

PERANCANGAN POSTER SEBAGAI MEDIA PROMOSI OBYEK WISATA KABUPATEN SITUBONDO

Fadil Jalaluddin Farizi¹, Eko Agus Basuki Oemar²

¹Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya.
fadil.17021264072@mhs.unesa.ac.id

²Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya.
ekoaboemar@unesa.ac.id

Abstrak

Kabupaten Situbondo memiliki banyak tempat berpotensi dalam bidang pariwisata namun masih banyak tempat wisata yang kurang dikenal masyarakat. Salah satunya bernama “Pantai Grand Pathek”. Dampak Covid-19 pada tempat wisata ini sangat berpengaruh buruk, sehingga pengunjung menurun sangat signifikan. Hal ini disampaikan oleh Bapak Aji Djasmoto sebagai pengelola tempat wisata pada saat penulis melakukan wawancara. Promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola hanya melalui media sosial, hal ini menyebabkan masyarakat yang kurang aktif dalam bermedia sosial kurang mengetahui wisata ini. Oleh karena itu penulis bertujuan merancang poster sebagai media promosi Pantai Grand Pathek sebagai obyek wisata kabupaten Situbondo. Manfaat perancangan agar dapat membantu pihak pengelola dalam mempromosikan tempat wisata ini. Penelitian menggunakan metode kualitatif karena memiliki sifat umum, fleksibel, eksploratif serta dapat berkembang seiring proses berjalannya penelitian. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, kemudian menggunakan teknik analisis data SWOT. Berdasarkan analisis data dilakukan tahap konsep desain, visualisasi desain hingga menghasilkan final desain berupa dua desain poster. Penerapan poster akan dipasang oleh pengelola wisata sesuai rencana yaitu di Alun-alun Situbondo, Taman Pancing, dan disekitar lokasi wisata.

Kata Kunci: Desain, Poster, Promosi, Pariwisata

Abstract

Situbondo regency has many potential places in the field of tourism but there are still many tourist attractions that are less known to the public. One of them is called "Grand Pathek Beach". The impact of Covid-19 on this tourist attraction is very bad, so visitors decrease very significantly. This was conveyed by Mr. Aji Djasmoto as the manager of the tourist attraction at the time of the author's interview. Promotion conducted by the management only through social media, this causes people who are less active in social media less aware of this tour. Therefore, the author aims to design posters as a promotional media of Grand Pathek Beach as a tourist attraction in Situbondo regency. The benefits of design in order to help the management in promoting this tourist attraction. Research uses qualitative methods because it has general, flexible, explorative properties and can develop as the research progresses. Data collection through observation, interview and documentation, then using SWOT data analysis techniques. Based on data analysis conducted design concept stage, visualization of design to produce final design in the form of two poster designs. The application of posters will be installed by the tour manager as planned, namely in Situbondo Square, Fishing Park, and around tourist sites.

Keywords: Design, Poster, Promotions, Tourism

PENDAHULUAN

Kabupaten Situbondo merupakan daerah kecil di Jawa Timur yang memiliki potensi yang baik dalam bidang wisata. Namun hal ini kurang diketahui masyarakat luar kota maupun kota Situbondo sendiri salah satunya adalah pantai “Grand Pathek” hal ini dapat terjadi karena promosi yang dilakukan terbatas di sosial media sehingga pengunjung yang tidak menggunakan sosial media kurang mengetahui tempat ini. Ditambah pengaruh buruk dari pandemic saat Covid – 19 data pengunjung turun secara signifikan. Hal ini disampaikan oleh Bapak Aji Jasmoto selaku pengelola tempat wisata, sekaligus mantan Kepala Desa Gelung, Panarukan, Situbondo. Oleh karena itu tempat ini perlu di promosikan kembali kepada masyarakat menengah kebawah yang kurang mengetahui keberadaan tempat wisata ini khusus bagi mereka yang tidak aktif dalam media sosial agar tempat wisata ini menjadi tempat wisata unggulan.

