

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PROMOSI REVITALISASI TAMAN WISATA
CANDI RATU BOKO DI YOGYAKARTA**



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

2007

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PROMOSI REVITALISASI TAMAN WISATA
CANDI RATU BOKO DI YOGYAKARTA**



KARYA DESAIN



Oleh :

RULLY PRASETYA

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

2007

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PROMOSI REVITALISASI TAMAN WISATA
CANDI RATU BOKO DI YOGYAKARTA**



**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar sarjana S-1 dalam bidang
Disain Komunikasi Visual
2007**

Tugas Akhir Disain berjudul:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI REVITALISASI TAMAN WISATA CANDI RATU BOKO DI YOGYAKARTA diajukan oleh Rully Prasetya, NIM 0011125023, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 19 Juni 2007 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota

Drs. Wibowo, M.Sn.
NIP. 131661172

Pembimbing II/ Anggota

Drs. Baskoro S. B.
NIP. 131996632

Cognate/ Anggota

Drs. Asnar Zacky
NIP. 131474338

KPS. Disain Komunikasi Visual
/ Anggota

Drs. Lasiman, 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 :**

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

Adik kembarku "Dua Rima" Irum dan Tyas

"My Farin" yang penuh semangat untuk cinta dan kasih sayangnya...
you're my starlight !!!

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 kesarjanaan 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. Drs. Baskoro Suryo Banindro, selaku Pembimbing II
3. Bapak Drs. Prayanto WH, 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. PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian.

9. Ibu dan Bapak Cebongan Lor, atas cinta, perhatian, semangat, kesabaran, do'a, dan dukungannya baik moral maupun materiil yang tak terbatas.
10. Saudara tercintaku si kembar "Ada Dua Rima, mana Irum mana Tyas" atas do'a, kasih sayang dan ketulusannya selama ini.
11. My Farin Ella, you're my real live !!! yang dengan tulus untuk menjadikan hidupku lebih berarti dan penuh semangat.
12. Keluarga Besar KHM Kebumen : Pak & Bu Faqih, QQ, Adit, Donny
(thanks for a nice family, i have a beautiful day cause of you)
13. The mBenggur Nunux dan Rozak de'Santos...be a harmonious guys !!!
14. Teman-teman seperjuanganku 'Kepompong 2000': Supyan, Manbo, Farid, Hikmah luv Thomas "*Ima namamu sudah ku tulis*", Roby '*Ketua Kelas?*' si Mesin Perang, Andika, Reta, Teddy, Redy, Agung Solo, Elang, Dodi, Yudi, Ihsan, Guritno, Cahyo, FX. Wahyu, Johan, Wahyu Irianto, Febrianto 'Bayi', Ikadek, Ommmand, Erfan, Indrawanto, Reza, Erick, Titis, Sholeh, M Rasyid, Rio, Rizki, Arif Novi, Gunara.
15. Sahabat Kembar Koplakku, "Kuncung dan Bendot " (Thanks for your help! keep rock n' roll guys !) dan keluarga Bpk. Nur Tyas Kotagede.
16. Bagong, Tompel, Oka, Tyo, Juni, Pak Indro, Ari, Kapuk, Nanto, Jhon, Didik, dan seluruh keluarga besar Mamicelor, ayo berjuang lagi ! keep zest my friends !!!
17. Keluarga Besar Simpul Communication (Pak Bos, Pak Ayik, Pak Besar, Pak Totok, Pak Hardi, Jazuli, Mb' Indri dan semuanya ya...)

