

**PERANCANGAN PROMOSI
OBYEK-OBYEK WISATA DI BANYUMAS**

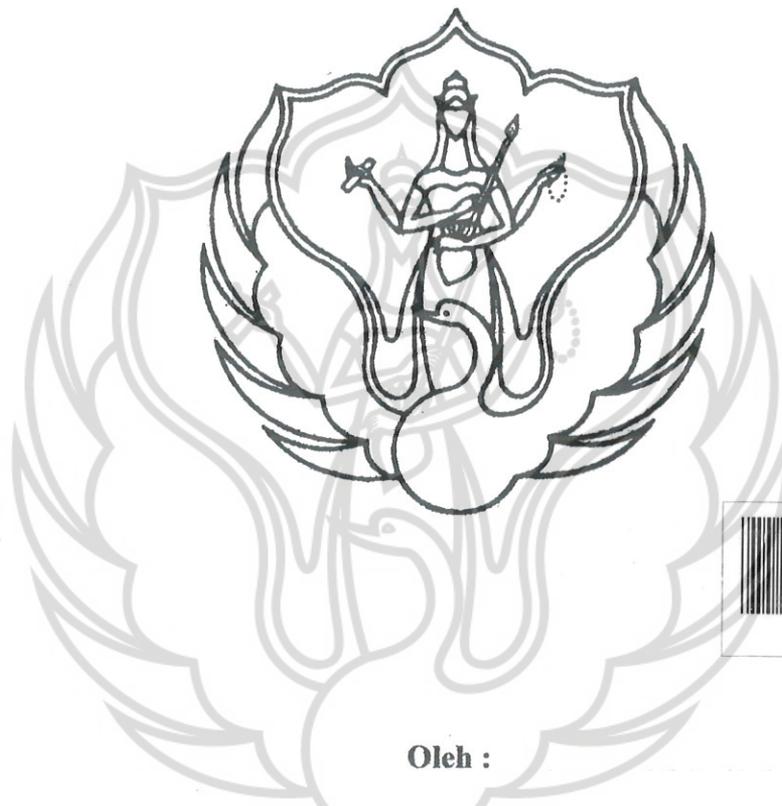


Oleh :

**GUNTUR NUGROHO SUHERMAN
NIM. 0111197023**

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI S-1 DISAIN
JURUSAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2007/2008**

**PERANCANGAN PROMOSI
OBYEK-OBYEK WISATA DI BANYUMAS**



Oleh :

**GUNTUR NUGROHO SUHERMAN
NIM. 0111197023**

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI S-1 DISAIN
JURUSAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2007/2008**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PROMOSI OBYEK-OBYEK WISATA DI BANYUMAS**



KARYA DESAIN

Oleh :

GUNTUR NUGROHO SUHERMAN

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI
VISUAL**

**JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2008

Tugas Akhir Disain berjudul:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI OBYEK-OBYEK WISATA DI BANYUMAS diajukan oleh Guntur Nugroho Suherman, NIM 0111197023, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 30 Januari 2008 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota

Drs. Wibowo, M.Sn.
NIP. 131661172

Pembimbing II/ Anggota

Drs. Prayanto.W.H, M.Sn.
NIP. 132230373

Cognate/ Anggota

Drs. Sumbo Tinarbuko, M.Sn.
NIP. 131996634

KPS. Disain Komunikasi Visual
/ Anggota

Drs. Lasman, M.Sn.
NIP. 131773135

Ketua Jurusan Disain/ Ketua
/ Anggota

Drs. Ant. Hendro Purwoko
NIP. 131284654



Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Drs. Sukarman
NIP. 130521245

PERSEMBAHAN



Karya sederhana ini dipersembahkan untuk :

Bapakku yang tenang di Surga

Ibu dan Bapak, yang telah mencurahkan segala kesabaran membimbingku dengan do'a dan cinta kasih sayang...

Adikku Galih dan Ginanjar, *"keep rock n roll, boy"*!

Tunanganku "Tistanti" yang penuh semangat untuk cinta dan kasih sayangnya...
Love me two times, honey !!!

