

PERANCANGAN DESAIN PERIKLANAN UNTUK PROMOSI WISATA BUKIT SUROWITI DI KABUPATEN GRESIK

Hesti Puspita Winda Riyana

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
kaindranararya@yahoo.co.id

Asidigisianti Surya Patria

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Bukit Surowiti sebagai wisata dengan pesona alam, religi dan budaya terletak di jalur pantura Gresik-Tuban desa Surowiti kecamatan Panceng kabupaten Gresik. Memiliki pemandangan alam yang hijau serta tebing perbukitan dengan tegakkan 100 derajat, sehingga menjadi lokasi terbaik para pencinta alam dan pencinta olahraga panjat tebing. Keunggulan tersebut dipastikan akan mampu berkembang saat ini. Untuk itu, diperlukan perancangan karya desain periklanan untuk mempromosikan Wisata Bukit Surowiti di Kabupaten Gresik. Survey lokasi wisata berada di desa Surowiti kecamatan Panceng kabupaten Gresik; sumber data diambil dengan wawancara kepada narasumber; data tertulis dari dokumen Wisata Bukit Surowiti. Metode pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi; metode analisis data menggunakan analisis SWOT dan USP. Hasil karya desain dengan tema "Best Area for Climbing". Perancangan billboard dan iklan majalah ini diharapkan dapat menghasilkan karya desain periklanan yang bisa mendukung tercapainya suatu promosi kepada masyarakat.

Kata Kunci : *Desain Grafis, Periklanan, Promosi, Climbing, Bukit Surowiti*

Abstract

Surowiti hill is one of tourism with the nature enchantment, religion and culture, it lies in the path of the north coast between Gresik and Tuban and exactly in Surowiti village. It has a natural landscape of green hills and cliffs with erected 100 degrees, is became this tourism object be prioritised by the one who loves nature and sport climbing. These advantages will certainly be able to develop at this time. Then, Advertisement design planned to promote surowitu hill tourism in Gresik was needed sooner. The first step began by doing research and survey in the village of Surowiti hills in Gresik. sources of data was taken by the interviewing to the interviewee; and written data conducted from Travel documents from Surowiti hills. The data collection technique in this research were interviews, observation, and documentation; data analysis methods will be conducted by using SWOT analysis and USP; as well as the procedures for implementing the graphic design planning. As a result, The theme of work of the design is "Best Area for Climbing". The design billboard and advertise for magazine is expected to generate advertisement design work that could support the achievement of a promoting to the public.

Keywords: *Graphic Design, Advertisement, Promotion, Climbing, Surowiti Hills*

PENDAHULUAN

Bukit Surowiti salah satu wisata yang berada di daerah pantura, tepatnya masuk dalam kawasan Kabupaten Gresik. Lokasi terletak di perkampungan kecil yang dihuni oleh kurang lebih delapan puluh kepala rumah tangga di Desa Surowiti Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik. Surowiti adalah kawasan perbukitan yang masih segar dengan tebing-tebing kapur dan pepohonan rindang. Area perbukitan yang terdiri dari tebing biasa digunakan sebagai sarana panjat tebing. Didukung lahan yang cukup luas, dapat dimanfaatkan sebagai tempat diklat, outbond, perkemahan pramuka, dan liburan keluarga. Selain itu Wisata Bukit Surowiti juga memiliki panorama yang

indah dari atas bukit. Terlihat pemandangan laut, persawahan, dan hutan jati yang ada di sekitarnya.

Nilai sejarah juga bisa didapatkan dari wisata ini, sehingga sekaligus menjadi wawasan dan pengetahuan mengenai masa silam kota Gresik. Diantaranya sebagai Petilasan Sunan Kali Jaga di Goa Langseh. Hal ini berkaitan dengan masa penyebaran islam di Pulau Jawa pada zaman dahulu. Bukit Surowiti juga tidak terlepas dari nilai tradisi serta budaya. Kegiatan turun temurun diantaranya Grebek Surowiti sebagai ungkapan rasa syukur atas panen hasil bumi.