Apabila tempat pariwisata tersebut dipromosikan secara menyeluruh maka masyarakat Kabupaten Situbondo, maupun luar kota akan banyak yang berminat untuk mengunjungi tempat wisata ini. Sungguh disayangkan jika potensi ini tidak dikenal seluruh kalangan masyarakat karena pengunjung mayoritas adalah dari kalangan remaja yang aktif dalam sosial media. Sementara masyarakat yang tidak aktif dalam media sosial tidak mengetahui keberadaan lokasi wisata tersebut. Sehingga hasil pendapatan yang diperoleh dari tempat wisata menjadi kurang optimal, hal itu disampaikan oleh pengelola wisata yaitu Bapak Aji Jasmoto.

Bapak Aji menjelaskan bahwa sekarang sejak beliau sudah tidak menjabat sebagai kepala Desa Gelung, Pantai Grand Pathek ini dikelola secara pribadi. Pengelola tempat wisata juga memiliki peran yang sangat penting untuk selalu merawat, melestarikan, mengembangkan dan memanfaatkan potensi sumber daya alam tersebut. Oleh karena itu peranan media promosi sangat penting bagi tempat wisata tersebut. Tentunya menjadi tempat unggulan tujuan wisata sangat menguntungkan bagi daerah Kabupaten Situbondo sendiri.

Kegiatan tentang kepariwisataan yang melibatkan berbagai pihak dari masyarakat, pengelola wisata, serta Pemerintah Daerah secara

tidak langsung membantu perekonomian daerah tersebut, sehingga memberi dampak positif terhadap masyarakat itu sendiri, seperti contoh membangkitkan ekonomi masyarakat, mempopulerkan lokasi, dan meningkatkan sarana-sarana kepariwisataan. Oleh karena itu, meningkatkan dan mengembangkan suatu tempat wisata adalah hal penting yang seharusnya Pemerintah Daerah berkontribusi lebih karena memiliki banyak dampak positif bagi masyarakat maupun lingkungan.

Tujuan dibuatnya perancangan poster ini adalah untuk mempromosikan tempat wisata “Pantai Grand Pathek” yang manfaatnya adalah untuk membantu pihak pengelola mengenalkan tempat wisatanya dan juga membantu meningkatkan ekonomi masyarakat apabila tempat wisata ini sudah cukup terkenal otomatis badan-badan pengusaha besar atau kecil, lokal maupun asing akan tertarik untuk investasi di tempat wisata ini. Jadi solusi yang tepat untuk gambaran yang sudah dijelaskan dari awal adalah tempat wisata ini perlu untuk di promosikan kembali secara offline agar promosi tersampaikan kepada seluruh kalangan masyarakat. Pihak pengelola mempromosikan secara online dan peran penulis disini mempromosikan secara offline melalui media poster. Pemilihan media poster sendiri memiliki alasan tersendiri yaitu karena poster memiliki beberapa kelebihan diantaranya adalah informasinya sangat luas, biaya yang dikeluarkan terkesan sangat kecil, jika melakukan pemasangan poster secara luas maka semakin luas juga cakupannya. dapat digunakan sebagai macam - macam event, fleksibel dan peranan poster disini adalah sebagai alat promosi yang akan meninggalkan daya ingat yang tinggi terhadap audience.

METODE PERANCANGAN

Dalam merancang desain poster ini penulis akan memilih langkah awal untuk memilih metode yang akan digunakannya. Metode setiap desainer akan berbeda – beda sesuai kebutuhannya. Dan pada kali ini penulis memilih menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode ini memiliki sifat umum, fleksibel, eksploratif serta dapat berkembang seiring proses berjalannya penelitian. Menurut Sugiyono (2016:9) metode penelitian kualitatif ialah sebuah metode yang digunakan

untuk meneliti sebuah kondisi objek secara alamiah yang dimana peneliti sebagai instrument kunci. Selain itu dalam sebuah perancangan peneliti akan membutuhkan sebuah teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data ada 3 yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Beberapa ahli menjelaskan teknik diatas adalah sebagai berikut

a. Observasi (Pengamatan)