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur yang mendalam kami panjatkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Agung beserta Rasul-Nya atas terselesaikannya Tugas Akhir ini dengan baik sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar keserjanaan S-1 pada Program Studi Disain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Terwujudnya penulisan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bpk. Drs. Wibowo, M.Sn., selaku Pembimbing I
2. Bpk. Drs. Prayanto W.H. M.Sn., selaku Pembimbing II
3. Bpk. Drs. Lasiman M.Sn., selaku Dosen Wali
4. Bpk. Drs. Lasiman M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Bpk. Drs. Ant. Hendro Purwoko, selaku Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Bpk. Drs. Sukarman, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Segenap keluarga besar dosen Program Studi Diskomvis ISI Yogyakarta dan Staf atas ilmu yang bermanfaat dan telah diberikan begitu banyaknya.

8. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Banyumas yang telah mendukung penulis untuk melakukan penelitian.
9. Alm. Bapak Drs. Slamet Suherman, M.S. "aku sudah lulus, Pak"!
10. Ibu dan Bapak Solo, atas cinta, emosi, perhatian, semangat, kesabaran, do'a, dan dukungannya baik moral maupun materiil yang tak terbatas.
11. Adikku yang aku banggakan "dik Gali dan dik Ginanjar" atas do'a, kasih sayang, komputer, kamar kos dan ketulusannya selama ini.
12. Tistanti, you're my new live !!! yang dengan tulus untuk menjadikan hidupku lebih *ngero*, penuh mimpi dan semangat yang membara.
13. Keluarga Besar Baturraden : Pak & Bu Wartum Wartoyo, Uki, Crew Taman Bunga Sekar Arum, (thanks for a every morning)
14. Bagus dan Nanang. "hidupku terasa tawar tanpa kalian"!
15. The Jhaiming (Mas Gimin). "*let's run*"!
16. Teman-teman seperjuanganku 'Kepompong 2001': Nanang, Bagus, Fedo, Yuko, Ipong, Krisna, Ahmad, Dean, Heli, Jarot, Miko, Bayu, Kristiawan, Dendi, Munir, Amal, Agus, Agung, Bram, Hermin, Karina, Nova, Aan, Markus, Gema.
17. Bapak dan Ibu Subaru (Matur nuwun sanget)
18. Kawan Kriya, Murni, Anak-anak kos Mas Cepuk
19. Keluarga Besar Radar Banyumas dan Koran Rakyat, "Gaji dari kalian sangat berarti untuk menyambung hidupku"!

20. Teman-teman Motor Tikus, Scooteriz Handal, MACI, StonedHawk Iron Indonesian Chapters, Harley-Davidson, Hells Angels and Outlaws America, Marlboro Man. Easy Riders, Shahwol Scooter.
21. Keluarga Besar KKN 2005 Kemutug Kidul Banyumas (Ngurah, Mas Kris, Bayu, Novi, Simbah, Bagong, Obi, Suryadi, Elio. Zali, Fedo, Feri, Tia, Dies, Aya, Mbak Tutik) dan warga, I miss u all !!!
22. Kawan Ayam Potong Art Studio, Garis Merah Production, Mas Cahyo.
23. Keluarga Besar Mahasiswa Diskomvis ISI Yogyakarta.
24. Untuk teman-temanku yang tidak tersebut diatas, maaf dan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa semuanya jauh dari sempurna, untuk itu diharapkan kritik dan sarannya dari segenap pembaca terhadap tulisan dan karya ini. Semoga karya Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat yang berarti. Amin.

Yogyakarta, 10 Februari 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR SKEMA	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Perancangan	6
D. Manfaat Perancangan	6
E. Lingkup Perancangan	7
F. Metodologi Perancangan	7
G. Langkah Perancangan	12

H. Tahap Kesimpulan	15
---------------------------	----

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

A. Identifikasi Data	16
1. Lokawisata di Banyumas	16
2. Sejarah Baturraden	18
3. Profil Perusahaan Pengelola	20
4. Tata Letak dan Fasilitas Obyek Wisata di Banyumas	21
B. Analisis Data	39
1. Strength (Kekuatan)	40
2. Weakness (Kelemahan)	40
3. Opportunities (Kesempatan)	41
4. Threats (Ancaman)	41
C. Kesimpulan Analisa Data	41