18. Teman-teman ex-Simpul (AkasDeb, P'Anang, MsBagus-Mb'Ning, Kriwul, Nolly, Mb'Hanny-Ms'Rudy, Asih, P'Mirin, MsTuta "Kind Man")
19. Teman-teman Regard Indonesia and ex (Ms'Yudi, Ms'Miko, Toni, mb'Niken, mb'Inaya, mb'Nita (Hendra, Imot "Jendelo"(Katro!), Aris, Fandi, Didit)...Keep Fight Guys !!!
20. Teman-teman "Bagasi" (Faizal, Anton, Wahyu "Joe Box" (apa kabarmu sobat ?), Solikhul, Asmoro)
21. Helly (thanks Holdenmu), Agung Antusa dan Nisa. (keponakanku mana?)
22. Keluarga Besar "Oemah Pilahan" (Jo, Ndog, and all...), bikin rame terus !
23. Teman-teman Fresco (Anton, Abdul, Simbah, Rendra, Dwi, and all...)
24. Teman-teman Jenny, Stereovila (Igi, Ari, Widi, Ms' Otom-Mb' Santi)
25. Keluarga Besar KKN 2006 Kemutug Kidul Banyumas (Fida "Jono", Diyos, Kusmanto, Iwan Novi, Iwan Nia, Idrus, Sabat, Mama Lia, Yus, Yeni, Sanjaya, Anto, Irul) dan warga, I miss u all !!!
26. Keluarga Besar Mahasiswa Diskomvis ISI Yogyakarta.
27. 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, 19 Juni 2007

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR SKEMA	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Perancangan	4
D. Manfaat Perancangan	4
E. Lingkup Perancangan	5
F. Metodologi Perancangan	5
G. Langkah Perancangan	10
H. Tahap Kesimpulan	13

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

A. Identifikasi Data	14
1. Letak Situs Ratu Boko	14
2. Sejarah Penemuan Candi Ratu Boko	15
3. Tata Letak Situs Ratu Boko	18
4. Mitos dan Legenda Cerita Ratu Boko	20
5. Profil Perusahaan Pengelola	22
6. Fasilitas Pendukung dan Paket Wisata	24
B. Analisis Data	25
1. Strength (Kekuatan)	26
2. Weakness (Kelemahan)	26
3. Opportunities (Kesempatan)	27
4. Threats (Ancaman)	27
C. Kesimpulan Analisa Data	28
BAB III KONSEP PERANCANGAN	
A. Sintesis	30
1. Tujuan dan Strategi Pemasaran	30
a. Tujuan Pemasaran	30
b. Strategi Pemasaran	31
2. Tujuan dan Strategi Promosi	32
a. Tujuan Promosi	32
b. Strategi Promosi	33
3. Tujuan dan Strategi Periklanan	33

a. Tujuan Periklanan	33
b. Strategi Periklanan	34
B. Perencanaan Media	36
1. Tujuan Media	37
a. Jangkauan	37
b. Frekuensi	37
c. Kesenambungan	38
d. Khalayak Sasaran	38
2. Strategi Media	39
3. Program Media	60
a. Media Utama	60
b. Media Pendukung	64
4. Biaya Media	72
C. Konsep Kreatif	81
1. Tujuan Kreatif	82
2. Strategi Kreatif	82
a. Isi Pesan	89
b. Bentuk Pesan	89
c. Strategi Visual	91
3. Program Kreatif	92
a. Tema Pokok	92
b. Pendukung Tema	93
1. Warna	93

2. Tipografi	96
3. Ilustrasi	97
4. Headline	99
5. Subheadline	100
6. Body Copy	100
4. Biaya Kreatif	100
5. Program Penulisan Teks dan Visual	106
BAB IV VISUALISASI DESAIN	
A. Tujuan Tata Disain	129
B. Sistem Navigasi	130
C. Strategi Tata Disain	133
D. Biaya Tata Disain	137
E. Program Tata Disain	137
1. Idea Lay Out (Lay Out Gagasan)	138
2. Rough Lay Out (Lay Out Kasar)	156
3. Comprehensive Lay Out (Lay Out Lengkap)	173
4. Final Design (Disain Jadi)	191
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	208
B. Saran	210

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Program Media	71
Tabel 2. Spesifikasi Media	80
Tabel 3. Studi Warna	95
Tabel 4. Jadwal Perancangan Program Kreatif	128

