi adalah *digital imaging* menggabungkan wahana yang ada di objek wisata Sanggaluri kedalam *layout* desain *x-banner*, pada bagian bawah terdapat alamat serta *website*. Penempatan *x-banner* ini ditempatkan di loby setelah pintu masuk sebelum memasuki wahana-wahana di objek wisata Sanggaluri.

Desain X-Banner II

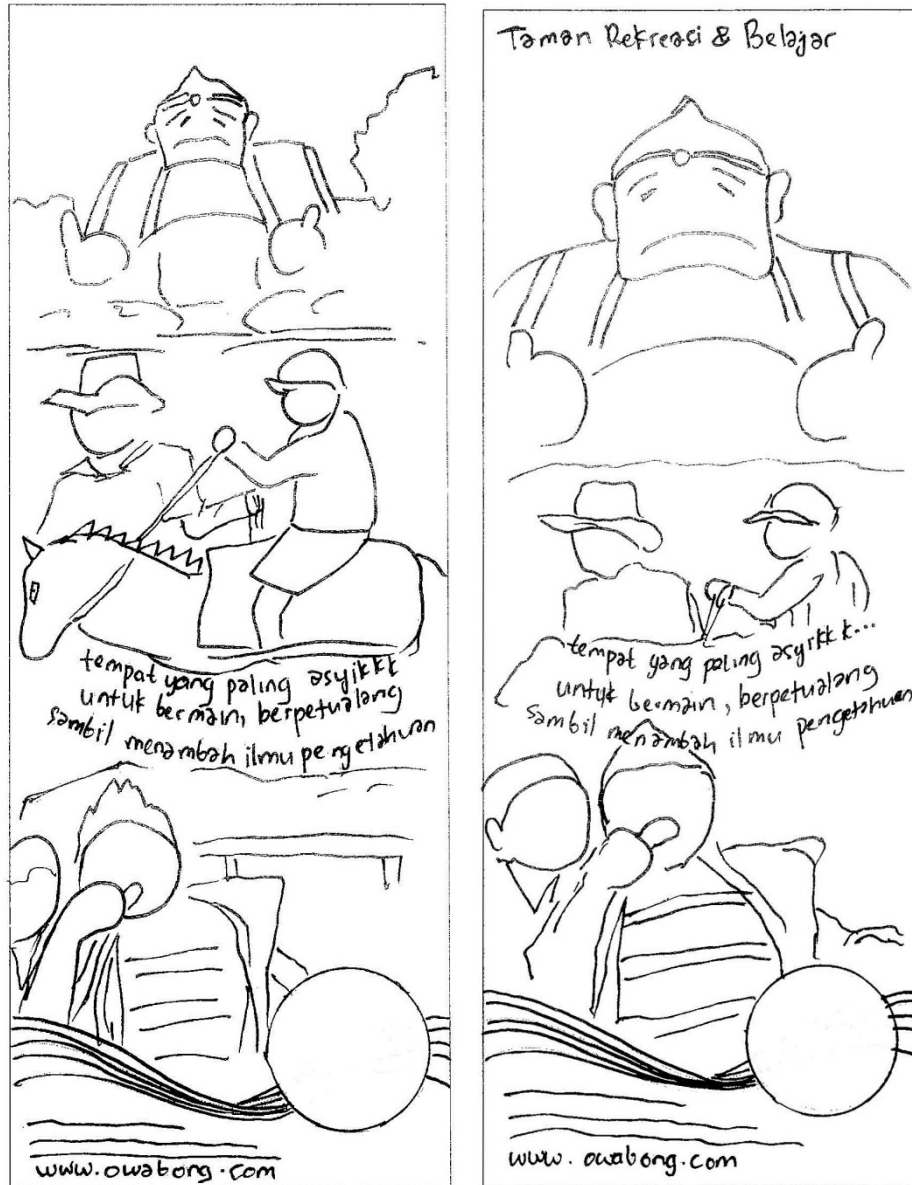
1. Nama media : *In door*
2. Medium : *Banner*
3. Ukuran : 60 x 160 cm
4. Format : *Portrait*
5. Bahan : *Vinyl print in door*
6. Verbal
 - a. Judul : Taman Rekreasi & Belajar
 - b. *Body Copy* : Tempat yang paling asyik untuk bermain, berpetualang sambil menambah ilmu pengetahuan.
 - c. Identitas : Maskot objek wisata Sanggaluri.
 - d. Alamat : Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah
Telp.0281-7664758, 0281-6599238 /fax. 0281-6599296
email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau
reptile@owabong.com
www.owabong.com
7. Visualisasi
 - a. Ilustrasi : Menampilkan wahana dan kegiatan pengunjung objek wisata Sanggaluri.
 - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada *x-banner* bagian atas terdapat *headline* atau judul dan bagian tengah terdapat *body copy* dan paling bawah sendiri terdapat alamat beserta

maskot objek wisata Sanggaluri, beserta foto fasilitas dan kegiatan sebagai *background*.

c. Jenis huruf : Jenis huruf Jenis huruf *Kozuka Gothic Pro H* dan *Franklin Gothic Heavy*.

d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna hijau.