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Sintesis	44
1. Tujuan dan Strategi Pemasaran	44
a. Tujuan Pemasaran	44
b. Strategi Pemasaran	45
2. Tujuan dan Strategi Promosi	47
a. Tujuan Promosi	47
b. Strategi Promosi	47

3. Tujuan dan Strategi Periklanan	48
a. Tujuan Periklanan	48
b. Strategi Periklanan	49
B. Perencanaan Media	50
1. Tujuan Media	51
a. Jangkauan	52
b. Frekuensi	52
c. Kesenambungan	52
d. Khalayak Sasaran	52
2. Strategi Media	54
3. Program Media	72
a. Media Utama	73
b. Media Pendukung	76
4. Biaya Media	83
C. Konsep Kreatif	93
1. Tujuan Kreatif	94
2. Strategi Kreatif	94
a. Isi Pesan	99
b. Bentuk Pesan	99
c. Strategi Visual	100
3. Program Kreatif	102
a. Tema Pokok	102
b. Pendukung Tema	103

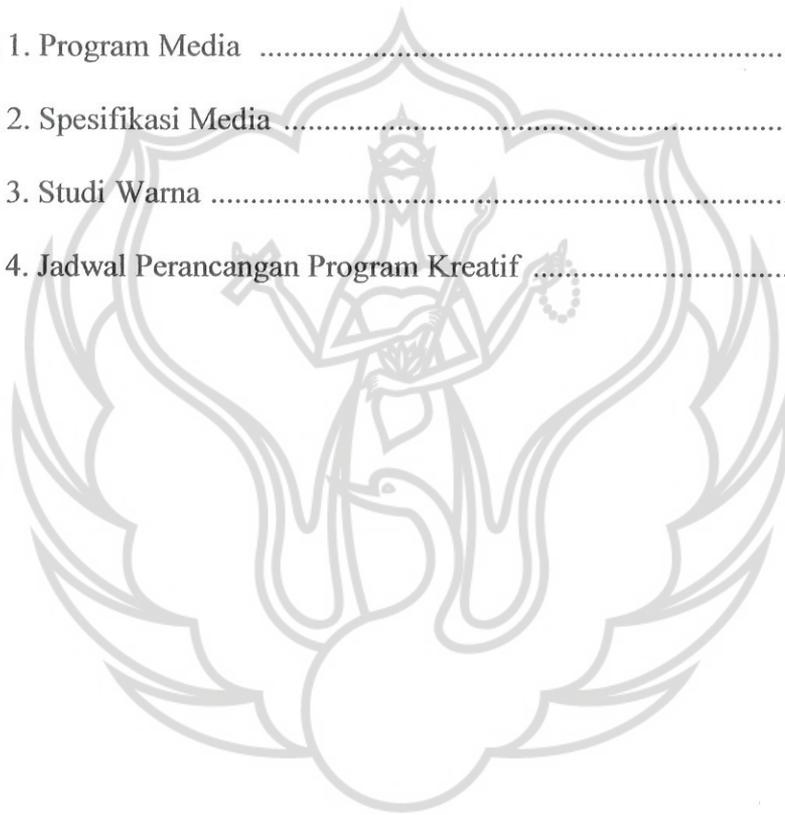
1. Warna	103
2. Tipografi	105
3. Maskot	106
4. Ilustrasi	107
5. Headline	108
6. Subheadline	109
7. Body Copy	109
4. Biaya Kreatif	110
5. Program Penulisan Teks dan Visual	115
BAB IV VISUALISASI DESAIN	
A. Tujuan Tata Disain	124
B. Sistem Navigasi	124
C. Strategi Tata Disain	126
D. Biaya Tata Disain	129
E. Program Tata Disain	130
1. Idea Lay Out (Lay Out Gagasan)	
2. Rough Lay Out (Lay Out Kasar)	
3. Comprehensive Lay Out (Lay Out Lengkap)	
4. Final Design (Disain Jadi)	
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	131
B. Saran	132

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Program Media	82
Tabel 2. Spesifikasi Media	92
Tabel 3. Studi Warna	104
Tabel 4. Jadwal Perancangan Program Kreatif	123