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Gerbang Depan Candi Ratu Boko	14
Gambar 2. Panorama Sekitar Candi Ratu Boko	17
Gambar 3. Batu-batuan Peninggalan di Sekitar Candi Ratu Boko	17
Gambar 4. Kolam Candi Ratu Boko	18
Gambar 5. Peta Situs Tata Letak Candi Ratu Boko	19
Gambar 6. Keputren Candi Ratu Boko	19
Gambar 7. Logo dan Alamat Perusahaan Pengelola	24
Gambar 8. Contoh Visual Sultur Batik	99
Gambar 9. Contoh Visual Sultur Sepoi Angin	99

DAFTAR SKEMA

	Halaman
Skema 1. Skematika Perancangan	12
Skema 1. Skematika Sistem Navigasi Multimedia Interaktif	131
Skema 1. Skematika Sistem Navigasi Website	132

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian
Lampiran 2. Lembar Konsultasi Pembimbing
Lampiran 4. Poster Pameran Tugas Akhir
Lampiran 5. Katalog Pameran Tugas Akhir
Lampiran 6. Foto Dokumen Suasana Pameran Tugas Akhir

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini kebutuhan manusia akan informasi yang berhubungan dengan pariwisata telah menjadi hal yang biasa, selain perkembangan berbagai ilmu, komunikasi dan informasi yang cukup hebat, kebutuhan akan wisata juga sangat mempengaruhi kualitas hidup manusia di sebuah bangsa. Sebagai salah satu aset pendapatan daerah yang penting, pariwisata juga berperan menjadi tolak ukur kemajuan sebuah budaya.

PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengelolaan pariwisata Candi Borobudur, Candi Prambanan dan Ratu Boko serta lingkungannya. Saat ini salah satu kegiatan yang dilaksanakan dan terus ditingkatkan dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan pariwisata dimana Candi Ratu Boko yang memiliki daya tarik dan diharapkan mampu bersaing secara global sehingga menjadi tujuan utama bagi para wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara adalah merevitalisasi dan meningkatkan peran kegiatan kepariwisataan bangkit dari pasca gempa yang melanda Yogyakarta dan Jawa Tengah pada tanggal 27 Mei 2006 yang berkekuatan 5,9 Skala Richter dan telah mengakibatkan korban jiwa yang begitu banyak sehingga sektor ekonomi, fasilitas umum, perkantoran dan sebagainya mengalami kerusakan yang tak terhitung jumlahnya.

Dalam rangka memperbaiki kembali, dan mempromosikan akan keberadaannya di Yogyakarta serta untuk memberikan suatu nuansa wisata alternatif maka dibutuhkan suatu media promosi utama dan media lain sebagai pendukungnya. Begitu juga dengan perkembangan pariwisata lain yang mengalami kelumpuhan dan harus ditata ulang untuk menumbuhkan kembali minat wisata di Yogyakarta.

Sebuah media komunikasi yang efektif dan terencana akan memudahkan tempat ini untuk dipromosikan fasilitas dan layanan yang ada di dalamnya. Yang lebih membantu lagi adalah perkembangan media komunikasi yang semakin hari semakin menarik dan canggih. Hal ini terjadi karena teknologi komunikasi sudah sedemikian majunya. Terlebih lagi sejak ditemukannya bahan super konduktor yang memelopori terbentuknya era teknologi digital. Perancangan komunikasi visual berbasis teknologi informasi terkini, seperti media cetak berteknologi tinggi dan media interaktif yang berbasis program komputer, akan lebih memudahkan akses informasi mengenai perkembangan Taman Wisata Candi Ratu Boko kepada khalayak. Media tersebut akan lebih berfungsi sebagai media yang secara efektif menginformasikan perubahan-perubahan yang lebih mendasar, secara lengkap, dan terperinci, terutama dalam bidang perkembangan kemajuan gaya hidup kepada khalayak yang berkompeten.

Selalu ada inovasi baru dalam perkembangan ilmu teknologi dan tak terbendung, bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia sehingga mampu melakukan terobosan dan memecahkan segala persoalan dalam mewujudkan metode baru dalam usaha mempelajari sebuah ilmu. Begitu juga

dengan informasi yang semakin lama melaju dengan pesat memungkinkan setiap pembuat media terus selalu berkembang dan berinovasi untuk mampu menampilkan media promosi yang tidak hanya statis namun mampu tampil secara interaktif.