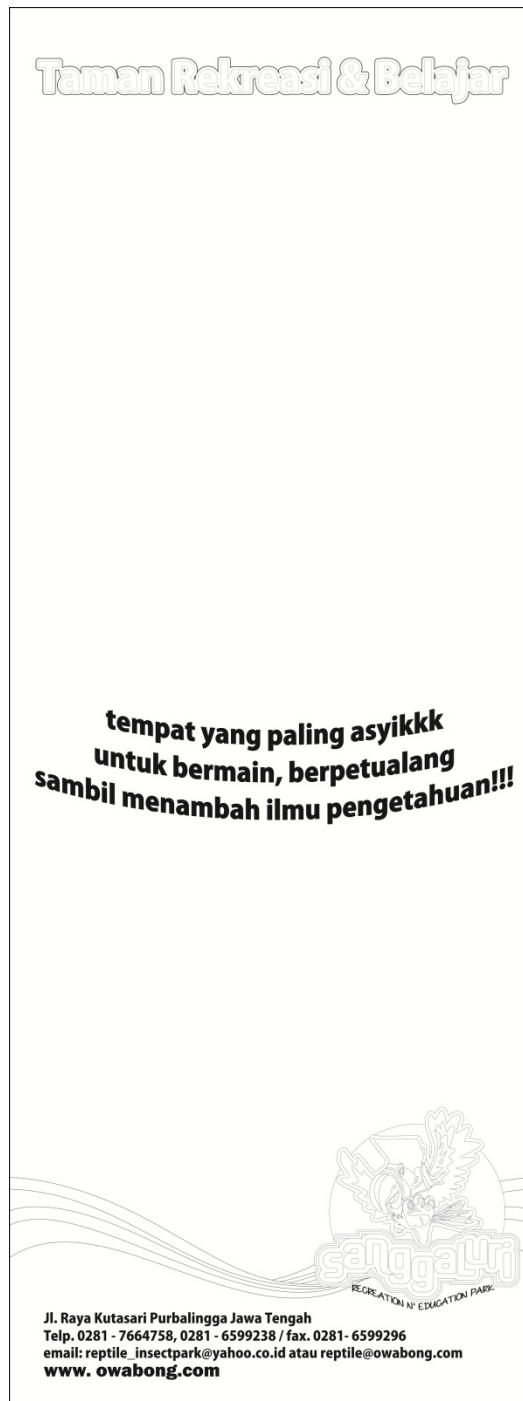
Rough Layout Desain X-Banner II



Gambar 19: Rough Layout Desain X-Banner II


Sumber: Dokumentasi Pribadi

Comprehensive Layout Terpilih X-Banner II



Taman Rekreasi & Belajar

**tempat yang paling asyikk
untuk bermain, berpetualang
sambil menambah ilmu pengetahuan!!!**



Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah
Telp. 0281 - 7664758, 0281 - 6599238 / fax. 0281- 6599296
email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau reptile@owabong.com
www.owabong.com

Gambar 20: *Comprehensive Layout Terpilih X-Banner II*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Final Desain X-Banner II



Gambar 21: *Final Desain X-Banner II*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Deskripsi Karya Desain X-banner II

Tahap perancangan desain *x-banner* ini menggunakan format *portrait*. Penggunaan ilustrasi pada desain *x-banner* ini adalah *digital imaging* yaitu menggabungkan wahana yang ada di objek wisata Sanggaluri kedalam *layout* desain *x-banner*. Penempatan *body copy* pada desain *x-banner* ini terdapat ditengah yaitu tempat yang paling asyik untuk bermain, berpetualang sambil menambah ilmu pengetahuan dengan menggunakan huruf *Kozuka Gothic Pro H*, pada bagian bawah terdapat alamat serta *website*. Penempatan *x-banner* ini ditempatkan di loby setelah pintu masuk sebelum memasuki wahana-wahana di objek wisata Sanggaluri.

c. Iklan Majalah

Iklan merupakan suatu bentuk komunikasi massa komersial yang dirancang untuk mempromosikan suatu jasa. Melalui majalah segala sesuatu tentang periklanan sering dimanfaatkan oleh pengguna jasa untuk mempromosikan barang atau jasa yang ditawarkan. Hal ini menjadikan media majalah dianggap lebih efektif dari media lain, karena majalah merupakan salah satu media komunikasi yang biasa di konsumsi oleh masyarakat.

Iklan majalah menggunakan bahan kertas dengan kualitas baik sehingga dalam penerapannya dapat menggunakan desain yang *full colour* dan *glossy*. Dalam media promosi ini, penerapan desain iklan majalah ditempatkan pada majalah yang beredisi 1 bulan sekali dalam jangka waktu 5 bulan atau 5 kali edisi, untuk saat ini iklan majalah dimuat di media lokal purbalingga untuk kedepannya akan dimuat di majalah nasional.

Alasan penggunaan desain iklan majalah pada media promosi objek wisata Sanggaluri adalah supaya mendapat respon yang cepat dari masyarakat, karena majalah dapat dibaca setiap waktu meskipun sudah habis masa cetaknya.

Desain Iklan Majalah

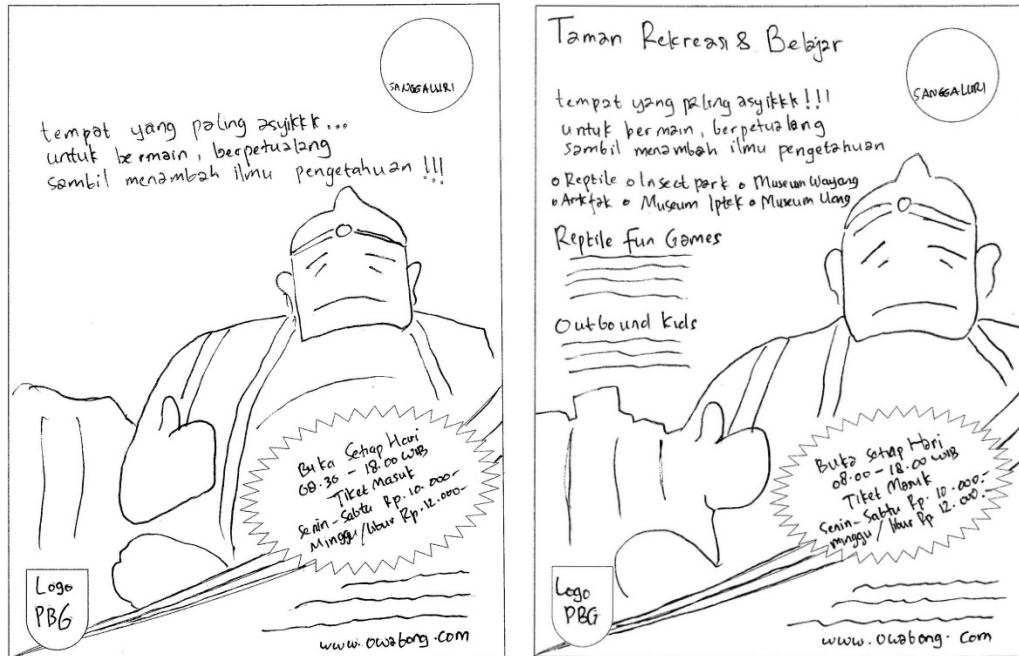
1. Nama Media : Cetak
2. Medium : Iklan Majalah
3. Ukuran : 21 X 27 cm
4. Format : *Portrait*
5. Bahan : *Art Paper* 150 gr
6. Verbal