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Gerbang Lokawisata Baturraden	22
Gambar 2. Curug Cipendok	24
Gambar 3. Pancuran Telu	25
Gambar 4. Pancuran Pitu	27
Gambar 5. Wana Wisata Baturraden	28
Gambar 6. Telaga Sunyi	29
Gambar 7. Kebun Raya Baturraden	30
Gambar 8. Curug Gede	32
Gambar 9. Curug Ceheng	33
Gambar 10. Museum Wayang Sendang Mas	34
Gambar 11. Museum BRI	35
Gambar 12. Monumen Panglima Besar Soedirman	36
Gambar 13. Goa Maria	38
Gambar 14. Getuk Goreng Sokaraja	39
Gambar 15. Contoh Visual Motif Batik	108
Gambar 16. Contoh Visual Corak Air Mengalir	109

DAFTAR SKEMA

	Halaman
Skema 1. Skematika Perancangan	14
Skema 1. Skematika Sistem Navigasi Audio Visual	125

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Konsultasi Pembimbing	
Lampiran 2. Poster Pameran Tugas Akhir	
Lampiran 3. Katalog Pameran Tugas Akhir	
Lampiran 4. Foto Dokumen Suasana Pameran Tugas Akhir	

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata adalah salah satu industri terbesar pada suatu daerah. Banyak yang diuntungkan dengan adanya obyek wisata, yang tidak kalah pentingnya pada era globalisasi seperti sekarang ini, yaitu kebutuhan manusia akan informasi yang berhubungan dengan pariwisata. Karena kebutuhan akan wisata juga sangat mempengaruhi kualitas hidup manusia di sebuah bangsa. Sebagai salah satu aset pendapatan daerah yang paling menghasilkan, seharusnya obyek wisata mendapatkan perhatian khusus dan berkesinambungan dalam pengelolaan dan perawatan yang teratur, serta penambahan fasilitas-fasilitas pendukung dan penggalian aset-aset wisata baru, tentu akan menambah daya tarik dan kenyamanan pengunjung obyek wisata tersebut.

Namun dari beberapa faktor-faktor diatas, promosi terkadang dilupakan. Sesudah dirasa mulai banyak pengunjung dan mulai terkenal terkadang pengelola mulai melupakan faktor promosi. Promosi sesungguhnya banyak manfaatnya, mulai dari informasi obyek-obyek baru sampai fasilitas-fasilitas yang didapatkan yang di dapatkan dilokasi wisata tersebut. Maka dari itu perlu keseimbangan dan saling mendukung antara promosi dan pemeliharaan obyek wisata.

Kabupaten Banyumas banyak mempunyai potensi wisata yang indah dan menarik. Sebagian besar potensi wisata yang ada di Kabupaten Banyumas masih dalam pengembangan. Hal ini dapat di lihat dari usaha Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Daerah Banyumas, sebagai Dinas pengelola pariwisata di Banyumas dalam melaksanakan pembangunan yang berkaitan dengan tempat wisata. Pembangunan kepariwisataan pada hakekatnya merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan obyek dan daya tarik wisata yang terwujud antara lain dalam bentuk kekayaan alam yang indah, keanekaragaman flora dan fauna, kemajemukan tradisi, seni budaya, serta peninggalan sejarah dan purbakala.

Obyek wisata di Kabupaten Banyumas yang banyak di kunjungi oleh para wisatawan baik lokal maupun mancanegara adalah obyek wisata Baturraden. Obyek wisata Baturraden memiliki keindahan alam yang sejuk, beraneka ragam sub obyek wisata, masyarakat yang ramah, didukung dengan faktor alam yang masih asri. Membuat lokawisata Baturraden menjadi obyek wisata favorit. Hal ini dilihat dari kunjungan wisatawan ke obyek wisata Baturraden dari tahun 2001-2007.