Dengan kesimpulan bahwa media promosi tersebut dapat menjadi media alternatif yang menarik untuk memperkenalkan materi dan obyek yang akan disampaikan. Hal ini dapat diwujudkan dengan cara membuat suatu bentuk metode pembelajaran bagi para wisatawan melalui promosi yang tampil lebih atraktif dan menarik sesuai dengan karakteristik obyek wisata di Candi Ratu Boko melalui sajian informasi visual maupun multimedia interaktif. Dengan metode seperti ini para wisatawan akan jauh lebih mudah mengakses obyek wisata dengan cara beradaptasi antara tulisan, foto/gambar dan audio visual. Setelah itu para wisatawan diharap akan dapat informasi yang lebih detail mengenai obyek wisata Candi Ratu Boko dengan minat yang cukup besar untuk berkunjung karena di dalam bentuk promosi ini memberikan informasi yang lengkap dan disajikan dalam bentuk grafis dan visual yang menarik.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah merancang media komunikasi visual yang tepat untuk dapat mempromosikan Taman Wisata Candi Ratu Boko sebagai tempat alternatif wisata yang mempunyai visi dan misi menjadi salah satu tempat favorit tujuan wisata pasca gempa bumi?

2. Bagaimanakah bentuk penyajian media komunikasi yang dapat mengolah unsur-unsur khas pada Taman Wisata Candi Ratu Boko ke dalam sebuah sajian visual, sehingga menambah daya tarik dan nilai komunikatif sebuah media komunikasi?

C. Tujuan Perancangan

- Untuk mendapatkan sebuah rancangan promosi Taman Wisata Candi Ratu Boko dalam berbagai bentuk komunikasi visual yang komunikatif dan informatif sehingga masyarakat menyadari pentingnya pelestarian sejarah budaya sehingga dapat bangga dengan budayanya sendiri untuk mencintai dan melestarikannya.
- Untuk mendapatkan sebuah rancangan desain komunikasi visual promosi Taman Wisata Candi Ratu Boko yang artistik, komunikatif, inovatif, efektif, efisien dan atraktif sesuai dengan konsep.

D. Manfaat Perancangan

1. Manfaat untuk mahasiswa

Mahasiswa mendapatkan sebuah desain komunikasi visual promosi Taman Wisata Candi Ratu Boko yang sistematis, artistik dan atraktif sesuai dengan konsep serta dapat mengkomunikasikan hasil rancangan tersebut melalui berbagai media.

2. Manfaat bagi pengelola Taman Wisata Candi Ratu Boko

Memberikan manfaat yang sangat baik dalam menjalin komunikasi dan memberikan informasi yang representatif tentang profil Taman Wisata Candi Ratu Boko terhadap para wisatawan.

3. Manfaat bagi wisatawan

Mendapatkan informasi yang representatif tentang profil Taman Wisata Candi Ratu Boko, suasana wisata, petualangan yang eksotis dan lain sebagainya yang berkaitan dengan obyek wisata dan fasilitas pendukungnya.

E. Lingkup Perancangan

Untuk pesan verbal, menggunakan satu bahasa yaitu bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantar materi atau penutur obyek visual dibatasi pada lokasi Candi Ratu Boko, sedangkan untuk lingkup wilayah promosi akan didistribusikan di wilayah Indonesia atau selama tempat tujuan dan target masyarakatnya mempunyai rasa keingintahuan mengenai kebudayaan di Indonesia, khususnya wisata arkeologi di situs Candi Ratu Boko.

F. Metodologi Perancangan

Penelitian dan perancangan memiliki korelasi tertentu. Keduanya adalah bagian dari usaha yang multidimensional, yang dapat didefinisikan dalam berbagai cara yang berbeda-beda. Oleh karena itu didalam perancangan dan penelitian metode yang digunakan harus bersifat ilmiah.¹ Oleh karena penulisan

¹ Suryabrata, Sumadi.1983.*Metodologi Penelitian*.PT RajaGrafindo Persada: Jakarta. Hal. 9

ini membahas masalah perancangan maka masalah metodologi penelitian tidak akan dibahas lebih lanjut.