Akses masuk wisata kurang lebih tiga kilometer dari jalan raya. Untuk masuk ke area wisata perlu melewati jalan yang sedikit terjal. Lebar akses jalan muat untuk satu bus besar. Potensi wisata bukit surowiti adalah sebuah

peluang yang perlu dikembangkan. Pihak pengelola Bukit Surowiti belum pernah melakukan promosi menggunakan media billboard maupun Iklan Majalah. Selama ini billboard dan Iklan Majalah merupakan jenis media yang efektif untuk promosi wisata. Hal inilah yang mejadi latar belakang penulis merasa perlu adanya perancangan karya desain periklanan berupa billboard dan Iklan Majalah untuk promosi Wisata Bukit Surowiti guna menarik lebih banyak wisatawan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat diperoleh rumusan masalah (1) Bagaimanakah konsep desain periklanan untuk promosi Wisata Bukit Surowiti; (2) Bagaimanakah proses perancangan periklanan untuk promosi Wisata Bukit Surowiti; (3) Bagaimanakah penerapan desain periklanan untuk promosi Wisata Bukit Surowiti.

Untuk mempromosikan Wisata Bukit Surowiti diperlukan media promosi yang tepat sehingga dapat tersampaikan kepada audiens. Pada pembuatan karya ini penulis menggunakan media promosi Iklan Majalah dan Billboard.

Dalam beberapa dekade terakhir, majalah merupakan satu media yang tumbuh pesat untuk melayani kebutuhan dan kepentingan pendidikan, informasi, serta hiburan dari banyak pembaca dalam pasar konsumen maupun bisnis. Keragaman media yang besar ini menjadikannya media yang menarik bagi banyak pengiklan. Majalah umumnya dikategorikan berdasarkan khalayak luas yang mereka layani (Monle Lee, 1999: 241).

Billboard adalah papan iklan luar ruangan berukuran raksasa. Biasanya diletakkan ditempat yang tinggi supaya bisa dilihat dan dibaca dari jauh, atau pada lokasi yang dilewati lalu lintas dalam jumlah banyak. Dari segi teknis perancangan desainnya, billboard bisa dianalogikan sebagai poster dalam ukuran raksasa (Suyanto, 2006: 2).

METODE

Metode perancangan diawali dengan pengumpulan data melalui tahap:

Wawancara, adalah percakapan dengan maksud-maksud tertentu. Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab dengan maksud tertentu, melalui percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yaitu penulis yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yaitu Bambang Suyono selaku staf IT di Desa Surowiti yang mengetahui tentang publikasi Bukit Surowiti, dari hasil wawancara memberikan jawaban atas pertanyaan itu secara lisan (Moleong, 2007: 186).

Observasi untuk mengetahui secara langsung lokasi wisata Bukit Surowiti. Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk

melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2004: 104).

Dokumentasi dilakukan untuk mengabadikan situasimaupun aktifitas didalam lokasi Wisata Bukit Surowiti. Dokumentasi adalah bukti bahwa ia hidup. Bukan hanya untuk kehidupannya sendiri, tapi untuk benda, makhluk lain (Budianta, 2005: 111).

Analisis SWOT (strength, weakness, opportunity, threat) adalah pendekatan terorganisasi dalam menilai kekuatan dan kelemahan internal sebuah perusahaan, serta peluang dan ancaman eksternalnya. (Thomson, 2007 :390).

USP, *Unique Selling Proposition* (penawaran unik) bisnis Anda. Artinya, bukan produk anda harus unik, tetapi cara Anda dalam berbisnis yang unik. Unik disini adalah apa saja yang membuat siapa pun yang berbisnis dengan perusahaan Anda menjadi berbeda. USP bukan semboyan, bukan slogan, USP adalah cara sebuah bisnis dalam menjalankan usahanya (Suhud, 2009: 107).