Berikut rekapitulasi jumlah pengunjung di Baturraden

NO	TAHUN	JML KUNJUNGAN
1	2001	410.160
2	2002	478.733
3	2003	412.031
4	2004	464.616
5	2005	437.432
6	2006	419.313
7	2007	Untuk Sementara 271.689

Sumber : DISPARBUD Kab. Banyumas 2007

Sedangkan rekapitulasi jumlah pengunjung berdasarkan penggolongan wisatawan pada tahun 2006 dapat dilihat pada tabel berikut :

NO	WISATAWAN	JUMLAH
1	Lokal	391.112
2	Mancanegara	28.201
JUMLAH		419.313

Sumber : DISPARBUD Kab. Banyumas 2007

Menurut tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pengunjung Lokawisata Baturraden selalu pasang surut. Terjadinya pasang surut pengunjung disebabkan karena kurangnya strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas pengelola dalam mempromosikan obyek-obyek wisata lainnya dan musibah kecelakaan terputusnya jembatan gantung di Lokawisata

Baturraden. Kebanyakan wisatawan hanya mengetahui obyek wisata di Baturraden adalah Lokawisata Baturraden. Padahal sebenarnya banyak obyek wisata yang sama dengan daya tarik tersendiri tersebar di sekitar kaki Gunung Slamet.

Mengetahui masalah tersebut, promosi yang komunikatif sangat diperlukan guna mengangkat citra dari obyek wisata tersebut. Dengan promosi yang tepat dan dikemas dengan sedemikian rupa sehingga menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata tersebut. Dengan promosi yang tepat diharapkan dapat membuat obyek-obyek wisata lebih dikenal oleh masyarakat luas, bukan hanya di daerah sendiri tetapi di daerah-daerah lain juga dapat dikenal. Sehingga nantinya obyek wisata Banyumas khususnya Baturraden dan sekitarnya tidak menjadi obyek wisata yang membosankan, karena sebagian besar obyek wisata Banyumas sudah memiliki potensi dan fasilitas yang sangat mendukung dan memadai. Berikut fasilitas-fasilitas obyek wisata yang ada di Banyumas :

1. Lokawisata Baturraden
2. Gua Sarabadak
3. Pancuran Tujuh
4. Telaga Sunyi
5. Wana wisata Bumi Perkemahan
6. Curug Ceheng
7. Curug Gede

8. Curug Cipendok

9. Masjid Saka Tunggal dan Taman Kera Cikakak

Pada dasarnya wisatawan atau pengunjung kurang mendapatkan informasi yang jelas dan tepat tentang keistimewaan dan fasilitas yang ada di kawasan wisata Banyumas. Dengan informasi yang mendukung dan media informasi yang sedemikian menarik dan komunikatif jelas akan mendongkrak wisatawan untuk berkunjung. Sehingga mempermudah penyampaian informasi kepada khalayak tentang layanan dan fasilitas yang didapatkan di tempat wisata tersebut.

Dalam rangka mempromosikan akan keberadaan obyek-obyek wisata di Banyumas, akan dapat memberikan nuansa lain tempat wisata alternatif. Untuk itu dibutuhkan media promosi utama dan media penunjang lainnya. Sebagai pendukungnya dengan memilih fasilitas untuk mempermudah pengaplikasian media, dibutuhkan media komunikasi yang efisien dan komunikatif supaya akses informasi tentang obyek-obyek wisata di Banyumas bisa didapatkan dengan mudah oleh wisatawan. Semua media tersebut akan difungsikan secara efektif untuk menginformasikan perubahan-perubahan dan perkembangan secara lengkap sesuai dengan selera wisatawan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah membuat perancangan promosi obyek-obyek wisata di Banyumas lebih menarik dan dapat mempromosikan daya tarik obyek wisata secara efektif?
2. Bagaimanakah penyajian promosi dan pemilihan media komunikasi, agar unsur-unsur khas pada wisata alam Banyumas dapat diolah ke dalam sebuah sajian visualisasi, sehingga menambah daya tarik dan nilai komunikatif sebuah media komunikasi ?

C. Tujuan

1. Untuk mendapatkan sebuah rancangan promosi wisata alam Banyumas dalam berbagai bentuk komunikasi visual yang komunikatif dan informatif.
2. Memberikan informasi yang jelas tentang obyek-obyek wisata, sarana transportasi, waktu perjalanan, fasilitas penunjang dan memberi gambaran seputar lokasi beserta daya tariknya, tentu saja dikemas secara artistik, atraktif, dan komunikatif sesuai dengan konsep.