Menurut Riduwan (2013:30), observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung kepada objek penelitian agar dapat melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Pada penelitian ini penulis akan mengamati salah satu tempat wisata yang kurang dikenal masyarakat Stiubondo kalangan menengah kebawah yaitu Pantai Grand Pathek

b. Wawancara

Menurut Riduwan (2013:29), wawancara adalah suatu metode pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang didapatkan langsung dari sumbernya. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara langsung terhadap pengelola wisata yaitu Bapak Aji Djasmoto.

c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015:329) dokumentasi merupakan sebuah cara yang dilakukan untuk mendapatkan beberapa data dan informasi dalam bentuk arsip, buku, dokumen, gambar dan tulisan angka yang berbentuk suatu laporan dan keterangan agar dapat mendukung penelitian. Pada penelitian ini peneliti akan mengumpulkan profil, fasilitas, maupun data pelengkap lain dari masing-masing tempat wisata

Kemudian peneliti membutuhkan teknik analisis data. Adapun teknik analisis data yang digunakan analisis SWOT yang menganalisis tentang lokasi wisata Pantai Grand Pathek. Analisis SWOT meliputi *Strength* (keunggulan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), *Treatth* (tantangan atau kendala).

Setelah semua data dianalisis penulis mulai merancang desain poster dengan menggunakan beberapa software yaitu, Adobe *Lightroom*, *Photoshop*, dan *Corel Draw*.

KERANGKA TEORETIK

Dalam melakukan penelitian ini penulismemiliki beberapa refrensi dari beberapa penelitian yang terdahulu yaitu:

1) Penelitian Suwarno, pada tahun 2011 yang berjudul “Perancangan Media Promosi Obyek Wisata Kabupaten Semarang dalam Bentuk Poster”, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang. Penelitian ini berisi tentang tempat pariwisata yang terdapat di Kabupaten Semarang namun tidak adanya dukungan yang intensif dari Pemerintah Daerah membuat tempat pariwisata yang ada disana kurang terpublikasi sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui keberadaan wisata tersebut sehingga penulis merancang media promosi dalam bentuk poster.

2) Penelitian Anung Wicaksono, pada tahun 2015 yang berjudul “Perancangan Media Promosi Obyek Wisata Kabupaten Jepara”, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang. Penelitian ini juga membahas tentang tempat pariwisata di Kabupaten Jepara yang kurang dikenal masyarakat karena media promosi dan pemasaran yang dipublikasikan kurang maksimal dan juga media yang sangat terbatas. Namun perbedaannya adalah pada skripsi ini media promosinya lebih luas yaitu poster, booklet wisata, buku agenda dan merchandise.

3) Penelitian Nyongky Alfredo F. Mubaik, pada tahun 2013 yang berjudul “Perancangan Media Promosi Pariwisata Propinsi Nusa Tenggara Timur (NTT)”, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini merupakan campuran antara unsur lokal yang ada di Propinsi NTT dengan media poster.

Lalu beberapa teori yang terdahulu yang penulis dapat dari jurnal dan internet

a. Poster

Poster merupakan kombinasi visual dari desain yang kuat dilengkapi dengan warna-warna dan pesan. Poster memiliki tujuan untuk menarik perhatian audience yang melihatnya dan menanamkan ide pada ingatan pembacanya tentang isi pesan yang ada didalamnya. (Faozan, 2021).

Poster merupakan sebuah media dua dimensi visual yang berisi gambar serta pesan singkat tertulis yang bertujuan untuk menyampaikan hal-hal khusus dan mampu mempengaruhi orang-orang yang melihatnya. (Azhar, 2021).

Jadi dapat diambil kesimpulan dari pendapat beberapa ahli yang menjelaskan arti dari poster

diatas, poster adalah beberapa gabungan dari unsur visual desain dan beberapa pesan informasi yang memiliki tujuan untuk menarik perhatian dan menanam ide yang berarti dalam ingatan pembaca.