Dilanjutkan ke tahap perancangan yaitu proses visualisasi media promosi. Terdiri dari tiga tahap yaitu thumbnail, rough, dan comprehensive (Margo, *Street-Smart Advertising: How to Win the Battle of the Buzz*: 134). Tahap tersebut berlanjut ke hasil finally art dan produksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada beberapa versi tentang asal mula nama bukit tersebut, satu diantaranya Surowiti diambil dari “Suro kang miwiti” yaitu orang yang bernama Suro Astono yang pertama kali naik ke bukit Surowiti. Bukit Surowiti telah ada sejak jaman dahulu. Banyaknya pengunjung yang datang untuk melakukan ziarah membuat tempat ini awalnya lebih dikenal sebagai wisata religi. Bukit Surowiti menjadi salah satu pusat penyebaran agama Islam di pulau Jawa. Hal tersebut dapat dilihat dari peninggalan atau situs petilasan Sunan Kalijaga dan makam santri-santrinya.

Berikut ini tabel perkembangan kunjungan wisata Bukit Surowiti.

Pengunjung Tahun	Wisatawan (Orang)		Jumlah (Orang)
	Nusantara	Mancanegara	
2010	14.800	90	14.890
2011	18.700	80	18.780
2012	20.000	9	20.009
2013*	24.121	24	24.145

Sumber Data Balai Desa Surowiti, 2015

Untuk mengembangkan wisata, pada tahun 2008 pemerintah Desa Surowiti membuat sebuah kelompok

bernama KSW (Kelompok Sadar Wisata) untuk menjadi pelaksana dan pengelola pariwisata di bukit Surowiti bersama-sama dengan Pemerintah Desa dan Daerah.

Selain wisata religi yang kental dengan sejarah penyebaran islam, bukit ini juga menyimpan wisata alam dan budaya yang natural dan jauh dari rekayasa teknologi. Diantaranya adalah tradisi “Grebek Surowiti” yang dilaksanakan pada hari kamis kliwon setelah panen raya dan berdasarkan kegiatan adat “Sedekah Bumi”, kegiatan ini sudah dilaksanakan turun temurun sejak berdirinya Desa Surowiti dan ditutup dengan kegiatan Haul Sunan Kalijaga.

Pengelola wisata juga menggerakkan ekonomi kreatif masyarakat dalam meningkatkan pendapatan bagi masyarakat. Pengelolaan dilakukan oleh pemerintahan desa yang bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Gresik, Propinsi dan Pemerintah Pusat, Media Komunikasi untuk mengangkat sebuah potensi wisata alam, budaya, dan religi yang bernama Bukit Surowiti.



Pemandangan Bukit Surowiti dari Jarak Jauh
Arsip Desa Surowiti, 2015

Bukit Surowiti terletak di Desa Surowiti, Kecamatan Panceng, Kabupaten Gresik yang terletak di sebelah Barat Laut Kota Surabaya berjarak sekitar 32 km. Dari kota Gresik melalui Jalan Pantura Gresik kearah Tuban. Dan kurang lebih 3 km dari Jalan Raya deandles Panceng untuk menuju ke lokasi wisata.

Analisis SWOT

Kekuatan (strength) yang dimiliki Bukit Surowiti adalah Panorama dan keindahannya tidak kalah dengan tempat rekreasi yang lain, perbukitan yang masih segar dengan pemandangan tebing-tebing kapur serta pepohonan rindang. Juga mempunyai panorama yang indah terutama dari atas bukit, dapat terlihat pemandangan laut, persawahan dan hutan jati yang ada di sekitarnya.

Terdapat tebing-tebing dengan tegakkan 100 derajat yang bisa dimanfaatkan untuk panjat tebing. Olahraga tersebut sering dilakukan oleh mahasiswa dan para pecinta panjat tebing. Menurut mereka, tebing Bukit Surowiti merupakan salah satu tebing alami yang terbaik untuk area panjat tebing.

Bukit Surowiti juga memiliki goa, ke-enam goa tersebut adalah Goa Langseh, Goa Macan, Goa Lumbang, Goa Dasi, Goa Kemaron, Goa Pengantin dan Goa Pelok. Selain itu Bukit Surowiti didukung dengan lahan yang cukup luas, yang biasa digunakan untuk perkemahan pramuka. Beberapa sekolah dasar menjadikan tempat tersebut sebagai kegiatan rutin untuk melangsungkan perkemahan.

