



**PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL  
SENI PERTUNJUKAN TRADISIONAL REYOG PONOROGO  
DI JAWA TIMUR PARK**

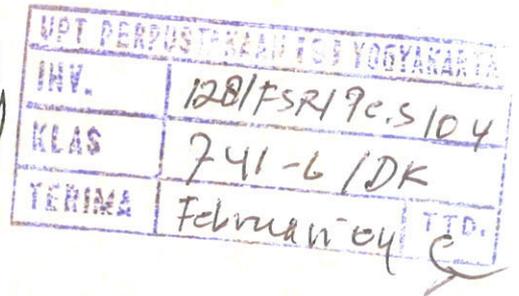
Tesis  
Pertanggungjawaban Penciptaan Karya Seni  
untuk memenuhi sebagian persyaratan  
dalam mencapai derajat Sarjana S-2  
Program Studi Penciptaan Seni  
Minat Utama Desain Komunikasi Visual

Diajukan oleh :

**Yekti Herlina**  
**NIM : 064/DS-dk/01**

kepada

**PROGRAM PASCA SARJANA**  
**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**  
**2004**



**PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL  
SENI PERTUNJUKAN TRADISIONAL REYOG PONOROGO  
DI JAWA TIMUR PARK**

Tesis  
Pertanggungjawaban Penciptaan Karya Seni  
untuk memenuhi sebagian persyaratan  
dalam mencapai derajat Sarjana S-2  
Program Studi Penciptaan Seni  
Minat Utama Desain Komunikasi Visual



Diajukan oleh :

**Yekti Herlina**  
NIM : 064/DS-dk/01



kepada  
**PROGRAM PASCA SARJANA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2004**

Tesis  
Pertanggungjawaban  
Karya Seni Tugas Akhir

**PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL  
SENI PERTUNJUKAN TRADISIONAL REYOG PONOROGO  
DI JAWA TIMUR PARK**

Diajukan oleh

Yekti Herlina  
NIM : 064/DS-dk/01

Telah dipertahankan pada tanggal 14 Pebruari 2004  
Di depan Dewan Penguji  
yang terdiri dari

Pembimbing Satu ..... (Drs. M. Umar Hadi, MS)

Pembimbing Dua ..... (Dr. Sumartono, MA)

Cognate ..... (Drs. Soeprpto Soedjono, MFA., Ph.D)

Ketua Dewan Penguji..... ( Dr. M. Dwi Marianto, MFA)

Tesis Pertanggungjawaban Karya Seni Tugas Akhir ini  
telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Magister

Yogyakarta, 14 Pebruari 2004  
Direktur Program Pascasarjana  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. M. Dwi Marianto, MFA  
NIP. 131 285 252

Hanya Allah SWT yang membalas semua baik budi, dengan limpahan  
RahmatNya.

Amien.

Yogyakarta; 14 Pebruari 2004



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Perancangan .....	1
B. Tujuan Perancangan.....	2
C. Metode Perancangan .....	3
1. Identifikasi Data.....	3
a. Data Produk.....	3
b. Reyog Ponorogo.....	4
c. Riwayat Berdirinya <i>Jawa Timur Park</i> .....	8
2. Analisis Data.....	22
3. Sintesis.....	25
4. Evaluasi .....	26
<b>BAB II KAJIAN SUMBER PENCIPTAAN DAN LANDASAN TEORI</b>	
<b>PENCIPTAAN</b>	
A. Kajian Sumber Penciptaan .....	27
1. Tinjauan Tentang Periklanan .....	27
a. Periklanan .....	27
b. Kriteria Iklan Pariwisata yang Efektif.....	29
2. Teori yang Berhubungan Dengan Perancangan Iklan.....	30
a. Teori Pemasaran.....	30
b. Teori Struktural .....	30

3. <i>Corporate Identity</i> .....	32
a. <i>Fungsi Corporate Identity</i> .....	34
b. <i>Aplikasi Corporate Identity</i> .....	35
4. Jenis Logo.....	35
B. Landasan Penciptaan.....	37

**BAB III KONSEP PERANCANGAN:**

**Media dan Kreatif**

A. Perencanaan Media.....	39
1. Tujuan.....	39
2. Strategi.....	42
3. Program .....	46
4. Budget.....	46
B. Perencanaan Kreatif.....	48
1. Tujuan.....	48
2. Strategi.....	48
3. Program .....	51
4. Budget.....	63

**BAB IV LAYOUT DAN DESAIN**

Surat Kabar .....	68
<i>Flyer</i> .....	70
Poster 1 .....	72
Poster 2 .....	74
Poster 3 .....	76
Brosur .....	78
Baliho 1 .....	80
Baliho 2 .....	82
Cover CD <i>Company Profile</i> .....	84
Cover CD Animasi .....	86
Cover Kalender .....	88

Kalender .....	90
Spanduk .....	92
Kaos .....	94
Mug .....	96
Jam Dinding .....	98
<i>Flag Chain</i> .....	100
Umbul-umbul .....	102

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	104

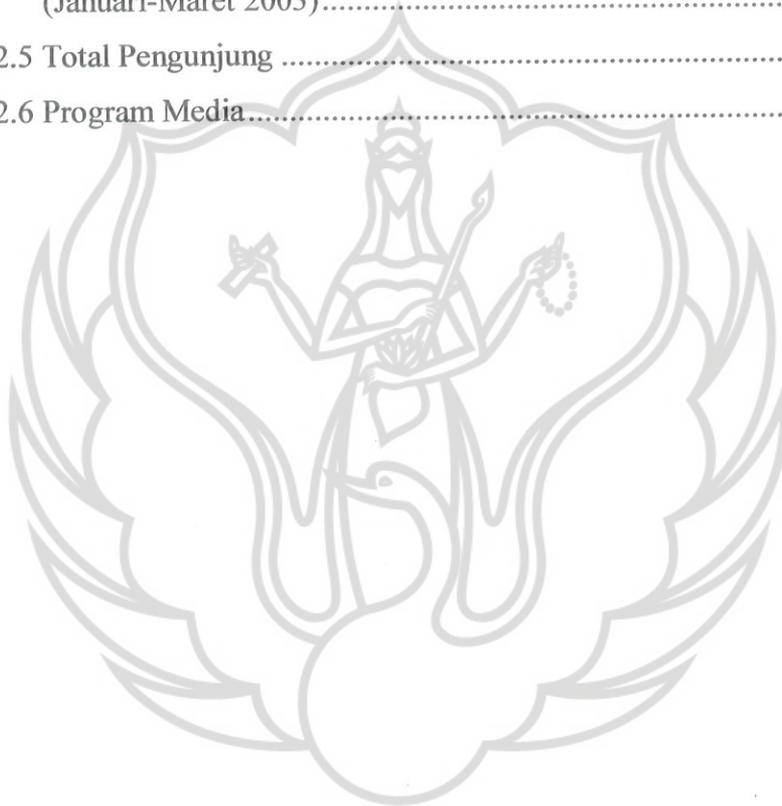
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	105
-----------------------------	-----