Karakteristik poster :

- Menarik perhatian audience secara langsung

- Bahasa yang digunakan singkat, padat, jelas dan mudah dimengerti.

- Mengandung kalimat-kalimat bersifat ajakan atau bersifat persuasif

- Berisi gambar/sketsa/lukisan dan perpaduan warna sehingga terlihat menarik

- Meninggalkan kesan daya ingat lebih lama

- Isi simple dan tidak bertele-tele.

- Pemasangan di lokasi yang strategis atau di tempat umum. Disini penulis memasang poster pada salah satu dinding di bagian dalam Alun-alun Situbondo, dinding Taman Pancing, dan disekitar lokasi wisata.

- Terdiri dari kombinasi huruf, angka, simbol, dan gambar.

- Menggunakan media kertas atau kain.

Tujuan poster adalah:

- Audience menjadi tahu informasi yang disampaikan

- Mengenalkan produk atau jasa kepada masyarakat.

- Memberi informasi positif terhadap masyarakat.

- Memberi informasi yang tidak seharusnya dilakukan oleh masyarakat yang dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain.

Fungsi Poster:

- Fungsi poster ialah untuk menyampaikan sebuah informasi.

- Sebagai media promosi barang atau jasa.

- Sebagai sarana bagi desainer grafis untuk berkarya.

Lalu untuk kelebihan dan kekurangan poster ialah

1) Kelebihan

- Informasinya sangat luas.

- Biaya yang dikeluarkan terkesan sangat kecil.

- Jika melakukan pemasangan poster secara luar maka semakin luas juga cakupannya.

- Dapat digunakan sebagai macam - macam event.

- Jika menampilkan sebuah unsur warna dan gambar yang menarik audience akan lebih tertarik .

- Pesannya singkat dan padat

- Pemasangan tidak rumit

- Bisa ditempel diberbagai wilayah

- Fleksibel.

2) Kekurangan

- Jika disebar dengan target kecil maka target audience yang didapat juga hanya terfokus pada wilayah tersebut

- Terlalu banyak membuat poster berlebih namun hanya disuatu lokasi tertentu hanya akan membuang – buang anggaran.

- Bahan yang digunakan mudah rusak sehingga umur daripada poster itu sendiri sangat singkat.

- Jika terdapat poster baru, poster lama tidak akan menjadi relevan lagi karena untuk membuat poster perlu beberapa ide pikiran.

- Jika dipasang secara asal- asalan maka akan merusak estetika terhadap fasilitas umum.

- Pada umumnya poster dapat menjadi masalah dalam kebersihan.

- Kebanyakan audience membaca dengan posisi sambil berjalan sehingga audience tidak konsentrasi membaca informasi dari poster tersebut.

b. Promosi

Promosi adalah sebuah aktivitas yang menginformasikan keunggulan produk dan membujuk audience sasaran untuk membelinya. (Kotler dan Keller, 2016:47)

c. Media Promosi

Menurut Sora N (2020) media promosi merupakan cara yang dilakukan oleh pembisnis dalam menyampaikan, menyebarkan, dan menawarkan produk atau jasa yang dijualnya supaya calon konsumen tertarik untuk membeli.

d. Layout

Menurut Asfihan (2021) layout adalah tata letak dari suatu elemen desain yang ditempatkan dalam sebuah bidang menggunakan sebuah media yang sebelumnya sudah dikonsep terlebih dahulu.

Untuk membuat desain yang bagus perlu

untuk merencanakan desain yang akan dibuat. Agar desain sesuai dengan maksud dan tujuannya, kita perlu memperhatikan unsur-unsur pembuatannya. Berikut beberapa unsur yang diperlukan agar desain terlihat menarik dan sesuai dengan apa yang diinginkan.