D. Manfaat Perancangan

1. Manfaat untuk mahasiswa

Mahasiswa mendapatkan sebuah desain komunikasi visual promosi Obyek Wisata di Banyumas yang sistematis, artistik dan atraktif sesuai dengan konsep serta dapat mengkomunikasikan hasil rancangan tersebut melalui berbagai media.

2. Manfaat bagi pengelola Obyek-obyek Wisata Banyumas

Memberikan manfaat yang sangat baik dalam menjalin komunikasi dan memberikan informasi yang representatif tentang profil obyek wisata yang ada di Banyumas terhadap wisatawan.

3. Manfaat bagi wisatawan

Mendapatkan informasi yang jelas dan komunikatif tentang profil Obyek wisata di Banyumas, suasana wisata, petualangan alam yang menantang dan kenyamanan lainnya yang bisa dinikmati wisatawan.

E. Lingkup Perancangan

Lingkup wilayah promosi akan didistribusikan di wilayah Indonesia atau selama tempat tujuan dan target masyarakatnya mempunyai minat untuk menikmati suasana khas alam pegunungan di Indonesia. Sedangkan untuk pesan verbal, menggunakan satu bahasa yaitu bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantar materi atau penutur obyek visual dibatasi pada lokasi Baturraden Banyumas.

F. Metodologi Perancangan

Tahap persiapan meliputi pengumpulan dan pengolahan data haruslah dipersiapkan secara matang. Mengingat definisi yang didapat dari data bila mendefinisikan tentu saja akan berbeda-beda pengertiannya.

Dengan adanya metode di dalam perancangan kali ini, maka tujuan diharapkan selanjutnya adalah perancangan akan lebih bernilai efektif

pada proses pengerjaannya, serta efisiensi di dalam kualitas waktu dan biaya.

Tahap yang digunakan dalam perancangan kali ini adalah :

1. Tahap Observasi (pengumpulan data)
2. Tahap Interview (wawancara)
3. Tahap Analisis (pembahasan)
4. Tahap Eksperimen (pembuatan karya)

1. Tahap Observasi

Tahap ini meliputi pengumpulan data tentang seluruh aspek yang berkaitan dengan Obyek Wisata Baturraden, yaitu meliputi data letak, data sejarah penemuan, data mitos atau legenda, dan lain sebagainya. Data didapat melalui pengelola obyek wisata dan Dinas Pariwisata yang berkaitan dengan informasi seputar Pariwisata Banyumas. Data bersifat teks dan foto yang dapat diambil melalui proses observasi, yakni mengumpulkan data dengan cara survey ke lokasi secara langsung untuk mendapatkan gambaran jelas terhadap perancangan yang akan dibuat.

Disamping itu dapat pula diambil melalui buku-buku literature yang telah ada, baik itu terbitan dari dalam maupun luar negeri. Tidak ketinggalan juga mengambil data dengan mengakses dari internet. Seluruhnya digunakan untuk acuan dasar pembuatan media komunikasi visual. Dalam tahap ini pengumpulan data dan materi diperoleh dari:

1. Kepustakaan (data verbal dan data visual)
2. Pemotretan

2. Tahap *Interview*

Penulis melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dengan pengelola yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banyumas, PT. PALAWI, dan para pengunjungnya itu sendiri, untuk memperoleh data yang akurat dan lengkap mengenai tempat dan manfaat yang didapat dari Obyek Wisata yang ada di Banyumas.

3. Tahap Analisis

Agar tercapainya tujuan perancangan, maka pendekatan yang harus dilakukan adalah dengan menganalisa data-data yang telah ada. Antara lain:

a. Wujud (*appearance*)

Dalam istilah keseharian disebut dengan rupa, adalah sesuatu yang tampak oleh indera penglihatan (*visual*) secara nyata ataupun abstrak, seperti ada bayangan atau imajinasi sesuatu dari apa yang diceritakan ataupun yang dibaca dari buku.

b. Bentuk (*form*)

Bentuk adalah gabungan dari seluruh unsur-unsur perwujudan seni rupa seperti titik, garis, warna dan lain sebagainya. Hal ini untuk menentukan bentuk *visual* yang akan ditampilkan.

c. Susunan (*structur*)

Gabungan dari bentuk-bentuk sehingga menjadi *visual*

d. Suara (*audio*)