Sejak dahulu hingga sekarang Bukit Surowiti dikenal dengan tempat ziarah Petilasan Sunan Kalijaga, dan makam tokoh-tokoh lain seperti Raden Bagus Mataram, sebagai tokoh penyebar agama Islam di Pulau Jawa.

Nilai budaya juga dimiliki oleh masyarakat Desa Surowiti. Kegiatan turun temurun yang masih dilakukan hingga saat ini seperti Grebek Surowiti berbentuk pembuatan ratusan tumpeng sebagai ungkapan rasa syukur kepada Sang Maha Kuasa. Kegiatan yang dilakukan pada bulan Besar Dhulhijjah, hari kamis minggu terakhir ini merupakan upacara tradisi sedekah bumi, di atas bukit tersebut.

Kelemahan (weakness) Bukit Surowiti adalah, karena terletak di Gresik yang merupakan wilayah dataran rendah pantura, maka Gresik identik dengan pantai-pantai dan industri. Pilihan wisata gresik berupa pantai sudah sering di kunjungi sehingga menimbulkan kebosanan. Untuk itu Bukit Surowiti yang berupa tebing perbukitan menawarkan keindahan alam dari atas bukit, religi, serta budaya yang dapat menjadi alternatif kunjungan wisata di Gresik.

Peluang (opportunity) yang dimiliki dalam kawasan objek Wisata Bukit Surowiti yaitu memiliki ciri khas dibanding wisata lain di Gresik. Pesona alamnya perbukitan hijau hingga nilai religi, sejarah dan budaya menjadi nilai tambah untuk menarik minat wisatawan. Yang tidak didapati di objek wisata lain di Gresik

Ancaman (Threath) yang dihadapi oleh obyek wisata ini yang paling utama adalah akses jalan menuju area wisata, karena letaknya cukup jauh dari jalan raya. Sedangkan tidak jauh dari lokasi wisata Bukit Surowiti terdapat wisata seperti wisata pasir putih dalegan dan juga WBL (wisata bahari lamongan) yang memiliki akses yang lebih mudah untuk dijangkau saat berkunjung.

Analisis USP (Unique Selling Proposition)

Gresik memiliki beberapa objek wisata alam yang dapat dipilih ketika berlibur, namun Wisata Bukit Surowiti memiliki ke-khasan tersendiri, yaitu dengan

pesona alam perbukitan yang terbentuk dari tebing-tebing. Keunggulan inilah yang ditonjolkan dalam wisata, tebing Bukit Surowiti dapat digunakan sebagai arena untuk olahraga panjat tebing. Kegiatan ini telah dilakukan oleh mahasiswa dan para pencinta olahraga panjat tebing dari dalam maupun luar kota.

Tebing Bukit Surowiti memiliki tegakan kurang lebih 100 derajat. Beberapa telah mengakui jika tebing Bukit Surowiti merupakan salah satu area alami yang terbaik di Jawa Timur untuk olahraga panjat tebing. Disekitar tebing juga terdapat lahan kosong yang dapat digunakan sebagai tempat istirahat ketika olahraga usai.

Konsep Desain

Dengan tema desain “Best Area for Climbing”, Tema tersebut juga digunakan sebagai Headline yaitu Best Area for Climbing, dengan maksud menonjolkan area Bukit Surowiti bisa dimanfaatkan untuk panjat tebing.

Pesan Verbal dan visual terdiri dari Headline “Best Area for Climbing” diambil dari tema desain. Pesan verbal tersebut berfungsi memberi informasi dan melengkapi pesan visual dari gambar ilustrasi.

Selain headline, pesan verbal pada desain ini ditunjukkan dengan Logo dan tagline “Bukit Surowiti” “Pesona Wisata Alam, Religi, dan Budaya” dengan maksud memberikan informasi kepada masyarakat bahwa wisata Bukit Surowiti menawarkan sebuah wisata alam, yang memiliki nilai religi serta budaya yang bisa menambah pengalaman dan pengetahuan ketika berkunjung. Ditambahkan juga petunjuk arah berupa keterangan jarak tempat Wisata Bukit Surowiti dari lokasi billboard berdiri.