a. Garis

Garis merupakan unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu obyek. Selain goresan dan coretan garis juga dapat menjadi batas antara warna dan bidang. Garis juga memiliki beberapa tampilan yaitu lurus, gelombang, lengkung, zig-zag, dan lainnya. (Kusrianto, 2007:30)

b. Warna

Warna merupakan unsur visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmennya. Berbagai permasalahan tentang warna pada umumnya adalah *hue* (spektrum warna), *lightness* (pencahayaan), dan *saturation* (nilai kepekatan). (Kusrianto, 2007:31)

c. Bentuk

Menurut Sadjiman (2005:69) Seluruh benda yang terdapat pada alam ini memiliki sebuah bentuk. Jika bentuk-bentuk tersebut disederhanakan maka akan menjadi: titik, garis, bidang, gempal. Krikil, pasir, kelereng, dan semacamnya yang menggambarkan kecil dan tidak berdimensi dapat dikategorikan sebagai titik. Kawat, tali, galah, dan semacamnya yang hanya berdimensi memanjang, dapat disederhanakan menjadi garis.

d. Tekstur

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. (Kusrianto, 2007:32). Tekstur dapat dibagi menjadi 2 yaitu tekstur halus, dan kasar. Jika dilihat dari tampilannya tekstur dibagi menjadi 2 yaitu tekstur semu dan tekstur nyata. Dapat dikatakan tekstur semu jika terdapat perbedaan hasil penglihatan dan perabaan, contohnya jika saat kita lihat permukaan tersebut terlihat kasar namun saat disentuh dirasa halus. Dan tekstur nyata apabila ada kesamaan antara hasil penglihatan dan perabaan. Contohnya jika suatu permukaan terlihat halus dan jika diraba permukaan tersebut juga halus.

e. Ruang

Menurut Kusrianto (2007:30) ruang dapat

dihadirkan dengan adanya bidang. Pembagian bidang atau jarak antara obyek berunsur titik, bidang, garis, dan warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi dua, yaitu ruang nyata dan semu. Adanya sebuah ruang dapat dimengerti meskipun tidak dapat diraba.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil dan pembahasan dijelaskan mengenai hasil pengumpulan data, hasil analisis data, konsep desain, visualisasi desain, *final design*, dan penerapan.

a. Hasil Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data yang telah didapatkan adalah:

1) Observasi,

Penulis mengamati tempat wisata di Kabupaten Situbondo yaitu Pantai Grand Pathek dan mendapatkan data gambar lokasi dengan lakukan pemotretan lokasi.

2) Wawancara

Peneliti melakukan wawancara langsung terhadap pengelola wisata Pantai Grand Pathek yang menjelaskan tentang data penurunan rata-rata pengunjung tiap bulan yang sangat signifikan pada tahun 2020, hal ini membuktikan pengaruh pandemi pada saat covid-19 sangat berpengaruh terhadap jumlah pengunjung wisata Pantai Grand Pathek.



Gambar 2. Hasil edit foto pada lightroom apk (Sumber : Fadil, 2021)

3) Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan data profil, fasilitas, maupun data pelengkap lain dari tempat wisata yang akan di promosikan

b. Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa:

a. *Strenght* (Keunggulan)

Keunggulan lokasi wisata Pantai Grand Pathek, adalah memiliki banyak fasilitas wahana air yang lengkap dari mulai *banana boat*, *snorkeling*, hingga *waterpark*-nya.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Adapun kelemahannya adalah jalan untuk mengakses lokasi wisata masih sempit dan kurang adanya papan penunjuk jalan, sehingga penulis perlu mencari informasi dari masyarakat sekitar tentang lokasi tepatnya wisata Pantai Grand Pathek ini.

c. *Opportunity* (Peluang)

Kemudian peluangnya adalah masyarakat masih berminat mengunjungi wisata pantai.

d. *Threat* (Tantangan atau kendala)

Sedangkan tantangan atau hambatannya selain adanya pandemi juga persaingan dengan lokasi wisata lain yang lebih menarik.

c. Konsep Desain

Tujuan dari dibuatnya desain ini adalah untuk mempromosikan salah satu tempat wisata di Kabupaten Situbondo bernama Pantai Grand Pathek. Karena tempat wisata yang akan di promosikan adalah pantai jadi tema yang dipilih untuk poster ini adalah tema “Pantai” dan “Liburan”. Untuk lebih jelasnya strategi desain pada poster ini ialah sebagai berikut :