Dalam media *audio visual* ini terdapat unsur *audio*, suara dapat membawa suasana khas budaya dan menjadi *background* dari teks yang akan dibaca

sebagai narasi. Hal ini sangat penting dalam pembuatan media audio visual ini.

e. Isi (content)

Isi ditekankan pada gagasan (ide) sebagai suatu pemikiran atau konsep untuk menjadikan media komunikasi visual ini sebagai suatu bentuk penyampaian informasi yang tepat tentang semua hal yang menyangkut tentang Obyek-obyek wisata dan fasilitasnya. Isi tersebut akan diolah dengan mengembangkan wujud, tampilan dan didukung dengan bahan-bahan yang akan dipakai untuk merancang karya.

4. Tahap Eksperimen

Tahap ini adalah tahap yang pada menjelaskan proses informasi perancangan yang efektif dan akurat. Pada perancangan media komunikasi penjabarannya dimulai dari *layout* secara garis besar sampai pada *Final Artwork*. Penjabarannya adalah sebagai berikut:

a. Tahap Penyusunan Materi

Tahap ini adalah tahap dimana data-data yang telah terkumpul akan dikelompokkan menjadi beberapa kelompok menurut jenis dan urgensinya masing-masing. Penyusunan ini bertujuan untuk mempermudah dalam mengoptimasi penyajian data pada media komunikasi, terutama pada media print dan audio visual.

b. Tahap *ScreenPlay Script* (Penyusunan Skenario)

Tahap dimana data yang akan digunakan untuk keperluan media audio visual sudah dirancang menurut scene dan skenario yang akan dibuat

dalam media komunikasi. Di tahap ini ditentukan pula teks naskah dan story board untuk menunjang alur informasi yang jelas dan mudah dipahami.

c. *Layout* Komprehensif

Tahap ini adalah proses pembuatan rancangan visual yang tersaji didalam gambar sketsa, yang dibuat berdasarkan item-item yang ada pada media komunikasi. Seperti pada media print (poster, leaflet, iklan koran dan majalah, *merchandising*, *standing banner*, dll).

e. Tahap *Publishing*

Tahap ini merupakan tahap dimana proses sebelumnya telah selesai dikerjakan. Karena kompleksitas perancangan media, maka terbagi menjadi,

1) *Printing*

Adalah proses akhir pada perancangan media promosi yang menggunakan bahan jenis kertas dan kain. Proses ini menggunakan mesin cetak separasi CMYK sebagai perangkatnya.

2) *Digitalisasi Multimedia Interaktif*

Adalah proses pendukung promosi pada perancangan komunikasi visual. *Final Artwork* diproses kedalam CD yang fungsinya sebagai *mastering media*. Dari 1 (satu) CD inilah penggandaan media dapat dilakukan dengan bantuan sebuah alat.

G. Langkah Perancangan

1. Pendahuluan

Pendahuluan adalah tahap perancangan paling awal. Hal-hal yang mendasar tentang perancangan media promosi obyek wisata Banyumas akan diulas pada bab ini. Antara lain :

- a. Latar Belakang Masalah
- b. Rumusan Masalah
- c. Tujuan Perancangan
- d. Langkah Perancangan

2. Identifikasi Data

Proses identifikasi data adalah proses dimana data-data yang mendukung proses perancangan dikumpulkan. Beberapa kegiatan yang dilakukan antara lain melalui proses wawancara, dokumentasi, observasi dan data kepustakaan. Data tersebut terdiri dari :

- a. Pengumpulan Data
- b. Analisis Data

3. Konsep Desain

Bab ini merupakan pemaparan beberapa teori yang mendukung perancangan media promosi Obyek Wisata di Banyumas. Pada bab ini semua akan diulas mengenai perancangan media dan perancangan kreatif yang semuanya didasari pada analisis data.

