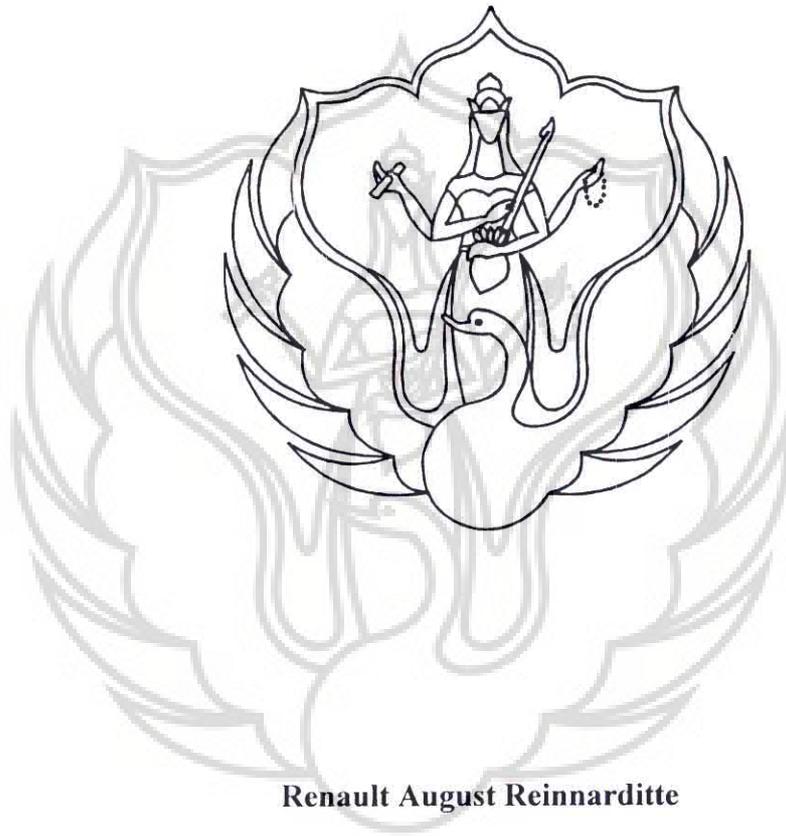


PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
OBYEK WISATA PASIR PUTIH
KABUPATEN SITUBONDO



Renault August Reinnarditte

TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
OBYEK WISATA PASIR PUTIH
KABUPATEN SITUBONDO



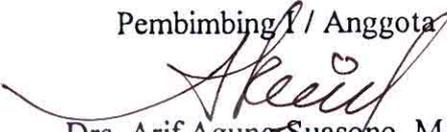
Renault August Reinnarditte

NIM. 971 0917 023

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2004

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:
PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL OBYEK WISATA PASIR PUTIH
KABUPATEN SITUBONDO diajukan oleh Renault Agust Reinnarditte, NIM
971 0917 023, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain,
Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim
Pembina Tugas Akhir pada tanggal 25 Juni 2004 dan dinyatakan telah memenuhi
syarat untuk diterima.

Pembimbing I / Anggota



Drs. Arif Agung Suasono, M.Sn
NIP. 132 061 187

Pembimbing II / Anggota



Drs. Baskoro Suryo B.
NIP. 131 996 632

Penguji Ahli / Anggota



Hesti Rahayu, S.Sn
NIP. 132 206 674

KPS. DKV / Anggota



Drs. Baskoro Suryo B.
NIP. 131 996 632

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Drs. Sukarman
NIP. 130 521 245

Ketua Jurusan Desain / Ketua



Drs. M. Umar Hadi M.S
NIP. 131 474 284

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil' alamin, atas rahmat, hidayah, dan kuasa Allah SWT Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Komunikasi Visual Obyek Wisata Pasir Putih Kabupaten Situbondo” dapat terselesaikan guna memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar sarjana di bidang studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia.

Dengan semangat kerja disertai doa, hambatan dalam proses penyelesaian perancangan ini dapat teratasi. Disamping itu juga berkat dorongan berbagai pihak, baik yang bersifat moril maupun materiil. Oleh karena hal tersebut, dengan ketulusan hati perancang mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. DR. I Made Bandem selaku Rektor ISI Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Sukarman, Dekan FSR ISI Yogyakarta.
3. Bapak Drs. Edi Sunaryo, M.S. Pembantu Dekan I FSR ISI Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Umar Hadi, M.S. Ketua Jurusan Desain FSR ISI Yogyakarta.
5. Bapak Drs. Arif Agung Suasono, M.sn selaku Dosen Pembimbing I.
6. Bapak Drs. Baskoro S. B. selaku Dosen Pembimbing II, Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, dan Ketua Tim Pembina TA.
7. Bapak Drs. Sadjiman selaku Dosen Wali.
8. Dosen Pengajar Program Studi Desain Komunikasi Visual FSR ISI Yogyakarta.
9. Karyawan-karyawati Akmawa FSR ISI Yogyakarta.
10. Karyawan-karyawati Perpustakaan ISI Yogyakarta.