<b>LAMPIRAN</b> .....	106
-----------------------	-----



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Data Pengunjung Jawa Timur Park (Januari-Maret 2003) .....	12
Tabel 2.2 Data Romobngan dan Pengunjung Jatim Park (Januari-Maret 2003) .....	13
Tabel 2.3 Data Kunjungan Jatim Park (Januari-Maret 2003).....	14
Tabel 2.4 Data Waktu Kunjungan Rombongan Jatim Park (Januari-Maret 2003).....	14
Tabel 2.5 Total Pengunjung .....	22
Tabel 2.6 Program Media.....	46



## ABSTRAK

*Jawa Timur Park* adalah suatu perusahaan swasta yang berada di bawah naungan PT. Bunga Wangsa Sejati yang bergerak dalam bidang kepariwisataan. Konsep utamanya adalah menggabungkan IPTEK dan kesenangan dengan menggunakan kekuatan alam di kota Batu. Dengan menikmati nyamannya suasana pegunungan dan perbukitan dengan pemandangan alam yang asri seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo dipentaskan di open teater

Seni pertunjukan Reyog Ponorogo adalah kesenian tradisional yang hidup dan berkembang sejak dahulu hingga sekarang yang banyak mengandung nilai-nilai historis dan legendaris. Reyog Ponorogo dalam wujud seperti yang kita lihat sekarang ini adalah merupakan bentuk akhir dari suatu perjalanan panjang yang banyak mengandung nilai-nilai filosofis, religius dan edukatif. Reyog Ponorogo sebagai khasanah budaya bangsa Indonesia yang menjadi kebanggaan daerah dan nasional, merupakan sarana media efektif, komunikatif, sebagai tontonan yang memberikan tuntunan sekaligus kepada masyarakat dalam memupuk dan menumbuhkan suburkan kecintaan terhadap kebudayaan nasional

Perancangan ini bertujuan: (1) Meningkatkan dan memberikan citra/gambaran yang menarik dari perencanaan dan perancangan komunikasi visual sekaligus mempromosikan seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo; (2) Mengembangkan konsep penciptaan karya desain komunikasi visual yang sesuai untuk seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo; (3) Memberikan manfaat bagi dunia desain komunikasi visual yaitu dapat memberikan alternatif gagasan/ide baru dalam perancangan komunikasi visual sesuai dengan uraian kendala, fenomena dan masalah yang ada dalam perancangan komunikasi visual seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo di *Jawa Timur Park*.

Target yang ingin dicapai *Jawa Timur Park* adalah memperkenalkan Reyog Ponorogo kepada generasi muda sebagai salah satu kesenian tradisional yang perlu kita jaga kelestariannya. Oleh karena itu konsep perancangan komunikasi visual menitik beratkan pada seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo serta pengenalan berbagai fasilitas yang disediakan *Jawa Timur Park* melalui media-media yang sesuai dengan citra perusahaan.

## ABSTRACT

*Jawa Timur Park* is a private enterprise under the flage of PT Bunga Wangsa Sejati, a tourism company. The concept of this enterprise is based on the incorporation of the idea of science and technology on one side and the idea of the naturally unique and beautiful Batu as an important tourist resort on the other side. What offered in this beautiful tiny town among others are sublime hilly areas with their mountainous background and the *Reyog Ponorogo* group performing on an open stage.

*Reyog Ponorogo* is a traditional performing art which have flourished since long ago up until now. *Reyog Ponorogo* that we see today still continue to convey philosphic, religious, and educative values. It is considered by many people not only as a local but also national pride. No doubt, this performing art has become a source of inspiration for other kinds of performing works created recently.

This design aims at: 1) improving the quality of media intended to promote the traditional performing art of *Reyog Ponorogo*, 2) developing a significant design concept which hopefully will be able to offer creative solutions for the promotion of *Reyog Ponorogo* to wider audience, nationally and internationally, 3) making contribution to the to the communication design world by introducing a creative design concept concerning the promotion of a traditional art. This concept contains the procedures of overcoming constraints and problems existing in the designing of promotional media for *Jawa Timur Park*.

The goal of *Jawa Timur Park* is to introduce *Reyog Ponorogo* to the younger generation of people and remind them of the cultural importance of this performing art as something not only to be conserved but also to be revitalized. This project, therefore, emphasizes on the need to conserve and revitalize *Reyog Ponorogo* along with the need to introduce *Jawa Timur Park* and facilities it offer.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Jawa Timur merupakan salah satu propinsi di Pulau Jawa yang mempunyai potensi yang sangat besar sebagai tempat wisata. Banyak kota yang sangat potensial dijadikan sebagai kota wisata di Jawa Timur. Tetapi kendala yang dihadapi oleh Jawa Timur adalah kurang khas obyek-obyek wisata yang menarik, sehingga tidak meninggalkan kesan tersendiri. Propinsi di Jawa yang digemari masyarakat untuk berekreasi atau berlibur bukanlah Jawa Timur. Bahkan masyarakat Jawa Timur memiliki kecenderungan untuk berlibur ke Jawa Tengah ataupun ke Bali.

Berkaitan dengan fenomena tersebut maka didirikanlah *Jawa Timur Park* : Taman Belajar dan Rekreasi di Kotamadya Batu. *Jawa Timur Park* adalah salah satu alternatif taman belajar dan rekreasi yang memadukan unsur pendidikan dan hiburan sehingga mampu memberikan informasi kepada masyarakat untuk dapat lebih mengenal budaya bangsa serta sekaligus menambah khasanah ilmu pengetahuan dan teknologi<sup>1</sup>. Salah satu seni pertunjukan tradisional yang ditampilkan adalah Reyog Ponorogo. Kesenian Reyog Ponorogo sebagai kesenian tradisional, penuh dengan nilai-nilai historis dan legendaris yang tumbuh dan berkembang sejak dahulu hingga sekarang bukan saja menjadi kebanggaan daerah, melainkan menjadi kebanggaan nasional. Penyajian dan penampilan kesenian Reyog Ponorogo dengan figur yang penuh batanhia secara serasi dan seimbang tetap hidup dan berkembang di kalangan masyarakat Ponorogo.

Seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo di Jawa Timur Park dapat meningkatkan/menghasilkan pendapatan daerah bila dikemas dengan baik dan menarik. Dengan potensi-potensi lokal yang mendukung pariwisata

---

<sup>1</sup> *Profil Jawa Timur Park* PT. Bunga Wangsa Sejati, Batu, 2001, h. 1

ini dapat mendatangkan wisman (wisatawan mancanegara) maupun wisnu (wisatawan nusantara). Didukung dengan fasilitas hotel berbintang Klub Bunga Butik Resort dan penginapan/Pondok Jawa timur Park untuk pelajar dan mahasiswa dengan tarif relatif murah. Di lokasi yang berlatar belakang pegunungan dan perbukitan yang hijau dan menyejukkan serta pemandangan alam yang asri dengan udara yang jauh dari polusi seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo ditampilkan.