- a. *Judul* : Taman Rekreasi & Belajar
- b. *Subheadline* : Tempat yang paling asyik untuk bermain, berpetualang
sambil menambah ilmu pengetahuan.
- c. *Body Copy* : 1) Reptile, Insect Park, Museum Wayang, Artefak,
Museum Iptek, Museum Uang.
2) Reptile Fun Game
Rp. 150.000,-/Game
(main 2 Game Free 1 Game)
3) Outbound Kids
Group (13-15th)
Rp. 60.000-/ Peserta
- d. *Caption* : Buka setiap hari
08.00 – 18.00
Tiket Masuk
Senin-Minggu Rp.10.000,-
Minggu/Libur Rp.12000,-
- e. *Identitas* : 1) Maskot objek wisata Sanggaluri
2) Logo dinas Kabupaten Purbalingga
- f. *Alamat* : Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah
Telp.0281-7664758, 0281-6599238 /fax. 0281-6599296
email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau
reptile@owabong.com
www.owabong.com

7. Visualisasi

- a. Ilustrasi : Menampilkan pintu keluar objek wisata Sanggaluri
- b. *Layout* : Komposisi *layout* pada iklan majalah ini menampilkan foto pintu keluar objek wisata Sanggaluri sebagai *point of view* disertai *headline*, *subheadline*, *body copy* dan *caption* sebagai penjelas iklan majalah. Maskot objek wisata Sanggaluri berada pada bagian pojok kanan atas, beserta logo dinas Kabupaten Purbalingga disebelah pojok kiri bawah dan alamat objek wisata Sanggaluri pada pojok kanan bawah.
- c. Jenis huruf : Jenis huruf *Kozuka Gothic Pro H*, *Franklin Gothic Heavy* dan *Arial*.
- d. Warna : *Full color* dengan dominasi warna biru dan hijau.


Rough Layout Desain Iklan Majalah



Gambar 22: **Rough Layout Desain Iklan Majalah**
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Comprehensive Layout Terpilih Desain Iklan Majalah

Taman Rekreasi & Belajar



**tempat yang paling asyikkk...
untuk bermain, berpetualang
sambil menambah ilmu pengetahuan!!!**

- Reptile • Insect Park • Museum Wayang
- Artefak • Museum Iptek • Museum Uang


Reptile Fun Games
Rp. 150.000,-/ Game
(Main 2 Game Free 1 Game)

1. Tangkap ular tanpa alat
2. Nyomot sawer di kampoeng ular
3. Hitung koin di akuarium besar berisi ular

Outbound Kids
GROUP 3 (13-15 th)
Rp. 60.000,-/ Peserta
garansi 30 peserta

**Buka Setiap Hari
08.00 - 18.00 WIB**

Tiket Masuk
Senin - Sabtu **Rp.10.000,-**
Minggu / Libur **Rp.12.000,-**



Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah
Telp. 0281 - 7664758, 0281 - 6599238 / fax. 0281- 6599296
email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau reptile@owabong.com
www.owabong.com

Gambar 23: *Comprehensive Layout Terpilih Desain Iklan Majalah*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Final Desain Iklan Majalah

Taman Rekreasi & Belajar

tempat yang paling asyikk...
untuk bermain, berpetualang
sambil menambah ilmu pengetahuan!!!

• Reptile • Insect Park • Museum Wayang
• Artefak • Museum Iptek • Museum Uang

Reptile Fun Games
Rp. 150.000,-/ Game
(Main 2 Game Free 1 Game)
1. Tangkap ular tanpa alat
2. Nyomot sawer di kampoeng ular
3. Hitung koin di akuarium besar berisi ular

Outbound Kids
GROUP 3 (13-15 th)
Rp. 60.000,-/ Peserta
garansi 30 peserta

Buka Setiap Hari
08.00 - 18.00 WIB

Tiket Masuk
Senin - Sabtu Rp.10.000,-
Minggu / Libur Rp.12.000,-

PURBALINGGA

Jl. Raya Kutasari Purbalingga Jawa Tengah
Telp. 0281 - 7664758, 0281 - 6599238 / fax. 0281- 6599296
email: reptile_insectpark@yahoo.co.id atau reptile@owabong.com
www.owabong.com

Gambar 24: *Final* Desain Iklan Majalah
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Deskripsi Karya Desain Iklan Majalah

Tahap perancangan desain iklan majalah menggunakan format *portrait*. Adapun penempatan layout yang meliputi, *headline* taman rekreasi dan belajar, *subheadline* tempat yang paling asyik untuk bermain, berpetualang sambil menambah ilmu pengetahuan dengan menggunakan huruf *Kozuka Gothic Pro H*, sedangkan untuk *body copy* disini menampilkan wahana yang ada di objek wisata Sanggaluri beserta dengan paket wisata *outbond*. Penggunaan *caption* harga tiket dan jadwal buka menunjukan sebagai penjelas dalam pembuatan desain iklan majalah. Pada bagian bawah terdapat identitas yang menunjukan logo Kabupaten Purbalingga disertai alamat dan website dari objek wisata sanggaluri. Penggunaan ilustrasi pada desain iklan majalah ini menampilkan pintu keluar objek wisata Sanggaluri yang berbentuk semar, bentuk semar diharapkan mampu menarik perhatian pembaca karena semar merupakan ikonik Kabupaten Banyumas, Target sasaran pada iklan majalah ini adalah diaplikasikan kedalam majalah daerah terlebih dahulu seiring berkembangnya waktu bisa diaplikasikan ke majalah nasional.

d. Tiket

Tiket merupakan sebuah alat bukti bahwa telah melakukan transaksi pembayaran untuk dapat masuk dan menggunakan fasilitas yang yang ditawarkan. Selanjutnya bukti tersebutlihatkan kepada petugas lalu pengunjung diperbolehkan masuk dan menggunakan fasilitas objek tersebut. Selain sebagai bukti, tiket juga dapat dijadikan sebagai alat promosi yang efektif karena sebagian orang menganggap bahwa tiket merupakan sebuah dokumentasi.