11. Ibunda tercinta dan keluarga besar M. Soekaryo atas doa dan bantuannya.
12. Bapak Drs. M. Diaaman selaku Bupati Kabupaten Situbondo.
13. Bapak Ahmad Munir M.M. SubDin Pariwisata Kabupaten Situbondo
14. Bapak Agus Budiono Perusda Pasir Putih Kabupaten Situbondo.
15. Iis Handayani atas simpati dan empatinya.
16. Semua teman-teman “BAGASI” DKV 97 atas kebersamaan dan berbagi ilmu.
17. Amank atas komputernya, Yunan atas motornya. Oi atas *Lucky Strikenya*,
Riduan atas nasehatnya.
18. Dan semua teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas waktu dan kebersamaannya.

Akhir kata, semoga perancangan ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. dan dengan rendah hati perancang mengharap saran dan kritik yang membangun guna menjadikan perancangan ini jadi sempurna.

Yogyakarta, 25 Juni 2004

Renault August Reinnarditte
NIM. 971 0917 023

PERSEMBAHAN



Ibunda tercinta Dyah Pramana Karyaningsih

Keluarga Besar M. Soekaryo di Situbondo

Iis Handayani beserta keluarga di Banjarsari

Keluarga Hj. Soediono di Yogyakarta

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Perancangan	4
D. Batasan Ruang Lingkup Perancangan	4
E. Metode Perancangan	5
F. Skema Metode Perancangan	7
BAB II IDENTIFIKASI	8
A. Identifikasi Data	8
B. Analisis Data	20
BAB III KONSEP DESAIN	25
A. Sintesis	25
B. Konsep Media	28
C. Konsep Kreatif	43
BAB IV PERANCANGAN	60
A. Proses Desain Logo PERUSDA	61
B. Proses Desain Brandname Pasir Putih	62
C. Layout Kasar	63

D. Layout Komprehensif	79
E. Eksekusi	95
BAB V PENUTUP	121
A. Kesimpulan	121
B. Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	124
A. Katalog Pameran	
B. Foto Suasana Pameran	
C. Lembar Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir	
D. Izin Survei / Penelitian	
E. Rencana Pengembangan Pariwisata Jawa Timur	
F. Posisi Kabupaten Situbondo Terhadap Propinsi Jawa Timur	
G. Pencapaian ke Obyek Wisata Pasir Putih	
H. Zona Pengembangan Kawasan Wisata Pasir Putih	



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Penerapan Otonomi Daerah akan banyak berdampak pada industri pariwisata Indonesia, mengingat selama ini sistem pariwisata cenderung terpusat. Dampak positif dengan adanya Otonomi Daerah adalah masyarakat akan terlibat langsung karena adanya pemberdayaan masyarakat, akan tergali potensi yang selama ini terpendam. Daerah menjadi mandiri, Sumber Daya Manusia (SDM) daerah akan semakin berwawasan luas dan terbuka.

Sedangkan faktor negatifnya, daerah yang tidak siap akan semakin tertinggal dan membebani daerah lain. Kesenjangan antara daerah yang maju dan daerah terbelakang akan semakin jauh kecemburuan sosial antar daerah akan semakin tinggi.

Berdasarkan faktor tersebut, sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang dapat berperan sebagai ujung tombak membawa daerah keluar dari krisis ini. Alasannya karena sektor pariwisata akan bisa memberikan pengembangan yang beragam dan terpadu dalam pembentukan kegiatan-kegiatan usaha. Peningkatan kepariwisataan diarahkan agar pariwisata mampu menjadi sektor andalan yang dapat mendukung kegiatan pembangunan di bidang ekonomi serta diharapkan menciptakan dampak ganda dalam meningkatkan perluasan lapangan kerja dan kesempatan berusaha, meningkatkan pendapatan masyarakat, pendapatan asli daerah dan pendapatan negara.

Bunyi pasal 10 Undang-Undang Otonomi Daerah No. 22 Tahun 1999 adalah Daerah berwenang mengelola Sumber Daya Nasional yang tersedia di wilayahnya dan bertanggung jawab memelihara kelestarian lingkungan sesuai dengan peraturan perundang-undangan¹.

Obyek Wisata Pasir Putih yang berada di Kecamatan Bungatan terletak 174 Kilometer dari Surabaya atau 21 Kilometer ke arah barat dari Kabupaten Situbondo. Kawasan pantai sepanjang 3 kilometer dengan luas areal tanah dan wisata 153.349 M², lebar rata-rata 90-100 meter dari garis pantai. Curah hujan rata-rata pertahun 113 mm Sampai 1.313 mm pada sekitar akhir bulan Nopember sampai dengan Maret pada saat bertiup angin Barat Laut. Temperatur tahunan rata-rata antara 24.7°–27.9° Celcius. Dibatasi sebelah Utara adalah Selat Madura, sebelah Selatan pegunungan Agung dan Ringgit, sebelah Timur Ibu Kota Situbondo, sebelah barat kecamatan Besuki².

Keadaan Topografi daerah sekitar Obyek Wisata Pasir Putih secara garis besar di bagi dua bagian yaitu :

a. Daerah Datar :

Terletak disepanjang pantai berada pada ketinggian 0-7 meter diatas permukaan laut. Tanah disepanjang pantai adalah Regosol Coklat Kelabu.