Namun sayang karena kurangnya koordinasi dan dengan kenyataan adanya gab seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo ini tidak dapat dikemas atau disampaikan secara baik. Penerbitan media-media promosi belum juga berdasarkan segmen yang jelas dan terarah namun lebih bersifat umum. Pariwisata dapat menghasilkan devisa dan meningkatkan perekonomian, namun kurang memberikan perhatian pada upaya pelestarian unsur budaya seperti seni pertunjukan tradisional reyog ponorogo ini.

Fakta di atas telah mendorong perancang untuk merancang karya Desain Komunikasi Visual yang lebih baik sehingga dapat menunjang keberhasilan seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo di Jawa Timur Park dan dapat memberi manfaat melalui elemen-elemen visual, terutama tipografi, ilustrasi, warna dan lay out.

Dengan paduan media komunikasi, akan dibahas mengenai pemanfaatan media komunikasi visual, sebagai alternatif sarana promosi dan penerangan tentang seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo di Jawa Timur Park, dengan perencanaan yang matang. Perencanaan dan perancangan komunikasi visual ini disesuaikan dengan program promosi *Jawa Timur Park*.

## **B. Tujuan Perancangan**

Perancangan komunikasi visual seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo di *Jawa Timur Park* ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan dan memberi citra/gambaran yang menarik dari perencanaan dan perancangan komunikasi visual sekaligus mempromosikan.

tak dapat dipungkiri bahwa obyek wisatanya tidak mengalami perkembangan yang berarti.<sup>4</sup>

Dengan berbagai potensi alam di Jawa Timur yang menjadikannya tempat tempat wisata yang menarik seperti Kawah Ijen, Bromo, Taman Nasional Bromo Tengger – Semeru, Taman Nasional Baluran, Taman Safari II Prigen, Kebun Raya Purwodadi. Adapula berbagai wisata pantai seperti Pantai Plengkung, Pasir Putih, Watu Ulo, Pantai Prigi, dan lain-lain. Banyak pula wisata lain seperti wisata sejarah dengan candi-candi, makam Bung Karno dan para wali.

Tapi agaknya kesemuanya itu belum cukup bagi Jawa Timur, karena masih belum muncul aset wisata yang dapat dijadikan maskot dalam bidang kepariwisataan. Sedangkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) harus diakui sebagai unsur kekuatan (*strength*) untuk mencari peluang pariwisata masa depan. Berbekal pemikiran tersebut maka dilakukan serangkaian studi banding atas beberapa obyek wisata dan pusat perkembangan IPTEK dalam negeri. Hasil dari studi banding itu dijabarkan menjadi dua pokok pemikiran penting yaitu :

- 1) Unsur rekreasi untuk tujuan penyegaran dan kesenangan adalah dasar pokok pengemasan obyek pariwisata. Tetapi sampai sekarang pengunjung kurang memperoleh tambahan informasi berguna tentang IPTEK.
- 2) Unsur pengetahuan dan teknologi yang bisa didapat di tempat tempat tertentu seperti museum, sekolah, kampus, gedung arsip, balai penelitian, dan sebagainya kurang membawa suasana menyenangkan bahkan cenderung membosankan.

Dengan adanya kelemahan dan kekuatan yang ada, maka IPTEK disimpulkan sebagai tonggak obyek wisata dengan peluang di masa depan yang cukup prospektif.

---

<sup>4</sup> *Profil Jawa Timur Park*, op. cit., h. 5

heroik sesuai dengan maksudnya yaitu menggambarkan prajurit yang sedang berlatih perang meskipun pelakunya wanita.

#### 5) Aspek Busana dan Rias

Sebagaimana telah disebutkan di muka bahwa tari dan pelaku merupakan unsur yang dominan dalam setiap pementasan Reyog Ponorogo. Namun hal itu masih perlu masih ditunjang dengan unsur lain yang sangat berpengaruh dalam pementasan tersebut yaitu unsur busana dan rias. Betapapun baik dan indahnya sebuah tari dalam pementasan Reyog Ponorogo, tanpa didukung oleh tata busana dan tata rias yang pas dan memadai, maka akan berkurangnya nilai estetika maupun etika tari tersebut. Masing-masing pelaku/peran dalam pementasan Reyog Ponorogo mempunyai ciri-ciri dan macam busana yang berbeda satu dengan yang lain, sesuai dengan karakteristik dan arti sendiri-sendiri sebagaimana tersebut dalam pedoman tata busana dan rias.

Pada umumnya busana pelaku Reyog Ponorogo terdiri dari warna hitam, merah, putih dan kuning. Hal ini mengandung arti dan karakteristik sendiri-sendiri misalnya :Warna hitam melambangkan sifat berwibawa, tenang dan berisi.

- a) Warna merah berarti berani sesuai dengan karakter tari yang heroik.
- b) Warna putih berarti keberanian yang dilandasi dengan tujuan suci.
- c) Warna kuning berarti mempunyai cita-cita untuk memperoleh kebahagiaan dan kejayaan.

Tata rias wajah peran/pelaku Reyog Ponorogo sangat diperlukan, karena dengan melihat tata rias wajah dan busana disamping menambah keindahan pelaku dan mendukung pentas, juga berguna untuk membedakan watak (karakteristik) dari masing-masing peraga.

#### c. Riwayat Berdirinya *Jawa Timur Park*

Pembangunan *Jawa Timur Park* dipilari oleh pemikiran memanfaatkan unsur IPTEK sebagai salah satu unsur pembangunan dunia pariwisata di Jawa timur. Di samping itu di Jawa timur dan kota Batu khususnya telah memproklamirkan diri sebagai daerah tujuan wisata, tapi

#### 4) Aspek Tari dan Pelaku

Kesenian tradisional Reyog Ponorogo adalah kesenian rakyat yang legendaris, di mana eksistensinya mengandung nilai-nilai historis, filosofis, religius, rekreatif dan edukatif. Hal ini sebagai pengejawantahan dari suatu ajaran ayang disampaikan secara kiasan atau simbol, isinya dipergunakan sebagai pendorong cinta tanah air (patriotisme dan heroisme).

Berbicara kesenian Reyog Ponorogo tidak lepas dari unsur-unsur kesenian itu sendiri yang menunjang aspek-aspek estetika, etika, edukatif, religius maupun komunikatif. Unsur-unsur pelaku yang mendukung setiap pementasan Reyog Ponorogo adalah sebagai berikut :

- a) Peran Warok tua : 2 orang
- b) Peran Warok muda : 10 orang
- c) Peran Jathilan/jaranan : 2 orang
- d) Peran Pujangganong : 1 orang
- e) Peran Klana Sewandana : 1 orang
- f) Peran Pembarong : 1 orang
- g) Peran Patra Jaya dan Patra Thol: 2 orang
- h) Pengrawit : 12 orang

Jumlah penari/pelaku di atas adalah jumlah sesuai dengan pedoman dasar, namun apabila dikehendaki pementasan memerlukan banyak penari (tari masal) maka jumlah tersebut dapat berubah sesuai kebutuhan. Para pelaku kesenian Reyog Ponorogo sejak jaman dahulu terdiri dari pria seluruhnya. Namun seiring dengan kemajuan serta tidak menutup adanya emansipasi wanita, maka akhirnya ini berkembang bahwa penari/pelaku Reyog Ponorogo (khususnya penari jathilan) banyak diperankan oleh penari wanita. Hal ini dibenarkan sepanjang penampilan penari wanita tersebut tidak mengurangi etika maupun estetika sehingga tidak merusak citra Reyog Ponorogo itu sendiri. Dahulu penari jathilan diperankan oleh penari pria dengan gaya seperti wanita (*medhoi*), namun sekarang justru peran jathilan itu harus bersifat