Dengan adanya metode didalam perancangan kali ini, maka tujuan diharapkan selanjutnya adalah perancangan akan lebih bernilai, efektif pada proses pengerjaannya, serta efisien di dalam kuantitas waktu dan biaya. Tahap-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)

Beberapa tahapan tersebut dapat dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut,

1. Tahap Observasi

Data didapat melalui pengelola obyek wisata, Dinas Pariwisata, dan departemen yang berkaitan dengan informasi seputar Candi Ratu Boko. 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 luar maupun dalam negeri. Tidak ketinggalan juga mengambil data dengan mengakses dari internet. Seluruhnya digunakan untuk acuan dasar pembuatan media komunikasi visual.

Tahap ini meliputi pengumpulan data tentang seluruh aspek yang berkaitan dengan Candi Ratu Boko, yaitu meliputi data letak, data sejarah

penemuan, data mitos atau legenda, dan lain sebagainya. 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 diantaranya dengan manager pengelola dan para pengunjungnya itu sendiri untuk memperoleh data mengenai tempat dan manfaat yang didapat dari Taman Wisata Candi Ratu Boko.

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)

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. Dengan istilah keseharian disebut dengan rupa.

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 (structure)

Gabungan dari bentuk-bentuk sehingga menjadi visual

d. Suara (audio)

Dalam multimedia interaktif terdapat unsur audio, suara dapat mengidentifikasi suatu benda atau suatu tempat. Hal ini sangat penting dalam pembuatan multimedia interaktif 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 Candi Ratu Boko dan sejarahnya. 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 umumnya menjelaskan proses informasi perancangan yang paling mantap. 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 interaktif.

b. Tahap *ScreenPlay Script* (Penyusunan Skenario)

Tahap dimana data yang akan digunakan untuk keperluan media CD interaktif sudah dikelompokkan dipetakan sesuai dengan halaman-halaman yang akan dibuat dalam media komunikasi. Di tahap ini ditentukan pula alur dan navigasi tiap *script* media interaktif agar tata letak perhalaman tiap kriteria tidak terjadi *missing link* atau *broken link*.

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) maka *layout*-nya disesuaikan dengan konsep yang akan diangkatnya, begitu pula dengan CD interaktifnya, maka *layout*-nya disesuaikan dengan judul bab-nya. Sedangkan pada media interaktif maka *layout* sketsa yang dibuat adalah sketsa dari *item opening tune*, *graphic animation*, *button*, *graphic interface*, *graphic content*, *font*, *visual background*, *sound effect*, *music illustration*, dan sebagainya.

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. 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 yang paling awal. Hal-hal yang mendasar tentang perancangan media promosi Taman Wisata Candi Ratu Boko 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