1) Tema

Pantai, Liburan

2) Pesan Verbal

Untuk font pada *headline* poster pertama menggunakan font “Bakso Sapi” dengan gaya font yang santai namun jelas font ini sangat cocok digunakan pada *headline* poster ini yang bernuansa liburan. *Headline* bertuliskan “ngalencer yok” adalah Bahasa Madura yang artinya “liburan yuk”. Selanjutnya font *headline* pada poster kedua menggunakan font “*The Bold Font*” yang tegas namun tidak kaku, untuk isi pada poster menggunakan font “Berlin Sans FB”

karena font ini tidak formal, terkesan menyenangkan, namun tetap mudah untuk dibaca.

3) Pesan Visual

Untuk pesan visual yang ada pada poster ini adalah,

Poster pertama: menampilkan gambar hasil jepretan peneliti ketika melakukan dokumentasi saat observasi ke lokasi wisata foto ini digunakan karena foto ini sangat menarik dengan menampilkan pantai yang indah dan beberapa perahu nelayan di tepi pantainya.

Poster kedua : menampilkan gambar hasil dokumentasi yang diambil langsung di lokasi wisata, dijadikan gambar icon dari tempatwisata ini karena Pantai Grand Pathek juga pernah di sebut sebagai Kampung Nelayan, dan juga desain vector ombak yang membatasi gambar perahu dengan isi pesan poster membuatnya terlihat lebih menarik.

4) Gaya Desain,

gaya desain yang diinginkan adalah *fun* dan ceria, pada poster pertama menampilkan keindahan alam yang tentunya akan memanjakan mata para pengunjung, sedangkan pada poster kedua menampilkan foto perahu seorang nelayan dan juga vector air dimana air disini mewakili tempat pariwisata ini yang dapat membuat pengunjung ceria dengan pantai, waterpark, dan wahana air lainnya. sebagai poster promosi sebuah tempat wisata tentunya poster ini harus membuat audience merasajika mengunjungi tempat tersebut akan mendapatkan kebahagiaan dalam mengisi waktu liburan mereka.

d. Visualisasi Desain

1) Adobe Lightroom



Gambar 2. Hasil edit foto pada lightroom apk
(Sumber : Fadil, 2021)

Penulis dengan menggunakan software ini dapat mengedit foto yang sudah didapatkan pada saat observasi. Penulis dapat dengan mudah mengatur pencahayaan, bayangan, warna, maupun ketajaman pada foto

2) Corel Draw

Corel draw merupakan aplikasi yang paling dominan dipakai pada perancangan penelitian ini. Karena dengan software ini penulis melakukan beberapa proses yaitu re-vector logo.



Gambar 3. Re-vector logo Grand Pathek
(Sumber: Fadil, 2021)

Lalu setelah mem-vector logo, penulis menggunakan Corel untuk mengatur tata letak

serta mendesain keseluruhan poster



Gambar 4. Proses desain pada corel
(Sumber : Fadil, 2021)

Kemudian juga mendesain beberapa efek untuk mempercantik desain pada poster.



Gambar 5. Font efek pada tulisan logo GrandPathek (Sumber : Fadil, 2021)

“Perancangan Poster sebagai Media Promosi Obyek Wisata Kabupaten Situbondo”



Gambar 6. Font efek pada title poster(Sumber : Fadil , 2021)

Selanjutnya yang terakhir mengatur tata letak kalimat yang akan di cantumkan pada poster



Gambar 7. Layout kalimat dan gambar pada poster (Sumber : Fadil, 2021)

3) Photoshop

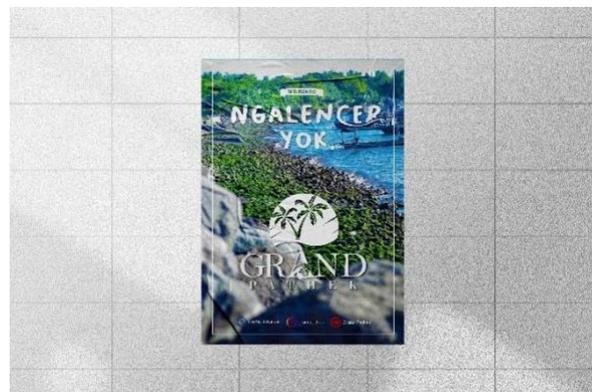
Photoshop digunakan untuk mengedit karya dan mengaplikasikannya pada *mockup* agar karya dapat dilihat *preview* konsep desainnya.