## **b. Reyog Ponorogo**

### **1) Aspek Historis Reyog Ponorogo**

Asal-usul Reyog Ponorogo yang semula disebut “Barongan“ sebagai satir (sindiran) dari Demang Ki Ageng Putu Suryongalam terhadap raja Majapahit Prabu Brawijaya V (Bhree Kertabumi). Terwujudnya barongan merupakan sindiran bagi raja yang sedang berkuasa yang belum melaksanakan tugas-tugas kerajaan secara tertib, adil dan memadai, sebab kekuasaan raja dikuasai/dipengaruhi bahkan dikendalikan oleh permaisurinya. Budaya rikuh pakewuh sangat kuat di benak masyarakat untuk mengingatkan atasannya.<sup>2</sup> Oleh karena itu metode sindirin (satir) merupakan salah satu cara untuk mengingatkan atasannya secara halus. Pola pendekatan dengan bahasa seni adalah merupakan media efektif dan efisien yang hasilnya akan berdampak positif penuh pengertian yang mendalam.

Ki Ageng Suryongalam menyadari bahwa sebagai bawahan tidak dapat berbuat banyak. Maka alternatif lain yang ditempuh terpaksa memperkuat dirinya dengan pasukan perang yang terlatih berikut para waroknya dengan berbagai ilmu kanuragan. Berawal dari cerita inilah asal-usul Reyog Ponorogo dalam wujud seperangkat merak dan jatilan sebagai manifestasi sindiran kepada raja Majapahit yang dalam menjalankan roda pemerintahan dipengaruhi oleh permaisurinya. Raja dikiaskan sebagai harimau yang ditunggangi oleh merak sebagai lambang permaisurinya.

Pada masa kekuasaan Batoro Katong oleh Ki Ageng Mirah (pendamping setia Batoro Katong) dipandang perlu tetap melestarikan baronga tersebut sebagai alat pemersatu dan pengumpul masa yang efektif sekaligus sebagai media informasi dan komunikasi langsung dengan masyarakat. Dengan daya cipta dan rekayasa yang tepat Ki Ageng Mirah membuat ceritera legendaris, yaitu terciptanya kerajaan

---

<sup>2</sup> Pemerintah Kabupaten Daerah Tingkat II Ponorogo, *Pedoman Dasar Kesenian Reyog Ponorogo Dalam Pentas Budaya Bangsa*, Ponorogo, 1993, h. 4

2. Mengembangkan konsep penciptaan karya desain komunikasi visual yang sesuai untuk seni pertunjukan tradisional Reyog ponorogo.
3. Memberikan manfaat bagi dunia desain komunikasi visual yaitu dapat memberikan alternatif gagasan/ide baru dalam perancangan komunikasi visual sesuai dengan uraian kendala, fenomena dan masalah yang ada dalam perancangan komunikasi visual seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo di *Jawa Timur Park*.

### C. Metode Perancangan

Perancangan ini secara garis besar mencakup dua tahapan desain yakni perencanaan dan perancangan. Perencanaan mencakup : identifikasi dan analisis sedangkan perancangan : penetapan media dan kreatif disertai lay out. Adapun metode pemecahan masalah dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut :

#### 1. Identifikasi Data

##### a. Data Produk

1) Nama Produk:

Perancangan Media Komunikasi Visual Seni Pertunjukan Reyog Ponorogo Di *Jawa Timur Park*.

2) Lokasi :

Jl. Kartika No. 2 Batu, berdampingan dengan Hotel Klub Bunga Butik Resort, Jawa Timur Indonesia

3) Pengelola :

PT. Bunga Wangsa Sejati

4) Potensi Produk :

Menjadi tempat memperkenalkan seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo dan sekaligus mensosialisasikan *Jawa Timur Park*, sebagai tempat wisata di Kotamadya Batu.

Mengajak para wisatawan untuk datang dulu lalu mengenal lebih dekat kekayaan budaya bangsa yaitu seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo di *Jawa Timur Park*.

*Jawa Timur Park* dikelola oleh PT. Bunga Wangsa Sejati yaitu sebuah perusahaan yang dimiliki oleh 3 (tiga) pemegang saham dimana salah satunya berasal dari Malaysia. Dengan luas areal 7 (tujuh) hektar, pihak pengelola mengusahakan agar sajian wisatanya lengkap untuk memenuhi konsep “one stop service” semacam konsep supermarket di mana pembeli dapat memenuhi kebutuhannya di dalam satu tempat saja. Dengan konsep ini tentunya kualitas sajian yang baik serta pelayanan yang menyenangkan menjadi sangat penting sebagai pendukung.

Taman belajar dan rekreasi yang ditawarkan di kawasan wisata *Jawa Timur Park*, diantaranya yaitu Taman Belajar tersedia 12 outlet peragaan IPTEK yang merupakan hasil kerjasama antara *Jawa Timur Park* dengan instansi-instansi layanan ilmu pengetahuan dan teknologi, yaitu :

- Kantor Menristek
- Kantor Telkom Wilayah Jawa Timur
- Pusat Pengembangan Penataran Guru Teknologi (PPP-G/VEDEC) Malang
- Universitas Negeri Malang
- Universitas Brawijaya Malang
- Politeknik Negeri Malang
- PT. Puduk Scientific (Bandung)
- Citra MIPA
- Madrasah Ibtidaiyah Negeri Malang I
- Peternakan Lebah Rimba Raya (Lawang).

Taman Belajar hanya disediakan berupa prasarana gedung dan catu daya listrik, sedangkan isinya diserahkan kepada lembaga-lembaga pendidikan tinggi, balai pendidikan, lembaga instrumentasi IPTEK, ataupun pada individu yang hendak menampilkan karya inovasinya terhadap publik. Tak disangka disinilah awal munculnya hambatan dalam membangun visi pencerdasan anak bangsa melalui jalur kreatif. Dengan kisah panjang dan berliku *Jawa Timur Park* melakukan kontak ke sejumlah lembaga pendidikan tinggi dan balai penelitian atau instrumentasi

IPTEK dalam rangka mengisi outlet-outlet dalam Taman Belajar. Dari usaha mengontak tersebut, tanggapan positif hanya datang dari 3 (tiga) institusi yang langsung menyambut tawaran ini, yaitu Universitas Brawijaya Malang, Universitas Negeri Malang, dan Pusat Pengembangan Penataran Guru Teknologi.

Titik terang baru nampak setelah pihak *Jawa Timur Park* melakukan kontak ke Kantor Menristek dan PP-IPTEK TMII. *Jawa Timur Park* memperlihatkan daya tariknya bagi calon pengisi dan pengunjung. Berbagai acara peragaan dan kuis turut meramaikan sekaligus mendongkrak jumlah pengunjung yang datang pada saat suasana berlebaran Idul Fitri, Natal, dan liburan akhir tahun.