Pada karya iklan majalah juga ditambahkan bodytext untuk iklan majalah beserta informasi pendukung yaitu logo Gresik dan keterangan alamat. Dari karya keseluruhan menggunakan tipe huruf “Book Antiqua” dan “Child’s Play Trial Version” dengan ukuran berbeda.

Sesuai tema “Best Area For Climbing” maka pesan visual yang ditampilkan adalah ilustrasi panjat tebing. Gambar lain yang ditunjukkan adalah penampakan Bukit Surowiti dari jarak jauh. Untuk karya iklan majalah, ditambahkan dengan ikon-ikon yang mewakili setiap informasi dari ikon panjat tebing, goa, perkemahan, makam dan petilasan, dan juga tradisi. Dari pesan visual tersebut diharapkan dapat memberikan informasi yang akurat untuk audiens.

Gaya tampilan yang diusung untuk menyampaikan karakter dan komunikasi wisata ini secara keseluruhan adalah bergaya natural, dimaksudkan agar sesuai dengan keaslian Bukit Surowiti yang alami dan segar. Dengan tambahan gambar panjat tebing pada setiap karya sesuai tema. Penulis tidak banyak menggunakan gambar, hanya satu dua gambar namun penuh untuk memberikan pesan.

PERANCANGAN

Keseluruhan dari proses desain menggunakan software Adobe Photoshop CS5. Dengan menggunakan ilustrasi gambar yang dipadukan menggunakan bidang-bidang tambahan maupun template. Foto yang ditampilkan mengalami proses pengaturan warna, dan juga kontras sehingga dirasa cukup untuk dipadukan dengan bidang dan elemen lainnya.

Thumbnail, proses ini adalah tahap memikirkan secara kasar tentang desain yang akan diwujudkan. Desain diawali dalam bentuk sketsa. Dari pemikiran tersebut menghasilkan beberapa variasi desain, kemudian akan terpilih desain terbaik untuk dimulai eksekusi. Pemilihan desain terbaik ini disebut dengan tahap rough. Lalu diikuti dengan tahap pemilihan foto yang akan dijadikan ilustrasi dalam billboard dan iklan majalah. Setelah terpilih beberapa foto yang bisa mewakili informasi Bukit Surowiti, maka dilakukan perbaikan foto dengan mengatur level, dan keseimbangan warnanya menggunakan program software Adobe Photoshop.

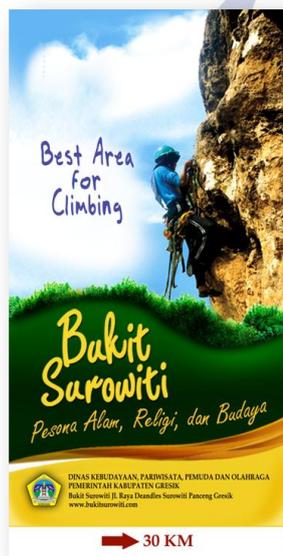
Tight Tissue, selanjutnya adalah tahap tight tissue atau comprehensif atau yang disingkat comp. Comp adalah suatu bentuk visual dari ide pemikiran desainer. Hasil comp hampir sama persis dengan hasil akhir yang siap ditampilkan. Proses comp dimulai dari setelah mengatur warna, selanjutnya menuju tahap memotong gambar menggunakan pen-tools. Objek yang dianggap penting akan diambil, dan sisanya akan dihapus menggunakan eraser-tools maupun magic eraser-tools. Kemudian menentukan format ukuran billboard dan iklan majalah di photoshop untuk memulai pembuatan desain.