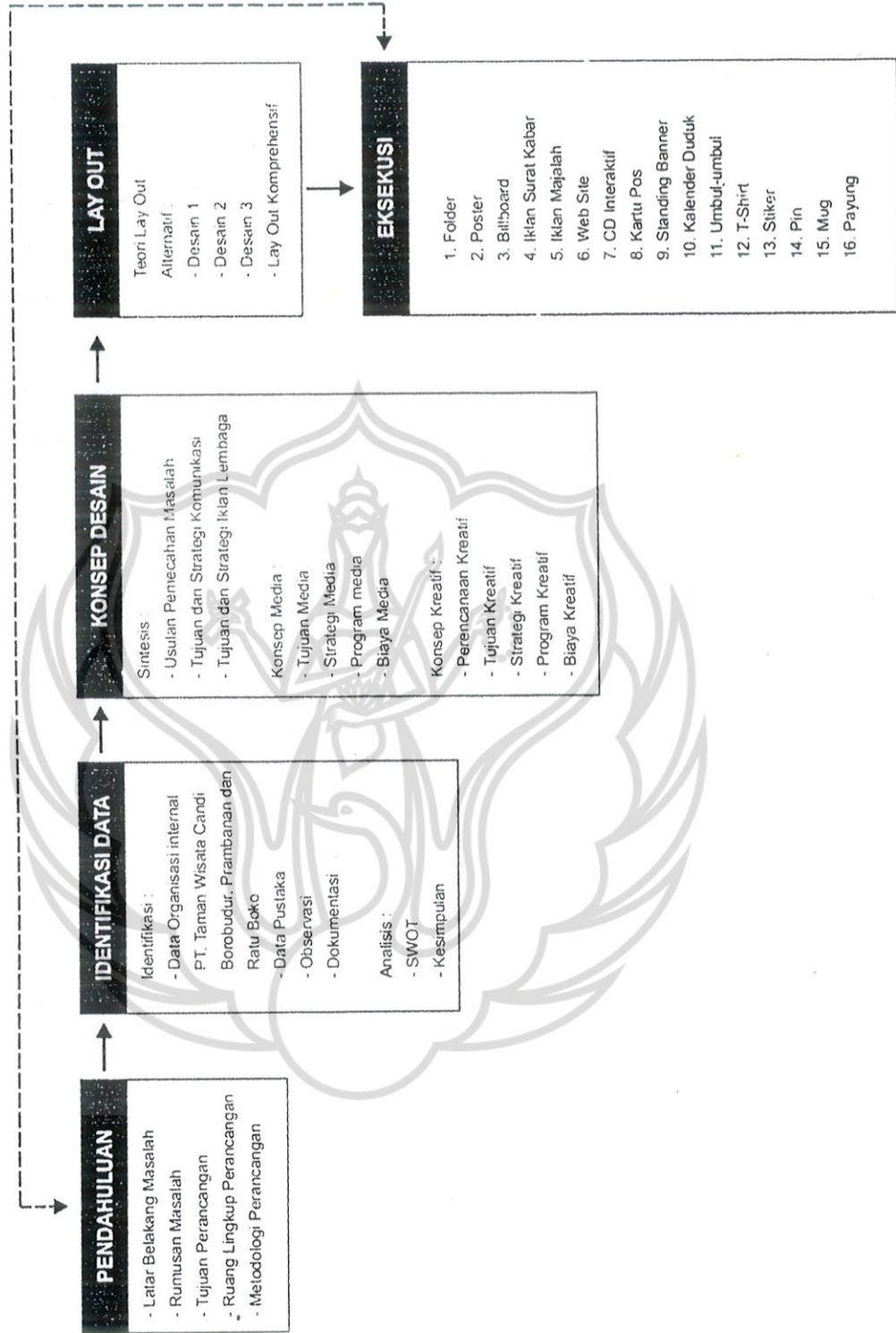
3. Konsep Desain

Bab ini merupakan pemaparan beberapa teori yang mendukung perancangan media promosi Taman Wisata Candi Ratu Boko. Pada bab ini pula akan diulas mengenai perencanaan media dan perencanaan kreatif yang semuanya didasari pada analisis data.

4. Perancangan Kreatif

Perancangan kreatif media promosi Taman Wisata Candi Ratu Boko meliputi penentuan ilustrasi, *headline*, *copy writing* dan *closing word*. Diawali dengan membuat *layout* dipadu dengan *copy writing* sebagai alternatif desain. Selanjutnya dibuat komprehensif desain untuk menentukan desain akhir. Lebih jelasnya dapat dilihat pada skema berikut ini:

Revitalisasi Promosi Taman Wisata Candi Ratu Boko
Pasca Gempa Bumi Di Yogyakarta



TABEL. 1

Skema Perancangan

H. Tahap Kesimpulan/Penutup

Dari hasil rancangan promosi komunikasi visual ini di harapkan bisa mengoptimalkan dan memberikan manfaat yang sebaik-baiknya dalam menjalin komunikasi dan memberikan informasi yang representatif terhadap klien.