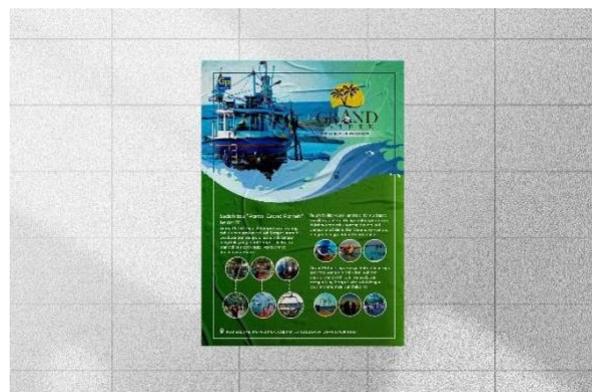
Gambar 8. Mockup 1 (Sumber ; Fadil, 2021)



Gambar 9. Mockup 2(Sumber : Fadil, 2021)



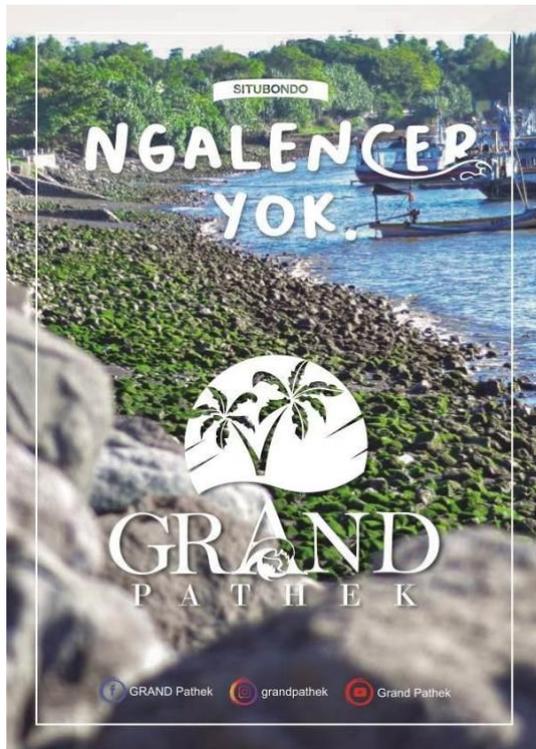
Gambar 10. Mockup 3(Sumber : Fadil, 2021)



Gambar 11. Mockup 4 (Sumber : Fadil, 2021)

e. *Final design*

Setelah melalui beberapa konsultasi dengan narasumber wawancara, yaitu Bapak Aji Djasmoto sebagai pengelola tempat wisata, terdapat 2 desain final yang sudah siap cetak dan dipromosikan.



Gambar 12. Desain final 1 (Sumber : Fadil, 2021)



Gambar 13. Desain final 2 (Sumber : Fadil, 2021)

f. Penerapan

Pada proses penerapan penulis dengan Bapak Aji melakukan pemasangan poster pada beberapa tempat yang sudah direncanakan yaitu, Alun-alun Situbondo, Taman Pancing, dan disekitar lokasi wisata.

SIMPULAN DAN SARAN

Pada penelitian perancangan ini penulis melakukan pengumpulan data, hasil analisis data, konsep desain, visualisasi desain, final design, dan penerapannya. Tujuan dari dibuatnya desain ini adalah untuk mempromosikan salah satu tempat wisata di Kabupaten Situbondo bernama Pantai Grand Pathek. Karena tempat wisata yang akan di promosikan adalah pantai jadi tema yang dipilih untuk poster ini adalah tema “Pantai” dan “Liburan”.