Selanjutnya mengolah gambar-gambar yang telah dipotong. Gambar-gambar yang telah dipotong diatur besar kecilnya, kemudian memberikan efek dramatis pada langit dengan warna-warna yang sesuai. Dilanjutkan dengan mengatur tata letak dan penonjolan untuk gambar maupun untuk headline, logo beserta tagline, dan informasi lainnya. Beberapa informasi ditata secara berirama agar terlihat rapi. Warna huruf diatur agar terlihat lebih menonjol sehingga mudah dan jelas dibaca mengenai isi informasinya. Pelengkap yang digunakan yaitu logo pemerintah Kabupaten Gresik. Hasil jadi comp kemudian dipresentasikan serupa jadi dan dilakukan penilaian, sehingga akan mengalami perbaikan ataupun tambahan untuk menuju hasil final.

Finaly Art, sebagai tahap terakhir adalah perwujudan desain akhir. Desain billboard dan iklan majalah yang sudah final akan dicetak sebagai contoh bentuk jadi dari perancangan ini. Desain billboard akan di display berbentuk moke up atau miniatur dengan skala dari rancangan ukuran sebenarnya. Miniatur dicetak

menggunakan kertas vynil dan juga konstruksi dari styrofoam dan juga kayu. Sedangkan pada desain iklan majalah akan dicetak pada media kertas art paper ukuran A2, dan juga dalam bentuk sebenarnya yang ditempel didalam majalah travelxpose seolah iklan majalah sesungguhnya.

Pada validasi pertama, dari sembilan desain yang terdiri dari tiga alternatif desain billboard masing-masing portrait dan landscape. Kemudian tiga alternatif desain untuk iklan majalah. Setelah melalui tahap validasi. Maka akan terpilih masing-masing satu desain untuk billboard portrait, billboard landscape, dan iklan majalah. Validator 1 Dwi Prasetya, S.Sn dan 2 Drs. Eko AB. Oemar, M.Pd akan memberikan penilaian serta saran untuk dilakukan perbaikan kemudian dilakukan validasi kedua sehingga nantinya akan terwujud final desain.



Desain Final Billboard Portrait

Head Line font Child's Play Trial Version size 112 pt warna biru. Informasi Pemerintah Gresik dan Alamat Wisata font Book Antiqua size 19 pt 29 pt 17 pt warna hitam.

Desain billboard portrait yang terpilih memadukan warna-warna yang disesuaikan dengan ilustrasi panjat tebing. Warna tersebut adalah kuning, oren, hijau dan biru. Ilustrasi panjat tebing diletakkan pada sebelah kanan, sedangkan headline berada disebelah kiri dan menjadi penglihatan pertama bagi para pengendara, letaknya menumpuki pada bagian langit yang kosong dengan warna biru tua agar tetap terlihat daripada langit.

Pada tengah desain adalah logo bukit, dengan bidang berwarna hijau tua yang sekaligus sebagai pemisah antara ilustrasi. Logo bukit yang berwarna kuning akan menonjol dari bidang hijau. Kemudian arah akan mengarah ke bagian bawah yaitu informasi alamat serta logo Gresik.

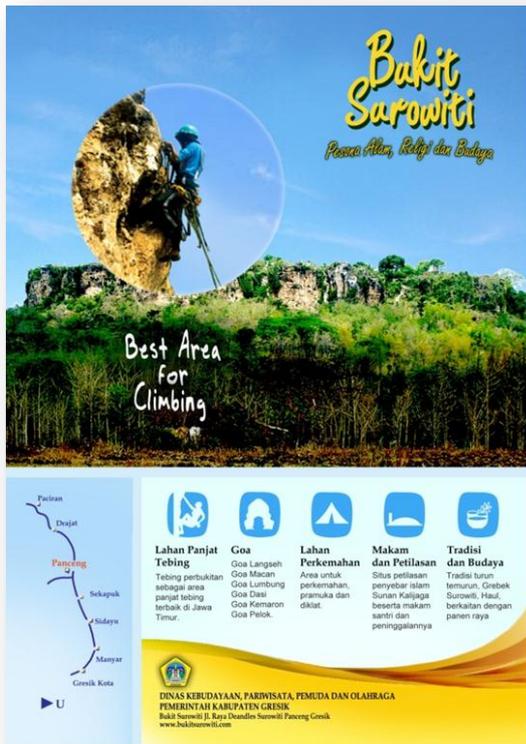
Antara informasi tambahan ini dengan logo bukit surowiti disekat oleh template berwarna coklat tebing gradasi oren, dipadukan bersama bidang kuning untuk diletaknya info tersebut. Pada info dibuat warna kuning agar senada dengan warna tebing, selain itu kuning adalah warna yang memberhentikan mata, sehingga info tersebut dapat terbaca dan tidak kalah dengan ilustrasi. Terdapat juga tambahan info jarak lokasi untuk para pengendara, info tersebut berwarna merah dan berlatar putih supaya mudah ditangkap oleh mata.