Tiket untuk objek wisata Sanggaluri dibagi menjadi dua jenis dan disesuaikan dengan harga yang ditetapkan oleh pengelola yaitu tiket hari libur dan tiket hari biasa. Untuk hari libur tarif tiket masuk objek wisata Sanggaluri ditetapkan sebesar Rp 12.000,- sedangkan hari biasa tarif tiket ditetapkan sebesar Rp 10.000,-.

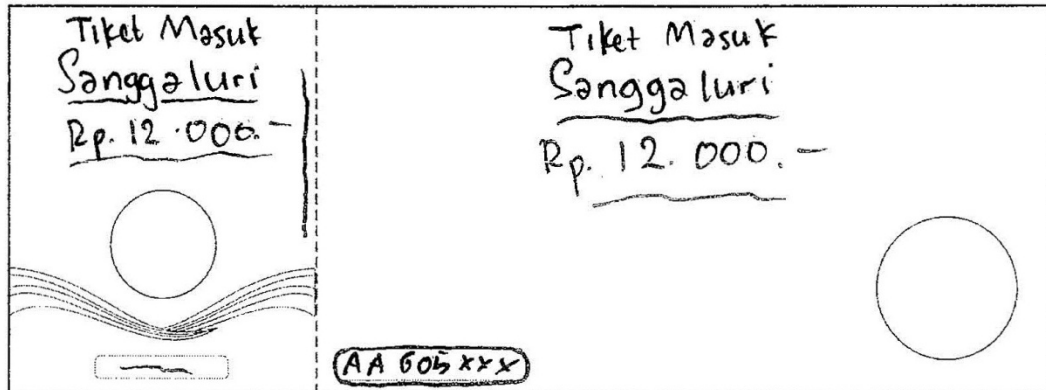
Desain Tiket Hari Libur

1. Nama Media : Cetak
2. Medium : Tiket
3. Ukuran : 16 x 5,8 cm
4. Format : *Landscape*
5. Bahan : Kertas *Inkjet paper* 90 gram
6. Verbal
 - a. Judul : “ Tiket Masuk Sanggaluri ”
 - b. *Body Copy* : Hari Minggu / Libur Rp. 12.000,-
Tiket berlaku untuk 1 orang.
 - c. Identitas : Maskot objek wisata Sanggaluri

7. Visualisasi

- a. Ilustrasi : Menampilkan wahana-wahana objek wisata Sanggaluri
- b. *Layout* : Komposisi *layout* pada Tiket terdapat foto fasilitas-fasilitas objek wisata Sanggaluri sebagai *point of view*. Maskot objek wisata Sanggaluri berada pada bagian pojok kanan bawah.
- c. Jenis huruf : Jenis huruf *Arial*, dan *effortless*
- d. Warna : *Full color* dengan dominasi warna biru dan hijau.

Rough Layout Desain Tiket Hari Libur



Gambar 25: *Rough Layout Desain Tiket Hari Libur*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Comprehensive Layout Desain Tiket Hari Libur



Gambar 26: *Comprehensive Layout Desain Tiket Hari Libur*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Final Desain Tiket Hari Libur



Gambar 27: **Final Desain Tiket Hari Libur**
Sumber: Dokumentasi Pribadi

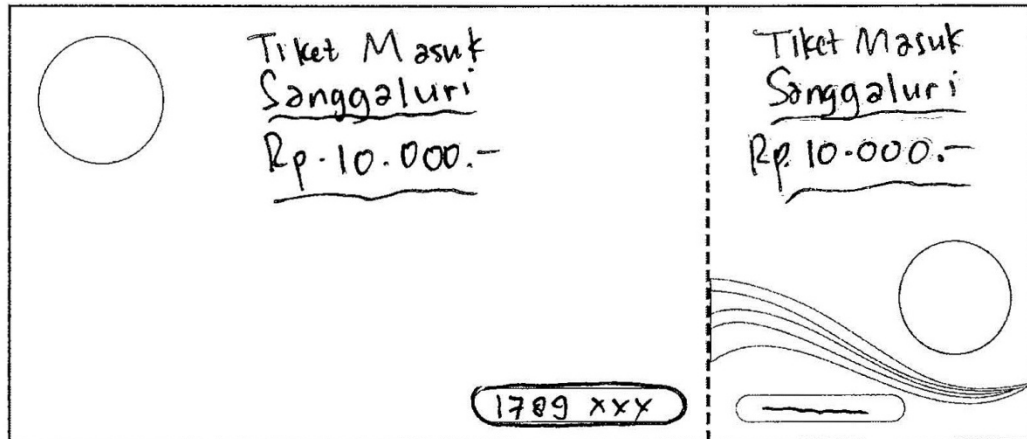
Deskripsi Desain Tiket Hari Libur

Tahap perancangan desain tiket ini menggunakan format *landscape*. Penataan layout pada desain tiket hari libur dengan *headline* tiket masuk Sanggaluri dilanjutkan dengan *body copy* Hari Minggu / Libur Rp. 12.000,-Tiket berlaku untuk 1 orang, serta identitas logo objek wisata Sanggaluri. Penggunaan huruf dalam desain tiket ini menggunakan jenis huruf *Arial*, dan *effortless* sedangkan ilustrasi pada *background* desain tiket ini adalah *digital imaging* dengan menampilkan wahana-wahan yang ada di objek wisata Sanggaluri sebagai *point of view*.

Desain Tiket Hari Biasa

1. Nama Media : Cetak
2. Medium : Tiket
3. Ukuran : 15 x 6 cm
4. Format : *Landscape*
5. Bahan : Kertas *Inkjet paper* 90 gram
6. Verbal
 - a. Judul : “Tiket Masuk Sanggaluri”
 - b. *Body Copy* : Hari Senin-Sabtu Rp. 10.000,-
Tiket berlaku untuk 1 orang.
 - c. Identitas : Maskot objek wisata Sanggaluri
7. Visualisasi
 - a. Ilustrasi : Menampilkan wahana-wahana objek wisata Sanggaluri
 - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada Tiket terdapat foto wahana-wahana objek wisata Sanggaluri sebagai *point of view*.
Maskot objek wisata Sanggaluri berada pada bagian pojok kiri atas.
 - c. Jenis huruf : Jenis huruf *Arial*, dan *effortless*
 - d. Warna : *Full color* dengan dominasi warna hijau.