Dalam waktu dua tahun ini *Jawa Timur Park* dikunjungi 282.660 orang. Selain itu banyak pula LSM dan pengusaha yang mulai tertarik dengan keberadaan Taman Belajar dan Rekreasi ini 12 outlet dalam Taman Belajar telah penuh dan banyak calon-calon pengisinya yang berstatus menunggu. Dengan kenyataan ini, ada pemikiran untuk memperluas Taman Belajar di masa depan.

Dengan adanya Taman belajar ini, diharapkan pengunjung pelajar dapat memanfaatkan waktu belajarnya dengan mengunjungi obyek-obyek pembelajaran *Jawa timur Park* pada hari belajar atau hari biasa. Lebih jauh diharapkan sekolah sebagai institusi dapat memanfaatkan *Jawa Timur Park* sebagai media pembelajaran luar kelas bagi peserta didiknya. Hal ini ditunjang dengan diadakannya suatu event yaitu Hari Pelajar yang mana pada hari-hari tersebut harga tiket lebih murah. Sementara pengunjung umum dapat lebih mengenal dan mencintai khasanah flora, fauna dan budaya yang ada.

Mulai hari Minggu 1 Pebruari 2004 di Open Teater diadakan pentas seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo dengan latar belakang pegunungan dan perbukitan yang hijau dengan suasana nyaman dan asri. Pengunjung dapat menikmati dan menyaksikan indahnya Reyog Ponorogo dari dekat.

## 1. Data Pemasaran

Sebagai tempat wisata baru perencanaan *Jawa Timur Park* ini bertujuan untuk mensosialisasikan obyek tersebut dengan sasaran, yaitu:

- a. Pelajar/Mahasiswa.
- b. Publik/Masyarakat Umum.
- c. Perusahaan/Instansi.
- d. Wisnu dan Wisman

Impian *Jawa Timur Park* adalah dapat menggeser pola widya wisata pelajar dan mahasiswa yang selama ini keliru. Selama ini proses widya wisata dilakukan pada masa akhir pembelajaran bukan pada saat pembelajaran berlangsung. Dari Institusi yang bersangkutan *Jawa timur Park* berharap dapat menggeser pola ini dari “akhir” ke “dalam proses belajar” sehingga diharapkan widya wisata dapat mempunyai arti yang signifikan dan tertanam baik bagi para pelajar dan mahasiswa yang bersangkutan maupun bagi dunia pendidikan secara keseluruhan.

Mimpi ini agaknya tak terlalu berlebihan karena dalam 1 (satu) tahun pertama di tahun 2003 ini mulai tampak hasilnya. Meskipun jumlah pengunjung rombongan baru berkisar 30% dari total pengunjung, tetapi memperlihatkan grafik kenaikan yang berarti. Pada bulan Februari pengunjung rombongan melonjak 22% dari bulan Januari (179.900), sedangkan pada bulan Maret melonjak 121% dari bulan Februari (22.020). Tabel 2.1 memperlihatkan perubahan ini :

**Tabel 2.1**

**DATA PENGUNJUNG *JAWA TIMUR PARK*  
JANUARI – MARET 2003**

Klasifikasi	JANUARI		PEBRUARI		M A R E T	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Pengunjung						
Rombongan *	17.990	9,66	22.020	11,38	48.600	
Non Rombongan	168.210	90,34	171.460	88,62		
<b>JUMLAH</b>	<b>186.200</b>	<b>100,00</b>	<b>193.480</b>	<b>100,00</b>		

Sumber : Head Office *Jawa Timur Park*, 7 Maret 2003

Selama Desember 2002 memang tidak ada rombongan sekolah, karena masih dalam suasana liburan Ramadhan, Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru 2002. Demikian juga pada awal tahun 2003, rombongan sekolah tidak serta merta menyambut kehadiran *Jawa Timur Park* sebagaimana yang dilakukan oleh rombongan perusahaan (*company*). Tetapi jelas bahwa jumlah rombongan sekolah mulai menggeser jumlah rombongan perusahaan (Tabel 2.2) dan cukup berarti (73%). Hal ini mampu mendongkrak jumlah pengunjung *Jawa Timur Park* pada saat hari belajar/hari biasa (tabel 2.3a). Rombongan perusahaan masih tetap memanfaatkan waktu kunjungannya pada hari libur karena memang kecil kemungkinan untuk melakukan rekreasi secara berombongan pada hari kerja (tabel 2.3b).

**Tabel 2.2**

DATA ROMBONGAN DAN PENGUNJUNG *JAWA TIMUR PARK*  
JANUARI – MARET 2003

Klasifikasi	JANUARI			PEBRUARI			M A R E T		
	Romb.	Org	%	Romb.	Org	%	Romb.	Org	%
TK	0	0		40	8400	38,15	160	28.790	59,24
SD	20	1540	8,56	10	500	2,27	50	4010	8,25
SLTP	10	1500	8,34	0	0	0	30	4450	9,16
SMU	10	440	2,45	0	0	0	0	0	0
PT	10	1250	6,95	20	1450	6,58	20	580	1,19
Company	80	13.260	73,71	70	11.670	53,00	60	10.770	22,16
<b>JUMLAH</b>	<b>130</b>	<b>17.990</b>	<b>100</b>	<b>140</b>	<b>22.020</b>	<b>100</b>	<b>320</b>	<b>48.600</b>	<b>100</b>

Sumber : Head Office *Jawa Timur Park*, 7 Maret 2003

**Tabel 2.3a**

**DATA KUNJUNGAN ROMBONGAN *JAWA TIMUR PARK*  
JANUARI – MARET 2003**

Klasifikasi	Waktu Kunjungan		JUMLAH
	HW (Holiday and Weekend)	WD (Weekday)	
Rombongan			
TK	50	150	200
SD	10	70	80
SLTP	10	30	40
SMU	0	10	10
PT	30	10	40
<b>JUMLAH</b>	<b>100</b>	<b>270</b>	<b>370</b>

Sumber : Head Office *Jawa Timur Park*, 7 Maret 2003

**Tabel 2.3b**

**DATA WAKTU KUNJUNGAN ROMBONGAN *JAWA TIMUR PARK*  
JANUARI – MARET 2003**

KLASIFIKASI	WAKTU KUNJUNGAN		
	HW	WD	JUMLAH
ROMBONGAN			
SEKOLAH	100	270	370
COMPANY	190	20	210
<b>JUMLAH</b>	<b>290</b>	<b>290</b>	<b>580</b>

Sumber : Head Office *Jawa Timur Park*, 7 Maret 2003

Menarik untuk diungkap bahwa dari data di atas, secara kenyataan pengunjung rombongan telah menggeser posisi *Jawa Timur Park* dari Taman Rekreasi dan Belajar menjadi Taman Belajar dan Rekreasi. Hal ini sesuai dengan visi yang diimpikan oleh manajemen perusahaan, di mana visi tersebut membawa konsekuensi tersendiri bagi manajemen untuk menyadari adanya hal berikut :

- a) Sebagai taman Belajar *Jawa Timur Park* memang menyediakan diri bagi pengunjung untuk melakukan proses pembudayaan baru dalam hal tradisi belajar dan bagi masyarakat setempat untuk memperlihatkan kontribusi yang baik dan indah.