Desain Final Billboard Landscape

Head Line font Child's Play Trial Version size 112 pt warna putih. Informasi Pemerintah Gresik dan Alamat Wisata dan info jarak font Book Antiqua size 27 pt 25 pt 29 pt warna hitam putih

Desain billboard landscape yang terpilih meletakkan ilustrasi panjat tebing sebelah kiri sebagai awal pandangan kemudian menuju ke headline dengan huruf putih dan bayangan biru tua. Headline tersebut terletak pada langit ilustrasi bukit surowiti jarak jauh yang diletakkan memenuhi billboard bagian kanan. Dan bagian atas kanan pojok berada logo bukit surowiti yang berwarna kuning dengan bayangan putih agar tidak membaur dengan langit biru. bagian bawah billboard adalah letak logo dan alamat wisata, para pengguna jalan yang melihat dapat mudah mengarah ke informasi tersebut karena bidang sekat menggunakan template dengan warna kuning oren bergradasi coklat seperti tebing dan memisahkan antara letak informasi dari ilustrasi. Penambahan info jarak terdiri dari warna merah tua agar menonjol. Sehingga dapat mudah terbaca.



Desain Final Iklan Majalah

Head Line font Child's Play Trial Version size 53 pt warna putih. Informasi Pemerintah Gresik dan Alamat Wisata font Book Antiqua size 8 pt 7 pt warna hitam. Body Text font Book Antiqua Arial size 9 pt 8 pt warna hitam.

Desain final iklan majalah meletakkan ilustrasi, logo bukit, dan headline di bagian atas, sedangkan informasi lainnya seperti ikon, bodytext, info alamat, dan peta lokasi berada dibawah. Pemisahan ini agar menyamakan pembaca untuk mengamati dan membaca. Ilustrasi bukit surowiti jarak jauh ditampilkan memenuhi setengah halaman, namun didalamnya ditumpuk ilustrasi panjat tebing yang dibentuk lingkaran. Bentuk lingkaran ini dibuat agar tetap serasi dengan penambahan logo bukit surowiti pada langit biru. Logo diletakkan diatas karena untuk memenuhi langit yang kosong dan juga untuk logo agar terlihat jelas.

Sedangkan headline berada pada warna hijau pohon sehingga dibuat memiliki bayangan berwarna putih supaya tetap terlihat dan terbaca nantinya. Menuju kebawah, bidang biru muda sebelah kanan, pembaca akan mendapati informasi ikon serta bodytext yang terletak sejajar. Ikon berwarna biru tua, di dalam bidang biru muda. Bodytext berwarna hitam dan tertata rata kiri agar mudah terbaca. Bidang sebelah kiri juga berwarna biru sedikit tua untuk tempat peta wisata. Letak informasi alamat serta logo Gresik berada pada bawah info ikon,

dengan pembatas template yang berwarna seperti tebing di ilustrasi panjat tebing, yaitu warna kuning bergradasi oren dan coklat. Warna kuning tersebut membuat mata terhenti karena dari warna lainnya yang dominan biru.

Desain yang telah final akan dicetak sebenarnya menggunakan vynil, dengan konstruksi satu kaki cor baja. Konstruksi terdiri dari Plat plendes, besi siku, cat, lampu HIPT, kabelnym, box panel. Ukuran billboard 3 x 6 m dan diterapkan di tempat yang strategis seperti pada arah Gresik-Surabaya di perempatan Jl. Veteran Kota Gresik. Dan juga pada perbatasan Gresik –Lamongan di jalur pantura

Untuk iklan majalah akan dicetak pada kertas Art Paper ukuran A2. Dan ukuran desain sebenarnya 24 x 17 cm.