Rough Layout Desain Tiket Hari Biasa



Gambar 28: **Rough Layout Desain Tiket Hari Biasa**
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Comprehensive Layout Desain Tiket Hari Biasa



Gambar 29: **Comprehensive Layout Desain Tiket Hari Biasa**
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Final Desain Tiket Hari Biasa



Gambar 30: **Final Desain Tiket Hari Biasa**
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Deskripsi Desain Tiket Hari Biasa

Tahap perancangan desain tiket ini menggunakan format *landscape*. Penataan layout pada desain tiket hari biasa dengan *headline* tiket masuk Sanggaluri dilanjutkan dengan *body copy* Hari Senin-Sabtu Rp.10.000,-Tiket berlaku untuk 1 orang serta identitas logo objek wisata Sanggaluri. Penggunaan huruf dalam desain tiket ini menggunakan jenis huruf *Arial*, dan *effortless* sedangkan ilustrasi pada *background* desain tiket ini adalah *digital imaging* dengan menampilkan wahana-wahan yang ada di objek wisata Sanggaluri sebagai *point of view*.

e. *Flag Chain*

Flag chain adalah media iklan berbentuk bendera dengan ukuran kecil yang dibuat dari bahan plastik, kertas atau bahan yang sejenis yang menampilkan gambar produk, merek, slogan, atau gabungan dari semua itu. Media pendukung *flag chain* ini akan dipasang di loket tiket, *counter-counter souvenir* maupun di cafeteria.

Desain *Flag Chain*



Gambar 31: Desain *Flag Chain*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

f. Stiker

Stiker merupakan bahan promosi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang sangat fleksibel, bisa ditempel di mana saja. Stiker sebagai media promosi penyebarannya yang tidak terbatas dapat ditempatkan dimana saja dan juga bisa di jadikan dokumentasi perjalanan wisata. Dalam media promosi objek wisata Sanggaluri perancangan desain stiker dibuat secara sederhana namun tetap menonjolkan identitas maskot objek wisata Sanggaluri dan stiker ini dijual pada *counter souvenir* didalam lokasi objek wisata Sanggaluri.

Desain Stiker



Gambar 32: **Desain Stiker**
Sumber: Dokumentasi Pribadi

g. T-shirt

T-shirt atau kaos adalah barang pakai yang termasuk dalam jenis pakaian. *T-shirt* merupakan jenis pakaian yang banyak diminati oleh masyarakat karena sifatnya yang mudah dipakai, cocok untuk bersantai, dan nyaman digunakan kapan saja. *T-shirt* dapat di desain sesuka hati dan juga sering dimanfaatkan sebagai media promosi oleh perusahaan atau lembaga.

Desain *t-shirt* dalam media promosi objek wisata Sanggaluri dibuat dua jenis warna yaitu hitam dan putih dalam desain yang sama. Desain yang digunakan adalah bagian depan *t-shirt* menampilkan maskot objek wisata Sanggaluri dan *t-shirt* ini dijual di *counter souvenir* didalam lokasi objek wisata Sanggaluri.

Desain T-shirt



Gambar 33: **Desain T-shirt**
Sumber: Dokumentasi Pribadi

h. Mug

Mug adalah tempat minuman atau cangkir yang bisa untuk menampung volume minuman lebih banyak jika dibandingkan dengan cangkir jenis lain. Secara umum sebuah mug mempunyai volume yang bisa untuk menampung minuman kurang lebih 350ml atau dua kali lipat ukuran volume yang bisa ditampung oleh cangkir teh biasa. Tetapi disaat acara-acara resmi tertentu, mug tidak selalu dipakai sebagai tempat untuk minuman hangat, akan tetapi lebih sering digunakan untuk *souvenir* penghias yang bisa dijadikan kesan artistik serta menarik. Media pendukung yang berupa mug ini dijual di *counter souvenir* di lokasi objek wisata Sanggaluri.

Desain Mug



Gambar 34: **Desain Mug**
Sumber: Dokumentasi Pribadi

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam perancangan desain media promosi objek wisata Sanggaluri dapat diambil beberapa kesimpulan. Perancangan desain media promosi objek wisata Sanggaluri ini secara keseluruhan diharapkan mampu menjadikan objek wisata Sanggaluri lebih dikenal di masyarakat luas. Langkah yang dilakukan adalah :

1. Mendesain ulang maskot

Dalam perancangan desain media promosi objek wisata Sanggaluri alasan mendesain ulang maskot karena bentuk lama belum mewakili keseluruhan wahana-wahana yang ada di objek wisata tersebut. Bentuk maskot lama masih menggambarkan seekor *reptile*. Maskot seharusnya disesuaikan dengan wahana yang ada serta disesuaikan juga dengan slogan objek wisata Sanggaluri yaitu *Recreation n' Education Park*. Sehingga pada perancangan maskot baru berusaha mewakili secara keseluruhan wahana-wahana di objek wisata Sanggaluri. Bentuk ilustrasi seekor burung kakatua memakai toga diharapkan dapat mewakili keseluruhan wahana-wahana di objek wisata Sanggaluri.

2. Perancangan Media Promosi

Langkah yang terakhir dalam proses perancangan media promosi adalah pemilihan media promosi serta pemanfaatannya. Efektivitas perancangan desain media promosi mampu memberikan informasi secara cepat dan tepat

untuk mengenal wisata baru melalui pemilihan media yang efektif. Pemanfaatan media promosi yang digunakan terbagi menjadi media promosi utama dan media promosi pendukung, yang digunakan sebagai media promosi utama adalah Brosur dan *Billboard* sedangkan untuk media promosi pendukung yaitu berupa *Sign System*, Poster, *X-Banner*, Iklan Majalah, Tiket, *flag chain*, Stiker, *T-shirt* dan mug. Proses perancangan media promosi objek wisata Sanggaluri, dari awal hingga akhir meliputi, pengumpulan data, menganalisis data, langkah selanjutnya yaitu proses perancangan, kemudian proses produksi dan pameran.