- b) Sebagai Taman belajar, *Jawa Timur Park* memang merupakan tempat berproses bagi karyawannya dalam hal mengembangkan diri. Ini terbukti dari 90% karyawannya merupakan personal yang awam dalam hal dunia kepariwisataan dan dunia instrumentasi IPTEK, sehingga banyak kalangan yang menyebut *Jawa Timur Park* ini layak disejajarkan dengan Balai Latihan Kerja (BLK).

Dengan melihat keduanya, tampak jelas bahwa selain usaha untuk memberikan fasilitas yang bersifat kesenangan, unsur pendidikan baik bagi pihak pengunjung maupun pihak *Jawa Timur Park* juga menjadi bagian yang sangat menonjol. Data dari tabel 2.3a dan tabel 2.3b juga memperlihatkan bahwa kecenderungan rombongan pelajar berkunjung ke lokasi *Jawa Timur Park*, terjadi pada saat hari belajar (*week day*), bukan pada saat hari besar ataupun hari libur (*holiday weekend*)

## **2. Produk Yang Dipasarkan**

Pengunjung *Jawa Timur Park* diberi kesempatan untuk menikmati empat macam fasilitas yang disediakan, yakni :

- a) Fasilitas yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi
- b) Fasilitas yang berhubungan dengan sejarah dan kehidupan sosial
- c) Fasilitas yang mengandung unsur permainan dan hiburan
- d) Fasilitas umum.

Dua fasilitas yang disebut pertama merupakan kawasan pengembangan belajar, dengan tujuan utama untuk memuaskan rasa ingin tahu pengunjung dalam hal-hal yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kawasan pengembangan belajar ini terdiri dari :

- a. **Taman Sejarah.** Merupakan suatu kawasan belajar yang menghadirkan miniatur peninggalan sejarah Indonesia sejak masa prasejarah, hingga masa Pemerintah Kolonial Hindia Belanda.
- b. **Taman Belajar.** Merupakan kawasan belajar yang terdiri dari 12 outlet dengan luas sekitar 1.000 m<sup>2</sup> yang berisi alat-alat peraga IPTEK dan/atau karya-karya teknologi inovatif dari kantor Menristek, perguruan tinggi maupun masyarakat luas. PT. Telkom Wilayah V Jawa Timur, Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Pusat Pengembangan Penataran Guru Teknologi, PT. Pudak Scientific (Bandung), Citra MIPA (Malang), Madrasah Ibtidaiyah Negeri Malang I, Peternakan Lebah Rimba Raya (Lawang), dan produsen Vacuum Fryer Malang.
- c. **Diorama Binatang.** Kawasan Belajar yang menghadirkan insectarium secara massal, dan beberapa hewan yang diawetkan.
- d. **Taman Ikan.** Kawasan yang berisi berbagai jenis ikan, baik dari air tawar maupun air laut.
- e. **Taman Reptil.** Kawasan dari berbagai jenis reptil beserta keterangan-keterangan mengenainya.
- f. **Taman Burung.** Kawasan dengan berbagai burung dan unggas berjumlah lebih dari 300 jenis dengan habitat yang dibuat sedemikian rupa sehingga sesuai aslinya.
- g. **Miniatur Gunung Merapi.** Yaitu atraksi proses meletusnya gunung berapi yang dapat dilihat pengunjung dari atas tribun yang tersedia.
- h. **Teater Terbuka.** Sebuah panggung terbuka berlatar belakang miniatur gunung Bromo, dipersiapkan untuk berbagai acara pentas kesenian seperti seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo.

- i. **Rumah Adat.** Merupakan kawasan perumahan dengan berbagai pakaian adat nusantara.

Di antara kawasan-kawasan belajar itu, *Jawa timur Park* menghadirkan fasilitas-fasilitas lain bagi pengunjung untuk sekedar mendapat hiburan permainan, yaitu

1. **Kolam Panorama.** Suatu kolam seluas 330 m<sup>2</sup> dengan berbagai macam diorama di sekelilingnya yang dapat dinikmati oleh pengunjung dengan cara berperahu.
2. **Rumah Hantu.** Disediakan bagi pengunjung yang berminat menguji keberaniannya dengan berbagai pengalaman unik yang menyeramkan namun penuh kejutan-kejutan yang menggembirakan.
3. **Arena Balap.** Arena ajang ketangkasan dalam mengemudikan gokart.
4. **Taman Bermain.** Merupakan kawasan bermain yang nyaman bagi anak-anak dengan berbagai mainan yang aman dan menyenangkan seperti trampolin, mandi bola, ayunan dan sebagainya.
5. **Taman Sesat.** Disediakan lorong-lorong dari tumbuhan perdu yang rimbun, menantang setiap pengunjung untuk dapat menemukan jalan keluar dari lorong-lorong yang menyesatkan.
6. **Kolam Renang.** Arena berenang untuk berbagai jenis usia, mulai dari kolam renang untuk anak-anak yang berkedalaman 40 cm hingga kolam renang arus.
7. **Ruang Permainan.** Kawasan imajinasi yang dilengkapi dengan berbagai macam permainan video game yang menarik bagi anak-anak yang akan menguji ketangkasannya.
8. **Jet Mini.** Sebuah permainan yang membawa kita seakan-akan menjadi seorang pilot dari sebuah jet tempur dan berputar-putar di angkasa.

9. **Kereta Luncur.** Permainan naik sebuah kereta di atas rel dan meluncur meliuk-liuk berkecepatan tinggi.
10. **Rumah Pipa.** Tempat permainan berbentuk pipa besar dilengkapi berbagai jenis tantangan.
11. **Ruang kuis.** Menyediakan beragam permainan ketangkasan dengan hadiah-hadiah menarik bagi siapapun yang bersedia menerima tantangan.

Selain itu disediakan pula fasilitas umum berupa :

1. **Kampung Seni.** Terdiri dari 15 stand berukuran 3X3 meter yang menampung berbagai macam produk kesenian yang dikerjakan langsung oleh berbagai sanggar seni secara langsung.
2. **Pasar Buah dan Sayur.** Kawasan penjualan buah dan sayur yang dapat dijadikan oleh-oleh khas Batu.
3. **Galeri dan Pasar Bunga.** Menyediakan berbagai macam bunga, tanaman obat-obatan, tanaman daun hias dan pot-pot pelengkap asesoris rumah untuk interior dan eksterior.
4. **Toko Souvenir.** Terdiri dari tiga gedung yang menyediakan souvenir serta makanan khas dari daerah-daerah Jawa Timur.
5. **Pusat Makanan, Restoran, dan Café.** Kawasan yang disediakan bagi pengunjung untuk melepas lapar dan dahaga dengan didukung oleh 22 pelaku bisnis yang menempati area seluas 1.000 m<sup>2</sup>.
6. **Musholla.** Dengan fasilitas ini diharapkan pengunjung merasa nyaman dan tidak terbatas pada waktu menunaikan ibadah pada saat berada di kawasan *Jawa Timur Park*.
7. **Area Parkir.** Area parkir yang nyaman dan mampu menampung 300 mobil.