PENUTUP

Simpulan

Secara keseluruhan, simpulan yang dapat diambil dari perancangan desain periklanan untuk promosi wisata Bukit Surowiti adalah:

Konsep perancangan karya desain periklanan untuk promosi Bukit Surowiti menggunakan tema “Best Area for Climbing”. Tema tersebut bermaksud menonjolkan area Bukit Surowiti bisa dimanfaatkan untuk panjat tebing. Dengan tegakan tebing kurang lebih 100 derajat, dan merupakan salah satu area alami panjat tebing terbaik di Jawa Timur. Tema “Best Area for Climbing” juga sekaligus dijadikan sebagai Headline yang akan ditampilkan pada desain billboard dan iklan majalah untuk memberi informasi dan melengkapi pesan visual. Keseluruhan desain billboard serta iklan majalah bergaya natural dan simple. Tampilan desain hanya menggunakan satu atau dua ilustrasi gambar sebagai pesan visual.

Proses visualisasi desain secara keseluruhan dikerjakan melalui komputer menggunakan software Adobe Photoshop CS5. Melalui tahap-tahap desain yaitu thumbnail dan rough yang merupakan tahap awal berupa desain kasar atau sketsa dengan membuat beberapa alternatif desain. Tight tissue atau comp, yaitu bentuk visual dari ide pemikiran desainer. Hasil comp hampir sama persis dengan hasil akhir yang siap ditampilkan. Kemudian melalui tahap validasi, desain billboard dan iklan majalah mengalami perbaikan hingga sampai pada tahap desain akhir yang disebut finally art. Setelah tahap ini maka desain siap untuk diterapkan dan diproduksi.

Penerapan desain billboard dan iklan majalah pada hasil akhir dibuat menjadi make-up. Billboard ditunjukkan dengan seolah konstruksi cor beton. Billboard sebenarnya nantinya akan diletakkan pada perempatan jalan veteran arah gresik Surabaya dan juga perbatasan gresik lamongan di jalur pantura. Sedangkan untuk iklan

majalah ditampilkan pada ukuran majalah sebenarnya, contoh majalah yang digunakan adalah travelxpose.

Saran

Untuk pengelola Bukit Surowiti diharapkan mampu memperbaiki fasilitas wisata seperti akses jalan, dan menambahkan tempat sampah. Menyediakan fasilitas panjat tebing seperti peralatan dan pengamannya yang sejauh ini wisatawan masih menggunakan peralatan pribadinya. Bukit Surowiti belum memiliki sign identity sehingga bisa menjadi masukan bagi peneliti lain untuk membuat perancangan sign identity untuk mendukung perkembangan wisata.

Desain periklanan ini dirancang agar terlihat komunikatif dan menarik. Tujuannya menarik lebih banyak minat wisatawan untuk berkunjung, sehingga dapat meningkatkan frekuensi pengunjung sekaligus menambah pendapatan daerah. Karya desain diharapkan dapat mendukung untuk kepentingan promosi bagi wisata Bukit Surowiti dan dapat menjadi inspirasi serta memberi pengetahuan bagi pembaca maupun bagi peneliti lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Moleong, Lexy J, 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif, Jakarta : PT. Rosda Karya.
- Lee, Monle. 2004. Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global. Jakarta : Fajar Interpratama
- Suyanto, M. 2006. Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia. Yogyakarta : ANDI.
- Budianta, Eka. 2005. Senyum untuk Calon Penulis. Jakarta : Pustaka Alvabet.
- Riduwan. 2004. Metode Riset. Jakarta : Rineka Cipta.
- Budianta, Eka. 2005. Senyum untuk Calon Penulis. Jakarta : Pustaka Alvabet.
- Suhud, Laksita Utama. 2009. Start-up Business Wizards. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Thomson. 2007. Pengantar Bisis Kontemporer Edisi 11. Jakarta : Sakraba.