B. Saran

Terkait dengan desain media promosi objek wisata Sanggaluri ini, maka saya menyarankan :

1. Bagi pengelola objek wisata Sanggaluri hendaknya memanfaatkan secara maksimal berbagai media dalam mempromosikan sebuah objek wisata yang dikelola agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas. Mengembangkan lagi desain media promosi yang ada dan dilakukan secara berkala dalam mempromosikan agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.
2. Bagi desainer yaitu pentingnya merubah suatu *image* atau memperbaiki *image* melalui redesain maskot secara tepat. Karena maskot di aplikasikan ke dalam berbagai media promosi dan merupakan hal penting dalam pembentukan citra perusahaan di mata konsumen.

Daftar Pustaka

- B. Setiawan dkk. 1997. *Ensiklopedia Nasional Indonesia*. Jakarta : PT. Delta Pamungkas.
- Burton, Graeme. 2008. *Yang Tersembunyi di Balik Media : Pengantar Kepada Kajian Media*. Yogyakarta : Jalasutra.
- H. Kodhyat. 1996. *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Hahn, Fred. E., and Mangun, Kenneth. G. 1999. *“Do it Yourself Advertising & Promotion” Beriklan dan Berpromosi Sendiri*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Kasali, Renald. 1995. *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Cet IV. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : ANDI.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- M. Suyanto. 2004. *Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Oka A, Yoeti. 1991. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout: Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soeharso dan Ana Retnoningsih. 2006. *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*. Semarang: Grand Media Pustaka.
- Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*. Cet I. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Sumber Internet :

<http://pengenliburan.com/10-tempat-wisata-terbaik-di-purbalingga.html>
15/11/2013 23.05 wib.

<http://ramakertamukti.files.wordpress.com/2012/02/sign-system-dalam-dkv.pdf>

LAMPIRAN

LEMBAR PERTANYAAN WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah awal mula objek wisata Sanggaluri?

Pada awal perkembangan objek wisata Sanggaluri berdiri dengan nama *Reptile n Insect Park* Purbalingga yang diresmikan pada tanggal 13 agustus 2007,tetapi pada awal tahun 2013 resmi diganti menjadi Sanggaluri karena tidak hanya menyajikan reptil dan serangga saja melainkan menambah wahana seperti museum wayang, museum uang dan wahana IPTEK.

2. Konsep seperti apa yang ingin ditampilkan oleh pengelola dalam objek wisata Sanggaluri?

Konsepnya itu untuk semua keluarga dari anak-anak, remaja, dewasa semua bisa,karena di Sanggaluri selain bisa untuk menambah ilmu pengetahuan tersedia juga permainan buat anak-anak yang menjadikan Sanggaluri sebagai tempat wisata keluarga.

3. Visi misi objek wisata Sanggaluri ini seperti apa?

Visi dan misinya itu selain sebagai lokasi rekreasi juga aktif di dalam membantu usaha perlindungan dan pelestarian populasi jenis reptile dan serangga,disadari bahwa Purbalingga banyak menyimpan potensi wisata yang dapat dijual dalam lingkup regional ataupun nasional.

4. Bagaimana sistem pengelolaan objek wisata Sanggaluri?

Sistem pengelolaannya saat ini masih dikelola oleh PD. OWABONG.

5. Berapa luas lahan yang digunakan objek Balong Waterpark?

Luas keseluruhannya kurang lebih 3,5 hektar.

6. Apakah objek ini mempunyai logo?

Sudah mempunyai logo sendiri.

7. Bagaimana fungsi dan penerapan logo tersebut?

Logonya itu sendiri jelas digunakan disetiap iklan atau media cetak seperti baliho, poster, brosur.

8. Keunikan apa yang dapat ditemukan di objek wisata Sanggaluri?

Untuk sementara ini ada misinya yaitu : memindahkan konsep taman safari dan museum BI ke Purbalingga, menjadikan pusat rekreasi terunik dan wahana edukasi.

9. Fasilitas apa saja yang disediakan oleh objek wisata Sanggaluri?

Parkir luas, therapy ikan, Lobby, laboratorium, Mini perpustakaan per wahana, wahana interaksi, taman buah, mushola, wahana museum uang, IPTEK center, wahana museum uang dan artefak Purbalingga, kantin, gazebo.

10. Fasilitas apa yang paling digemari pengunjung?

Fasilitas yang digemari adalah penangkaran reptil dan serangga. Kalau anak-anak mungkin lebih suka wahana permainan seperti flayingfox dan taman lalu lintas yang menonjolkan ke permainannya.

11. Berapa prosentase pengunjung yang datang tiap harinya? Paling banyak dihari apa?

Kalau prosentase itu tergantung hari. Misal hari libur nasional yang banyak berkunjung dari area banyumas saja, tetapi kalau liburan sekolah pasti banyak rombongan yang study tour ke Snggaluri.

12. Berapa harga tiket masuk objek wisata Sanggaluri?

Tiket masuknya sendiri hari senin-sabtu Rp 10.000,-. Kalau hari minggu dan hari libur Rp 12.000,-.

13. Kendala apa saja yang sering terjadi di objek wisata Sanggaluri?

Kendalanya kita lebih ke cuaca. Kalau persaingan dr obyek wisata lain tidak begitu karena jaraknya yang agak berjauhan.

14. Usaha seperti apa yang dilakukan pengelola agar objek wisata Sanggaluri lebih dikenal lagi oleh wisatawan?

Kita kerjasama dengan agent pariwisata dan mengadakan kerjasama dengan sekolah-sekolah, pemasangan *billboard*, penyebaran brosur.

15. Bagaimana cara penyebaran brosur itu sendiri

Kalau penyebaran brosur itu sendiri kita kerja sama dengan OWABONG, sedangkan untuk yang regional kita memakai spanduk atau baliho.