Lalu untuk gaya desain yang diinginkan adalah *fun* dan ceria, sebagai poster promosi sebuah tempat wisata tentunya poster ini harus membuat audience merasa jika mengunjungi tempat tersebut akan mendapatkan kebahagiaan dalam mengisi waktu liburan mereka. Untuk *software* yang digunakan peneliti ada 3 macam yaitu, *Ligtrroom*, *Photoshop*, dan *Corel Draw*. Lalu penulis dengan Bapak Aji melakukan pemasangan poster pada beberapa tempat yang sudah direncanakan.

Sedangkan saran untuk pengelola tempat wisata adalah agar melakukan segala macam promosi secara merata agar tempat wisata ini dikenal secara menyeluruh oleh semua kalangan masyarakat.

REFERENSI

Sumber dari buku :

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

Sadjiman. 2005. *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta : Arti Bumi Intaran.

Riduwan. 2013. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

“Perancangan Poster sebagai Media Promosi Obyek Wisata Kabupaten Situbondo”

Suyanto. 2004. *Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sumber dari artikel jurnal:

Suwarno. 2011. *Perancangan Media Promosi Obyek Wisata Kabupaten Semarang dalam Bentuk Poster*. Semarang. Desain Komunikasi Visual; Universitas Negeri Semarang.

Anung, W. 2015. *Perancangan Media Promosi Pariwisata Kabupaten Jepara*. Semarang. Seni Rupa Konsentrasi DKV S1; Universitas Negeri Semarang.

Nyongky, A. F. M. 2013. *Perancangan Media Promosi Pariwisata Propinsi Nusa Tenggara Timur*. Yogyakarta. Pendidikan Seni Rupa; Universitas Negeri Yogyakarta

Sumber dari web :

Anugerah, A. S. 2019, Desember 30. 12 Tempat Wisata di Situbondo Paling Hits, Cocok untuk Tujuan Liburan Akhir Tahun. Diunduh pada tanggal 28 maret 2021 dari hot.liputan6.com:
<https://hot.liputan6.com/read/4145155/12-tempat-wisata-di-situbondo-paling-hits-cocok-untuk-tujuan-liburan-akhir-tahun>

Syafnidawaty. 2020, November 09. Perbedaan Data Primer dan Data Sekunder. Diunduh pada tanggal 28 maret 2021 dari

raharja.ac.id:

<https://raharja.ac.id/2020/11/09/perbedaan-data-primer-dan-data-sekunder/>

Salsabila, M. R. 2020. September 11. Langkah-Langkah Menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif. Diunduh pada tanggal 3 April 2021 dari dqlab.id:

<https://www.dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data>

Faozan, T. N. 2021, Februari 05. Pengertian Poster, Ciri- Ciri, Tujuan, Fungsi, dan Jenis-Jenisnya yang Perlu Diketahui. Diunduh pada tanggal 3 April 2021 dari bola.com:

<https://www.bola.com/ragam/read/4475602/pengertian-poster-ciri-ciri-tujuan-fungsi-dan-jenis-jenisnya-yang-perlu-diketahui>

Samhis, S. 2021, Maret 31. Seni Rupa – Pengertian, Prinsip, Tujuan, Fungsi, Unsur, Bentuk, Aliran, Contoh, Para Ahli. Diunduh pada tanggal 28 maret 2021 dari gurupendidikan.co.id:

<https://www.gurupendidikan.co.id/seni-rupa>

Danny, R. 2017, Mei 27. Kelebihan dan Kekurangan Poster. Diunduh pada tanggal 7 Juli 2021 dari brainly.co.id:

<https://brainly.co.id/tugas/10794387>

Akbar, A. 2021, Juli 11. Layout Adalah : Prinsip, Tujuan dan Manfaat Layout. Diunduh pada tanggal 22 Juli 2021 dari adalah.co.id:

<https://adalah.co.id/layout/>