### 3. Posisi Produk :

Menurut Russel dalam tingkatan produk berdasarkan perjalanan pasar *primary Stage of The Life Cycle Model*<sup>5</sup> posisi produk dapat digolongkan menjadi tiga urutan primer, yaitu :

- a. *Pioneering Stage*, adalah posisi produk sebagai produk baru dengan periklanan yang harus memberikan edukasi pada konsumennya akan produk baru ini. Tujuannya dari pengiklanan adalah membuat produk baru ini diterima di konsumennya.
- b. *Competitive Stage*, adalah posisi produk di mana para konsumen sudah dapat menerimanya tetapi produk ini harus bersaing dengan brand yang serupa, sehingga memerlukan strategi periklanan yang bertujuan untuk mengkomunikasikan posisi produk atau diferensiasinya dengan produk sejenis kepada konsumen.
- c. *Retentive Stage*, adalah posisi produk sebagai produk yang telah berhasil menjangkau konsumennya dan dapat diterima dengan baik, jadi dapat dikatakan sebagai produk yang tidak perlu lagi bersaing dengan produk sejenis. Fungsi dari periklanannya hanya bersifat mengingatkan (*reminder*).

Berdasarkan teori *Life Cycle* , maka *JawaTimur Park* berada pada posisi *pioneering stage* alasannya karena Reyog Ponorogo adalah produk yang lama tapi di *Jawa Timur Park* ini sebagai produk baru yang dapat dinikmati dengan suasana pegunungan dan perbukitan serta pemandangan alam yang asri. Tujuan dari *Pioneering stage of a product's life cycle* adalah suatu kondisi sederhana sebagai berikut :

- Untuk memberikan edukasi pada khalayak sasaran tentang produk baru tersebut.

---

<sup>5</sup> Russel, J.Thomas, W. Ronald Lane, *Kleppner's Advertising Procedure : Fourteenth Edition*, Prentice Hall Inc., New Jersey, 1999, h. 55

- 2) Untuk menunjukkan bahwa masyarakat mempunyai kebutuhan yang tidak mereka perhatikan sebelumnya.
- 3) Untuk menunjukkan bahwa sebuah produk kini telah hadir dan dapat dinikmati dan dapat memenuhi kebutuhan khalayak yang tak diperhatikan sebelumnya.

Sedangkan menurut UB Formula, dapat digolongkan sebagai berikut :

- a. *Anawareness.*
- b. *Awareness.*
- c. *Brand Knowledge.*
- d. *Brand Liking.*
- e. *Brand Loyalty.*<sup>6</sup>

Jadi, berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Seni Pertunjukan Tradisional Reyog Ponorogo Jawa *Timur Park* berada pada posisi *pioneering stage*, yaitu dimana produk sedang dalam masa peluncuran. Serta berada pada posisi *awareness* karena produk telah diketahui sebelumnya tetapi belum sampai pada pengetahuan tentang *brand* dan produk.

#### 4. Pesaing :

*Jawa Timur Park* mengukuhkan diri sebagai satu-satunya obyek wisata yang memadukan unsur IPTEK dan kesenangan, sehingga sebenarnya belum muncul pesaing-pesaingnya yang berkonsep sama. Tetapi ditinjau dari *behaviour* atau kebiasaan khalayak sasaran berekreasi pada saat libur dengan tujuan pendidikan dan kesenangan, yang dijadikan kompetitor dari *Jawa Timur Park* adalah Taman Safari Indonesia II Prigen dan Kebun Binatang Surabaya. Walaupun masing-masing memiliki struktur yang berbeda, keduanya dipilih berdasarkan kemiripan tujuannya, yaitu belajar sambil berekreasi.

---

<sup>6</sup> Rhenald, Kasali, *Manajemen Periklanan*, PT. Pusaka Utama Grafiti, Jakarta, 1992, h. 69

#### **a. Taman Safari Indonesia II Prigen**

Kawasan wisata ini hanya berjarak 50 kilometer dari Bandara Internasional Surabaya Juanda-jalan tol Gempol. Dan untuk menuju ke sana hanya dibutuhkan waktu 60 menit dari Surabaya dan 45 kilometer dari Malang. Sebuah tempat wisata bertaraf nasional dan konserfasi margasatwa ini luasnya 400 hektare di kaki gunung Arjuna, suatu kekuatan (*strength*) yang diberikan alam yaitu pemandangan gunung tropik sebagai latar belakang lokasi. Taman Safari Indonesia II Prigen – Pasuruan yang dibuka pada tanggal 29 Desember 1997 ini diperkaya dengan hadirnya lebih dari 1.000 hewan liar (*wildlife*) dari 150 bagian dunia. Spesies-spesies itu diantaranya adalah Komodo Dragon, Bison Eropa, Beruang Hitam Himalaya, Harimau Putih dan sebagainya.

#### **b. Kebun Binatang Surabaya**

Kebun Binatang Surabaya dikelola oleh sebuah yayasan yaitu Perkumpulan Kebun Binatang Surabaya yang berlokasi di Jalan Setail 1 Surabaya. Fungsi utama Kebun Binatang Surabaya adalah sebagai sarana konservasi alam, pendidikan, penelitian, dan tempat rekreasi sekaligus apresiasi terhadap alam. Sebagian besar wisatawan yang datang bertujuan untuk berekreasi yang biasanya dilakukan pada hari-hari libur dan akhir pekan. Tiket masuknya relatif murah, yaitu Rp. 5.000,00 untuk pengunjung di atas usia 12 tahun dan Rp. 4.000,00 untuk pengunjung berusia 4 – 12 tahun.

Berikut data pengunjung total per tahun dalam jangka 4 ( empat ) tahun terakhir

Tabel 2.4

TOTAL PENGUNJUNG				
WISATAWAN	1999	2000	2001	2002
DOMESTIK	1.989.825	2.200.143	2.781.095	2.729.042
MANCANEGARA	3.511	1.995	2.313	1.989
<b>JUMLAH</b>	<b>1.993.336</b>	<b>2.202.138</b>	<b>2.793.408</b>	<b>2.731.031</b>

Sumber : Badan Penelitian dan Pengembangan Kebun Binatang Surabaya, 2003

### 5. Sarana Komunikasi Visual yang telah ada :

a. Iklan di media cetak (Batu Post)

Desain terlampir

b. Billboard

Desain terlampir

c. Mapping

Dibagikan kepada pengunjung pada saat pembelian tiket masuk.

Pada awalnya dibuat *full colour*, namun untuk alasan ekonomi diubah menjadi cetakan hitam putih, desain terlampir.

d. Iklan Media Cetak

Salah satu contoh adalah iklan di tabloit dua mingguan Batu Post, desain terlampir

### 2. Analisis data

Berdasar data-data yang telah diperoleh, kemudian dilakukan analisis SWOT. Analisis ini merupakan studi analisis yang membahas mengenai *Strength*/kekuatan, *Weakness*/kelemahan, *Opportunity*/kesempatan, dan *Threats*/ancaman dan berpengaruh pada keberhasilan promosi suatu produk, jasa, maupun sebuah perusahaan.