Dokumentasi



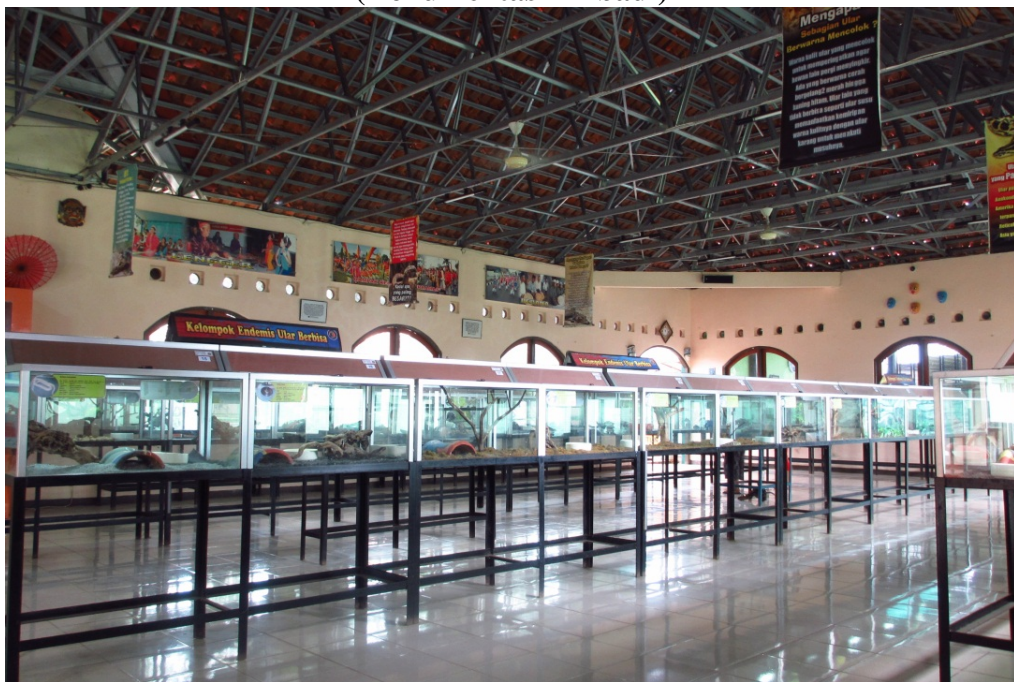
**Billboard Sanggaluri
(Dokumentasi Pribadi)**



**Pintu Masuk Sanggaluri
(Dokumentasi Pribadi)**



**Halaman Depan Sanggauri
(Dokumentasi Pribadi)**



**Wahana Insect & Reptile
(Dokumentasi Pribadi)**



**Wahana Insect & Reptile
(Dokumentasi Pribadi)**



**Wahana Insect & Reptile
(Dokumentasi Pribadi)**



**Wahana Insect & Reptile
(Dokumentasi Pribadi)**



**Sign System Rute Wahana
(Dokumentasi Pribadi)**



**Wahana Rumah Prestasi
(Dokumentasi Pribadi)**



**Wahana Museum Uang
(Dokumentasi Pribadi)**



**Wahana Museum Uang
(Dokumentasi Pribadi)**



**Wahana Museum Wayang & Artefak
(Dokumentasi Pribadi)**



**Wahana Museum Wayang & Artefak
(Dokumentasi Pribadi)**



**Sign System Wahana
(Dokumentasi Pribadi)**



**Wahana Buah Naga
(Dokumentasi Pribadi)**



**Wahana Taman Batu
(Dokumentasi Pribadi)**



**Loket Permainan
(Dokumentasi Pribadi)**



**Wahana Permainan
(Dokumentasi Pribadi)**



Brosur Sanggaluri
(Dokumentasi Pribadi)



Brosur Sanggaluri
(Dokumentasi Pribadi)



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 550843, 548207 Fax. (0274) 548207
http://www.fbs.uny.ac.id//

FRM/FBS/03-01
10 Jan 2011

Nomor : 0483/UN.34.12/DT/V/2013
Lampiran : 1 Berkas Proposal
Hal : Permohonan Izin Penelitian

15 Mei 2013

Kepada Yth.
Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta
c.q. Kepala Bakesbanglinmas DIY
Jl. Jenderal Sudirman No. 5 Yogyakarta 55231

Kami beritahukan dengan hormat bahwa mahasiswa kami dari Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta bermaksud mengadakan **Penelitian** untuk memperoleh data guna menyusun Tugas Akhir Skripsi (TAS)/Tugas Akhir Karya Seni (TAKS)/Tugas Akhir Bukan Skripsi (TABS), dengan judul :

DESAIN MEDIA PROMOSI SANGGALURI PARK DI PURBALINGGA – JAWA TENGAH

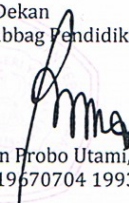
Mahasiswa dimaksud adalah :

Nama : FARIS PURI IPMAWAN
NIM : 07206241031
Jurusan/ Program Studi : Pendidikan Seni Rupa
Waktu Pelaksanaan : Mei – Juni 2013
Lokasi Penelitian : Sanggaluri Park Purbalingga

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon izin dan bantuan seperlunya.

Atas izin dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Kasubbag Pendidikan FBS,


Indun Probo Utami, S.E.
NIP 19670704 199312 2 001



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
 BADAN KESATUAN BANGSA DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT
 (BADAN KESBANGLINMAS)
 Jl Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta - 55233
 Telepon (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137
 YOGYAKARTA

Yogyakarta, 16 Mei 2013

Nomor : 074 / 1036 / Kesbang / 2013
 Perihal : Rekomendasi Ijin Penelitian

Kepada Yth.
 Gubernur Jawa Tengah
 Up. Kepala Badan Kesbangpol dan Linmas
 Provinsi Jawa Tengah

Di
 SEMARANG

Memperhatikan surat :

Dari : Dekan Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta
 Nomor : 0483/UN.34.12/DT/V/2013
 Tanggal : 15 Mei 2013
 Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal : " **DESAIN MEDIA PROMOSI SANGGALURI PARK DI PURBALINGGA JAWA TENGAH** ", kepada:

N a m a : FARIS PURI IPMAWAN
 NIM : 07206241031
 Prodi/Jurusan : Pendidikan Seni Rupa
 Fakultas : Bahasa dan Seni UNY
 Lokasi : Sanggaluri Park Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah
 Waktu : Mei – Juni 2013

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan :

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul penelitian dimaksud;
3. Melaporkan hasil penelitian kepada Badan Kesbanglinmas DIY.

Rekomendasi Ijin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.