¹ *Proposal Rencana Pembangunan Obyek Wisata Pasir Putih Kabupaten Situbondo* (Situbondo: Perusahaan Daerah Pasir Putih, 2001), hal. 2.

² *Sejarah Berdirinya Perusahaan Daerah Pasir Putih*, (Situbondo: Perusahaan Daerah Pasir Putih, t.th.), Hal. 1.

b. Daerah Tinggi :

Terletak disebelahnya yang langsung berbatasan perbukitan lereng Gunung Agung dan Gunung Ringgit, mempunyai kemiringan antara 1-40%.

Ditinjau dari segi tujuan wisata, Pantai Pasir Putih terletak diantara dua daerah tujuan wisata yang besar yaitu Bali dan Yogyakarta serta terletak diantara dua Ibukota Propinsi yaitu Surabaya dan Denpasar, yang melalui jalur transportasi pantai utara (pantura), sehingga memungkinkan sekali untuk dikembangkan, kalau dilihat banyaknya wisatawan yang melewati jalur tersebut.

Oleh karena itu Obyek Wisata Pasir Putih mulai berbenah diri dengan memanfaatkan dan mengembangkan potensi yang dimiliki dalam rangka meningkatkan kualitas dan citra wisata melalui berbagai pembangunan sarana, prasarana dan fasilitas penunjang kebutuhan wisatawan

Dengan peningkatan kualitas nantinya diharapkan akan mampu merubah pandangan para wisatawan agar Obyek Wisata Pasir Putih bukan menjadi Daerah Transit (*Stop Over*) akan tetapi bisa menjadi Daerah Tujuan Wisata, minimal di Jawa timur.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana merancang komunikasi visual yang tepat untuk Obyek Wisata Pasir Putih dengan memberikan ciri khas tersendiri sehingga dapat menjadikan Obyek Wisata Pasir Putih sebagai obyek tujuan wisata bukan lagi

tempat persinggahan sementara wisatawan dalam perjalanan paket wisata Jawa-Bali dan secara tidak langsung nantinya juga bisa bersaing dibanding dengan tempat wisata yang lain yang lebih dikenal di Jawa Timur Seperti : Taman Safari Pasuruan, Kebun Raya Purwodadi Malang, Obyek Wisata Gunung Bromo Probolinggo.

C. TUJUAN PERANCANGAN

Adapun tujuan perancangan komunikasi visual Obyek Wisata Pasir Putih adalah :

1. Membuat konsep perancangan Promosi yang terpadu pada ruang lingkup atau wilayah yang ditentukan.
2. Menanamkan *image* atau citra yang kuat tentang Obyek Wisata Pasir Putih.

D. BATASAN RUANG LINGKUP PERANCANGAN

1. Daerah Perancangan

Dalam perancangan komunikasi visual Obyek Wisata Pasir Putih ini, daerah perancangan dibatasi pada iklan promosi paket wisata pantai pasir putih baik *indoor* maupun *outdoor*.

2. Daerah Jangkauan

Promosi kawasan wisata ini memiliki daerah jangkauan yang berada di karisidenan Besuki yang mencakup kota Situbondo, Probolinggo, Bondowoso, Jember dan Banyuwangi.

E. METODE PERANCANGAN

1. Tahap Persiapan

- a. Data Obyek Wisata Pasir Putih meliputi lokasi, posisi, karakteristik, harga serta promosi yang sudah ada.
- b. Data lapangan meliputi kondisi perkembangan, potensi pasarnya dengan menimbang kekuatan, kelemahan, dan peluang obyek wisata.

2. Tahap Perencanaan

Yaitu membuat suatu perencanaan komunikasi visual secara terpadu dalam mendukung tujuan perancangan didasarkan analisis data yang meliputi :

- a. Perencanaan Media digunakan dalam pemilihan media yang tepat, pengalokasian biaya media dan penjadwalan program media.
- b. Perencanaan Kreatif meliputi isi bentuk pesan dirumuskan menjadi bentuk-bentuk kreatif visual. Isi pesan meliputi pencarian tema pokok yang mengarah pada penulisan teks (*Copywriting*). Bentuk pesan mencakup pembahasan dalam bahasa verbal dan bahasa visual yang menentukan kunci visual (*keyVisual*) dalam desain secara keseluruhan berdasarkan pada konsep perancangan.

3. Tahap Perancangan

Perancangan kreatif meliputi penentuan Ilustrasi, *Headline*, *Bodycopy*, *Slogan*, *Caption*, dan *Closingword* dalam suatu rancangan iklan. Proses merancang diawali dengan membuat beberapa *alternatif layout* untuk mendapatkan susunan desain paling sesuai dari segi artistik,

komunikatif, persuasif dan berkarakter kuat. Tahap perancangan dengan membuat alternatif rancangan yang disusun berdasarkan perencanaan media dan kreatif. Selanjutnya, dipilih satu desain yang akan dibuat *Comprehensive* sebagai desain jadi.