4. Perancangan Kreatif

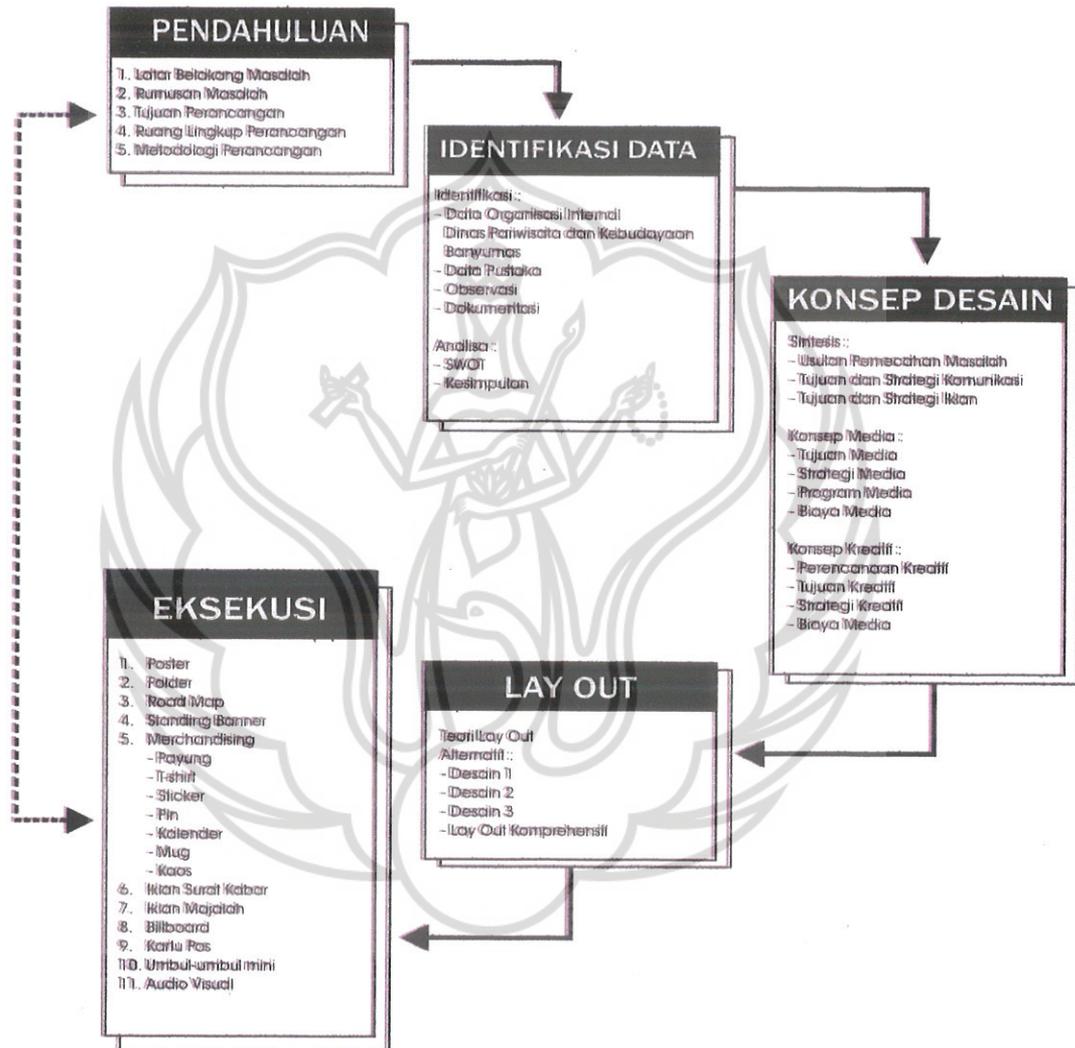
Penentuan ilustrasi, headline, copy writing dan closing word. Pada perancangan media promosi obyek wisata Banyumas sangat di pikirkan secara matang. Beberapa alternative desain akan dipadu dengan layout beserta copy writing, lalu dibuat komprehensif desain untuk menentukan desain akhir / hasil akhir.

Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada skema berikut :



Skema Perancangan

Perancangan Komunikasi Visual Promosi Obyek-obyek Wisata di Banyumas



TABEL.1
Skema Perancangan

5. Tahap kesimpulan / Penutup

Dari hasil rancangan promosi komunikasi visual ini diharapkan bisa mengoptimalkan dan memberi manfaat yang sebaik-baiknya dalam menjalin komunikasi dan memberikan informasi yang representatif wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Sehingga menambah nilai jual dari Obyek-obyek Wisata di Banyumas.