Tembusan disampaikan Kepada Yth :
 1. Gubernur DIY (sebagai laporan);



PEMERINTAH PROVINSI JAWA TENGAH
BADAN KESATUAN BANGSA POLITIK DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT
 Jl. A. YANI NO. 160 TELP. (024) 8454990 FAX. (024) 8414205, 8313122
 EMAIL : KESBANG@JATENGPROV.GO.ID
 SEMARANG - 50136

SURAT REKOMENDASI SURVEY / RISET

Nomor : 070 / 1331 / 2013

- I. DASAR : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia. Nomor 64 Tahun 2011. Tanggal 20 Desember 2011.
 2. Surat Edaran Gubernur Jawa Tengah. Nomor 070 / 265 / 2004. Tanggal 20 Februari 2004.
- II. MEMBACA : Surat dari Gubernur DIY. Nomor 074 / 1036 / Kesbang / 2013. Tanggal 16 Mei 2013.
- III. Pada Prinsipnya kami TIDAK KEBERATAN / Dapat Menerima atas Pelaksanaan Penelitian / Survey di Kabupaten Purbalingga.
- IV. Yang dilaksanakan oleh
1. Nama : FARIS PURI IPMAWAN.
 2. Kebangsaan : Indonesia.
 3. Alamat : Karangmalang, Yogyakarta.
 4. Pekerjaan : Mahasiswa.
 5. Penanggung Jawab : Drs, R. Kuncoro Wulan Dewojati, M.Sn..
 6. Judul Penelitian : Desain Media Promosi Sanggaluri Park Di Purbalingga Jawa Tengah.
 7. Lokasi : Kabupaten Purbalingga.

V. KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum melakukan kegiatan terlebih dahulu melaporkan kepada Pejabat Setempat / Lembaga Swasta yang akan dijadikan obyek lokasi untuk mendapatkan petunjuk seperlunya dengan menunjukkan Surat Pemberitahuan ini.
2. Pelaksanaan survey / riset tidak disalah gunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan pemerintahan. Untuk penelitian yang mendapat dukungan dana dari sponsor baik dari dalam negeri maupun luar negeri, agar dijelaskan pada saat mengajukan perijinan. Tidak membahas masalah Politik dan / atau agama yang dapat menimbulkan terganggunya stabilitas keamanan dan ketertiban.

3. Surat Rekomendasi dapat dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang Surat Rekomendasi ini tidak mentaati / mengindahkan peraturan yang berlaku atau obyek penelitian menolak untuk menerima Peneliti.
 4. Setelah survey / riset selesai, supaya menyerahkan hasilnya kepada Badan Kesbangpol Dan Linmas Provinsi Jawa Tengah.
- VI. Surat Rekomendasi Penelitian / Riset ini berlaku dari :
Mei s.d Agustus 2013.
- VII. Demikian harap menjadikan perhatian dan maklum.

Semarang, 22 Mei 2013

an. GUBERNUR JAWA TENGAH
KEPALA BADAN KESBANGPOL DAN LINMAS
PROVINSI JAWA TENGAH





PEMERINAH KABUPATEN PURBALINGGA
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
 Jl. Jambukarang No. 8 Telepon (0281) 891450 Fax (0281) 895194
 PURBALINGGA - 53311

Nomor : 071/459/2013
 Lampiran : 1 (satu) lembar
 Perihal : Research/Survey

Purbalingga, 27 Mei 2013

Kepada Yth :

Kepala DINBUDPARPORA Kabupaten Purbalingga

di

PURBALINGGA


Menindaklanjuti surat rekomendasi Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Purbalingga Nomor : 071/580/2013 tanggal 27 Mei 2013, perihal sebagaimana tersebut pada pokok surat, dengan hormat diberitahukan bahwa pada Instansi Bapak/Ibu akan dilaksanakan Penelitian/ Survey oleh :

Nama/NIM : FARIS PURI IPMAWAN NIM.07206241031
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Alamat : Babakan Rt.17/05 Kec. Kalimanah Kab. Purbalingga
 Lokasi : Kabupaten Purbalingga
 Judul/ Tujuan : *Desain Media Promosi Sanggaluri Park Di Purbalingga- Jawa Tengah*
 Penelitian
 Waktu : Mei s.d Juli 2013

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon perkenan Bapak/Ibu agar mahasiswa yang bersangkutan untuk dapat kiranya difasilitasi. Setelah selesai, yang bersangkutan berkewajiban melaporkan hasilnya ke pada BAPPEDA Kabupaten Purbalingga dengan menyerahkan satu eksemplar laporan hasil Penelitian/Pra Survey untuk didokumentasikan dan dimanfaatkan seperlunya.

Demikian untuk menjadikan maklum, atas bantuan dan kerja sama yang baik disampaikan terima kasih.

A.n. KEPALA BAPPEDA
 KABUPATEN PURBALINGGA
 Sekretaris



Drs. SUROTO, M. Si
 Pembina
 NIP. 19700203 199001 1 001

TEMBUSAN : disampaikan kepada Yth.

1. Kepala Kantor Kesbang dan Pol Kabupaten Purbalingga;
2. Dekan Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta;
- ③ Mahasiswa Yang Bersangkutan.



PEMERINTAH KABUPATEN PURBALINGGA
KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 Jl. Jambu Karang No.2 Purbalingga Telp./Fax (0281) 893 117 PABX (0281) 891 012 Pswt. 247
 PURBALINGGA - 53311

Purbalingga, 27 Mei 2013

Nomor : 071 / 580 / 2013
 Lapidan :
 Perihal : Research / Survey

Kepada :
 Yth. Kepala BAPPEDA Kab. Purbalingga
 di -
 PURBALINGGA

Berdasarkan Surat dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah
 Nomor : 070/1331/2013 Tanggal : 22 Mei 2013
 Diwilayah Kabupaten Purbalingga akan dilaksanakan reseach / survey (Foto Copy)
 terlampir oleh :

1. Nama : FARIS PURI IPMAWAN
2. N I M : 07206241031
3. Pekerjaan : mahasiswa
4. Alamat : Babakan Rt.17/05 Kalimantan, Purbalingga
5. Tujuan Reseach / Survey : Untuk menyusun Skripsi berjudul :
 Desain Media Promosi Sanggaluri Park Di Purbalingga Jawa Tengah

6. Waktu : Mei s/d Agustus 2013
7. Lokasi : Kabupaten Purbalingga.

Sehubungan hal tersebut kami mohon tidak keberatan untuk diterbitkan suatu
 ijinnya.

A/N KEPALA KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 KABUPATEN PURBALINGGA
 Kepala Tata Usaha



Tembusan Kepada Yth. :
 1. Bupati Purbalingga;
 2. Peringgal;