*SWOT analysis is a study of strengths, weakness, opportunities, and threats that will impact upon the succesful promotion of the product, the service, or the company*<sup>7</sup>

Strengths/kekuatan membahas kekuatan-kekuatan *Jawa Timur Park* yang perlu dikomunikasikan untuk membangun citra dan mensosialisasikan pada publik. *weakness*/kelemahan membahas kelemahan-kelemahan yang dimiliki *Jawa Timur Park* dalam hubungannya dengan kekuatan-kekuatan yang dimilikinya. *Opportunity*/peluang membahas peluang-peluang yang mendukung dilaksanakannya perancangan komunikasi visual seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo. Sedangkan *threats*/ancaman membahas hal-hal yang menjadi ancaman bagi *Jawa Timur Park* jika tidak melakukan upaya pengkomunikasian atau promosi perusahaan kepada publik.

Berikut adalah analisis SWOT dari seni pertunjukan Reyog Ponorogo Di *Jawa Timur Park* :

a. ***Strengths* (Kekuatan)**

1. Lokasi *Jawa Timur Park* di kota Batu yang menguntungkan karena merupakan tempat tujuan kunjungan wisata yang digemari oleh masyarakat dari luar kota yang mencari hiburan, sekedar singgah maupun menginap. Seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo dipentaskan di teater terbuka yang berlatar belakang miniatur gunung Bromo dengan suasana pegunungan dan perbukitan yang nyaman dan asri.
2. *Jawa Timur Park* memiliki pasar yang sudah pasti sehingga lebih mantap dalam menentukan strategi pemasaran dan perancangan komunikasi.
3. *Jawa Timur Park* memberikan suatu alternatif yang inovatif dalam bidang kepariwisataan yaitu dengan memadukan unsur IPTEK dan kesenangan.

---

<sup>7</sup> William Wells, John Burnett, Sandra Moriarty, *Advertising Principles and Practise*, Prentice Hall Inc., New Jersey, 1995, p.647

4. *Jawa Timur Park* dapat dikatakan merupakan kawasan wisata bergengsi dengan berbagai fasilitas yang disediakan serta mempunyai masa depan yang cerah dengan tujuan dan manfaat jangka panjang yang hendak dicapai.
  5. Pembangunan dan pengembangan yang dilakukan oleh *Jawa Timur Park* turut mendorong percepatan pertumbuhan dunia kepariwisataan di Jawa Timur umumnya dan di kota Batu khususnya, selain membuka peluang kerja sekaligus media pembelajaran bagi masyarakat di sekitarnya.
  6. *Jawa Timur Park* memiliki kepedulian tinggi terhadap masalah pendidikan dan pelestarian alam. Hal ini dibuktikan dengan adanya Taman Belajar, Miniatur Candi serta Taman Burung dan Taman Reptil yang dibangun dengan habitat sesuai aslinya.
  7. *Jawa Timur Park* giat melakukan usaha pergantian isi dari Taman Belajar untuk selalu menampilkan peragaan yang berbeda dan terus berkembang mengikuti perkembangan IPTEK dan kurikulum sekolah sehingga pengunjung yang datang dapat memperoleh edukasi sesuai perkembangan jaman dan IPTEK.
- b. Weakness (kelemahan)**
1. Meskipun keberadaan *Jawa Timur Park* sudah diketahui sebagian besar masyarakat, tetapi masyarakat masih kesulitan untuk menemukan lokasinya. Terbukti dengan munculnya pertanyaan yang muncul saat Dinas Pariwisata Kota Surabaya bersama Batu Post berkunjung ke lokasi *Jawa Timur Park*, “Bagaimana saya harus memberitahu wisatawan hingga sampai di sini, tanpa dituntun peta menuju lokasi maupun tanda petunjuk jalan ?”<sup>8</sup>
  2. Dari gerbang depan menuju lokasi melewati jalan kecil perkampungan yang tak terlalu rapi sehingga tidak menimbulkan kesan yang baik.
  3. *Jawa Timur Park* dinilai kurang gencar dalam melakukan promosi, terutama untuk lebih dikenal sesuai dengan citra. Contoh kasus adalah

---

<sup>8</sup> *Wisata Kota Batu: Bak Mutiara Dalam Lumpur*, 17 Maret 2002, Batu Post, h.4

mengesankan citra *Jawa Timur Park* sebagai Taman Belajar dan Rekreasi.

**c. Opportunities (Kesempatan) :**

1. *Jawa Timur Park* dapat terus bertahan dan menentukan posisinya yang sangat stabil di antara pesaing-pesaingnya bahkan dalam jangka panjang akan menjadi kawasan wisata yang penuh harapan.
2. Dengan mengadakan seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo masyarakat akan lebih mengenal seni dan budaya dari *Jawa Timur Park* sehingga dimungkinkan akan meningkatkan jumlah angka pengunjung perorangan maupun rombongan.

**d. Threats (Ancaman)**

1. Jika *Jawa Timur Park* tidak segera dilaksanakan pengkomunikasian kepada publik maka citra *Jawa Timur Park* di masyarakat bisa saja tidak sesuai dengan yang diharapkan, karena citra negatif kadang lahir dari pemahaman yang berasal dari informasi yang tidak lengkap. Apalagi ditunjang dengan usia *Jawa Timur Park* yang masih sangat muda tetapi menawarkan sesuatu yang cukup inovatif dan berbeda.
2. Persaingan yang gencar dalam meningkatkan mutu serta kualitas dari fasilitas maupun pelayanan dari pesaing-pesaing *Jawa Timur Park* akan menyebabkan persaingan ketat dalam merebut pasar. Hanya pelaku ekonomi yang mempunyai daya saing kuat yang akan dapat terus maju dan berkembang serta bertahan hidup.

**3. Sintesis**

Proses sintesis adalah menarik kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan, yaitu dengan melakukan perencanaan media dan kreatif. Setiap perencanaan selalu meliputi tujuan, strategi, program dan budget, yaitu dengan melakukan perencanaan media dan kreatif. Setiap perencanaan selalu meliputi tujuan, strategi, program dan budget. Yang pertama kali dilakukan adalah

strategi, program dan budget. Yang pertama kali dilakukan adalah menentukan tujuanmedia. Penentuan tujuan meliputi satuan target capain berdasarkan karamteristik *target audience*. Strategi media adalah cara untuk mencapai target sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan program media adalah menyusun *media mix* atau paduan media berdasarkan karakter media masing-masing dan kemampuannya menjangkau sasaran. Program media ini ditentukan berdasar jangkauan, jadwal pemasangan, frekuensi, serta kontinuyitas pemasangan. Mengenai perencanaan media dan kreatif, secara lebih rinci akan akan dibahas Bab III mengenai konsep perancangan atau penciptaan.

#### 4. Evaluasi.

Tahap paling akhir adalah pengujian terhadap beberapa alternatif gagasan. Tiap alternatif desain dievaluasi dan dipilih yang terbaik.

